

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH NINH BÌNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ

BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ TÀI:

**“THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT HUY
GIÁ TRỊ VĂN HÓA DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH
TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ”**

(Thuộc chương trình nghiên cứu Khoa học Xã hội và Nhân văn)

Cơ quan chủ trì đề tài: **TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ**

Chủ nhiệm đề tài: **TS. NGUYỄN MẠNH QUỲNH**

NINH BÌNH, 2022

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH NINH BÌNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LŨ

BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ TÀI:

**“THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT HUY
GIÁ TRỊ VĂN HÓA DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH
TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ”**

(Thuộc chương trình nghiên cứu Khoa học Xã hội và Nhân văn)

Cơ quan quản lý:
SỞ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
TỈNH NINH BÌNH
GIÁM ĐỐC



TS. NGUYỄN TOÀN THẮNG

Cơ quan chủ trì thực hiện đề tài:
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LŨ
HIỆU TRƯỞNG



TS. VŨ VĂN TRƯỜNG

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	5
DANH MỤC BIỂU ĐỒ.....	6
PHẦN THỨ NHẤT: THÔNG TIN CHUNG VỀ ĐỀ TÀI.....	8
PHẦN THỨ HAI: KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ TÀI.....	16
I. MỞ ĐẦU.....	16
II. NỘI DUNG.....	22
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VĂN HÓA DU LỊCH.....	22
1.1. Du lịch văn hóa	22
1.1.1. Du lịch.....	22
1.1.2. Văn hóa.....	23
1.1.3. Du lịch văn hóa	23
1.2. Văn hóa du lịch.....	24
1.2.1. Khái niệm văn hóa du lịch.....	24
1.2.2. Biểu hiện của văn hóa du lịch	24
1.2.3. Đặc điểm của văn hóa du lịch.....	27
1.2.4. Vai trò của văn hóa du lịch trong hoạt động du lịch	31
1.3. Văn hóa du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế	32
1.3.1. Bối cảnh hội nhập quốc tế	32
1.3.2. Tác động của hội nhập quốc tế đến văn hóa du lịch.....	32
1.3.3. Văn hóa du lịch với phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế.....	34
Chương 2. THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH.....	36
2.1. Khái quát chung về tỉnh Ninh Bình	36
2.1.1. Vị trí địa lý, đặc điểm tự nhiên Ninh Bình	36
2.1.2. Đặc điểm kinh tế, văn hóa, xã hội Ninh Bình	36
2.1.3. Sự hình thành và phát triển du lịch Ninh Bình.....	37
2.2. Thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế.....	39
2.2.1. Văn hóa quản lý nhà nước trong du lịch	39
2.2.2. Văn hóa trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch	45
2.2.3. Văn hóa ứng xử của khách du lịch	55
2.2.4. Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch.....	69
2.2.5. Văn hóa trong tài nguyên du lịch và sản phẩm du lịch	73
2.3. Đánh giá chung về văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế	80
2.3.1. Giá trị văn hóa du lịch Ninh Bình	80
2.3.2. Thời cơ và thách thức của du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế	83

Chương 3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT HUY CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ THEO HƯỚNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG.....	88
3.1. Định hướng phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình	88
3.1.1. Những quan điểm chỉ đạo	88
3.1.2. Dự báo xu hướng phát triển du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế	89
3.1.3. Định hướng phát triển du lịch Ninh Bình theo hướng bền vững.....	91
3.2. Các nhóm giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế.....	92
3.2.1. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa trong công tác quản lý du lịch	92
3.2.2. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch	97
3.2.3. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của khách du lịch.....	101
3.2.4. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch.....	104
3.2.5. Nhóm giải pháp về phát huy giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch...108	
3.2.6. Nhóm giải pháp xây dựng thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với giá trị văn hóa du lịch...118	
3.3. Kiến nghị	122
3.3.1. Kiến nghị với chính quyền địa phương các cấp, các sở, ban, ngành, đoàn thể của tỉnh	122
3.3.2. Kiến nghị với các cơ sở kinh doanh du lịch.....	124
3.3.3. Kiến nghị với các cơ sở giáo dục, đào tạo của tỉnh	125
III. KẾT LUẬN	127
IV. TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	130
V. PHỤ LỤC.....	135
Phụ lục 1. PHIẾU KHẢO SÁT VÀ NỘI DUNG PHÒNG VẤN.....	135
Phụ lục 2. QUYẾT ĐỊNH XUẤT BẢN PHẨM	148
Phụ lục 3: CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI.....	150

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình triển khai nghiên cứu đề tài “*Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hoá du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”, Ban chủ nhiệm đã nhận được sự giúp đỡ của nhiều tổ chức, cá nhân trong và ngoài tỉnh.

Chúng tôi xin bày tỏ lời cảm ơn sâu sắc tới tập thể lãnh đạo Trường Đại học Hoa Lư; tập thể giảng viên, sinh viên Khoa Văn hoá - Du lịch - Trường Đại học Hoa Lư, Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Ninh Bình đã động viên, khích lệ, giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho chúng tôi trong quá trình thực hiện đề tài. Chúng tôi đặc biệt cảm ơn Sở Văn hoá và Thể thao Ninh Bình (đơn vị đặt hàng đồng thời cũng là đơn vị phối hợp chính), Sở Su lịch Ninh Bình đã tạo điều kiện để chúng tôi tiếp cận các nguồn dữ liệu quan trọng, hỗ trợ quá trình nghiên cứu, khảo sát thực tiễn và thực nghiệm.

Xin trân trọng cảm ơn lãnh đạo Hiệp hội Du lịch tỉnh Ninh Bình; Bảo tàng Ninh Bình; Trung tâm bảo tồn di tích cố đô Hoa Lư; Ban Quản lý Khu du lịch sinh thái Tràng An; Ban Quản lý chùa Bái Đính; Ban Quản lý Khu du lịch Tam Cốc, Bích Động; Vườn Quốc gia Cúc Phương; lãnh đạo chính quyền và cộng đồng người làm du lịch tại các huyện: Gia Viễn, Nho Quan, Hoa Lư, Kim Sơn; các xã Gia Vân, Trường Yên, Gia Sinh, Ninh Hải, Cúc Phương, Ninh Xuân; các doanh nghiệp du lịch, nhà hàng, khách sạn trên địa bàn tỉnh Ninh Bình và các tỉnh, thành phố: Đà Nẵng, Thừa Thiên - Huế, Quảng Nam, Quảng Bình đã có những ý kiến đóng góp, trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ nhiều thông tin hữu ích; đồng thời hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho chúng tôi trong quá trình khảo sát, đối sánh phục vụ nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu của chúng tôi chắc chắn sẽ không tránh khỏi một số thiếu sót, hạn chế. Chúng tôi mong tiếp tục nhận được ý kiến đóng góp của quý vị quan tâm đến nội dung của đề tài trong thời gian tới. Xin trân trọng cảm ơn.

TM. BAN CHỦ NHIỆM ĐỀ TÀI



TS. Nguyễn Mạnh Quỳnh

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

STT	Tên biểu đồ	Trang
Biểu đồ 1:	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về văn hóa ứng xử với khách du lịch trong kinh doanh du lịch của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình	46
Biểu đồ 2:	Đánh giá của lao động trong doanh nghiệp du lịch Ninh Bình về văn hóa ứng xử với khách du lịch khi phục vụ khách du lịch	47
Biểu đồ 3:	Đánh giá của khách du lịch về văn hóa ứng xử của lao động trong doanh nghiệp du lịch Ninh Bình	48
Biểu đồ 4:	Doanh nghiệp du lịch Ninh Bình đánh giá về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp	49
Biểu đồ 5:	Đánh giá của người lao động trong doanh nghiệp du lịch về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp	50
Biểu đồ 6:	Đánh giá của khách du lịch về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp	51
Biểu đồ 7:	Người lao động đánh giá văn hóa ứng xử của khách du lịch	60
Biểu đồ 8:	Doanh nghiệp kinh doanh du lịch đánh giá văn hóa ứng xử của khách du lịch	62
Biểu đồ 9:	Đánh giá của cộng đồng địa phương về văn hóa ứng xử của khách du lịch	64
Biểu đồ 10:	Thời gian lưu trú tại Ninh Bình của khách du lịch nội địa	66
Biểu đồ 11:	Tỷ lệ cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch	70
Biểu đồ 12:	Cảm nhận của cộng đồng địa phương khi có nhiều khách du lịch đến địa phương	70
Biểu đồ 13:	Tỷ lệ cộng đồng địa phương biết đến Bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch	71

DANH MỤC CÁC BẢNG

STT	Tên bảng	Trang
Bảng 1:	Kết quả thực hiện một số chỉ tiêu hoạt động du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2010 - 2021	42
Bảng 2:	Kết quả khảo sát đánh giá văn hóa quản lý du lịch tỉnh Ninh Bình	43
Bảng 3:	Doanh thu từ hoạt động du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2010 - 2021.	52
Bảng 4:	Số liệu khách du lịch đến Ninh Bình giai đoạn 2010- 2021	57
Bảng 5:	Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là người lao động)	58
Bảng 6:	Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là doanh nghiệp kinh doanh du lịch)	61
Bảng 7:	Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của du khách trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là cộng đồng địa phương)	62
Bảng 8:	Số lần đi du lịch Ninh Bình của khách du lịch	65
Bảng 9:	Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là khách du lịch)	66
Bảng 10:	Tổng hợp đánh giá văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch	72
Bảng 11:	Đánh giá của khách du lịch về một số điểm du lịch văn hóa tại Ninh Bình	76
Bảng 12:	Đánh giá về giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch tại Ninh Bình	79

PHẦN THỨ NHẤT: THÔNG TIN CHUNG VỀ ĐỀ TÀI

1. Tên đề tài: Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế

2. Loại đề tài: Thuộc lĩnh vực nghiên cứu Khoa học xã hội và Nhân văn

3. Thời gian thực hiện: Từ tháng 01 năm 2021 đến tháng 11 năm 2022

4. Cấp quản lý: Cấp tỉnh

5. Kinh phí thực hiện:

Tổng kinh phí: 420.000.000 đồng (*Bốn trăm hai mươi triệu đồng*)

Trong đó: - Từ ngân sách sự nghiệp khoa học: 420.000.000 đồng

- Từ nguồn khác: không

6. Đề nghị phương thức khoán chi:

- Khoán đến sản phẩm cuối cùng Khoán từng phần, trong đó:
- Kinh phí khoán: 387.400.000 đ
 - Kinh phí không khoán: 32.600.000 đ

7. Chủ nhiệm đề tài:

Họ và tên: Nguyễn Mạnh Quỳnh Giới tính: Nam

Ngày, tháng, năm sinh: 13/10/1970 Học vị: Tiến sĩ

Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học Hoa Lư

Điện thoại cơ quan: 030.3892895 Mobile: 0913.292.420

Fax: 030.892241

E-mail: nmquynh@hluv.edu.vn

Cơ quan đang công tác: Trường Đại học Hoa Lư - Ninh Bình

Địa chỉ cơ quan: Đường Xuân Thành, thành phố Ninh Bình, tỉnh Ninh Bình

8. Tổ chức chủ trì đề tài:

Tên tổ chức chủ trì: Trường Đại học Hoa Lư

Điện thoại: 02293.892.240

Fax: 02293.892.241

Website: <http://hluv.edu.vn/vi>

Địa chỉ: Đường Xuân Thành, thành phố Ninh Bình, tỉnh Ninh Bình

Họ và tên Hiệu trưởng nhà trường: TS. Vũ Văn Trường

Số tài khoản: 3713.0.1040565 tại Kho bạc Nhà nước tỉnh Ninh Bình

Tên cơ quan chủ quản đề tài: Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình

9. Các tổ chức phối hợp chính thực hiện đề tài:

9.1. Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình

Cơ quan chủ quản: Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình

Điện thoại: 02293.3871.263

Fax: 02293.3871.263

Địa chỉ: Số 6, đường Tràng An, phường Đông Thành, Thành phố Ninh Bình, Tỉnh Ninh Bình

Họ và tên Giám đốc Sở Du lịch: TS.Bùi Văn Mạnh

9.2. Sở Văn hóa và Thể thao tỉnh Ninh Bình

Cơ quan chủ quản: Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình

Điện thoại: 02293.880.470

Địa chỉ: Số 29, Đường Lê Đại Hành, phường Thanh Bình, thành phố Ninh Bình, Tỉnh Ninh Bình

Họ và tên Giám đốc Sở Văn hóa & Thể thao: TS.Nguyễn Mạnh Cường

10. Các thành viên thực hiện đề tài:

STT	Họ và tên học hàm, học vị	Đơn vị công tác	Nhiệm vụ trong đề tài
1	Tiến sĩ Nguyễn Mạnh Quỳnh	Trường Đại học Hoa Lư	Chủ nhiệm
2	Tiến sĩ Bùi Văn Mạnh	Sở Du lịch	Thành viên chính
3	Tiến sĩ Hoàng Diệu Thúy	Trường Đại học Hoa Lư	Thư ký
4	Thạc sĩ Đình Văn Phương	Sở Văn hóa & Thể thao	Thành viên chính
5	Thạc sĩ Đỗ Thị Hồng Thu	Trường Đại học Hoa Lư	Thành viên chính
6	Thạc sĩ Trần Thị Thu	Trường Đại học Hoa Lư	Thành viên chính
7	Thạc sĩ Lê Thị Hiệu	Trường Đại học Hoa Lư	Thành viên chính
8	Thạc sĩ Đặng Mạnh Trường	Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình	Thành viên
9	Thạc sĩ Trương Đức Huy	Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình	Thành viên
10	Cử nhân Trần Thị Nam	Trường Đại học Hoa Lư	Thành viên (Kế toán)

11. Mục tiêu của đề tài

- Đánh giá thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, khảo sát thái độ ứng xử văn hóa và mức độ hài lòng của du khách đối với môi trường văn hóa du lịch Ninh Bình.

- Đề xuất các nhóm giải pháp nhằm phát huy giá trị văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển du lịch bền vững.

12. Phạm vi nghiên cứu và nội dung nghiên cứu

12.1. Phạm vi nghiên cứu

- *Nội dung*: Nghiên cứu thực trạng văn hóa du lịch của tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

- *Thời gian*: Từ năm 2018 đến 6/2022.

12.2. Nội dung nghiên cứu

Nội dung 1. Cơ sở lý luận về văn hóa du lịch.

Nội dung 2. Thực trạng văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình.

Nội dung 3. Giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển bền vững.

13. Cách tiếp cận đề tài, phương pháp nghiên cứu và kỹ thuật sử dụng

13.1. Cách tiếp cận đề tài

Từ nghiên cứu lý luận đến nghiên cứu thực trạng để đề ra giải pháp, xây dựng bộ tài liệu, tổ chức thực nghiệm bộ tài liệu và hoàn thiện bộ tài liệu.

13.2. Phương pháp nghiên cứu và kỹ thuật sử dụng

- *Phương pháp nghiên cứu lý thuyết*: Nghiên cứu các văn bản chỉ đạo của Đảng và Nhà nước, các công trình khoa học khác có liên quan đến đề tài như: văn hóa, văn hóa du lịch, du lịch. Tiến hành tổng hợp các cứ liệu để xác định tổng quan vấn đề nghiên cứu. Dựa trên kết quả phân tích, tổng hợp, so sánh và đối chiếu triển khai xây dựng cơ sở lý luận của đề tài.

- *Phương pháp điều tra, khảo sát, nghiên cứu thực địa*: là phương pháp được sử dụng hiệu quả trong quá trình nghiên cứu văn hóa du lịch bao gồm việc phỏng vấn đại diện cơ quan quản lý; phát phiếu điều tra tới doanh nghiệp du

lịch, khách du lịch, lực lượng làm du lịch; thực tế tại một số khu du lịch nổi tiếng để quan sát, tìm hiểu, phân tích văn hóa du lịch. Phương pháp này giúp bỏ qua các nhân tố trung gian để thu nhận được thông tin có tính chân thực nhất.

- *Phương pháp thực nghiệm*: nhằm xác định mức độ phù hợp, tính đúng đắn, tính khả thi của sản phẩm khoa học.

- *Phương pháp hội thảo*: Thông qua hoạt động thảo luận các nội dung nghiên cứu được bàn bạc kỹ hơn, sâu hơn và bao quát hơn góp phần nâng cao chất lượng vấn đề nghiên cứu.

- *Các phương pháp bổ trợ khác*: Phương pháp nghiên cứu liên ngành, phương pháp thống kê và xử lý số liệu. Số liệu khảo sát điều tra được xử lý trên phần mềm SPSS20.

14. Ý nghĩa

14.1. Ý nghĩa khoa học

- Góp phần làm rõ giá trị văn hóa du lịch Ninh Bình; vị trí, tầm quan trọng của văn hóa trong kinh doanh du lịch; mối quan hệ đặc biệt giữa văn hóa du lịch với yêu cầu phát triển du lịch bền vững.

- Cung cấp cơ sở khoa học cho việc hoạch định đường lối phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, tầm nhìn chiến lược cho phát triển du lịch Ninh Bình.

14.2. Ý nghĩa thực tiễn

- Đánh giá thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình. Phân tích những mặt đã làm được và những mặt còn hạn chế trong quá trình xây dựng văn hóa du lịch Ninh Bình cũng như nguyên nhân của thực trạng đó.

- Xây dựng văn hóa trong kinh doanh du lịch, văn hóa trong cộng đồng dân cư, văn hóa ứng xử giữa các đối tượng tham gia du lịch với nhau và với tài nguyên du lịch, nâng cao ý thức trách nhiệm của mỗi chủ thể khi tham gia hoạt động du lịch.

- Đề xuất hệ thống các giải pháp có tính khả thi góp phần khơi dậy vẻ đẹp tiềm ẩn của con người và vùng đất Cố đô; tạo dựng hình ảnh, xác định vị trí của du lịch Ninh Bình trong lòng du khách; góp phần đưa du lịch Ninh Bình phát

triển bền vững, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

- Nâng cao năng lực nghiên cứu khoa học, kết hợp giữa lý luận và thực tiễn, bổ sung kiến thức cho những người tham gia công tác nghiên cứu trong đề tài.

- Xây dựng hai sản phẩm khoa học: “Bộ tài liệu tập huấn văn hóa du lịch dành cho người dân và những người làm du lịch”; sách chuyên khảo “Văn hóa du lịch Ninh Bình - lý luận và thực tiễn”. Đây là những tài liệu tham khảo hữu ích không chỉ cho giảng viên, sinh viên ngành du lịch mà còn cả cho các cán bộ quản lý du lịch, đội ngũ làm du lịch.

15. Sản phẩm của đề tài:

15.1. Các báo cáo khoa học:

TT	Tên sản phẩm
1	Báo cáo chuyên đề “Cơ sở lý luận về văn hóa du lịch”
2	Báo cáo chuyên đề: “Thực trạng văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình”
3	Báo cáo chuyên đề “Nhận diện và phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”
4	Báo cáo kết quả nghiên cứu đề tài

15.2. Các bài báo, sách chuyên khảo, Bộ tài liệu tập huấn

TT	Tên sản phẩm
1	Bài báo khoa học “Cơ hội và thách thức đối với du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, 2022, Tạp chí Giáo dục và xã hội, ISSN 1859-3917, số 136/197, tr.178-182
2	Bài báo khoa học “Vai trò của văn hóa du lịch trong phát triển bền vững tại Ninh Bình”, 2022, Tạp chí Văn hóa nghệ thuật, ISSN 0866-8655, số 506, tr.75-78
3	Bài báo khoa học “Một số giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, 2022, Tạp chí Giáo dục và xã hội, ISSN 1859-3917, số 136/197, tr.79-82
4	Bài báo khoa học “Yêu cầu đặt ra đối với công tác quản lý, bảo vệ và

	<i>phát huy giá trị các di tích lịch sử - văn hóa làm nền tảng, động lực để xây dựng, phát triển du lịch ở tỉnh Ninh Bình trong giai đoạn hiện nay</i> ”, 2021, Website Sở Văn hóa và Thể thao. http://vhth.ninhbinh.gov.vn
5	Bài báo khoa học “ <i>Núi Dục Thúy và bài ký của Trương Hán Siêu</i> ”, 2022, sách “ <i>Văn hóa du lịch Ninh Bình - Lý luận và thực tiễn</i> ” (2022), Nxb Hà Nội; 2012, Website Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật tỉnh Ninh Bình. http://khoaahockythuat.ninhbinh.gov.vn
6	Sách chuyên khảo “ <i>Văn hóa du lịch Ninh Bình - Lý luận và thực tiễn</i> ”, 2022, Nxb Hà Nội. Mã số sách: 978-604-382-016-4. Số đăng ký: 2591-2022 /CXBIPH/02-168/HN. Quyết định xuất bản số: 2277/QĐ-HN ngày 02/8/2022 của Nhà xuất bản Hà Nội.
7	Bộ tài liệu “ <i>Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch (tài liệu tập huấn dành cho người dân và những người làm du lịch tại Ninh Bình)</i> ”, 2022, Giấy phép xuất bản không kinh doanh số 75/GP-STTTT ngày 20/9/2022 của Giám đốc Sở Thông tin và Truyền thông Ninh Bình.

16. Một số công việc triển khai trong quá trình nghiên cứu

- Sau khi có Quyết định thành lập Ban chủ nhiệm đề tài của Hiệu trưởng Trường Đại học Hoa Lư, Ban chủ nhiệm tổ chức họp, phân công nhiệm vụ cho từng thành viên, xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện nhiệm vụ và tổ chức hoạt động nghiên cứu, thực hiện chế độ báo cáo định kỳ theo quy định. Ban chủ nhiệm duy trì mỗi tháng một lần họp. Tuy nhiên, tùy vào từng thời điểm với những công việc cụ thể, Chủ nhiệm đề tài sẽ triệu tập thêm các cuộc họp khác.

- Hoàn thành tổ chức 04 Hội khoa học. Chủ đề của 04 Hội thảo đều liên quan đến vấn đề nghiên cứu, cụ thể: Hội thảo “*Xây dựng Mẫu phiếu khảo sát, phỏng vấn thực trạng văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình*”; Hội thảo “*Thực trạng văn hoá du lịch tỉnh Ninh Bình*”; Hội thảo “*Giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”; Hội thảo *Bộ tài liệu tập huấn văn hóa du lịch “Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch - Tài liệu dành cho cộng đồng địa phương và lao động làm du lịch tại Ninh Bình”*. Ban chủ nhiệm xây dựng kế hoạch, chuẩn bị nội dung thảo luận, gửi Giấy mời

tới các đại biểu, khách mời theo thuyết minh đề tài. Mỗi buổi hội thảo đều có Biên bản hội thảo, Báo cáo kết quả hội thảo. Lợi ích các hội thảo đem lại là góp phần làm sáng rõ hơn, đầy đủ hơn, chính xác hơn những vấn đề liên quan đến vấn đề nghiên cứu.

- Hoàn thành tổ chức 01 buổi tập huấn kỹ năng khảo sát, phỏng vấn tại các khu du lịch tỉnh Ninh Bình. Ban chủ nhiệm xây dựng kế hoạch, mời giảng viên đến tập huấn, hướng dẫn kỹ năng khảo sát, phỏng vấn. Đối tượng tham dự là thành viên trong Ban chủ nhiệm đề tài và các cộng tác viên được phân công làm nhiệm vụ khảo sát, phỏng vấn, thu thập số liệu thực tế.

- Hoàn thành kế hoạch khảo sát, phỏng vấn. Kết quả thu về 815 phiếu trả lời. Sau Hội thảo về mẫu phiếu khảo sát, phỏng vấn, Ban chủ nhiệm hoàn thiện 04 mẫu phiếu khảo sát và 01 nội dung phỏng vấn. Cụ thể: 01 Mẫu phiếu khảo sát khách du lịch; 01 Mẫu phiếu khảo sát cộng đồng địa phương; 01 Mẫu phiếu khảo sát lao động trong doanh nghiệp làm du lịch; 01 Mẫu phiếu khảo sát doanh nghiệp làm du lịch và 01 Nội dung phỏng vấn chính quyền địa phương các cấp. Do tác động của dịch bệnh Covid-19, nhiệm vụ khảo sát, phỏng vấn phải triển khai thành 02 đợt. (Đợt 1 thực hiện trong tháng 6/2021; Đợt 2 thực hiện trong tháng 12/2021). Trong bối cảnh du lịch đóng cửa vì dịch bệnh, cơ quan quản lý là Sở Khoa học và Công nghệ cho phép không tiến hành khảo sát khách du lịch quốc tế. Nhưng để đảm bảo chất lượng đề tài, Ban chủ nhiệm sau khi nhận được sự đồng ý của đơn vị đặt hàng là Sở Văn hóa và Thể thao đã tiến hành khảo sát, lấy thông tin qua đánh giá của khách du lịch quốc tế tại các trang website uy tín, cụ thể là <https://www.agoda.com>; <https://www.tripadvisor.com>; <https://www.booking.com>. Quá trình khảo sát phỏng vấn thực hiện theo Kế hoạch, có Nhật ký khảo sát, Phiếu trả lời cùng danh sách có chữ ký của người được khảo sát. Trên cơ sở số liệu thu thập, Ban chủ nhiệm đề tài tiến hành nhập liệu, phân tích, xử lý số liệu đánh giá thực trạng chủ yếu bằng phần mềm SPSS 20.

- Hoàn thành kế hoạch đi thực tế một số điểm du lịch tại 04 tỉnh Đà Nẵng, Quảng Nam, Thừa Thiên - Huế, Quảng Bình. Ban chủ nhiệm đã xây dựng kế hoạch, phân công nhiệm vụ, xây dựng lộ trình đi và có Báo cáo kết quả sau đợt

thực tế. Đợt thực tế đã đạt được mục đích đề ra là thu thập thông tin, tư liệu để tổ chức nghiên cứu đối sánh. Một số bài học kinh nghiệm được rút ra từ đợt thực tế là: Kiên định mục tiêu phát triển du lịch bền vững, khai thác thế mạnh, giữ gìn bản sắc là bước đi thông minh trong bài toán phát triển du lịch thời kỳ mới; văn hóa du lịch là nhân tố góp phần quan trọng tạo nên giá trị và sức sống cho mỗi điểm du lịch. Muốn giữ gìn văn hóa, di sản du lịch cần thực hiện “bảo tồn động”, nghĩa là làm cho các di sản văn hóa được sống cùng đời sống xã hội, làm cho di sản thực sự trở thành tài sản theo đúng nghĩa; di sản văn hóa chỉ có giá trị khi được sử dụng trong đời sống xã hội của con người. Do đó cần có kế hoạch khai thác, bảo tồn và phát triển. Điều đó cũng có nghĩa phải biết tái sinh các giá trị của di sản văn hóa trong điều kiện mới; muốn phát triển du lịch, cần nghiên cứu thị trường du lịch tức là kiến tạo các sản phẩm du lịch gắn với thực tế. Các sản phẩm du lịch xa rời thực tế, không gắn với thực tế tức là tự hủy hoại mình; mỗi vùng du lịch đều có cách làm riêng tùy thuộc vào điều kiện thực tế. Việc học tập cần mang tính sáng tạo. Phát triển du lịch ở đâu cũng phải chú trọng vai trò của chính quyền địa phương các cấp, đầu tư xây dựng cơ sở vật chất và đặc biệt là luôn lấy con người làm trung tâm để giải quyết tất cả mọi vấn đề khác trong hoạt động du lịch. Vậy nên, đầu tư xây dựng nguồn nhân lực là đầu tư đem lại lợi nhuận cao nhất.

- Hoàn thành kế hoạch tổ chức 02 lớp thực nghiệm Bộ tài liệu “Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch - Tài liệu tập huấn dành cho cộng đồng địa phương và lao động làm du lịch tại Ninh Bình” nhằm đánh giá giá trị cũng như hoàn thiện nội dung Bộ tài liệu tập huấn. Ban chủ nhiệm đã xây dựng Kế hoạch tổ chức lớp thực nghiệm, mỗi lớp gồm 20 người bao gồm sinh viên ngành Du lịch trường Đại học Hoa Lư, cộng đồng địa phương và doanh nghiệp làm du lịch tại Ninh Bình. Bố trí 02 giảng viên /lớp. Ban chủ nhiệm đã phát phiếu khảo sát lấy ý kiến của người dự về chất lượng của Bộ tài liệu, phân tích, xử lý và xây dựng Báo cáo kết quả của Hội thảo. Các hoạt động này đều thể hiện đầy đủ trong Biên bản tổ chức lớp thực nghiệm.

PHẦN THỨ HAI: KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ TÀI

I. MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, du lịch có điều kiện phát triển với tốc độ nhanh chưa từng có, đã và đang trở thành ngành kinh tế hàng đầu tại nhiều quốc gia. Du lịch góp phần quan trọng vào cơ cấu thu nhập quốc dân, tăng trưởng kinh tế - xã hội, giải quyết nhu cầu việc làm, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân.

Du lịch là ngành kinh tế dịch vụ có tính đặc thù, “mang nội dung văn hóa và nhân văn sâu sắc” [14]. Kinh doanh du lịch chứa đựng đặc trưng riêng biệt, trong đó “mối quan hệ giữa người với người tạo ra một sản phẩm dịch vụ có đặc điểm cùng nhận thức, đánh giá, lựa chọn lẫn nhau” [32]. Mỗi điểm du lịch chỉ thành công khi du khách cảm thấy được thỏa mãn cả về thị hiếu và chất lượng dịch vụ du lịch. Chất lượng dịch vụ du lịch được thể hiện qua sự hài lòng của du khách trên cả hai phương diện vật chất và tinh thần. Mặc dù thuộc lĩnh vực kinh tế, nhưng hoạt động du lịch không đơn thuần là hoạt động kinh tế, nó còn là hoạt động mang đậm tính văn hóa. Do đó, mọi phương diện của hoạt động du lịch dù ở bất cứ hình thức nào cũng có sự hiện diện của văn hóa.

Văn hóa du lịch là sự thể hiện nội dung văn hóa trong lĩnh vực du lịch, được tích lũy và sáng tạo chủ yếu trong hoạt động du lịch; từ công tác lãnh đạo, quản lý, điều hành của các cấp chính quyền, việc tổ chức kinh doanh, phục vụ của doanh nghiệp và cộng đồng tham gia làm du lịch, đến hoạt động tham quan, nghiên cứu, nghỉ dưỡng, trải nghiệm... của khách du lịch. Văn hóa du lịch thuộc giá trị tinh thần, đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc tạo nên ấn tượng, cảm xúc của du khách với điểm du lịch, góp phần khẳng định uy tín, thương hiệu và chất lượng điểm du lịch. Văn hóa du lịch là động lực quan trọng cho phát triển du lịch bền vững.

Hiện nay, theo dự báo của tổ chức du lịch thế giới UNWTO, xu hướng mới trong du lịch ngoài tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí - những nhu cầu

truyền thống của đa số thị trường du lịch (hoặc thị trường du lịch đại chúng), nhiều nhu cầu khác đang hình thành, hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa truyền thống, đó là sự khác biệt, giá trị đặc sắc, sự nguyên bản. Vì vậy, xây dựng văn hóa du lịch là đón bắt đúng xu hướng thị trường du lịch hiện nay.

Đảng và Nhà nước ta đã chỉ đạo xây dựng, phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đồng thời chỉ đạo phải phát triển du lịch theo hướng: “bền vững”; “chuyên nghiệp, chất lượng, hiệu quả” [14]. Năm 2017, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quyết định ban hành Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch [5] và Kế hoạch triển khai thực hiện Bộ quy tắc [6] cho các tỉnh thành. Ninh Bình ngay sau đó đã tích cực chỉ đạo triển khai Kế hoạch này, đồng thời tổ chức các lớp bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp, ứng xử văn minh du lịch cho lao động làm du lịch tại những khu, điểm du lịch trên địa bàn; tổ chức nhiều diễn đàn, hội nghị tuyên truyền thực hiện nếp sống văn minh du lịch...

Ninh Bình - vùng đất kinh đô đầu tiên của vương triều Đại Việt vẫn còn lưu giữ dấu tích về một thời kỳ lịch sử phát triển rực rỡ. Sở hữu cảnh quan kỳ vĩ, nên thơ lại chứa đựng trong đó những câu chuyện lịch sử và huyền thoại giúp Ninh Bình trở thành điểm đến vô cùng hấp dẫn đối với du khách thập phương. Nhận thức rõ về lợi thế và tiềm năng của mình, Ninh Bình sớm ban hành chủ trương “chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tỷ trọng công nghiệp và dịch vụ, nhất là dịch vụ du lịch” [8], phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế trọng yếu. Văn hóa du lịch Ninh Bình chắc chắn sẽ góp phần xác lập vị thế đặc biệt của du lịch Ninh Bình, đồng thời huy động sức mạnh tổng lực nhằm thực hiện thành công mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, quảng bá vẻ đẹp của con người vùng đất Cố đô.

Với những lý do trên, vấn đề “Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế” được lựa chọn làm đề tài nghiên cứu khoa học công nghệ năm 2021 của trường Đại học Hoa Lư.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Đến nay, việc nghiên cứu về du lịch, mối quan hệ giữa văn hóa và du lịch,

du lịch văn hóa đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng. Có khá nhiều công trình khoa học đáng chú ý bàn về vấn đề này như: “Công nghệ du lịch” của Phạm Khắc Thông; “Di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng Việt Nam” của Dương Văn Sáu; “Địa lí thương mại và du lịch” và “Địa lí du lịch Việt Nam” của Nguyễn Minh Tuệ; “Du lịch lễ hội Việt Nam” của Lê Thị Tuyết Mai; “Du lịch và kinh doanh du lịch” của Trần Nhuận; “Tâm lý học du lịch” của Cao Đức Hải; “Tâm lý và nghệ thuật giao tiếp, ứng xử trong kinh doanh du lịch” của Nguyễn Văn Đính và Nguyễn Văn Mạnh, “Du lịch văn hóa và văn hóa du lịch” của Nguyễn Thị Thu....

Nghiên cứu về văn hoá du lịch cũng đã và đang nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Người ta đề cập đến văn hóa du lịch trên nhiều khía cạnh từ đó giúp cho diện mạo của văn hóa du lịch ngày càng định hình rõ nét hơn. Bước đầu nghiên cứu, khảo sát có thể nêu ra một số công trình, bài viết liên quan đến văn hóa du lịch sau:

“Văn hóa du lịch - nguồn lực cốt lõi để phát triển du lịch bền vững” [56] của Nguyễn Văn Lưu. Theo tác giả: “Văn hoá du lịch là sự thể hiện nội dung văn hoá trong lĩnh vực du lịch, được tích lũy và sáng tạo trong hoạt động du lịch bởi bốn chủ thể tham gia vào hoạt động du lịch: khách du lịch, doanh nghiệp du lịch, chính quyền các cấp, và cộng đồng dân cư nơi diễn ra hoạt động du lịch”. Tác giả đưa nhận định: văn hóa du lịch được hình thành và phát triển cùng với hoạt động du lịch. Đây là một phạm trù lớn, thể hiện những giá trị văn hóa của hoạt động quản lý, nghiên cứu, kinh doanh, trải nghiệm du lịch. Văn hóa du lịch góp phần đảm bảo cho du lịch phát triển bền vững.

Tác giả Nguyễn Thị Thu trong bài viết “Du lịch văn hóa và văn hóa du lịch” [59] đã phân biệt sự khác nhau giữa du lịch văn hóa và văn hóa du lịch. Đây là vấn đề có ý nghĩa về mặt lý luận, vì du lịch văn hóa và văn hóa du lịch là khác nhau nhưng rất dễ bị đồng nhất hoặc nhầm lẫn giữa chúng. Bởi vậy quan điểm của tác giả: “Một nhận thức đầy đủ và khôn ngoan trong du lịch văn hóa là lấy văn hóa làm hạt nhân (gồm di tích văn hóa, sản phẩm văn hóa, cảnh quan văn hóa, cơ sở thiết chế văn hóa, không gian văn hóa... gọi chung là giá trị văn

hóa) với tất cả giá trị nguyên thủy của nó mà linh hồn sống chính là “ấn tượng” nó để lại trong lòng du khách thông qua những gì được tiếp cận, từ đó có thể thu nhỏ hình ảnh trong tâm thức được mang về sau cuộc hành trình, bên cạnh sự thoả mãn được đáp ứng mọi yêu cầu về dịch vụ một cách tốt nhất. Đó chính là “văn hóa du lịch” chính là một cách tiếp cận để kế thừa và tiếp tục nghiên cứu.

Nguyễn Cường, Hoàng Văn Nghiệm trong cuốn “Xứ Lạng - Văn hóa và Du lịch” chỉ bàn đến du lịch của Lạng Sơn. Các tác giả phân tích, ngày nay trong xu hướng quốc tế nền kinh tế hội nhập với thế giới, với vị thế địa lý, văn hóa đặc biệt của xứ Lạng đã giúp cho việc giao lưu kinh tế, văn hóa phát triển. Cuốn sách chủ yếu đề cập đến loại hình du lịch văn hóa, loại hình du lịch khai thác các thành tố của văn hóa như: Di tích tôn giáo tín ngưỡng - danh lam thắng cảnh; kiến trúc nghệ thuật - lịch sử văn hóa; di tích tiền sử; di tích cách mạng; hang động sinh thái; văn hóa dân tộc, lễ hội. Các tác giả từ nghiên cứu thực trạng hoạt động du lịch và hệ thống cơ sở hạ tầng ở Lạng Sơn đã đề xuất định hướng khai thác tiềm năng văn hóa du lịch Lạng Sơn như đầu tư về phát triển; trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo; trong phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch địa phương; trong tư vấn đầu tư, tuyên truyền quảng cáo và một số giải pháp khác. Cho dù gián tiếp, nhưng tại đây, văn hóa du lịch Lạng Sơn vẫn được thể hiện với những nét vẽ tương đối sinh động.

Tác giả Hà Lan trong bài “Phát triển du lịch bền vững nhờ “đặc sản” văn hóa” [55] xem đặc sản văn hóa luôn là nguồn tài nguyên quý báu, góp phần làm nên thương hiệu, hình ảnh của mỗi địa phương, tạo thành các sản phẩm du lịch, vừa tạo sự khác biệt, vừa là lợi thế, tiềm năng cho sự phát triển bền vững.

Trong cuốn “Văn hóa kinh doanh” [44] các tác giả phân tích: việc phát huy đúng đắn và có hiệu quả các giá trị của văn hóa vào hoạt động kinh doanh là một trong những nhân tố quan trọng đảm bảo sự phát triển bền vững của các chủ thể kinh doanh. Đồng thời kinh doanh không chỉ đơn thuần vì lợi nhuận mà còn nhằm nâng cao đời sống vật chất tinh thần cho con người - tức là hướng tới yếu tố văn hóa. Trong cuốn sách này, các tác giả đề cập một phần đến văn hóa - chiều sâu của thương hiệu, văn hóa tác động tới quyết định mua hàng của khách.

Cho dù không viết về văn hóa du lịch hoặc lĩnh vực du lịch. Nhưng nếu xét du lịch là một hoạt động kinh doanh thì rõ ràng đây là cuốn sách có ý nghĩa tham khảo hữu ích, một cách tiếp cận gián tiếp về tầm quan trọng của văn hóa trong lĩnh vực du lịch.

Gần đây, nghiên cứu về du lịch Ninh Bình cũng được quan tâm hơn. Một số công trình nghiên cứu đã hướng đến tìm kiếm các giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển của du lịch Ninh Bình sao cho tương xứng với tiềm năng của nó, như “Nghiên cứu, đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch văn hóa ở Ninh Bình đến năm 2020” của Nguyễn Mạnh Quỳnh và các cộng sự; “Nghiên cứu cơ sở khoa học và giải pháp khai thác tiềm năng hang động KARST phục vụ phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình” và “Nghiên cứu, điều tra, đánh giá tài nguyên du lịch. Đề xuất giải pháp khai thác để phát triển du lịch bền vững ở huyện Kim Sơn, tỉnh Ninh Bình” của Nguyễn Ngọc Luyện; “Nghiên cứu xác lập các giải pháp để hình thành và khai thác có hiệu quả hệ thống tour, tuyến, điểm du lịch nhằm thu hút du khách đến Ninh Bình” của Nguyễn Ngọc Khánh; “Phát huy giá trị văn hóa - lịch sử của các lễ hội trong năm du lịch quốc gia 2020” của Hồng Vân; “Biến đổi văn hóa sinh kế của cư dân tại quần thể danh thắng Tràng An trước tác động của du lịch” của Bùi Văn Mạnh; một số nghiên cứu trao đổi tại Hội thảo khoa học với chủ đề “Nghiên cứu, bảo tồn phát huy giá trị di sản Cố đô Hoa Lư” do Sở Văn hóa và Thể thao Ninh Bình phối hợp với Viện Bảo tồn Di tích - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức tại Ninh Bình vào tháng 8 năm 2022 như: “Bảo tồn và phát huy giá trị di sản cố đô Hoa Lư dưới góc độ quản lý nhà nước ở địa phương hiện nay” của Nguyễn Mạnh Cường, “Bảo tồn, phát huy giá trị di sản kinh đô Hoa Lư thế kỷ X” của Nguyễn Cao Tấn, “Nghiên cứu, bảo tồn và phát huy giá trị di sản cố đô Hoa Lư” của Đặng Khánh Ngọc, “Đề xuất về nghiên cứu khảo cổ, bảo tồn và phát huy giá trị di tích cố đô Hoa Lư” của Hà Văn Cận, “Nghiên cứu đánh giá giá trị lịch sử văn hóa kinh đô Hoa Lư qua tài liệu khảo cổ học” của Tống Trung Tín, “Tình hình nghiên cứu di tích cố đô Hoa Lư và những vấn đề đặt ra” của Nguyễn Văn Đoàn - Nguyễn Ngọc Chất, “Đánh giá tổng quát hiệu quả công tác bảo tồn, phát huy giá trị khu di tích cố đô Hoa

Lư trong giai đoạn hiện nay” của Nguyễn Đức Long, “Bảo tồn, phát huy di sản Hoa Lư” của Phạm Quốc Quân, “Bảo tồn và phát huy lễ hội Hoa Lư tỉnh Ninh Bình - Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia” của Vũ Diệu Trung...

Có thể thấy, nghiên cứu về du lịch nói chung, du lịch văn hóa nói riêng cũng như mối quan hệ giữa du lịch và văn hoá đã rất được quan tâm trong thời gian qua. Các nghiên cứu đều thống nhất chỉ ra tầm quan trọng, tác động của của văn hóa đối với phát triển du lịch. Tuy nhiên, việc tổng kết lý luận về văn hóa du lịch một cách có hệ thống, đặc biệt là ứng dụng để nghiên cứu thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay vẫn còn đang bỏ ngỏ, đòi hỏi cần được chú ý nhiều hơn.

II. NỘI DUNG

Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VĂN HÓA DU LỊCH

1.1. Du lịch văn hóa

1.1.1. Du lịch

Ngày nay, khi xã hội càng phát triển thì đời sống của người dân lao động càng được nâng lên. Nhu cầu hiểu biết xã hội và thế giới bên ngoài dần trở thành một nhu cầu tất yếu. Mặt khác, con người luôn có khát vọng tìm hiểu, chiêm lĩnh các giá trị của cuộc sống quanh mình. Du lịch ra đời chính là nhằm đáp ứng nhu cầu đó của con người.

Thuật ngữ “du lịch” được sử dụng trong ngôn ngữ của nhiều nước đều bắt nguồn từ tiếng Hy Lạp với ý nghĩa là “đi một vòng”. Thuật ngữ này được Latinh hóa thành *turnus* và sau đó thành *tourisme* (tiếng Pháp), *tourism* (tiếng Anh)... Trong tiếng Việt, thuật ngữ *tourism* được dịch thông qua tiếng Hán: “du” có nghĩa là “chơi”, “lịch” có nghĩa là “từng trải”. Người Trung Quốc gọi *tourism* là *du lãm* với nghĩa là đi chơi để nâng cao nhận thức.

Tuy nhiên, do nhận thức khác nhau, góc độ nghiên cứu cũng khác nhau mà các học giả nghiên cứu về du lịch có quan niệm khác nhau về du lịch.

Ở Việt Nam, du lịch là một lĩnh vực khá mới mẻ nhưng cũng được các nhà nghiên cứu quan tâm, tìm hiểu ở nhiều góc độ khác nhau và sau đó được thể chế hóa trong Luật Du lịch Việt Nam năm 2017: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác” [12].

Như vậy, *du lịch được tiếp cận là sự di chuyển của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác. Từ đó, phát sinh những hiện tượng và mối quan hệ tác động qua lại lẫn nhau giữa khách du lịch, nhà kinh doanh du lịch, chính quyền sở tại và cộng đồng dân cư địa phương trong quá trình tham gia vào hoạt động du lịch.*

1.1.2. Văn hóa

Trong tiếng Việt, văn hóa là danh từ có một nội hàm ngữ nghĩa khá phong phú và phức tạp. Người ta có thể hiểu văn hóa như một hoạt động sáng tạo của con người, nhưng cũng có thể hiểu văn hóa như là lối sống, thái độ ứng xử, lại cũng có thể hiểu văn hóa như một trình độ học vấn.

Khi nói về văn hóa, ở Việt Nam và trên thế giới có rất nhiều quan điểm khác nhau nhưng tựu chung lại có thể hiểu: *Văn hóa là tổng thể các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra, thông qua các hoạt động của chính mình. Văn hóa bao gồm văn hóa vật chất và văn hóa tinh thần. Văn hóa dân tộc chính là cái còn đọng lại, cái tinh túy nhất không dễ thay đổi của một dân tộc, là cốt cách dân tộc được tích lũy và truyền lại theo không gian và thời gian.*

1.1.3. Du lịch văn hóa

Một trong những động cơ khiến con người đi du lịch là để tìm kiếm những điều mới lạ, mở rộng sự hiểu biết của chính bản thân. Do đó từ khi hình thành đến nay, du lịch luôn có sự gắn kết chặt chẽ với văn hóa bởi văn hóa giữa các vùng miền, giữa các khu vực là không giống nhau, luôn khơi gợi sự tò mò, kích thích sự khám phá của con người. Du lịch được coi như là hành vi thỏa mãn văn hóa và hình thành nên loại hình “du lịch văn hóa”. Văn hoá, bản sắc văn hoá dân tộc được coi là nguồn lực cho hoạt động du lịch phát triển. Du lịch trở thành cầu nối giữa các bộ phận dân cư thuộc các nền văn hoá khác nhau trên thế giới, đồng thời tạo lập mối quan hệ trong cuộc sống giữa quá khứ, hiện tại và tương lai của mỗi dân tộc. Trong quá trình phát triển, hoạt động du lịch được coi là một hiện tượng xã hội và bản thân nó sản sinh ra những đặc thù văn hóa trong hành vi ứng xử của những con người tham gia hoạt động du lịch.

Ở Việt Nam, thuật ngữ Du lịch văn hóa được thể chế hóa trong Luật Du lịch Việt Nam năm 2017, tại Khoản 17, Điều 3: “Du lịch văn hóa là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở khai thác giá trị văn hóa, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại”[12].

Như vậy, *du lịch văn hóa là loại hình du lịch mà điểm đến là các địa chỉ văn*

hóa nhằm thỏa mãn nhu cầu thẩm nhận văn hóa của khách du lịch như tham quan di tích lịch sử, di tích văn hóa, lễ hội, phong tục tập quán, qua đó góp phần bảo tồn phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, đồng thời tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại.

1.2. Văn hóa du lịch

1.2.1. Khái niệm văn hóa du lịch

Nói tới văn hóa du lịch tức là nói tới văn hóa trong một lĩnh vực cụ thể thuộc đời sống xã hội của con người. Nó phải mang những phẩm chất chung của văn hóa và những phẩm chất ấy được biểu hiện trong phạm vi, lĩnh vực cụ thể đó là lĩnh vực du lịch.

Hiện nay, việc nghiên cứu về văn hoá du lịch cũng đang nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu dẫn đến nhiều quan điểm khác nhau về văn hóa du lịch: “Văn hóa du lịch được hiểu theo hai nghĩa: một là cách ứng xử của cán bộ du lịch trong hoạt động du lịch, hai là trình độ thao tác phục vụ trong du lịch (nghĩa là tính chuyên nghiệp thông qua hoạt động đào tạo) [31, tr.27]; hoặc văn hóa du lịch là một ngành khoa học “nghiên cứu, khai thác có chọn lọc các giá trị của văn hóa để phát triển du lịch và nâng cao hàm lượng văn hóa trong các mối quan hệ cung - cầu của hoạt động du lịch, góp phần quảng bá văn hóa, tạo sự phát triển du lịch bền vững” [41, tr.19]; hoặc “văn hóa du lịch không phải là phép cộng đơn giản giữa văn hóa và du lịch mà là sự kết hợp giữa du lịch và văn hóa, là kết quả tinh thần và vật chất do tác động tương hỗ giữa ba nội dung: 1. Nhu cầu văn hóa và tình cảm tinh thần của chủ thể du lịch (du khách); 2. Nội dung và giá trị văn hóa của khách thể du lịch (tài nguyên du lịch) và 3. Ý thức và tố chất văn hóa của người môi giới phục vụ du lịch (hướng dẫn viên, thuyết minh viên, nhân viên điều hành, nhân viên phục vụ...) sản sinh ra” [59, tr.60].

Để tạo sự thống nhất trong công trình nghiên cứu, đề tài thống nhất xác định: *“Văn hóa du lịch là sự thể hiện nội dung văn hóa trong lĩnh vực du lịch, được tích lũy và sáng tạo trong hoạt động du lịch thông qua quan hệ biện chứng giữa chủ thể và tài nguyên du lịch tại nơi diễn ra hoạt động du lịch”.*

1.2.2. Biểu hiện của văn hóa du lịch

Thông qua sự tương tác giữa các chủ thể du lịch với nhau và giữa các chủ thể với tài nguyên du lịch trong hoạt động du lịch đã tạo nên những giá trị văn hóa du lịch. Văn hóa du lịch biểu hiện qua: văn hóa quản lý trong du lịch, văn hóa kinh doanh du lịch, văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch, văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch và các giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch.

1.2.2.1. Văn hóa quản lý trong du lịch

Xem xét, nghiên cứu văn hóa quản lý trong du lịch cần nghiên cứu các giá trị văn hóa trong mối quan hệ giữa các chủ thể quản lý (cơ quan quản lý nhà nước các cấp với những quan điểm, tầm nhìn, chủ trương đường lối phát triển), đối tượng quản lý (doanh nghiệp du lịch, khách du lịch, cộng đồng địa phương) và công cụ quản lý về du lịch (bộ máy hành chính nhà nước, hệ thống các văn bản pháp luật, nghị định, thông tư, chính sách) [33, tr.452].

Một số giá trị văn hóa trong quản lý mang tính tích cực: tổ chức bộ máy quản lý du lịch tinh gọn, hiệu quả; các chủ trương, đường lối phát triển du lịch phù hợp với địa phương thể hiện tầm nhìn và tư duy sáng tạo, tích cực; môi trường pháp lý minh bạch, rõ ràng sát với tình hình thực tế và có ý nghĩa trong việc thúc đẩy sự phát triển du lịch... Bên cạnh đó, có những yếu tố mang tính tiêu cực cần thay đổi như: bộ máy quản lý về du lịch công kênh, làm việc kém hiệu quả, các văn bản pháp lý thiếu tính thực tế và không phù hợp với sự phát triển của du lịch, tình trạng quan liêu, gây trở ngại cho người làm du lịch...

1.2.2.2. Văn hóa kinh doanh du lịch

Theo tiến sĩ Nguyễn Phạm Hùng: ‘Văn hóa kinh doanh du lịch là những thực thể văn hóa thể hiện chuẩn mực xã hội trong toàn bộ quá trình kinh doanh, đặc biệt là quá trình khai thác, sử dụng nguồn lực tự nhiên, nguồn lực văn hóa xã hội và nguồn lực con người nhằm đem lại hiệu quả kinh tế tối ưu’ [33, tr.452]. Như vậy, có thể hiểu văn hóa kinh doanh du lịch là một hệ thống các giá trị, chuẩn mực, quan điểm, hành vi và những giá trị sản phẩm do doanh nghiệp du lịch sáng tạo ra trong quá trình kinh doanh du lịch. Những giá trị đó tạo nên bản sắc riêng của mỗi doanh nghiệp.

Một số biểu hiện giá trị văn hóa kinh doanh du lịch tích cực cần phát huy như: doanh nghiệp tuân thủ pháp luật, hướng tới mục tiêu cùng phát triển và có đóng góp cho xã hội; doanh nghiệp kinh doanh dựa trên uy tín, chất lượng và hiệu quả; xây dựng sản phẩm, dịch vụ có chất lượng; tôn trọng khách hàng; tôn trọng văn hóa lịch sử địa phương, vùng miền; doanh nghiệp cạnh tranh lành mạnh, tôn trọng đạo đức kinh doanh; doanh nghiệp không lãng phí, không tiêu cực, hối lộ; doanh nghiệp không gây ảnh hưởng đến môi trường và làm tốt trách nhiệm xã hội, hướng tới giá trị nhân văn.

Một số biểu hiện cản trở văn hóa kinh doanh du lịch: cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh; tình trạng chặt chém, chèo kéo khách du lịch, kinh doanh chộp giật, lừa đảo chỉ nghĩ lợi ích trước mắt; thiếu trách nhiệm trong tổ chức và thực hiện các dịch vụ đối với khách; kinh doanh không tuân thủ theo đúng luật pháp quy định; nhân viên, người lao động trong các cơ sở kinh doanh có thái độ phục vụ khách không phù hợp, làm việc thiếu chuyên nghiệp, không tận tâm với công việc...

1.2.2.3. Văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch

Văn hóa du lịch của du khách thể hiện rõ nét ở ý thức và hành vi tuân thủ các quy định, nội quy của doanh nghiệp du lịch, khu, điểm du lịch trong quá trình đi du lịch; tôn trọng những giá trị văn hóa tôn giáo, tín ngưỡng, phong tục tập quán khác biệt tại nơi đến; ứng xử văn minh, tôn trọng, trân trọng và biết ơn những người phục vụ dịch vụ du lịch; có thái độ thân thiện, tôn trọng với đồng địa phương; có ý thức trong việc bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch, hình ảnh của điểm đến du lịch, tiết kiệm năng lượng; ủng hộ các sản phẩm du lịch có trách nhiệm; không vi phạm pháp luật khi đi du lịch...

Những hành vi cần thay đổi hoặc chấm dứt để nâng cao văn hóa ứng xử của khách du lịch: không tuân thủ nội quy của các điểm, khu tham quan; vi phạm pháp luật, gây mất trật tự an ninh tại điểm đến; phá hoại tài nguyên du lịch; gây mâu thuẫn với người dân địa phương, người làm du lịch tại điểm đến; không giữ vệ sinh môi trường, xả rác bừa bãi, nói tục nơi công cộng; trang phục không phù hợp tại các nơi tâm linh, tôn giáo; ...

1.2.2.4. Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch

Ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch phụ thuộc vào trình độ phát triển xã hội, trình độ dân trí, ý thức tôn trọng pháp luật, cơ chế chính sách và đặc biệt được quyết định bởi những giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng địa phương.

Một số những giá trị trong văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương cần phát huy như sự hiếu khách, thân thiện, lịch sự, tôn trọng, trung thực, sẵn sàng giúp đỡ khách du lịch, tham gia hoạt động du lịch có trách nhiệm.

Một số những biểu hiện ứng xử của cộng đồng địa phương cần được thay đổi và loại trừ như thái độ thiếu thân thiện, khó chịu với khách du lịch, coi khách du lịch là những người giàu có để ép giá, kinh doanh du lịch chỉ chạy theo lợi nhuận, thiếu trung thực và trách nhiệm...

1.2.2.5. Văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch

Những giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch được thể hiện ở hai khía cạnh, đó là giá trị của tài nguyên văn hóa và sự sáng tạo mang giá trị văn hóa trong các sản phẩm du lịch.

Tài nguyên du lịch được hiểu là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hoá làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch. 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.

Giá trị văn hóa trong các sản phẩm du lịch được thể hiện ở nhiều chi tiết, công đoạn, đó là ý tưởng sáng tạo của những người xây dựng sản phẩm, biết cách khai thác các giá trị của tài nguyên kết hợp với các dịch vụ, một mặt làm gia tăng giá trị của tài nguyên, một mặt hấp dẫn thu hút khách du lịch; việc tổ chức sắp xếp lựa chọn tuyến điểm, phương tiện vận chuyên, cơ sở lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung, thời gian thực hiện một cách phù hợp, hấp dẫn ...

1.2.3. Đặc điểm của văn hóa du lịch

1.2.3.1. Tính hệ thống

Theo GS.TS. Trần Ngọc Thêm, tính hệ thống là một trong những đặc trưng của văn hóa. Tính hệ thống nhìn nhận văn hóa như một chỉnh thể trong đó nó chỉ

ra mối liên hệ giữa các thành tố, các yếu tố của văn hóa; đồng thời tính hệ thống cũng đề cập đến các quy luật vận động và phát triển của văn hóa nhân loại nói chung và văn hóa dân tộc nói riêng [49].

Tính hệ thống trong văn hóa du lịch thể hiện ở mối liên hệ giữa các thành tố, bao gồm: tài nguyên du lịch, khách du lịch và người môi giới trung gian phục vụ du lịch. Đây là mối liên hệ tất yếu, biện chứng; trong đó tài nguyên du lịch được coi là yếu tố cơ bản để hình thành nên sản phẩm du lịch đặc thù của vùng miền, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Khách du lịch là người mua “hàng hóa”, tiêu dùng sản phẩm, góp phần mang lại lợi ích kinh tế - xã hội cho điểm đến. Người môi giới trung gian phục vụ du lịch (doanh nghiệp, hướng dẫn viên, cộng đồng...) là cầu nối giúp cho du khách tiếp cận được tài nguyên du lịch được dễ dàng.

Tính hệ thống trong văn hóa du lịch còn được thể hiện trong các quy luật vận động và phát triển của văn hóa.

Thứ nhất là quy luật kế thừa có chọn lọc, sáng tạo những giá trị văn hóa từ thế hệ này sang thế hệ khác. Quy luật kế thừa tạo nên bề dày và truyền thống văn hóa, thông qua đó, thế hệ sau có thể tìm hiểu về lịch sử dân tộc, quốc gia. Do đó, văn hóa là lăng kính phản chiếu lịch sử, thể hiện nội dung lịch sử sâu sắc. Trong văn hóa du lịch, tài nguyên du lịch là sản phẩm kết tinh của quá trình lịch sử, phản ánh điều kiện tự nhiên, điều kiện xã hội mà nó được sản sinh ra. Mỗi tài nguyên đều mang trong nó những ý nghĩa lịch sử nhất định. Nhờ có tính kế thừa lịch sử mà văn hóa tích lũy cho mình nguồn tài nguyên phong phú, đa dạng, tạo nên hệ thống di sản văn hóa đặc sắc. Đến lượt nó, hệ thống di sản được khai thác và kết hợp với các điều kiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật để trở thành những sản phẩm du lịch đặc thù, làm tăng sức hấp dẫn đối với du khách.

Thứ hai là quy luật giao lưu văn hóa. Giao lưu, tiếp biến là quá trình dung hợp, tích hợp những giá trị tốt đẹp, tích cực, tiên bộ của các nền văn hóa tộc người trong một cộng đồng quốc gia; giữa nền văn hóa của dân tộc này với nền văn hóa của dân tộc khác; nó vừa nâng cao được văn hóa truyền thống; tạo ra những điều kiện để các dân tộc trên thế giới đạt đến những giá trị lý tưởng của

nhân loại (chân - thiện - mỹ). Thông qua hoạt động du lịch, văn hóa của các tộc người trong cộng đồng dân tộc Việt Nam có cơ hội được gặp gỡ, tiếp xúc với các nền văn hóa khác nhau; đồng thời bản thân những người làm du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cũng có cơ hội được tiếp thu những kinh nghiệm, bài học về phát triển du lịch bền vững ở nhiều quốc gia, lãnh thổ trên thế giới.

1.2.3.2. Tính dân tộc

Văn hóa có tính dân tộc bởi nó được hình thành, gìn giữ trong những điều kiện tự nhiên, điều kiện chính trị xã hội, phương thức sản xuất nhất định của cộng đồng. Qua thời gian, những đặc điểm dân tộc dần lắng đọng và định hình nên bản sắc văn hóa dân tộc. Tính dân tộc của văn hóa du lịch được thể hiện ở tài nguyên du lịch/sản phẩm du lịch của điểm đến và đặc điểm tâm lý, ứng xử của khách du lịch.

Thứ nhất, mỗi một dân tộc (quốc gia) đều sở hữu những giá trị văn hóa nổi bật để từ đó văn hóa với tư cách là tài nguyên du lịch, thiết lập nên những sản phẩm du lịch đặc trưng cho mỗi vùng, miền trên lãnh thổ quốc gia ấy. Việt Nam được coi là một trong những điểm đến trong khu vực và trên thế giới yêu thích được khách du lịch quốc tế lựa chọn của bởi sự hấp dẫn của tài nguyên thiên nhiên, sự đa dạng, giàu bản sắc của nền văn hóa bản địa.

Thứ hai, tính dân tộc của văn hóa du lịch được thể hiện trong đặc điểm tâm lý và ứng xử của khách du lịch. Bản sắc văn hóa dân tộc được định hình qua thời gian và không gian, trong sự tương tác giữa con người với tự nhiên và xã hội, từ đó hình thành nên tính cách, tâm hồn, cách cảm, cách nghĩ, cách ứng xử của dân tộc. Xét dưới góc độ tâm lý học, tâm lý con người chịu ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế, xã hội, chính trị, văn hóa và tính cách cộng đồng, vì vậy tâm lý của khách du lịch nói chung, hành vi tiêu dùng của khách du lịch nói riêng đều chịu ảnh hưởng của đặc điểm văn hóa. Bên cạnh các yếu tố về sản phẩm, chất lượng hàng hóa - dịch vụ du lịch; các yếu tố xã hội (giới tính, nghề nghiệp, địa vị...) thì yếu tố văn hóa (sắc tộc, tôn giáo, tâm lý, lối sống...) cũng tác động nhất định đến hành vi tìm kiếm, mua, sử dụng và đánh giá các sản phẩm dịch vụ du lịch

của du khách. Mặt khác, đặc điểm văn hóa - tâm lý của du khách cũng chi phối đến cách thức giao tiếp, ứng xử của khách trong quá trình đi du lịch bên cạnh các yếu tố cá nhân khác như nghề nghiệp, giới tính, địa vị, trình độ...

1.2.3.3. Tính dịch vụ

Du lịch là một ngành kinh tế dịch vụ mang tính tổng hợp cao nhằm thỏa mãn nhu cầu vật chất và tinh thần của du khách, trong đó nhu cầu tinh thần đóng vai trò quyết định. Theo tháp nhu cầu của Abraham H. Maslow (1908 - 1970), trong 5 nhu cầu cơ bản của con người thì nhu cầu du lịch được xếp vào tầng cao nhất (nhu cầu tự thể hiện bản thân), khách đi du lịch ngoài những nhu cầu sinh học, an toàn, xã hội... còn có nhu cầu được khẳng định và thể hiện giá trị cá nhân.

Du lịch là ngành kinh tế mang tính dịch vụ bởi quá trình mua - bán - tiêu thụ sản phẩm du lịch là quá trình có sự gắn kết chặt chẽ giữa bên bán và bên mua, là quá trình diễn ra trong mối quan hệ giữa người với người. Sản phẩm du lịch tuy có sự kết hợp giữa yếu tố vật chất và tinh thần nhưng yếu tố tinh thần chiếm ưu thế và là yếu tố quyết định đến chất lượng sản phẩm. Quá trình nhân viên thực hiện việc cung cấp sản phẩm đến khách hàng cũng là quá trình khách hàng cảm nhận, sử dụng và đánh giá chất lượng sản phẩm - dịch vụ, trong đó có đánh giá về thái độ, ứng xử của nhân viên phục vụ. Ví dụ, Thái Lan là quốc gia có ngành du lịch phát triển, là điểm đến được yêu thích trong khu vực và trên thế giới, nơi được mệnh danh là “đất nước của những nụ cười”. Bên cạnh những di sản văn hóa, những bãi biển đẹp nổi tiếng, những món ăn đặc sắc, Thái Lan còn thu hút du khách bởi văn hóa làm du lịch của cộng đồng, đó là sự thân thiện, hiếu khách. Tất cả những điều đó tạo nên nội hàm văn hóa du lịch Thái Lan.

Là hoạt động mang tính dịch vụ nên văn hóa du lịch còn thể hiện tính thích ứng sâu sắc trước những thay đổi từ các yếu tố bên ngoài. Văn hóa thích ứng trong du lịch được đặc trưng bởi những thay đổi tích cực nhằm đạt được tính mềm dẻo, linh hoạt trong ứng xử, giao tiếp và phục vụ khách du lịch. Tính dịch vụ của văn hóa du lịch còn được biểu hiện ở sự thay đổi trong văn hóa ứng xử của cộng đồng và những người làm du lịch đối với du khách cho phù hợp với xu thế và bối cảnh mới.

1.2.4. Vai trò của văn hóa du lịch trong hoạt động du lịch

1.2.4.1. Văn hóa du lịch có vai trò trong việc tạo những giá trị riêng biệt cho sản phẩm du lịch

Các sản phẩm du lịch được tạo ra theo cách con người khai thác các dịch vụ và tài nguyên du lịch. Do đó, những giá trị riêng biệt của sản phẩm du lịch phụ thuộc vào đặc điểm văn hóa du lịch và tài nguyên của từng vùng, từng khu vực. Khách du lịch có thể trải nghiệm, khám phá nhiều địa phương, đất nước và mỗi nơi đi qua họ sẽ đều có những cảm nhận khác nhau qua những sản phẩm du lịch mang giá trị văn hóa đặc trưng và cách ứng xử, chào đón của cộng đồng địa phương, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý du lịch. Văn hóa du lịch giúp phân biệt sản phẩm, dịch vụ giữa các khu vực khác nhau.

1.2.4.2. Văn hóa du lịch có vai trò xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch

Thương hiệu điểm đến có thể được hiểu là tập hợp những cảm nhận của du khách dựa trên sự trải nghiệm thực tế, nghe kể lại, hoặc tiềm thức của họ đối với những giá trị đích thực của một điểm đến du lịch. Nó tác động tới thái độ và cảm xúc của họ đối với điểm đến. Như vậy có thể thấy, hình ảnh điểm đến tốt đẹp đối với khách du lịch hay không một phần lớn phụ thuộc vào những giá trị văn hóa du lịch mà họ cảm nhận hoặc nghe kể lại thông qua giá trị của các sản phẩm du lịch, văn hóa trong quản lý, văn hóa trong kinh doanh du lịch và các ứng xử của cộng đồng địa phương, lao động trong du lịch. Thương hiệu điểm đến du lịch càng mạnh thì khả năng cạnh tranh và thu hút khách du lịch càng cao và bền vững.

1.2.4.3. Văn hóa du lịch có vai trò là công cụ quản lý mềm trong hoạt động du lịch

Văn hóa có thể trở thành công cụ quản lý mềm trong du lịch xuất phát từ khả năng có thể điều chỉnh, định hướng chuẩn mực và hành vi của các đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch. Sự quản lý du lịch bằng văn hóa được cụ thể thông qua những quy chuẩn văn hóa trong cách quản lý, khai thác và ứng xử trong du lịch. Văn hóa gốc nông nghiệp nói chung, văn hóa Việt Nam nói riêng, tính trọng tình cảm, trọng mối quan hệ, sợ tiếng đồn khiến những cá nhân đi ngược lại giá trị văn hóa được cộng đồng công nhận sẽ dễ bị lên án và đào thải.

Những giá trị văn hóa du lịch được cho là tốt đẹp sẽ được lưu giữ và ngấm trở thành những quy chuẩn cho mọi hành động, do đó xây dựng văn hóa du lịch mạnh mẽ chính là một công cụ quản lý mềm trong hoạt động du lịch.

1.2.4.4. Văn hóa du lịch có vai trò trong việc phát triển du lịch một cách bền vững

Việc xây dựng và phát huy các giá trị văn hóa trong du lịch sẽ góp phần trong việc nâng cao nhận thức và tư duy, để những người làm du lịch nhận thấy được những giá trị văn hóa du lịch tích cực cần phát huy và những yếu tố mang tính tiêu cực cần loại bỏ từ đó sẽ có những hành động thiết thực xây dựng môi trường du lịch văn minh, hướng tới phát triển du lịch bền vững.

1.3. Văn hóa du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế

1.3.1. Bối cảnh hội nhập quốc tế

Trong thời đại ngày nay, hội nhập quốc tế đang là xu thế tất yếu, con đường phát triển không thể nào khác đối với các nước. Hội nhập quốc tế vốn chứa đựng cả hai yếu tố thuận lợi và bất lợi. Thuận lợi và bất lợi chỉ trở thành hiện thực trong những điều kiện cụ thể. Cùng với hội nhập quốc tế, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tác động đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội trong đó có ngành du lịch. Vấn đề này đặt ra yêu cầu ngành du lịch phải nhanh chóng bắt nhịp để không chậm bước trước những chuyển biến mạnh mẽ này.

Dưới sự tác động của hội nhập quốc tế và cuộc cách mạng công nghệ hiện đại, du lịch toàn cầu ngày càng phát triển với những mối liên hệ chặt chẽ. Sự cạnh tranh giữa các quốc gia không chỉ về tài nguyên du lịch mà còn cả các loại hình dịch vụ, trong đó tính đặc sắc, riêng có về mặt văn hóa du lịch là một nhân tố quan trọng tạo sức hút cho du lịch mỗi quốc gia. Các nước buộc phải thận trọng nhìn nhận, xem xét, phân tích khách quan, toàn diện các yếu tố để điều chỉnh chiến lược phát triển du lịch của mình. Chắc chắn, không một nước nào xem nhẹ vai trò của văn hóa du lịch. Tuy nhiên, trong quá trình xử lý để thực hiện thành công chiến lược phát triển ngành du lịch lại tùy thuộc vào tầm nhìn và năng lực của mỗi quốc gia, mỗi chủ thể làm du lịch.

1.3.2. Tác động của hội nhập quốc tế đến văn hóa du lịch

Hội nhập quốc tế tạo điều kiện cho văn hóa du lịch thay đổi. Sự thay đổi diễn ra theo các hướng khác nhau tùy thuộc vào sự tác động của nhiều yếu tố. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, hội nhập quốc tế đẩy văn hóa du lịch vào một nghịch lý phức tạp, đó là vừa có khả năng giao lưu rộng rãi (tích cực), vừa có nguy cơ bị nghèo nàn nghiêm trọng (tiêu cực). Cụ thể:

Một là, ở chiều hướng tích cực cho thấy thông qua hội nhập, quá trình giao lưu văn hóa diễn ra, văn hóa du lịch có cơ hội thu thập những yếu tố tiên tiến và những đặc tính ưu việt của văn hóa du lịch nhiều nơi trên thế giới. Quá trình tiếp nhận đó bồi đắp, hỗ trợ những phần khuyết thiếu của văn hóa du lịch bản địa, làm cho văn hóa du lịch vừa mang tính dân tộc lại vừa mang tính nhân loại.

Hai là, ở chiều hướng tiêu cực, hội nhập quốc tế có nguy cơ làm cho văn hóa du lịch bản địa bị mai một khi bị dòng văn hóa ngoại lai lấn át. Các phong tục tập quán, các giá trị văn hóa đặc sắc vốn là những yếu tố quan trọng tham gia vào việc định hướng giá trị cốt lõi của cộng đồng địa phương nguy cơ bị mai một bởi sự thâm nhập liên tục của dòng văn hóa khác. Nguy cơ văn hóa du lịch truyền thống bị xói mòn bởi sự xuất hiện của dòng văn hóa ngoại lai theo chân du khách thập phương luôn hiện hữu. Thông thường các dòng văn hóa nước lớn rất mạnh mẽ, chi phối nền văn hóa nước nhỏ (trong đó có văn hóa du lịch), chưa kể bản thân các nước nhỏ nhiều trường hợp lại chủ động học tập, biến đổi theo để đáp ứng dòng khách du lịch tiềm năng đến từ những nước lớn.

Các nguy cơ đe dọa văn hóa du lịch ngày càng phức tạp do xu thế hợp tác tiềm ẩn nhiều rủi ro. Xét trong phạm vi rộng, hội nhập quốc tế sẽ dẫn đến toàn cầu hóa kinh tế, các hoạt động kinh tế liên kết giữa các quốc gia tạo thành chuỗi giá trị gia tăng toàn cầu. Nguy cơ bị hòa tan khi tham gia hội nhập luôn hiện hữu. Trong phạm vi hẹp, văn hóa du lịch cũng có thể bị xóa nhòa khi các chủ thể làm du lịch không biết tiếp nhận, tiếp biến văn hóa du lịch mới trên một nền vững chắc, đó là cốt cách của văn hóa du lịch truyền thống.

Hội nhập quốc tế và sự vào cuộc của khoa học công nghệ hiện đại làm cho cuộc cạnh tranh lợi thế diễn ra khốc liệt ngay trên mặt trận thông tin truyền thông. Trên trường đua xác định chỗ đứng của mình, ngành du lịch mỗi nơi phải

nhận thức đầy đủ vị trí trung tâm của văn hóa du lịch với sự hỗ trợ của khoa học công nghệ vì ngành du lịch phát triển.

1.3.3. Văn hóa du lịch với phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Nói tới văn hóa du lịch là nói tới sự đa dạng, sự khác nhau của mỗi điểm du lịch. Bản sắc văn hóa du lịch không chỉ phụ thuộc vào những điều kiện tự nhiên, cội nguồn lịch sử, tập quán tín ngưỡng, sản phẩm du lịch... mà cả hành vi, ý thức của con người - nơi diễn ra hoạt động du lịch. Nơi nào sở hữu văn hóa du lịch độc đáo, biết đón bắt những giá trị văn hóa du lịch tiên bộ, thuận với sự phát triển của nhân loại sẽ tạo sức hút lớn hơn với du khách. Nhận thức này rất quan trọng. Nó đảm bảo cho thái độ tự tin trong quá trình xây dựng và phát triển ngành du lịch ở những nơi mà khoa học kỹ thuật chưa có điều kiện vươn tới.

Văn hóa du lịch tạo động lực cho đổi mới, sáng tạo, phát huy năng lực của các lực lượng làm du lịch. Sức mạnh của văn hóa du lịch được thể hiện trước hết ở sức hấp dẫn tỏa ra từ các chủ thể tham gia hoạt động du lịch. Văn hóa du lịch tự nó đã quảng bá hình ảnh và giá trị của mình.

Xây dựng văn hóa du lịch là quá trình tương tác hai chiều, trong đó một bên thể hiện những giá trị văn hóa thông qua hành vi, ứng xử, giao tiếp được bên kia thừa nhận, đánh giá với thái độ tích cực. Trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng như hiện nay, xây dựng và phát huy các giá trị văn hóa du lịch tức là đưa du lịch phát triển theo chiều sâu. Đó là tổng thể các hoạt động làm cho du lịch được phát triển bền vững, các giá trị văn hóa du lịch, các tài nguyên du lịch được nhận thức một cách đầy đủ, đúng đắn và được khai thác hiệu quả dài lâu. Xây dựng văn hóa du lịch làm cho các giá trị văn hóa du lịch thấm thấu sâu vào nhận thức của các chủ thể hình thành văn hóa ứng xử, giao tiếp, hành động khi tham gia các hoạt động du lịch. Khi văn hóa du lịch được nâng lên một tầm vóc mới, chắc chắn không chỉ lực lượng trực tiếp làm du lịch, mà tất cả mỗi chủ thể tham gia vào quá trình du lịch kể cả người dân địa phương đều là chủ thể có trách nhiệm truyền tải văn hóa du lịch địa phương để ghi lại dấu ấn trong lòng du khách.

Tiểu kết Chương 1

Như vậy, trong phạm vi nghiên cứu của đề tài văn hóa du lịch được tiếp cận dưới góc độ là sự thể hiện nội dung văn hóa trong lĩnh vực du lịch, được tích lũy và sáng tạo trong hoạt động du lịch thông qua quan hệ biện chứng giữa chủ thể và tài nguyên du lịch tại nơi diễn ra hoạt động du lịch. Văn hóa du lịch có tính hệ thống, tính dân tộc. Các thành tố của văn hóa du lịch bao gồm: Văn hóa trong quản lý du lịch, văn hóa kinh doanh du lịch, văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch, văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương đối với hoạt động du lịch và các giá trị văn hóa trong tài nguyên và các sản phẩm du lịch. Văn hóa du lịch tạo nên những giá trị riêng biệt cho mỗi sản phẩm du lịch, góp phần xây dựng thương hiệu điểm đến, tạo ra sức mạnh nội sinh cho sự phát triển du lịch bền vững, đồng thời là công cụ quản lý mềm trong hoạt động du lịch.

Chương 2. THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH

2.1. Khái quát chung về tỉnh Ninh Bình

2.1.1. Vị trí địa lý, đặc điểm tự nhiên Ninh Bình

Ninh Bình là tỉnh có vị trí địa lý nằm ở tọa độ 19⁰47' - 20⁰28' vĩ độ Bắc và 105⁰32' - 106⁰ 10'20'' kinh độ Đông, trên địa bàn trung chuyển của vùng núi Tây Bắc qua đồng bằng châu thổ sông Hồng ra biển Đông. Ninh Bình gần Thủ đô Hà Nội, gần vùng trung tâm kinh tế phía Bắc, lại án ngữ trên các tuyến giao thông quan trọng bậc nhất của Việt Nam theo cả đường bộ, đường sắt và đường thủy nên là cầu nối quan trọng trong giao thương kinh tế - thương mại - du lịch. Đây là vị trí thuận lợi cho giao lưu văn hóa và phát triển du lịch.

Địa hình Ninh Bình đa dạng, vừa có đồi núi và nửa đồi núi, vừa có đồng bằng, vùng trũng và đồng bằng ven biển. Nằm trong vùng nhiệt đới - gió mùa, chịu ảnh hưởng của khí hậu rừng núi và vùng ven biển nên khí hậu Ninh Bình lạnh khô vào mùa đông, mưa nhiều vào mùa hạ, phân hóa nhiệt độ giữa các vùng không nhiều. Điều kiện khí hậu này tương đối thuận lợi cho việc tổ chức các hoạt động du lịch quanh năm. Tất nhiên, mỗi loại hình du lịch khác nhau thì mức độ thuận lợi cũng sẽ khác nhau.

Cùng với địa hình đa dạng, Ninh Bình cũng được thiên nhiên ưu ái ban tặng nhiều tài nguyên phong phú, nhiều cảnh quan, hệ sinh thái độc đáo có giá trị nổi bật tạo lợi thế cho phát triển nhiều loại hình du lịch.

2.1.2. Đặc điểm kinh tế, văn hóa, xã hội Ninh Bình

Ninh Bình được biết đến là vùng đất địa linh nhân kiệt, là kinh đô của Việt Nam thế kỷ X, là trung tâm văn hoá, tôn giáo tín ngưỡng lớn nhất của cả nước trong nhiều thế kỷ, là tiền đề, nền tảng vững chắc cho kinh thành Thăng Long và thủ đô ngàn năm văn hiến. Những nhân tố này tạo ra cho Ninh Bình một vị thế văn hoá không thể thay thế và đang là một điều kiện thuận lợi để phát triển kinh tế, văn hoá và xã hội.

Theo các nhà nghiên cứu, vị trí địa lý của Ninh Bình đã tạo điều kiện cho phát triển một số ngành kinh tế như công nghiệp, nông nghiệp, thương nghiệp, dịch vụ, đánh bắt và nuôi trồng thủy hải sản. Vị trí đó cũng tham gia vào việc sáng tạo nên

không gian văn hóa Ninh Bình đặc sắc, năng động, hình thành ở người Ninh Bình truyền thống cần cù, sáng tạo, đoàn kết, đùm bọc, giúp đỡ lẫn nhau.

Ninh Bình sở hữu nhiều di tích lịch sử văn hóa. Các di tích này quan hệ mật thiết với đời sống tín ngưỡng của người dân từ xa xưa đến nay. Các di tích vẫn đang cất giữ trong nó những giá trị lịch sử - văn hóa độc đáo chưa được khai thác hết. Cần thừa nhận: Hoa Lư đã tạo nên được một nền văn hoá riêng trong thế kỷ X, và đó là cơ sở quan trọng để xây dựng một nền văn hoá mang bản sắc riêng của Ninh Bình [48, tr.15] cho đến tận ngày nay.

Dân Ninh Bình phần lớn theo đạo Phật. Tuy nhiên, từ đầu thế kỷ thứ XVI trở đi Đạo Công giáo du nhập vào và đã trở thành một phần trong đời sống tinh thần của bộ phận dân cư Ninh Bình [45, tr.366]. Vốn là một vùng đất cổ, đã có lúc trở thành trung tâm văn hóa, chính trị bậc nhất của cả nước. Vị thế đặc biệt này cùng vẻ đẹp của thiên nhiên đã thu hút nhiều bậc tài chí tới thăm. Mỗi người họ đi qua đều để lại những dấu ấn văn hoá. “Nhân cách văn hoá của họ đã thấm dần vào văn hoá nơi đây và được con người Ninh Bình tiếp thu, sáng tạo, và làm giàu thêm văn hoá Ninh Bình” [46, tr.76]. Vậy nên, các giá trị văn hoá không ngừng được bồi đắp cùng chiều dài lịch sử. Các giá trị tiếp tục kết tinh tạo nên truyền thống văn hóa đặc sắc Ninh Bình.

2.1.3. Sự hình thành và phát triển du lịch Ninh Bình

Ninh Bình được đánh giá là nơi có cảnh trí “son thủy hữu tình”, lòng dân mộ Phật [45, tr.345]. Chiều sâu văn hóa, lịch sử Ninh Bình gắn liền, hoà quyện thể hiện qua lối sống, tôn giáo góp phần quan trọng vào việc hình thành diện mạo vùng đất Cố đô và tạo nên sức hấp dẫn với nhiều người. Vậy nên, dù thời xa xưa dù khái niệm du lịch chưa hình thành nhưng những chuyến đi với mục đích du lịch đã xuất hiện. Lịch sử ghi lại, ngay từ thời nhà Trần, Ninh Bình đã có nhiều khách đến thăm. Vẻ đẹp non nước hữu tình trở thành nguồn cảm hứng thi ca của nhiều nhân tài, thi sĩ. Những hoạt động với mục đích như du lịch đó kéo dài trong nhiều thời gian.

Năm 1960, mặc dù ngành du lịch ở Việt Nam chính thức ra đời, nhưng thời gian này Ninh Bình cũng như các tỉnh thành trong cả nước đang tập trung nhiệm vụ đấu tranh giải phóng dân tộc. Sau giải phóng, nhân dân Ninh Bình bắt tay xây

dựng, kiến thiết quê hương. Đời sống tuy ngày một cải thiện nhưng nhìn chung kinh tế chưa đủ mạnh, người dân vẫn nghèo nên nhiệm vụ lúc này là tập trung cho khôi phục kinh tế, lấy nông nghiệp là mặt trận hàng đầu. Năm 1986, hoà chung không khí đất nước thực hiện đổi mới, hội nhập quốc tế sâu rộng, du lịch Ninh Bình cũng có điều kiện phát triển hơn trước. Nhìn một cách tổng thể cho tới năm 1989, du lịch và phần lớn các hoạt động dịch vụ du lịch ở Ninh Bình vẫn chỉ được xem là “những hoạt động công cộng phục vụ đời sống văn hoá, tinh thần, vui chơi giải trí và chăm sóc sức khoẻ của nhân dân” [45, tr.670]. Năm 1990, nhờ chính sách mở cửa và hội nhập, du lịch Ninh Bình đã chuyển mình, cơ hội được khởi sắc, vươn lên, phát triển với vai trò của một ngành kinh tế. Ninh Bình chủ trương đưa du lịch và các hoạt động dịch vụ du lịch trở thành một ngành kinh tế của tỉnh và được đầu tư phát triển. Nhìn chung, trước khi tái lập tỉnh, đầu tư cho du lịch còn hạn chế.

Năm 1992 tái lập tỉnh. Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Ninh Bình lần thứ XII xác định cần thiết phải đầu tư phát triển ngành kinh tế du lịch. Năm 1995, Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình được thành lập, lĩnh vực du lịch được quan tâm đầu tư. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 1995 - 2010 xác định những lợi thế của du lịch Ninh Bình trong chiến lược phát triển du lịch của cả nước ... Lúc này, nhiều di tích lịch sử, văn hoá phục vụ cho du lịch, nhiều công trình hạ tầng ở các điểm tham quan du lịch được trùng tu, tôn tạo, nâng cấp hoặc xây dựng mới. Đánh giá thời kỳ này “phát triển ngành du lịch - dịch vụ chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của tỉnh” [29, tr.282].

Đầu năm 1996, 1997 cuộc khủng hoảng tài chính thế giới cũng tác động đến xấu đến ngành du lịch Việt Nam, trong đó có Ninh Bình. Mặc dù năm 1998, 1999 thói quen đi du lịch của người dân đã bắt đầu trở lại, nhưng nhìn chung chưa trở lại mức tăng trưởng như trước. Đến năm 2000, du lịch Ninh Bình có xu hướng phục hồi trở lại với những dấu hiệu lạc quan. Hội nghị Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Ninh Bình khoá XIX đã xác định nội dung phát triển du lịch trên nhiều phương diện. Đầu tư cho phát triển du lịch được quan tâm bằng nhiều nguồn vốn. Các hoạt động dịch vụ du lịch và đầu tư vào dịch vụ du lịch cũng phát triển mạnh, đặc biệt ở khu vực tư nhân, cá thể.

Từ năm 2015, thực hiện Quyết định số 1413/QĐ-TTg của Thủ tướng, tỉnh Ninh Bình đã ban hành nhiều kế hoạch, nghị quyết, đề án xác định rõ vai trò của du lịch với tư cách là một ngành kinh tế có nhiều triển vọng, trên cơ sở khai thác những lợi thế về vị trí và tiềm năng tài nguyên du lịch của địa phương sẽ phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Từ năm 2021 đến nay, tỉnh Ninh Bình đặc biệt quan tâm tới sự phát triển du lịch. Một số nghị quyết quan trọng về phát triển du lịch được ban hành, trong đó phải kể đến Nghị quyết 03-NQ/TU ngày 18/12/2001; Nghị quyết 15-NNQ/TU ngày 13/7/2009 và gần nhất là Nghị quyết 07-NQ/TU ngày 29/10/2021. Ninh Bình có ưu thế nổi trội về tài nguyên du lịch. Với những định hướng đúng đắn chắc chắn chắc chắn tiềm năng tự nhiên, giá trị văn hóa - lịch sử đặc sắc của Ninh Bình sẽ được khai thác hiệu quả, trao cơ hội, điều kiện cho Ninh Bình vươn lên trở thành điểm du lịch hàng đầu của quốc gia và khu vực.

2.2. Thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế

2.2.1. Văn hóa quản lý nhà nước trong du lịch

Ủy ban nhân dân tỉnh và Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố chịu trách nhiệm quản lý nhà nước về du lịch trong phạm vi, quyền hạn và trách nhiệm, cụ thể hóa nghị quyết, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển du lịch phù hợp với thực tế tại địa phương. Công tác quản lý nhà nước về du lịch được phân cấp cụ thể từ cấp tỉnh, cấp huyện, thành phố và các xã, phường, thị trấn trên địa bàn tỉnh. Văn hóa quản lý du lịch Ninh Bình được thể hiện ở các mặt cụ thể sau đây:

Tầm nhìn mang tính chiến lược

Tầm nhìn chiến lược thể hiện thông qua các chủ trương, chính sách phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình trong các giai đoạn cụ thể. Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành nhiều chủ trương chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho ngành du lịch phát triển. Đề cụ thể hóa những văn bản, định hướng và chỉ đạo đó, các công tác triển khai cũng được đồng bộ trên nhiều lĩnh vực như:

Về công tác chỉ đạo, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch và xây dựng các sản phẩm du lịch được chú trọng, đặc biệt là tại những điểm du lịch trọng điểm của Ninh Bình.

Về đầu tư, nâng cao cơ sở hạ tầng các khu điểm du lịch từng bước được đầu tư nâng cấp, hoàn thiện. Tỉnh khuyến khích kêu gọi, tư vấn các nhà đầu tư, đầu tư bằng nguồn vốn ngoài ngân sách vào lĩnh vực du lịch đồng thời quan tâm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đầu tư, xây dựng khách sạn chất lượng và nhà hàng, dịch vụ cao cấp.

Về công tác bảo tồn phát triển các sản phẩm truyền thống, các di sản văn hóa của địa phương để phục vụ du lịch: các sở ban ngành và Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố tiến hành khảo sát, nghiên cứu để lập đề án phát triển các sản phẩm, dịch vụ phục vụ du lịch tại các làng nghề. Nhiều đặc sản Ninh Bình được tổ chức kỷ lục Việt Nam công nhận là món ăn nổi tiếng của Việt Nam và kỷ lục châu Á... Đề án khôi phục, bảo tồn và phát triển nghệ thuật dân tộc cũng được triển khai và thực hiện.

Về công tác phát triển thị trường, xúc tiến và quảng bá du lịch được quan tâm chỉ đạo thực hiện. Ủy ban nhân dân tỉnh phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức thành công nhiều sự kiện quốc gia và quốc tế. Hàng năm, ngành du lịch và các sở, ngành liên quan tổ chức nhiều hội nghị xúc tiến, quảng bá du lịch, tổ chức đón các đoàn phóng viên báo chí, các công ty lữ hành khảo sát tuyến điểm, giới thiệu du lịch Ninh Bình. Xuất bản các ấn phẩm, tài liệu tuyên truyền quảng bá du lịch bằng các thứ tiếng. Phối hợp với các hãng phim trong nước và quốc tế tham quan chọn cảnh ghi hình tại các khu điểm du lịch. Đăng cai, tổ chức nhiều chương trình, sự kiện lớn.

Về chuẩn hóa và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao nhận thức và giáo dục cộng đồng về phát triển du lịch: ngành du lịch phối hợp với các cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch, các đơn vị có liên quan tổ chức tập huấn, bồi dưỡng về nghiệp vụ cho cán bộ, nhân viên ngành du lịch, quản lý cơ sở lưu trú hướng dẫn viên di sản, nghiệp vụ, kỹ năng nghề du lịch...; phối hợp với Ban tuyên giáo tỉnh ủy xây dựng hệ thống các bài thuyết minh làm tài liệu hướng dẫn khách tại một số khu du lịch trọng điểm. Phối hợp với các trường cao đẳng, đại học, khu điểm du lịch mở các lớp bồi dưỡng nâng cao kỹ năng kiến thức du lịch, ngoại ngữ và phong cách giao tiếp văn minh trong du lịch [16].

Sự chỉ đạo của các cấp quản lý du lịch mang tính toàn diện: chú trọng hiệu

quả của công tác quản lý, đào tạo nguồn nhân lực, tạo kế sinh nhai từ du lịch, các chính sách hỗ trợ người lao động, chính sách phát triển sản phẩm, dịch vụ và các chính sách xúc tiến... các văn bản quyết định, hướng dẫn được đưa ra kịp thời nhằm giải quyết những vấn đề do thực tiễn đặt ra.

Tính phối hợp

Sự phối giữa các cấp, các ngành và các bên liên quan đã mang lại hiệu quả cao trong công tác quản lý du lịch. Sự phối hợp đó được thể hiện ở nhiều lĩnh vực, trong đó tiêu biểu nhất là về công tác đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường và quản lý các hoạt động dịch vụ tại các khu điểm du lịch và các đơn vị kinh doanh.

Ủy ban nhân dân tỉnh đã ban hành nhiều quy chế liên quan đến bảo vệ môi trường, khai thác quản lý tài nguyên, ứng xử văn minh trong hoạt động du lịch. Công tác thanh tra, kiểm tra việc thực hiện quy định của nhà nước trong hoạt động kinh doanh du lịch được Sở Du lịch chủ trì phối hợp với các sở, ngành liên quan. Công tác kiểm tra giám sát việc đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm trong các cơ sở kinh doanh phục vụ ăn uống tại các khu điểm du lịch được ngành y tế thường xuyên kiểm tra, xử lý vi phạm. Từ năm 2010, công an tỉnh đã triển khai đề án “Khai báo tạm trú, lưu trú cho người nước ngoài, người Việt Nam trên mạng Internet”. Ngoài ra, về quản lý giá, phí tại các khu du lịch và các cơ sở kinh doanh du lịch, tỉnh cũng đã có những quy định, điều chỉnh mức phí phù hợp với tình hình thực tế. Tỉnh đã thành lập Đoàn liên ngành kiểm tra thực hiện các quy định của nhà nước về giá, phí tại các khu điểm du lịch.

Từ đầu năm 2020, tỉnh kịp thời chỉ đạo các ngành, địa phương, các cơ sở dịch vụ, khu du lịch thực hiện các biện pháp phòng chống dịch theo quy định của nhà nước. Hoạt động hợp tác công tư giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong phát triển và bảo vệ di sản được chú trọng.

Tính hiệu quả

Trong báo cáo tổng kết thực hiện Nghị quyết 15 của BCH Đảng bộ tỉnh Ninh Bình, báo cáo đã chỉ ra được những thành quả nổi bật của du lịch Ninh Bình qua các năm về tốc độ tăng trưởng, về khách du lịch, về doanh thu [16].

Bảng 1: Kết quả thực hiện một số chỉ tiêu hoạt động du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2010 - 2021

KẾT QUẢ THỰC HIỆN MỘT SỐ CHỈ TIÊU HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH GIAI ĐOẠN 2010-2021

TT	Chỉ tiêu	Đ.V.T	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Tăng trưởng bình quân năm từ 2010 - 2020 (%)
I	Tổng số lượt khách	Lượt khách	3,096,589	3,252,234	3,711,994	4,398,767	4,301,569	5,993,208	6,441,472	7,056,235	7,378,618	7,650,000	2,625,354	1,020,985	3.44
II	Doanh thu hoạt động DL	Triệu đồng	551,427	654,148	778,957	897,446	942,779	1,420,973	1,764,965	2,528,283	3,213,293	3,671,051	1,583,275	681,988	16.06
III	Doanh nghiệp lữ hành	doanh nghiệp	12	12	14	18	19	21	19	19	19	19	18	16	4.65
IV	Lao động du lịch	người	8,550	10,100	11,000	12,000	15,500	16,500	18,000	19,420	21,100	21,500	14,500	9,500	6.67

(Nguồn: Sở Du lịch Ninh Bình, năm 2021)

Bảng số liệu cho thấy, trong những năm từ 2010-2019, du lịch Ninh Bình phát triển khá mạnh mẽ và ấn tượng, năm sau thường cao hơn năm trước. Tuy nhiên, từ năm 2020 -2021, do ảnh hưởng từ dịch bệnh Covid-19 làm hoạt động du lịch hầu như bị gián đoạn và ngưng trệ, số lượng khách du lịch, lao động du lịch, doanh thu du lịch suy giảm mạnh. Tuy nhiên, kể từ đầu năm 2022, khi dịch bệnh được kiểm soát, du lịch đã dần được phục hồi. Theo Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội 6 tháng đầu năm 2022 của Cục thống kê, Ninh Bình đã đón ước tính gần 1.778.000 nghìn lượt khách đạt 71,1% kế hoạch năm. Trong đó khách nội địa đạt 1.759.800 nghìn lượt khách, quốc tế 18.200 lượt. Doanh thu ước tính gần 1.054,4 tỷ đồng tăng 88,7% so với cùng kỳ năm trước, đạt 59,7% kế hoạch. Những con số này đã phần nào khẳng định được sự đúng đắn của các chính sách, định hướng phát triển du lịch của tỉnh và tính hiệu quả trong công tác chỉ đạo và kinh doanh du lịch tỉnh Ninh Bình.

Bên cạnh đó, trong những năm qua, du lịch Ninh Bình đã và đang trở thành điểm đến yêu thích của khách nội địa và quốc tế. Năm 2020, Ninh Bình xếp vị trí thứ 10 trong top 20 điểm du lịch bụi tốt nhất thế giới.

Bảng 2: Kết quả khảo sát đánh giá văn hóa quản lý du lịch tỉnh Ninh Bình

Tiêu chí đánh giá	Cộng đồng địa phương	Khách du lịch	Lao động trong doanh nghiệp	Ghi chú
Chính quyền địa phương tuyên truyền, phổ biến các chính sách, pháp luật du lịch cho cộng đồng	3.8			Chỉ khảo sát cộng đồng địa phương
Xây dựng hệ thống biển báo, biển chỉ dẫn đầy đủ, rõ ràng	4.0	4.0		Khảo sát cộng đồng địa phương, khách du lịch
Kịp thời trong việc xử lý các vấn đề phát sinh liên quan đến hoạt động du lịch	3.8	3.8	3.9	
Tạo điều kiện và hỗ trợ cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch	3.9			Chỉ khảo sát cộng đồng địa phương
Đảm bảo an ninh, an toàn tại điểm du lịch	3.9	4.0	4.0	
Đảm bảo vệ sinh môi trường tại điểm du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch	3.9	4.0	3.9	
Có chính sách và nỗ lực trong việc bảo vệ	3.8			Chỉ khảo sát cộng

Tiêu chí đánh giá	Cộng đồng địa phương	Khách du lịch	Lao động trong doanh nghiệp	Ghi chú
các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương				đồng địa phương

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Kết quả theo thang đo 5 mức độ trên cho thấy, những hoạt động trong công tác quản lý du lịch được cộng đồng địa phương, khách du lịch và lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh du lịch đánh giá ở mức điểm từ 3.9 - 4.0 tương đương mức đánh giá “tốt”. Điểm số này khẳng định tính hiệu quả, tầm nhìn và tính phối hợp trong văn hóa quản lý du lịch tỉnh Ninh Bình.

Tuy nhiên, vẫn còn một số mục điểm đánh giá không cao (kết quả khảo sát thực tế và nghiên cứu những đánh giá, bình luận của khách du lịch từ năm 2018-2022 trên trang web du lịch như Tripadvisor.com):

Công tác vệ sinh môi trường và biển báo tại nhiều điểm du lịch thực hiện chưa được tốt. Cụ thể, trên dọc các con đường du lịch và đặc biệt là những con đường dân sinh gần các điểm du lịch, rác thải sinh hoạt có lúc vẫn còn để bừa bãi, hoặc chưa được thu gom xử lý kịp thời. Tại một số điểm du lịch vẫn còn tình trạng thiếu sạch sẽ của các nhà vệ sinh công cộng, rác thải không để đúng nơi quy định.

Hệ thống bản đồ và chỉ dẫn chưa được đặt đúng chỗ và thật sự rõ ràng dẫn đến việc khách bối rối, không rõ thông tin, không tìm được đường tham quan điểm đến hoặc không tham quan hết điểm, thậm chí bị lạc.

Vấn đề về an ninh, an toàn du khách chưa thực sự được đảm bảo, tình trạng khách bị làm phiền bởi sự lôi kéo của cộng đồng bán hàng và chụp ảnh (Tam Cốc); thuyền chở quá tải (bến đò Tràng An); điểm trông giữ xe tự phát lập, chặn xe của khách, dọa nạt khi khách không gửi xe, chặt chém giá gửi xe tùy vào thái độ của khách (Hang Múa) vẫn tồn tại. Những hành vi này đã để lại ấn tượng chưa đẹp cho du khách về điểm du lịch.

Từ khi dịch bệnh Covid-19 xảy ra và diễn biến phức tạp, Ủy ban nhân dân tỉnh và các cơ quan chuyên môn đã có nhiều giải pháp tích cực để vừa bảo vệ an toàn sức khỏe cho du khách và người làm du lịch, vừa để ngành du lịch không

roi vào tình trạng “đóng băng”. Do đó, việc mở cửa các điểm du lịch chậm hơn so với các tỉnh thành khác thể hiện sự thận trọng trong kiểm soát dịch bệnh. Tuy nhiên, kế hoạch phục hồi du lịch cũng có thể ban hành sớm hơn ngay từ giai đoạn tháng 9/2021 khi dịch bệnh trong tỉnh được kiểm soát tương đối ổn định, thực thi những giải pháp cụ thể hơn nữa để kích cầu du lịch thông qua những gói chương trình, sản phẩm trọn gói, đủ hấp dẫn và đảm bảo an toàn du khách.

Việc khai thác các giá trị tài nguyên du lịch chưa thực sự tương xứng với tiềm năng. Các sản phẩm du lịch liên quan đến làng nghề và văn hóa nghệ thuật thiếu và yếu. Công tác điều tra, phân tích và đánh giá nhu cầu của khách đối với du lịch Ninh Bình vẫn chưa được chú ý. Thiếu các số liệu nghiên cứu về cơ cấu khách, đến từ những quốc gia nào đối với khách quốc tế và đến từ những tỉnh thành nào đối với khách nội địa. Chưa thường xuyên điều tra và tổ chức trên diện rộng về những số liệu liên quan đến nhu cầu chi tiêu của khách. Do đó giải pháp về thu hút khách và nâng cao hiệu quả kinh tế về du lịch có những hạn chế.

Quản lý du lịch Ninh Bình đã thể hiện được những giá trị tích cực cần được phát huy nhưng cũng cần nhanh chóng đưa ra những giải pháp kịp thời, đồng bộ, mạnh mẽ và hiệu quả hơn nữa để giải quyết các vấn đề còn tồn tại.

2.2.2. Văn hóa trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch

Ninh Bình là tỉnh có hoạt động du lịch phát triển với sự tham gia kinh doanh của nhiều doanh nghiệp lữ hành, lưu trú, nhà hàng, vui chơi giải trí và phụ trợ khác, từng bước đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch.

Trong bối cảnh phát triển du lịch như hiện nay, các doanh nghiệp du lịch ở Ninh Bình đều chú trọng đến chất lượng dịch vụ du lịch, lấy khách hàng là trung tâm để phục vụ chu đáo, tận tình tạo được dấu ấn trong lòng du khách trong và ngoài nước. Kết quả khảo sát doanh nghiệp du lịch ở Ninh Bình về vị trí của văn hóa du lịch trong doanh nghiệp du lịch cho thấy: các doanh nghiệp du lịch đều có chung đánh giá văn hóa du lịch trong doanh nghiệp rất quan trọng (54%) và quan trọng (36%). Sở dĩ họ có chung đánh giá này bởi vì trong bối cảnh hội nhập quốc tế, muốn khách du lịch đến với doanh nghiệp mình thì đòi hỏi doanh nghiệp phải xây dựng được văn hóa trong doanh nghiệp tạo nên hình ảnh đẹp trong lòng

khách. Chỉ có một số ít doanh nghiệp cho rằng văn hóa du lịch trong doanh nghiệp có vị trí bình thường (10%).

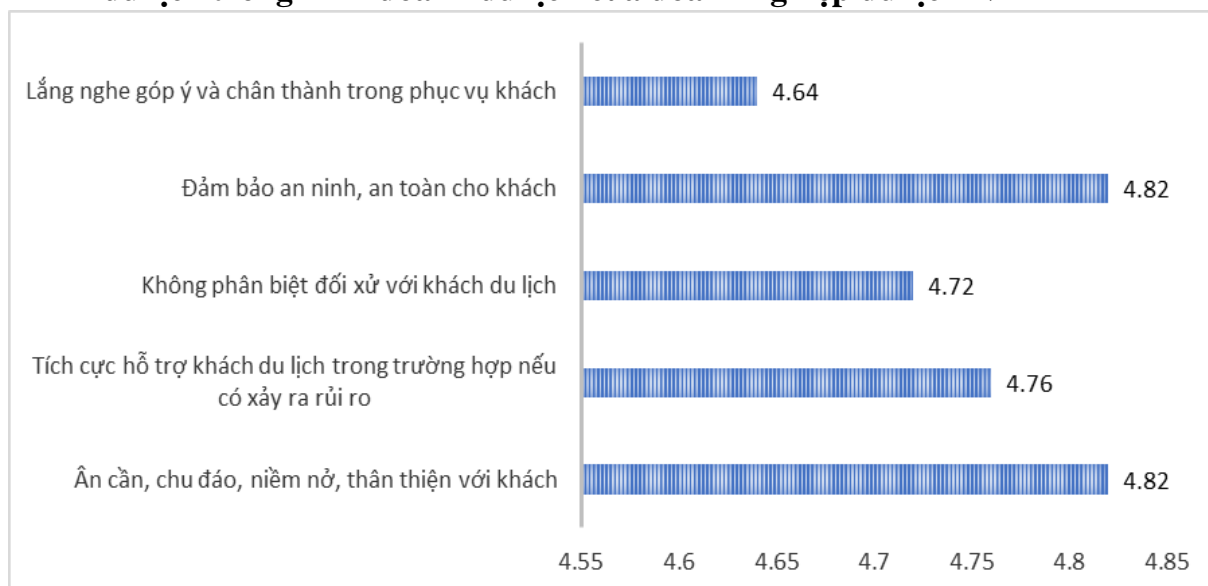
Văn hóa trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình được thể hiện ở những khía cạnh cụ thể sau:

Văn hóa trong ứng xử với khách du lịch

Khách du lịch khi đi du lịch luôn có những đòi hỏi cao về chất lượng dịch vụ cũng như thái độ phục vụ. Vì vậy để thu hút khách du lịch và níu chân khách sử dụng dịch vụ của mình, hầu hết các doanh nghiệp du lịch ở Ninh Bình đều chú trọng đến việc cung cấp các dịch vụ du lịch tốt nhất, thỏa mãn nhu cầu chính đáng, biết lắng nghe những phản hồi của khách để phát triển việc kinh doanh và nâng cao uy tín của doanh nghiệp. Nội dung chủ yếu của phương châm kinh doanh mà các doanh nghiệp du lịch ở Ninh Bình đưa ra là “coi khách hàng là thượng đế”, “khách hàng là người nhà, phục vụ nhiệt tình, chu đáo, tận tâm, mang đến cho khách hàng dịch vụ tốt nhất, phục vụ tận tình, chu đáo, chuyên nghiệp hướng tới sự tin cậy của khách hàng và uy tín của doanh nghiệp”. Chính điều này đã giúp một số doanh nghiệp tạo được thương hiệu trong kinh doanh du lịch.

Qua khảo sát các doanh nghiệp du lịch ở Ninh Bình về văn hóa ứng xử với khách du lịch của doanh nghiệp du lịch cũng cho thấy bản thân các doanh nghiệp đều rất chú trọng đến xây dựng văn hóa ứng xử với khách, cụ thể như sau:

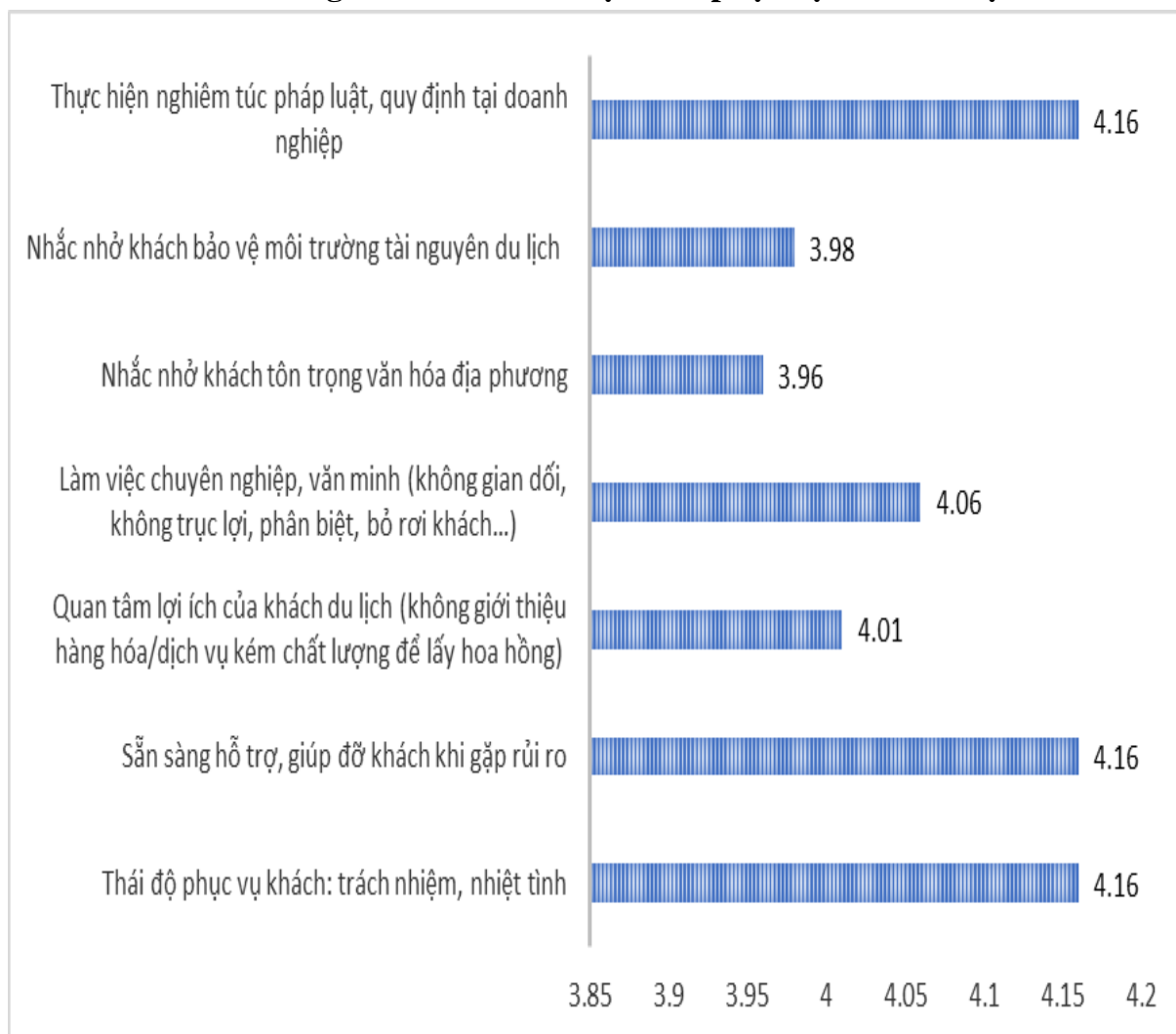
Biểu đồ 1: Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về văn hóa ứng xử với khách du lịch trong kinh doanh du lịch của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Các lao động trong doanh nghiệp du lịch cũng ý thức rất tốt văn hóa giao tiếp ứng xử với khách du lịch khi phục vụ khách.

Biểu đồ 2: Đánh giá của lao động trong doanh nghiệp du lịch Ninh Bình về văn hóa ứng xử với khách du lịch khi phục vụ khách du lịch

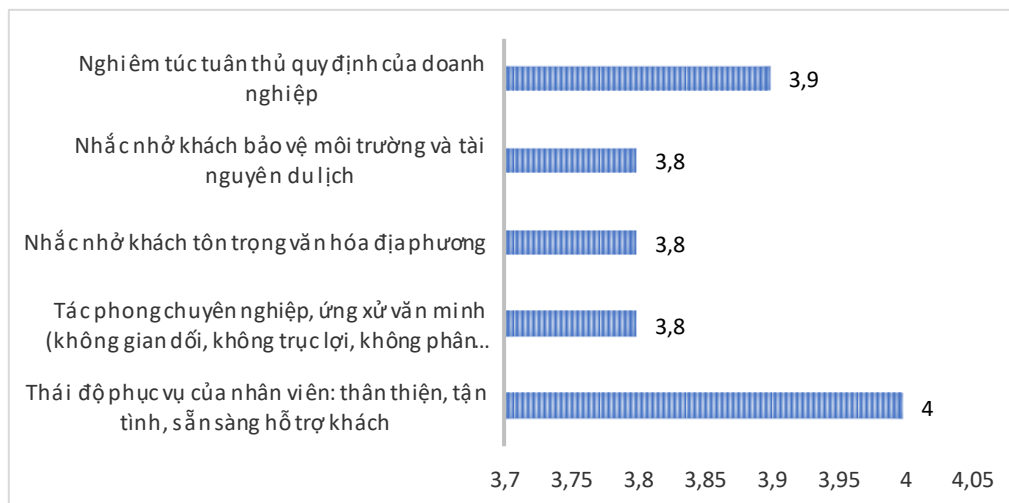


(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Kết quả này cho thấy, văn hóa phục vụ khách của các lao động trong doanh nghiệp du lịch có giá trị trung bình ở mức tương đối cao, người lao động trong doanh nghiệp đóng vai trò khá quan trọng trong việc thực hiện văn hóa du lịch của doanh nghiệp, góp phần quan trọng trong việc tạo uy tín và thương hiệu kinh doanh của doanh nghiệp.

Kết quả khảo sát khách du lịch nội địa đánh giá về văn hóa ứng xử của người lao động trong doanh nghiệp càng khẳng định doanh nghiệp du lịch Ninh Bình rất chú trọng đến văn hóa ứng xử của đội ngũ lao động trong doanh nghiệp. Điều này được thể hiện qua biểu đồ sau:

Biểu đồ 3: Đánh giá của khách du lịch về văn hóa ứng xử của lao động trong doanh nghiệp du lịch Ninh Bình



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Như vậy có thể thấy về văn hóa giao tiếp với khách du lịch trong các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình thực hiện tương đối tốt, tạo được ấn tượng tốt với khách du lịch, góp phần làm nên thương hiệu cho doanh nghiệp du lịch Ninh Bình.

Văn hóa trong hoạt động kinh doanh và quản lý điều hành doanh nghiệp.

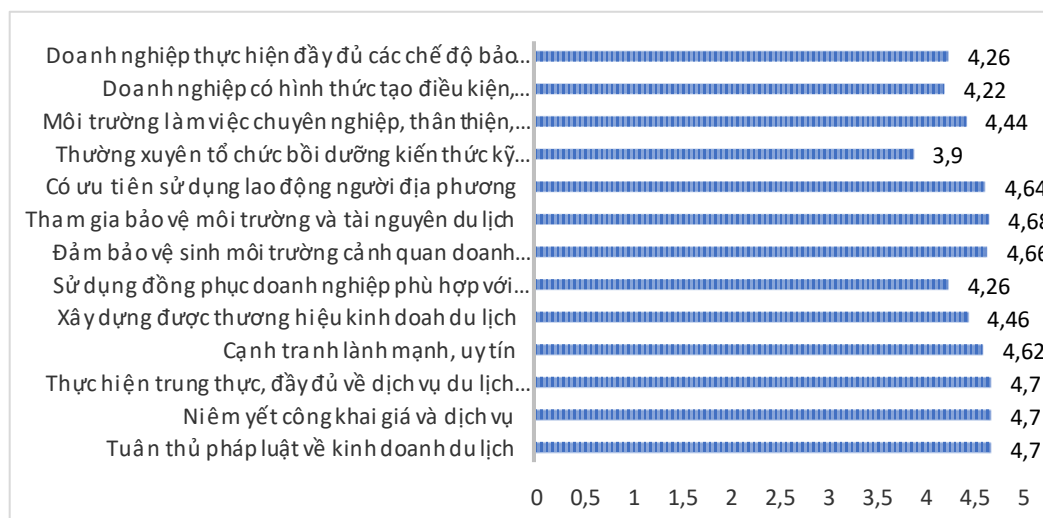
Kinh doanh du lịch không chỉ là hoạt động kinh tế mà còn là hoạt động văn hóa. Hoạt động đó đáp ứng nhu cầu của con người: doanh nghiệp kinh doanh du lịch và khách du lịch - người tiêu dùng du lịch. Đối với doanh nghiệp du lịch là sự sáng tạo các sản phẩm du lịch, đối với khách du lịch - người tiêu dùng du lịch là đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí, hưởng thụ tiện nghi cuộc sống.

Ngày nay trong bối cảnh nền kinh tế phát triển, các doanh nghiệp luôn chú trọng tìm kiếm các cơ hội làm ăn, tối ưu hóa lợi nhuận của doanh nghiệp mình. Vì vậy các doanh nghiệp du lịch rất chú ý đến yếu tố văn hóa trong kinh doanh và quản lý điều hành doanh nghiệp.

Trước tiên, trong kinh doanh các doanh nghiệp du lịch phải luôn tuân thủ pháp luật, hướng tới mục tiêu cùng phát triển và đóng góp cho xã hội. Đối với doanh nghiệp du lịch Ninh Bình điều này thực hiện khá tốt. Kết quả khảo sát cho thấy các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình đều nhận định: trong kinh doanh họ luôn tuân thủ đúng pháp luật về kinh doanh du lịch, niềm yết công khai giá và dịch vụ, thực hiện trung thực, đầy đủ về dịch vụ du lịch đã cam kết với 4.7 điểm.

Điều này được thể hiện qua biểu đồ sau:

Biểu đồ 4: Doanh nghiệp du lịch Ninh Bình đánh giá về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Trong kinh doanh du lịch, việc tuân thủ đúng pháp luật về kinh doanh du lịch, niêm yết công khai giá và dịch vụ, thực hiện trung thực, đầy đủ về dịch vụ du lịch đã cam kết chính là nhằm tạo ra thương hiệu kinh doanh của doanh nghiệp. Thương hiệu kinh doanh có ý nghĩa rất lớn, đảm bảo cho doanh nghiệp có được vị trí thứ hạng trong kinh doanh. Vì vậy các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình rất chú trọng đến việc xây dựng thương hiệu kinh doanh du lịch. Nhiều doanh nghiệp du lịch đã để lại ấn tượng tốt trong lòng khách du lịch về đội ngũ nhân viên ...

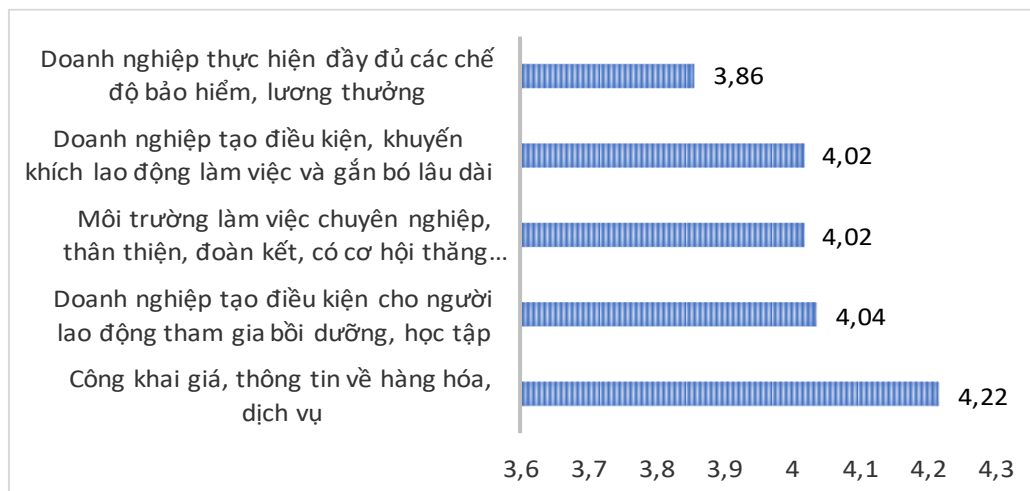
Để có được thương hiệu kinh doanh du lịch, các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình cũng đã rất chú ý tới việc đảm bảo vệ sinh môi trường cảnh quan doanh nghiệp xanh - sạch - đẹp. Đội ngũ nhân viên làm việc trong doanh nghiệp đều sử dụng đồng phục tạo hình ảnh ấn tượng chuyên nghiệp cho khách du lịch. Đội ngũ lao động trong doanh nghiệp được đào tạo bài bản, thường xuyên được bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, môi trường làm việc chuyên nghiệp tạo điều kiện cho người lao động có cơ hội thăng tiến và gắn bó lâu dài. Đặc biệt trong quá trình kinh doanh để nâng cao chất lượng văn hóa du lịch, doanh nghiệp du lịch có sự phối hợp với chính quyền địa phương để ban hành quy định

về đảm bảo an ninh trật tự khu du lịch. Chính vì vậy mà khi khách du lịch sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình đánh giá rất cao các dịch vụ của cơ sở lưu trú.

Cộng đồng địa phương có vai trò rất quan trọng trong phát triển du lịch và bảo tồn các giá trị văn hóa. Vì vậy trong kinh doanh du lịch, các doanh nghiệp đều chú ý ưu tiên sử dụng lao động người địa phương vừa nhằm phát huy văn hóa địa phương trong phát triển du lịch vừa góp phần tạo điều kiện cho người dân địa phương được tham gia làm du lịch, có thêm thu nhập.

Chính vì vậy mà người lao động trong các doanh nghiệp du lịch cũng đánh giá rất cao văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình với giá trị trung bình đạt 4.03 điểm. Trong đó tiêu chí “Công khai giá, thông tin về hàng hóa, dịch vụ” được đánh giá cao nhất, đạt 4.22 điểm, tiêu chí thấp nhất là “Doanh nghiệp thực hiện đầy đủ các chế độ bảo hiểm, lương thưởng” đạt 3.86 điểm.

Biểu đồ 5: Đánh giá của người lao động trong doanh nghiệp du lịch về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp

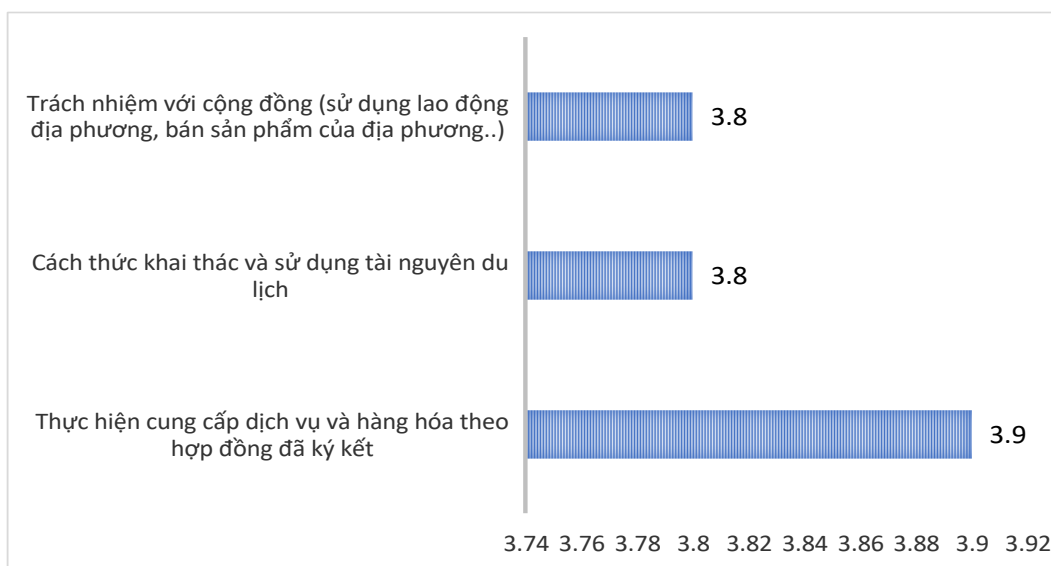


(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Tuy nhiên theo ý kiến của người lao động, việc thực hiện chế độ bảo hiểm, lương thưởng còn chưa được tốt (3.86 điểm). Điều này xảy ra ở một số doanh nghiệp có quy mô nhỏ, chủ yếu là các cơ sở lưu trú homestay.

Khi được hỏi về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình, khách du lịch cũng có những đánh giá rất khách quan cho thấy văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp có những tín hiệu tốt.

**Biểu đồ 6: Đánh giá của khách du lịch
về văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp**



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Để kết nối các doanh nghiệp du lịch ở Ninh Bình chung tay phát triển du lịch, ngày 16 tháng 10 năm 2009, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình đã ký quyết định số 399/QĐ-CT thành lập Hiệp hội du lịch Ninh Bình. Hiệp hội Du lịch Ninh Bình như là “bàn tay nối dài” của cơ quan quản lý du lịch xuống các đơn vị các doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp thành viên, đây là ngôi nhà chung để phản ánh những điều bất cập trong chính sách phát triển, trong công tác xúc tiến thị trường. Hiệp hội Du lịch Ninh Bình đã trở thành đầu mối giúp các doanh nghiệp liên kết hỗ trợ lẫn nhau về kinh tế, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, giúp các doanh nghiệp định hướng thị trường và tham gia điều tiết thị trường, đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Chính vì vậy mà trong kinh doanh, các doanh nghiệp du lịch luôn thực hiện cạnh tranh lành mạnh, tôn trọng đạo đức kinh doanh, doanh thu hoạt động du lịch từ năm 2010 đến năm 2019 liên tục tăng. Điều này được thể hiện qua bảng số liệu sau:

Bảng 3: Doanh thu từ hoạt động du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2010 - 2021

TT	Chỉ tiêu	Đ.V.T	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Tăng trưởng bình quân năm từ 2010 - 2020 (%)
1	Doanh thu hoạt động DL	Triệu đồng	551,427	654,148	778,957	897,446	942,779	1,420,973	1,764,965	2,528,283	3,213,293	3,671,051	1,583,275	681,988	16.06
	- Khách trong nước	" "	339,202	391,147	563,195	681,514	722,399	1,154,199	1,400,375	1,978,527	2,550,168	2,915,629	1,375,436	642,488	19.91
	- Khách quốc tế	" "	212,225	363,001	215,762	215,931	220,380	266,774	364,590	549,757	663,125	755,422	207,839	39,500	10.32
2	*Tổng doanh thu chia ra:														
	- Lưu trú khách sạn, nhà nghỉ	Triệu đồng	97,427	121,598	139,987	146,159	158,143	337,612	311,651	495,467	601,747	666,509	320,964	153,413	19.77
	- Nhà hàng ăn uống	" "	199,010	238,253	290,367	345,097	353,567	510,140	678,582	962,659	1,204,111	1,378,047	605,823	256,461	16.56
	- Vận chuyển	" "	76,911	88,938	98,511	104,485	101,940	93,919	226,123	318,833	447,368	519,455	217,791	93,385	20.23
	- Vé thăm quan	" "	47,917	57,886	87,324	127,506	153,502	278,639	179,601	217,918	229,792	240,302	104,879	42,709	15.90
	- Bán hàng lưu niệm	" "	72,874	82,490	95,493	97,930	97,393	113,576	238,106	335,533	462,359	548,847	187,628	73,251	18.88
	- Các dịch vụ khác	" "	57,288	64,983	67,275	76,269	78,234	87,087	130,902	184,668	267,915	317,891	146,184	62,769	14.53

(Nguồn: Sở Du lịch Ninh Bình, năm 2021)

Như vậy: tốc độ tăng trưởng bình quân năm giai đoạn 2010 - 2019 liên tục tăng; năm 2020 - 2021 do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 mà doanh thu hoạt động du lịch bị giảm sút. Doanh thu hoạt động du lịch ở Ninh Bình chủ yếu từ dịch vụ lưu trú, ăn uống, vé thăm quan và các dịch vụ vận chuyển khác. Trong quá trình phát triển du lịch, nhiều doanh nghiệp đã có ý thức không gây ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và làm tốt trách nhiệm xã hội, hướng tới những giá trị nhân văn.

Có thể thấy khách du lịch đến Ninh Bình trong những năm qua ngày càng tăng là nhờ có những đóng góp rất lớn của các doanh nghiệp du lịch quảng bá tiềm năng, thế mạnh của du lịch Ninh Bình thông qua các sản phẩm du lịch. Bản thân các doanh nghiệp du lịch đã cố gắng tạo nên những sản phẩm du lịch hấp dẫn, hàm chứa nội dung giá trị văn hóa cao làm hài lòng khách du lịch, sản phẩm du lịch thỏa mãn nhu cầu của khách như: xây dựng, khai thác các sản phẩm du lịch chủ yếu bao gồm: Du lịch sinh thái tập trung vào các khu du lịch sinh thái Tràng An, Khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long¹, Vườn Quốc gia Cúc Phương,...; du lịch văn hóa tập trung ở Khu di tích lịch sử - văn hóa Cố đô Hoa Lư, các di tích lịch sử văn hóa thời Đinh, Tiền Lê, Nhà thờ đá Phát Diệm,... du lịch tâm linh tập trung ở chùa Bái Đính, đền Dâu, đền Quán Cháo... mở thêm tuyến 2, tuyến 3 Khu du lịch sinh thái Tràng An, điểm du lịch Tuyệt Tịnh Cốc; xây dựng khu du lịch Tam Cốc - Bích Động trở thành điểm sáng về văn minh, văn hóa và an toàn; du lịch làng nghề truyền thống; khảo sát xây dựng và phát triển mô hình du lịch gắn với phát triển nông nghiệp, nông thôn tại làng hoa Ninh Phúc, cánh đồng dứa Đồng Giao, nghề nuôi trai nước ngọt lấy ngọc... chương trình du lịch du khảo đồng quê ở Khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long; chương trình du lịch chèo thuyền kayak ở Tràng An; chương trình du lịch thả động vật hoang dã về rừng ở Vườn Quốc gia Cúc Phương.... nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách. Từ năm 2018 đến nay, hàng năm Sở Du lịch đã tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh tổ chức

¹ Còn có tên gọi khác là Khu du lịch sinh thái đầm ngập nước Vân Long.

Tuần du lịch Ninh Bình "Sắc vàng Tam Cốc - Tràng An" tạo nên một sản phẩm mới, độc đáo cho du lịch Ninh Bình thu hút hàng trăm nghìn khách du lịch tham quan. Các sản phẩm du lịch gắn với giá trị văn hóa và dịch vụ vui chơi, giải trí về đêm được đẩy mạnh tại Ninh Bình như: sản phẩm "Bái Đính về đêm" được làm mới lại theo hướng tăng thêm trải nghiệm cho khách; tour khám phá văn minh người Việt cổ, tour kết nối cố đô Hoa Lư và kinh thành Thăng Long, tuyến du lịch trên sông từ thành phố Ninh Bình - Tràng An...; phố cổ Hoa Lư; khai thác phố đi bộ và chợ đêm tại thành phố Ninh Bình phục vụ khách du lịch... du lịch nông nghiệp (làng hoa Ninh Phúc, cánh đồng dứa Đồng Giao...)

Về cơ bản văn hóa trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình là tương đối tốt. Hoạt động kinh doanh du lịch những năm qua ở Ninh Bình đã có những bước khởi sắc: hình ảnh, thương hiệu du lịch Ninh Bình đã được khẳng định trên bản đồ du lịch Việt Nam và khu vực, 3 năm liền được các tạp chí, chuyên trang du lịch quốc tế (Teligraph, Tripadvisor, Business Insider) bình chọn là điểm đến hấp dẫn hàng đầu của Việt Nam.

Đại dịch Covid-19 bùng phát từ năm 2020 tác động mạnh tới hoạt động du lịch toàn cầu, làm cho ngành du lịch rơi vào giai đoạn khủng hoảng chưa từng có, kéo lùi sự phát triển của ngành du lịch Ninh Bình hàng chục năm (14 năm). Năm 2021, hoạt động du lịch gần như bị đóng băng. Các khu, điểm du lịch phải đóng cửa gần 7 tháng, thời gian còn lại thì hoạt động cầm chừng; có 250/690 cơ sở lưu trú đóng cửa hoặc phải thu hẹp quy mô. Số lao động bị ngừng, nghỉ việc khoảng 8.600 lao động/tổng số 14.500 lao động trực tiếp toàn ngành chiếm 59,3%. Nhiều lao động bắt buộc phải chuyển dịch sang lĩnh vực khác ở các khu công nghiệp. Dịch bệnh kéo dài khiến các chuỗi cung ứng sản xuất bị đứt gãy, mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh bị đảo lộn, phần lớn các doanh nghiệp đều gặp khó khăn, đặc biệt là doanh nghiệp du lịch. Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch đã thể hiện tinh thần vượt khó, thích ứng với tình hình mới, duy trì hoạt động, giữ việc làm và thu nhập cho người lao động. Ngoài ra các doanh nghiệp còn nêu cao tinh thần yêu nước, tương thân tương ái, lan tỏa yêu thương, trách

nhệm với cộng đồng bằng những đóng góp về vật chất có ý nghĩa cho công tác phòng chống dịch bệnh Covid-19... Sự đóng góp này là minh chứng thể hiện văn hóa doanh nghiệp luôn đồng hành cùng quê hương, đất nước, luôn đặt lợi ích quốc gia, lợi ích cộng đồng lên trên hết.

Bên cạnh đó, trong hoạt động kinh doanh, các doanh nghiệp du lịch vẫn thể hiện một số tồn tại hạn chế là: ít về số lượng, nhỏ về quy mô nên khả năng cạnh tranh chưa cao; sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn, chưa có sự khác biệt tạo nên từ lợi thế; hoạt động xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch còn yếu, hoạt động liên kết hợp tác trong phát triển sản phẩm du lịch còn hạn chế; một số doanh nghiệp du lịch nhỏ chưa chú trọng đến việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp và phục vụ lợi ích cộng đồng; lao động được qua đào tạo còn ít nên chất lượng phục vụ khách du lịch còn hạn chế; một số doanh nghiệp du lịch mới chỉ dừng lại ở việc chú ý đến trang phục làm việc, môi trường làm việc; khen thưởng; đối thoại... chưa có tuyên bố giá trị cốt lõi, tầm nhìn chiến lược của doanh nghiệp để định hướng phát triển doanh nghiệp. Ngoài ra, vẫn còn tồn tại một số cơ sở kinh doanh du lịch xây dựng và hoạt động trái phép. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến công tác quản lý mà còn ảnh hưởng đến vấn đề bảo tồn, phát triển tài nguyên du lịch, môi trường văn hoá du lịch và vấn đề an toàn, an ninh, quyền lợi của du khách. Để du lịch Ninh Bình đạt được mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần tích cực vào quá trình chuyển đổi cơ cấu, phát triển kinh tế - xã hội của địa phương thì doanh nghiệp du lịch cần chú ý đến văn hóa trong kinh doanh và quản lý điều hành doanh nghiệp ở các nội dung: xây dựng văn hóa doanh nghiệp du lịch, tập huấn nâng cao kỹ năng nghề cho đội ngũ người lao động của doanh nghiệp, xây dựng các sản phẩm du lịch độc đáo, hấp dẫn theo thị hiếu của khách du lịch. Tổ chức kinh doanh du lịch theo đúng quy định của pháp luật.

2.2.3. Văn hóa ứng xử của khách du lịch

Theo số liệu thống kê của Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, trong giai đoạn 2010-2021, số lượng khách du lịch đến Ninh Bình tăng trưởng bình quân 3.44%/năm.

Riêng giai đoạn 2010 - 2019 số lượng khách du lịch đến với Ninh Bình có xu hướng ngày càng tăng, năm sau cao hơn năm trước, tốc độ tăng trưởng bình quân 9.96%/năm. Năm 2010, tổng lượt khách du lịch đạt 3,096 triệu lượt, năm 2015 tăng lên 5,993 triệu lượt, năm 2019 đạt 7,650 triệu lượt (gấp 2,4 lần so với năm 2010). Số lượng khách nội địa và quốc tế đều tăng, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng khá chênh lệch (tốc độ tăng trưởng bình quân của khách nội địa là 11.38%/năm; tốc độ tăng trưởng bình quân của khách quốc tế là 4.01%/năm, tính trong giai đoạn 2010 - 2019). Trong hai năm 2020 - 2021 do tác động của đại dịch Covid-19 nên tốc độ tăng trưởng của cả giai đoạn 2010 - 2021 bị kéo xuống, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng về tổng số lượt khách và khách nội địa vẫn đạt dương (lần lượt là 3.44%/năm và 5.03%/năm).

Về cơ cấu khách: năm 2010 khách du lịch nội địa chiếm 78.5% trong tổng số lượt khách, khách du lịch quốc tế chiếm 21.5% ; đến năm 2014 tỉ lệ khách nội địa và quốc tế tương ứng là 88.3 % và 11.7%; đến năm 2019 tỉ lệ của hai nhóm khách này lần lượt là 88.0% (nội địa) và 12.0% (quốc tế); trong giai đoạn 2010 - 2019 tỉ lệ trung bình khách du lịch quốc tế chiếm khoảng 14% trong tổng số lượt khách đến Ninh Bình. Như vậy, số lượng khách đến ngày càng gia tăng theo cả hai nhóm (không kể giai đoạn 2020-2021 do tác động của đại dịch Covid-19), điều này một mặt mang lại những lợi ích rõ rệt trên các lĩnh vực kinh tế - văn hóa - xã hội nói chung; đồng thời cũng có những tác động nhất định đến môi trường và ứng xử của con người trong hoạt động du lịch nói riêng.

Bảng 4: Số liệu khách du lịch đến Ninh Bình giai đoạn 2010 - 2021

Năm	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tổng số lượt	3,096,589	3,252,234	3,711,994	4,398,767	4,301,569	5,993,208	6,441,472	7,056,235	7,378,618	7,650,000	2,625,354	1,020,985
Khách trong nước	2,433,305	2,584,793	3,036,424	3,877,219	3,799,160	5,392,645	5,725,868	6,197,205	6,502,616	6,735,000	2,429,360	1,007,502
Khách quốc tế	663,284	667,441	675,570	521,548	502,409	600,563	715,603	859,030	876,002	915,000	195,994	13,483

(Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, 2021)

Để có cơ sở đánh giá thực trạng văn hóa ứng xử của khách du lịch tại điểm du lịch, đề tài tiến hành khảo sát ý kiến đánh giá của người lao động (150 phiếu), doanh nghiệp du lịch (50 phiếu), cộng đồng địa phương (300 phiếu) và khách du lịch nội địa (300 phiếu) đối với từng tiêu chí. Cụ thể là đánh giá của những đối tượng kể trên về văn hóa của khách du lịch trên các tiêu chí: tuân thủ pháp luật, quy định của điểm du lịch; trang phục; ứng xử; ý thức bảo vệ môi trường cảnh quan và tài nguyên du lịch; thái độ tôn trọng văn hóa địa phương. Kết quả khảo sát được thể hiện thông qua những bảng số liệu dưới đây:

Bảng 5: Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là người lao động)

Đánh giá của người lao động về văn hóa ứng xử của khách					
STT	Tiêu chí đánh giá	Tốt - rất tốt	Trung bình	Chưa tốt	Điểm TB
1	Tuân thủ pháp luật, nội quy, quy định của điểm du lịch	80.7%	19.3%	0	4.0
2	Trang phục lịch sự, phù hợp	60.7%	32%	7,3%	3.7
3	Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng	74.7%	25.3%	0	3.9
4	Bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	65.3%	33.3%	0.7%	3.8
5	Tiết kiệm năng lượng (điện, nước...)	38.7%	57.3%	2.6%	3.3
6	Tôn trọng văn hóa của địa phương	64%	33.3%	2%	3.7

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Tiêu chí thứ nhất: đa số ý kiến đánh giá cho thấy việc tuân thủ pháp luật, quy định, nội quy của Nhà nước, của địa phương và điểm du lịch được khách du lịch thực hiện nghiêm túc, đạt 4/5 điểm, mức điểm cao nhất trong 6 tiêu chí. Kết quả khảo sát này phản ánh thực trạng khách du lịch thường tìm hiểu trước những quy định của điểm đến qua các phương tiện truyền thông đại chúng, các trang website;

đồng thời cũng phản ánh trình độ và ý thức tuân thủ luật pháp của khách du lịch trong quá trình tham gia hoạt động du lịch ngày càng được nâng cao.

Tiêu chí thứ hai (Về trang phục của khách du lịch): đây là tiêu chí được đánh giá có điểm trung bình khá thấp với 3.7/5 điểm. Có những đối tượng chỉ đánh giá việc ăn mặc của khách đạt 2 điểm. Có thể lý giải một phần nguyên nhân của thực trạng trên là sự khác biệt về văn hóa và quan điểm thẩm mỹ giữa các nền văn hóa và giữa các thế hệ trong cùng một nền văn hóa. Do đó việc chấp hành quy định về trang phục tại điểm du lịch, đặc biệt là điểm du lịch tâm linh của một số du khách chưa triệt để.

Tiêu chí thứ ba (đánh giá thái độ ứng xử của khách du lịch): đối với tiêu chí này điểm trung bình là 3.9/5 điểm (chỉ xếp sau tiêu chí tuân thủ pháp luật, quy định của điểm du lịch). Hiện nay đa số khách du lịch đều thể hiện thái độ ứng xử văn minh, thân thiện khi đến bất kỳ một điểm du lịch nào. Điều này phản ánh trình độ ứng xử, nhận thức của du khách ngày càng được nâng cao. Chính thái độ ứng xử của khách cũng có những tác động trở lại đối với ứng xử của những khách thể khác tham gia vào hoạt động du lịch như cộng đồng địa phương, lao động trong doanh nghiệp.

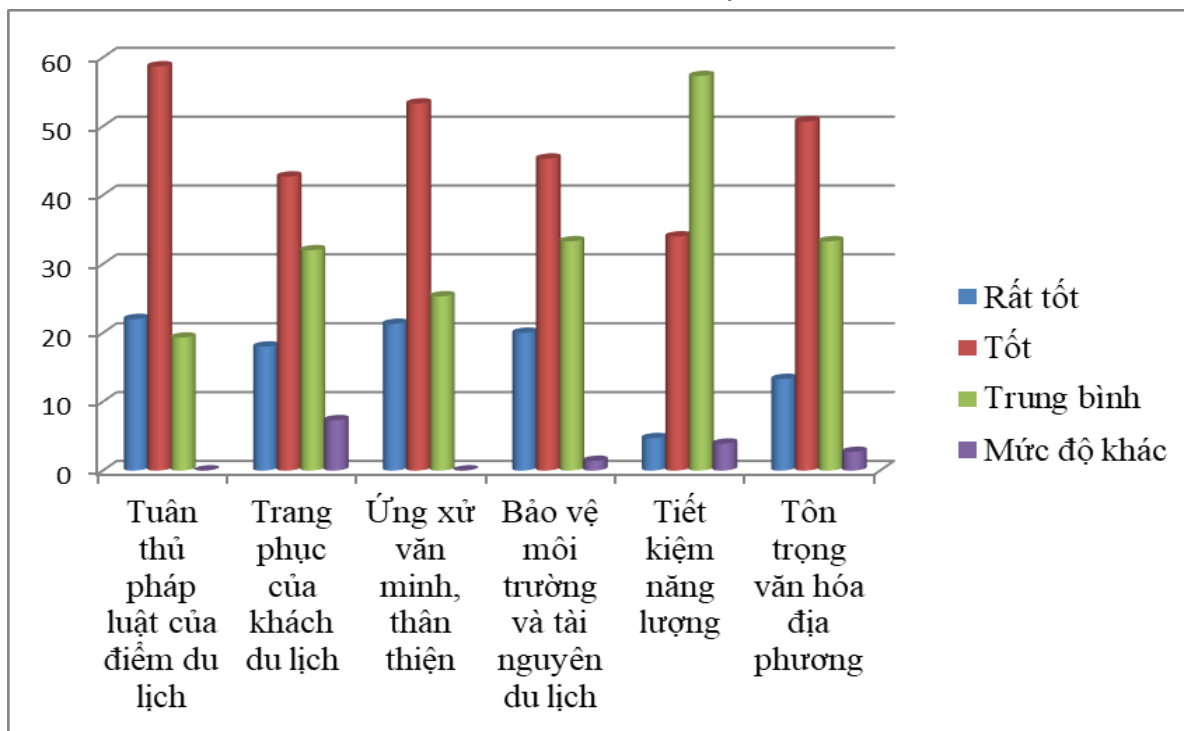
Tiêu chí thứ tư (ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch): được đánh giá ở mức điểm tương đối cao (3.8/5 điểm). Có thể thấy nhận thức và hành động của khách du lịch đối với vấn đề môi trường và tài nguyên được đánh giá tương đối tốt. Tuy nhiên vẫn có một số ít quan điểm cho rằng thái độ ứng xử của khách đối với vấn đề vệ sinh chưa tốt như việc xả rác chưa đúng nơi quy định.

Tiêu chí thứ năm: Vấn đề tiết kiệm năng lượng như năng lượng điện, nước của du khách được đánh giá ở mức điểm trung bình 3.3/5 điểm. Đa số ý kiến đều cho rằng mức độ tiết kiệm năng lượng của khách ở mức độ trung bình (tỉ lệ 57.3%) do một số thói quen như không tắt các thiết bị điện khi ra khỏi phòng khách sạn, sử dụng nước còn lãng phí.

Tiêu chí thứ sáu: thái độ tôn trọng văn hóa, phong tục, tập quán của địa phương, của điểm đến của khách du lịch được đánh giá ở mức điểm trung bình 3.7/5 điểm. Trên 50% số ý kiến cho rằng thái độ tôn trọng văn hóa bản địa của

khách ở mức độ tốt.

Biểu đồ 7: Người lao động đánh giá văn hóa ứng xử của khách du lịch



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Kết quả khảo sát cho thấy văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch ở Ninh Bình ngày càng tốt hơn. Trong đó, việc tuân thủ pháp luật, quy định của điểm du lịch được đánh giá cao nhất, điều này có tác động tích cực đến thái độ, hành vi và ứng xử của nhân viên phục vụ trong quá trình phục vụ, giao tiếp với khách. Tinh thần thượng tôn pháp luật, tôn trọng quy định của địa phương sở tại góp phần tạo ra môi trường du lịch an toàn, văn minh và giải quyết hài hòa lợi ích của các bên liên quan nếu xảy ra tranh chấp, xung đột. Ngoài ra, khách du lịch đến Ninh Bình cũng thể hiện thái độ ứng xử văn minh, thân thiện với nhân viên trong doanh nghiệp, với cộng đồng dân cư; thái độ tôn trọng văn hóa địa phương và có ý thức cao trong việc bảo vệ môi trường, tài nguyên tại điểm du lịch. Tuy nhiên cần có biện pháp để tuyên truyền, động viên một bộ phận nhỏ khách du lịch trong việc sử dụng tiết kiệm năng lượng tại khách sạn, nhà hàng, các công trình vệ sinh công cộng; đồng thời nhắc nhở khách tuân thủ quy định về trang phục của điểm du lịch khi tham quan các di tích lịch sử, văn hóa, các kiến trúc tôn giáo, tín ngưỡng.

Bảng 6: Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là doanh nghiệp kinh doanh du lịch)

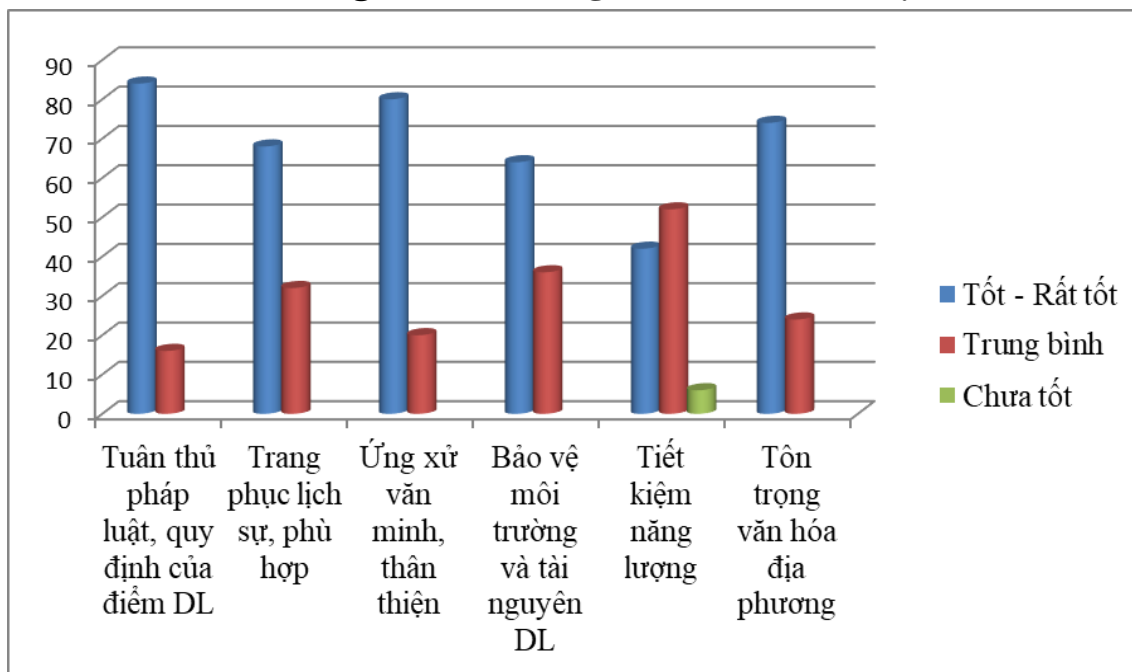
Đánh giá của doanh nghiệp kinh doanh du lịch về văn hóa ứng xử của khách					
STT	Tiêu chí đánh giá	Tốt - rất tốt	Trung bình	Chưa tốt	Điểm trung bình
1	Tuân thủ pháp luật, nội quy, quy định của điểm du lịch	84%	16%	0	4.08
2	Trang phục lịch sự, phù hợp	68%	32%	0	3.84
3	Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng	80%	20%	0	4.04
4	Bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	64%	36%	0	3.80
5	Tiết kiệm năng lượng (điện, nước...)	42%	52%	6%	3.40
6	Tôn trọng văn hóa của địa phương	74%	24%	0	3.90

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Đối với đối tượng khảo sát là doanh nghiệp kinh doanh du lịch, nhìn chung việc đánh giá về ứng xử văn hóa của du khách trong hoạt động du lịch được nhìn nhận ở mức độ tương đối tốt (đạt trung bình 3.86/5 điểm); cao hơn so với mức điểm trung bình của đối tượng khảo sát là người lao động). Trong số 6 tiêu chí được đánh giá, tiêu chí thứ nhất (tuân thủ pháp luật) đạt mức điểm trung bình cao nhất (4.08/5 điểm). Điểm này tương đồng với quan điểm đánh giá của nhóm khảo sát là người lao động. Tiêu chí ứng xử văn minh của khách được xếp ở mức độ cao thứ hai (4.04/5 điểm). Tiêu chí tôn trọng văn hóa địa phương được xếp ở mức thứ ba, đạt điểm trung bình 3.9/5 điểm. Hai tiêu chí về trang phục và ý thức bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch được đánh giá ở mức độ gần ngang nhau (đạt điểm trung bình 3.8/5 điểm). Riêng tiêu chí về tiết kiệm năng lượng, các doanh nghiệp chỉ đánh giá ở mức điểm thấp nhất là 3.46/5 điểm. Điều này thể hiện mức độ tiết kiệm năng lượng của khách còn thấp. Đặc biệt trong các khách sạn, nhà hàng một số du khách chưa có ý thức tiết kiệm điện, gây hiện

tượng lãng phí tài nguyên.

Biểu đồ 8: Doanh nghiệp kinh doanh du lịch đánh giá văn hóa ứng xử của khách du lịch



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Trong 6 tiêu chí đánh giá, mức độ đánh giá tốt và rất tốt đối với văn hóa du lịch của khách xếp từ cao xuống thấp được thể hiện cụ thể như sau: tuân thủ pháp luật và quy định của điểm du lịch (84%); ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng và người lao động (80%); tôn trọng văn hóa của địa phương (74%); trang phục lịch sự, phù hợp với điểm đến (68%); ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch (64%) và ý thức tiết kiệm năng lượng (42%). Như vậy, cả doanh nghiệp kinh doanh du lịch và người lao động làm việc trong doanh nghiệp đều đánh giá cao việc tuân thủ pháp luật, quy định tại điểm du lịch; thái độ, ứng xử văn minh và sự tôn trọng văn hóa bản địa. Ý thức bảo vệ môi trường và tuân thủ quy định về trang phục của du khách cần được cải thiện để tạo ra môi trường du lịch thật sự trong sạch và văn minh.

Bảng 7: Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của du khách trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là cộng đồng địa phương)

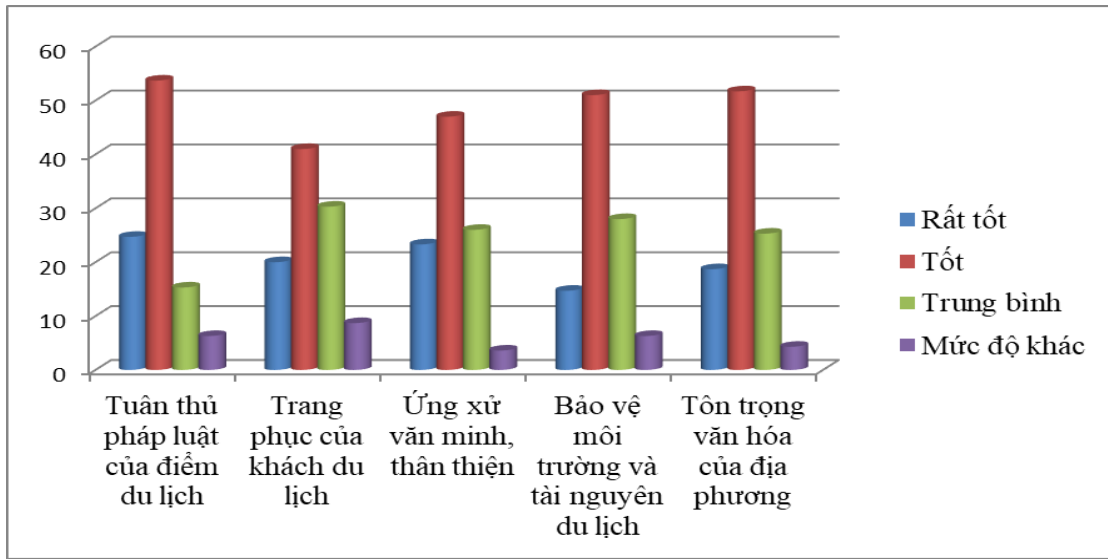
Đánh giá của cộng đồng địa phương về văn hóa ứng xử của khách					
STT	Tiêu chí đánh giá	Tốt -	Trung	Chưa	Điểm

		rất tốt	bình	tốt	Trung bình
1	Tuân thủ pháp luật, nội quy, quy định của điểm du lịch	78.4%	15.3%	7.7%	3.9
2	Trang phục lịch sự, phù hợp	61%	30.3%	7.7%	3.6
3	Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng	70.3%	26%	3.30%	3.8
4	Bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	65.7%	28%	6%	3.7
5	Tôn trọng văn hóa của địa phương	70.4%	25.3%	3%	3.8

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Tiêu chí thứ nhất được đánh giá ở mức điểm cao nhất trong 6 tiêu chí, đạt trung bình 3.9/5 điểm. Như vậy có thể nhận thấy tiêu chí này đều được đánh giá ở mức điểm cao nhất đối với cả 3 đối tượng khảo sát (từ 3.9 đến 4.08/5 điểm). Cộng đồng địa phương đánh giá tiêu chí về trang phục của du khách tại điểm du lịch ở mức điểm thấp nhất trong 6 tiêu chí, đạt 3.6/5 điểm. Điểm này tương đồng với quan điểm đánh giá của đối tượng khảo sát là người lao động trong doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Tiêu chí đánh giá ứng xử văn minh, thân thiện của du khách đạt mức 3.8/5 điểm. Đa số các ý kiến đều đánh giá ứng xử của khách ở mức độ tốt và rất tốt. Tiêu chí về ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch xếp thứ 4 (chỉ xếp trên tiêu chí đánh giá về trang phục), đạt 3.7/5 điểm. Trên 50% số lượt khảo sát đánh giá ý thức bảo vệ môi trường của khách ở mức tốt, rất tốt (65,7%). Tiêu chí về tôn trọng văn hóa địa phương đạt mức điểm 3.8/5 điểm. Đa số lượt khảo sát đều đánh giá ý thức tôn trọng văn hóa bản địa của du khách ở mức tốt trở lên.

Biểu đồ 9: Đánh giá của cộng đồng địa phương về văn hóa ứng xử của khách du lịch



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Trong số 5 tiêu chí đánh giá về văn hóa du lịch của khách du lịch, cộng đồng đánh giá cao việc tuân thủ quy định của điểm du lịch như tuân thủ việc đỗ, gửi xe; xếp hàng khi mua vé, tuân thủ quy định về bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch. Tuy nhiên, cộng đồng địa phương cũng đánh giá việc tuân thủ quy định ăn mặc ở số ít khách du lịch còn chưa tốt, chưa thật phù hợp với văn hóa địa phương.

Như vậy đối với cả 3 đối tượng khảo sát là người lao động, doanh nghiệp kinh doanh du lịch và cộng đồng địa phương, mức độ đánh giá về 6 tiêu chí ứng xử văn hóa của khách du lịch đều có những điểm tương đồng. Tiêu chí thứ nhất về tuân thủ luật pháp luôn được đánh giá ở mức rất tốt. Tiêu chí thường được đánh giá ở mức tương đối tốt là tiêu chí về trang phục và tiết kiệm năng lượng, trong đó tiêu chí về trang phục được đánh giá thấp nhất ở hai đối tượng khảo sát là người lao động và cộng đồng địa phương. Các tiêu chí còn lại đều được đánh giá ở mức độ tốt là ứng xử văn minh, tôn trọng văn hóa địa phương và ý thức bảo vệ môi trường cảnh quan, tài nguyên du lịch.

Đối với mẫu phiếu khảo sát khách du lịch nội địa (300 phiếu) đề tài cũng tiến hành nghiên cứu mức độ đánh giá về văn hóa ứng xử của bản thân khách du lịch khi đến Ninh Bình. Các nội dung khảo sát cụ thể như sau:

Thứ nhất: Khảo sát về số lần đi du lịch Ninh Bình của khách du lịch

Bảng 8: Số lần đi du lịch Ninh Bình của khách du lịch

Số lần đi du lịch Ninh Bình	Tần suất	Tỉ lệ %
Lần thứ nhất	88	29.3
Lần thứ hai	81	27
Lần thứ ba	48	16
Trên ba lần	83	27.7
Tổng	300	100

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Với câu hỏi thứ nhất liên quan đến số lần đến Ninh Bình du lịch, số khách đến lần thứ nhất, lần thứ hai và trên ba lần chiếm tỉ lệ tương đối đều nhau (trên 27%). Đối với khách đến Ninh Bình lần thứ ba chiếm tỉ lệ thấp hơn (16%). Số lượt khách lựa chọn lần thứ hai và trên ba lần có thể được lý giải bởi số lượng khách du lịch được khảo sát trong thời gian khảo sát là người Ninh Bình và các tỉnh lân cận như Nam Định, Hà Nam, Thái Bình chiếm số lượng tương đối lớn.

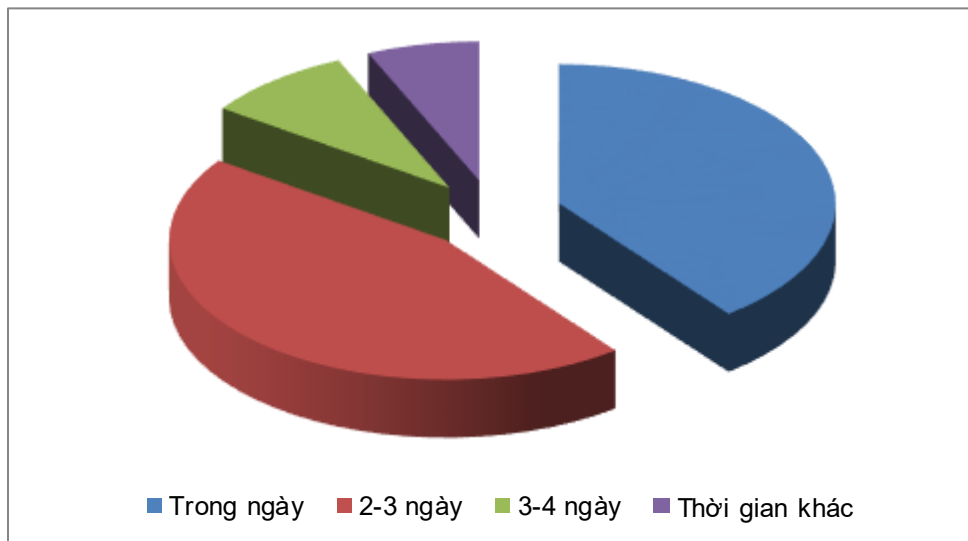
Thứ hai: Khảo sát về mục đích chuyến đi du lịch Ninh Bình của khách du lịch

Đây là câu hỏi khách có thể lựa chọn nhiều đáp án nên tỉ lệ phần trăm không tính trên tổng 100. Trong số các tiêu chí lựa chọn, có thể thấy mục đích du lịch đến Ninh Bình chủ yếu là tham quan thắng cảnh và du lịch nghỉ dưỡng cuối tuần (chiếm tỉ lệ tương ứng là 57.3 và 47.7%).

Thứ ba: Khảo sát về thời gian lưu trú tại Ninh Bình của khách du lịch

Về thời gian đi du lịch và lưu trú tại Ninh Bình, trong tổng số 300 phiếu khảo sát có 144 lượt lựa chọn thời gian 2 - 3 ngày, chiếm tỉ lệ 48%; 126 lượt lựa chọn thời gian 1 ngày (trong ngày), chiếm tỉ lệ 42%. Điều này hoàn toàn phù hợp với khoảng thời gian lưu trú và xu hướng du lịch của khách đến Ninh Bình trong những năm qua theo số liệu thống kê của Sở Du lịch Ninh Bình. Số lượt lựa chọn khoảng thời gian lưu trú dài hơn (3 - 4 ngày) chỉ chiếm tỉ lệ khiêm tốn dưới 10%.

Biểu đồ 10: Thời gian lưu trú tại Ninh Bình của khách du lịch nội địa



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Bảng 9: Thống kê mô tả văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch (đối tượng khảo sát là khách du lịch)

Đánh giá của khách du lịch về văn hóa ứng xử của bản thân					
STT	Tiêu chí đánh giá	Tốt - rất tốt	Trung bình	Chưa tốt	Điểm TB
1	Tuân thủ pháp luật, nội quy, quy định của điểm du lịch	80.4%	18.3%	1.3%	4.1
2	Trang phục lịch sự, phù hợp	73.7%	21%	5.3%	3.9
3	Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng	79%	18.7%	2.3%	4.0
4	Bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	72.6%	22.7%	4.7%	3.9
5	Tôn trọng văn hóa của địa phương	78%	20.7%	1.3%	4.0

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Tiêu chí thứ nhất: “Tuân thủ pháp luật, nội quy, quy định của điểm du lịch”;

80.4% tỉ lệ đánh giá ở mức tốt và rất tốt; 18.3% đánh giá ở mức trung bình, mức độ không tốt chiếm tỉ lệ rất nhỏ (1.3%) - điểm trung bình cho tiêu chí này đạt 4.1/5.

Tiêu chí thứ hai: “Trang phục lịch sự, phù hợp”; 73.7% tỉ lệ đánh giá ở mức tốt và rất tốt; 21% đánh giá ở mức trung bình, các mức độ còn lại chiếm tỉ lệ nhỏ (5.3%) - điểm trung bình đạt 3.9/5.

Tiêu chí thứ ba: “Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng”; 79% tỉ lệ đánh giá ở mức tốt và rất tốt; 18.7% đánh giá ở mức trung bình, các mức độ còn lại chiếm tỉ lệ rất nhỏ (2.3%) - điểm trung bình đạt 4.0/5.

Tiêu chí thứ tư: “Ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch”; 72.6% tỉ lệ đánh giá ở mức tốt và rất tốt; 22.7% đánh giá ở mức trung bình, các mức độ còn lại chiếm tỉ lệ rất nhỏ (4.7%) - điểm trung bình đạt 3.9/5 điểm.

Tiêu chí thứ năm: “Tôn trọng văn hóa của địa phương”; 78% tỉ lệ đánh giá ở mức tốt và rất tốt; 20.7% đánh giá ở mức trung bình, mức độ không tốt chiếm tỉ lệ rất nhỏ (1.3%) - điểm trung bình đạt 4.0/5 điểm.

Với năm tiêu chí khách du lịch đánh giá về nội dung văn hóa của khách du lịch thì tiêu chí thứ nhất được đánh giá điểm trung bình cao nhất 4.1/5. Hai tiêu chí thứ ba và thứ năm có cùng điểm 4.0/5. Hai tiêu chí còn lại đều đạt 3.9/5. Có thể nhận thấy mức độ tự đánh giá của khách du lịch về văn hóa ứng xử của họ trong khi thực hiện chương trình du lịch cao hơn so với mức điểm đánh giá của các đối tượng khảo sát khác.

Như vậy, tất cả các đối tượng được khảo sát đều đánh giá khá cao văn hóa ứng xử của khách du lịch đến Ninh Bình. Điều đó được thể hiện cụ thể ở việc du khách chấp hành nghiêm túc pháp luật của nhà nước và quy định của điểm du lịch, tuân thủ việc sắp xếp, hướng dẫn của các bộ phận tại điểm. Đồng thời khách du lịch cũng thể hiện thái độ lịch thiệp, thân thiện trong giao tiếp với cộng đồng và người lao động, bày tỏ sự hứng thú khi được khám phá và trải nghiệm những giá trị nổi bật về cảnh quan, văn hóa của địa phương. Bên cạnh đó, khách du lịch cũng thể hiện nhận thức và trách nhiệm cao trong việc bảo vệ môi

trường, duy trì môi trường sinh thái và môi trường du lịch trong sạch.

Có thể nhận thấy, ý thức và văn hóa ứng xử của khách du lịch ngày càng được cải thiện và có tác động tích cực đến hành vi, ứng xử của các đối tượng liên quan trong quá trình phục vụ và tiếp xúc với khách. Điều này có được một phần là do trình độ và nhận thức của khách du lịch ngày càng cao; bản thân họ hiểu được vai trò và ý nghĩa của văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch, hiểu được vai trò của bản thân đối với du lịch có trách nhiệm. Do đó, khách du lịch đến bất cứ một địa điểm nào cũng muốn lưu lại những ấn tượng đẹp nhất trong lòng người dân sở tại về hình ảnh của bản thân cũng như nét đẹp văn hóa của cộng đồng, dân tộc mình; từ đó lan tỏa những giá trị văn hóa của vùng miền, dân tộc mình đến với bạn bè trong nước và quốc tế. Hơn nữa, ứng xử văn hóa của khách du lịch ngày càng tốt hơn còn nhờ công tác quản lý hiệu quả tại các khu, điểm du lịch. Hệ thống các quy định, nội quy, quy tắc ứng xử văn minh dành cho du khách và hệ thống biển báo, chỉ dẫn, hướng dẫn khách cũng góp phần giáo dục, định hướng hành vi và nâng cao ý thức của du khách trong quan hệ ứng xử với cộng đồng địa phương, với tài nguyên du lịch và người lao động. Ngoài ra, các chế tài xử lý đối với những hành vi vi phạm pháp luật, nội quy, quy định của điểm đến cũng được thực thi hiệu quả, đảm bảo cho hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch của doanh nghiệp, hộ gia đình; đồng thời đảm bảo tính nghiêm minh của luật pháp, khích lệ những hành vi, ứng xử đẹp; ngăn chặn những hành vi chưa đẹp, chưa văn minh.

Bên cạnh những yếu tố tích cực trong văn hóa ứng xử, một bộ phận rất nhỏ khách du lịch còn có những biểu hiện chưa tích cực đối với vấn đề bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch và mặc trang phục chưa phù hợp với quy định của điểm đến. Nguyên nhân của một số biểu hiện trên là:

Thứ nhất, một số khách du lịch còn thể hiện nhận thức không đầy đủ về du lịch có trách nhiệm và văn hóa ứng xử văn minh trong quá trình đi du lịch. Du lịch có trách nhiệm nhìn từ góc độ du khách đặt ra vấn đề bổn phận của du khách với điểm đến trên ba phương diện văn hóa xã hội, phương diện kinh tế và

phương diện tài nguyên, môi trường. Theo đó, những du khách chưa nhận thức đúng về du lịch có trách nhiệm sẽ thiếu tôn trọng văn hóa địa phương, biểu hiện thiếu thân thiện với người dân và những người làm du lịch; thiếu ý thức bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch như vứt bỏ rác không đúng nơi quy định, gây ồn ào, huyên náo tại điểm du lịch; lãng phí điện, nước tại các cơ sở lưu trú, kinh doanh dịch vụ ăn uống; ăn mặc thiếu lịch sự...

Thứ hai, sự đa dạng và khác biệt trong văn hóa của mỗi cộng đồng, mỗi dân tộc được xem là nguyên nhân gián tiếp dẫn đến những ứng xử, hành vi không phù hợp của khách du lịch tại điểm du lịch. Văn hóa mang những đặc trưng riêng, những dấu ấn bản sắc được “đóng khung” cho mỗi cộng đồng để từ đó văn hóa tác động trở lại đời sống của cộng đồng thông qua hệ giá trị và chuẩn mực. Hệ quả là, khách du lịch đến từ các nền văn hóa có sự khác biệt về hệ giá trị, chuẩn mực sẽ có thể cho rằng hành vi, ứng xử khi đi du lịch của mình hoàn toàn phù hợp với cộng đồng mình mà không hay biết rằng những hành vi ấy không phù hợp với hệ giá trị, chuẩn mực của điểm đến (ví dụ: một số du khách phương Tây đến tham quan các điểm du lịch tâm linh tại Việt Nam có thể ăn mặc trang phục không phù hợp hoặc thể hiện tình cảm thân mật quá mức, lộ liễu nơi công cộng, chôn tôn nghiêm).

Nghiên cứu và đánh giá thực trạng văn hóa ứng xử của khách du lịch là căn cứ để nhóm nghiên cứu đề xuất những nhóm giải pháp thích hợp nhằm xây dựng năng lực hành xử du lịch có trách nhiệm cho du khách; nâng cao nhận thức và hành vi của du khách trong hoạt động du lịch, góp phần tạo ra môi trường du lịch Ninh Bình văn minh, thân thiện.

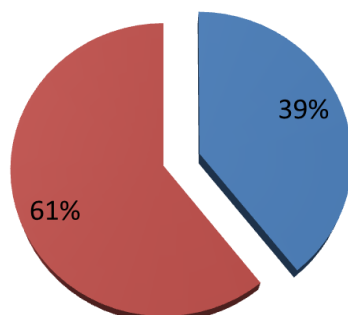
2.2.4. Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch

Theo kết quả khảo sát 300 phiếu cộng đồng địa phương gần các khu điểm du lịch của ban chủ nhiệm đề tài, kết quả nhận về có 39% cộng đồng không tham gia hoạt động du lịch, 61% cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch, chủ yếu trong các công việc lái đò, bán hàng, chụp ảnh, chạy xe điện, làm trong các cơ sở lưu trú nhỏ, phục vụ tại nhà hàng...

Biểu đồ 11: Tỷ lệ cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch

Tỷ lệ cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch

- Cộng đồng không tham gia du lịch
- Cộng đồng tham gia du lịch



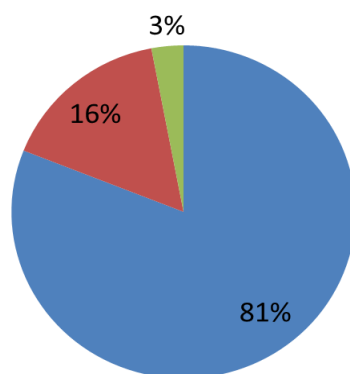
(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Như vậy có thể thấy, quanh các điểm du lịch, tỷ lệ người dân địa phương tham gia hoạt động du lịch khá cao. Du lịch đã tạo ra nhiều việc làm, thu nhập và nâng cao đời sống cho người dân.

Biểu đồ 12: Cảm nhận của cộng đồng địa phương khi có nhiều khách du lịch đến địa phương

Cảm nhận của cộng đồng khi có nhiều khách du lịch đến địa phương.

- Rất vui vẻ
- Bình thường
- Không hài lòng



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Khi được hỏi về cảm nhận của cộng đồng khi có nhiều khách du lịch đến địa phương, có 81% trả lời rất vui vẻ và sẵn sàng chào đón, 16% bình thường, không quan tâm và 3% không hài lòng khi có nhiều khách đến. Số ít cộng đồng địa phương không hài lòng xuất phát từ thực tế của một số điểm du lịch khi vào

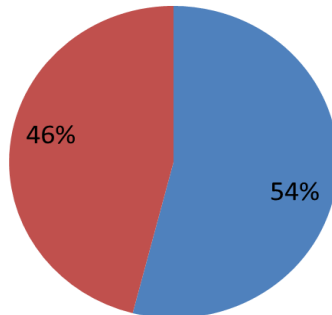
mùa cao điểm, lượng khách đến quá đông ảnh hưởng đến sinh hoạt sống hàng ngày, do đó gây những cảm giác khó chịu đối với cộng đồng.

Năm 2017, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch, trong đó quy định rõ những quy tắc ứng xử của cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, khi khảo sát cộng đồng địa phương tại Ninh Bình có 53.7% cộng đồng không biết và chỉ có 46.3% cộng đồng biết đến Bộ quy tắc ứng xử.

Biểu đồ 13: Tỷ lệ cộng đồng địa phương biết đến Bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch

Tỷ lệ cộng đồng địa phương biết đến Bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch

■ Không biết đến bộ quy tắc ứng xử ■ Biết đến bộ quy tắc ứng xử



(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Nếu nhìn vào kết quả khảo sát, tỷ lệ cộng đồng địa phương không biết đến bộ quy tắc ứng xử (54%) chiếm tỷ lệ nhiều hơn cộng đồng địa phương biết đến bộ quy tắc (46%). Phần lớn cộng đồng biết đến bộ quy tắc đều là những người tham gia hoạt động du lịch, như vậy có thể, thấy cơ quan quản lý, các doanh nghiệp khai thác điểm đến đã chú trọng trong việc tuyên truyền về bộ quy tắc ứng xử. 54% chưa biết đến bộ quy tắc ứng xử chủ yếu là cộng đồng không tham gia vào du lịch, họ cũng không quan tâm nhiều đến các quy tắc ứng xử hay các vấn đề liên quan đến du lịch. Do vậy, để có thể đẩy mạnh tuyên truyền về quy tắc ứng xử trong du lịch tới cộng đồng, chính quyền địa phương cần chú ý hơn đến việc tuyên truyền đối với cộng đồng dân cư không tham gia hoạt động du lịch bằng nhiều hình thức khác nhau.

**Bảng 10: Tổng hợp đánh giá văn hóa ứng xử
của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch**

Tiêu chí đánh giá	Cộng đồng địa phương	Khách du lịch	Doanh nghiệp	Lao động trong doanh nghiệp
Về mức độ thân thiện, nhiệt tình, sẵn sàng giúp đỡ khách của cộng đồng	4.3	4.0	4.2	4.1
Đối xử bình đẳng giữa các đối tượng khách	4.0	3.8	3.8	3.9
Ý thức bảo vệ môi trường và di sản văn hóa	4.0	3.8	4.1	4.0
Tham gia hoạt động du lịch một cách văn minh (tuân thủ pháp luật, không ép, lôi kéo, bán hàng hóa dịch vụ kém chất lượng)	3.9	3.7	3.8	3.7
Tinh thần chăm chỉ, kỷ luật, trách nhiệm khi làm việc trong các cơ sở kinh doanh	3.9	3.8	3.9	4.1

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Khảo sát sử dụng thang đo theo mức độ: không ý kiến (0), rất không tốt (1), không tốt (2), trung bình (3), tốt (4), rất tốt (5). Căn cứ vào thang đo có thể nhận thấy, điểm đánh giá văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch đều nằm ở khoảng điểm 3.7 đến 4 (tương đương mức tốt). Trong đó, mức độ thân thiện, nhiệt tình sẵn sàng giúp đỡ khách và ý thức bảo vệ môi trường di sản văn hóa của cộng đồng địa phương được đánh giá cao nhất chủ yếu với các điểm đánh giá trên 4 (trên tốt). Với các tiêu chí về đối xử bình đẳng giữa các đối tượng khách, tham gia hoạt động du lịch một cách văn minh, tinh thần chăm chỉ, kỷ luật, trách nhiệm khi làm việc trong các cơ sở kinh doanh cũng được các bên tham gia du lịch đánh giá cao ở mức độ tiệm cận “tốt”.

Người dân Ninh Bình với bản chất hiền lành, thân thiện, chăm chỉ, khi tham gia vào hoạt động du lịch đã thể hiện văn hóa ứng xử của con người đất cố đô

xưa, góp phần xây dựng hình ảnh điểm đến Ninh Bình. Tuy nhiên, trong khi phần lớn người dân địa phương có thái độ và cách ứng xử đúng mực thì vẫn có những cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch với những suy nghĩ và hành động chưa phù hợp, điều này đã được khách du lịch phản ánh thông qua các bình luận trên các website uy tín về du lịch như: tripadvisor.com, agoda.com, booking.com.

Trên cơ sở bình luận của khách du lịch tại các điểm khu du lịch tại Ninh Bình, chúng ta có thể xác định một số hạn chế, nhược điểm trong văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương như: thiếu kiến thức về du lịch, kỹ năng trong hoạt động du lịch. Ví dụ, một số điểm du lịch trọng điểm của Ninh Bình như khu du lịch sinh thái Tràng An, khu du lịch Tam Cốc- Bích Động... cộng đồng địa phương còn hạn chế về kỹ năng giao tiếp với khách, kỹ năng bán hàng, chào bán dịch vụ; yếu về ngoại ngữ; một số cộng đồng địa phương có thái độ chưa thân thiện, cởi mở; thiếu chuyên nghiệp, còn có hiện tượng đòi hỏi tiền tip... Những hành động trên của một bộ phận nhỏ cộng đồng đã gây ra những phản cảm nhất định đối với khách du lịch. Để những đánh giá về văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương có thể đạt đến mức 5 (rất tốt), cộng đồng địa phương cần có những thay đổi trước hết là về tư duy và nhận thức trong cách làm du lịch theo hướng bền vững.

2.2.5. Văn hóa trong tài nguyên du lịch và sản phẩm du lịch

Văn hóa trong tài nguyên du lịch Ninh Bình cần xác định ở hai khía cạnh cơ bản đó giá trị của tài nguyên du lịch văn hóa và sự sáng tạo mang giá trị văn hóa trong các sản phẩm, dịch vụ du lịch tại Ninh Bình do tài nguyên du lịch cấu thành nên.

2.2.5.1. Giá trị của tài nguyên du lịch văn hóa

Những giá trị tiêu biểu của tài nguyên du lịch văn hóa tại Ninh Bình bao gồm: giá trị lịch sử, giá trị tôn giáo, tín ngưỡng, giá trị nghệ thuật, mỗi loại tài nguyên có thể mang một hoặc là tổng hòa của nhiều giá trị.

Giá trị lịch sử

Các tài nguyên du lịch văn hóa Ninh Bình tồn dưới dạng vật chất và phi vật

chất đều mang giá trị lịch sử, tiêu biểu cho từng giai đoạn, thời kỳ phát triển. Nhiều địa chỉ khảo cổ đã trở thành điểm du lịch hấp dẫn du khách như: Khu du lịch sinh thái Tràng An, Vườn quốc gia Cúc Phương... Ninh Bình giữ gìn và bảo tồn được nhiều di tích gắn liền với lịch sử dân tộc dưới triều đại Tiền Lê, Đinh, Lý, Trần. Khách du lịch khi đến tham quan các di tích trên có thể cảm nhận truyền thống lịch sử hào hùng của dân tộc, từ đó thêm tự hào về quê hương, đất nước con người Ninh Bình. Những phong tục tập quán, tôn giáo, các tín ngưỡng, các lễ hội, nghệ thuật truyền thống, các làng nghề, những món ăn ẩm thực đồng quê cũng được hình thành, tồn tại, phát triển và trở thành những giá trị văn hóa đặc sắc và tiêu biểu tại Ninh Bình.

Những giá trị văn hóa tại Ninh Bình, dù tồn tại ở dạng vật chất như các công trình kiến trúc lịch sử, tôn giáo hay tồn tại ở dạng phi vật chất như tôn giáo, tín ngưỡng, lễ hội, nghệ thuật truyền thống, làng nghề, ẩm thực....đều được hình thành và phát triển gắn liền với sự phát triển của con người đất Ninh Bình và mang những giá trị lịch sử tiêu biểu.

Giá trị tôn giáo, tín ngưỡng

Tại Ninh Bình hiện có trên 1.500 di tích gồm các công trình như chùa, đình, đền, miếu, phủ, nhà thờ công giáo, nhà thờ họ, trong đó có các di tích, công trình tiêu biểu trở thành điểm đến hấp dẫn khách du lịch. Những công trình đó phản ánh sự phong phú, đa dạng trong tín ngưỡng và tôn giáo của người dân Ninh Bình. Bên cạnh các tín ngưỡng dân gian, các tôn giáo như Phật giáo, Đạo giáo và Công giáo du nhập vào Ninh Bình tương đối sớm gắn liền với hệ thống di tích các đền, chùa, nhà thờ khắp nơi trên địa bàn tỉnh. Các lễ hội tiêu biểu, đặc sắc tại Ninh Bình như lễ hội cô đô Hoa Lư, lễ hội Bái Đính, lễ hội Quý Minh đại vương, lễ hội đền Thái Vi là dịp để con người tưởng nhớ đến công ơn của các vị vua, vị thần, thánh, thể hiện truyền thống “uống nước nhớ nguồn” của con người Việt Nam. Những giá trị tôn giáo, tín ngưỡng tại Ninh Bình nhìn từ bên ngoài có thể không có sự khác biệt với các tỉnh khác, đặc biệt là các tỉnh thành vùng Bắc bộ, nhưng bên trong đó thì có thể tìm được những nét riêng độc đáo qua lịch sử hình thành, qua các giai thoại liên quan đến các vị thánh, thần được thờ phụng

và qua những nét đặc sắc trong kiến trúc công trình được xây dựng.

Giá trị nghệ thuật

Giá trị nghệ thuật trong tài nguyên du lịch văn hóa Ninh Bình được thể hiện rõ nét trong kiến trúc, điêu khắc, nghệ thuật biểu diễn truyền thống và những sản phẩm thủ công mỹ nghệ của địa phương... Một số giá trị nghệ thuật tiêu biểu tại Ninh Bình phải kể đến như: Nhà thờ đá Phát Diệm là công trình kiến trúc tôn giáo tiêu biểu kết hợp mang phong cách Đông - Tây. Nhìn tổng thể, khách tham quan có thể thấy một quần thể nhà thờ công giáo hiện đại nhưng mang dáng dấp của kiến trúc đình chùa đặc trưng của người Việt với những nét uốn lượn mềm mại; Chùa Bái Đính cổ, chùa Bích Động, chùa Địch Lộng là những ngôi chùa tiêu biểu cho kiến trúc xây dựng dựa vào hang đá và điều kiện tự nhiên, tạo cho khách du lịch cảm giác vừa thâm nghiêm, tôn kính nhưng cũng rất gần gũi; Ngoài ra, nhắc đến nghệ thuật tại Ninh Bình không thể không nhắc tới nghệ thuật chạm khắc trên đá và gỗ, trong đó tiêu biểu nhất là tại cố đô Hoa Lư, nơi lưu giữ các bảo vật quốc gia bao gồm: cặp long sàng bằng đá tại đền vua Đinh Tiên Hoàng, thạch kinh chùa Nhất Trụ, bộ phủ việt tại đền thờ vua Đinh Tiên Hoàng và đền thờ vua Lê Đại Hành. Những bảo vật quốc gia này, được các nghệ nhân xưa dùng đôi bàn tay khéo léo để tạo nên những tuyệt tác nghệ thuật mang tính độc nhất, có một không hai tại Ninh Bình, vừa có giá trị tâm linh, vừa có giá trị lịch sử lại mang giá trị nghệ thuật cao. Nghệ thuật biểu diễn hát chèo, hát xẩm đã có từ rất lâu đời, nuôi dưỡng tâm hồn và đời sống tinh thần của người dân Ninh Bình nói riêng và khu vực đồng bằng Bắc bộ nói chung. Trải qua nhiều thăng trầm của lịch sử, loại hình nghệ thuật hát xẩm có nguy cơ bị thất truyền, do đó tỉnh Ninh Bình đã và đang nỗ lực trong hoạt động khôi phục, bảo tồn và phát triển nghệ thuật hát xẩm truyền thống. Sản phẩm thủ công tại các làng nghề truyền thống như làng thêu ren Văn Lâm, chiếu cói Kim Sơn, chạm khắc đá Ninh Vân, gốm Gia Thủy... đều đạt được tính thẩm mỹ và sự tinh tế.

Dựa theo kết quả nghiên cứu, đánh giá những bình luận của khách du lịch trên website Tripadvisor.com, có rất nhiều bình luận khen ngợi về giá trị của các điểm đến du lịch văn hóa tại Ninh Bình. Khách tới tham quan tại đây thường bị

ấn tượng bởi cảnh quan, các giá trị về lịch sử, nghệ thuật và tôn giáo, tín ngưỡng, họ dùng những tính từ mạnh để miêu tả về cảm xúc như “tuyệt vời”, “thú vị”, “thực sự đẹp”, “điểm nhấn khó quên”, “tuyệt đẹp”, “sự kinh ngạc”, “ngôi chùa đẹp nhất”. Sự yêu thích các điểm du lịch văn hóa Ninh Bình được thể hiện cụ thể trong bảng tổng hợp đánh giá dưới đây:

Bảng 11: Đánh giá của khách du lịch về một số điểm du lịch văn hóa tại Ninh Bình

TT	Điểm đến	Điểm đánh giá (5 sao)	Số lượt đánh giá	Ghi chú
1	Cố đô Hoa Lư	3.5	698	- Tuyệt vời: 122 - Rất tốt: 233 - Trung bình: 261 - Tồi: 64 - Kinh khủng: 18
2	Khu Du lịch sinh thái Tràng An	4.5	2628	- Tuyệt vời: 1892 - Rất tốt: 559 - Trung bình: 116 - Tồi: 35 - Kinh khủng: 26
3	Chùa Bái Đính (chùa cổ và chùa mới)	4.0	1118	- Tuyệt vời: 556 - Rất tốt: 332 - Trung bình: 144 - Tồi: 57 - Kinh khủng: 29
4	Chùa Bích Động	4.0	699	- Tuyệt vời: 274 - Rất tốt: 285 - Trung bình: 111 - Tồi: 19 - Kinh khủng: 10
5	Nhà thờ đá Phát Diệm	4.5	157	- Tuyệt vời: 89 - Rất tốt: 50 - Trung bình: 13 - Tồi: 5 - Kinh khủng: 0

(Nguồn: Kết quả khảo sát trên trang web Tripadvisor.com)

Để đánh giá về mức độ hài lòng và yêu thích của khách du lịch tại mỗi điểm đến du lịch, trang web Tripadvisor.com sử dụng thang đo đánh giá 5 sao, trong đó 1 sao tương đương với cảm nhận, đánh giá “kinh khủng”, 2 sao tương đương với cảm nhận, đánh giá “tồi”, 3 sao tương đương cảm nhận, đánh giá

“trung bình”, 4 sao tương đương cảm nhận, đánh giá “rất tốt” và 5 sao tương đương cảm nhận đánh giá “tuyệt vời”. Với số lượng đánh giá thấp nhất là nhà thờ đá Phát Diệm (157 đánh giá) và cao nhất là khu du lịch sinh thái Tràng An (2628 đánh giá), độ tin cậy của kết quả là tương đối chính xác. Cố đô Hoa Lư được đánh giá 3.5 sao tương đương mức “tốt”. Chùa Bích Động và chùa Bái Đính được đánh giá 4.0 sao tương đương mức “rất tốt”. Đặc biệt, nhà thờ đá Phát Diệm và khu du lịch sinh thái Tràng An được đánh giá 4.5 sao nằm trong khoảng giữa “rất tốt” và “tuyệt vời”. Những điểm đến nhận được nhiều sự quan tâm và bình luận được xếp thứ tự: khu du lịch sinh thái Tràng An, chùa Bái Đính, chùa Bích Động, cố đô Hoa Lư, nhà thờ đá Phát Diệm. Nhưng xét về mức độ đánh giá cao của khách du lịch đối với các điểm du lịch văn hóa lại được thể hiện qua thứ tự: khu du lịch sinh thái Tràng An, nhà thờ đá Phát Diệm, chùa Bái Đính, chùa Bích Động, cố đô Hoa Lư. Nhà thờ đá Phát Diệm mặc dù được khách đánh giá cao 4,5 sao, tuy nhiên do vị trí địa lý và đặc thù tôn giáo nên số lượng khách đến và bình luận ít hơn hẳn so với các điểm du lịch văn hóa khác. Những bình luận và đánh giá của khách du lịch trên trang tripadvisor.com là một trong những căn cứ khẳng định tính hấp dẫn và giá trị của các tài nguyên du lịch văn hóa Ninh Bình.

2.2.5.2. Giá trị văn hóa trong các sản phẩm, dịch vụ du lịch tại Ninh Bình

Giá trị văn hóa trong các sản phẩm, dịch vụ du lịch tại Ninh Bình được thể hiện thông qua sự sáng tạo của con người trong việc khai thác, kết hợp các tài nguyên, các nguồn lực du lịch để phục vụ khách du lịch. Các giá trị văn hóa trong sản phẩm, dịch vụ du lịch được thể hiện ở các bình diện sau:

Các sản phẩm du lịch có tính đa dạng về loại hình: Khách du lịch khi đến Ninh Bình có thể lựa chọn các loại hình du lịch khác nhau như: du lịch sinh thái (tham quan, khám phá tại Vườn quốc gia Cúc Phương, Khu du lịch sinh thái Tràng An, Khu du lịch Tam Cốc - Bích Động, Khu du lịch sinh thái động Thiên Hà, Khu bảo tồn đất ngập nước Vân Long...); du lịch văn hóa (các điểm đến tiêu biểu như cố đô Hoa Lư, chùa Bái Đính, nhà thờ đá Phát Diệm, đền Thái Vi, chùa Bích Động...); du lịch nghỉ dưỡng (nghỉ ngơi, thư giãn, chăm sóc sức khỏe

tại Vườn quốc gia Cúc Phương, Vườn chim Thung Nham, Khu du lịch Kênh Gà...); du lịch hội nghị hội thảo (du lịch kết hợp với các chương trình hội nghị hội thảo tại các khách sạn lớn như khách sạn Legend, the Reed, Hoàng Sơn Peace, Hide Charm...); du lịch trải nghiệm (gắn với các hoạt động trải nghiệm văn hóa, sinh thái nông nghiệp tại các làng quê Ninh Bình như tại khu bảo tồn đất ngập nước Vân Long, khu du lịch sinh thái động Thiên Hà); du lịch golf (hoạt động thể thao tại hệ thống sân golf Tràng An, Hoàng Gia...); du lịch lễ hội (gắn với hệ thống lễ hội truyền thống tại Ninh Bình)...Ngoài ra, trong tương lai, nếu khu vực biển Cồn Thoi tại Kim Sơn được đầu tư khai thác tốt, Ninh Bình có thể triển khai thêm một loại hình du lịch mới là loại hình du lịch biển. Như vậy, hầu hết các loại hình du lịch chính, có khả năng thu hút cao khách du lịch trong nước và quốc tế đều có mặt tại Ninh Bình. Điều này cho thấy tính đa dạng, hấp dẫn của du lịch tỉnh nhà.

Sản phẩm dịch vụ du lịch mang tính sáng tạo và hấp dẫn: Sự sáng tạo được thể hiện thông qua những nỗ lực trong việc xây dựng các điểm đến du lịch mới, các dịch vụ mới và các hoạt động mới trong các chương trình du lịch. Khoảng hơn 15 năm gần đây, các điểm du lịch mới liên tiếp xuất hiện, trở thành điểm đến độc đáo và thu hút nhiều khách du lịch như khu du lịch tâm linh núi chùa Bái Đính, quần thể danh thắng Tràng An, khu du lịch Hang Múa, vườn chim Thung Nham, động Thiên Hà, sân golf Hoàng Gia, sân golf Tràng An, khu tổ hợp du lịch Kênh Gà, phố cổ Hoa Lư ... Ngoài ra, các dịch vụ và hoạt động du lịch tại Ninh Bình cũng thường xuyên cập nhật xu hướng và tâm lý khách hàng để thay đổi hình thức và chất lượng phục vụ. Một số tour du lịch mang tính sáng tạo đang được khai thác hiện nay như: Các tour du lịch trải nghiệm “du khảo đồng quê” tại khu du lịch sinh thái động Thiên Hà, khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long; các hoạt động dã ngoại, cắm trại ngoài trời tại những nơi có cảnh quan đẹp; tour trekking, tour ngắm thú về đêm hay tour “về nhà” - thả thú về rừng tại vườn Quốc gia Cúc Phương; tour chèo thuyền kayak khám phá Tràng An, tour du lịch thể thao đánh golf hoặc các hoạt động du lịch kết hợp giải thi đấu chạy bộ, đua xe... Trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp,

các khu, điểm du lịch tại Ninh Bình phải đóng cửa để phòng dịch. Trung tâm Thông tin xúc tiến du lịch tỉnh đã thực hiện các chương trình du lịch online giới thiệu khám phá Ninh Bình bằng hình thức trực tuyến. Các dịch vụ bổ sung trong du lịch cũng được chú ý đầu tư như: xây dựng các không gian vui chơi, giải trí về đêm tại phố đi bộ, quảng trường, công thành Tràng An, phố cổ Hoa Lư, hệ thống các quán bar, café, nhà hàng, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, dịch vụ vận chuyển bằng xe máy, ô tô được các cá nhân và doanh nghiệp đầu tư khai thác bổ sung thêm sự lựa chọn hơn cho du khách.

Khảo sát đánh giá của doanh nghiệp du lịch, lao động trong doanh nghiệp và khách du lịch tại Ninh Bình về giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch, kết quả nhận được như sau:

Bảng 12: Đánh giá về giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch tại Ninh Bình

Tiêu chí đánh giá	Doanh nghiệp du lịch	Lao động trong doanh nghiệp	Khách du lịch	Ghi chú
Doanh nghiệp ông/bà luôn cố gắng nâng cao, đổi mới chất lượng dịch vụ du lịch		4.2		Chỉ khảo sát lao động trong doanh nghiệp
Sản phẩm dịch vụ có tính hấp dẫn và hài lòng khách du lịch	4.2	3.9	4.1	
Các sản phẩm dịch vụ du lịch tại Ninh Bình thỏa mãn cao nhu cầu của khách du lịch	3.9	3.9	3.8	

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS của đề tài, năm 2021)

Căn cứ trên thang đo đánh giá kết quả bao gồm: 0. Không ý kiến; 1. Rất không tốt; 2. Không tốt; 3. Trung bình; 4. Tốt; 5. Rất tốt, có thể nhận thấy các đánh giá về tài nguyên và sản phẩm dịch vụ du lịch được đánh giá khá cao từ mức (3.8 - 4.2) tiệm cận mức “tốt”. Phần lớn ý kiến đánh giá cho rằng doanh nghiệp du lịch luôn cố gắng nâng cao, đổi mới chất lượng, sản phẩm dịch vụ của các doanh nghiệp có tính hấp dẫn và làm hài lòng và thỏa mãn nhu cầu của khách

du lịch. Tuy nhiên, cũng có một số những đánh giá cho rằng sản phẩm dịch vụ còn chưa đa dạng, nếu khách muốn lưu trú dài ngày sẽ gặp khó khăn trong việc lựa chọn điểm đến và dịch vụ khác biệt, không trùng lặp về trải nghiệm.

Các sản phẩm dịch vụ, du lịch bộc lộ một số điểm hạn chế sau:

Sản phẩm du lịch còn mang tính trùng lặp. Hình thức trải nghiệm tại một số điểm du lịch tương đối giống nhau nên khách du lịch có xu hướng chỉ lựa chọn một hoặc hai điểm ngòì thuyền tiêu biểu chứ không khám phá hết các điểm.

Sản phẩm du lịch còn mang tính đơn điệu. Các tour du lịch tại Ninh Bình chủ yếu dừng lại tại hoạt động tham quan, ngắm cảnh đơn thuần mà thiếu các trải nghiệm mới cho khách. Các dịch vụ bổ sung trong tour như mua sắm, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe còn hạn chế về số lượng và chất lượng.

Qua những phân tích trên có thể thấy giá trị trong tài nguyên du lịch văn hóa tỉnh Ninh Bình được thể hiện qua giá trị lịch sử, giá trị tôn giáo, tín ngưỡng và giá trị nghệ thuật. Các sản phẩm, dịch vụ du lịch có tính sáng tạo hấp dẫn và đa dạng về loại hình. Tuy nhiên, vẫn có những hạn chế cần khắc phục như: chưa khai thác hiệu quả các giá trị của tài nguyên, sản phẩm du lịch đơn điệu, trùng lặp, thiếu các sản phẩm dịch vụ bổ sung như mua sắm, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe.

2.3. Đánh giá chung về văn hóa du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế

2.3.1. Giá trị văn hóa du lịch Ninh Bình

2.3.1.1. Chất lượng và hiệu quả ngày càng cao trong văn hóa quản lý du lịch

Những thành tựu đạt được của ngành du lịch Ninh Bình trong những năm gần đây có được một phần từ nỗ lực, hiệu quả trong văn hóa quản lý của các cơ quan quản lý Nhà nước và địa phương.

Những đóng góp của ngành du lịch trong những năm qua trong cơ cấu kinh tế của tỉnh Ninh Bình đã chứng minh cho hiệu quả trong văn hóa quản lý du lịch của các cơ quan chức năng có liên quan. Du lịch góp phần thực hiện các mục tiêu thiên niên kỷ được Liên hợp quốc phát động về phát triển bền vững; trong đó nhấn mạnh đến tính bền vững về kinh tế - xã hội - văn hóa và môi trường. Du

lich đã và đang đóng góp nguồn thu đáng kể trong cơ cấu kinh tế địa phương, giải quyết việc làm cho người lao động, thu hẹp khoảng cách vùng miền trong bối cảnh tận dụng tối đa các nguồn lực sẵn có.

Chất lượng và hiệu quả trong công tác quản lý du lịch còn được thể hiện qua sự đánh giá, sự hài lòng của khách du lịch khi đến Ninh Bình. Qua nghiên cứu khảo sát chúng tôi nhận thấy mức độ hài lòng về công tác quản lý du lịch tại một số điểm du lịch Ninh Bình đều tập trung vào một số khía cạnh sau: niềm yết công khai giá hàng hóa, dịch vụ; đảm bảo môi trường kinh doanh du lịch lành mạnh và đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách.

2.3.1.2. Tính chuyên nghiệp và thực hành du lịch có trách nhiệm trong văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp

Tính chuyên nghiệp trong kinh doanh là một yếu tố góp phần xây dựng hình ảnh của nhiều doanh nghiệp đặc biệt doanh nghiệp, nhà hàng, khách sạn lớn tại Ninh Bình - nơi thu hút nhiều khách du lịch đến lưu trú hoặc thường xuyên diễn ra các hội nghị, sự kiện lớn tầm cỡ quốc gia và khu vực. Tính chuyên nghiệp thể hiện rõ qua việc các doanh nghiệp, khách sạn, nhà hàng này đề cao việc giữ gìn uy tín, xây dựng thương hiệu. Hoạt động kinh doanh được du khách đánh giá khá cao, thể hiện qua điểm đánh giá của du khách về các cơ sở lưu trú hoặc các điểm du lịch.

Đạo đức trong kinh doanh du lịch là tài sản, chìa khóa tạo nên thành công của nhiều doanh nghiệp làm du lịch ở Ninh Bình. Nhiều doanh nghiệp trong kinh doanh đã chú ý đảm bảo tính thống nhất giữa lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của cộng đồng, xã hội; gắn bó hài hòa lợi ích của người lao động trong doanh nghiệp với lợi ích của doanh nghiệp; khai thác và sử dụng hợp lý nguồn lực tài nguyên; trân trọng và giữ gìn, bảo tồn di sản văn hóa, môi trường văn hóa, an ninh, an toàn thực phẩm; tuân thủ nguyên tắc cạnh tranh lành mạnh; lấy khách hàng là trung tâm để phục vụ tận tình, tôn trọng khách; chung tay xây dựng môi trường du lịch an toàn giúp khách yên tâm trải nghiệm các tour du lịch.

Trách nhiệm trong kinh doanh là một trong những giá trị văn hóa nhiều

doanh nghiệp du lịch tại Ninh Bình. Trách nhiệm trong kinh doanh được thể hiện trên nhiều phương diện như: trách nhiệm với môi trường, trách nhiệm với xã hội và trách nhiệm với bản thân mình của mỗi doanh nghiệp. Thời gian qua, trong các lĩnh vực dịch vụ lữ hành, hướng dẫn du lịch, hướng dẫn tham quan du lịch, ăn uống du lịch, lưu trú và vận chuyển khách du lịch, mua sắm, vui chơi giải trí du lịch và các dịch vụ du lịch khác... các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình đã gặt hái được những thành công nhất định cần ghi nhận:

Trên phương diện kinh tế, nhiều doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, du lịch trên địa bàn tỉnh đã có những đóng góp đáng kể cho sự phát triển kinh tế của địa phương.

Trên phương diện văn hóa - xã hội, doanh nghiệp du lịch không những mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần gìn giữ, quảng bá văn hóa truyền thống. Các doanh nghiệp góp phần giúp cho người dân có việc làm, tăng thu nhập, nâng cao chất lượng cuộc sống, giảm thiểu tác động tiêu cực do thất nghiệp gây ra; hỗ trợ, tạo điều kiện để phát triển các sản phẩm đặc thù của địa phương; xây dựng những chương trình du lịch mới, sản phẩm du lịch mới dựa trên di sản văn hóa địa phương; nâng cao chất lượng cơ sở lưu trú... Những hoạt động này làm gia tăng tính độc đáo và đặc sắc trong kinh doanh du lịch Ninh Bình đồng thời góp phần quảng bá văn hóa vùng miền.

Trên phương diện môi trường, các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh Ninh Bình ngày càng thể hiện tốt vai trò trong công tác tuyên truyền, giáo dục ý thức bảo vệ tài nguyên, môi trường cho đội ngũ lao động, người dân địa phương và du khách, qua đó nâng cao ý thức trách nhiệm của từng nhóm đối tượng với bảo vệ di sản văn hóa và di sản tự nhiên, góp phần tạo ra môi trường du lịch xanh, sạch, đẹp.

2.3.1.3. Sự thân thiện và hiếu khách của con người Ninh Bình

Trong thời kỳ hội nhập hiện nay những phẩm chất tốt đẹp của người Ninh Bình như thân thiện, hiếu khách, cần cù... vẫn được gìn giữ và phát huy. Người dân địa phương luôn ý thức được vai trò và tầm quan trọng của việc nâng cao vị thế, hình ảnh của điểm đến thông qua sự đón tiếp chu đáo, tận tình; sự quan

tâm đến nhu cầu và mong muốn của du khách; sự thân thiện, lịch thiệp trong giao tiếp, ứng xử. Chính sự thân thiện của con người là yếu tố quan trọng góp phần tạo nên văn hóa du lịch của địa phương, để lại ấn tượng tốt đẹp trong lòng du khách.

2.3.1.4. Sự đa dạng, hấp dẫn của giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch

Thứ nhất là tài nguyên tự nhiên, trong đó phải kể đến giá trị của hệ thống cảnh quan mà Ninh Bình được thiên nhiên ban tặng. Từ các kết quả nghiên cứu địa chất và khảo cổ, có thể khẳng định Ninh Bình đã có con người sinh sống từ rất sớm và tiến dần từ vùng rừng núi ra vùng đồng bằng, ven biển. Sự đa dạng về địa hình là nguyên nhân dẫn đến sự đa dạng của hệ thống cảnh quan thiên nhiên như cảnh quan rừng núi, cảnh quan đồng bằng, cảnh quan ven sông, ven biển...

Thứ hai là tài nguyên văn hóa. Ninh Bình đã sản sinh, hội tụ và dung hợp trong mình một bề dày văn hóa có lịch sử hàng ngàn năm. Trong kho tàng văn hóa đó phải kể đến di sản văn hóa vật thể và di sản văn hóa phi vật thể.

Sở hữu tiềm năng lớn về tài nguyên du lịch khiến Ninh Bình trở thành một điểm đến hấp dẫn trong lòng du khách. Sự đa dạng của địa hình và cảnh quan cũng như sự đa dạng văn hóa giúp khách du lịch đến Ninh Bình có nhiều lựa chọn sản phẩm và trải nghiệm phù hợp với nhu cầu và sở thích cá nhân.

2.3.2. Thời cơ và thách thức của du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Hội nhập quốc tế đã trở thành xu thế tất yếu trong quá trình phát triển du lịch, đặc biệt ở các nước coi du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn. Trong thời gian qua, du lịch Ninh Bình đã có những bước tiến lớn trong phát triển du lịch, khẳng định giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, đặc sắc trên con đường hội nhập quốc tế.

2.3.2.1. Những cơ hội cho phát triển du lịch Ninh Bình

Một là, bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế tạo điều kiện và động lực cho sự phát triển du lịch

Hội nhập quốc tế giúp gắn kết các quốc gia với nhau, là môi trường thuận

lợi cho các quốc gia giao lưu, học hỏi kinh nghiệm và hỗ trợ nhau về mọi mặt. Đặc biệt hội nhập quốc tế giúp các quốc gia thu hút được nguồn vốn đầu tư phát triển du lịch; tận dụng được kinh nghiệm phát triển du lịch từ nước ngoài và các tỉnh thành trong nước.

Cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0 với những thành tựu công nghệ mới tạo cơ hội để du lịch tỉnh Ninh Bình phát triển theo hướng hiện đại. Quan hệ ngoại giao tích cực, hợp tác, hội nhập quốc tế ngày càng mở rộng là cơ hội để Ninh Bình thu hút đầu tư phát triển, học hỏi kinh nghiệm trong quản lý, kinh doanh du lịch và phát triển điểm đến, đồng thời đẩy mạnh xúc tiến quảng bá du lịch, mở rộng thị trường.

Hai là, sự quan tâm của Đảng và Nhà nước đối với sự phát triển du lịch của Ninh Bình.

Quá trình phát triển du lịch Ninh Bình trong thời gian qua, luôn có sự quan tâm, chỉ đạo sâu sát của Đảng, Nhà nước và Đảng bộ, chính quyền địa phương. Ninh Bình là tỉnh sớm xây dựng quy hoạch tổng thể về phát triển du lịch trong cả nước.

Nghị quyết số 15-NQ/TU ngày 13/7/2009 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh (khóa XIX), Kế hoạch số 07 ngày 17/07/2009 về thực hiện Nghị quyết số 15 của Tỉnh ủy là những văn bản có dấu mốc quan trọng của tỉnh Ninh Bình đánh dấu phát triển du lịch từ năm 2009 được quan tâm nhiều hơn trước. Nghị quyết 07-NQ/TU ngày 29/10/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh [1] xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là chiến lược quan trọng của tỉnh, là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành và toàn xã hội, có sự lãnh đạo, chỉ đạo chặt chẽ, thống nhất của cấp ủy Đảng, sự quản lý thống nhất của chính quyền các cấp; phấn đấu đưa Ninh Bình trở thành một trong các trung tâm du lịch của cả nước và khu vực, ưu tiên phát triển du lịch chất lượng cao, bền vững theo hướng tăng trưởng xanh, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại.

Bên cạnh đó, tỉnh Ninh Bình cũng đã thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ thúc đẩy đầu tư cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

đang từng bước hoàn thiện cùng với việc quan tâm đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch mới, chất lượng cao, tích cực đổi mới công tác xúc tiến quảng bá du lịch đã tạo dựng nền tảng, cơ hội cho du lịch phát triển mạnh mẽ.

Sự quan tâm của các cấp chính quyền và các cơ quan ban ngành chính là động lực để Ninh Bình xây dựng quy hoạch phát triển du lịch; mở rộng và nâng cao tính hấp dẫn của các sản phẩm du lịch, đáp ứng thị hiếu của khách du lịch.

Ba là, yếu tố cảnh quan thiên nhiên và con người có những thuận lợi

Với vị trí địa lý thuận lợi, tài nguyên du lịch phong phú, hệ thống dịch vụ du lịch đã và đang được đầu tư khá đồng bộ cùng những chính sách phát triển ngành Du lịch của tỉnh, sự nỗ lực của các doanh nghiệp làm du lịch là những điều kiện cơ bản để du lịch Ninh Bình trở thành điểm đến hấp dẫn trên bản đồ du lịch trong nước và quốc tế.

Bốn là, nhu cầu của khách du lịch đến Ninh Bình

Điều kiện kinh tế - xã hội ngày càng phát triển, đời sống vật chất và tinh thần của người dân ngày càng được nâng cao, nhu cầu du lịch của người dân ngày càng tăng và trở thành nhu cầu không thể thiếu. Khách du lịch đến Ninh Bình trong thời gian qua liên tục tăng, lựa chọn các điểm du lịch nổi tiếng có phong cảnh đẹp như: chùa Bái Đính; khu du lịch sinh thái Tràng An; khu du lịch sinh thái Hang Múa; khu du lịch sinh thái Thung Nham...

2.3.2.2. *Những thách thức trong quá trình phát triển du lịch.* Ninh Bình đang đứng trước nhiều cơ hội phát triển nhằm phát huy tiềm năng, thế mạnh, lịch sử, văn hóa, con người. Tuy nhiên, Ninh Bình cũng đang và sẽ phải đối mặt với nhiều nguy cơ, thách thức trong quá trình phát triển du lịch.

Một là, nguồn nhân lực cho ngành du lịch chưa đáp ứng nhu cầu xã hội cả về số lượng lẫn chất lượng nhân lực chất lượng cao. Nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, chuyên sâu về kỹ năng, nghề (cả đại học, cao đẳng và đào tạo nghề) còn thiếu. Nguồn nhân lực du lịch có trình độ cao, tay nghề vững vàng, chuyên nghiệp còn hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường.

Hai là, các sản phẩm du lịch của Ninh Bình chưa được đa dạng hóa bằng nhiều loại hình du lịch, tính liên kết giữa các điểm du lịch còn hạn chế. Ninh

Bình cần tập trung nghiên cứu, định hướng thị trường, nhóm khách, phân khúc thị trường và cập nhật xu hướng mới trong du lịch để xây dựng sản phẩm du lịch mới, độc đáo, mang những nét đặc trưng riêng có của địa phương.

Ba là, tính chuyên nghiệp trong hoạt động xúc tiến quảng bá còn thấp nên chưa phát triển xứng tầm. Trong hoạt động xúc tiến quảng bá cần thực hiện tăng cường liên kết hợp tác với các tỉnh, thành phố lớn trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch. Đặc biệt cần chú ý hoạt động quảng bá trên nền công nghệ số. Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch còn hạn chế về nguồn lực, công tác xã hội hóa chưa nhiều; công tác quảng bá xúc tiến du lịch ở nước ngoài còn hạn chế...

Bốn là, sự cạnh tranh của các điểm đến du lịch ở các tỉnh, thành trong nước. Cạnh tranh giữa các điểm đến du lịch ở khu vực và thế giới ngày càng gay gắt, trong khi đó khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam nói chung và tỉnh Ninh Bình nói riêng còn hạn chế, chưa có những sản phẩm du lịch đặc thù chất lượng cao mang dấu ấn văn hóa, thương hiệu Việt Nam và thương hiệu tỉnh Ninh Bình để cạnh tranh và hấp dẫn khách du lịch trên thế giới. Ninh Bình lại gần trung tâm du lịch lớn như Hà Nội nên chịu áp lực cạnh tranh du lịch là rất lớn. Ngoài ra, du lịch Ninh Bình phát triển trong bối cảnh chịu sức ép lớn về trách nhiệm bảo tồn các giá trị di sản, tài nguyên môi trường du lịch. Môi trường du lịch ở Ninh Bình có nguy cơ bị ảnh hưởng và ô nhiễm bởi các hoạt động dân sinh, phát triển kinh tế - xã hội và của các hoạt động du lịch. Bên cạnh đó là tác động của biến đổi khí hậu và mực nước biển dâng, các yếu tố bất lợi như bão, lũ lụt, hạn hán, dịch bệnh... cũng là thách thức đối với sự phát triển của du lịch Ninh Bình.

Tiểu kết Chương 2

Thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình thể hiện qua văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch, trong công tác quản lý, hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch, văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương và của khách du lịch. Đánh giá chung, những năm qua, văn hóa du lịch đã được tỉnh Ninh Bình quan tâm xây dựng. Nhiều giá trị văn hóa đặc sắc được gìn giữ, bổ

sung, phát triển góp phần tích cực vào sự phát triển của du lịch Ninh Bình. Tuy nhiên, bên cạnh đó vẫn còn tồn tại những hạn chế cản trở du lịch Ninh Bình phát triển tương xứng với tiềm năng của mình. Nhận diện chính xác thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, đánh giá đúng cơ hội cũng như thách thức đối với phát triển du lịch Ninh Bình hiện nay là cơ sở cho việc xác định các nhóm giải pháp nhằm phát huy những giá trị văn hóa du lịch đặc sắc, góp phần đưa du lịch Ninh Bình phát triển trở thành trung tâm du lịch - dịch vụ của đồng bằng sông Hồng và cả nước” [15].

Chương 3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT HUY CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA DU LỊCH TỈNH NINH BÌNH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ THEO HƯỚNG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

3.1. Định hướng phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình

3.1.1. Những quan điểm chỉ đạo

Xác định tầm quan trọng cũng như lợi thế trong phát triển du lịch, Đảng và nhà nước ban hành một số nghị quyết như Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị xác định: phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng, có trọng tâm trọng điểm, hiệu quả, có thương hiệu và phát triển ngành du lịch phát triển bền vững, bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa và các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc, bảo vệ môi trường và thiên nhiên... Quyết định 147/QĐ-TTg ngày 11/01/2020 của Thủ tướng chính phủ xác định: phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy các ngành và lĩnh vực khác. Phát triển du lịch bền vững trên nền tảng tăng trưởng xanh, quản lý và sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường, chú trọng phát triển du lịch văn hóa, gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc, phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng và hiệu quả...

Trong những năm qua, Đảng bộ, chính quyền nhân dân tỉnh Ninh Bình đã luôn nỗ lực phấn đấu phát triển ngành du lịch. Nhiều nghị quyết, quan điểm chỉ đạo, định hướng phát triển ngành du lịch được ban hành như: Nghị quyết số 15-NQ/TU về phát triển du lịch Ninh Bình đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Đến năm 2017, Ban Thường vụ Tỉnh ủy tiến hành sơ kết và ban hành Kết luận số 03-KL/TU về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 15-NQ/TU. Nghị quyết của Đại hội Đảng bộ tỉnh Ninh Bình lần thứ XXII, giai đoạn 2021-2025 xác định: Phát triển hạ tầng du lịch là một trong những khâu đột phá chiến lược của tỉnh, cần ưu tiên nguồn lực và đặt ra mục tiêu phát triển Ninh Bình trở thành Trung tâm du lịch của cả nước và khu vực. Nghị quyết 07-NQ/TU ngày

29/10/2021 của Ban chấp hành Đảng bộ nhận định: Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng của tỉnh; Phấn đấu đưa Ninh Bình trở thành một trong các trung tâm du lịch của cả nước và khu vực; ưu tiên phát triển du lịch chất lượng cao, bền vững theo hướng “tăng trưởng xanh” góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại ...

3.1.2. Dự báo xu hướng phát triển du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế

3.1.2.1. Về bối cảnh quốc tế và trong nước

Phát triển du lịch trong bối cảnh hiện nay bị tác động rất lớn bởi quá trình hội nhập hóa, toàn cầu hóa, cùng với sự phát triển không ngừng của khoa học, công nghệ. Bên cạnh đó, nhu cầu của người dân, tác động của môi trường, biến đổi khí hậu, dịch bệnh... gần đây nhất là đại dịch Covid-19 đã tác động tiêu cực trên diện rộng đến du lịch thế giới trong đó có Việt Nam.

Bên cạnh đó, sự bất ổn chính trị của một số quốc gia trên thế giới hiện nay góp phần thúc đẩy thêm khó khăn cho việc phát triển du lịch của các quốc gia. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên Hợp Quốc (UNWTO) dự báo ngành du lịch toàn cầu sẽ bắt đầu phục hồi sau đại dịch bệnh Covid-19 từ quý IV/2021, có thể kéo dài đến giữa năm 2022 mới phục hồi và phải đến 2024 mới bằng với mức năm 2019. Trong đó, thị trường khách nội địa sẽ phục hồi nhanh chóng, là thị trường trọng điểm, tập trung vào du lịch với mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thăm thân ngắn ngày, sau đó là du lịch MICE. Hiệp hội Vận tải hàng không quốc tế (IATA) đánh giá phải đến năm 2023 du lịch theo đường hàng không mới có thể phục hồi bằng với mức tăng trưởng của năm 2019.

Ở trong nước, thế và lực, sức mạnh tổng hợp quốc gia, uy tín quốc tế của Việt Nam ngày càng được nâng cao tạo ra những tiền đề quan trọng cho phát triển du lịch của đất nước. Theo nhận định của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, bối cảnh tình hình thế giới trong giai đoạn 2021 - 2025 tiếp tục diễn biến phức tạp, tăng trưởng kinh tế thế giới có khả năng chậm hơn giai đoạn trước; cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ tiếp tục tác động mạnh mẽ và rộng rãi đến mọi mặt của đời sống; các thách thức an ninh phi truyền thống, đặc biệt là biến đổi khí hậu ngày càng

gia tăng về cả tác động và cường độ; thiên tai, dịch bệnh diễn biến phức tạp... Đây là những yếu tố sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam nói chung và tỉnh Ninh Bình nói riêng.

Trong bối cảnh khó khăn đó, ngành du lịch Ninh Bình đã và đang triển khai kịp thời nhiều biện pháp nhằm tháo gỡ khó khăn, với các giải pháp có trọng tâm, trọng điểm, sát với thực tế, có tính khả thi nhằm sớm đưa du lịch tỉnh nhà sớm phục hồi trở lại.

3.1.2.2. Về xu hướng du lịch trong bối cảnh mới

Cùng với xu hướng du lịch thế giới, du lịch Việt Nam cũng đang có nhiều thay đổi, dự báo trong thời gian tới tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí vẫn là xu hướng chính của đa số thị trường khách, song nhiều nhu cầu mới sẽ hình thành, đặc biệt là nhu cầu trải nghiệm hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa truyền thống, giá trị tự nhiên, giá trị sáng tạo và công nghệ cao. Du lịch chữa bệnh và chăm sóc sức khỏe ngày càng phổ biến. Phát triển du lịch có trách nhiệm, du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng vừa là xu hướng vừa là đòi hỏi tất yếu đối với ngành du lịch để thực hiện nguyên tắc và mục tiêu phát triển bền vững về cả tự nhiên và xã hội.

Việc ứng dụng công nghệ cao, trí tuệ nhân tạo (AI), internet kết nối vạn vật (IOT), phát triển loại hình du lịch thông minh, du lịch thực tế ảo giúp khách du lịch tìm kiếm thông tin, trải nghiệm trước, trong và sau chuyến đi. Xu hướng tiêu dùng du lịch cũng có thay đổi. Du lịch cá nhân đang trở thành xu hướng du lịch của giới trẻ ở trong nước và trên thế giới.

Sau đại dịch Covid-19, theo nhu cầu của du khách, thị trường du lịch xuất hiện một số xu hướng: xu hướng du lịch điếm đến an toàn, thân thiện; xu hướng du lịch được bảo đảm về chăm sóc sức khỏe cũng như bảo hiểm cao hơn; xu hướng chuyển từ nhu cầu du lịch quốc tế sang nhu cầu du lịch nội địa; xu hướng sử dụng sản phẩm du lịch trọn gói; xu hướng linh hoạt trong sử dụng dịch vụ...

Trong những năm tới, du lịch Ninh Bình tiếp tục phải đối diện với nhiều vấn đề mới nặng nề hơn, phức tạp hơn. Yêu cầu phải tiếp tục đổi mới mạnh mẽ tư duy, có quyết tâm chính trị cao, dự báo chính xác, kịp thời diễn biến của tình

hình, chủ động ứng phó với mọi tình huống để thúc đẩy du lịch Ninh Bình phát triển nhanh và bền vững.

3.1.3. Định hướng phát triển du lịch Ninh Bình theo hướng bền vững

Tại Ninh Bình, định hướng phát triển du lịch bền vững đã và đang được triển khai thực hiện nhất là sau Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Ninh Bình lần thứ XXII (2020 - 2025), Nghị quyết 07-NQ/TU ngày 29/10/2021 về phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045, Quyết định số 1339/QĐ-UBND phê duyệt đề án phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045 ... Đây là động lực, là cơ sở quan trọng có tính định hướng cho sự phát triển của du lịch Ninh Bình. Dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng, Nhà nước và của tỉnh, du lịch Ninh Bình đã và đang dần vươn lên để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế khác.

Ninh Bình có tài nguyên du lịch đa dạng, phong phú đó là lợi thế. Vấn đề đặt ra lúc này là, vừa khai thác giá trị cảnh quan thiên nhiên, giá trị văn hóa truyền thống nhưng phải bảo vệ, gìn giữ môi trường; ngăn chặn, hạn chế những tác động tiêu cực đến môi trường xã hội, thuần phong mỹ tục. Khai thác các giá trị văn hóa trong hoạt động du lịch trên thực tế đã được các cấp chính quyền quan tâm, chỉ đạo từ sớm. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X, XI, XII của Đảng Cộng sản Việt Nam đều đưa ra những quan điểm định hướng về phát triển du lịch. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII nhấn mạnh: “Khai thác thế mạnh về bản sắc văn hóa và điều kiện tự nhiên để đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái”; “Xây dựng và định vị thương hiệu du lịch quốc gia tầm cỡ quốc tế. Xây dựng và định vị thương hiệu du lịch quốc gia gắn với hình ảnh chủ đạo, độc đáo, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc” [10, tr.110]. Trên cơ sở những định hướng chỉ đạo này, chính quyền địa phương các cấp vận dụng sáng tạo, cụ thể hóa trong chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch địa phương, đồng thời xác định được những nguyên tắc trong việc phát triển bền vững.

Phát triển bền vững yêu cầu phải bảo tồn được sự đa dạng phong phú của

tài nguyên du lịch; xây dựng được các kế hoạch, chiến lược phát triển du lịch với tầm nhìn dài hạn cùng với cơ chế quản lý đồng bộ, thống nhất. Các kế hoạch, chiến lược phát triển phải sát với thực tiễn địa phương, có trọng tâm, trọng điểm, gắn với bảo vệ môi trường tự nhiên, môi trường văn hóa xã hội. Phát triển du lịch hài hòa với các mặt của đời sống xã hội, phù hợp với tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, góp phần thực hiện các chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh... Phát triển du lịch phải có sự tham gia, vào cuộc một cách tích cực của nhiều chủ thể nhất là cộng đồng dân cư làm du lịch bởi họ “vừa là di sản sống, vừa trực tiếp bảo vệ, giữ gìn di sản và tài nguyên du lịch” [58]. Giữ gìn, xây dựng và phát triển văn hóa du lịch cần được chuyển hóa thành nhận thức tự giác, là trách nhiệm, là quyền lợi của mỗi người dân. Muốn vậy, phát triển du lịch phải đem lại lợi ích cho dân, trước hết là công ăn việc làm nhằm nâng cao đời sống cho dân.

3.2. Các nhóm giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế

3.2.1. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa trong công tác quản lý du lịch

Một là, có chiến lược phát triển du lịch tổng thể, đề án phát triển du lịch đồng bộ với tầm nhìn dài hạn, sát với thực tế, bảo vệ, giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa du lịch; nâng cao chất lượng công tác xây dựng quy hoạch du lịch; tổ chức quản lý nghiêm và thực hiện đúng nội dung quy hoạch du lịch

Rà soát tổng thể và hệ thống các quy hoạch du lịch. Tiến hành sơ kết việc thực hiện quy hoạch theo giai đoạn. Phân tích, đánh giá cụ thể chất lượng, tính bền vững, tính đồng bộ của mỗi quy hoạch, trên cơ sở đó xác định tiếp tục thực hiện, điều chỉnh, bổ sung hoặc xây dựng mới các quy hoạch cần thiết làm cơ sở cho phát triển văn hoá du lịch Ninh Bình. Việc điều chỉnh, bổ sung hoặc xây dựng mới các quy hoạch về du lịch cần tuân thủ nghiêm túc các nguyên tắc, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch bền vững. Quy trình xây dựng quy hoạch phải được tiến hành chặt chẽ, lựa chọn được đơn vị tư vấn có trách nhiệm, năng lực chuyên sâu, có cách tiếp cận khoa học về nội dung quy hoạch. Thu thập đầy đủ

các thông tin cần thiết phục vụ cho xây dựng, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch (bao gồm việc đánh giá kết quả thực hiện quy hoạch giai đoạn trước; các căn cứ chính trị, pháp lý, khoa học và thực tiễn xác thực; các thông tin dự báo; các thông tin liên quan khác có liên quan như kết quả phát triển du lịch của quốc gia, khu vực, của các địa phương có mối quan hệ gắn bó trong phát triển du lịch, ...)

Chú trọng chỉ đạo nâng cao chất lượng dự báo, đảm bảo sự đầy đủ, chính xác, khách quan, đồng bộ, thống nhất và cập nhật kịp thời các thông tin đầu vào. Có sự tham gia của các ngành, cấp, các chuyên gia về những lĩnh vực liên quan trong quá trình xây dựng, điều chỉnh bổ sung quy hoạch. Trong quá trình xây dựng, điều chỉnh quy hoạch, cần phát huy vai trò trách nhiệm của xã hội, nhất là vai trò của cộng đồng địa phương. Quy hoạch cần được công khai và triển khai đồng bộ nội dung các quy hoạch đến các ngành, các cấp; quản lý chặt chẽ việc thực hiện quy hoạch, đảm bảo tiến độ, lộ trình thực hiện, kiên định và kiên trì các mục tiêu, định hướng phát triển nhất là định hướng tổ chức không gian du lịch và công tác quản lý tài nguyên du lịch, quản lý đất đai ở địa bàn có tài nguyên du lịch, quản lý các dự án đầu tư trong các ngành, lĩnh vực khác có liên quan trong khu vực quy hoạch du lịch.

Hai là, xây dựng các chủ trương, chính sách, văn bản quy phạm pháp luật phù hợp, tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch

Trên cơ sở chủ trương nhất quán của tỉnh coi du lịch là khâu đột phá cần phải tập trung cao độ các điều kiện và nguồn lực thực hiện; rà soát, nghiên cứu, điều chỉnh các chính sách, quy định không còn phù hợp; bổ sung các chính sách và quy định mới đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch bền vững. Tỉnh cần ban hành các chính sách khuyến khích, ưu đãi đầu tư vào du lịch nhất là các địa bàn trọng điểm, vùng có tiềm năng du lịch, sản phẩm du lịch đặc thù, hướng trọng tâm vào việc điều chỉnh, xây dựng mới các chính sách, văn bản quy phạm ưu đãi (về đất đai, vay vốn, thủ tục hành chính, miễn giảm một số loại phí, lệ phí...) để khuyến khích, thu hút nguồn lực cho đầu tư phát triển hạ tầng du lịch, đầu tư vào các khu du lịch, phát triển nguồn nhân lực, xúc tiến, quảng bá du lịch.

Về quản lý, bảo vệ tài nguyên du lịch, trong đó phân cấp rõ chức năng,

thẩm quyền và trách nhiệm quản lý của từng cơ quan chức năng và cá nhân liên quan, mức độ chịu trách nhiệm khi vi phạm, định hướng cho các doanh nghiệp trong việc phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch; nâng cao ý thức trách nhiệm của cơ sở kinh doanh du lịch, khách du lịch và người dân địa phương, thu hút sự tham gia của cộng đồng cho phát triển kinh tế du lịch, bảo vệ tài nguyên, bảo tồn văn hoá; khuyến khích, hỗ trợ áp dụng khoa học công nghệ thân thiện với môi trường, tiết kiệm tài nguyên, năng lượng trong hoạt động du lịch; khắc phục các tồn tại trong công tác quản lý. Đẩy mạnh việc thực hiện các quy định đảm bảo nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch: điều tra, phân tích, đánh giá quản lý, nhu cầu khách du lịch; lắp đặt biển báo; quản lý giá cả, chất lượng dịch vụ; bảo đảm vệ sinh, môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, hệ thống an ninh trật tự.

Ba là, tổ chức thực hiện tốt công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật và chính sách về du lịch của nhà nước, của tỉnh đến các nhà đầu tư cùng mọi người dân nhằm quảng bá du lịch Ninh Bình

Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá du lịch Ninh Bình trên hệ thống website, cổng thông tin điện tử và định hướng, khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân tích cực giới thiệu tiềm năng du lịch, quảng bá các khu, điểm du lịch của tỉnh Ninh Bình trên các mạng xã hội như Facebook, YouTube, Zalo, Twitter... Tăng cường hỗ trợ thông tin về du lịch cho các nhà đầu tư, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong tỉnh. Tuyên truyền sâu rộng chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước liên quan đến hoạt động du lịch. Tuyên truyền lợi ích của phát triển du lịch, sự cần thiết phải xây dựng văn hóa du lịch trong phát triển du lịch để mỗi cá nhân, tổ chức được nhận thức một cách đầy đủ. Qua đó, khuyến khích mỗi cá nhân tham gia tích cực, chủ động vào hoạt động du lịch, tự mình trở thành một phần tài nguyên du lịch, chủ thể lưu giữ, quảng bá văn hóa du lịch. Ngoài ra, cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền Bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch tới các địa phương, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch và khách du lịch, nhằm xây dựng môi trường du lịch văn minh, thân thiện.

Bốn là, tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát hoạt động du lịch; công

tác thanh tra, kiểm tra chuyên ngành và liên ngành trong lĩnh vực du lịch

Kiểm tra, giám sát hoạt động du lịch tại các khu, điểm du lịch và các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, nhất là vào thời điểm lễ hội, ngày lễ tết và các tháng cao điểm về du lịch. Công khai, minh bạch các quy trình thanh tra, kiểm tra để làm cơ sở cho việc thanh tra, kiểm tra. Áp dụng linh hoạt các hình thức và thời điểm kiểm tra, kiên quyết xử lý vi phạm, nhất là đối với công tác kiểm tra, thanh tra các dự án du lịch đang thực hiện. Đồng thời, có kế hoạch bồi dưỡng, nâng cao năng lực và phẩm chất đạo đức cho đội ngũ cán bộ thanh tra, kiểm tra.

Cần quản lý chặt chẽ việc cấp phép và hoạt động của các cơ sở kinh doanh du lịch, việc tổ chức và tham gia các hoạt động du lịch, các sự kiện văn hoá, du lịch của tỉnh. Tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất là về môi trường đầu tư, cơ hội tiếp cận nguồn lực, thủ tục hành chính cho các nhà đầu tư, kinh doanh du lịch trên địa bàn. Tăng cường các hoạt động thanh tra, kiểm tra việc sử dụng, bảo vệ tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch; kiểm tra việc thực hiện các nội dung quy hoạch, các cam kết về tiến độ đầu tư, sử dụng đất, bảo vệ tài nguyên, môi trường và việc thực hiện các quy định pháp luật khác của các nhà đầu tư. Kiên quyết xử lý triệt để các dự án du lịch có vi phạm pháp luật trong sử dụng đất, tài nguyên du lịch, trong các hoạt động kinh doanh, vi phạm các quy định về bảo vệ môi trường theo đúng pháp luật.

Năm là, tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và cộng đồng phát triển du lịch

Tỉnh cần đẩy mạnh cải cách hành chính, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, minh bạch, bình đẳng, thuận lợi cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Khuyến khích doanh nghiệp đổi mới, sáng tạo, đa dạng hóa các loại hình, sản phẩm du lịch phù hợp với định hướng. Khuyến khích doanh nghiệp nâng cao hiệu quả liên kết, hợp tác xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ có tính hỗ trợ cho nhau, bổ sung giá trị gia tăng cho các sản phẩm du lịch. Hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các hoạt động xúc tiến, quản lý sản phẩm du lịch, thực hiện liên kết phát triển du lịch với các tỉnh, địa phương trong và ngoài nước. Hỗ trợ các chương trình như đào tạo kỹ năng nghề nghiệp về du lịch, đào tạo, bồi dưỡng

nâng cao trình độ về ngoại ngữ. Chú trọng bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp du lịch, xử lý nghiêm các hành vi cạnh tranh thiếu lành mạnh.

Sáu là, hoàn thiện tổ chức bộ máy, nâng cao năng lực và chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về du lịch, bổ sung ngân sách cho các hoạt động, các nghiên cứu phát triển văn hóa du lịch

Tiến hành rà soát, kiện toàn tổ chức bộ máy và đội ngũ cán bộ, công chức ngành Du lịch các cấp đủ về số lượng, đảm bảo chất lượng đáp ứng yêu cầu quản lý nhà nước về du lịch theo hướng tinh gọn, hiệu quả. Thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng cho đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về du lịch phù hợp với thực tiễn yêu cầu phát triển du lịch của tỉnh. Chú trọng tổ chức các lớp bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ, công chức văn hóa - du lịch các huyện, thị xã. Có chính sách thu hút đầu tư cho đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo du lịch cả về cơ sở vật chất kỹ thuật và đội ngũ giáo viên. Đẩy mạnh xã hội hóa và hợp tác quốc tế, thu hút nguồn lực phát triển nhân lực. Đa dạng hóa các hình thức đào tạo du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực. Chú trọng nâng cao kỹ năng nghề, ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp cho lực lượng lao động ngành du lịch phù hợp với bối cảnh hội nhập quốc tế. Bổ sung ngân sách cho hoạt động nghiên cứu đặc điểm tâm lý, nhu cầu, thị hiếu của du khách, biến động của thị trường du lịch, dự báo dòng khách du lịch, tiềm năng du lịch địa phương. Nghiên cứu ứng dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong hoạt động du lịch.

Bảy là, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ hoạt động quản lý Nhà nước về du lịch

Thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin, chuyên đổi số ngành du lịch. Hiện đại hóa công tác quản lý nhà nước về du lịch. Xây dựng cơ sở dữ liệu lớn về du lịch, ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý, triển khai các ứng dụng phát triển du lịch thông minh để tiếp cận với các thị trường khách du lịch tiềm năng. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cần nhanh chóng thay đổi phương thức quản lý mới phù hợp với biến đổi của thị

trường, thực hiện chuyển đổi số trong các hoạt động kinh doanh, tạo môi trường thuận lợi để các doanh nghiệp nhanh chóng bắt nhịp với xu hướng.

Tám là, đảm bảo môi trường an ninh, an toàn cho khách du lịch

Tạo điều kiện cho khách du lịch trong việc tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ cần thiết như dịch vụ liên lạc, dịch vụ y tế, dịch vụ tài chính, dịch vụ bảo hiểm, pháp lý... Hoàn thiện và đồng bộ hóa hệ thống biển báo về an toàn, an ninh cho khách du lịch tại những điểm đến, đặc biệt tại những khu vực nguy hiểm. Cần có sự phối hợp chặt chẽ trong quá trình thực hiện chương trình du lịch như phối hợp tìm kiếm, cứu nạn...

Chín là, có các biện pháp phòng ngừa rủi ro, quản lý rủi ro trong kinh doanh du lịch.

Cũng như các ngành kinh tế khác, hoạt động của ngành du lịch diễn ra trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và sự tác động trực tiếp của tự nhiên nên luôn đối diện với những rủi ro. Tuy nhiên, do du lịch là một ngành kinh tế có đặc thù riêng nên sẽ có điểm khác biệt về quy mô, mức độ ảnh hưởng. Có nhiều biện pháp phòng ngừa rủi ro, quản lý rủi ro nên được đưa ra như biện pháp kinh tế, biện pháp công nghệ, biện pháp tâm lý - văn hóa... nhằm đảm bảo sự an toàn và hiệu quả trong hoạt động kinh doanh du lịch. Các biện pháp này giúp chúng ta chủ động trong xử lý các vấn đề phát sinh trong hoạt động du lịch với những kịch bản khác nhau. Đây là bài học rút ra từ sau tác động của đại dịch covid-19 với các ngành kinh tế trong đó có du lịch.

3.2.2. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch

Một là, doanh nghiệp du lịch, cơ sở kinh doanh du lịch cần xây dựng văn hóa doanh nghiệp

Đó là hệ thống những ý nghĩa, giá trị, niềm tin chủ đạo, nhận thức và phương pháp tư duy được mọi thành viên trong doanh nghiệp du lịch, cơ sở kinh doanh du lịch cùng thống nhất, có ảnh hưởng đến nhận thức và hành động của từng thành viên, có tác dụng tăng tiềm lực, quy tụ sức sáng tạo của các thành viên, khích lệ họ sáng tạo, đem lại nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp. Văn hóa

doanh nghiệp giúp nhân viên thấy rõ mục tiêu, định hướng và bản chất công việc mình làm, hiểu được giá trị của bản thân với công việc, cho họ thêm động lực làm việc nhờ đó nội bộ đoàn kết thống nhất, quan hệ giữa các nhân viên tốt đẹp, môi trường làm việc thoải mái, lành mạnh. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh, thu hút nhân tài, gắn bó người lao động, đặc biệt tạo nên bản sắc riêng của doanh nghiệp. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp đòi hỏi mỗi lao động phải biết nâng cao năng lực, tu dưỡng đạo đức nghề nghiệp, coi trọng chữ tín trong công việc, có hành vi ứng xử văn hóa, văn minh (ứng xử với con người, ứng xử với tài nguyên du lịch).

Hai là, nâng cao vai trò trách nhiệm của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình đối với sự phát triển kinh tế - xã hội - môi trường, đảm bảo sự phát triển bền vững của ngành du lịch

Hoạt động du lịch những năm qua ở Ninh Bình đã có những bước khởi sắc. Hình ảnh, thương hiệu du lịch Ninh Bình đã được khẳng định khá đậm nét trên bản đồ du lịch Việt Nam và khu vực, 3 năm liền được các tạp chí, chuyên trang du lịch quốc tế (Teligraph, Tripadvisor, Business Insider) bình chọn là điểm đến hấp dẫn hàng đầu của Việt Nam. Du lịch đã có những đóng góp lớn vào cơ cấu GRDP toàn tỉnh, bước đầu tạo sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương theo hướng tăng tỷ trọng khối dịch vụ đồng thời, thúc đẩy nhiều ngành, nhiều lĩnh vực phát triển nhất là lĩnh vực nông nghiệp, thương mại dịch vụ, tiểu thủ công nghiệp... tạo việc làm và sinh kế ổn định cho hàng chục nghìn người dân địa phương. Vì vậy, sau khi dịch bệnh Covid-19 đã được kiểm soát, doanh nghiệp du lịch cần phục hồi kinh doanh, tạo công ăn việc làm góp phần giải quyết các vấn đề xã hội, ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh để tiếp cận với khách hàng nhiều hơn, khuyến khích các hộ kinh doanh mở rộng hoạt động sản xuất, kinh doanh để chuyển đổi thành doanh nghiệp.

Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp du lịch Ninh Bình phải gắn với bảo vệ môi trường, thực hiện nghiêm chỉnh những quy định của nhà nước về bảo vệ môi trường. Đội ngũ nhân viên cần được tập huấn những kiến thức và kinh nghiệm về việc kinh doanh du lịch gắn với bảo vệ môi trường. Coi trọng công

tác tuyên truyền, giáo dục ý thức bảo vệ giá trị di sản văn hóa, ứng xử văn minh du lịch, bảo vệ cảnh quan môi trường cho du khách và cộng đồng địa phương thông qua các bảng hướng dẫn, tờ rơi, tờ gấp, các phương tiện truyền thông đại chúng. Trong công tác bảo vệ môi trường tại các khu điểm du lịch cần tăng cường số lượng các thùng rác cho khách đặt ở vị trí phù hợp; áp dụng các hệ thống xử lý nước thải, rác thải, khắc phục tình trạng rác thải gây ô nhiễm ở một số điểm du lịch, ...

Các cơ sở kinh doanh lưu trú cần tham gia hưởng ứng phong trào giờ trái đất; sử dụng năng lượng sạch, tái tạo để giảm thiểu ô nhiễm, góp phần gia tăng giá trị tài nguyên du lịch; ứng dụng công nghệ xanh, công nghệ sạch nhằm góp phần bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

Các công ty lữ hành cần hướng tới các sản phẩm du lịch xanh, thân thiện với môi trường, các chương trình du lịch cộng đồng khai thác thế mạnh của Ninh Bình: du lịch nông nghiệp, du lịch sinh thái...; cảnh báo những hoạt động gây tổn hại tới môi trường cho khách du lịch. Bên cạnh đó, hướng dẫn viên cần tuyên truyền, hướng dẫn du khách thực hiện những hành vi đẹp, bảo tồn tài nguyên, giữ gìn môi trường du lịch như: bỏ rác đúng nơi quy định, sử dụng những vật liệu thân thiện môi trường, không mua sắm những đồ dùng, sản phẩm làm từ những vật liệu cấm...

Các nhà hàng, khách sạn cần sử dụng công nghệ xanh, vật liệu thân thiện môi trường, tiết kiệm nhiên liệu, hạn chế xả thải trực tiếp ra môi trường đặc biệt là các homestay gần khu, điểm du lịch. Việc xây dựng những cơ sở lưu trú cần tuân thủ đúng quy định, không phá vỡ cảnh quan môi trường, không xâm hại đến di sản.

Ba là, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực lao động du lịch, thu hút lao động có chất lượng cao

Doanh nghiệp du lịch cần phát triển nguồn nhân lực theo cơ cấu hợp lý, bảo đảm số lượng, chất lượng, cân đối về cơ cấu và trình độ đào tạo, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh và hội nhập; chú trọng đào tạo kỹ năng nghề và kỹ năng mềm cho lực lượng lao động trực tiếp phục vụ khách du lịch, đặc biệt đội ngũ hướng

dẫn viên tại điểm; khuyến khích hình thành đội ngũ tình nguyện viên hướng dẫn, hỗ trợ khách du lịch; tạo môi trường làm việc văn minh, lành mạnh với những cơ chế chính sách đãi ngộ ưu đãi khuyến khích người lao động cống hiến và gắn bó lâu dài...

Doanh nghiệp sử dụng lao động ngành Du lịch cần chủ động trong việc định hướng, phát triển chính sách nhân sự bền vững. Tích cực hợp tác với cơ sở đào tạo trong tham gia xây dựng chương trình, giáo trình đào tạo, đánh giá kỹ năng nghề nghiệp; trực tiếp tham gia đào tạo và đào tạo lại, đánh giá nguồn nhân lực du lịch; tạo điều kiện thực hành, thực tập cho học sinh, sinh viên và giáo viên, giảng viên đến học tập, nghiên cứu tại doanh nghiệp. Đẩy mạnh đào tạo tại chỗ theo nhu cầu của doanh nghiệp; cung cấp các thông tin về nhu cầu nguồn nhân lực, nhu cầu đào tạo. Cùng với cơ sở đào tạo tổ chức các diễn đàn nghề nghiệp, hợp tác nghiên cứu khoa học triển khai ứng dụng kỹ thuật công nghệ vào sản xuất, kinh doanh, dịch vụ du lịch... hợp tác tuyên truyền, tư vấn hướng nghiệp, tuyển sinh; hỗ trợ cho học sinh, sinh viên nghiên cứu khoa học và trao học bổng cho học sinh, sinh viên có thành tích xuất sắc trong học tập và rèn luyện. Tuyển dụng học sinh, sinh viên, tạo cơ hội việc làm, khởi nghiệp cho họ sau khi tốt nghiệp ra trường.

Bốn là, nâng cao vai trò của Hiệp hội du lịch tỉnh Ninh Bình

Nâng cao vai trò của Hiệp hội Du lịch nhằm quy tụ các doanh nghiệp du lịch tham gia vào ngôi nhà chung, tạo nên sự liên kết giữa các doanh nghiệp, hình thành môi trường kinh doanh du lịch lành mạnh chống hành vi kinh doanh phá giá, cạnh tranh không lành mạnh. Hiệp hội Du lịch cần phát huy cao hơn nữa là “cầu nối” giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý nhà nước và cơ sở đào tạo trong hoạt động kinh doanh du lịch với hoạt động đào tạo nguồn nhân lực du lịch; nắm bắt nhu cầu đào tạo của các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh, cung cấp thông tin cho ngành và các cơ sở đào tạo trong và ngoài tỉnh; phối hợp với cơ sở đào tạo và Sở Du lịch tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng theo nhu cầu của doanh nghiệp; tham gia tích cực xây dựng các chương trình đào tạo cũng như quá trình đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ cho đội ngũ làm du lịch.

Hiệp hội du lịch là chỗ dựa vững chắc, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp, tổ chức, đơn vị, cá nhân là thành viên của Hiệp hội; định hướng, hỗ trợ các thành viên trong nghiên cứu, xây dựng, phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, sản phẩm du lịch mới, độc đáo mang thương hiệu của Ninh Bình; đồng hành trong các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch Ninh Bình ở trong và ngoài nước.

3.2.3. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của khách du lịch

Một là, nâng cao ý thức tôn trọng cảnh quan môi trường, giá trị của tài nguyên di tích và ứng xử văn minh cho du khách khi tham quan tại các địa điểm du lịch

Đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức, xây dựng hành vi ứng xử văn hóa, ý thức bảo vệ di sản cho du khách. Tại các khu di tích, điểm du lịch cần đồng bộ lắp biển nội quy, quy định; tăng cường lực lượng bảo vệ kiểm tra, đôn đốc nhắc nhở du khách khi xả rác bừa bãi, hút thuốc lá, ăn mặc không đúng quy định...; bố trí sẵn trang phục phù hợp cho khách mượn trong trường hợp cần thiết khi vào thăm các điểm du lịch tâm linh.

Ban quản lý các khu du lịch cần phối hợp chặt chẽ với đơn vị du lịch tuyên truyền người dân và du khách ứng xử văn hóa khi tham quan các di tích lịch sử văn hóa, các điểm, khu du lịch của địa phương; phối hợp với các doanh nghiệp làm du lịch giới thiệu, cung cấp và phổ biến trước giá trị, ý nghĩa cũng như nội quy của di tích lịch sử văn hóa, điểm du lịch từ đó góp phần nâng cao ý thức bảo vệ di sản cho du khách khi vào tham quan. Các doanh nghiệp làm du lịch nên chủ động xây dựng những thông điệp ứng xử văn minh, trực tiếp tuyên truyền, phổ biến tới du khách sử dụng dịch vụ của mình. Khi du khách được tuyên truyền để nhận thức đầy đủ sẽ có sự hợp tác, đồng thuận khiến chất lượng các tour du lịch nâng cao, đảm bảo cả mục tiêu bảo vệ môi trường, tài nguyên.

Song song với việc tuyên truyền hướng dẫn, một số quy tắc ứng xử cần được cụ thể hóa bằng các văn bản luật với chế tài xử lý nghiêm minh, rõ ràng để du khách có ý thức và trách nhiệm hơn khi thực hiện. Ngoài việc xử phạt hành chính bằng tiền đối với những trường hợp vi phạm cần áp dụng cả biện pháp phạt lao

động công ích như làm vệ sinh, thu dọn rác tại những khu vực họ phạm lỗi.

Hai là, thu hẹp khoảng cách tâm lý giữa các cộng đồng và tạo ra môi trường du lịch văn minh, thân thiện

Thu hẹp khoảng cách tâm lý giữa cộng đồng địa phương và khách du lịch; đồng thời tạo ra môi trường du lịch thân thiện, văn minh bằng các giải pháp cụ thể sau:

(1) Nâng cao nhận thức của khách du lịch về việc ứng xử đúng chuẩn mực và tuân thủ quy định của điểm đến; tôn trọng giá trị văn hóa bản địa và tài nguyên của điểm du lịch. Chính quyền và ban quản lý các điểm đến cần nhắc nhở khách du lịch về những hậu quả tiêu cực của hành vi sai trái với thuần phong mỹ tục, trái với chuẩn mực của cộng đồng; đặt mình vào vị trí của người dân địa phương để ứng xử phù hợp. Cụ thể, tại các điểm du lịch, các khu vực nhà hàng - khách sạn có thể thiết kế trang trí bàn ăn, ghế ngồi với nội dung nhắc nhở khách du lịch về hậu quả của việc lãng phí thức ăn; xả rác không đúng nơi quy định, trang phục không phù hợp... Điều này giúp khách nhận thức được hành vi của họ sẽ gây ra cùng một mức độ phiền toái với cộng đồng như vi phạm được gây ra bởi chính thành viên của cộng đồng ấy.

(2) Các nhà quản lý điểm đến, các doanh nghiệp du lịch cũng nên nhắc nhở khách du lịch về tác hại của những hành vi xấu tới hình ảnh quê hương, quốc gia của họ. Đồng thời tăng cường sự gần gũi về tâm lý giữa khách du lịch và người dân địa phương bằng cách quảng bá hình ảnh thân thiện và chào đón của điểm đến, của người dân địa phương.

(3) Khuyến khích sự tham gia của người dân địa phương vào quá trình quản lý và triển khai các hoạt động du lịch với mục đích giúp du khách khám phá những trải nghiệm độc đáo về sự đa dạng văn hóa của cộng đồng địa phương, tăng cường giao lưu văn hóa, khám phá thiên nhiên, làng nghề truyền thống, trải nghiệm cuộc sống lao động thường ngày của người dân địa phương. Tạo môi trường và cơ hội giao lưu lành mạnh giữa khách du lịch với người dân địa phương thông qua các hình thức giao lưu văn hóa đa dạng như sinh hoạt các câu lạc bộ nghề truyền thống; giới thiệu, quảng bá văn hóa ẩm thực, kiến trúc

dân gian, nghệ thuật dân gian. Người dân địa phương có thể tạo cho du khách cảm giác gần gũi với việc khuyến khích tham gia vào các mô hình canh tác nông nghiệp, thủ công nghiệp truyền thống; tạo cơ hội cho du khách được trải nghiệm cuộc sống lao động thường ngày của họ như cùng trồng rau, cuốc đất, tưới nước, chăm bón rau... và cùng chia sẻ cảm giác về không gian xanh yên bình với cư dân trong làng.

Ba là, nâng cao nhận thức cho khách du lịch về tiết kiệm năng lượng

Thay đổi nhận thức và hành động của khách du lịch về môi trường và tiết kiệm năng lượng cũng là một trong những giải pháp hiệu quả góp phần xây dựng hình ảnh đẹp của du khách đối với cộng đồng tại điểm đến. Muốn vậy, cần khuyến khích những hành vi tiết kiệm năng lượng trong cộng đồng và nhân viên trong các doanh nghiệp du lịch để làm gương cho du khách. Đội ngũ nhân viên trong doanh nghiệp phải nhận thức rõ mức tiêu thụ năng lượng mà họ phải chịu trách nhiệm. Nhà quản lý hoặc người có chuyên môn hướng dẫn và khuyến khích nhân viên, khách du lịch cắt giảm mức tiêu thụ năng lượng không cần thiết.

Nâng cao nhận thức về tiết kiệm năng lượng có thể từ việc bài trí những số liệu, dữ kiện về mức tiêu hao năng lượng trong khách sạn, nhà hàng... để khách du lịch có thể nhận thức thông điệp được thể hiện trên đó. Khi khách nhận phòng có thể dành một phần thời gian nhỏ tuyên truyền, khuyến khích khách nâng cao ý thức trách nhiệm bảo vệ môi trường nơi mình lưu trú. Để bảng hiệu hoặc thông điệp rõ ràng trong phòng khách nhắc nhở khách hạn chế sử dụng năng lượng không cần thiết. Ví dụ: *“Mỗi ngày, hàng trăm lít nước, kwh điện và chất tẩy rửa được sử dụng để giặt những chiếc khăn tắm chỉ dùng một lần. Một chiếc khăn trên giá có nghĩa là tôi sẽ sử dụng lại, một chiếc khăn trên sàn nhà hoặc trong bồn tắm có nghĩa là làm ơn đổi chiếc khác!”*. Thông điệp này có thể khuyến khích khách sử dụng lại khăn tắm và ga trải giường của họ. Khuyến khích khách tắt các thiết bị điện không cần thiết như điều hòa và sử dụng hệ thống thông gió tự nhiên... Đặt các thùng rác tái chế trong phòng khách và hành lang. Khuyến khích khách đóng góp công sức vào hoạt động của một nhóm môi trường địa phương...

3.2.4. Nhóm giải pháp phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch

3.2.4.1. Đối với cộng đồng dân cư tại các điểm, khu du lịch tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch

Một là, nâng cao nhận thức về văn hóa ứng xử nói chung, văn hóa du lịch nói riêng cho cộng đồng

Các cấp ủy đảng, chính quyền địa phương cần quán triệt sâu sắc quan điểm chỉ đạo của Đảng và pháp luật của Nhà nước về xây dựng, phát triển văn hóa. Trong đó, cần tuyên truyền và thực hiện tốt mục tiêu “Xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, phù hợp với bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Xây dựng văn hóa trong hệ thống chính trị trong từng cộng đồng làng, bản, khu phố”. Tuyên truyền về vai trò của gia đình, xã hội trong xây dựng môi trường văn hóa, làm cho văn hóa trở thành nhân tố thúc đẩy con người hoàn thiện nhân cách theo tinh thần Nghị quyết số 33 về “Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước”. Nâng cao chất lượng tuyên truyền, giáo dục về đạo đức. Chú trọng tuyên truyền về nền văn hóa truyền thống của dân tộc, của địa phương cho cộng đồng. Đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền như: qua các bài viết, phóng sự tuyên truyền; phát tờ rơi; phát động phong trào giới thiệu và viết về những tấm gương, điển hình tiên tiến trong thực hiện Quy tắc ứng xử văn minh du lịch; lồng ghép trong các hoạt động văn hóa, văn nghệ, các cuộc thi tìm hiểu về văn hóa địa phương, cuộc thi tìm hiểu về Quy tắc ứng xử trong du lịch, triển lãm ảnh; ... nhằm đưa hệ thống quy tắc ứng xử du lịch lan tỏa sâu rộng trong đời sống cộng đồng.

Chính quyền, doanh nghiệp, gia đình và toàn xã hội cùng thống nhất, phối hợp trang bị những kỹ năng, lối sống đẹp cho cộng đồng, trong đó có giáo dục nhân cách, đạo đức, kiến thức pháp luật và ý thức công dân. Các cơ quan, đơn vị, tổ chức cần thường xuyên tổ chức tuyên truyền, tập huấn cho cộng đồng về văn hóa ứng xử nơi công cộng, đặc biệt là quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch. Nội dung cần chú trọng vào việc tuyên truyền, tập huấn về vai trò, ý nghĩa

của ứng xử văn minh đối với khách du lịch. Song song với những dẫn chứng, lý thuyết về việc nâng cao ý thức và ứng xử với khách du lịch, cần đưa ra những tình huống thực tế nhằm giúp người dân nâng cao ý thức của mình trong ứng xử. Các cơ quan báo chí, truyền thông cần thông tin kịp thời, phản ánh những bất cập, thói hư, tật xấu trong văn hóa nói chung, văn hóa ứng xử với khách du lịch nói riêng; xây dựng những chuẩn mực văn hóa ứng xử tốt đẹp; biểu dương và nhân rộng những điển hình tiên tiến trong giữ gìn môi trường sinh thái và bảo tồn bản sắc văn hóa cộng đồng; phê phán những hành vi xấu, ứng xử chưa tốt.

Hai là, nâng cao năng lực cộng đồng, chú trọng nâng cao kiến thức và kỹ năng là một công cụ quan trọng để nâng cao văn hóa ứng xử trong du lịch. Phát huy tính dân chủ của cộng đồng trong quá trình ra quyết định

Du lịch và tăng trưởng kinh tế có mối liên hệ tác động qua lại khi du lịch được cộng đồng địa phương xem như một nguồn lực phát triển. Về mặt kinh tế, du lịch góp phần nâng chất lượng sống nông thôn và tạo ra những thay đổi tích cực trong phân phối thu nhập giữa các vùng. Bằng cách tham gia vào lĩnh vực du lịch, cộng đồng địa phương sẽ có mức sống và thu nhập ổn định. Do đó, việc tập trung vào các nỗ lực hướng tới xây dựng năng lực cộng đồng địa phương là cần thiết. Để nâng cao năng lực của cộng đồng cần:

(1) Phát huy tính dân chủ của cộng đồng trong quá trình ra quyết định. Tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch với tư cách là chủ nhân của các nguồn tài nguyên văn hóa. Các chiến lược xây dựng năng lực cộng đồng cần hướng tới phát triển du lịch bền vững vì nó cho phép cộng đồng tham gia nhiều hơn vào việc quản lý và kiểm soát các nguồn lực, khuyến khích sự tham gia tích cực của cộng đồng vào quá trình lấy ý kiến các dự thảo kế hoạch, đề án phát triển du lịch. Trong bối cảnh đó, cân bằng lợi ích giữa các bên tham gia vào hoạt động du lịch có thể đạt được thông qua cách tiếp cận nâng cao năng lực để giúp các cộng đồng cải thiện khả năng tham gia vào quá trình ra quyết định. Nhờ sự tham gia vào quá trình ấy mà cộng đồng sẽ nhận thức đúng đắn về quyền lợi, trách nhiệm của mình trong việc xây dựng hình ảnh điểm đến, nâng cao vị thế của du lịch Ninh Bình.

(2) Giáo dục và đào tạo kiến thức, kỹ năng cho cộng đồng. Mục tiêu này có thể thực hiện theo đối tượng hoặc cấp độ, tùy thuộc vào đặc điểm kinh tế - xã hội của các cộng đồng. Với từng đối tượng hoặc cấp độ, nội dung và hình thức giáo dục cần phù hợp, linh hoạt. Cụ thể:

Xây dựng các lớp bồi dưỡng kiến thức về du lịch nói chung, kiến thức về ứng xử trong du lịch nói riêng, trong đó chú trọng kiến thức về tâm lý khách du lịch, sự đa dạng của văn hóa quốc gia, khu vực, tập quán của du khách đến từ châu Âu, châu Mỹ, châu Á. Tăng cường sự hiểu biết về phong tục, tập quán của các quốc gia sẽ góp phần giảm thiểu xung đột, shock văn hóa trong quá trình cộng đồng tiếp xúc, phục vụ du khách. Khuyến khích và tạo điều kiện để cộng đồng địa phương tham gia các khóa học cấp chứng chỉ để nâng cấp bản thân.

Mở các lớp bồi dưỡng và cấp chứng chỉ như: lớp bồi dưỡng Kỹ thuật chế biến món ăn; lớp bồi dưỡng Nghiệp vụ phục vụ Phòng, lớp bồi dưỡng nghiệp vụ Lễ tân... Sau khi hoàn thành các khóa học, học viên sẽ tham gia khóa đào tạo thực tế tại các doanh nghiệp làm du lịch, các phòng thực hành nghiệp vụ.

Tổ chức và triển khai các lớp học ngoại ngữ miễn phí nhằm cải thiện văn hóa giao tiếp cho cộng đồng. Các khóa học này có thể tổ chức theo đối tượng như người bán hàng, người chèo thuyền, thợ chụp ảnh... Khuyến khích người lao động làm du lịch tham gia học ngoại ngữ và trao những phần thưởng đặc biệt trao cho cá nhân đạt thành tích tốt.

Tổ chức các lớp tập huấn kỹ năng giao tiếp, ứng xử, kỹ năng tuyên truyền các giá trị di sản văn hóa cho những người trực tiếp làm du lịch, cộng đồng địa phương nằm trong vùng di sản - những người nắm giữ di sản để phát huy năng lực của họ với tư cách vừa là người sở hữu, vừa là người bảo vệ lưu truyền, đồng thời vừa là người quảng bá các giá trị mà mình có. Tổ chức và triển khai các lớp học miễn phí, trang bị kỹ năng cần thiết khác cho cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch như kỹ năng bán hàng, kỹ năng tiếp thị... Chú trọng bồi dưỡng kiến thức song song với kỹ năng thực hành để người học có khả năng thao tác, vận dụng ngay trong điều kiện thực tiễn. Phương pháp đào tạo, tiếp cận được áp dụng là chuyển giao kiến thức từ trên xuống dưới, cụ thể là những

người được đào tạo trước chia sẻ kiến thức và kỹ năng cho những người học sau để tiết kiệm chi phí và linh hoạt về thời gian. Việc đào tạo và chuyển giao kiến thức theo mô hình này có nhiều ưu điểm như tiết kiệm chi phí, nhân lực cũng như tạo môi trường trao đổi, học tập trong nội bộ hiệu quả...

Ba là, nâng cao ý thức cộng đồng trong việc giữ gìn, bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch

Tuyên truyền và phổ biến hệ thống quy phạm pháp luật với những điều khoản quy định về bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch bao gồm tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa. Việc tuyên truyền và phổ biến có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức như bằng hệ thống loa phóng thanh các cấp, hệ thống biển báo, chỉ dẫn; khẩu hiệu, panô hoặc dưới hình thức các buổi sinh hoạt cộng đồng, sinh hoạt câu lạc bộ. Thành lập các câu lạc bộ bảo vệ môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học tại các khu điểm du lịch sinh thái.

Tổ chức chương trình giáo dục nhận thức bảo tồn nhằm nâng cao ý thức cho cộng đồng, đặc biệt là tầng lớp thanh niên, học sinh. Chính quyền các cấp cần phối hợp với phòng giáo dục và đào tạo huyện, thị, vườn quốc gia, trung tâm bảo tồn tổ chức các buổi sinh hoạt ngoại khóa tuyên truyền giáo dục môi trường và tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về bảo tồn đa dạng sinh học, đa dạng sinh thái dành cho cộng đồng. Chương trình nhằm trang bị những kiến thức cơ bản về bảo tồn thiên nhiên, bảo vệ môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học cho cộng đồng, giúp họ ý thức được trách nhiệm của bản thân đối với môi trường thiên nhiên và có thể trở thành một tuyên truyền viên về bảo vệ thiên nhiên, bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch.

Xây dựng và triển khai các hoạt động vệ sinh môi trường định kỳ, thường xuyên do cộng đồng hoặc các cá nhân, tổ chức đảm nhận. Phát động các phong trào thi đua bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch, nhất là di sản văn hóa của địa phương; trao quà cho những tổ chức, cá nhân có đóng góp tích cực vào công tác bảo vệ môi trường và tài nguyên. Ngoài ra, để đảm bảo môi trường xanh sạch đẹp, chính quyền các cấp và người dân địa phương có thể phát động các chương trình vệ sinh môi trường, ngày hành động vì môi trường phục vụ cho du

lịch như ngày đi bộ, ngày không khói xe, ngày không túi nilon...

Bốn là, phát huy tinh thần dân chủ và vai trò của cộng đồng trong việc giám sát thực hiện ứng xử văn minh đối với khách du lịch và tài nguyên môi trường tại điểm đến

Bên cạnh hoàn thiện thể chế và có những chế tài xử lý đối với những trường hợp vi phạm quy định về ứng xử văn minh trong du lịch, bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch thì vai trò giám sát của cộng đồng cần được phát huy tối đa nhằm phát hiện, tố giác, kịp thời xử lý đối với những hành vi vi phạm. Chính quyền địa phương tại các điểm, khu du lịch có thể xây dựng mô hình đội tự quản với quy mô, cấp độ khác nhau nhằm thực hiện tốt chức năng giám sát.

3.2.4.2. Đối với cộng đồng dân cư tại các điểm, khu du lịch không tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch

Một là, nâng cao ý thức của cộng đồng về vai trò, ý nghĩa của hoạt động du lịch nói chung đối với phát triển kinh tế - xã hội - văn hóa địa phương; nâng cao ý thức cộng đồng về ứng xử văn minh, thân thiện trong giao tiếp với khách du lịch. Tuyên truyền, phổ biến các quy định của nhà nước và địa phương về ứng xử văn minh trong hoạt động du lịch để cộng đồng dần thay đổi nhận thức, hành vi. Các cơ quan, tổ chức trên địa bàn tỉnh cũng có thể tổ chức tuyên truyền cho cán bộ, công nhân viên biết các quy định trong Bộ Quy tắc ứng xử văn minh khi tham gia hoạt động tham quan, du lịch tại địa phương hoặc du lịch trong và ngoài nước.

Hai là, tạo điều kiện, khuyến khích cộng đồng địa phương tham gia các lớp bồi dưỡng kiến thức về giao tiếp, ứng xử và thực hành quy tắc ứng xử văn minh trong quá trình tiếp xúc với khách du lịch nhằm cải thiện hình ảnh điểm đến. Ngoài ra, cũng cần cải thiện khả năng sử dụng ngoại ngữ của cộng đồng thông qua mô hình các nhóm học tập, các câu lạc bộ để giúp họ có thể nhanh chóng cung cấp cho khách du lịch một số thông tin về giao thông, điểm đến, ... khi được đề nghị hỗ trợ.

3.2.5. Nhóm giải pháp về phát huy giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch

Một là, bảo tồn, khai thác hiệu quả và bền vững giá trị tài nguyên du lịch

Về công tác bảo tồn tài nguyên du lịch. Trong những năm qua, công tác bảo tồn tài nguyên du lịch tại Ninh Bình đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Tuy nhiên, vẫn còn bộ phận nhỏ khách du lịch, cộng đồng địa phương có những hành vi ứng xử chưa phù hợp, do đó, cần thường xuyên tuyên truyền nâng cao ý thức bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch của các cấp, các ngành và doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch, khách du lịch, cộng đồng địa phương bằng việc xây dựng các bảng nội quy và có hình thức nhắc nhở, xử phạt kịp thời.

Về khai thác giá trị tài nguyên du lịch. Tài nguyên du lịch Ninh Bình được đánh giá là đa dạng, phong phú tuy nhiên quá trình khai thác giá trị tài nguyên còn chưa thực sự hiệu quả, đặc biệt là các tài nguyên văn hóa, do đó, cần đưa ra những định hướng chỉ đạo sự kết nối các giá trị văn hóa trong du lịch, kết nối giữa giá trị truyền thống với hiện đại, giữa quá khứ với hiện tại, giữa các di tích lịch sử với cảnh quan thiên nhiên, giữa phát triển du lịch với các lĩnh vực khác của đời sống xã hội. Kết nối này cho phép tìm ra những giá trị phổ quát, bảo tồn, phát huy hiệu quả các giá trị truyền thống độc đáo, đồng thời bổ sung thêm những nhân tố mới phù hợp làm giàu cho văn hóa du lịch Ninh Bình. Có thể nghiên cứu, xem xét một số đề xuất sau:

Tăng cường đầu tư và khai thác hiệu quả các tài nguyên có giá trị tiêu biểu gắn với hoạt động du lịch như Di tích lịch sử quốc gia đặc biệt núi Non Nước, Bảo tàng Ninh Bình, động Vân Trình, biển Cồn Thoi (xem xét đầu tư kinh phí trong việc xây dựng đập chắn, xử lý độ lắng đọng khiến nước biển trong xanh, tạo điều kiện, xây dựng các cơ sở dịch vụ du lịch liên quan, nhằm từng bước khai thác du lịch biển tại Ninh Bình)... Phối hợp với các công ty lữ hành, xây dựng các tour du lịch liên kết các điểm đến này với các điểm du lịch đã nổi tiếng khác trong tỉnh. Triển khai xây dựng những tour du lịch kết nối bảo tàng, nghệ thuật truyền thống và ẩm thực tại Ninh Bình nhằm mang tới cho du khách một không gian đậm màu văn hoá, nghệ thuật của vùng đất Cố đô với những hiện vật lịch sử được trưng bày, những màn biểu diễn tái hiện một cách chân thực đời sống xã hội của một thời kỳ lịch sử.

Bổ sung những sản phẩm văn hóa du lịch mới trên nền tảng các giá trị văn

hóa truyền thống của Ninh Bình. Xây dựng những sản phẩm, dịch vụ du lịch gắn với làng nghề, loại hình nghệ thuật truyền thống và đặc trưng ẩm thực Ninh Bình. Đối với các làng nghề như thêu ren Văn Lâm, chạm khắc đá Ninh Vân, chiếu cói Kim Sơn, gốm Gia Thủy, gốm Bò Bát... cần được quy hoạch không gian làng nghề bao gồm không gian sản xuất của cộng đồng địa phương, không gian trải nghiệm của khách du lịch, không gian trưng bày và bán hàng lưu niệm. Khách du lịch khi tới đây có thể tìm hiểu trực tiếp quy trình sản xuất, trải nghiệm tự làm ra các sản phẩm thủ công dưới sự hướng dẫn của các nghệ nhân và tự do mua sắm lựa chọn những món quà lưu niệm độc đáo. Các mặt hàng lưu niệm khi được thiết kế phải đảm bảo tính đặc trưng, tính địa phương, tính khác biệt, tính tiện lợi trong mua sắm và vận chuyển. Để không gian văn hóa làng nghề thu hút khách du lịch hơn đòi hỏi các công ty lữ hành thiết kế các tour du lịch trọn gói hoặc từng phần, có thể liên kết với các điểm du lịch phụ cận để tăng tính đa dạng về trải nghiệm và hoạt động trong mỗi tour.

Đối với nghệ thuật biểu diễn như hát chèo, hát xẩm, trước mắt, có thể đưa nghệ thuật truyền thống này đến gần khách du lịch và cộng đồng địa phương hơn bằng cách thường xuyên biểu diễn di động có thu phí tối thiểu hoặc miễn phí vào tối thứ 7, chủ nhật hàng tuần tại những điểm thu hút khách và cộng đồng như Tam Cốc, phố cổ Hoa Lư, cổng thành Tràng An, quảng trường Đinh Tiên Hoàng hoặc phối hợp với các doanh nghiệp lữ hành trong xây dựng các tour du lịch gắn với hoạt động xem biểu diễn nghệ thuật về đêm (có tính phí). Về lâu dài cần có sự quy hoạch, đầu tư xây dựng sân khấu biểu diễn chuyên nghiệp, đầu tư xây dựng các vở diễn đảm bảo chất lượng nội dung và mang đặc trưng văn hóa Việt. Có thể nghiên cứu và học hỏi cách thức tổ chức các show đặc sắc có khả năng thu hút hàng ngàn khán giả như show diễn thực cảnh “Tinh hoa Bắc bộ” ở Hà Nội tái hiện lại những giá trị văn hóa truyền thống của người Việt Bắc bộ, show diễn “Ký ức Hội An” với quy mô sân khấu hoành tráng, show Tiffany show ở Thái Lan hay show biểu diễn “Tống Thành thiên cổ tình” tại Hàng Châu, Trung Quốc. Mặc dù đặc điểm của các show diễn là không giống nhau, nhưng có thể nghiên cứu để xây dựng những tiết mục biểu diễn nghệ thuật truyền thống

như chèo, xẩm và các hình thức dân gian khác một cách hoành tráng và đặc sắc, phát huy giá trị truyền thống kết hợp với các kỹ xảo sân khấu đương đại. Để làm được điều này đòi hỏi sự đầu tư kinh phí lớn trong việc lên ý tưởng, xây dựng và đưa vào khai thác.

Về ẩm thực, Ninh Bình nổi tiếng với dê núi Trường Yên, rượu Kim Sơn, nem chua Yên Mạc, cơm cháy Ninh Bình, mắm tép Gia Viễn, nếp hạt cau Ninh Bình, khoai sọ Yên Quang, khoai lang Hoàng Long, mật ong Cúc Phương ... Nhiều sản phẩm nông sản chế biến đã được đăng ký chỉ dẫn địa lý, xây dựng thương hiệu và dán nhãn sản phẩm Ocop như ngô ngọt, dứa ép, trà hoa vàng, trà hoa cúc... Tuy nhiên, qua khảo sát tại các đơn vị kinh doanh ăn uống, chỉ có món thịt dê và cơm cháy được đưa vào phục vụ như một món ăn không thể thiếu, những đặc sản khác chưa được chú ý. Để khai thác hiệu quả hơn ẩm thực trong du lịch, có thể xem xét tổ chức các cuộc thi nấu ăn quy mô quốc gia, chế biến sáng tạo các món ăn dựa trên những đặc sản và nguyên liệu sẵn có của Ninh Bình, từ đó nâng tầm món ăn và đưa các món ăn đó vào thực đơn của nhà hàng. Nghiên cứu xây dựng không gian ẩm thực, đa dạng hơn các món ăn đường phố được chế biến từ đặc sản của địa phương, mở những lớp học nấu ăn các món ăn truyền thống, xây dựng các tour du lịch trải nghiệm ẩm thực dành cho khách du lịch. Bên cạnh món cơm cháy đã nổi tiếng, được đóng gói, bảo quản và trở thành những món quà ẩm thực cho khách, các doanh nghiệp cần chủ động trong việc xây dựng thương hiệu ẩm thực, thiết kế các hình thức bảo quản, đóng gói, chế biến, để tất cả những đặc sản của Ninh Bình có thể trở thành những món quà ẩm thực không thể thiếu khi khách đến du lịch. Quảng bá truyền thông mạnh mẽ cho các sản phẩm nông sản và ẩm thực Ninh Bình trên tất cả các phương tiện truyền thông, báo chí và phim ảnh. Khuyến khích các doanh nghiệp, nhà hàng nghiên cứu hình thức phù hợp, chủ động đưa các sản phẩm ẩm thực đặc trưng của địa phương thành thực đơn cố định vào trong bữa ăn của khách du lịch như nem chua Yên Mạc, mọc Kim Sơn, bánh đúc Yên Từ... để giới thiệu và quảng bá.

Hai là, tăng tính hấp dẫn, thu hút của các điểm đến du lịch

Bên cạnh hoạt động tham quan, ngắm cảnh, nghe thuyết minh hướng dẫn,

nhằm tăng thêm tính hấp dẫn của điểm đến, cần có sự đầu tư đa dạng hơn nữa về các dịch vụ, trải nghiệm dành cho khách du lịch.

Đề thuận tiện cho khách du lịch khi đến tham quan, khám phá tại Ninh Bình, cơ quan quản lý các cấp xem xét phối hợp với các doanh nghiệp đầu tư xây dựng và ra mắt các phần mềm du lịch thông minh, tự lên lịch trình tham quan cho khách, cũng như thông tin đánh giá các dịch vụ, điểm đến tại Ninh Bình. Phần mềm này giúp du khách dễ dàng lên kế hoạch tham quan các điểm du lịch khác mà không quá tập trung ở một điểm nổi tiếng, đồng thời du khách có thể đánh giá chất lượng dịch vụ do thông tin, hình ảnh, giá cả đã được nhà cung cấp công khai. Đây cũng là kênh thông tin giúp các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch cạnh tranh lành mạnh dựa trên yếu tố chất lượng và sự uy tín. Lưu ý phần mềm du lịch thông minh cần đảm bảo giao diện bắt mắt, thân thiện với người dùng, các tính năng dễ sử dụng, nhanh chóng, tiện lợi và sử dụng hai ngôn ngữ chính là tiếng Việt và tiếng Anh.

Đối với các công ty lữ hành cần tạo mối liên kết chặt chẽ với nhà cung cấp, doanh nghiệp du lịch khác trong và ngoài tỉnh, xây dựng những tour du lịch khép kín, nâng cao được chất lượng, dịch vụ và thỏa mãn đa dạng nhu cầu chính đáng của khách du lịch từ đó gia tăng khả năng tiêu dùng của khách, mang lại lợi ích kinh tế cho tất cả các bên tham gia. Để có thể khai thác hiệu quả hơn nữa khách du lịch đến Ninh Bình. Ngoài nguồn khách đoàn đến từ các công ty du lịch trong và ngoài tỉnh, các công ty lữ hành Ninh Bình cũng nên chú ý khai thác đến nguồn khách lẻ. Thực tế, khách lẻ đến du lịch Ninh Bình thường có xu hướng tự khám phá mà không cần đến các công ty lữ hành, do đó, khả năng tìm hiểu các giá trị, đặc biệt là tiếp cận các tài nguyên văn hóa còn hạn chế. Cần xây dựng đa dạng hơn về số lượng và chất lượng các tour ghép, sử dụng các phương tiện thông tin và phân phối tour qua hệ thống các cơ sở lưu trú, ăn uống tại Ninh Bình nhằm thu hút và khai thác hiệu quả nguồn khách này. Nghiên cứu học tập kinh nghiệm tổ chức các tour ghép khách hàng ngày tại các trung tâm du lịch lớn như Đà Nẵng, Nha Trang, thành phố Hồ Chí Minh. Cơ quan quản lý, doanh nghiệp tổ chức nghiên cứu xây dựng các bài thuyết minh điện tử, từ khái quát

chung tới chi tiết từng đối tượng tham quan; sử dụng ứng dụng “Quét mã QR thông tin điểm đến” giúp du khách chỉ cần điện thoại thông minh có thể biết chính xác những thông tin giá trị về đối tượng mình quan tâm.

Nghiên cứu đầu tư trang thiết bị, hệ thống tai nghe thuyết minh tự động bằng các ngôn ngữ chính như tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Pháp, tiếng Trung, tiếng Hàn, tiếng Nhật dành cho khách lẻ du lịch. Nghiên cứu ứng dụng công nghệ trong du lịch, đầu tư kinh phí trong việc tái hiện lại các công trình, bối cảnh, câu chuyện, sự kiện, lịch sử tại các điểm du lịch thông qua công nghệ thực tế ảo. Khách du lịch phải trả phí để sử dụng dịch vụ (kính thực tế ảo) để có thể hòa mình trong không gian, câu chuyện, giúp khách có thêm hiểu biết sâu sắc về giá trị của điểm đến.

Đối với các điểm đến tôn giáo, nghiên cứu tổ chức các lớp học về giảng đạo, triết lý cuộc sống, lớp học thiền, yoga, nấu các món ăn chay... để làm phong phú hơn những trải nghiệm của khách du lịch. Ngoài ra, trong quá trình marketing, xây dựng sản phẩm, cần chú ý nhấn mạnh đến giá trị tâm linh và tính thiêng. Một điểm đến mang tính thiêng sẽ luôn hấp dẫn và thu hút được nhiều khách đến và quay lại nhiều lần.

Đối với một số điểm du lịch có cảnh quan và loại hình trải nghiệm tương đối giống nhau có thể xem xét nghiên cứu sử dụng đa dạng phương tiện trải nghiệm cùng các yếu tố hỗ trợ khác. Ví dụ, đối với một số điểm du lịch như Tràng An, Tam Cốc, Thung Nắng, Thung Nham, Thiên Hà, Vân Long đều có trải nghiệm ngồi thuyền, để tránh tình trạng khách du lịch lựa chọn 1, 2 điểm nổi tiếng mà bỏ qua các điểm còn lại, có thể nghiên cứu sử dụng đa dạng các phương tiện vận chuyên, ngoài thuyền tôn (loại thuyền đang được sử dụng tại các điểm hiện nay), có thể tạo sử dụng thuyền nan, bè, mảng, thuyền gỗ, kayak, tuy nhiên phải chú ý đến vấn đề môi trường và sự an toàn cho du khách; thiết kế đồng phục riêng đặc trưng cho mỗi điểm, vừa đảm bảo sự khác biệt nhưng vừa thể hiện được văn hóa nông nghiệp Bắc bộ; đưa thêm những sản phẩm trải nghiệm khác biệt cho mỗi điểm như: tắm sông, leo núi, cắm trại, dù lượn, cáp treo đu dây (chú ý tính toán dựa trên sức tải du lịch tại điểm); xây dựng không

gian khác biệt phù hợp với từng khu vực và nhu cầu, xu hướng du lịch của đối tượng khách mục tiêu; bổ sung các dịch vụ lưu trú, ăn uống, mua sắm, trải nghiệm đặc trưng khác... Những giải pháp này sẽ góp phần làm tăng tính hấp dẫn, thu hút, qua đó, xây dựng nhận diện thương hiệu cho mỗi điểm.

Ba là, sáng tạo xây dựng các sản phẩm, dịch vụ du lịch hấp dẫn, độc đáo, mang tính địa phương

Tính hấp dẫn của du lịch chủ yếu nằm ở các sản phẩm du lịch, các dịch vụ tiện ích phục vụ du lịch. Do đó, cần tăng cường đầu tư nghiên cứu sáng tạo ra các sản phẩm du lịch mới đáp ứng thị hiếu của du khách, bên cạnh những sản phẩm du lịch đặc thù. Tạo ra sản phẩm du lịch mới điểm khó nhất là làm sao để các sản phẩm này được thị trường du lịch chấp nhận và duy trì “sự sống” của mình. Do đó, cần có nguồn ngân sách thỏa đáng hỗ trợ cho hoạt động nghiên cứu thị trường du lịch, nhu cầu thị hiếu, đặc điểm tâm lý của du khách, nghiên cứu ứng dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong hoạt động du lịch.

Sự sáng tạo trong xây dựng các sản phẩm dịch vụ du lịch chính là cách người Ninh Bình thể hiện giá trị văn hóa du lịch. Trên cơ sở nghiên cứu những đặc trưng, điều kiện phát triển du lịch điểm đến cũng như nhu cầu của khách du lịch, các công ty lữ hành cần đa dạng, sáng tạo các hoạt động trong tour du lịch dựa trên những giá trị đặc trưng khác biệt của Ninh Bình, có đủ tính hấp dẫn để thu hút khách đến và quay lại nhiều lần. Bên cạnh những tour du lịch sinh thái, văn hóa đang được khai thác hiện nay, nghiên cứu bổ sung các tour du lịch trải nghiệm khác như:

Các tour du lịch trải nghiệm văn hóa: là loại hình du lịch thu hút sự tham gia chủ động, tích cực của du khách vào một loạt các hoạt động thực tế bằng tất cả các giác quan và cá tính vốn có, từ đó tạo ra các kết nối về tình cảm, tinh thần, trí tuệ hoặc xã hội. Nghiên cứu xây dựng một số tour du lịch trải nghiệm văn hóa như “Một ngày làm nghệ nhân”, “Đôi tay vàng khéo léo”... lấy điểm tham quan chính là các làng nghề nổi tiếng của Ninh Bình như thêu ren Văn Lâm, chạm khắc đá Ninh Vân, chiếu cói Kim Sơn, gốm Gia Thủy, gốm Bò Bát... nhằm khai thác các giá trị văn hóa truyền thống, tăng sự trải nghiệm, thực tế

cho khách thông qua việc tìm hiểu về nguồn gốc, lịch sử làng nghề, đến thăm các gia đình nghệ nhân, tự tay làm, tạo nên các sản phẩm theo khả năng sáng tạo và ý thích của khách để tặng người thân. Để thực hiện các chương trình này đòi hỏi sự liên kết giữa chính quyền, doanh nghiệp và các hộ gia đình trong việc xây dựng các cơ sở vật chất kỹ thuật như: Không gian làng nghề truyền thống (nơi trưng bày các tác phẩm, hình mẫu thêu ren cổ, tái hiện lại khung cảnh làm việc của người nghệ nhân xưa); xây dựng các điểm dừng chân tham quan, điểm trải nghiệm học cách tạo sản phẩm truyền thống; xây dựng, quy hoạch lại điểm trưng bày, mua sắm hàng lưu niệm. Được tìm hiểu và tự tay tạo nên những sản phẩm làng nghề chắc chắn sẽ là những trải nghiệm đầy thú vị đối với khách du lịch, đồng thời cũng là một cách để giữ gìn và tôn vinh làng nghề truyền thống Ninh Bình. Ngoài ra, có thể nghiên cứu xây dựng các tour du lịch trải nghiệm tại các hợp tác xã tiêu biểu của Ninh Bình hiện nay như HTX Riti, HTX Sinh Dược để tìm hiểu về quy trình làm trà hoa cúc, làm xà bông thảo dược, tranh bò đề nhằm đa dạng hơn các trải nghiệm, đồng thời khuyến khích khả năng tiêu dùng mua sắm các sản phẩm du lịch. Đối với khách quốc tế, ngoài những tour trải nghiệm trên có thể lồng ghép các yếu tố văn hóa truyền thống qua các tour “*Trải nghiệm đám cưới của người Việt Bắc Bộ*”, tour “*Một ngày làm phú ông*” (khách du lịch sẽ được phục vụ như những phú ông thời xưa từ nhà ở, ăn uống, trang phục đến thưởng thức các loại hình nghệ thuật biểu diễn như xẩm, chèo), tour “*Khám phá ẩm thực Ninh Bình*” (tìm hiểu văn hóa ẩm thực qua hoạt động đi chợ quê, chợ địa phương và học làm các món ăn truyền thống của Ninh Bình).

Các tour du lịch cộng đồng, du lịch homestay: Loại hình du lịch này nhấn đến sự trải nghiệm của du khách về văn hóa, phong tục khi sống cùng với người dân bản địa. Với đặc điểm khu du lịch nằm xen lẫn với khu dân cư đó là một thuận lợi trong phát triển du lịch cộng đồng, du lịch homestay tại Ninh Bình. Các tour du lịch này đã được triển khai thực hiện tại Vân Long, Thiên Hà, Cúc Phương mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, tuy nhiên sức hấp dẫn của các tour vẫn còn hạn chế. Do đó, cần chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như quảng bá mạnh mẽ hơn nữa các tour du lịch này. Khuyến khích và lựa

chọn những hộ gia đình có vị trí cảnh quan đẹp, đủ điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật, giữ gìn được các giá trị văn hóa truyền thống (như kiến trúc nhà xưa, biết trình diễn và làm các sản phẩm thủ công truyền thống, nhà gần đất nông nghiệp nơi trồng rau, cây lúa, ...). Đồng thời, du khách có thể đăng ký các hoạt động trải nghiệm như làm điền chủ, phú ông hoặc trải nghiệm học cách nấu các món ăn đặc trưng của Ninh Bình như thịt rang mắm tép, thịt dê, cơm cháy..., tham gia các hoạt động sản xuất như làm sản phẩm thủ công thêu ren, đan lát, cấy lúa, trồng rau, thả đò, cất tép, soi cá đêm, trải nghiệm di chuyển bằng các phương tiện sức kéo của trâu, bò.... Các tour du lịch homestay khá phát triển tại các tỉnh thành ở Việt Nam, do đó các công ty du lịch buộc phải dựa trên những đặc điểm tự nhiên, văn hóa riêng của đất và người Ninh Bình để tạo ra các tour du lịch cộng đồng không lẫn với các địa phương khác.

Nghiên cứu khai thác và xây dựng các du lịch mạo hiểm gắn với tài nguyên tự nhiên: Với các dãy núi đã vôi xen lẫn hang động là điều kiện thuận lợi để Ninh Bình có thể phát triển loại hình du lịch mạo hiểm, mang lại cho khách những trải nghiệm khác lạ so với các điểm tham quan khác tại Ninh Bình. Các tour du lịch này phù hợp với đối tượng khách trẻ, ưa thích cảm giác mạnh, phiêu lưu. Các doanh nghiệp nghiên cứu địa hình, sông núi, hang động để xây dựng các hoạt động mạo hiểm phù hợp. Khách du lịch có thể tham gia hoạt động leo núi tự nhiên hoặc nhân tạo, tắm sông, hồ, cắm trại giữa núi rừng, đua thuyền phao, đua bóng nước, bóng chuyền nước, chơi zipline (đu dây cáp), climb max (thử thách đi trên dây cáp treo trên cao), flying trapeze (nhào lộn trên không)... kết hợp với các dịch vụ chăm sóc sức khỏe như massage, tắm ngâm thảo dược... Tuy nhiên, để phát triển loại hình này cần đặc biệt chú ý đến tính an toàn cho khách du lịch, cần có những quy định chặt chẽ về việc cấp phép cho các công ty, doanh nghiệp thực hiện loại hình này. Yêu cầu khách du lịch phải trải qua kiểm tra sức khỏe cũng như thực hiện nghiêm ngặt các quy định an toàn khi tham gia trải nghiệm.

Xây dựng đa dạng các tour du lịch teambuilding khám phá tự nhiên, văn hóa, lịch sử tại điểm đến nhằm thu hút đối tượng khách trẻ, khách cơ quan,

doanh nghiệp. Loại hình du lịch teambuilding hiện nay không còn mới mẻ tại Việt Nam. Loại hình này sẽ biến các điểm du lịch quen thuộc trở nên hấp dẫn thú vị hơn, bởi nó nhấn vào tính trải nghiệm, rèn luyện tinh thần tập thể và khẳng định bản thân của khách du lịch. Không gian tổ chức có thể tại một điểm bất kỳ hoặc kết nối các tuyến, điểm trong khu du lịch với nhau. Với những giá trị lịch sử, văn hóa đặc trưng Ninh Bình, có thể nghiên cứu xây dựng các tour du lịch như “*Truy tìm báu vật vua Đinh*”, “*Khám phá bí mật 1000 năm*”, “*Người chẵn dê tài giỏi*”... qua đó, khách du lịch vừa được vui chơi, vừa được thể hiện sức mạnh thể chất, trí tuệ, tinh thần đoàn kết trong quá trình khám phá và tìm hiểu các giá trị của mảnh đất Ninh Bình. Đối với những khách lẻ du lịch, các doanh nghiệp có thể phối hợp ghép thành các tour “*Khám phá Ninh Bình theo cách riêng của bạn*”, thời gian kéo dài từ 1- 3 ngày, khách phải đăng ký trả tiền, lập thành các nhóm đua tài, tạo cơ hội du lịch miễn phí đối với những khách giành chiến thắng trong cuộc chơi. Các đội chơi phải trải qua các thử thách tại mỗi điểm tham quan trong khu du lịch, những thử thách này sẽ giúp khách hiểu hơn về các giá trị tự nhiên, văn hóa nơi đây. Đội giành chiến thắng sẽ được miễn phí hoặc giảm giá tại các cơ sở dịch vụ tại Ninh Bình.

Xây dựng đa dạng hơn nữa các tour du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, mua sắm và thể thao. Những tour du lịch này giúp thỏa mãn đa dạng nhu cầu của khách du lịch, đồng thời kích thích khả năng chi tiêu và quay trở lại nhiều lần của khách từ đó góp phần tăng doanh thu du lịch của Ninh Bình. Các tour nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe nên gắn liền với những điểm đến có cảnh quan thiên nhiên trong lành, khai thác hiệu quả nguồn nước khoáng khu vực Cúc Phương và nguồn nước nóng tại Kênh Gà gắn với các dịch vụ làm đẹp, massage, tắm ngâm thảo dược, châm cứu... Đối với các tour mua sắm, trong bối cảnh chưa có các trung tâm mua sắm lớn tại Ninh Bình, có thể liên kết với các hợp tác xã, các làng nghề trong tỉnh để thúc đẩy hoạt động tham quan và tiêu dùng mua sắm hàng hóa lưu niệm. Với các tour thể thao, căn cứ vào nhu cầu của từng tệp khách, thiết kế tour thể thao đạp xe, đi bộ, trekking, bơi lội trên sông... và đặc biệt là tour golf gắn với các sân golf lớn tại Ninh Bình.

Để phát huy hiệu quả các giá trị văn hóa trong các sản phẩm du lịch Ninh Bình, đòi hỏi sự phối hợp, liên kết giữa tất cả các bên liên quan, trong đó đặc biệt là sự tạo điều kiện về cơ chế chính sách của cơ quan quản lý nhà nước, sự đầu tư, hợp tác và sáng tạo của các doanh nghiệp du lịch nói chung, công ty lữ hành và các nhà cung cấp dịch vụ nói riêng.

3.2.6. Nhóm giải pháp xây dựng thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với giá trị văn hóa du lịch

Xây dựng thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với các giá trị văn hóa du lịch là quá trình định vị giá trị văn hóa du lịch tiêu biểu, đặc sắc của Ninh Bình trong công chúng và khách du lịch. Quá trình xây dựng thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với các giá trị văn hóa du lịch là việc chuyển tải có chủ đích một bản sắc riêng, giá trị riêng thành hình ảnh trong tâm trí khách du lịch, đòi hỏi tuân thủ theo chiến lược marketing nói chung, bao gồm các bước:

Thứ nhất, hình thành ý tưởng cốt lõi của thương hiệu điểm đến

Cần xác định được thông điệp muốn truyền tải, dựa trên những giá trị tiêu biểu của Ninh Bình cũng như những định hướng phát triển du lịch của tỉnh. Các thông điệp này trước hết được truyền tải qua những nhận diện thương hiệu như logo và thông điệp. Xem xét xây dựng logo, khẩu hiệu du lịch Ninh Bình thể hiện được các giá trị về sự đa dạng, hấp dẫn trong tài nguyên và sản phẩm du lịch, sự chuyên nghiệp trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch, sự mến khách của cộng đồng địa phương. Tỉnh có thể tổ chức cuộc thi sáng tác logo và slogan (khẩu hiệu) để thu hút các ý tưởng hoặc thuê các công ty thiết kế quảng cáo thực hiện theo ý đồ chiến lược đã viết. Các tác phẩm dự thi sẽ trình bày ý tưởng, ý nghĩa của logo và slogan bằng cả tiếng Anh và tiếng Việt, chứng minh được tính hợp pháp và tính phù hợp với chiến lược định vị. Sau khi được phê duyệt sẽ có quyết định ban hành kèm theo bộ tài liệu hướng dẫn thi hành. Những nội dung logo, khẩu hiệu cần được thể hiện qua ấn phẩm, vật phẩm và các công cụ marketing nhận diện thương hiệu. Tất cả những hình ảnh và biểu tượng phải toát lên thông điệp mà điểm đến muốn truyền tải.

Thứ hai, truyền tải thông điệp và quảng bá thương hiệu

Quảng bá thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với các giá trị văn hóa du lịch có thể sử dụng chiến lược marketing mix bao gồm bảy chiến lược thành phần có liên hệ qua lại với nhau, được viết tắt bằng bảy chữ P (7P):

P1 (Product - Sản phẩm). Sản phẩm du lịch Ninh Bình bao gồm các sản phẩm dịch vụ du lịch tại các điểm đến, các tour du lịch, dịch vụ của các doanh nghiệp lữ hành và các dịch vụ của các nhà cung cấp. Ngoài ra, còn bao gồm tất cả các sản phẩm, dịch vụ của các ngành khác như nông nghiệp, lâm nghiệp, thể thao, nghệ thuật, giáo dục... liên quan đến du lịch. Để thương hiệu du lịch Ninh Bình có thể tiếp cận nhanh chóng và sâu sắc tới khách hàng đòi hỏi tất cả những sản phẩm, dịch vụ du lịch Ninh Bình đều phải đảm bảo những cam kết về chất lượng, đặc trưng nhận dạng thống nhất với nhau trên các tiêu chí giá trị đã được định hình trước. Những giá trị về sản phẩm Ninh Bình nên hướng tới đó là tính đa dạng, hấp dẫn, cung cách phục vụ thể hiện được tính hiếu khách và chuyên nghiệp. Thương hiệu du lịch Ninh Bình chỉ mạnh khi thương hiệu của mỗi nhà cung cấp sản phẩm dịch vụ mạnh.

P2 (Price - Giá). Chiến lược về giá liên quan đến giá tour, giá phòng, phí dịch vụ điểm tham quan, vui chơi, giá của các đặc sản địa phương. Xây dựng thương hiệu du lịch Ninh Bình gắn với chiến lược giá cao hay thấp hay đa dạng phụ thuộc định hướng nguồn khách, các yếu tố cạnh tranh với các địa phương lân cận và nằm trong chiến lược phát triển du lịch của tỉnh. Với mỗi định giá sẽ có những đòi hỏi riêng liên quan đến chất lượng, quy mô của cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật, nhân lực du lịch và công tác quản lý. Với chiến lược giá thấp sẽ thu hút được số lượng lớn khách du lịch, tuy nhiên doanh thu từ du lịch không cao so với số lượng khách, áp lực từ sự quá tải số lượng khách dẫn đến những ảnh hưởng tiêu cực tới môi trường tự nhiên và xã hội, đòi hỏi công tác quản lý chặt chẽ. Chiến lược giá cao đòi hỏi sự nâng cấp trong các sản phẩm, dịch vụ, hướng tới đối tượng khách có khả năng chi trả cao, do đó số lượng khách đến sẽ ít hơn nhưng doanh thu từ khách cao hơn và giảm được các áp lực từ du lịch tới môi trường tự nhiên và xã hội. Với chiến lược giá đa dạng sẽ góp phần thu hút được các phân tầng khách khác nhau, tuy nhiên cũng đòi hỏi sự đa dạng trong

phát triển cả về số lượng và chất lượng các sản phẩm, dịch vụ, sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên và sự quản lý sát sao của các ban ngành liên quan. Dù tỉnh Ninh Bình định hướng giá sản phẩm, dịch vụ ở mức nào cũng cần đảm bảo chất lượng dịch vụ và sản phẩm tương xứng với mức giá và thể hiện được những giá trị về sự đa dạng, hấp dẫn trong tài nguyên và sản phẩm du lịch, sự chuyên nghiệp trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch, sự mến khách của cộng đồng địa phương.

P3 (Place - Địa điểm). Chiến lược kênh phân phối bao gồm chiến lược phân phối trực tiếp (qua website, chào hàng trực tiếp) hay phân phối qua các hãng điều hành tour/ dịch vụ lữ hành TO/TA (tour operators/travel agencies) và chiến lược về xúc tiến bán trong kênh. Để hoạt động phân phối hiệu quả, các doanh nghiệp du lịch và cơ quan quản lý du lịch tỉnh cần có sự phối hợp chặt chẽ và tạo điều kiện hỗ trợ trong hoạt động phân phối sản phẩm dịch vụ.

P4 (Promotion - Xúc tiến). Chiến lược xúc tiến gồm chiến lược nhận diện thương hiệu, khẩu hiệu cốt lõi, loại hình/công cụ truyền thông, kênh truyền thông và ngân sách. Quá trình xúc tiến thúc đẩy nâng cao nhận diện thương hiệu cho địa phương, doanh nghiệp và đối tác. Hiện nay, công tác xúc tiến du lịch Ninh Bình đã đạt được những thành công và kết quả nhất định. Tuy nhiên, vẫn cần phát huy, duy trì hiệu quả hơn nữa các hoạt động quảng bá trên các kênh truyền hình trong nước và quốc tế, tạp chí và các báo tạp chí liên quan, tập trung vào thị trường khách mục tiêu, các kênh truyền thông điện tử (website, mạng xã hội... cần chú trọng hơn nữa về giao diện, nội dung, chú trọng tính thu hút, cập nhật và tiện ích); tại các hội chợ, tuần văn hóa, năm du lịch quốc gia, chương trình giới thiệu điểm đến du lịch, chương trình khảo sát sản phẩm du lịch, chương trình gặp gỡ doanh nghiệp, các sự kiện về ẩm thực và di sản; tổ chức đánh giá, công nhận và vinh danh các tổ chức, cá nhân có những đóng góp trong việc xây dựng văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình; đẩy mạnh quảng bá lồng ghép trong tác phẩm nghệ thuật phim ảnh, các chương trình show truyền hình thực tế thu hút khách trên truyền hình; đăng cai tổ chức các chương trình mang tính quốc gia và quốc tế tại Ninh Bình.

P5 (Process - Quy trình): Chiến lược quy trình dịch vụ, liên quan đến quy trình đặt tour, quy trình dịch vụ tại điểm đến... Các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình nên xây dựng quy trình phục vụ, trong đó quy định rõ các bước thực hiện, các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, tác phong và thái độ, trang phục, trang điểm... Tổ chức tập huấn, đào tạo nhân viên lao động thực hiện tốt các bước quy trình. Ngoài ra, thường xuyên kiểm tra, đánh giá mức độ hài lòng của khách với các quy trình phục vụ từ đó có những cải tiến thay đổi phù hợp. Tiêu chí phục vụ của các quy trình nên đảm bảo tính nhanh chóng, tiện lợi, công khai, chuyên nghiệp và hài lòng du khách.

P6 (People - Con người): Chiến lược con người, bao gồm các khía cạnh kiến thức chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và trang phục của các nhà quản lý, nhân viên và cộng tác viên... Cần xây dựng những tiêu chuẩn về kiến thức, kỹ năng và thái độ trong quá trình làm việc đối với các đối tượng tham gia vào hoạt động du lịch, đảm bảo góp phần thể hiện được những giá trị văn hóa trong du lịch của Ninh Bình và trở thành những khẩu hiệu được đặt tại các cơ quan, doanh nghiệp, điểm đến du lịch. Các tiêu chuẩn đó cần được xây dựng và sử dụng trong các khâu: tuyển chọn lao động, đào tạo lao động và kiểm tra đánh giá lao động nhằm xây dựng hình ảnh đến đến Ninh Bình thân thiện, mến khách và chuyên nghiệp trong hoạt động phục vụ du lịch. Để làm tốt điều này cần sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp với cơ sở đào tạo dựa trên định hướng về chất lượng thương hiệu do tỉnh Ninh Bình đề ra. Ngoài ra, cần nâng cao nhận thức, khuyến khích, hướng dẫn bằng những hành động cụ thể để mỗi cộng đồng, người lao động, khách du lịch đều có thể trở thành những đại sứ du lịch tỉnh Ninh Bình (Cộng đồng địa phương, người lao động du lịch cần thể hiện được vai trò và trách nhiệm của bản thân trong phát triển du lịch, từ cách thức chào đón, phục vụ khách, thể hiện sự thân thiện, hiếu khách và chuyên nghiệp. Trang phục, đồ dùng nên khuyến khích sử dụng các sản phẩm đặc trưng của địa phương như thêu ren, chiếu cói... Xây dựng môi trường văn minh du lịch Ninh Bình, để khách du lịch có những ấn tượng và đánh giá tốt đẹp về Ninh Bình, từ đó hình ảnh, thương hiệu du lịch được nâng cao.

P7 (Physical evidence - Cơ sở vật chất): Chiến lược bằng chứng hữu hình. Hình ảnh thương hiệu phải được thể hiện trên các phương tiện hữu hình mà du khách có thể nhận thấy dễ dàng khi tiếp cận điểm đến du lịch như giao thông, nhà cửa, biển hiệu tại điểm du lịch, sản phẩm du lịch, ấn phẩm du lịch, các cơ sở cung cấp các dịch vụ ăn uống, lưu trú, vận chuyển, dịch vụ bổ sung...

Xây dựng và giữ gìn hình ảnh thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với các giá trị văn hóa du lịch là một nhiệm vụ không dễ dàng, đòi hỏi sự vào cuộc và nỗ lực của tất cả các bên tham gia. Trong đó, Ủy ban nhân dân có vai trò định hướng, điều phối công tác xây dựng thương hiệu, định hướng thị trường, sản phẩm du lịch, xây dựng và phát triển các chương trình kế hoạch thương hiệu điểm đến Ninh Bình. Chủ trì và phối hợp với các bên liên quan xây dựng kế hoạch triển khai; hướng dẫn địa phương doanh nghiệp thực hiện kế hoạch, bảo đảm việc triển khai xây dựng thương hiệu hiệu quả; đôn đốc, kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện. Sở Du lịch trong phạm vi chức năng nhiệm vụ, thực hiện các nhiệm vụ cụ thể. Các hiệp hội nghề nghiệp, các doanh nghiệp du lịch phối hợp, chủ động trong việc xây dựng thương hiệu riêng của doanh nghiệp mình và phù hợp với những giá trị chung của tỉnh. Thương hiệu điểm đến du lịch mạnh sẽ tạo ra sức hút và sức cạnh tranh mạnh mẽ của điểm đến du lịch.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị với chính quyền địa phương các cấp, các sở, ban, ngành, đoàn thể của tỉnh

** Đề nghị Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân tỉnh*

Xây dựng văn hóa du lịch phải được bắt đầu từ việc định hướng, chủ trương, chính sách đến chương trình hành động, kế hoạch thực hiện và triển khai đồng bộ trong toàn bộ hệ thống chính trị, đến từng doanh nghiệp và mỗi người dân trong cộng đồng dân cư, nhằm thống nhất cao nhất về nhận thức và hành động. Theo đó, chúng tôi đề nghị Tỉnh ủy giao cho các cơ quan chuyên môn và cơ quan tham mưu *xây dựng một nghị quyết chuyên đề về phát triển văn hóa du lịch Ninh Bình* trong tình hình mới, đáp ứng yêu cầu hội nhập. Bên cạnh đó, tiếp tục đẩy mạnh công tác chỉ đạo, định hướng hoạt động tuyên truyền, nâng cao

nhận thức về vai trò, vị trí của văn hóa du lịch, tuyên truyền xây dựng môi trường văn hóa du lịch vì mục tiêu phát triển du lịch bền vững.

Tỉnh cần có chính sách ưu đãi hấp dẫn, thu hút các nhà đầu tư tiềm tàng *đầu tư vào lĩnh vực du lịch ở Ninh Bình gắn với việc giữ gìn, phát huy bản sắc, văn hóa con người và vùng đất Cố đô*. Quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi giúp các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương phát triển du lịch theo hướng bền vững. Có chính sách khuyến khích phát triển, sáng tạo các loại hình du lịch, dịch vụ du lịch, sản phẩm du lịch mới mẻ, độc đáo, hấp dẫn, đảm bảo vừa phù hợp với thuần phong mỹ tục, vừa mang tính hiện đại và có giá trị kinh tế, giá trị văn hóa cao.

Bổ sung ngân sách hỗ trợ cho các hoạt động nghiên cứu phát triển văn hóa du lịch; xây dựng thương hiệu; nghiên cứu bảo tồn, phát triển sản phẩm du lịch, loại hình du lịch; đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng lực lượng lao động làm du lịch và sinh viên ngành Du lịch; xây dựng, nâng cấp, hoàn thiện các thiết chế văn hóa, cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch như nhà Bảo tàng, nhà Văn hóa, Trung tâm biểu diễn văn hóa nghệ thuật, các khu vui chơi giải trí âm thực,... làm cho các thiết chế này phát huy hiệu quả vai trò của mình.

** Đối với các sở, ban, ngành, đoàn thể và Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố*

Phối hợp triển khai đồng bộ và có hiệu quả các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, của Tỉnh ủy, Ủy ban nhân dân, Hội đồng nhân dân tỉnh về phát triển du lịch gắn với nhiệm vụ xây dựng văn hóa du lịch. Cần *xây dựng chiến lược phát triển văn hóa du lịch, du lịch bền vững trong tầm nhìn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn*. Quan tâm việc hướng dẫn, yêu cầu các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch xây dựng và thực hiện cho được mục tiêu xây dựng văn hóa du lịch trong hoạt động sản xuất và kinh doanh.

Hiệp hội Du lịch phát huy mạnh mẽ hơn vai trò “cầu nối” giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý nhà nước và cơ sở đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch; tạo sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp du lịch trong nghiên cứu xây dựng thương hiệu điếm đến, định hướng phát triển thị trường,

phát triển sản phẩm du lịch, xây dựng và phát triển các chương trình kế hoạch; xây dựng môi trường an ninh, an toàn cho khách; quảng bá du lịch; ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch; đề xuất các biện pháp phòng ngừa rủi ro, quản lý rủi ro trong kinh doanh du lịch.

Sở Du lịch phối kết hợp chặt chẽ với Sở Văn hóa và Thể thao, Trường Đại học Hoa Lư và các cơ sở đào tạo có liên quan, rà soát, mở các khóa bồi dưỡng, tập huấn nâng cao chất lượng chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức làm nhiệm vụ quản lý du lịch, quản lý văn hóa. Phối hợp với chính quyền các cấp, các doanh nghiệp làm du lịch, tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ ngoại ngữ, trình độ chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch cho cộng đồng địa phương, đội ngũ lao động làm du lịch.

Ủy ban nhân dân cấp huyện và cấp xã đẩy mạnh công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm minh và kịp thời các sai phạm trong hoạt động du lịch như xây dựng trái phép các cơ sở kinh doanh du lịch; hành vi phá hoại tài nguyên du lịch; cung cấp những dịch vụ cho khách du lịch trái với thuần phong mỹ tục, vi phạm pháp luật về du lịch và văn hóa... Công tác này cần được thực hiện thường xuyên, liên tục.

3.3.2. Kiến nghị với các cơ sở kinh doanh du lịch

Thực hiện tốt các chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước về du lịch và văn hóa; tuyên truyền, giáo dục, khuyến khích cộng đồng địa phương, khách du lịch nâng cao nhận thức về xây dựng văn hóa du lịch, ý thức giữ gìn, bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch; phối hợp chặt chẽ với chính quyền và các cơ sở kinh doanh du lịch khác trong các khâu quản lý, khai thác tài nguyên du lịch đến giải quyết vấn đề lợi ích. Các cơ sở kinh doanh du lịch có cam kết và hành động cụ thể thể hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội và môi trường. Trực tiếp bảo đảm môi trường an toàn, an ninh cho du khách khi đến tham quan du lịch.

Kết nối chặt chẽ với chính quyền địa phương, Sở Du lịch, Sở Văn hóa và Thể thao, Hiệp hội du lịch khai thác hiệu quả và bền vững giá trị tài nguyên du

lịch, trực tiếp đẩy mạnh nghiên cứu phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương, tiếp thu, phát triển có chọn lọc các sản phẩm du lịch, loại hình du lịch phù hợp với văn hoá địa phương. Tạo điều kiện và hỗ trợ cho cộng đồng địa phương khai thác đặc sản địa phương, văn hóa bản địa, văn hóa dân gian để phát triển mạnh mẽ du lịch cộng đồng. Xây dựng mối liên kết với các điểm du lịch khác trong tỉnh và các địa phương phụ cận nhằm khai thác hiệu quả những tiềm năng du lịch trên những lãnh thổ hành chính khác nhau. Đẩy mạnh phát triển và tiếp thị sản phẩm du lịch một cách có trách nhiệm. Không ngừng tìm hiểu, học hỏi kinh nghiệm cách làm du lịch của các khu, điểm du lịch có thương hiệu

Cộng đồng trách nhiệm trong công tác xây dựng thương hiệu điểm đến, xây dựng văn hóa doanh nghiệp, xây dựng môi trường văn hóa doanh nghiệp làm du lịch. Xây dựng văn hóa ứng xử của người lao động làm du lịch với du khách, với đối tác, với tài nguyên. Phát động phong trào thi đua xây dựng môi trường văn hóa du lịch; lan tỏa, khuyến khích mọi chủ thể tự giác điều chỉnh hành vi của mình cho phù hợp với thuần phong, mỹ tục, đúng quy định của pháp luật.

Đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ vào các hoạt động kinh doanh du lịch. Phân tích nắm vững thực trạng đội ngũ để đề xuất đặt hàng đào tạo nguồn lực lao động làm du lịch hoặc phối hợp tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ, kỹ năng của người lao động trong doanh nghiệp. Hỗ trợ kinh phí đào tạo nguồn lực lao động làm du lịch, tham gia xây dựng chương trình và hỗ trợ quá trình đào tạo sinh viên chuyên ngành du lịch cũng như hỗ trợ công việc tạo điều kiện cho sinh viên ngành Du lịch khởi nghiệp.

3.3.3. Kiến nghị với các cơ sở giáo dục, đào tạo của tỉnh

Trường Đại học Hoa Lư, Trường Trung cấp Kinh tế, Kỹ thuật và Du lịch tỉnh Ninh Bình tăng cường phối hợp với Hiệp hội du lịch, các doanh nghiệp làm du lịch khảo sát nhu cầu của thị trường lao động, nhu cầu xã hội để có kế hoạch tuyển sinh, mở ngành đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch của tỉnh. Các lớp bồi dưỡng có thể dài hạn, ngắn hạn, có thể bồi dưỡng theo chuyên đề, bồi dưỡng về kỹ năng hoặc chuyên môn nghiệp vụ.

Thiết kế, xây dựng chương trình đào tạo, bồi dưỡng gắn liền với yêu cầu,

nhu cầu thực tế. Hệ thống bài giảng cho sinh viên, học viên ngành Du lịch cần gia tăng bồi dưỡng, phát triển kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong du lịch, kiến thức về lịch sử, văn hóa, danh lam, thắng cảnh ở Ninh Bình. Nội dung tập huấn kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch được lồng ghép trong nội dung chương trình đào tạo dài hạn hay ngắn hạn, đào tạo chính quy hay các lớp bồi dưỡng, tập huấn. Quan tâm xây dựng kế hoạch thực hành, thực tế môn học cho sinh viên tại những điểm du lịch ở Ninh Bình và các địa phương khác.

Các trường phổ thông trên địa bàn tỉnh nên nghiên cứu tổ chức các hoạt động trải nghiệm học đường dưới các hình thức như: Du lịch khám phá trải nghiệm, thực tế chương trình giáo dục địa phương, giáo dục giữ gìn và bảo vệ di sản... Các chuyên đi hướng đến mục tiêu giúp học sinh thêm hiểu biết về lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh Ninh Bình, góp phần gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa du lịch Ninh Bình.

Tiểu kết Chương 3

Như vậy, trên cơ sở thực trạng của văn hóa du lịch Ninh Bình và bối cảnh cụ thể hiện nay, một số nhóm giải pháp, kiến nghị được đề xuất. Các nhóm giải pháp, kiến nghị tập trung vào việc phát huy các giá trị văn hóa trong công tác quản lý du lịch, hoạt động kinh doanh du lịch; phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương và của khách du lịch trong hoạt động du lịch; phát huy các giá trị văn hóa trong tài nguyên và sản phẩm du lịch; xây dựng thương hiệu điểm đến Ninh Bình gắn với các giá trị văn hóa du lịch. Các giải pháp và kiến nghị trên góp phần làm đầy đủ hơn hệ thống giải pháp tổng thể phát triển du lịch Ninh Bình trong thời gian tới.

III. KẾT LUẬN

Văn hóa du lịch là nội dung văn hóa trong lĩnh vực du lịch, là yếu tố quan trọng tạo nên sức mạnh cho du lịch. Văn hóa du lịch được tích lũy và sáng tạo trong quá trình hoạt động du lịch bởi các chủ thể: Khách du lịch, doanh nghiệp du lịch, chính quyền các cấp và cộng đồng dân cư nơi diễn ra hoạt động du lịch. Văn hóa du lịch bao gồm các thành tố: văn hóa quản lý trong du lịch, văn hóa kinh doanh du lịch, văn hóa ứng xử của du khách, văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương và các giá trị văn hóa trong tài nguyên, sản phẩm du lịch. Chính những giá trị văn hóa này đã tạo nên sức hút đối với du khách và tạo đà cho du lịch phát triển bởi khả năng của nó là: tạo ra những giá trị riêng biệt cho mỗi sản phẩm du lịch; xây dựng uy tín thương hiệu đi kèm đến với phong thái và bản sắc riêng; công cụ quản lý mềm trong hoạt động du lịch; nguồn lực quan trọng thúc đẩy ngành du lịch phát triển bền vững, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh du lịch ở cấp độ quốc gia, ngành, doanh nghiệp và sản phẩm du lịch; công cụ hữu hiệu để xây dựng khối gắn kết cộng đồng làm du lịch; tạo môi trường làm việc lành mạnh và chuyên nghiệp... Với vai trò đó, văn hóa du lịch ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm, chú trọng.

Hiện nay, ngành du lịch Ninh Bình đang đứng trước nhiều cơ hội lớn chưa từng có. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, điều kiện sống của con người ngày càng cải thiện, nhu cầu du lịch ngày một tăng cao tạo đà cho ngành du lịch phát triển vươn lên tầm cao mới. Tại các thị trường trọng điểm của Ninh Bình có sự gia tăng đáng kể về số lượng khách du lịch. Có thể thấy, từ góc độ nhu cầu của thị trường, Ninh Bình đứng trước cơ hội rất lớn. Cùng với đó, du lịch Ninh Bình nhận được sự quan tâm chỉ đạo, hỗ trợ rất lớn của Chính phủ và tỉnh trong việc nâng cấp hạ tầng du lịch, với những quy hoạch đưa Ninh Bình trở thành một trọng điểm du lịch. Một số sự kiện chính trị đặc biệt như: 1000 năm Thăng Long - Hà Nội, 200 năm danh xưng Ninh Bình, 30 năm tái lập tỉnh cũng đem tới nhiều cơ hội mới cho du lịch Ninh Bình như quảng bá hình ảnh; mở rộng các mối quan hệ; nâng cao chất lượng đội ngũ ... Bên cạnh đó, du lịch Ninh Bình cũng đứng

trước nhiều thách thức khi phát triển trong thế cạnh tranh lớn. Muốn khẳng định và phát triển, thực hiện thành công định hướng chiến lược phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trở thành một trong các trung tâm du lịch của cả nước và khu vực, du lịch Ninh Bình cần tìm một hướng đi đúng đắn với những giải pháp cụ thể.

Nghiên cứu thực tiễn cho thấy, xu hướng du lịch đang có nhiều thay đổi, nhiều nhu cầu mới sẽ hình thành, trong đó có nhu cầu trải nghiệm hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa truyền thống. Với xu hướng ấy, vấn đề giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa du lịch là một trong những chủ trương chiến lược, hướng đi đúng đắn trong phát triển du lịch. Nhận diện đầy đủ vai trò, vị trí, giá trị của văn hóa du lịch Ninh Bình từ đó đề ra các biện pháp vận dụng, phát huy những giá trị đó trong bối cảnh mới là yêu cầu đặc biệt cần thiết lúc này.

Văn hóa du lịch Ninh Bình đã góp phần tạo tính độc đáo, đặc sắc, hấp dẫn của các sản phẩm du lịch, xây dựng hình ảnh của du lịch Ninh Bình trong lòng du khách trong và ngoài nước. Đó là sự đa dạng, hấp dẫn trong tài nguyên và sản phẩm du lịch; chất lượng và hiệu quả ngày càng cao trong văn hóa quản lý du lịch; con người Ninh Bình thân thiện và hiếu khách... Tuy nhiên, vẫn còn những hạn chế đó là nguồn nhân lực cho ngành du lịch chưa đáp ứng nhu cầu cả về số lượng và chất lượng, đặc biệt nguồn nhân lực chất lượng cao; các sản phẩm du lịch của Ninh Bình chưa được đa dạng hóa bằng nhiều loại hình du lịch; tính liên kết giữa các điểm du lịch còn hạn chế; tính chuyên nghiệp trong hoạt động xúc tiến quảng bá còn thấp nên chưa phát triển xứng tầm; sự cạnh tranh của các điểm đến du lịch chưa cao. Những hạn chế này ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của du lịch Ninh Bình. Để giải quyết những hạn chế nêu trên một hướng đi hữu hiệu là phát huy các giá trị văn hóa du lịch, cụ thể là: phát huy các giá trị văn hóa trong công tác quản lý du lịch; nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước, vai trò quản lý nhà nước và chất lượng nguồn nhân lực làm công tác quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa của di sản; phát huy các giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch: xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù

của Ninh Bình; liên kết hợp tác trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù; tăng cường quảng bá điểm đến di sản văn hóa; xây dựng đội ngũ; phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của khách du lịch ...

Phát triển du lịch trên nền tảng văn hóa, sử dụng văn hóa du lịch là nhân tố cốt lõi để phát triển du lịch được xem là định hướng chiến lược đúng đắn đáp ứng yêu cầu của xu hướng thị trường du lịch hiện nay. Trong thời gian tới, cũng như ngành du lịch thế giới và Việt Nam nói chung, du lịch Ninh Bình nói riêng sẽ cần thực hiện nhiều nhiệm vụ, giải pháp trong đó cần đặc biệt coi trọng phát huy giá trị văn hóa du lịch nhằm tạo nên chiều sâu, sự phát triển bền vững và sự bứt phá đưa du lịch, giúp cho du lịch Ninh Bình có mảng màu riêng không trộn lẫn với bất kỳ điểm du lịch nào ở Việt Nam cũng như trên thế giới, nhờ đó sẽ phát triển tương xứng với tiềm năng vốn có của mình, hiện thực hóa khát vọng đưa du lịch Ninh Bình nói riêng, tỉnh Ninh Bình nói chung phát triển thịnh vượng.

Ninh Bình, ngày 22 tháng 12 năm 2022

CHỦ NHIỆM ĐỀ TÀI



TS. Nguyễn Mạnh Quỳnh

IV. TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu Văn kiện, Nghị quyết

1. Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Ninh Bình, *Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 29/10/2021 về phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045.*
2. Ban Chấp hành Trung ương, *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.*
3. Ban Chấp hành Trung ương, *Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.*
4. Ban Thường vụ Tỉnh ủy Ninh Bình, *Kết luận số 03-KL/TU về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 15-NQ/TU ngày 13/7/2009 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.*
5. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, *Quyết định số 718/QĐ-BVHTTDL ngày 02/3/2017 về việc ban hành Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch.*
6. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, *Kế hoạch số 789/KH-BVHTTDL ngày 02/3/2017 triển khai thực hiện Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch.*
7. Đảng bộ tỉnh Ninh Bình, *Nghị quyết số 07 - NQ/TU ngày 29/10/2021 về phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045.*
8. Đảng bộ tỉnh Ninh Bình, *Nghị quyết Đại hội đại biểu lần thứ XXI, nhiệm kỳ 2015 - 2020.*
9. Đảng bộ tỉnh Ninh Bình, *Nghị quyết của Đại hội đại biểu lần thứ XXII, giai đoạn 2021 - 2025.*
10. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Tập 2, Nxb Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội.*
11. Đảng cộng sản Việt Nam (2010), *Văn kiện đại hội đại biểu toàn quốc thời kỳ đổi mới (Khoá VI, VII, VIII, IX, X), Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.*
12. Luật Du lịch Việt Nam 2017.

13. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*.
14. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.
15. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định 1413/QĐ-TTg ngày 15/9/2020 phê duyệt nhiệm vụ lập quy hoạch tỉnh Ninh Bình thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*.
16. Tỉnh ủy Ninh Bình, *Báo cáo tổng kết thực hiện Nghị quyết số 15-NQ/TU ngày 13/7/2009 của BCH Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch Ninh Bình đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.
17. Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình, *Đề án phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021- 2030, định hướng đến năm 2045 (Ban hành kèm theo Quyết định số 1339/QĐ-UBND ngày 30/11/2021)*.
18. Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình, *Nghị quyết 15-NQ/TU ngày 13/7/2009 về phát triển du lịch đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.
19. Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình, *Kế hoạch số 07/KH-UBND tỉnh ngày 17/7/2009 về phát triển du lịch đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.
20. Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình, *Quyết định 1124/QĐ-UBND ngày 30/8/2018 về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.
21. Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình, *Kế hoạch số 83/KH-UBND ngày 14/8/2017 về thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị và Kết luận số 03-KL/TU ngày 26/6/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
22. Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Bình, *Kế hoạch số 79/KH-UBND ngày 10/7/2017 về thực hiện Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch trên địa bàn tỉnh*.

B. Tài liệu sách

23. Trần Thúy Anh (chủ biên) (2011), *Giáo trình Du lịch văn hóa - Những vấn đề lý luận và nghiệp vụ*, Nxb Giáo dục.

24. A.L. Kroeber và Kluckhohn (1952), *Culture, a critical review of concept and definitions*, Vintage Books, A Division of Random House, New York.
25. Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Ninh Bình (2002), *Ninh Bình quê hương anh hùng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
26. Ban Tuyên giáo Tỉnh uỷ Ninh Bình (2009), *Bác Hồ với Ninh Bình*, Xưởng in Ninh Bình.
27. Đỗ Thị Bảy, Mai Đức Hạnh (2010), *Văn hoá ẩm thực của người Ninh Bình*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
28. Lã Đăng Bật (2004), *Di tích danh thắng Hoa Lư - Ninh Bình*, Nxb Văn hoá dân tộc, Hà Nội.
29. Cục Thống kê Ninh Bình (2005), *Ninh Bình 50 năm xây dựng và phát triển 1995-2004*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
30. Nguyễn Cường, Hoàng Văn Nghiệm (2000), *Xứ Lạng - Văn hóa và Du lịch*, Nxb Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
31. Trần Thúy Diễm (2010), *Văn hóa du lịch* (2010), Nxb Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
32. Nguyễn Văn Đính (Chủ biên) (2009), *Giáo trình tâm lý và nghệ thuật giao tiếp, ứng xử trong kinh doanh du lịch*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
33. Nguyễn Phạm Hùng (2020), *Văn hóa du lịch*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội.
34. Ngô Sỹ Liên (1993), *Đại Việt Sử ký toàn thư*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
35. Lê Thị Hải Lý (2015), *Mối quan hệ giữa văn hóa du lịch và du lịch văn hóa – những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Luận văn Thạc sĩ chuyên ngành Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
36. Trần Thị Mai (2006), *Giáo trình Tổng quan du lịch*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội.
37. Nguyễn Tử Mẫn (2001), *Ninh Bình toàn tỉnh địa chí khảo biên*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
38. Hồ Chí Minh, *Toàn tập* (1995), Tập 3, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

39. Nguyễn Mạnh Quỳnh (2012), “*Nghiên cứu, đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch văn hóa ở Ninh Bình đến năm 2020*”, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh.
40. Sở Văn hoá và Thể thao Ninh Bình (2018), *Di sản văn hoá phi vật thể tiêu biểu tỉnh Ninh Bình*, Nxb Lao động, Hà Nội.
41. Dương Văn Sáu (2019), *Giáo trình Văn hóa du lịch*, Nxb Lao động, Hà Nội.
42. Sở Văn hoá và Thể thao Ninh Bình (2018), *Di sản văn hoá phi vật thể tiêu biểu tỉnh Ninh Bình*, Nxb Lao động, Hà Nội.
43. Nguyễn Văn Tân (2010), *Thăng Long, Hà Nội - Lịch sử 1000 năm*, Nxb Thanh niên, Hà Nội.
44. Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2009), *Văn hóa kinh doanh*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
45. Tỉnh uỷ Ninh Bình - Viện Khoa học Xã hội Việt Nam (2010), *Địa chí Ninh Bình*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
46. Tỉnh uỷ Ninh Bình, Đại học quốc gia Hà Nội (2017), *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Văn hoá và con người Ninh Bình trong phát triển bền vững”*, Nxb Đại học quốc gia Hà Nội.
47. Trần Đức Thanh (2005), *Nhập môn khoa học du lịch*, Nxb Đại học quốc gia, Hà Nội.
48. Nguyễn Văn Trò (2004), *Ninh Bình theo dòng lịch sử, văn hoá*, Nxb Văn hoá dân tộc, Hà Nội.
49. Trần Ngọc Thêm (2011), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
50. Lê Thị Vân (2008), *Giáo trình Văn hóa du lịch (Dùng trong các trường THCN)*, Nxb Hà Nội.
51. Nguyễn Đăng Vinh, Nguyễn Đăng Quang (2008), *Kinh đô Việt Nam xưa và nay*, Nxb Lao động, Hà Nội.
52. Trần Quốc Vượng (2003), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.

C. Tài liệu Website, tạp chí

53. Trang <https://www.booking.com/searchresults.vi.html>.
54. Trang <http://trangandanhthang.vn>.

55. Hà Lan (2020), *Phát triển du lịch bền vững nhờ “đặc sản” văn hóa*, <http://baolongan.vn>, [truy cập ngày 25/8/2020].
56. Nguyễn Văn Lưu (2018), *Văn hóa du lịch- nguồn lực cốt lõi để phát triển du lịch bền vững*, <http://www.vtr.org.vn/>, [truy cập ngày 17/7/2020]
57. Nguyễn Lựu, *Di sản văn hoá Ninh Bình trong lịch sử dân tộc*, <https://en.baoninhbinh.org.vn>, [truy cập ngày 7/9/2021].
58. Nguyễn Thom (2022), *Phát triển du lịch theo hướng “xanh” và bền vững*, baoninhbinh.org.vn [truy cập ngày 2/4/2022]
59. Nguyễn Thị Thu (2014), *Du lịch văn hóa và văn hóa du lịch*, <http://baoninhthuan.com.vn/>, [truy cập ngày 19/5/2020].
60. Bùi Thanh Thủy (2012), *Nội hàm văn hóa du lịch*, Tạp chí *Du lịch*, số 12/2012, tr58-63.
61. Hồng Vân (2020), *Phát huy giá trị văn hóa- lịch sử của các lễ hội trong năm du lịch quốc gia 2020*, <https://baoninhbinh.org.vn/>, [truy cập ngày 23/5/2020].

V. PHỤ LỤC

Phụ lục 1. PHIẾU KHẢO SÁT VÀ NỘI DUNG PHÒNG VẤN

UBND TỈNH NINH BÌNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU KHẢO SÁT VỀ THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH (Dành cho khách du lịch nội địa)

Phục vụ đề tài: “Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”

Để có cơ sở đánh giá thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, từ đó đề xuất các giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển bền vững, Trường Đại học Hoa Lư trân trọng đề nghị quý vị vui lòng trả lời các câu hỏi được nêu sau đây:

PHẦN 1: KHẢO SÁT THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH

Câu 1: Quý vị đã đến du lịch tại Ninh Bình lần thứ mấy?

- Lần thứ nhất Lần thứ ba
 Lần thứ hai Trên ba lần

Câu 2: Mục đích chuyến đi du lịch Ninh Bình của quý vị là gì?

- Đi lễ (đình, đền, chùa, nhà thờ, ...)
 Đi tham quan thắng cảnh
 Đi du lịch nghỉ dưỡng cuối tuần
 Hưởng ứng Năm du lịch Quốc gia
 Khác (thăm người thân, hội thảo...):...

Câu 3: Chuyến đi du lịch Ninh Bình (lần này) của quý vị kéo dài bao lâu?

- Trong ngày 3- 4 ngày
 2 -3 ngày Khác:

Câu 4: Quý vị vui lòng đánh giá mức độ thực hiện văn hóa du lịch trong hoạt động du lịch tại Ninh Bình theo các tiêu chí sau:

Mức độ đánh giá được chia theo thang điểm:



Nội dung tiêu chí		Điểm					
Văn hóa quản lý du lịch							
1	Cơ quan quản lý chỉ đạo kịp thời và hiệu quả những phát sinh liên quan đến du lịch	0	1	2	3	4	5
2	Đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch	0	1	2	3	4	5
3	Đảm bảo vệ sinh môi trường và bảo vệ tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
4	Hệ thống biển báo, chỉ dẫn đầy đủ, hợp lý	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của khách du lịch đến Ninh Bình							
5	Tuân thủ pháp luật, nội quy, quy định của điểm du lịch	0	1	2	3	4	5
6	Trang phục lịch sự, phù hợp	0	1	2	3	4	5
7	Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng	0	1	2	3	4	5
8	Có ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
9	Tôn trọng văn hóa của địa phương	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương đối với hoạt động du lịch							
10	Thân thiện, nhiệt tình, sẵn sàng giúp đỡ khách du lịch	0	1	2	3	4	5
11	Đối xử bình đẳng giữa các đối tượng khách	0	1	2	3	4	5

12	Bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
13	Tham gia hoạt động du lịch một cách văn minh (tuân thủ pháp luật, không ép giá, lôi kéo, bán hàng hóa dịch vụ kém chất lượng)	0	1	2	3	4	5
14	Tinh thần chăm chỉ, kỷ luật, trách nhiệm khi làm việc trong các cơ sở kinh doanh du lịch, dịch vụ	0	1	2	3	4	5
Văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp du lịch							
15	Thực hiện cung cấp dịch vụ và hàng hóa theo hợp đồng đã ký kết	0	1	2	3	4	5
16	Cách thức khai thác và sử dụng tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
17	Trách nhiệm với cộng đồng (sử dụng lao động địa phương, bán sản phẩm của địa phương...)	0	1	2	3	4	5
Văn hóa phục vụ khách du lịch của người lao động trong doanh nghiệp							
18	Thái độ phục vụ của nhân viên: thân thiện, tận tình, sẵn sàng hỗ trợ khách du lịch	0	1	2	3	4	5
19	Tác phong chuyên nghiệp, ứng xử văn minh (không gian dối, không trục lợi, không phân biệt/bỏ rơi khách...)	0	1	2	3	4	5
20	Nhắc nhở khách tôn trọng văn hóa địa phương	0	1	2	3	4	5
21	Nhắc nhở khách bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
22	Nghiêm túc tuân thủ quy định của doanh nghiệp	0	1	2	3	4	5
Giá trị văn hóa trong tài nguyên và các sản phẩm du lịch							
23	Tính độc đáo, hấp dẫn của sản phẩm du lịch Ninh Bình	0	1	2	3	4	5
24	Cách thức khai thác giá trị văn hóa để tạo nên sản phẩm du lịch	0	1	2	3	4	5

Câu 5: Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, quý vị có đề xuất gì để du lịch Ninh Bình phát triển ngày càng bền vững?

.....

PHẦN 2: QUÝ VỊ VUI LÒNG CHO BIẾT MỘT SỐ THÔNG TIN CÁ NHÂN:

1. Họ và tên:
2. Giới tính: Nam Nữ
3. Nghề nghiệp:
4. Tuổi: Dưới 18 tuổi 18 - 35 36 - 55 Trên 55 tuổi

CHÂN THÀNH CẢM ƠN!
 Ninh Bình, ngày tháng năm 2021
 Điều tra viên

PHIẾU KHẢO SÁT VỀ THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH

(Dành cho lao động trong doanh nghiệp du lịch)

Phục vụ đề tài: “Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”

Để có cơ sở đánh giá thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, từ đó đề xuất các giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển bền vững, Trường Đại học Hoa Lư rất mong nhận được sự hỗ trợ của quý vị bằng cách trả lời các câu hỏi dưới đây. Mọi thông tin cung cấp sẽ được bảo mật và phục vụ cho mục đích nghiên cứu của đề tài.

Câu 1. Quý vị có biết bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch năm 2017 không?

Có Không

Câu 2. Quý vị vui lòng đánh giá mức độ thực hiện văn hóa du lịch trong hoạt động du lịch tại Ninh Bình theo các tiêu chí sau:

Mức độ đánh giá được chia theo thang điểm sau:



Nội dung tiêu chí		Điểm					
Văn hóa quản lý của các cơ quan quản lý du lịch							
1	Cơ quan quản lý chỉ đạo kịp thời và hiệu quả đối với những phát sinh liên quan đến du lịch	0	1	2	3	4	5
2	Quản lý và chỉ đạo kịp thời các cơ sở kinh doanh, điểm du lịch trong việc đảm bảo an ninh, an toàn điểm đến	0	1	2	3	4	5
3	Quản lý và chỉ đạo kịp thời các cơ sở kinh doanh, điểm du lịch trong việc đảm bảo vệ sinh môi trường	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch							
4	Tuân thủ pháp luật, các nội quy, quy định tại điểm đến du lịch	0	1	2	3	4	5
5	Trang phục lịch sự, phù hợp	0	1	2	3	4	5
6	Ứng xử văn minh, thân thiện	0	1	2	3	4	5
7	Có ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
8	Tiết kiệm năng lượng (điện, nước....)	0	1	2	3	4	5
9	Tôn trọng văn hóa của địa phương	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương đối với hoạt động du lịch							
10	Thân thiện, nhiệt tình, sẵn sàng giúp đỡ khách	0	1	2	3	4	5
11	Đối xử bình đẳng giữa các đối tượng khách	0	1	2	3	4	5
12	Bảo vệ môi trường và di sản văn hóa	0	1	2	3	4	5
13	Tham gia hoạt động du lịch một cách văn minh (tuân thủ pháp luật, không ép giá, lôi kéo, bán hàng hóa dịch vụ kém chất lượng)	0	1	2	3	4	5
14	Tinh thần chăm chỉ, kỷ luật, trách nhiệm khi làm việc trong các cơ sở kinh doanh	0	1	2	3	4	5
Văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp nơi quý vị làm việc							
15	Công khai giá, thông tin về hàng hóa, dịch vụ	0	1	2	3	4	5
16	Doanh nghiệp tạo điều kiện cho người lao động tham gia bồi dưỡng, học tập	0	1	2	3	4	5
17	Môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, đoàn kết, có cơ hội thăng tiến	0	1	2	3	4	5
18	Doanh nghiệp tạo điều kiện, khuyến khích lao động làm việc và gắn bó lâu dài	0	1	2	3	4	5
19	Doanh nghiệp thực hiện đầy đủ các chế độ bảo hiểm, lương thưởng	0	1	2	3	4	5
Văn hóa khi phục vụ khách của các lao động khác trong doanh nghiệp du lịch							
20	Thái độ phục vụ khách: trách nhiệm, nhiệt tình	0	1	2	3	4	5

Nội dung tiêu chí		Điểm					
21	Sẵn sàng hỗ trợ, giúp đỡ khách khi gặp rủi ro	0	1	2	3	4	5
22	Quan tâm lợi ích của khách du lịch (không giới thiệu hàng hóa/dịch vụ kém chất lượng để lấy hoa hồng)	0	1	2	3	4	5
23	Làm việc chuyên nghiệp, văn minh (không gian dối, không trục lợi, phân biệt, bỏ rơi khách...)	0	1	2	3	4	5
24	Nhắc nhở khách tôn trọng văn hóa địa phương	0	1	2	3	4	5
25	Nhắc nhở khách bảo vệ môi trường tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
26	Thực hiện nghiêm túc pháp luật, quy định tại doanh nghiệp	0	1	2	3	4	5
Giá trị văn hóa trong tài nguyên và các sản phẩm du lịch							
27	Doanh nghiệp nơi quý vị làm luôn cố gắng nâng cao, đổi mới chất lượng dịch vụ du lịch	0	1	2	3	4	5
28	Sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp nơi quý vị làm có tính hấp dẫn và luôn hài lòng khách du lịch	0	1	2	3	4	5
29	Các sản phẩm dịch vụ du lịch tại Ninh Bình thỏa mãn cao nhu cầu của khách du lịch	0	1	2	3	4	5
30	Những khó khăn và thuận lợi khi làm việc trong doanh nghiệp du lịch?					
31	Quý vị có kiến nghị gì với doanh nghiệp nơi mình làm việc?					

QUÝ VỊ VUI LÒNG CHO BIẾT MỘT SỐ THÔNG TIN CÁ NHÂN:

1. Họ và tên:
2. Giới tính: Nam Nữ
3. Công việc: Thời gian làm việc:
4. Độ tuổi: Dưới 18 tuổi 18 - 35 36 - 55 Trên 55 tuổi

CHÂN THÀNH CẢM ƠN!
Ninh Bình, ngày tháng năm 2021
Điều tra viên

PHIẾU KHẢO SÁT VỀ THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH

(Dành cho cộng đồng địa phương)

Phục vụ đề tài: “Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”

Để có cơ sở đánh giá thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, từ đó đề xuất các giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển bền vững, Trường Đại học Hoa Lư rất mong nhận được sự hỗ trợ của quý vị bằng cách trả lời các câu hỏi dưới đây. Mọi thông tin cung cấp sẽ được bảo mật và phục vụ cho mục đích nghiên cứu của đề tài.

Câu 1. Quý vị có tham gia hoạt động du lịch không? Nếu có, quý vị làm việc gì và trong thời gian bao lâu?

- Có Công việc..... Thời gian:
- Không

Câu 2. Quý vị cảm thấy thế nào khi có nhiều khách du lịch đến địa phương?

- Rất vui vẻ và sẵn sàng chào đón
- Bình thường, không quan tâm
- Không hài lòng vì gặp nhiều rắc rối do khách du lịch quá đông

Câu 3. Quý vị có biết bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch năm 2017 không?

- Có Không

Câu 4. Quý vị vui lòng đánh giá mức độ thực hiện văn hóa du lịch trong hoạt động du lịch tại Ninh Bình theo các tiêu chí sau:

Mức độ đánh giá được chia theo thang điểm sau:



Nội dung tiêu chí		Điểm					
Văn hóa quản lý của các cơ quan quản lý du lịch							
1	Chính quyền địa phương tuyên truyền, phổ biến các chính sách, pháp luật du lịch cho cộng đồng	0	1	2	3	4	5
2	Xây dựng hệ thống biển báo, biển chỉ dẫn đầy đủ, rõ ràng	0	1	2	3	4	5
3	Kịp thời trong việc xử lý các vấn đề phát sinh của cộng đồng địa phương đối với hoạt động du lịch	0	1	2	3	4	5
4	Tạo điều kiện và hỗ trợ cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch	0	1	2	3	4	5
5	Đảm bảo an ninh, an toàn tại điểm du lịch	0	1	2	3	4	5
6	Đảm bảo vệ sinh môi trường tại điểm du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch	0	1	2	3	4	5
7	Có chế tài xử phạt với những trường hợp vi phạm trong hoạt động du lịch	0	1	2	3	4	5
8	Có chính sách và nỗ lực trong việc bảo vệ các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch							
9	Tuân thủ pháp luật, các nội quy, quy định tại điểm đến du lịch	0	1	2	3	4	5
10	Trang phục phù hợp với điểm du lịch	0	1	2	3	4	5
11	Ứng xử văn minh, thân thiện với cộng đồng và người làm du lịch	0	1	2	3	4	5
12	Có ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
13	Tôn trọng văn hóa địa phương	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương đối với hoạt động du lịch							
14	Thân thiện, nhiệt tình, sẵn sàng giúp đỡ khách	0	1	2	3	4	5
15	Thái độ lịch sự khi giải quyết mâu thuẫn với khách	0	1	2	3	4	5
16	Đối xử bình đẳng giữa các đối tượng khách	0	1	2	3	4	5

Nội dung tiêu chí		Điểm					
17	Bảo vệ môi trường và di sản văn hóa	0	1	2	3	4	5
18	Tham gia hoạt động du lịch một cách văn minh (tuân thủ pháp luật, không ép, lôi kéo, bán hàng hóa dịch vụ kém chất lượng)	0	1	2	3	4	5
19	Tinh thần chăm chỉ, kỷ luật, trách nhiệm khi làm việc trong các cơ sở kinh doanh	0	1	2	3	4	5
Văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp du lịch tại địa phương							
20	Tạo điều kiện thu hút cộng đồng địa phương làm việc tại cơ sở	0	1	2	3	4	5
21	Có chính sách đào tạo, hỗ trợ cộng đồng trong quá trình làm việc tại cơ sở	0	1	2	3	4	5
22	Có đóng góp cho địa phương và trách nhiệm với cộng đồng	0	1	2	3	4	5
23	Đảm bảo vệ sinh môi trường tại doanh nghiệp du lịch và khu vực dân cư xung quanh	0	1	2	3	4	5
24	Phát triển du lịch ở địa phương ảnh hưởng như thế nào đến cuộc sống của quý vị?					
25	Kiến nghị của quý vị đối với hoạt động du lịch tại địa phương					

QUÝ VỊ VUI LÒNG CHO BIẾT MỘT SỐ THÔNG TIN CÁ NHÂN:

1. Họ và tên:

2. Giới tính: Nam Nữ

4. Độ tuổi: Dưới 18 tuổi 18 - 35 36 - 55 Trên 55 tuổi

CHÂN THÀNH CẢM ƠN!

Ninh Bình, ngày.....tháng.....năm 2021

Điều tra viên

PHIẾU KHẢO SÁT VỀ THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH
(Dành cho doanh nghiệp du lịch)

Phục vụ đề tài: “Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”

Để có cơ sở đánh giá thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, từ đó đề xuất các giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển bền vững, Trường Đại học Hoa Lư rất mong nhận được sự hỗ trợ của quý vị bằng cách trả lời các câu hỏi dưới đây. Mọi thông tin cung cấp sẽ được bảo mật và phục vụ cho mục đích nghiên cứu của đề tài.

PHẦN 1: KHẢO SÁT THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH

Câu 1. Lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp du lịch của quý vị là:

<input type="checkbox"/>	Lữ hành	<input type="checkbox"/>	Lưu trú
<input type="checkbox"/>	Vận chuyển	<input type="checkbox"/>	Ăn uống
<input type="checkbox"/>	Dịch vụ khác	<input type="checkbox"/>	Kinh doanh khai thác điểm đến

Câu 2. Doanh nghiệp của quý vị có tham gia Hiệp hội Du lịch Ninh Bình không?

Có Không

Câu 3. Quý vị lựa chọn hình thức quảng cáo nào sau đây cho Doanh nghiệp của mình?

<input type="checkbox"/>	Website	<input type="checkbox"/>	Các phương tiện truyền thông
<input type="checkbox"/>	Sử dụng hồ sơ trên Tripadvisor	<input type="checkbox"/>	Đại lý trực tuyến OTA
<input type="checkbox"/>	Hợp tác với các đại lý	<input type="checkbox"/>	Marketing du lịch truyền thống
<input type="checkbox"/>	Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ		
<input type="checkbox"/>	Hợp tác với các Doanh nghiệp cùng ngành		
<input type="checkbox"/>	Các trung tâm thông tin về khách du lịch		
<input type="checkbox"/>	Hình thức quảng cáo Marketing du lịch qua KOLs		

Câu 4. Nguồn khách của Doanh nghiệp quý vị chủ yếu là:

Khách nội địa (đến từ các địa phương cụ thể:)

Khách quốc tế (đến từ các quốc gia cụ thể:)

Câu 5. Theo quý vị, đâu là lý do chính khiến khách du lịch lựa chọn sử dụng dịch vụ/sản phẩm du lịch thuộc Doanh nghiệp của quý vị?

.....

Câu 6. Phương châm phục vụ của Doanh nghiệp quý vị là gì?

.....

Câu 7. Quý vị đánh giá thế nào về Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành ngày 02 tháng 3 năm 2017?

Chưa biết đến Bộ Quy tắc này	
Không quan tâm	
Chưa hữu ích	
Hữu ích	

Câu 8. Quý vị đánh giá như thế nào về mức độ thực hiện văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch tại Ninh Bình theo các tiêu chí sau:

Mức độ đánh giá được chia theo thang điểm sau:



Nội dung tiêu chí		Điểm					
Văn hóa ứng xử trong kinh doanh du lịch của Doanh nghiệp mình							
1	Tuân thủ pháp luật về kinh doanh du lịch	0	1	2	3	4	5
2	Niêm yết công khai giá và dịch vụ	0	1	2	3	4	5
3	Thực hiện trung thực, đầy đủ về dịch vụ du lịch đã cam kết	0	1	2	3	4	5
4	Cạnh tranh lành mạnh, uy tín	0	1	2	3	4	5
5	Xây dựng được thương hiệu kinh doanh du lịch	0	1	2	3	4	5
6	Sử dụng đồng phục doanh nghiệp phù hợp với công việc	0	1	2	3	4	5
7	Lắng nghe góp ý và chân thành trong phục vụ khách	0	1	2	3	4	5
8	Ân cần, chu đáo, niềm nở, thân thiện với khách	0	1	2	3	4	5
9	Tích cực hỗ trợ khách du lịch trong trường hợp nếu có xảy ra rủi ro	0	1	2	3	4	5
10	Không phân biệt đối xử với khách du lịch	0	1	2	3	4	5
11	Đảm bảo an ninh, an toàn cho khách	0	1	2	3	4	5
12	Đảm bảo vệ sinh môi trường cảnh quan doanh nghiệp	0	1	2	3	4	5
13	Tham gia bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
14	Có ưu tiên sử dụng lao động người địa phương	0	1	2	3	4	5
15	Thường xuyên tổ chức bồi dưỡng kiến thức kỹ năng cho nhân viên doanh nghiệp	0	1	2	3	4	5
16	Môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, đoàn kết, có cơ hội thăng tiến	0	1	2	3	4	5
17	Doanh nghiệp có hình thức tạo điều kiện, khuyến khích lao động làm việc và gắn bó lâu dài	0	1	2	3	4	5

Nội dung tiêu chí		Điểm					
18	Doanh nghiệp thực hiện đầy đủ các chế độ bảo hiểm, lương, thưởng	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của khách du lịch trong quá trình đi du lịch							
19	Tuân thủ pháp luật, các nội quy, quy định	0	1	2	3	4	5
20	Trang phục lịch sự, phù hợp	0	1	2	3	4	5
21	Ứng xử văn minh, thân thiện	0	1	2	3	4	5
22	Có ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên du lịch	0	1	2	3	4	5
23	Tiết kiệm năng lượng (điện, nước....)	0	1	2	3	4	5
24	Tôn trọng văn hóa của địa phương	0	1	2	3	4	5
Văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương đối với hoạt động du lịch							
25	Thân thiện, nhiệt tình, sẵn sàng giúp đỡ khách	0	1	2	3	4	5
26	Đối xử bình đẳng giữa các đối tượng khách	0	1	2	3	4	5
27	Bảo vệ môi trường và di sản văn hóa	0	1	2	3	4	5
28	Tham gia hoạt động du lịch một cách văn minh (tuân thủ pháp luật, không ép giá, lôi kéo, bán hàng hóa dịch vụ kém chất lượng)	0	1	2	3	4	5
29	Tinh thần chăm chỉ, kỷ luật, trách nhiệm khi làm việc trong các cơ sở kinh doanh	0	1	2	3	4	5
Giá trị văn hóa trong tài nguyên và các sản phẩm du lịch							
30	Sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp quý vị làm có tính hấp dẫn và luôn hài lòng khách du lịch	0	1	2	3	4	5
31	Các sản phẩm dịch vụ du lịch tại Ninh Bình thỏa mãn cao nhu cầu của khách du lịch	0	1	2	3	4	5

Câu 9. Doanh nghiệp của quý vị đã nhận được sự hỗ trợ nào sau đây từ chính quyền địa phương?

- Nguồn vốn vay ngân hàng với lãi suất thấp
- Giảm nộp thuế hoặc giảm thuế cho doanh nghiệp
- Giảm giá điện áp dụng cho các cơ sở lưu trú
- Giảm giá tiền thuê đất
- Ý kiến khác (nêu rõ)

Câu 10. Quý vị có đề xuất gì với chính quyền địa phương để văn hóa thực sự phát huy hiệu quả tốt trong lĩnh vực du lịch?

.....

.....

.....

Câu 11. Đối với Doanh nghiệp của quý vị, văn hóa du lịch trong doanh nghiệp có vị trí như thế nào?

Rất không quan trọng
 Không quan trọng
 Bình thường

Quan trọng
 Rất quan trọng

Câu 12. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, theo quý vị Doanh nghiệp du lịch đang làm gì để phục vụ nhu cầu và thu hút khách du lịch sử dụng dịch vụ của Doanh nghiệp mình?

.....
.....

PHẦN 2: QUÝ VỊ VUI LÒNG CHO BIẾT MỘT SỐ THÔNG TIN

1. Tên doanh nghiệp du lịch:

.....

2. Địa chỉ:

.....

3. Họ và tên của người trả lời phỏng vấn:

.....

4. Chức vụ của người trả lời phỏng vấn:

.....

CHÂN THÀNH CẢM ƠN!

Ninh Bình, ngày.....tháng.....năm 2021

Điều tra viên

**NỘI DUNG PHÒNG VẤN CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG CÁC CẤP
VỀ THỰC TRẠNG VĂN HÓA DU LỊCH NINH BÌNH**

Phục vụ đề tài nghiên cứu khoa học năm 2021

***“Thực trạng và giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình
trong bối cảnh hội nhập quốc tế”***

Để có cơ sở đánh giá sát thực trạng văn hóa du lịch Ninh Bình, từ đó đề xuất các giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế theo hướng phát triển bền vững, trân trọng xin ý kiến của đồng chí vào những vấn đề sau:

1. Đồng chí đánh giá thế nào về ý thức trách nhiệm của cộng đồng dân cư địa phương, doanh nghiệp đối với việc khai thác và bảo vệ tài nguyên du lịch địa phương? Cần có biện pháp gì để nâng cao ý thức trách nhiệm cho từng chủ thể?
.....
.....
2. Đồng chí có nhận xét gì về văn hóa du lịch của du khách khi đến Ninh Bình? Cần phải làm gì góp phần khuyến khích du khách ứng xử văn minh khi đến tham quan, du lịch?
.....
.....
3. Theo đồng chí, ứng xử văn minh du lịch của cộng đồng dân cư địa phương, doanh nghiệp, đội ngũ trực tiếp làm du lịch có chuyển biến gì sau khi tỉnh triển khai bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch năm 2017?
.....
.....
4. Hiện nay vấn đề bảo tồn và giữ gìn các giá trị văn hóa truyền thống với việc phát triển du lịch theo hướng hiện đại ở địa phương diễn ra như thế nào?
.....
.....
5. Đồng chí vui lòng cho biết sản phẩm du lịch được du khách quan tâm nhất tại địa phương là gì? Địa phương đã có chiến lược xây dựng thương hiệu cho sản phẩm du lịch đó chưa?

.....
.....
6. Di sản văn hóa đặc sắc nhất của địa phương đồng chí là gì? Địa phương đã khai thác giá trị những di sản đó trong hoạt động du lịch như thế nào?

.....
.....
7. Đồng chí đánh giá như thế nào về ảnh hưởng của du lịch Ninh Bình đối với cộng đồng dân cư địa phương trong những năm gần đây?

.....
.....
8. Đồng chí có nhận xét gì về môi trường văn hóa tại các điểm du lịch, khu du lịch địa phương? Đồng chí có đề xuất nào để du lịch địa phương ngày càng phát triển và trở thành điểm đến thật sự hấp dẫn trong lòng du khách thập phương?

.....
.....
9. Theo đồng chí, “Bộ tài liệu tập huấn văn hóa du lịch dành cho người dân và những người làm du lịch” cần tập trung vào những vấn đề gì?

.....
.....
Trân trọng cảm ơn đồng chí!

Phần ghi của người đi phỏng vấn:

Họ và tên người được phỏng vấn:

Vị trí, đơn vị công tác:

Số điện thoại:

Địa chỉ email:

Ngày đi phỏng vấn:

Người thực hiện phỏng vấn:

CHÂN THÀNH CẢM ƠN!
Ninh Bình, ngày.....tháng.....năm 2021
Điều tra viên

PHIẾU KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG TÀI LIỆU TẬP HUẤN

“Chủ đề: Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch”

(Hoạt động tập huấn nằm trong khuôn khổ đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh 2021:

“Thực trạng và giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế”)

1. Họ và tên người tham gia lớp tập huấn:.....
2. Số điện thoại:..... (hoặc email)
3. Công việc đang làm:

Ông, bà vui lòng cho biết ý kiến bằng cách đánh dấu X vào ô tương ứng

(1= Hoàn toàn không đồng ý; 2 = Không đồng ý; 3 = Tương đối đồng ý;

4 = Đồng ý; 5 = Hoàn toàn đồng ý)

S t t	Nội dung hỏi	1	2	3	4	5
1	Tài liệu tập huấn có bố cục khoa học, hợp lý.					
2	Nội dung tài liệu tập huấn phù hợp với đối tượng tập huấn.					
3	Nội dung của tài liệu tập huấn phù hợp với công việc ông/bà đang (hoặc sẽ) thực hiện.					
4	Các hình minh họa trong tài liệu tập huấn phù hợp, truyền tải được nội dung tập huấn.					
5	Lớp tập huấn đáp ứng được sự mong đợi của ông/bà.					
6	Ông, bà mong muốn bổ sung/lọc bỏ/điều chỉnh nội dung nào ở tài liệu tập huấn?					

Chữ ký người được khảo sát

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!

Phụ lục 2. QUYẾT ĐỊNH XUẤT BẢN PHẨM

UBND THÀNH PHỐ HÀ NỘI
NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

Số: 2277 /QĐ - HN

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 02 tháng 8 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH XUẤT BẢN Xuất bản xuất bản phẩm

TỔNG GIÁM ĐỐC NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

Căn cứ Luật Xuất bản ngày 20 tháng 11 năm 2012;

Căn cứ Nghị định số 195/2013/NĐ-CP ngày 21/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Xuất bản;

Căn cứ Thông tư số 01/2020/TT-BTTTT ngày 07 tháng 02 năm 2020 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật xuất bản và Nghị định số 195/2013/NĐ-CP ngày 21/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật xuất bản;

Căn cứ giấy xác nhận đăng ký kế hoạch xuất bản số 4186/XN-CXBIPH ngày 28 tháng 7 năm 2022 của Cục Xuất bản, In và Phát hành;

Theo đề nghị của Tổng biên tập.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1: Xuất bản xuất bản phẩm có tên: **Văn hóa du lịch Ninh Bình lý luận và thực tiễn**

- Tác giả: Nguyễn Mạnh Quỳnh - Hoàng Diệu Thúy (đồng chủ biên); Đinh Văn Phương - Đỗ Thị Hồng Thu - Trần Thị Thu - Lê Thị Huệ

- Ngữ xuất bản: tiếng Việt

- Khuôn khổ: 17 x 24 cm

- Số trang của xuất bản phẩm in: **176** trang

- Số lượng in (bản): **300 bản**

- Đối tác liên kết xuất bản: Chủ biên Nguyễn Mạnh Quỳnh

- Tên biên tập viên: Phạm Quốc Tuấn

- Mã số sách chuẩn quốc tế - ISBN (Nếu có): **978-604-382-016-4**

Điều 2: Số xác nhận đăng ký xuất bản ghi trên xuất bản phẩm:

2591 - 2022/CXBIPH/02 - 168/HN

Điều 3: Xuất bản phẩm được in: Công ty TNHH in Thành Lộc

Địa chỉ: Số 56, Nguyễn Thái Học, phường Tân Thành, TP. Ninh Bình, tỉnh Ninh Bình

Điều 4: Quyết định này được lập 02 (hai) bản, 01 (một) bản lưu tại nhà xuất bản, 01 (một) bản lưu tại cơ sở in (hoặc đơn vị thực hiện đăng tải xuất bản phẩm điện tử).

Quyết định này có giá trị thực hiện 01 (một) lần đến ngày 31/12/2022, trường hợp bị tẩy xóa, sửa chữa, photocopy không có giá trị thực hiện.

Nơi nhận:

- Như điều 4;

- Lưu VT.



TỔNG GIÁM ĐỐC

Vũ Văn Việt

Số: 75 /GP-STTTT

Ninh Bình, ngày 20 tháng 9 năm 2022

GIẤY PHÉP
Xuất bản tài liệu không kinh doanh

GIÁM ĐỐC SỞ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Căn cứ Luật Xuất bản năm 2012;

Căn cứ Nghị định số 195/2013/NĐ-CP, ngày 21/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Xuất bản;

Căn cứ Thông tư số 01/2020/TT-BTTTT ngày 07/02/2020 của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Xuất bản và Nghị định số 195/2013/NĐ-CP ngày 21/11/2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Xuất bản;

Xét Đơn đề nghị cấp giấy phép xuất bản ngày 13 tháng 9 năm 2022 của Trường Đại học Hoa Lư.

CHO PHÉP:

1. Trường Đại học Hoa Lư được xuất bản tài liệu:

“Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch (Tài liệu tập huấn dành cho người dân và những người làm du lịch tại Ninh Bình)”

- Số trang: 52 trang; Kích thước: 20,5 cm x 29 cm; Số lượng in: 350 bản;

- Ngữ xuất bản: Tiếng Việt;

- Mã số sách quốc tế (ISBN): Không;

- Tên, địa chỉ cơ sở in xuất bản phẩm: Công ty TNHH In Thành Lộc. Số nhà 56, đường Nguyễn Thái Học, phường Tân Thành, TP. Ninh Bình;

- Mục đích xuất bản: Nghiên cứu, tập huấn về kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch cho người dân và những người làm du lịch tại Ninh Bình;

- Phạm vi sử dụng và hình thức phát hành: Trường Đại học Hoa Lư, Sở Văn hóa và Thể thao tỉnh Ninh Bình.

2. Trước khi phát hành, Trường Đại học Hoa Lư nộp lưu chiểu theo quy định tại Điều 28 Luật Xuất bản năm 2012.

3. Trường Đại học Hoa Lư được phép xuất bản phải chấp hành nghiêm chỉnh Luật Xuất bản; các quy định tại mục 1 và 2 Giấy phép này; in đúng bản thảo có đóng dấu của cơ quan cấp phép tại cơ sở in có giấy phép hoạt động in xuất bản phẩm; không được tẩy xóa, sửa chữa hoặc chuyển nhượng Giấy phép này cho tổ chức, cá nhân khác dưới mọi hình thức.

Giấy phép này có giá trị trong thời hạn 90 (chín mươi) ngày kể từ ngày ký./.

Nơi nhận:

- Trường Đại học Hoa Lư;
- Công ty TNHH In Thành Lộc;
- Lưu: VT, TTBCXB.

KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC

Trần Thị Thảo

Phụ lục 3: CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI

1. Nguyễn Mạnh Quỳnh và cộng sự (2022), *Văn hóa du lịch Ninh Bình - Lý luận và thực tiễn*, Nxb Hà Nội. Mã số sách: 978-604-382-016-4. Số đăng ký: 2591-2022/CXBIPH/02-168/HN. Quyết định xuất bản số: 2277/QĐ-HN ngày 02/8/2022 của Nhà xuất bản Hà Nội.
2. Nguyễn Mạnh Quỳnh và cộng sự (2022), *Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong hoạt động du lịch (tài liệu tập huấn dành cho người dân và những người làm du lịch tại Ninh Bình)*, Giấy phép số 75/GP-STTTT ngày 20/9/2022 của Sở Thông tin và Truyền thông Ninh Bình.
3. Nguyễn Mạnh Quỳnh (2022), *Núi Dục Thúy và bài ký của Trương Hán Siêu*, trong “*Văn hóa du lịch Ninh Bình - Lý luận và thực tiễn*” (2022), Nxb Hà Nội.
4. Đỗ Thị Hồng Thu, Lê Thị Hiệu (2022), “*Cơ hội và thách thức đối với du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”, *Tạp chí Giáo dục và xã hội*, ISSN 1859-3917, số 136/197, tr.178-182.
5. Lê Thị Hiệu, Trần Thị Thu (2022), “*Vai trò của văn hóa du lịch trong phát triển bền vững tại Ninh Bình*”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, ISSN 0866-8655, số 506, tr.75-78.
6. Hoàng Diệu Thúy (2022), “*Một số giải pháp phát huy các giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”, *Tạp chí Giáo dục và xã hội*, ISSN 1859-3917, số 136/197, tr79-82.
7. Đinh Văn Phương (2021), “*Yêu cầu đặt ra đối với công tác quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị các di tích lịch sử - văn hóa làm nền tảng, động lực để xây dựng, phát triển du lịch ở tỉnh Ninh Bình trong giai đoạn hiện nay*”, <http://vhtt.ninhbinh.gov.vn/>.