

Phát triển du lịch văn hóa trong chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch Việt Nam

27/06/2013

TÁC GIẢ : TS. HÀ VĂN SIÊU - VIỆN NCPTDL

Ngày 30 tháng 12 năm 2011, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 2473/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Triển khai thực hiện Chiến lược, ngày 22 tháng 01 năm 2013, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 201/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Trong chiến lược và quy hoạch, du lịch văn hóa được xác định xuyên suốt trong quan điểm, định hướng và giải pháp phát triển, thể hiện tư tưởng chỉ đạo và chủ trương của Chính phủ trong định hướng phát triển du lịch gắn liền với việc thực hiện Nghị quyết 05 khóa VIII về xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc và Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020.

Tiềm năng, nguồn lực phát triển du lịch văn hóa

Sẽ không thể liệt kê hay phân tích hết nhẽ về tiềm năng và nguồn lực (mạnh và yếu) phát triển du lịch văn hóa ở nước ta. Nhưng trong quá trình xây dựng chiến lược và quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, tiềm năng về tài nguyên và các nguồn lực phát triển du lịch văn hóa đã được tổng hợp đánh giá với 8 điểm nổi bật như sau:

1. Tài nguyên văn hóa vật thể và phi vật thể, truyền thống và đương đại của các dân tộc Việt Nam vô cùng đa dạng về số lượng, quy mô, thể loại, hình thức biểu hiện, phân bố về lịch sử, không gian địa lý, tính chất và mức độ giá trị nhưng về tầm cỡ nổi bật, sức hấp dẫn, lan tỏa và tiếng vang còn hạn chế.

2. Giá trị hấp dẫn du lịch của các tài nguyên văn hóa có tiềm năng phát triển trở thành những sản phẩm du lịch đặc sắc, tạo lên sự khác biệt và sức cạnh tranh cho du lịch Việt Nam, tiêu biểu như nghệ thuật truyền thống, văn hóa lịch sử, lối sống, di tích, di sản, lễ hội, làng nghề, ẩm thực... nhưng đến nay vẫn chưa khai thác được nhiều những giá trị văn hóa tinh túy và thăng hoa để phục vụ phát triển du lịch.

3. Hầu hết những giá trị hấp dẫn du lịch về văn hóa mới khai thác bề nổi, dễ cảm nhận, dễ tiếp cận; chưa khai thác được chiều sâu bản sắc văn hóa dân tộc, đặc biệt là những giá trị phi vật thể; chưa được kết nối tạo dựng chuỗi giá trị và do vậy chưa làm nổi bật hình ảnh thương hiệu du lịch bằng những giá trị đậm nét văn hóa Việt Nam.

4. Con người Việt Nam với lối sống giản dị, gần gũi thân thiện, cởi mở, thân ái, cần cù chăm chỉ và luôn sẵn lòng giúp đỡ, với nụ cười chân thực và những nét đẹp của con người Việt Nam trên khắp các vùng, miền tạo lên phong cách, sức cuốn hút và giá trị về văn hóa đặc sắc, riêng có của Việt Nam để làm hài lòng du khách. Đây là nét văn hóa đặc trưng dễ cảm nhận và đọng lại trong lòng du khách và trở thành ấn tượng, hình ảnh của du lịch Việt Nam.

5. Những nỗ lực bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa đã đạt được những kết quả nhất định nhưng triển khai thiếu hiệu quả triệt để cả về năng lực và nguồn lực do vậy không gắn

kết đồng bộ và hữu cơ giữa hệ thống thiết chế văn hóa (bảo tàng, nhà hát, di sản, công viên văn hóa, hộp đêm...) với hoạt động du lịch để làm gia tăng giá trị sản phẩm du lịch.

6. Nguồn lực tài chính và kỹ thuật cho công tác bảo tồn văn hóa được huy động từ ngân sách Nhà nước là chủ yếu (chương trình mục tiêu văn hóa) đồng thời có sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế. Nguồn lực từ cộng đồng địa phương tuy nhỏ lẻ phân tán nhưng thiết thực. Sự chủ động, tích cực của cộng đồng địa phương xuất hiện khi được chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch, tiêu biểu như Hội An, Mỹ Sơn, Mai Châu, SaPa... hoặc các cơ sở tôn giáo tín ngưỡng như Bái Đính, Hương Tích, Yên Tử, Núi Bà Đen... các làng nghề và các giá trị thuộc về dòng tộc, phường hội.

7. Năng lực quản lý phát triển du lịch dựa trên nền giá trị văn hóa, điều phối gắn kết hoạt động bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa với việc hình thành sản phẩm du lịch và phục vụ khách du lịch còn rất hạn chế, thụ động, hiệu quả thấp. Người làm du lịch chưa biết khai thác giá trị văn hóa để làm gia tăng giá trị cho sản phẩm du lịch; Ngược lại người làm văn hóa chưa thấy rõ động lực và tiếp nhận được những tác động tích cực từ hoạt động du lịch để bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa.

8. Tác động của hoạt động du lịch tới những thiết chế văn hóa chưa được kiểm soát hiệu quả; sự biến tướng, lai căng, thái quá, sân khấu hóa, thương mại hóa quá mức, tiếp thu văn hóa ngoại lai... đang làm mờ nhạt, giảm giá trị và nhanh suy thoái sản phẩm du lịch, đe dọa sự phát triển bền vững.

Du lịch văn hóa trong Chiến lược

**Về quan điểm chiến lược*

Các quan điểm chiến lược phát triển với trọng tâm du lịch văn hóa có thể dẫn giải như sau:

- Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Ở đây du lịch trở thành một trong những ngành công nghiệp văn hóa; khai thác yếu tố văn hóa trong kinh tế và phát triển kinh tế dựa vào văn hóa. Phát triển mạnh ngành du lịch dựa trên nền tảng văn hóa dân tộc đồng thời phát triển du lịch phục vụ sự thịnh vượng của quốc gia dân tộc, góp phần xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

- Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, điều đó có nghĩa có đủ năng lực khai thác, phát huy tối ưu những giá trị văn hóa phục vụ du lịch; kết hợp nhuần nhuyễn yếu tố truyền thống và yếu tố hiện đại để làm gia tăng giá trị thụ hưởng du lịch và nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch, trong đó lấy yếu tố truyền thống, văn hóa dân gian là lợi thế có tính chiến lược để thu hút khách, cạnh tranh và phát triển du lịch.

- Phát triển theo chiều sâu chất lượng, hiệu quả, có thương hiệu và có sức cạnh tranh, ở khía cạnh này văn hóa đóng vai trò đặc lực trong việc tạo lập giá trị và thương hiệu cho sản phẩm du lịch đặc trưng Việt Nam; chất lượng và thương hiệu du lịch có được bởi những giá trị thuộc về bản sắc văn hóa Việt Nam. Do vậy những giá trị thuộc về truyền thống và đương đại của văn hóa Việt Nam phải luôn được tôn trọng trong thiết kế, lồng ghép và phát huy tối đa trong sản phẩm du lịch và quá trình phục vụ khách du lịch; lấy văn hóa Việt Nam là yếu tố tạo sức cạnh tranh cho sản phẩm du lịch; lấy văn hóa để tạo lập giá trị gia tăng, lấy văn hóa để tạo lên chất lượng làm cho du khách hài lòng.

- Phát triển du lịch bền vững gắn chặt với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc thể hiện rõ quan điểm lấy văn hóa làm nền tảng quyết định sự phát triển du lịch bền

vững. Bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc để phục vụ đắc lực cho phát triển du lịch. Ngược lại biết lấy du lịch làm động lực và tạo nguồn lực để tăng cường bảo tồn, gìn giữ, phát huy các giá trị văn hóa. Ở đây, những tác động tích cực và tiêu cực từ hoạt động du lịch lên văn hóa phải được kiểm soát, quản lý đảm bảo các nguyên tắc phát triển bền vững, trong đó yếu tố con người là trung tâm; quán triệt quan điểm văn hóa do con người và vì con người. Vì vậy du lịch phải hướng tới vì con người (du khách và người dân).

- Phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế quốc gia về yếu tố văn hóa dân tộc thể hiện quan điểm coi văn hóa dân tộc là nguồn lực vô cùng quan trọng cho phát triển du lịch; sự đặc sắc, đa dạng, độc đáo, tinh túy của văn hóa các dân tộc Việt Nam là tài sản vô giá, nguồn lực vô tận có thể phát huy tạo giá trị sinh lời một cách bền vững; càng khai thác thì càng làm tăng giá trị và qua đó văn hóa dân tộc được tôn vinh, khẳng định bản sắc và tự hào dân tộc; tăng cường sự gắn kết hiệu quả giữa hoạt động văn hóa, nghệ thuật với hoạt động du lịch.

** Về mục tiêu chiến lược*

- Mục tiêu tổng quát: "...phát triển du lịch mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc,..." thể hiện rõ phát triển du lịch dựa trên nền tảng văn hóa dân tộc và nhằm tô đậm, bồi tụ cho bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam. Như vậy, văn hóa vừa là động lực vừa là mục tiêu trong phát triển du lịch; có mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc thì sản phẩm du lịch Việt Nam mới có giá trị cao, mới có chất lượng, hiệu quả, mới cạnh tranh được và đồng thời cũng là mục tiêu xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

- Mục tiêu cụ thể: phát triển du lịch phải hướng tới góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa Việt Nam; lấy du lịch là động lực, tạo nguồn lực để đẩy mạnh bảo tồn văn hóa; nguồn thu từ du lịch hướng tới đóng góp tích cực vào công tác bảo tồn, đồng thời tăng cường kiểm soát những tác động từ hoạt động du lịch lên các thiết chế văn hóa. Phát triển du lịch nhằm nâng cao dân trí, thể chất và đời sống văn hóa, tinh thần của nhân dân, tăng cường đoàn kết, hữu nghị, tự tôn dân tộc. Như vậy du lịch hướng tới mục tiêu mang lại giá trị sống cho nhân dân.

** Về các giải pháp chiến lược*

- Phát triển sản phẩm đặc trưng văn hóa Việt Nam, đặc trưng văn hóa các vùng miền; phát triển sản phẩm du lịch văn hóa gắn với di sản, di tích, lễ hội, lối sống địa phương, làng nghề, văn hóa ẩm thực; kết hợp nhuần nhuyễn văn hóa truyền thống, văn hóa dân gian với văn hóa đương đại trong sản phẩm du lịch; tôn trọng giá trị chân thực của truyền thống; chống khuynh hướng bóp méo, lai căng văn hóa trong sản phẩm du lịch; đẩy mạnh và nâng cao chất lượng diễn giải văn hóa trong du lịch.

- Phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật: chú trọng trùng tu, tôn tạo, phục dựng, công nhận, bảo vệ các di tích, di sản, cơ sở tôn giáo, tín ngưỡng, nghề truyền thống, đặc sản địa phương...; phát triển các công trình văn hóa tạo điểm nhấn hấp dẫn du lịch, ví dụ cầu Rồng Đà Nẵng, Chùa Bái Đính...; phát triển hệ thống bảo tàng, nhà hát, khu giải trí, cơ sở dịch vụ văn hóa, thể thao... phục vụ phát triển du lịch.

- Phát triển nhân lực: coi trọng trang bị cho người làm du lịch nội dung kiến thức văn hóa dân tộc và văn hóa địa phương, biết lồng ghép khai thác yếu tố văn hóa trong làm kinh tế du lịch, đặc biệt là hướng dẫn viên với kỹ năng diễn giải, truyền tải giá trị văn hóa đến du khách. Đồng thời tăng cường nâng cao nhận thức du lịch từ cấp hoạch định chính sách du lịch có trách nhiệm về văn hóa xã hội; đối với lao động chuyên nghiệp, cộng đồng

dân cư và khách du lịch trong ứng xử văn hóa, văn minh và có trách nhiệm với xã hội và môi trường.

- Phát triển thị trường, quảng bá và phát triển thương hiệu: nghiên cứu văn hóa, tập quán từng thị trường để khai thác và thỏa mãn đúng nhu cầu; lấy văn hóa các dân tộc, vùng miền Việt Nam là thế mạnh, yếu tố đặc trưng để quảng bá, cạnh tranh và tạo dựng thương hiệu du lịch Việt Nam.

- Đầu tư và chính sách: Đầu tư thích đáng cho bảo tồn, tôn tạo các giá trị văn hóa; đầu tư mới các công trình văn hóa có tầm cỡ, có sức hấp dẫn trường tồn để tham gia phát triển du lịch; Thực hiện các chính sách, chương trình mục tiêu phát triển văn hóa theo tinh thần Nghị quyết TW 5 về xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc và chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020.

- Hợp tác quốc tế: đẩy mạnh hợp tác, tăng cường tiềm kiếm sự hỗ trợ quốc tế về tài chính, kỹ thuật, công nhận, bảo vệ và tôn vinh đối với các thiết chế, giá trị văn hóa; phát huy tốt những giá trị văn hóa được UNESCO công nhận và tôn vinh để mang lại những giá trị thụ hưởng bền vững cho các thế hệ khách du lịch.

- Quản lý nhà nước về du lịch: coi trọng cách tiếp cận từ yếu tố văn hóa địa phương trong xây dựng và thực hiện chính sách phát triển du lịch như luật du lịch và các văn bản hướng dẫn luật, đảm bảo tính khả thi và có tác động tích cực tới đời sống; Thực hiện chính sách quản lý du lịch có trách nhiệm; Quản lý bằng tiêu chuẩn chuyên ngành để tạo lập văn hóa kinh doanh cạnh tranh lành mạnh bằng chất lượng; có biện pháp nói không với văn hóa “chộp dặt”, “chặt chém”...; Tăng cường bảo tồn, công nhận và tôn vinh các giá trị văn hóa và có chính sách khuyến khích, huy động và sử dụng tối ưu nguồn lực về tài nguyên văn hóa trở thành một trọng những lợi thế quốc gia trong phát triển du lịch;

Du lịch văn hóa trong Quy hoạch

- * *Tổ chức không gian phát triển du lịch*: Thực hiện các quan điểm, mục tiêu và giải pháp trong chiến lược phát triển du lịch, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định các không gian văn hóa làm nền tảng để phát triển các sản phẩm du lịch và tổ chức các hoạt động, dịch vụ du lịch:

- 7 vùng du lịch ứng với các vùng, tiểu vùng văn hóa đặc trưng;
- 46 khu du lịch quốc gia;
- 41 điểm du lịch quốc gia;
- 12 đô thị du lịch;

- + Vùng miền núi và trung du bắc bộ với hệ thống sản phẩm thể hiện đặc trưng cội nguồn văn hóa các dân tộc Việt, đặc biệt gắn với phong tục tập quán, lối sống và sinh kế của các dân tộc thiểu số vùng miền núi phía bắc.

- + Vùng đồng bằng sông hồng và duyên hải đông bắc gắn với các giá trị văn hóa của nền văn minh sông Hồng; đặc trưng và hội tụ văn hóa gốc Việt, văn hóa lúa nước.

- + Vùng Bắc trung bộ gắn với các giá trị di sản văn hóa kinh đô và giá trị lịch sử nổi bật

- + Vùng Duyên hải nam trung bộ gắn với các giá trị văn hóa miền duyên hải, hệ thống di sản văn hóa giao thoa với cội nguồn văn hóa Chăm, văn hóa Sa Huỳnh

- + Vùng Tây Nguyên đặc trưng bởi không gian văn hóa cồng chiêng, bản sắc, tập tục truyền thống, lối sống và giao thoa văn hóa các dân tộc thiểu số Tây Nguyên cùng với văn hóa cà phê, đua voi.

+ Vùng Đông Nam bộ và Đồng bằng sông Cửu Long gắn với văn hóa Óc eo Nam bộ, đặc trưng văn hóa sông nước và hội tụ giao lưu văn hóa.

* Quy hoạch các khu, tuyến, điểm du lịch mang đậm yếu tố văn hóa:

- Hệ thống tuyến, điểm du lịch về nguồn tìm hiểu văn hóa các dân tộc Việt Nam: Tây Bắc, Việt Bắc, Tây Nguyên, Đồng bằng Sông Cửu Long, Đồng bằng Sông Hồng...

- Tuyến, điểm Du lịch di sản: Hoàng Thành Thăng Long, Cổ Loa, Sóc Sơn, Hà Nội cổ, Bắc Ninh, Hạ Long, Phong Nha-Kẻ Bàng, Huế, Hội An, Mỹ Sơn, Tây Nguyên...

- Tuyến, điểm du lịch văn hóa đô thị, MICE: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Nha Trang, Đà Nẵng, Hạ Long, Vũng Tàu, Đà Lạt, Buôn Ma Thuột, Huế, Phan Thiết, Sapa.

- Tuyến, điểm du lịch văn hóa làng nghề, văn hóa cộng đồng ở hầu hết các vùng, miền Việt Nam.

- Tuyến, điểm du lịch văn hóa tâm linh: Chùa Hương, Bái Đính, Tràng An, Yên Tử, Côn Sơn, Đền Trần, Phủ Dầy, Núi Bà Đen, Lễ hội bà Chúa Xứ An Giang...

- Tuyến du lịch lễ hội: Lễ hội Đền Hùng, lễ hội chọi trâu Đồ Sơn, lễ hội pháo hoa Đà Nẵng, lễ hội hoa Đà Lạt, lễ hội chè Thái Nguyên, lễ hội cà phê Buôn Mê Thuột, liên hoan Huế, trà Lâm Đồng...

* *Quy hoạch phát triển du lịch phù hợp với chiến lược phát triển văn hóa và quy hoạch phát triển hệ thống các thiết chế văn hóa, công trình văn hóa:*

- Quy hoạch bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị các di tích

- Quy hoạch phát triển hệ thống bảo tàng, nhà hát;

- Quy hoạch phát triển ngành Điện ảnh;

- Quy hoạch phát triển ngành Mỹ thuật.

- Quy hoạch phát triển ngành Triễn lãm;

- Quy hoạch xây dựng tượng đài;

- Quy hoạch các khu vui chơi giải trí;

- Các công trình văn hóa lớn: Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam; Bảo tàng Khoa học Công nghệ; Trường quay điện ảnh Cổ Loa; Khu Lưu trữ hình ảnh động quốc gia; Nhà hát đa năng quy mô lớn tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và một số địa phương khác.

* *Định hướng hoạt động kinh doanh du lịch*

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch định hướng hoạt động kinh doanh lễ hành, lưu trú, ăn uống, vận chuyển khách và các loại hình dịch vụ du lịch khác với trọng tâm phát triển du lịch văn hóa, đảm bảo nội dung văn hóa sâu sắc trong các sản phẩm du lịch, cụ thể.

- Thiết kế chương trình du lịch trong đó khai thác hiệu quả và bền vững những giá trị văn hóa dân tộc: di tích, di sản, lễ hội, lịch sử văn hóa, ẩm thực, làng nghề...

- Thông tin diễn giải phản ánh đúng văn hóa Việt Nam, đảm bảo phải truyền tải được tới thị trường và tới du khách; chất lượng hướng dẫn du lịch không ngừng cải thiện để diễn giải và truyền tải tới đa những giá trị văn hóa dân tộc tới du khách.

- Các công trình dịch vụ lưu trú, ăn uống, các khu, điểm và các cơ sở dịch vụ du lịch được thiết kế xây dựng và công năng dịch vụ, tiện ích đảm bảo thể hiện và phát huy tối ưu văn hóa Việt Nam, mang màu sắc, dấu ấn, biểu tượng Việt Nam.

- Đặc biệt khai thác giá trị văn hóa ẩm thực Việt Nam trở thành yếu tố quan trọng định vị thương hiệu du lịch Việt Nam.

- Tôn trọng thuần phong mỹ tục của văn hóa Việt Nam, văn hóa bản địa trong tổ chức hoạt động các dịch vụ phục vụ du lịch.

Một số gợi ý đối với Hà Nội

Hà Nội-ngàn năm văn hiến, trung tâm văn hóa của cả nước. Đến Hà Nội ai cũng có nhu cầu tìm hiểu văn hóa nơi đây-hội tụ và hiện thân của văn hóa Việt Nam với những giá trị đặc sắc không nơi nào có được. Với những giá trị văn hóa ấy, có thể nói Hà Nội được xếp vào hạng bậc nhất trong tất cả các điểm đến du lịch của cả nước và có thể xứng tầm cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu.

Những năm qua du lịch Hà Nội phát triển với vai trò là một trung tâm du lịch dẫn đầu cả nước. Tuy vậy, sự giàu có về văn hóa của Hà Nội vẫn chưa được khai thác tương xứng, chưa làm hài lòng người Hà Nội cũng như du khách thập phương. Theo định hướng phát triển du lịch văn hóa trong chiến lược và quy hoạch phát triển du lịch Việt Nam, có thể thấy những cơ hội mở ra đối với Hà Nội trong phát triển du lịch văn hóa. Những giá trị văn hóa đặc sắc của Hà Nội sẽ được thăng hoa khai thác nhờ du lịch và phục vụ du lịch thông qua các chương trình du lịch:

- Hệ thống di tích được xếp hạng, di sản được UNESCO công nhận như Hoàng Thành, Cổ Loa, Văn Miếu, chùa Một Cột, hệ thống đền chùa, miếu mạo
- Không gian văn hóa phố cổ, phố nghề gắn với hồ Hoàn Kiếm, cầu Thê Húc, Đền Ngọc Sơn
- Âm thực hà thành
- Hệ thống bảo tàng: bảo tàng quốc gia, bảo tàng Hồ Chí Minh, bảo tàng Lịch sử, BT Mỹ thuật, BT dân tộc học, BT phụ nữ, BT chiến tranh...
- Hệ thống nhà hát: Nhà hát lớn, NH Âu Cơ, NH múa rối, NH Chèo và nghệ thuật dân gian; trung tâm chiếu phim quốc gia...
- Hệ thống nhà triển lãm trưng bày, hệ thống các tượng đài, công trình văn hóa hoành tráng (đường gốm sứ, cầu Nhật Tân, tháp truyền hình...)
- Các khu giải trí, công viên chủ đề...

Với những giá trị tinh túy và đặc sắc hội tụ văn hóa Việt, Hà Nội đang đón nhận những cơ hội trở thành điểm đến ưa chuộng của du khách trên phạm vi toàn cầu với những giá trị thăng hoa về văn hóa. Thay lời kết, văn hóa vừa là mục tiêu vừa là động lực của phát triển xã hội. Sự thống nhất trong đa dạng văn hóa Việt Nam với những giá trị đặc sắc đã và đang trở thành nguồn lực vô tận để phát triển du lịch. Với tầm nhìn chiến lược và được quy hoạch dài hạn, Hà Nội-hội tụ nghìn năm văn hiến hứa hẹn phát triển rực rỡ du lịch mang đậm nét văn hóa Việt Nam./.