TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN
TẠP CHÍ KHOA HỌC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN
ISSN 1859-3208
e-ISSN 3093-3056
Số 103, Tập 01/2026

SAIGON UNIVERSITY
SCIENTIFIC JOURNAL
OF SAIGON UNIVERSITY
No. 103, Vol 01/2026

Email: tcdhsg@sgu.edu.vn ; Website: http://sj.sgu.edu.vn/

KHUNG LÝ THUYẾT TÍCH HỢP VÀ ĐỀ XUẤT CHỈ SỐ LIÊN KẾT DU LỊCH - CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA CHO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TẠI VIỆT NAM

An Integrated Theoretical Framework and Linkage Index Between Tourism and Cultural Industries for Sustainable Development in Vietnam

Nguyễn Thị Lan Vinh
Học viện Hàng không Việt Nam

Tóm tắt

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, sự giao thoa giữa du lịch và công nghiệp văn hóa là động lực chiến lược thúc đẩy phát triển bền vững. Các tổ chức như UNESCO và UN Tourism nhấn mạnh vai trò kép của công nghiệp văn hóa trong việc tạo giá trị kinh tế, bảo tồn di sản và củng cố bản sắc. Du lịch văn hóa đóng vai trò là kênh tiêu thụ sản phẩm và là nền tảng đồng sáng tạo trải nghiệm giữa du khách, cộng đồng và doanh nghiệp. Tại Việt Nam, Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa đến năm 2030 xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn giúp nâng cao sức mạnh mềm quốc gia. Dù vậy, quá trình chuyển đổi sang mô hình bền vững và sáng tạo vẫn gặp thách thức do thiếu hụt phân tích hệ thống và công cụ định lượng. Để giải quyết, nghiên cứu này đề xuất một khung lý thuyết tích hợp, giới thiệu Chỉ số Liên kết du lịch - Công nghiệp văn hóa (CTCI) cùng các mô hình khái niệm mới nhằm tối ưu hóa mối quan hệ cộng sinh này

***Từ khóa**: Chỉ số liên kết du lịch - công nghiệp văn hóa (CTCI); Chỉ số giá trị văn hóa - du lịch (TCV); đồng sáng tạo; du lịch văn hóa bền vững.*

Abstract

In the context of globalization, the intersection of tourism and cultural industries serves as a strategic driver for sustainable development. Organizations such as UNESCO and UN Tourism emphasize the dual role of cultural industries in generating direct economic value, preserving heritage, and strengthening cultural identity. Cultural tourism acts not only as a consumption channel for cultural products but also as a platform for the co-creation of experiences among tourists, communities, and enterprises. In Vietnam, the Strategy for the Development of Cultural Industries to 2030 identifies tourism as a spearhead economic sector that enhances the nation's soft power. Nevertheless, the transition toward a sustainable, inclusive, and creative development model still faces challenges due to a lack of systematic analysis and quantitative tools. To address this gap, this study proposes an integrated theoretical framework, introducing the Culture-Tourism Linkage Index (CTCI) alongside new conceptual models to optimize this symbiotic relationship.

***Keywords:** Cultural Tourism - Creative Industries Linkage Index (CTCI); Tourism - Culture Value Index (TCV); Co-creation; sustainable Cultural Tourism.*

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, sự giao thoa giữa du lịch và công nghiệp văn hóa (CNVH) là động lực chiến lược thúc đẩy phát triển bền vững, bao trùm và sáng tạo. CNVH không chỉ tạo giá trị kinh tế trực tiếp

Tác giả liên hệ: vinhntl@vaa.edu.vn

mà còn bảo tồn di sản và nâng cao sức mạnh mềm quốc gia (UNESCO, 2013; UN Tourism, 2018). Song hành với đó, du lịch văn hóa đóng vai trò là kênh tiêu thụ sản phẩm và là nền tảng đồng sáng tạo trải nghiệm giữa các bên liên quan. Tại Việt Nam, dù Chiến lược phát triển CNVH đến năm 2030 định vị du lịch là trụ cột kinh tế trọng yếu, quá trình chuyển đổi sang mô hình phát triển bền vững vẫn đối mặt với nhiều thách thức. Nguyên nhân cốt lõi là do thiếu hụt các phân tích hệ thống, khung lý thuyết tích hợp và công cụ định lượng để đo lường mối liên kết này.

Nhằm khỏa lấp khoảng trống lý thuyết và thực tiễn tại Việt Nam, nghiên cứu tập trung vào ba mục tiêu chính: (1) Đề xuất một khung lý thuyết tích hợp nhằm phân tích mối quan hệ cộng sinh giữa du lịch và CNVH trên nền tảng phát triển bền vững, bao trùm và sáng tạo; (2) Xây dựng Chỉ số Liên kết Du lịch - Công nghiệp Văn hóa (CTCI nhằm định lượng và đánh giá năng lực liên kết ở cấp độ điểm đến.; và (3) Giới thiệu mô hình giá trị văn hóa - du lịch (TCV) để đo lường các tác động đa chiều của du lịch văn hóa..

Khác với các nghiên cứu thực nghiệm truyền thống, bài viết này chủ yếu mang tính phát triển khung lý thuyết và đề xuất bộ chỉ số, trong đó trường hợp Hội An được sử dụng như một minh họa ban đầu nhằm kiểm chứng tính khả thi của mô hình nghiên cứu.

2. Tổng quan tài liệu và khoảng trống nghiên cứu

2.1. Quan điểm quốc tế và bối cảnh Việt Nam

Nền tảng lý thuyết quốc tế khẳng định du lịch văn hóa là thành tố chiến lược trong chuỗi giá trị sáng tạo, bảo tồn di sản và gia tăng sức mạnh mềm quốc gia (Richards, 2018; Throsby, 2010; UNESCO, 2021). Các học thuyết về "Du lịch Sáng tạo" (Richards & Raymond, 2000) và "Kinh tế Trải nghiệm" (Pine & Gilmore, 1999) đã dịch chuyển trọng tâm nghiên cứu sang cơ chế đồng sáng tạo trải nghiệm giữa du khách và cộng đồng bản địa.

Tại Việt Nam, các công trình học thuật chủ yếu vận hành theo ba khuynh hướng: (i) kiểm kê, đánh giá tài nguyên văn hóa; (ii) thống kê đóng góp kinh tế - xã hội của ngành du lịch (World Travel & Tourism Council, 2023); và (iii) phân tích sâu các lát cắt thực tiễn tại các đô thị di sản như Hội An, Huế, Hà Nội (UNESCO, 2021). Nhìn chung, hệ thống nghiên cứu trong và ngoài nước đã đặt nền móng vững chắc về mặt nhận diện dữ liệu thực nghiệm, song vẫn để lại những dư địa lớn về mặt lý thuyết và phương pháp luận.

2.2. Khoảng trống nghiên cứu

Từ việc tổng quan các công trình nghiên cứu quy mô quốc tế và bối cảnh đặc thù tại Việt Nam, ba khoảng trống học thuật cốt lõi được xác định bao gồm:

Thiếu hụt mô hình cấu trúc tích hợp đa thành tố: Các nghiên cứu hiện tại thường phân mảnh, chưa thiết lập được một khung phân tích toàn diện có khả năng kết nối đồng thời: Nguồn lực văn hóa, năng lực điểm đến, cơ chế đồng sáng tạo trải nghiệm, kết quả phát triển. Đặc biệt, vai trò của các biến điều tiết (chính sách vĩ mô, mức độ số hóa, và ranh giới giữa thương mại hóa - bảo tồn) vẫn chưa được tích hợp hệ thống.

Thiếu công cụ định lượng và bộ chỉ số chuẩn hóa: Chưa tồn tại một hệ thống chỉ báo đặc thù ở cấp độ điểm đến nhằm đo lường cụ thể về cầu văn hóa, mức độ đồng sáng tạo hay tỷ lệ tái đầu tư cho di sản. Sự thiếu hụt này dẫn đến việc vắng bóng một bộ chỉ số chuẩn hóa có khả năng so sánh, đối sánh liên vùng (benchmarking) và theo dõi

biến động theo thời gian.

Hạn chế về phương pháp luận và kiểm định hệ quả nhân quả: Tiếp cận nghiên cứu tại Việt Nam chủ yếu dựa trên phương pháp định tính, mô tả hiện tượng hoặc phân tích tương quan đơn thuần. Do đó, cơ chế tác động nhân - quả của các yếu tố điều tiết (chính sách, công nghệ số, áp lực thương mại hóa) đến tính bền vững, bao trùm và sáng tạo của điểm đến vẫn chưa được chứng minh bằng các mô hình toán kinh tế hay thống kê suy luận.

Bảng 1. So sánh "khoảng trống" & giá trị bổ sung của CTCI/TCV so với các chỉ số quốc tế (2023-2025)

Bộ chỉ số/ấn phẩm (2023–2025)	Phạm vi đo (chủ đạo)	Thiếu vắng ở cấp địa phương	CTCI/TCV bổ sung gì
WEF TTDI 2024	Năng lực phát triển du lịch cấp quốc gia (môi trường, chính sách, hạ tầng, bền vững, sức hấp dẫn).	Không đo cầu văn hóa từ khách du lịch; không theo dõi đồng sáng tạo hoặc tái đầu tư bảo tồn tại điểm đến.	Đo cầu cung, đồng sáng tạo, bảo tồn/bao trùm theo địa phương; liên kết trực tiếp với kết quả (TCV) và kiểm định quan hệ nhân quả (hồi quy/SEM).
UNESCO Culture|2030	Đo đóng góp văn hóa cho SDGs (kinh tế, xã hội, môi trường, quản trị) ở quốc gia/địa phương.	Không thiết kế để đo cầu văn hóa do du lịch kích hoạt, đồng sáng tạo trải nghiệm, số hóa trải nghiệm du lịch tại điểm đến.	Thêm hợp phần đồng sáng tạo & số hóa; theo dõi tiêu dùng văn hóa của khách và tái đầu tư bảo tồn gắn vận hành du lịch.
UN Trade and Development Creative Economy Outlook 2024	Phân tích kinh tế sáng tạo & thương mại sản phẩm/dịch vụ sáng tạo cấp quốc gia; xu hướng số hóa/AI.	Không đo liên kết du lịch -văn hóa tại điểm đến; không phản ánh mức tham gia cộng đồng hay đồng sáng tạo với du khách.	Kết nối nguồn cung sáng tạo địa phương với cầu du lịch; lượng hóa đồng sáng tạo và tỷ lệ tái đầu tư bảo tồn theo địa phương.
World Travel & Tourism Council 2024 (Việt Nam)	Tác động kinh tế (GDP, việc làm, chi tiêu) cấp quốc gia; xu hướng 2024 phá kỷ lục.	Không có chỉ báo đồng sáng tạo, bao trùm cộng đồng, hay tái đầu tư bảo tồn ở cấp địa phương/điểm đến.	Dựa vào CTCI/TCV để "khoan sâu" cơ chế tạo giá trị ở địa phương, làm cơ sở phân bổ ngân sách & thiết kế chính sách văn hóa–du lịch.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Từ các khoảng trống trên có thể thấy nhu cầu cần thiết phải xây dựng một khung phân tích tích hợp vừa có khả năng lý giải cơ chế tương tác giữa du lịch và công nghiệp văn hóa, vừa cung cấp công cụ đo lường định lượng ở cấp địa phương. Đây chính là cơ sở để nghiên cứu đề xuất Chỉ số Liên kết Du lịch - Công nghiệp Văn hóa (CTCI) và Chỉ số Giá trị Văn hóa - Du lịch (TCV) như những công cụ hỗ trợ đánh giá và hoạch định chính sách phát triển du lịch văn hóa bền vững tại Việt Nam.

3. Khung Lý Thuyết

Nghiên cứu này đề xuất một khung lý thuyết nhằm phân tích mối liên kết phức hợp giữa du lịch và công nghiệp văn hóa như một hệ thống động. Khung bao gồm các thành tố đầu vào, cơ chế vận hành, kết quả đầu ra và các yếu tố điều tiết, cho phép khám phá mối quan hệ nhân-quả và vòng phản hồi, từ đó định hình tính bền vững, bao trùm và sáng tạo của hệ thống (Hình 1).

3.1. Cơ sở lý luận

Mối quan hệ cộng sinh giữa du lịch và công nghiệp văn hóa trong khung này được xây dựng trên ba nền tảng lý thuyết cốt lõi:

Kinh tế trải nghiệm (Experience Economy) của Pine và Gilmore (1999): Định vị trải nghiệm văn hóa là sản phẩm cốt lõi. Tài nguyên văn hóa được chuyển hóa thành các giá trị kinh tế vi mô và gia tăng mức độ thỏa dụng của du khách thông qua quá trình cá nhân hóa trải nghiệm.

Du lịch sáng tạo (Creative Tourism) của Richards và Raymond (2000): Nhấn mạnh cơ chế đồng sáng tạo (co-creation) giữa du khách và cộng đồng bản địa. Mô hình đòi hỏi sự cân bằng về quyền lợi, hạ tầng và năng lực chia sẻ lợi ích công bằng tại điểm đến.

Chuỗi giá trị sáng tạo (Creative Value Chain) của Howkins (2001) và UNCTAD (2010): chuỗi tuần hoàn mô tả quá trình chuyển hóa ý tưởng và tài nguyên văn hóa thành sản phẩm du lịch có giá trị. Trong đó, nguồn lực văn hóa là nền tảng đầu vào, năng lực điểm đến quyết định hiệu quả phát triển và phân phối sản phẩm, thương hiệu địa phương gia tăng giá trị quảng bá, còn kết quả phản ánh lợi ích kinh tế, xã hội, văn hóa và khả năng tái đầu tư cho tài nguyên văn hóa.

3.2. Các thành tố của khung phân tích

1/Nguồn lực văn hóa và sáng tạo (Cultural-Creative Assets): Tài nguyên nền tảng (hữu thể và vô thể), đóng vai trò là "đầu vào" tạo nên tính khác biệt của chuỗi giá trị.

2/Năng lực điểm đến và hạ tầng du lịch (Tourism Enablers): Các yếu tố bệ đỡ (hạ tầng, công nghệ, nhân lực) quyết định hiệu quả phân phối và kích hoạt khả năng tương tác.

3/Cơ chế đồng sáng tạo trải nghiệm (Co-creation Mechanism): Trọng tâm động lực học của hệ thống; là quá trình tương tác đa bên (Du khách - Cộng đồng - Doanh nghiệp) nhằm tối ưu hóa chất lượng trải nghiệm.

4/Thương hiệu địa phương và sức mạnh mềm (Place Branding & Soft Power): Kết quả của sự lan tỏa hình ảnh điểm đến, được cộng hưởng bởi truyền thông số và giá trị văn hóa đặc trưng.

5/Kết quả (Outcomes): Tác động đa chiều gồm: *Kinh tế* (doanh thu, việc làm); *Văn hóa* (bảo tồn, phát huy di sản); và *Xã hội* (tính bao trùm, nâng cao vốn xã hội).

6/Biến điều tiết và trung gian (Moderators/Mediators): Nhóm yếu tố định hướng cường độ và xu hướng của hệ thống, bao gồm: *(i) Thể chế chính sách; (ii) Mức độ số hóa; (iii) Áp lực mâu thuẫn giữa thương mại hóa và bảo tồn.*

3.3. Giả thuyết nghiên cứu gợi ý

Từ khung lý thuyết tích hợp, nghiên

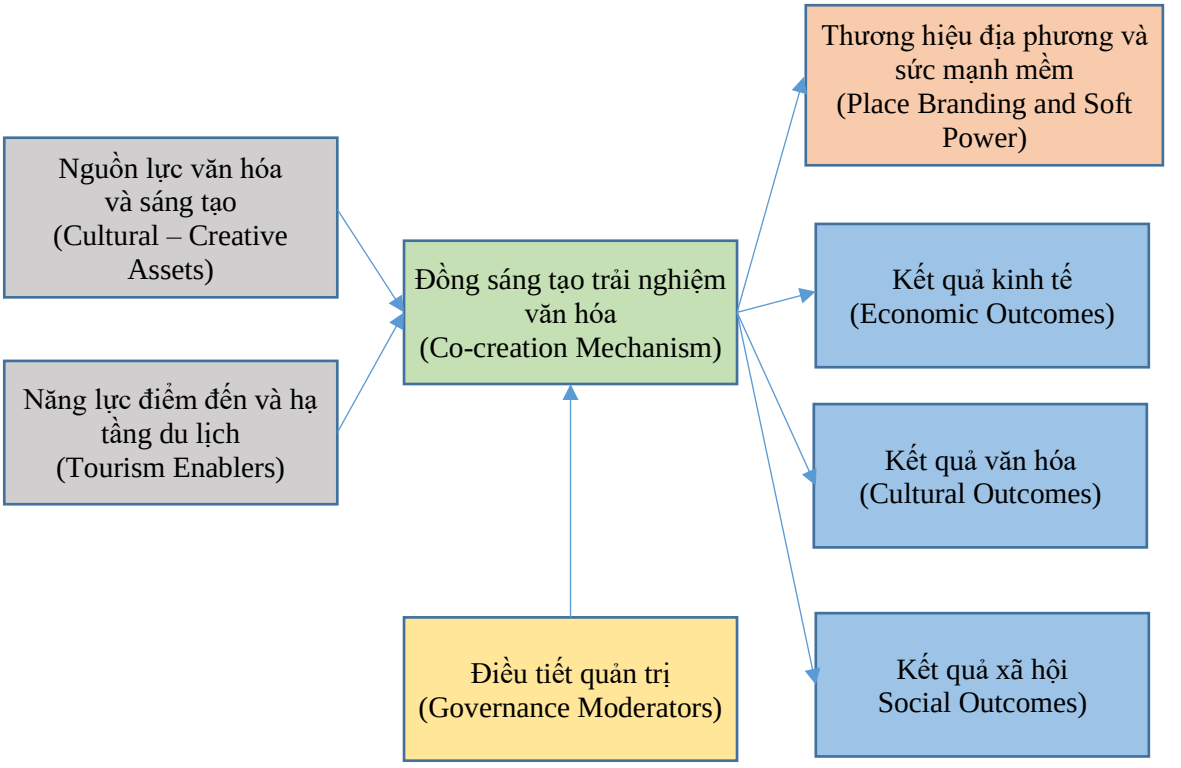
cứu thiết lập 04 giả thuyết lõi nhằm định hướng cho các kiểm định định lượng tiếp theo:

H1: Năng lực điểm đến và hạ tầng du lịch (Tourism Enablers) tác động tích cực đến cường độ đồng sáng tạo trải nghiệm văn hóa.

H2: Đồng sáng tạo trải nghiệm văn hóa tác động tích cực đến các kết quả kinh tế, xã hội và văn hóa của điểm đến.

H3: Chính sách hỗ trợ và mức độ số hóa có vai trò điều tiết tích cực đối với mối quan hệ giữa năng lực điểm đến và đồng sáng tạo trải nghiệm.

H4: Áp lực thương mại hóa di sản có vai trò điều tiết tiêu cực đối với mối quan hệ giữa đồng sáng tạo và kết quả văn hóa nếu thiếu cơ chế chia sẻ lợi ích công bằng.



Hình 1: Sơ đồ khung lý thuyết

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận hỗn hợp (mixed-method approach) nhằm kết hợp giữa phân tích lý thuyết, dữ liệu định lượng thứ cấp và tham vấn chuyên gia. Dữ liệu định lượng được tổng hợp từ các báo cáo của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Tổng cục Thống kê, UNESCO, OECD và tài liệu địa phương nhằm phục vụ xây dựng cấu trúc chỉ số và minh họa khả năng ứng dụng của mô hình. Trong nghiên cứu này, dữ liệu chủ yếu mang tính mô phỏng phương pháp luận, chưa đại diện cho một nghiên cứu thực nghiệm quy mô lớn.

4.2. Xây dựng chỉ số liên kết du lịch - công nghiệp văn hóa (CTCI)

CTCI (Cultural Tourism-Creative Industries Index) phản ánh mức độ liên kết giữa du lịch và công nghiệp văn hóa ở cấp địa phương, gồm 4 hợp phần (C1-C4) với chỉ báo và nguồn dữ liệu cụ thể như sau:

Bảng 2: Các hợp phần và hệ thống chỉ báo thành phần của Chỉ số Liên kết Du lịch - Công nghiệp Văn hóa (CTCI)

Hợp phần	Chỉ báo gợi ý
C1 – Nhu cầu văn hóa từ du lịch	- Tỷ trọng chi tiêu du lịch cho sản phẩm/dịch vụ văn hóa - Doanh thu từ vé tham quan, biểu diễn, bảo tàng
C2 – Năng lực sáng tạo	- Số lượng cơ sở hoạt động trong công nghiệp văn hóa gắn với du lịch - Lao động và thu nhập ngành văn hóa
C3 – Đồng sáng tạo & số hóa	- Tỷ lệ sản phẩm văn hóa được số hóa - Tỷ lệ đặt/mua trực tuyến sản phẩm văn hóa
C4 – Bảo tồn & bao trùm	- Tỷ lệ doanh thu tái đầu tư vào bảo tồn di sản - Mức độ tham gia của cộng đồng địa phương

Nguồn: Tác giả tổng hợp

4.3. Phương pháp tính toán CTCI

Quy trình thiết lập Chỉ số Liên kết Du lịch - Công nghiệp Văn hóa (CTCI) được chuẩn hóa qua 03 bước:

*Bước 1: Chuẩn hóa dữ liệu***:** Sử dụng phương pháp tuyến tính Min-Max để chuyển đổi các chỉ báo thành phần về cùng thang đo [0, 1], triệt tiêu sai lệch do khác biệt về đơn vị đo lường.

Bước 2: Xác định trọng số bằng Phân tích thành phần chính (PCA): Để thay thế cho phương pháp định tính AHP vốn phụ thuộc vào tính chủ quan của chuyên gia, PCA được áp dụng nhằm tối ưu hóa cấu trúc trọng số dựa trên biến thiên nội tại của dữ liệu. Quy trình PCA tuân thủ ba điều kiện: (i) kiểm định tính phù hợp qua hệ số KMO và Bartlett's Test; (ii) trích xuất các thành phần có giá trị riêng Eigenvalue > 1; (iii) xác định trọng số dựa trên tỷ lệ phương sai giải thích.

Bước 3: Tổng hợp chỉ số: Chỉ số CTCI cấp điểm đến được xác định theo hàm tuyến tính tổng quát:

$$\text{CTCI} = \sum_{i=1}^{4} wiCi = w1C1 + w2C2 + w3C3 + w4C4$$

Trong đó: C1 - C4 lần lượt là điểm số chuẩn hóa của 04 hợp phần (Nhu cầu, Năng lực, Đồng sáng tạo, Bảo tồn); w1 - w4 là trọng số thành phần tương ứng được trích xuất từ PCA ($\sum wi = 1$)

Để minh họa phương pháp luận và kiểm tra tính khả thi của mô hình, nghiên cứu vận hành PCA trên tập dữ liệu mô phỏng đại diện cho 04 hợp phần C1-C4. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Mô hình đạt yêu cầu về độ thích hợp dữ liệu với hệ số KMO = 0.71 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05). Các thành phần được trích xuất đều thỏa mãn điều kiện hệ số Eigenvalue > 1, giải thích được 74.6 % tổng phương sai của toàn bộ mô hình.

Kết quả sơ khởi này chứng minh cấu trúc toán học của bộ chỉ số CTCI đạt mức độ tin cậy và giá trị khoa học cao, sẵn sàng cho các kiểm định thực nghiệm diện rộng.

Bảng 3: Kết quả phân bổ trọng số của các hợp phần trong CTCI:

Hợp phần	Eigenvalue	Variance Explained (%)	Trọng số đề xuất
C1 – Nhu cầu văn hóa	2,41	24,1	0,24
C2 – Năng lực sáng tạo	2,08	20,8	0,21
C3 – Đồng sáng tạo và số hóa	1,97	19,7	0,20
C4 – Bảo tồn và bao trùm	1,00	10,0	0,10

Nguồn: Tác giả tổng hợp

4.4. Giới thiệu chỉ số giá trị văn hóa - du lịch (TCV)

Bên cạnh Chỉ số Liên kết Du lịch - Công nghiệp Văn hóa (CTCI), nghiên cứu còn bổ sung chỉ số giá trị văn hóa - du lịch (Tourism-Culture Value) nhằm đo lường giá trị tổng hợp mà mối liên kết giữa du lịch và văn hóa mang lại, bao gồm ba khía cạnh chính:

TCV-E (Economic value): Đánh giá các giá trị kinh tế trực tiếp như tạo việc làm, thu nhập và đóng góp vào GDP của ngành.

TCV-S (Social value): Đo lường giá trị xã hội thông qua mức độ tham gia của cộng đồng địa phương, sự bình đẳng về cơ hội và lợi ích.

TCV-C (Cultural value): Phản ánh giá trị văn hóa, bao gồm số lượng di sản được bảo tồn, các hoạt động văn hóa được duy trì và phát huy.

4.5. Minh họa tính khả thi

Nhằm minh họa tính khả thi của khung chỉ số được đề xuất, nghiên cứu áp dụng thử nghiệm CTCI đối với trường hợp Hội An - một điểm đến tiêu biểu về du lịch văn hóa tại Việt Nam. Các dữ liệu sử dụng trong phần này được tổng hợp từ báo cáo địa phương, tài liệu thứ cấp và giả định nghiên cứu phục vụ mô phỏng phương pháp luận, chưa đại diện cho một nghiên cứu thực nghiệm hoàn chỉnh.

Hợp phần CTCI	Chỉ báo Hội An	Giá trị
C1	Chi tiêu văn hóa du lịch	65%
C2	DN sáng tạo liên quan du lịch	18%
C3	Vé số hóa	40%
C4	Tái đầu tư bảo tồn	12%

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Từ các dữ liệu này, CTCI tính toán thử nghiệm đạt 0.67 (trên thang điểm 0-1). Kết quả này cho thấy mức độ liên kết giữa du lịch và công nghiệp văn hóa tại Hội An tương đối cao, đồng thời minh chứng tiềm năng phát triển một mô hình du lịch - công nghiệp văn hóa tích hợp và bền vững. Điều này gợi mở hướng ứng dụng CTCI như một công cụ hiệu quả để đánh giá và định hướng chính sách phát triển tại các điểm đến khác.

4.6. So sánh liên vùng và khả năng khái quát của khung CTCI

Nhằm tăng tính khái quát và kiểm tra khả năng ứng dụng của khung CTCI trong các bối cảnh phát triển khác nhau, nghiên cứu tiến hành đối chiếu sơ bộ giữa một số điểm đến đại diện cho các vùng du lịch văn hóa tiêu biểu tại Việt Nam, bao gồm: Hội An (du lịch di sản văn hóa), Huế (du lịch di sản cung đình), TP.HCM (du lịch đô thị sáng tạo) và Ninh Bình (du lịch sinh thái, văn hóa).

Kết quả so sánh sơ bộ cho thấy cấu trúc liên kết giữa du lịch và công nghiệp văn hóa có sự khác biệt đáng kể giữa các vùng lãnh thổ. Hội An và Huế có lợi thế nổi bật về tài nguyên di sản và chiều sâu văn hóa, thể hiện qua điểm số cao ở hợp phần bảo tồn và giá trị văn hóa cộng đồng (C4). Tuy nhiên, các địa phương này vẫn đối mặt với hạn chế về mức độ số hóa trải nghiệm và năng lực mở rộng chuỗi giá trị sáng tạo.

Ngược lại, TP.HCM thể hiện ưu thế vượt trội ở các hợp phần liên quan đến năng lực sáng tạo, hạ tầng số và khả năng kết nối thị trường (C2 và C3), nhờ sự phát triển của các ngành công nghiệp sáng tạo như thiết kế, truyền thông số và nghệ thuật trình diễn. Tuy nhiên, áp lực thương mại hóa và mật độ khai thác du lịch cao cũng làm gia tăng nguy cơ suy giảm tính nguyên bản của các không gian văn hóa đô thị.

Trong khi đó, Ninh Bình cho thấy mô hình phát triển cân bằng hơn giữa khai thác cảnh quan sinh thái và trải nghiệm văn hóa cộng đồng, nhưng còn hạn chế về mức độ tích hợp giữa du lịch với các ngành công nghiệp sáng tạo địa phương. Điều này phản ánh rằng năng lực liên kết ngành không chỉ phụ thuộc vào tài nguyên văn hóa sẵn có mà còn chịu tác động bởi năng lực quản trị điểm đến, hạ tầng số và mức độ tham gia của cộng đồng sáng tạo.

Bảng 4: So sánh liên vùng minh họa sự khác biệt bước đầu giữa các điểm đến theo các hợp phần chính của CTCI.

Điểm đến	Đặc trưng phát triển	Hợp phần nổi bật	Hạn chế chính
Hội An	Du lịch di sản văn hóa	C4 – Bảo tồn và bao trùm	Hạ tầng số còn hạn chế
Huế	Di sản cung đình	C1 – Giá trị văn hóa	Thiếu liên kết công nghiệp sáng tạo
TP.HCM	Đô thị sáng tạo	C2, C3 – Sáng tạo và số hóa	Áp lực thương mại hóa
Ninh Bình	Sinh thái - văn hóa	C4 – Du lịch cộng đồng	Thiếu tích hợp ngành sáng tạo

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả so sánh này cho thấy CTCI có khả năng phản ánh sự đa dạng trong mô hình phát triển du lịch văn hóa giữa các vùng lãnh thổ khác nhau. Đồng thời, chỉ số cũng giúp nhận diện những khoảng trống phát triển đặc thù của từng địa phương, qua đó hỗ trợ

quá trình hoạch định chính sách theo hướng phân vùng và phù hợp với năng lực nội tại của từng điểm đến.

5. Thảo luận và hàm ý chính sách

5.1. Bối cảnh phát triển du lịch và nhu cầu xây dựng CTCI

Dữ liệu thống kê cho thấy du lịch Việt Nam có tốc độ phục hồi mạnh sau đại dịch COVID-19. Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê và Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, doanh thu du lịch cả nước tăng từ 180.000 tỷ đồng năm 2021 lên 678.300 tỷ đồng năm 2023, trong khi đóng góp của du lịch vào GDP tăng từ 1,97% lên 6,63%.

Riêng TP.HCM tiếp tục giữ vai trò trung tâm du lịch lớn nhất cả nước với doanh thu đạt 160.000 tỷ đồng năm 2023 và khoảng 5 triệu lượt khách quốc tế. Tuy nhiên, các số liệu hiện hành chủ yếu phản ánh quy mô tăng trưởng du lịch, chưa đo lường được mức độ liên kết giữa du lịch với công nghiệp văn hóa, mức độ đồng sáng tạo trải nghiệm hay hiệu quả tái đầu tư bảo tồn di sản.

Điều này cho thấy sự cần thiết của việc xây dựng một bộ chỉ số tích hợp như CTCI nhằm đánh giá sâu hơn chất lượng phát triển du lịch văn hóa tại cấp điểm đến.

Bảng 5: Tổng doanh thu và đóng góp GDP từ khách du lịch ở Việt Nam

Năm	Doanh thu từ TPHCM (tỷ đồng)	Doanh thu cả nước (tỷ đồng)	Đóng góp GDP của Du lịch	Tốc độ tăng trưởng (%)
2019	140.070	755.000	9,2%	14,0
2020	84.000	312.000	3,58%	-57,0
2021	31.900	180.000	1,97%	-42,3
2022	120.000	495.000	5,2%	175,0
2023	160.000	678.300	6,63%	37,0

Nguồn: Tổng cục Thống kê và Tổng Cục Du lịch Việt Nam

5.2. Giá trị ứng dụng của khung chỉ số đề xuất

Kết quả nghiên cứu cho thấy CTCI và TCV có khả năng bổ sung khoảng trống của các bộ chỉ số hiện hành khi đo lường đồng thời các khía cạnh cầu văn hóa, năng lực sáng tạo, đồng sáng tạo, chuyển đổi số và bảo tồn ở cấp điểm đến. Minh họa tại Hội An cùng so sánh sơ bộ giữa các địa phương cho thấy khung chỉ số có khả năng phản ánh sự khác biệt trong mô hình phát triển du lịch văn hóa, từ đó hỗ trợ nhận diện điểm mạnh, hạn chế và ưu tiên chính sách phù hợp với từng bối cảnh địa phương. Tuy nhiên, khả năng ứng dụng rộng rãi của CTCI và TCV cần tiếp tục được kiểm định trên cơ sở dữ liệu thực nghiệm quy mô lớn.

5.3. Đóng góp của nghiên cứu

Nghiên cứu này có những đóng góp quan trọng cả về lý luận, phương pháp luận và thực tiễn:

Về mặt lý thuyết: Giới thiệu và kiểm định CTCI như một chỉ số định lượng toàn diện, tích hợp các khía cạnh cung - cầu, đồng sáng tạo và bảo tồn trong mối liên kết du lịch - công nghiệp văn hóa. Mở rộng khung "Value-based Tourism-Culture Integration" với TCV là thước đo đa chiều, phản ánh không chỉ giá trị kinh tế mà còn cả giá trị xã hội và văn hóa.

Tích hợp một cách có hệ thống ba lý thuyết cốt lõi là Kinh tế trải nghiệm (Pine & Gilmore, 1999), Du lịch sáng tạo (Richards & Raymond, 2000) và Chuỗi giá trị sáng tạo (Howkins, 2001; Throsby, 2010), tạo nên một khung phân tích toàn diện và sâu sắc.

Về mặt thực tiễn: Cung cấp công cụ hữu ích giúp các nhà quản lý nhận diện điểm mạnh, điểm yếu và ưu tiên đầu tư trong phát triển du lịch văn hóa. Gợi ý các chiến lược phát triển du lịch văn hóa tích hợp, hướng tới tăng trưởng kinh tế sáng tạo, bảo tồn bền vững và bao trùm cộng đồng.

5.3. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu và mô hình thử nghiệm khẳng định việc ứng dụng hai bộ chỉ số CTCI và TCV cho phép định hình một hệ sinh thái sáng tạo bền vững, vận hành dựa trên hai động lực cốt lõi: chuyển đổi số và cơ chế đồng sáng tạo. Điểm số CTCI cao tại các điểm đến tiên tiến minh chứng rằng du lịch đã vượt ra khỏi mô hình "thị trường tiêu thụ" thụ động, trở thành không gian động nơi du khách, nghệ nhân và doanh nghiệp sáng tạo cùng tham gia thiết lập các giá trị văn hóa mới.

Một kết quả đáng chú ý là sự khác biệt giữa các hợp phần của CTCI phản ánh những mô hình phát triển đặc trưng của từng điểm đến. Hội An và Huế có ưu thế về bảo tồn và giá trị văn hóa nhưng còn hạn chế về chuyển đổi số và mở rộng chuỗi giá trị sáng tạo; ngược lại, TP.HCM nổi bật về năng lực sáng tạo và hạ tầng số nhưng chịu áp lực thương mại hóa cao hơn. Điều này cho thấy năng lực liên kết giữa du lịch và công nghiệp văn hóa không chỉ phụ thuộc vào nguồn lực di sản mà còn chịu ảnh hưởng của năng lực quản trị, mức độ số hóa và cơ chế tham gia của cộng đồng. Kết quả này phù hợp với quan điểm của Richards (2018) và UNESCO (2021) rằng phát triển du lịch văn hóa bền vững cần dựa trên sự cân bằng giữa khai thác giá trị kinh tế và bảo tồn tài sản văn hóa.

Tuy nhiên, sự phân hóa chỉ số giữa các vùng miền tại Việt Nam phản ánh rõ hai nghịch lý phát triển (Throsby, 2010; UNESCO, 2021):

1. Nhóm giàu tài nguyên văn hóa nhưng suy giảm năng lực cạnh tranh do nghèo nàn về hạ tầng số và khả năng thương mại hóa sản phẩm.

2. Nhóm tăng trưởng nóng về du lịch nhưng đối mặt với rủi ro xói mòn tính nguyên bản của di sản do áp lực thương mại hóa quá mức.

Bài học thực tiễn từ Barcelona và Kyoto chỉ ra rằng việc tích hợp mô hình đồng sáng tạo vào chiến lược bảo tồn dựa vào cộng đồng là điều kiện tiên quyết để duy trì giá trị thương hiệu quốc gia dài hạn (Richards, 2018). Ngoài ra, theo khuyến nghị của OECD (2022), việc đồng bộ hóa dữ liệu văn hóa - du lịch vào hệ thống quản trị công sẽ tối ưu hóa phân bổ ngân sách. Kết quả này đòi hỏi các nhà quản trị chiến lược phải dịch chuyển tư duy đánh giá hiệu quả điểm đến: từ các chỉ số kinh tế du lịch truyền thống (lượt khách, doanh thu thuần) sang các chỉ số đo lường mức độ đổi mới, liên kết ngành và hàm lượng sáng tạo.

Vượt mốc của một công cụ đo lường nội địa, khung phân tích CTCI và TCV đóng vai trò là nền tảng kỹ thuật hỗ trợ đắc lực cho việc nội địa hóa các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc (UN SDGs) trong ngành kinh tế sáng tạo:

Hợp phần chỉ số	Mục tiêu phát triển bền vững hướng tới (SDGs)	Cơ chế tác động hệ thống
C2 – Năng lực sáng tạo	**SDG 8:** Tăng trưởng kinh tế và Việc làm bền vững	Kích hoạt chuỗi giá trị du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng; bảo tồn sinh kế bền vững cho các nghệ nhân và doanh nghiệp vừa/nhỏ (SMEs) thuộc lĩnh vực CNVH.
C4 – Bảo tồn & Bao trùm	**SDG 11:** Đô thị và Cộng đồng bền vững	Nâng cao năng lực chống chịu của không gian văn hóa bản địa trước áp lực đô thị hóa; bảo đảm cơ chế chia sẻ lợi ích công bằng cho các nhóm yếu thế.
C3 – Đồng sáng tạo & Số hóa	**SDG 9:** Công nghiệp, Đổi mới và Hạ tầng	Thúc đẩy xây dựng hạ tầng số, các nền tảng trải nghiệm thông minh và số hóa di sản, tạo bệ đỡ cho hệ sinh thái đổi mới sáng tạo địa phương.
Quản trị hệ thống động	**SDG 16 & 17:** Thể chế vững mạnh và Quan hệ đối tác	Chuẩn hóa cơ sở dữ liệu liên ngành giúp minh bạch hóa công tác quản lý công, thúc đẩy mô hình hợp tác công - tư (PPP) và liên kết đa bên.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

5.4. Hàm ý chính sách

Từ kết quả nghiên cứu, bốn nhóm hàm ý chính sách được đề xuất nhằm tăng cường mối liên kết giữa du lịch và công nghiệp văn hóa tại Việt Nam.

Thứ nhất, hoàn thiện hệ thống đo lường và quản trị dựa trên dữ liệu. Cần từng bước thể chế hóa bộ chỉ số CTCI và TCV trong công tác quy hoạch và quản lý phát triển du lịch - văn hóa ở cấp địa phương. Kết quả đánh giá định kỳ có thể được sử dụng làm căn cứ phân bổ nguồn lực, đồng thời xây dựng hệ thống dữ liệu và bảng điều khiển (dashboard) tích hợp giữa các cơ quan quản lý để hỗ trợ giám sát và ra quyết định.

Thứ hai, thúc đẩy chuyển đổi số và cơ chế đồng sáng tạo. Đẩy mạnh đầu tư hạ tầng số, số hóa di sản và phát triển các nền tảng du lịch thông minh thông qua mô hình hợp tác công - tư (PPP). Đồng thời, tăng cường mạng lưới hợp tác giữa nghệ nhân, cộng đồng, doanh nghiệp và các tổ chức sáng tạo nhằm phát triển các sản phẩm và trải nghiệm du lịch văn hóa có giá trị gia tăng cao.

Thứ ba, tăng cường bảo tồn gắn với chia sẻ lợi ích cộng đồng. Việc khai thác tài nguyên văn hóa cần được đặt trong mối quan hệ cân bằng giữa phát triển và bảo tồn thông qua cơ chế giám sát mức độ thương mại hóa, tái đầu tư cho bảo tồn di sản từ nguồn thu du lịch và bảo đảm sự tham gia cũng như chia sẻ lợi ích công bằng của cộng đồng địa phương. Đồng thời, cần phát huy bản sắc văn hóa trong xây dựng thương hiệu điểm đến nhằm nâng cao sức mạnh mềm và năng lực cạnh tranh.

Thứ tư, triển khai thí điểm trước khi nhân rộng. Khung CTCI và TCV nên được áp dụng thí điểm tại các điểm đến du lịch văn hóa tiêu biểu như Hội An, Huế và Ninh

Bình để đánh giá tính phù hợp và hoàn thiện phương pháp triển khai. Kết quả thực nghiệm sẽ là cơ sở cho việc chuẩn hóa bộ chỉ số và mở rộng áp dụng tại các địa phương khác.

6. Kết luận và hướng nghiên cứu tiếp theo

6.1. Kết luận

Nghiên cứu đã thiết lập một khung lý thuyết tích hợp dựa trên sự kết hợp của ba nền tảng lý thuyết gồm Kinh tế trải nghiệm (Experience Economy), Du lịch sáng tạo (Creative Tourism) và Chuỗi giá trị sáng tạo (Creative Value Chain), qua đó đề xuất hai công cụ phân tích mới là Chỉ số Liên kết Du lịch - Công nghiệp Văn hóa (CTCI) và Chỉ số Giá trị Văn hóa - Du lịch (TCV) nhằm góp phần khắc phục khoảng trống về khung phân tích và công cụ đo lường mối liên kết giữa du lịch và công nghiệp văn hóa ở cấp điểm đến tại Việt Nam. Các kết quả minh họa thông qua mô phỏng cấu trúc trọng số và trường hợp Hội An cho thấy khung nghiên cứu có tính logic, khả thi và có tiềm năng hỗ trợ đánh giá mức độ liên kết giữa phát triển du lịch, công nghiệp văn hóa và các mục tiêu phát triển bền vững.

Tuy nhiên, cần nhấn mạnh rằng CTCI và TCV trong nghiên cứu này hiện mới là các bộ chỉ số được đề xuất trên cơ sở tổng hợp lý thuyết, xây dựng mô hình khái niệm và minh họa bước đầu về phương pháp luận. Các kết quả trình bày chủ yếu nhằm chứng minh tính khả thi của cấu trúc chỉ số, chưa được kiểm định thực nghiệm trên tập dữ liệu quy mô lớn và có tính đại diện. Vì vậy, các chỉ số này chưa thể được xem là bộ công cụ chuẩn hóa để áp dụng rộng rãi trong đánh giá và hoạch định chính sách.

Bên cạnh những đóng góp mang tính khai phá về lý thuyết và phương pháp luận, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế, bao gồm: (i) dữ liệu minh họa chủ yếu dựa trên mô phỏng và nguồn thứ cấp, chưa phản ánh đầy đủ sự đa dạng của các điểm đến; (ii) các giả thuyết nghiên cứu và cấu trúc của CTCI, TCV chưa được kiểm định bằng dữ liệu thực tế thông qua các phương pháp thống kê suy luận như CFA hoặc SEM. Do đó, việc kiểm định thực nghiệm trên mẫu dữ liệu lớn, đa vùng và đa loại hình điểm đến là yêu cầu quan trọng của các nghiên cứu tiếp theo, nhằm đánh giá độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt cũng như khả năng khái quát hóa của hai bộ chỉ số trước khi xem xét áp dụng trong thực tiễn quản lý.

Trong bối cảnh Việt Nam định hướng phát triển du lịch văn hóa và công nghiệp văn hóa trở thành động lực của nền kinh tế sáng tạo, khung lý thuyết cùng hai bộ chỉ số CTCI và TCV được kỳ vọng sẽ là nền tảng ban đầu cho các nghiên cứu thực nghiệm trong tương lai, đồng thời mở ra hướng phát triển các công cụ đánh giá phục vụ hoạch định chính sách theo hướng tích hợp, bền vững và dựa trên bằng chứng.

6.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Các nghiên cứu tiếp theo cần tập trung kiểm định thực nghiệm CTCI và TCV trên mẫu dữ liệu quy mô lớn, đa vùng và đa loại hình điểm đến nhằm đánh giá độ tin cậy, giá trị hội tụ và khả năng khái quát của bộ chỉ số. Đồng thời, việc ứng dụng các mô hình thống kê như CFA và SEM sẽ giúp kiểm định cấu trúc lý thuyết cũng như vai trò của các biến điều tiết trong mối quan hệ giữa du lịch và công nghiệp văn hóa. Đây là cơ sở để hoàn thiện bộ chỉ số và xem xét khả năng áp dụng trong quản lý điểm đến và hoạch định chính sách.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.

OECD. (2014). *Tourism and the creative economy*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264207875-en

OECD. (2022). *Culture and local development: Maximising the impact*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9a855be5-en

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News, 23*, 16–20.

Smith, M. K., & Richards, G. (Eds.). (2013). *The Routledge handbook of cultural tourism*. Routledge.

Throsby, D. (2010). *The economics of cultural policy*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511845253

UNESCO. (2021). Culture|2030 indicators: City of Hue. UNESCO.

UNESCO. (2023). Cultural policies for sustainable development. UNESCO.

UN Trade and Development. (2010). Creative economy report 2010: Creative economy, a feasible development option. United Nations.

UN Tourism. (2018). Tourism and culture synergies. UN Tourism.

Vietnam National Administration of Tourism. (2022). Vietnam tourism annual report 2022. Vietnam National Administration of Tourism.

World Travel & Tourism Council. (2023). Economic impact research 2023. World Travel & Tourism Council.

World Economic Forum. (2024). Travel & tourism development index 2024. World Economic Forum.

UN Trade and Development. (2024). Creative economy outlook 2024. United Nations.

World Travel & Tourism Council. (2024). Travel & tourism economic impact 2024. World Travel & Tourism Council.

Ngày nhận bài: 18/8/2025 Ngày chấp nhận đăng: 05/8/2026