

VAI TRÒ CỦA VĂN HÓA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG TẠI NINH BÌNH

LÊ THỊ HIỆU* - TRẦN THỊ THU**

1. Vai trò của văn hóa du lịch trong phát triển du lịch bền vững

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. Nếu như 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 truyền thống, tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại (2), thì văn hóa du lịch lại mang nội hàm rộng lớn hơn. 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. Các thành tố cơ bản tạo nên giá trị văn hóa du lịch bao gồm văn hóa trong quản lý, văn hóa trong kinh doanh, văn hóa trong ứng xử của khách du lịch, cộng đồng địa phương và sự sáng tạo mang giá trị văn hóa trong việc khai thác các tài nguyên du lịch, xây dựng các sản phẩm, dịch vụ du lịch. Văn hóa du lịch có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch bền vững, được thể hiện qua một số bình diện sau:

Tạo những giá trị riêng biệt cho sản phẩm du lịch và thể hiện bản sắc văn hóa riêng của vùng miền

Theo Luật Du lịch năm 2017, “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” (3). 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

Phát triển du lịch bền vững là định hướng phát triển du lịch mang tính chiến lược của nhiều địa phương, quốc gia và khu vực. Phát triển du lịch cần đáp ứng đồng thời các yêu cầu về kinh tế, xã hội, môi trường; bảo đảm hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch; không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai (1). Trong những năm qua, du lịch Ninh Bình từng bước phát triển và đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Tuy nhiên, bên cạnh đó vẫn còn những tồn tại trong văn hóa quản lý, kinh doanh và ứng xử du lịch. Do đó, cần có những nhận thức đúng đắn về vai trò của văn hóa du lịch trong phát triển du lịch bền vững, từ đó có những định hướng và giải pháp cụ thể trong phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình.

truyền thống, những món ăn đặc biệt như phở, nem cuốn..., những tour khám phá Hạ Long, Tràng An, hay những tour trải nghiệm “làm nông dân” tại Hội An, Vân Long (Ninh Bình)... Cũng như vậy, khi du khách đến Nhật Bản, họ lại ghi nhớ hình ảnh của những bộ kimono, món ăn sushi, những cử chỉ lịch sự, những cái cúi đầu chào nhau để thể hiện sự tôn trọng, những tour khám phá thiên nhiên Nhật Bản, như ngắm hoa anh đào, nghỉ dưỡng tắm suối nóng... Những cảm nhận khác nhau về sản phẩm du lịch một phần chính là do văn hóa du lịch quy định, qua đó giúp du khách có những trải nghiệm về bản sắc văn hóa riêng của mỗi vùng miền quốc gia.

Xây dựng thương hiệu điểm đến và nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch

Cùng với quá trình hội nhập, toàn cầu hóa, du lịch ngày càng phát triển mạnh mẽ và mang lại nguồn thu lớn cho các quốc gia. Mỗi điểm du lịch muốn có sức thu hút lớn đối với du khách, cần đến nhiều giải pháp

lịch phụ thuộc vào đặc điểm văn hóa du lịch và tài nguyên của từng vùng, từng khu vực. Văn hóa du lịch có vai trò quan trọng khi tham gia vào việc phân biệt sản phẩm, dịch vụ giữa các khu vực, vùng, miền, đem tới cho du khách những cảm xúc khác nhau ở các điểm du lịch. Những sản phẩm du lịch mang giá trị văn hóa đặc trưng, những hành vi ứng xử, thái độ văn minh của cộng đồng địa phương, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý du lịch sẽ để lại dấu ấn khó phai trong lòng du khách. Đây là nhân tố góp phần làm nên thành công của điểm du lịch. Ví dụ, du khách đến Việt Nam dễ dàng ghi nhớ hình ảnh của những nụ cười thân thiện, những bộ áo dài

*, ** Ths, Trường Đại học Hoa Lư, Ninh Bình

trong đó có giải pháp về xây dựng và nâng cao thương hiệu điểm đến. Thương hiệu điểm đến 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 về những giá trị đích thực của một điểm đến du lịch. Nó tác động tới thái độ và cảm xúc của du khách. Như vậy, hình ảnh điểm đến có tốt đẹp đối với khách hay không phần lớn phụ thuộc vào những giá trị văn hóa du lịch mà du khách 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, đặc biệt là cách 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 sức thu hút khách du lịch càng lớn và bền vững.

Là công cụ quản lý mềm trong hoạt động du lịch

Quản lý nhà nước nói chung và quản lý trong lĩnh vực du lịch nói riêng cần dùng đến pháp luật, các quy định và chế tài. Tuy nhiên, có một cách thức quản lý khác mềm mại hơn nhưng vẫn mang lại những kết quả tốt đó chính là quản lý bằng văn hóa. Trong lĩnh vực du lịch, việc quản lý được cụ thể thông qua những quy chuẩn văn hóa trong cách quản lý, khai thác và ứng xử trong du lịch. Do vậy, mỗi điểm, khu du lịch cần xây dựng những giá trị, quy chuẩn văn hóa cụ thể phù hợp với đặc điểm văn hóa của địa phương, luôn đề cao những giá trị văn hóa tốt đẹp (thái độ thân thiện, nhiệt tình, sẵn sàng giúp đỡ khách du lịch; sản phẩm hàng hóa, dịch vụ có chất lượng tốt, niềm yết công khai giá...) và lên án mạnh mẽ những hành vi sai trái (khai thác khách du lịch theo kiểu chộp giật; ép giá khách vào mùa cao điểm, chèo kéo, trộm cướp; thiếu ý thức bảo vệ tài nguyên, môi trường, buôn bán các động, thực vật quý hiếm, thiếu sự tôn trọng cộng đồng và văn hóa địa phương...). 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.

Nâng cao nhận thức, trách nhiệm của các chủ thể du lịch, xây dựng môi trường du lịch văn minh, đảm bảo du lịch phát triển bền vững

Các chủ thể chính tham gia vào hoạt động du lịch bao gồm: chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương và khách du lịch. Thực tế hiện nay, không phải tổ chức, cá nhân nào cũng đều nhận thức đúng đắn vấn đề phát triển theo hướng bền vững. Vì lợi ích kinh tế trước mắt, một số tổ chức, cá nhân đã có những hành vi gây tổn thương cho môi trường, tài nguyên và văn hóa bản địa. Không hiếm gặp tình trạng xây dựng công trình trái phép; cơ sở kinh

doanh lưu trú, ăn uống, xả thải trực tiếp ra môi trường không qua quy trình xử lý rác; khách du lịch thiếu ý thức, gây lãng phí tài nguyên năng lượng; cộng đồng tham gia du lịch thiếu kỹ năng phục vụ du khách, cung cấp hàng hóa, dịch vụ kém chất lượng; sự cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các doanh nghiệp... Muốn thay đổi hành vi, trước hết cần thay đổi nhận thức của những người tham gia hoạt động du lịch. Việc xây dựng, phát huy các giá trị văn hóa trong du lịch sẽ góp phần nâng cao nhận thức và tư duy, để mỗi chủ thể nhận thấy những giá trị tích cực cần phát huy và những yếu tố tiêu cực cần loại bỏ; từ đó, có hành động thiết thực xây dựng môi trường du lịch văn minh phát triển bền vững.

2. Thực trạng văn hóa du lịch tại Ninh Bình

Trong những năm qua, du lịch Ninh Bình phát triển mạnh mẽ và đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Về tốc độ tăng trưởng (giai đoạn 2009-2019, trước đại dịch COVID-19), khách du lịch đạt 13,11%/năm, doanh thu du lịch đạt 30,78%/năm. Năm 2019, Ninh Bình đón 7,65 triệu lượt đạt trên 3.671 tỷ đồng (vượt mục tiêu Nghị quyết 15 đề ra). Tính hết năm 2020, du lịch Ninh Bình đã tạo việc làm và thu nhập cho 14.500 người (gồm 4.500 lao động trực tiếp và 10.000 lao động gián tiếp) (4). Ngoài ra, Ninh Bình dần được coi là một điểm sáng du lịch trên bản đồ Việt Nam và lọt vào danh sách bình chọn của nhiều chuyên trang du lịch quốc tế: Chuyên trang du lịch *This is insider* của Mỹ bình chọn Ninh Bình đứng đầu trong 50 địa điểm hấp dẫn mà bạn phải đến trong năm 2018; tờ *Telegraph* nước Anh bầu chọn Ninh Bình là 1/15 điểm đến tuyệt đẹp nhưng chưa được nhiều người biết tới trên thế giới; Tạp chí *Business Insider* bình chọn cảnh đồng Tam Cốc là 1/5 cảnh đồng lúa đẹp nhất Việt Nam; *Butterfield & Robinson* của Canada bình chọn Ninh Bình là 1/7 địa danh có cảnh quan đẹp nhất Đông Nam Á. Cảnh đẹp Ninh Bình là phim trường của nhiều bộ phim Hollywood nổi tiếng như: *Pan và vùng đất Neverland*, *Người Mỹ trầm lặng*, *Kong: Skull Island*... Năm 2020, theo Hostelworld - trang web chuyên đặt phòng dorm, giường tầng, dạng ký túc xá trực tuyến lớn nhất thế giới, Ninh Bình xếp vị trí thứ 10 trong top 20 địa điểm, du lịch bụi tốt nhất thế giới năm 2020... Năm 2021, tờ nhật báo lâu đời nhất tại Pháp - *Le Figaro* liệt kê những trải nghiệm tuyệt vời nhất; trong đó, Ninh Bình đứng vị trí đầu tiên trong top 7 trải nghiệm không thể bỏ qua khi tới Việt Nam. Cũng trong năm này, Vườn quốc gia Cúc Phương được tổ chức World Travel Awards trao tặng danh hiệu vườn quốc gia hàng đầu châu Á.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả nổi bật, du lịch Ninh Bình vẫn còn hạn chế nhất định trong văn hóa quản lý, kinh doanh và ứng xử du lịch:

Văn hóa quản lý du lịch Ninh Bình thể hiện được tính linh hoạt, hiệu quả, nhưng vẫn cần những giải pháp quyết liệt và cụ thể hơn trong công tác chỉ đạo vệ sinh môi trường, an ninh, an toàn du khách, xử lý xây dựng trái phép trong khu di sản. Công tác nghiên cứu, phân tích, thống kê, dự báo xu hướng du lịch cần được thực hiện thường xuyên và hiệu quả, chú trọng trong việc hoàn thiện cơ chế, chính sách thu hút các nhà đầu tư du lịch lớn trong lĩnh vực vui chơi giải trí, mua sắm và chăm sóc sức khỏe.

Trong môi trường văn hóa kinh doanh du lịch tại Ninh Bình vẫn có những cơ sở kinh doanh cạnh tranh thiếu lành mạnh. Một số doanh nghiệp chưa chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp, số lượng và chất lượng lao động qua đào tạo còn hạn chế, ảnh hưởng đến quy trình và hiệu quả phục vụ khách du lịch. Không ít cơ sở kinh doanh, doanh nghiệp du lịch chú trọng tới lợi ích kinh tế, thiếu sự quan tâm và thể hiện trách nhiệm tới môi trường, xã hội, cộng đồng và sự phát triển du lịch bền vững. Sự sáng tạo trong việc khai thác và xây dựng các sản phẩm du lịch Ninh Bình vẫn chưa phát huy hết tiềm năng. Các sản phẩm còn mang tính trùng lặp, đơn điệu, chủ yếu là hoạt động tham quan, ngắm cảnh, thiếu các dịch vụ bổ sung như mua sắm, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe.

Đối với văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch, dựa trên những đánh giá bình luận của du khách trên các chuyên trang du lịch như *tripadvisor.com*, *booking.com*... có thể nhận thấy cộng đồng địa phương vẫn còn nhận được đánh giá chưa cao, họ còn thiếu kiến thức, kỹ năng trong hoạt động du lịch, yếu về ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp với khách có phần hạn chế, đôi khi có thái độ thiếu thân thiện, cởi mở. Một số cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động bán hàng, chèo đò, xe ôm, trông giữ xe có những hành vi vụ lợi và thiếu trung thực.

Khách du lịch tới Ninh Bình cũng là một trong những chủ thể tạo nên những giá trị văn hóa du lịch. Tuy nhiên, một bộ phận du khách vẫn có những hành vi ứng xử chưa phù hợp như: xả rác bừa bãi, gây ồn ào, phát ngôn thiếu lịch sự, trang phục chưa phù hợp tại các điểm du lịch, đặc biệt là các điểm du lịch văn hóa. Một số chưa có ý thức tiết kiệm năng lượng đặc biệt khi sử dụng các dịch vụ tại cơ sở phục vụ ăn uống và lưu trú.

3. Một số giải pháp phát huy giá trị văn hóa du lịch tỉnh Ninh Bình

Nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả du lịch,

tỉnh Ninh Bình cần chú trọng đến việc phát huy các giá trị văn hóa quản lý, kinh doanh và ứng xử trong hoạt động du lịch, từ đó xây dựng môi trường du lịch văn minh và phát triển tương xứng với tiềm năng tỉnh Ninh Bình.

Tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức vai trò và trách nhiệm của các chủ thể trong hoạt động du lịch và vai trò của văn hóa du lịch trong việc xây dựng hình ảnh điểm đến và phát triển du lịch theo hướng bền vững.

Nâng cao chất lượng nguồn lực du lịch, bao gồm người làm công tác quản lý, chủ doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh, lao động trong du lịch. Xây dựng các tiêu chuẩn, chuẩn mực đối với từng công việc, lĩnh vực trong du lịch, trở thành thước đo đánh giá chất lượng hoạt động du lịch Ninh Bình.

Thực hiện những giải pháp cụ thể trong việc phát huy các giá trị văn hóa du lịch dựa trên vai trò, chức năng, trách nhiệm của mỗi chủ thể.

Về công tác quản lý du lịch, căn cứ trên thực tiễn du lịch để có những chính sách chỉ đạo kịp thời và hiệu quả trong từng giai đoạn, thời kỳ. Xây dựng cơ chế ưu đãi phù hợp nhằm tạo điều kiện thu hút các nhà đầu tư lớn đặc biệt là về lĩnh vực vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe và bước đầu thu hút đầu tư du lịch biển Cồn Thoi (Kim Sơn). Phối hợp chặt chẽ với các cấp ban ngành và doanh nghiệp trong việc thực hiện nghiêm túc, hiệu quả chính sách quản lý môi trường, an ninh an toàn tại điểm đến, thanh tra, kiểm tra và xử lý chặt chẽ các vi phạm. Xem xét tăng cường ngân sách cho hoạt động xây dựng thương hiệu Ninh Bình gắn với văn hóa du lịch, ngân sách đào tạo lao động du lịch. Đầu tư các phần mềm du lịch thông minh, sử dụng quét mã QR thông tin các điểm đến, xây dựng các ứng dụng hỗ trợ du khách (hỗ trợ thông tin đặt dịch vụ, lên chương trình du lịch, thông tin các điểm đến, nhà cung cấp dịch vụ, đường dây nóng...), ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch. Chú trọng trong công tác nghiên cứu, thống kê, dự báo xu hướng để luôn có những chính sách kịp thời phù hợp với thực tiễn. Nâng cao sự phối hợp và hiệu quả trong công tác quản lý, phối hợp giữa các cấp chính quyền với giữa chính quyền và doanh nghiệp.

Trong hoạt động kinh doanh du lịch, các doanh nghiệp cần chú trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp, xác định giá trị cốt lõi của doanh nghiệp, xây dựng quy trình phục vụ, nội quy làm việc, quy cách ứng xử, trang phục... Nâng cao vai trò trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội, môi trường và sự phát triển bền vững, hằng năm xây dựng cam kết nỗ

lực đóng góp cho xã hội, môi trường và sự phát triển. Khuyến khích các cơ sở kinh doanh đặc biệt là cơ sở lưu trú và ăn uống sử dụng các thiết bị tiết kiệm năng lượng, sử dụng năng lượng sạch, đăng ký nhãn bông sen xanh, thực hiện quy chế về xử lý rác thải, đặc biệt là nước thải và rác thải rắn... Ngoài ra, nhằm nâng cao số lượng và chất lượng lao động du lịch, doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo du lịch trong và ngoài tỉnh phối hợp tham gia cùng đào tạo theo nhu cầu xã hội, tạo môi trường học tập chuyên nghiệp, sát thực tế và có định hướng cam kết đầu ra cho người học. Thường xuyên kiểm tra, tập huấn nâng cao trình độ kỹ năng cho lao động trong doanh nghiệp (kỹ năng giao tiếp, kỹ năng bán hàng, kỹ năng phục vụ, kỹ năng ngoại ngữ, tin học...). Doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh xây dựng môi trường làm việc văn minh, cơ hội thăng tiến, chế độ đãi ngộ phù hợp nhằm thu hút và giữ chân người lao động. Trong môi trường kinh doanh giữa các doanh nghiệp, cần xây dựng một cộng đồng kinh doanh du lịch Ninh Bình lành mạnh. Nâng cao vai trò của Hiệp hội Du lịch Ninh Bình và các cấp quản lý trong việc liên kết doanh nghiệp, xây dựng các quy chế kinh doanh chung (cam kết chất lượng, chống phá giá, hỗ trợ kinh doanh...). Nâng cao nhận thức doanh nghiệp trong vấn đề đoàn kết và hỗ trợ trong kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh. Đồng thời, mỗi doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh cần tự nâng cao năng lực cạnh tranh dựa trên thương hiệu về chất lượng và sự uy tín.

Trong văn hóa ứng xử du lịch, xác định cộng đồng địa phương là một trong những chủ thể quan trọng trong việc xây dựng và tạo nên hình ảnh của điểm đến du lịch. Nhằm phát huy các giá trị văn hóa ứng xử của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch, trước hết cần nâng cao nhận thức văn hóa du lịch đối với cộng đồng địa phương thông qua nhiều hình thức khác nhau như: Tuyên truyền trên đài, loa phát thanh và các biển báo nội quy quy định về văn hóa, văn minh trong du lịch; tổ chức các buổi tập huấn nâng cao nhận thức về vai trò của du lịch, văn hóa du lịch, vai trò của người làm du lịch, những hành động nên và không nên... Nâng cao vai trò và trách nhiệm của cộng đồng đối với sự phát triển du lịch của địa phương thông qua việc lấy ý kiến, ra quyết định, thu hút cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch. Chú trọng nâng cao kiến thức và kỹ năng cho cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch: tổ chức các lớp tập huấn ngắn hạn về kiến thức, kỹ năng, ngoại ngữ, văn hóa ứng xử du lịch; xây dựng các nội quy về văn hóa văn minh trong phục vụ khách du lịch (dành cho cộng đồng tham gia

trực tiếp phục vụ khách du lịch); có những biện pháp nhắc nhở và xử phạt đối với những cộng đồng vi phạm một cách phù hợp, nghiêm minh.

Đối với văn hóa ứng xử của khách du lịch, cần xây dựng các nội quy quy định về những điều nên và không nên dành cho khách du lịch tại các điểm du lịch, cơ sở kinh doanh du lịch (các nội quy, quy định: ngắn gọn, súc tích, dễ hiểu, bắt mắt, được đặt ở vị trí dễ quan sát, thường xuyên thay mới với những bảng nội quy đã cũ). Trước khi đón khách vào tham quan, cần có những nhắc nhở cụ thể về những hành vi nên hay ko nên (nhân viên khu du lịch nhắc trực tiếp hoặc bởi hệ thống loa phát thanh tự động). Bên cạnh đó, với những vi phạm của khách, cần được xử phạt nghiêm túc tùy theo mức độ nghiêm trọng của vấn đề. Xây dựng môi trường du lịch, an toàn, thân thiện góp phần hạn chế những xung đột giữa khách và cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch.

Bên cạnh các sản phẩm du lịch văn hóa, sinh thái đang được khai thác hiện nay, du lịch Ninh Bình cần đa dạng hơn nữa các sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm mới. Đẩy mạnh xây dựng hệ thống các tour, nhằm khai thác thế mạnh sự đa dạng tài nguyên du lịch như các tour teambuilding, tour trải nghiệm văn hóa làng nghề, nghệ thuật biểu diễn, âm thực...; Nâng cao chất lượng các tour cộng đồng, du lịch homestay, tạo ra sự mới lạ, khác biệt. Nghiên cứu khai thác và xây dựng du lịch mạo hiểm gắn liền với hệ thống núi đá, hang động và hệ thống rừng nguyên sinh, khu bảo tồn tại Ninh Bình. Đầu tư và đa dạng hơn nữa các tour nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, vui chơi giải trí, mua sắm và thể thao. Đẩy mạnh các hoạt động khai thác kinh tế du lịch về đêm. Đối với những điểm đến có tài nguyên du lịch và dịch vụ ngôi thuyền tương đối giống nhau như Tràng An, Vân Long, Tam Cốc, Thung Nham, Thiên Hà, Thung Nắng, Linh Cốc cần xây dựng nhận diện điểm đến khác nhau thông qua sự sáng tạo trong các sản phẩm dịch vụ và quy trình phục vụ tại mỗi điểm đến ■

L.T.H-T.T.T

1, 2, 3. *Luật Du lịch*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, 2017, tr.2.

4. Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Ninh Bình, *Về phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình đến năm 2020 định hướng đến năm 2030*. Báo cáo tổng kết thực hiện nghị quyết số 15NQ/TU ngày 13-7-2009.

Tài liệu tham khảo

1. Trần Thúy Anh, *Giáo trình du lịch văn hóa những vấn đề lý luận và nghiệp vụ*. Nxb Giáo dục Việt Nam, 2014.

2. Nguyễn Đình Hòe, *Du lịch bên vũng*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, 2001.