

PHÁT TRIỂN DU LỊCH GẮN VỚI CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TỈNH NINH BÌNH HIỆN NAY

● HỒ SĨ BÁCH¹ - ĐINH THỊ MINH² - ĐINH MINH KHANH³

¹Trường Chính trị tỉnh Thái Nguyên

²Trường Chính trị tỉnh Ninh Bình

³Trường Chính trị tỉnh Sơn La

TÓM TẮT:

Tỉnh Ninh Bình sau hợp nhất đang bứt phá với định hướng phát triển công nghiệp văn hóa, dựa trên nền tảng di sản và du lịch, hướng tới xây dựng “đô thị di sản thiên niên kỷ” lấy Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới Tràng An làm trung tâm, xây dựng không gian đô thị sáng tạo, thông minh, bền vững và thân thiện với môi trường, từng bước trở thành trung tâm văn hóa sáng tạo của khu vực Đồng bằng sông Hồng. Bài viết phân tích phát triển du lịch với tiềm năng công nghiệp văn hóa của tỉnh Ninh Bình, trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển theo mô hình gắn kết giải quyết hài hòa giữa bảo tồn và phát triển, lấy du lịch văn hóa làm mũi nhọn.

Từ khóa: văn hóa, công nghiệp văn hóa, phát triển, du lịch, tỉnh Ninh Bình.

1. Đặt vấn đề

Trước những yêu cầu mới của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, cũng như sự cạnh tranh gay gắt giữa các quốc gia, các điểm đến địa phương trên thị trường du lịch - văn hóa toàn cầu, Ninh Bình cần xác định rõ tầm nhìn, định vị thương hiệu và chiến lược phát triển dài hạn để hiện thực hóa các chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước và định hướng phát triển của tỉnh Ninh Bình trở thành trung tâm du lịch - công nghiệp văn hóa quốc gia, quốc tế, cần có sự vào cuộc mạnh mẽ, quyết tâm cao và hành động cụ thể. Sau khi sáp nhập, Ninh Bình không chỉ mở rộng về địa lý, mà còn là sự kết hợp của nguồn lực, văn hóa và kinh tế, tạo hiệu ứng cộng hưởng mạnh mẽ. Không ngẫu nhiên mà nhiều năm liền Ninh Bình được vinh

danh trên các bảng xếp hạng quốc tế: Top 14 điểm đến hấp dẫn nhất châu Á (2020), Top 23 điểm đến đáng trải nghiệm nhất thế giới (2023), giải thưởng Philip Kotler “Điểm đến có ảnh hưởng trên thế giới” (2024) (Việt Thắng, 2026). Đây chính là nền tảng để công nghiệp văn hóa của Ninh Bình vươn ra toàn cầu. Tuy nhiên, quá trình phát triển công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh Ninh Bình cũng đặt ra một số khó khăn, hạn chế, đòi hỏi cần có những giải pháp đồng bộ hơn nữa.

2. Tiềm năng phát triển du lịch, công nghiệp văn hóa ở tỉnh Ninh Bình

- Du lịch đã trở thành ngành kinh tế động lực, có sức lan tỏa mạnh mẽ và đóng góp tích cực cho tăng trưởng và phát triển bền vững của tỉnh; lượng khách du lịch đến Ninh Bình tăng đều qua các năm; hệ

thống cơ sở hạ tầng, giao thông, lưu trú và dịch vụ du lịch ngày càng hoàn thiện. Cụ thể theo Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, tổng lượt khách du lịch toàn Tỉnh năm 2025 đạt gần 19,42 triệu lượt, tăng 26,7% so với năm 2024 và vượt kế hoạch đề ra. Bình quân giai đoạn 2020 - 2025, lượng khách tăng 25,4%/năm, tổng thu du lịch tăng 43%/năm, đóng góp ngày càng lớn vào GRDP của Tỉnh và tạo sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tỷ trọng dịch vụ. Những con số ấn tượng này đã khẳng định thương hiệu du lịch Ninh Bình ngày càng được lan tỏa. Ninh Bình luôn nằm trong top 10 điểm đến du lịch hàng đầu Việt Nam và khu vực, đặc biệt được booking.com hay Forbes bình chọn là một trong 10 điểm đến thân thiện nhất thế giới; 10 trải nghiệm cuốn hút nhất thế giới, với nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp, nhà hàng và trung tâm đón tiếp du khách đạt chuẩn quốc tế.

- Sau khi mở rộng địa giới hành chính, tỉnh Ninh Bình mới sở hữu khối tài sản văn hóa vô cùng phong phú: hơn 5.000 di tích các loại (trong đó 1.106 di tích được xếp hạng, có 10 di tích cấp quốc gia đặc biệt, có 2 di sản được UNESCO vinh danh cùng với 40 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia); tỉnh có một di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới, 264 di tích quốc gia và trên 800 di tích cấp tỉnh (UBND tỉnh Ninh Bình, 2025). Không chỉ có giá trị vật thể, Ninh Bình còn là vùng đất của hàng nghìn di sản phi vật thể, từ tín ngưỡng, phong tục, lễ hội cho đến nghệ thuật trình diễn dân gian. Đây là nền tảng quan trọng để Ninh Bình phát triển mạnh mẽ du lịch, kinh tế di sản và công nghiệp văn hóa, hướng tới mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc trung ương - đô thị di sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo toàn cầu.

- Ninh Bình là nơi hội tụ các trung tâm tôn giáo lớn của Việt Nam. Chùa Bái Đính, chùa Tam Chúc, Nhà thờ đá Phát Diệm hay Vương cung Thánh đường Sở Kiện đều là những công trình kiến trúc mang giá trị lịch sử và nghệ thuật đặc sắc, có sức hút quốc tế. Ninh Bình cũng chính là Cố đô, nơi khai mở kỷ nguyên độc lập tự chủ của dân tộc dưới các triều đại Đinh, Tiền Lê, Lý và Trần. Bề dày lịch sử ấy tạo nên nền móng vững chắc để xây dựng thương hiệu “đô thị di sản thiên niên kỷ”.

- Giàu bản sắc văn hóa dân gian. Những làn điệu hát Xẩm, hát Chèo, hát Ca trù, hát Dặm, hát Văn hay

hát Trống quân vẫn vang vọng trong đời sống cộng đồng. Các làng nghề truyền thống như đá mỹ nghệ Ninh Vân, thêu ren Văn Lâm, gốm Bò Bát, đúc đồng Tống Xá, mộc La Xuyên không chỉ lưu giữ tinh hoa lao động, mà còn mở ra hướng phát triển du lịch trải nghiệm, gắn với sản phẩm đặc sản địa phương. Những lễ hội như Lễ hội Tràng An, Lễ hội Hoa Lư, hay sự kiện Đại lễ Vesak tại chùa Tam Chúc không chỉ giữ gìn văn hóa truyền thống mà còn trở thành sản phẩm du lịch đặc sắc, góp phần đưa hình ảnh Ninh Bình ra thế giới.

- Ninh Bình mới thừa hưởng toàn bộ giá trị kinh tế, văn hóa và xã hội của 3 tỉnh Hà Nam, Nam Định, Ninh Bình trước đây. Đây là nền tảng vững chắc để Ninh Bình bước vào giai đoạn phát triển mới. Điều quan trọng hơn cả chính là sức mạnh con người. Văn hóa Hà Nam, Nam Định và Ninh Bình tuy mang sắc thái riêng, nhưng gặp nhau ở phẩm chất cần cù, thủy chung, bền bỉ và khát vọng vươn lên bằng tri thức. Đây là nội lực để Ninh Bình biến du lịch, công nghiệp văn hóa thành ngành kinh tế mũi nhọn, dựa trên sáng tạo và khởi nghiệp đổi mới.

3. Thực trạng triển du lịch, công nghiệp văn hóa ở tỉnh Ninh Bình

3.1. Một số kết quả ban đầu

Thứ nhất, du lịch gắn với công nghiệp văn hóa của Tỉnh bước đầu hình thành và phát triển, ngày càng khẳng định vai trò trong cơ cấu kinh tế - xã hội. Các lĩnh vực chủ lực như âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, thể thao, mỹ thuật, thủ công mỹ nghệ, quảng cáo, ẩm thực và công nghệ sáng tạo đã tạo nên dấu ấn riêng, lan tỏa giá trị di sản và bản sắc địa phương.

Thứ hai, thương hiệu du lịch Ninh Bình ngày càng được khẳng định trên bản đồ du lịch quốc gia và quốc tế. Hạ tầng du lịch được đầu tư phát triển; sự tham gia tích cực của doanh nghiệp và cộng đồng ngày càng rõ nét, hình thành hệ sinh thái kinh doanh du lịch năng động. Đây là những điểm mạnh cơ bản, là nền tảng để phát triển du lịch - công nghiệp văn hóa trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh.

Thứ ba, cơ sở hạ tầng và dịch vụ du lịch được đầu tư đồng bộ. Đến cuối năm 2025, toàn tỉnh có khoảng 1.500 cơ sở lưu trú với hơn 20.000 buồng ngủ; trong đó có 8 cơ sở 4-5 sao, 48 cơ sở 1-3 sao, cùng hàng

trăm homestay, resort sinh thái, khu nghỉ dưỡng cao cấp (Việt Thắng, 2026). Hệ thống giao thông, bến bãi, trung tâm thông tin và dịch vụ du lịch ngày càng hiện đại, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách và doanh nghiệp.

Thứ tư, các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương tích cực đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng môi trường du lịch văn minh, thân thiện. Nhiều dự án lớn được triển khai và phát huy hiệu quả: Dự án hạ tầng khu du lịch sinh thái Trảng An; Tổ hợp du lịch tâm linh Tam Chúc - lớn nhất Đông Nam Á; Công viên động vật hoang dã Quốc gia; các khu nghỉ dưỡng cao cấp: Emerald, Vedana, Mường Thanh Luxury Hà Nam, Melia Vinpearl Phú Lý, Legend Valley, tổ hợp giải trí Sun World với công viên nước Hà Nam Water Park và chương trình nhạc nước Sun Urban City.

Thứ năm, các sản phẩm du lịch ngày càng phong phú, được hình thành trên cơ sở khai thác hợp lý tiềm năng, lợi thế của địa phương. Du lịch di sản, văn hoá lịch sử, tâm linh; tham quan thắng cảnh thiên nhiên; nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng; du lịch giải trí, sáng tạo, nổi bật như: Cố đô Hoa Lư, Phú Dầy, Đền Trần, Chợ Viềng, Chùa Tam Chúc, Chùa Bái Đính, Trảng An, Tam Cốc - Bích Động, Vườn chim Thung Nham, Hang Múa, Động Am Tiên, cùng các sân golf Trảng An, Hoàng Gia, Kim Bảng... Lễ hội Hoa Lư, Lễ hội Đền Trần, Lễ hội Phú Dầy, lễ hội Đền Thánh Nguyễn, Lễ hội Chùa Bái Đính, Lễ hội Tịch Điền, Lễ hội Trảng An, Lễ hội Đền Trần Thương, Lễ hội vật võ Liễu Đôi, Lễ hội Lảnh Giang, Lễ hội xuân Tam Chúc... đã tạo nên bức tranh du lịch đặc sắc, đậm đà bản sắc vùng đồng bằng sông Hồng

3.2. Một số khó khăn, hạn chế

Bên cạnh những thành quả bước đầu, việc xây dựng và phát triển du lịch gắn với công nghiệp văn hóa của tỉnh Ninh Bình còn một số khó khăn, hạn chế như:

- Việc hoàn thiện cơ chế, chính sách đặc thù cho phát triển du lịch - công nghiệp văn hoá. Đầu tư hạ tầng logistics, hạ tầng sáng tạo và nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi xanh vẫn là những điểm nghẽn lớn cần được tháo gỡ trong giai đoạn tới. Sự khác biệt về mô hình quản lý, định hướng phát triển, đặc trưng văn hóa và trình độ phát

triển không đồng đều giữa các địa phương khiến công tác điều phối, thống nhất chiến lược và phân bổ nguồn lực gặp nhiều khó khăn.

- Các hoạt động sản xuất, phân phối và tiêu thụ các sản phẩm và dịch vụ văn hóa của ngành công nghiệp văn hóa mới bước đầu hình thành. Các sản phẩm, dịch vụ văn hóa chưa đa dạng, thiếu tính độc đáo và chưa mang lại nhiều giá trị kinh tế; chưa phát triển xứng tầm, chưa phát huy hiệu quả những tiềm năng, lợi thế, giá trị đặc trưng riêng có của địa phương để tạo ra các sản phẩm chủ lực, trọng tâm.

- Nguồn lực đầu tư cho các lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn hạn chế. Các doanh nghiệp đầu tư vào các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm, dịch vụ văn hóa chưa nhiều. Kết cấu hạ tầng phục vụ cho sự phát triển công nghiệp văn hóa thiếu đồng bộ. Nguồn nhân lực trong các lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn thiếu, chất lượng thấp...

- Chất lượng sản phẩm du lịch chưa đồng đều, nhiều khu vực khai thác còn đơn lẻ, manh mún, thiếu các sản phẩm đặc trưng gắn với công nghiệp sáng tạo. Liên kết vùng, hạ tầng kết nối và giao thông công cộng giữa các khu, điểm du lịch chưa đồng bộ. Cơ sở vật chất ở nhiều nơi còn hạn chế; chưa có mô hình quản lý thống nhất các dịch vụ du lịch.

- Nguồn nhân lực du lịch, văn hóa chất lượng cao còn thiếu và yếu. Đội ngũ nghệ sĩ, nhà sáng tạo, chuyên gia thiết kế chưa được đào tạo bài bản; năng lực quản lý nhà nước còn hạn chế. Công tác xúc tiến, quảng bá chưa chuyên nghiệp, thiếu định hướng chiến lược, chưa tận dụng hiệu quả công nghệ số trong truyền thông (UBND tỉnh Ninh Bình, 2025).

Những hạn chế nêu trên do những nguyên nhân chủ yếu sau: Sản phẩm du lịch thiếu sự sáng tạo, chưa có nhiều sản phẩm du lịch dựa trên công nghiệp văn hóa có giá trị gia tăng cao, mang tính đặc trưng, độc đáo và trải nghiệm sâu sắc cho du khách; Hạ tầng và công nghệ còn thiếu, việc ứng dụng công nghệ trong quản lý, quảng bá và trải nghiệm văn hóa còn hạn chế. Hạ tầng tại một số điểm du lịch chưa được đầu tư đồng bộ. Chưa kết nối chặt chẽ giữa các lĩnh vực văn hóa, mối liên kết giữa di sản văn hóa và công nghiệp văn hóa (như âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật) chưa mạnh mẽ, chưa biến di sản thành các ngành kinh tế sáng tạo.

4. Giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch gắn với công nghiệp văn hóa ở tỉnh Ninh Bình

Để thúc đẩy phát triển du lịch gắn với công nghiệp văn hóa ở tỉnh Ninh Bình trong thời gian tới cần định hướng và thực hiện tốt một số giải pháp sau:

Một là, đổi mới mạnh mẽ về tư duy và quyết liệt trong hành động, trọng tâm là chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, đầu tư hạ tầng, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, và xây dựng thương hiệu quốc gia. Cần tạo chuyển biến căn bản trong nhận thức của cả hệ thống chính trị và toàn xã hội về vai trò của du lịch và công nghiệp văn hóa để thúc đẩy phát triển du lịch - công nghiệp văn hóa. Nâng cao nhận thức giá trị của văn hóa không chỉ là di sản mà còn là động lực phát triển trong đồng bào quần chúng nhân dân để mỗi cá nhân, mỗi tổ chức đều tham gia vào tiến trình bảo tồn và sáng tạo văn hóa thì công nghiệp văn hóa mới thật sự trở thành động lực phát triển bền vững của tỉnh Ninh Bình mới trong tương lai. Gắn phát triển du lịch với bảo tồn di sản, coi văn hóa là sức mạnh mềm, thị trường là động lực. Tiếp tục xác định du lịch là trục động lực định hướng, dẫn dắt các ngành, lĩnh vực liên quan phát triển theo hướng xanh, thông minh, bền vững và bao trùm, trên nền tảng hệ thống di sản hỗn hợp, độc đáo, cảnh quan sinh thái đa dạng và không gian văn hóa - tâm linh đặc sắc, giàu bản sắc, điển hình của vùng đất cổ đô và đồng bằng sông Hồng.

Hai là, hoàn thiện thể chế chính sách, huy động sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, sự đồng hành của cộng đồng doanh nghiệp. Tỉnh cần nghiên cứu xây dựng và ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ đặc thù, đột phá đủ sức thu hút, tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch - công nghiệp văn hóa. Tập trung vào các chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm du lịch mới, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực du lịch nói chung và nguồn nhân lực công nghiệp văn hóa nói riêng, xúc tiến quảng bá du lịch ở trong nước và nước ngoài; cần tăng cường hỗ trợ kỹ thuật, nhân lực và truyền thông; bố trí ngân sách ổn định cho các dự án bảo tồn, phát triển, sáng tạo văn hóa; huy động các nguồn lực xã hội hóa một cách minh bạch, bền vững. Đồng thời cần có chính sách hỗ trợ tổ chức các sự kiện văn hóa, âm nhạc, sáng tạo, hội nghị - hội thảo quốc tế. Hỗ trợ các đoàn làm phim trong nước và quốc tế thực hiện các bộ phim, phóng

sự, MV ca nhạc tại Ninh Bình; thành lập Trung tâm Hỗ trợ phát triển công nghiệp văn hóa vùng tại tỉnh Ninh Bình, có chức năng đào tạo, kết nối sáng tạo, tư vấn chính sách và hỗ trợ khởi nghiệp.

Ba là, hoàn thiện và nâng cao chất lượng quy hoạch, rà soát, tổ chức lại không gian phát triển du lịch và công nghiệp văn hóa phù hợp với đơn vị hành chính mới. Cần tiến hành nghiên cứu, đánh giá tổng thể tài nguyên du lịch và thực trạng phát triển du lịch làm cơ sở khoa học và thực tiễn cho việc quy hoạch, tổ chức lại không gian, định hướng phát triển hạ tầng du lịch phù hợp với địa giới hành chính mới và định hướng phát triển xanh, bền vững gắn với bảo tồn di sản. Quản lý chặt chẽ quy hoạch, kiến trúc cảnh quan đô thị và nông thôn, đảm bảo sự hài hòa giữa khu vực di sản với đô thị. Đặc biệt cần tổ chức không gian phát triển du lịch theo hướng lấy Di sản thế giới Tràng An làm trung tâm động lực, vừa là lõi bảo tồn, vừa là đầu mối kết nối các không gian du lịch của cả tỉnh theo hướng: 1 trung tâm, 2 trục du lịch động lực; 3 không gian chiến lược; 3 vành đai du lịch và 9 cụm du lịch; hướng tới quy hoạch không gian phát triển công nghiệp văn hóa theo hướng liên kết vùng, xây dựng các cụm văn hóa sáng tạo ở đô thị trung tâm với hạ tầng đồng bộ, phát triển các tuyến du lịch văn hóa - di sản kết nối liên tỉnh, xây dựng bản đồ di sản số và phát triển sản phẩm du lịch theo chủ đề.

Bốn là, cần có chính sách, chiến lược thu hút đầu tư phát triển du lịch, công nghiệp văn hóa. Theo đó, vừa trải thảm thu hút các nhà đầu tư chiến lược phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch cao cấp, trung tâm vui chơi giải trí, mua sắm, vừa tạo điều kiện cho người dân và doanh nghiệp phát triển các loại hình du lịch dựa vào cộng đồng, du lịch đại trà. Trước mắt, cần tập trung thu hút đầu tư phát triển sản phẩm dịch vụ du lịch đẳng cấp quốc tế để sớm khắc phục những hạn chế của du lịch Ninh Bình. Đồng thời, tiếp tục đẩy mạnh đa dạng hóa các loại hình, sản phẩm dịch vụ theo hướng gắn với các giá trị văn hóa, ẩm thực, sản phẩm đặc trưng, của địa phương. Với lợi thế hàng trăm làng nghề, cần ưu tiên thúc đẩy phát triển du lịch gắn với làng nghề và cộng đồng. Tăng cường gắn phát triển nông nghiệp, nông thôn mới với phát triển du lịch, xây dựng các thôn xóm xanh, sạch đẹp, an toàn và hấp dẫn trở thành nơi đáng sống,

đáng đến với khách du lịch. Hỗ trợ cộng đồng sáng tạo, phát triển các sản phẩm thủ công truyền thống, sản phẩm OCOP, nông sản phục vụ nhu cầu mua sắm, trải nghiệm của khách du lịch. Đồng thời, tạo lập nhiều không gian nghiên cứu, đổi mới sáng tạo, đẩy mạnh tổ chức các cuộc thi trực tiếp và trực tuyến về thiết kế, sáng tạo mẫu mã sản phẩm phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của thị trường, qua đó nâng cao giá trị gia tăng và sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch - văn hoá địa phương.

Năm là, tập trung xây dựng và phát triển thương hiệu du lịch - công nghiệp văn hóa tỉnh Ninh Bình, đồng thời đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá trên phạm vi quốc gia và quốc tế. Trước hết, cần tiếp tục định vị và phát triển thương hiệu du lịch của tỉnh gắn với các giá trị "Thiên nhiên - Di sản - Văn hóa - Lịch sử - Tâm linh - Cộng đồng"; xây dựng và triển khai thống nhất, đồng bộ Bộ nhận diện hình ảnh, thương hiệu du lịch "Tuyệt sắc miền cổ đô". Đồng thời, đổi mới mạnh mẽ phương thức xúc tiến quảng bá, kết hợp các hình thức truyền thông, xây dựng hình ảnh bên trong điểm đến với các phương thức truyền thông, xúc tiến quảng bá hiện đại, thông minh trên các nền tảng số. Phát triển ứng dụng du lịch thông minh, số hóa dữ liệu, sử dụng AI kết hợp với các nền tảng số, mạng xã hội để tiếp cận thị trường khách du lịch quốc tế. Thực hiện các dự án, đề án, kế hoạch truyền thông thường kỳ, mạnh mẽ về du lịch và công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh, đẩy mạnh truyền thông đa kênh, ứng dụng công nghệ số; thực hiện đào

tạo đội ngũ thuyết minh viên, hướng dẫn viên tại các điểm đến, đào tạo, hướng dẫn để mỗi người dân sẽ là một "đại sứ du lịch". Bên cạnh đó, cần tăng cường tham gia các hội chợ, triển lãm du lịch quốc tế và mời các đoàn Famtrip, presstrip, đoàn làm phim đến tỉnh khảo sát và quảng bá hình ảnh du lịch Ninh Bình.

Sáu là, xây dựng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ phát triển du lịch - công nghiệp văn hóa. Cần phối hợp giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo, tập trung vào kỹ năng nghề nghiệp, công nghệ số, ngoại ngữ và tư duy đổi mới sáng tạo. Chú trọng nâng cao trình độ giảng viên, liên kết đào tạo, ưu tiên phát triển nhân lực tinh hoa để biến di sản văn hóa thành động lực tăng trưởng xanh, bền vững. Tập trung đào tạo các chuyên gia có tư duy đổi mới, sáng tạo, khả năng lan tỏa bản sắc văn hóa và xây dựng thương hiệu du lịch - công nghiệp văn hóa ở Ninh Bình. Bên cạnh việc đẩy mạnh đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, chuyên môn, ngành Du lịch cần hỗ trợ các cơ sở giáo dục tăng cường hợp tác với doanh nghiệp để xây dựng chương trình đào tạo nhân lực ngành du lịch - công nghiệp văn hóa và chuẩn đầu ra về đào tạo khung năng lực; tăng thời lượng thực hành, liên kết cho học sinh, sinh viên đi thực tập, học viên cao học và nghiên cứu sinh, giảng viên, giáo viên kiến tập tại các doanh nghiệp và cơ sở dịch vụ du lịch - công nghiệp văn hóa; xây dựng và triển khai hiệu quả các chương trình tuyên truyền nâng cao nhận thức về phát triển du lịch - công nghiệp văn hóa của Tỉnh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Ninh Bình (2025). Nghị quyết số 22-NQ/TU, ngày 28/2/2025 về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trên địa bàn tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2025-2035, định hướng đến năm 2050.

Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Ninh Bình (2026). Nghị quyết số 07-NQ/ TU, ngày 30/1/2026 về chiến lược phát triển công nghiệp văn hoá, du lịch tỉnh Ninh Bình đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Minh Hải (2026). Du lịch Ninh Bình thu hơn 21.000 tỷ đồng năm 2025. Báo Ninh Bình. Truy cập tại <https://baoninhbinh.org.vn/du-lich-ninh-binh-thu-hon-21000-ty-dong-nam-2025-260101123050970.html>.

UBND tỉnh Ninh Bình (2025). Đề án và Chính sách phát triển du lịch - công nghiệp văn hóa trở thành cụm ngành kinh tế mũi nhọn của Tỉnh giai đoạn 2025-2030, tầm nhìn đến năm 2050.

Việt Thắng (2026). Ninh Bình với mục tiêu trở thành đô thị sáng tạo toàn cầu. Báo Ninh Bình. Truy cập tại <https://baoninhbinh.org.vn/ninh-binh-voi-muc-tieu-tro-thanh-do-thi-sang-tao-toan-cau-260330072825058.html>.

Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình (2026). Du lịch Ninh Bình thu hơn 21.000 tỷ đồng năm 2025. Truy cập tại <https://sodulich.ninhbinh.gov.vn/vi/tin-tuc-su-kien/du-lich-ninh-binh-thu-hon-21000-ty-dong-nam-2025-2537.html>.

Ngày nhận bài: 24/03/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/03/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 06/04/2026

DEVELOPING TOURISM IN CONJUNCTION WITH CULTURAL INDUSTRIES IN NINH BINH PROVINCE

● HO SI BACH¹

● DINH THI MINH²

● DINH MINH KHANH³

¹Thai Nguyen Provincial Political School

²Ninh Binh Provincial Political School

³Son La Provincial Political School

ABSTRACT:

Following its administrative consolidation, Ninh Binh province is pursuing a transformative development strategy centered on cultural industries, leveraging its rich heritage assets and tourism potential to build a “millennial heritage city” anchored by the Trang An Landscape Complex, a UNESCO World Cultural and Natural Heritage Site. This vision seeks to create a creative, smart, sustainable, and environmentally friendly urban space while positioning Ninh Binh province as a leading cultural and creative hub in the Red River Delta region. This study analyzes the current development of tourism in relation to the province’s cultural industry potential and examines the synergies between heritage conservation, tourism, and creative economic activities. The findings highlight the strategic role of cultural tourism as a catalyst for regional development and emphasize the importance of a balanced model that harmonizes preservation and economic growth. The study contributes to the formulation of an integrated development framework for maximizing the value of heritage resources and strengthening the long-term competitiveness of Ninh Binh province’s cultural economy.

Keywords: culture, cultural industry, development, tourism, Ninh Binh province.