

PROMOTING CULTURAL VALUES IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Pham Thi Ngoc Han

Faculty of Fundamental Theory, Ton Duc Than

Political School, An Giang Province, Vietnam.

Email: ngochantctag8625@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0007-7043-0195>

Article History

Received: 24/5/2026

Reviewed: 25/6/2026

Revised: 25/7/2026

Accepted: 27/7/2026

Released: 30/9/2026

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.e2026.v2.i7.a106>

Abstract:

Culture is increasingly seen as an important endogenous resource in sustainable tourism development, contributing to enhancing the attractiveness and competitiveness of destinations. Based on document analysis and synthesis of secondary data sources, this article assesses the role of cultural values in the tourism development of An Giang province in the context of integration and the new development space after administrative unit reorganization. The research results show that An Giang possesses rich cultural resources with the intermingling of many ethnic communities, religions, and historical heritage, creating advantages for developing distinctive tourism products. However, the exploitation of cultural values still faces limitations in regional linkages, product diversification, digital transformation, and destination tourism promotion. Based on this, the article proposes several solutions to preserve and promote traditional cultural values associated with product innovation, strengthening linkages, applying digital technology, and building tourism brands, contributing to promoting sustainable tourism development in An Giang in the context of integration.

Keywords: Cultural values; Sustainable tourism; Tourism development; An Giang; Integration.

OECD FOS: 5.09.04; 6.04.03; 6.04.05

JEL: Z32; Z10; Q01; R58

SDGs: 8.9; 11.4; 12.B; 17

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ giữa các điểm đến, văn hóa được xem là một trong những nguồn lực quyết định để hình thành bản sắc và nâng cao sức cạnh tranh của ngành du lịch. Xu hướng phát triển du lịch hiện nay không chỉ hướng tới gia tăng số lượng khách và doanh thu, mà còn nhấn mạnh việc khai thác các giá trị văn hóa theo hướng bền vững, bảo đảm hài hòa giữa phát triển kinh tế, gìn giữ di sản và nâng cao chất lượng đời sống cộng đồng. Chính vì vậy, việc chuyển hóa các giá trị văn hóa thành sản phẩm du lịch đặc trưng đang trở thành yêu cầu quan trọng đối với nhiều địa phương ở Việt Nam.

Trong chiến lược phát triển đất nước, Đảng và Nhà nước luôn xác định văn hóa vừa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là nguồn lực nội sinh thúc đẩy phát triển bền vững. Đối với lĩnh vực du lịch, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống không chỉ góp phần gìn giữ bản sắc dân tộc mà còn

tạo cơ sở để xây dựng thương hiệu điểm đến, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập.

Sau khi điều chỉnh địa giới hành chính, An Giang có không gian phát triển rộng hơn với sự hội tụ của nhiều loại hình tài nguyên văn hóa và tự nhiên đặc sắc, bao gồm văn hóa miền núi, đồng bằng, sông nước và ven biển; hệ thống di tích lịch sử, lễ hội truyền thống, tín ngưỡng, tôn giáo cùng sự giao thoa văn hóa của nhiều cộng đồng dân tộc. Đây là lợi thế nổi bật để phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng trên nền tảng giá trị văn hóa, đồng thời mở rộng liên kết vùng và hình thành chuỗi sản phẩm du lịch có sức hấp dẫn cao.

Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy việc khai thác nguồn lực văn hóa phục vụ phát triển du lịch ở An Giang vẫn chưa tương xứng với tiềm năng. Mối liên kết giữa bảo tồn và khai thác còn thiếu đồng bộ; nhiều giá trị văn hóa chưa được chuyển hóa thành sản phẩm du lịch có tính khác biệt và giá trị gia tăng

cao; hoạt động quảng bá, ứng dụng công nghệ số và liên kết phát triển du lịch vẫn còn những hạn chế nhất định. Trong khi đó, các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào đánh giá tài nguyên hoặc tiềm năng du lịch của địa phương, chưa phân tích đầy đủ vai trò của giá trị văn hóa như một nguồn lực phát triển trong bối cảnh không gian phát triển mới.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu đó, bài viết tập trung phân tích vai trò của các giá trị văn hóa đối với phát triển du lịch bền vững ở An Giang, đồng thời đánh giá những cơ hội và thách thức trong quá trình khai thác nguồn lực văn hóa. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa gắn với đổi mới sản phẩm, tăng cường liên kết và chuyển đổi số, góp phần nâng cao hiệu quả phát triển du lịch của An Giang trong bối cảnh hội nhập.

2. Tổng quan nghiên cứu

Mối quan hệ giữa văn hóa và phát triển du lịch đã được nhiều tổ chức quốc tế và học giả nghiên cứu dưới nhiều góc độ khác nhau. UNESCO và Tổ chức Du lịch Liên hợp quốc (UN Tourism) đều khẳng định văn hóa là một trong những nguồn lực cốt lõi tạo nên sức hấp dẫn của điểm đến, góp phần nâng cao trải nghiệm của du khách và thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững. Nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra rằng việc khai thác các giá trị văn hóa chỉ phát huy hiệu quả khi được đặt trong mối quan hệ hài hòa với bảo tồn di sản, sự tham gia của cộng đồng địa phương và mục tiêu phát triển kinh tế, xã hội, môi trường.

Ở Việt Nam, nghiên cứu về du lịch văn hóa và phát triển du lịch bền vững đã được triển khai khá đa dạng. Các công trình tập trung phân tích vai trò của di sản văn hóa, lễ hội truyền thống, làng nghề, du lịch cộng đồng và bản sắc văn hóa địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch, đồng thời nhấn mạnh yêu cầu kết hợp giữa bảo tồn và khai thác nhằm nâng cao giá trị kinh tế của tài nguyên văn hóa. Một số nghiên cứu gần đây cũng đề cập đến chuyển đổi số, xây dựng thương hiệu điểm đến và phát triển công nghiệp văn hóa như những động lực mới của ngành du lịch.

Đối với An Giang, các nghiên cứu chủ yếu khai thác thể mạnh về du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và giá trị văn hóa của các cộng đồng dân tộc Kinh, Khmer, Chăm, Hoa. Bên cạnh đó, nhiều công trình giới thiệu và đánh giá tiềm năng của các điểm đến tiêu biểu như Khu du lịch quốc gia Núi Sam, Rừng tràm Trà Sư, Hà Tiên, Phú Quốc cùng hệ thống di tích lịch sử, lễ hội và các loại hình di sản văn hóa đặc sắc. Những kết quả này đã góp phần làm rõ lợi thế tài nguyên và tiềm năng phát triển du lịch của địa phương.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hình thành không gian phát triển mới sau sắp xếp đơn vị hành chính,

các nghiên cứu tiếp cận hệ giá trị văn hóa như một nguồn lực nội sinh cho phát triển du lịch bền vững vẫn còn tương đối hạn chế. Đặc biệt, chưa có nhiều công trình phân tích một cách tổng thể mối quan hệ giữa bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống với quá trình đổi mới sản phẩm du lịch, xây dựng thương hiệu điểm đến, tăng cường liên kết vùng và ứng dụng chuyển đổi số nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch An Giang trong bối cảnh hội nhập. Đây cũng chính là khoảng trống nghiên cứu mà bài viết hướng tới bổ sung thông qua việc phân tích vai trò của hệ giá trị văn hóa đối với phát triển du lịch bền vững và đề xuất các giải pháp khai thác hiệu quả nguồn lực văn hóa trong giai đoạn phát triển mới.

3. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

3.1. Cơ sở lý luận

Trong nghiên cứu về phát triển, văn hóa được xem là nền tảng tạo nên bản sắc của cộng đồng và là nguồn lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển xã hội. Theo UNESCO, văn hóa bao gồm toàn bộ các giá trị vật chất và tinh thần, hệ thống chuẩn mực, lối sống, tín ngưỡng, tri thức và các hình thức sáng tạo được cộng đồng hình thành, gìn giữ và truyền lại qua nhiều thế hệ. Chính những giá trị này tạo nên sự khác biệt giữa các quốc gia, vùng lãnh thổ và cộng đồng dân cư.

Trên cơ sở đó, giá trị văn hóa được hiểu là hệ thống các giá trị vật thể và phi vật thể phản ánh bản sắc, lịch sử, truyền thống, tri thức và phương thức tổ chức đời sống của cộng đồng; được xã hội thừa nhận, lưu giữ và có khả năng tiếp tục tạo ra giá trị kinh tế, xã hội và tinh thần trong bối cảnh phát triển mới. Giá trị văn hóa không chỉ được thể hiện qua các di tích, lễ hội, nghệ thuật truyền thống hay nghề thủ công mà còn bao gồm tri thức truyền thống địa phương, văn hóa ẩm thực, tín ngưỡng, lối sống và không gian văn hóa của cộng đồng.

Đối với ngành du lịch, giá trị văn hóa vừa là nguồn tài nguyên đặc thù, vừa là yếu tố tạo nên bản sắc và lợi thế cạnh tranh của điểm đến. Khi được bảo tồn và khai thác hợp lý, các giá trị văn hóa có thể chuyển hóa thành các sản phẩm du lịch đặc trưng, góp phần nâng cao trải nghiệm của du khách, gia tăng giá trị kinh tế và tạo sinh kế cho cộng đồng địa phương.

Theo UN Tourism, du lịch bền vững là quá trình phát triển đáp ứng nhu cầu của du khách và cộng đồng hiện tại, đồng thời bảo đảm khả năng duy trì các nguồn lực tự nhiên, văn hóa và xã hội cho các thế hệ tương lai. Cách tiếp cận này nhấn mạnh sự cân bằng giữa ba trụ cột: hiệu quả kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường; trong đó bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa được xem là điều kiện quan trọng bảo đảm tính bền vững của điểm đến.

Mối quan hệ giữa giá trị văn hóa và phát triển du

lịch mang tính tương hỗ. Một mặt, văn hóa tạo nên sức hấp dẫn, bản sắc và khả năng khác biệt hóa sản phẩm du lịch; mặt khác, nếu được quản lý hiệu quả, hoạt động du lịch sẽ tạo thêm nguồn lực cho bảo tồn di sản, khuyến khích cộng đồng duy trì các giá trị truyền thống và phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Ngược lại, việc khai thác thiếu kiểm soát hoặc thương mại hóa quá mức có thể làm suy giảm tính nguyên gốc của di sản và ảnh hưởng đến tính bền vững của phát triển du lịch. Vì vậy, phát triển du lịch cần đặt bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống vào vị trí trung tâm của quá trình hoạch định chính sách và quản trị điểm đến.

Nghị quyết số 33-NQ/TW xác định văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, vừa là mục tiêu, vừa là động lực của phát triển bền vững; Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị khẳng định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trên cơ sở khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa dân tộc, gắn với bảo tồn di sản và bảo vệ môi trường. Văn kiện Đại hội XIV của Đảng tiếp tục nhấn mạnh yêu cầu phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam và khai thác hiệu quả các nguồn lực văn hóa phục vụ phát triển đất nước trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở kết hợp các phương pháp nghiên cứu định tính nhằm phân tích vai trò của giá trị văn hóa đối với phát triển du lịch bền vững của tỉnh An Giang trong bối cảnh hội nhập.

Trước hết, phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu được sử dụng để hệ thống hóa các quan điểm lý luận về văn hóa, giá trị văn hóa, du lịch bền vững và các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước liên quan đến phát triển văn hóa và du lịch. Nguồn dữ liệu bao gồm các văn kiện của Đảng, văn bản pháp luật, báo cáo của cơ quan quản lý nhà nước, tài liệu của UNESCO, UN Tourism và các công trình nghiên cứu đã công bố trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, phương pháp phân tích trường hợp (Case Study) được vận dụng để đánh giá hệ thống giá trị văn hóa của An Giang trong không gian phát triển mới sau sắp xếp đơn vị hành chính, tập trung vào các nhóm giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể, lễ hội truyền thống, tín ngưỡng, văn hóa đa dân tộc và các điểm đến có giá trị du lịch nổi bật.

Ngoài ra, nghiên cứu sử dụng phương pháp so sánh, đối chiếu và phân tích Logic nhằm đánh giá mối quan hệ giữa bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa với phát triển sản phẩm du lịch, xây dựng thương hiệu điểm đến và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch địa phương. Kết quả phân tích là cơ sở để đề xuất các giải pháp phát huy hiệu quả nguồn lực văn hóa phục vụ phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh hội nhập.

4. Phát huy giá trị văn hóa trong phát triển du

lịch bền vững ở An Giang

4.1. Hệ giá trị văn hóa An Giang - nền tảng của phát triển du lịch bền vững

Sau khi thực hiện sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh, An Giang được hình thành trên cơ sở mở rộng không gian phát triển, hội tụ các giá trị văn hóa đặc trưng của hai địa phương trước đây là An Giang và Kiên Giang. Không gian văn hóa mới này là sự kết hợp hài hòa giữa vùng núi, đồng bằng, sông nước và biển đảo, đồng thời là nơi cộng cư lâu đời của các dân tộc Kinh, Khmer, Chăm và Hoa. Quá trình giao lưu, tiếp biến văn hóa qua nhiều thế kỷ đã tạo nên một hệ giá trị văn hóa đa dạng, giàu bản sắc và có khả năng chuyển hóa thành nguồn lực quan trọng cho phát triển du lịch bền vững.

Trước hết, hệ thống di sản văn hóa và lịch sử tạo nên chiều sâu và bản sắc của điểm đến. Trên địa bàn tỉnh hiện có nhiều di tích lịch sử, văn hóa, khảo cổ và kiến trúc nghệ thuật có giá trị, nổi bật là Di tích quốc gia đặc biệt Ốc Eo - Ba Thê cùng hệ thống đình, chùa, miếu, đền, các di tích cách mạng và nhiều di sản văn hóa phi vật thể được lưu truyền qua nhiều thế hệ. Những di sản này phản ánh quá trình hình thành và phát triển lâu dài của vùng đất Tây Nam Bộ, đồng thời tạo nền tảng để phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa, du lịch lịch sử, du lịch giáo dục và nghiên cứu, góp phần gia tăng giá trị trải nghiệm của du khách.

Một đặc trưng nổi bật khác là sự đa dạng văn hóa tộc người. Sự cộng cư của các dân tộc Kinh, Khmer, Chăm và Hoa đã hình thành không gian văn hóa đa sắc thái, thể hiện qua ngôn ngữ, trang phục, kiến trúc, tín ngưỡng, lễ hội, nghệ thuật trình diễn dân gian, nghề thủ công truyền thống và văn hóa ẩm thực. Chính sự đa dạng này tạo nên tính khác biệt của điểm đến, mở ra khả năng phát triển các loại hình du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm văn hóa, du lịch khám phá đời sống địa phương và các chương trình giao lưu văn hóa, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách trong nước và quốc tế.

Bên cạnh đó, hệ thống tín ngưỡng là một thành tố quan trọng trong cấu trúc văn hóa của An Giang. Trên địa bàn tỉnh hiện diện nhiều tín ngưỡng cùng tồn tại, phát triển trong tinh thần đoàn kết và tôn trọng sự đa dạng văn hóa. Hệ thống cơ sở thờ tự, các lễ hội truyền thống và sinh hoạt tín ngưỡng không chỉ phản ánh đời sống tinh thần phong phú của cư dân mà còn tạo nên những sản phẩm du lịch văn hóa truyền thống đặc sắc, có sức hấp dẫn lớn đối với du khách. Đây cũng là một trong những yếu tố góp phần xây dựng hình ảnh An Giang như một điểm đến giàu bản sắc văn hóa và giá trị nhân văn.

Giá trị văn hóa của An Giang còn được thể hiện thông qua sự gắn kết chặt chẽ giữa văn hóa và cảnh quan tự nhiên. Không gian văn hóa của tỉnh được hình thành trên nền tảng hệ sinh thái đa dạng gồm

vùng Bảy Núi, đồng bằng châu thổ, hệ thống sông ngòi, rừng ngập nước và vùng biển, đảo phía Tây Nam. Trong quá trình cư trú và khai thác tự nhiên, cư dân địa phương đã hình thành nhiều tri thức truyền thống địa phương, tập quán sản xuất và phương thức ứng xử với môi trường, tạo nên bản sắc riêng của từng vùng. Sự kết hợp giữa tài nguyên thiên nhiên và giá trị văn hóa không chỉ nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến mà còn tạo điều kiện phát triển đồng thời nhiều loại hình du lịch như du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng và du lịch biển đảo theo hướng bền vững.

Trong bối cảnh phát triển hiện nay, các giá trị văn hóa đương đại cũng đang trở thành nguồn lực quan trọng thúc đẩy ngành du lịch. Văn hóa ẩm thực, các làng nghề truyền thống, sản phẩm OCOP, nghệ thuật dân gian, hoạt động văn hóa cộng đồng và các sự kiện lễ hội được khai thác ngày càng hiệu quả để hình thành các sản phẩm du lịch có giá trị gia tăng cao. Đồng thời, quá trình chuyển đổi số đang tạo điều kiện quảng bá rộng rãi các giá trị văn hóa thông qua nền tảng số, truyền thông đa phương tiện và các ứng dụng du lịch thông minh, góp phần mở rộng thị trường, nâng cao khả năng tiếp cận của du khách và từng bước xây dựng thương hiệu du lịch An Giang trên phạm vi quốc gia và quốc tế.

Nhìn tổng thể, hệ giá trị văn hóa của An Giang không chỉ là kết quả của quá trình lịch sử lâu dài mà còn là nguồn lực nội sinh có ý nghĩa chiến lược đối với phát triển du lịch bền vững. Sự kết hợp giữa di sản văn hóa, đa dạng tộc người, tín ngưỡng, cảnh quan tự nhiên và các giá trị văn hóa đương đại đã tạo nên lợi thế cạnh tranh khác biệt của địa phương. Nếu được bảo tồn, quản lý và khai thác theo hướng bền vững, hệ giá trị này sẽ trở thành nền tảng quan trọng để xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng, nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách, gia tăng giá trị kinh tế của ngành du lịch, đồng thời góp phần gìn giữ bản sắc văn hóa và thực hiện mục tiêu phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

4.2. Thực trạng phát huy giá trị văn hóa An Giang trong phát triển du lịch bền vững

Sau khi thực hiện sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh, An Giang hình thành một không gian phát triển mới trên cơ sở kết nối các hệ sinh thái núi, đồng bằng, sông nước và biển đảo. Sự mở rộng không gian địa lý đồng thời tạo điều kiện tích hợp các nguồn lực văn hóa vốn phân tán trước đây, hình thành lợi thế mới trong phát triển du lịch theo hướng đa dạng hóa sản phẩm và tăng cường liên kết vùng. Trên nền tảng đó, ngành du lịch của tỉnh đã có bước phát triển tích cực. Năm 2025, An Giang đón hơn 24,1 triệu lượt khách, trong đó có khoảng 1,9 triệu lượt khách quốc tế; tổng thu từ hoạt động du lịch đạt gần 68.000 tỷ đồng, vượt các chỉ tiêu kế hoạch đề ra. Những kết quả này cho thấy việc khai thác các giá trị văn hóa đã từng bước trở thành động lực quan

trọng thúc đẩy tăng trưởng của ngành du lịch.

Trước hết, hệ giá trị văn hóa phong phú đã được chuyển hóa thành nhiều nhóm sản phẩm du lịch đặc trưng. Các di sản văn hóa lịch sử, tín ngưỡng và khảo cổ, tiêu biểu như Khu di tích quốc gia đặc biệt Óc Eo - Ba Thê, Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ Núi Sam, hệ thống chùa Khmer, thánh đường Hồi giáo của cộng đồng Chăm cùng nhiều lễ hội, làng nghề và không gian văn hóa truyền thống đã tạo nên tầng đế phát triển các loại hình du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng và du lịch trải nghiệm. Đồng thời, sự kết hợp giữa các giá trị văn hóa với cảnh quan tự nhiên của vùng Bảy Núi, hệ sinh thái ngập nước, biển đảo và các đô thị ven biển đã góp phần hình thành chuỗi sản phẩm du lịch tổng hợp, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách.

Bên cạnh việc đa dạng hóa sản phẩm, việc khai thác các giá trị văn hóa còn góp phần nâng cao sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của điểm đến. Nếu trước đây An Giang và Kiên Giang chủ yếu được biết đến với những sản phẩm du lịch mang tính đơn lẻ như du lịch biển đảo hoặc sinh thái, thì trong không gian phát triển mới, tỉnh đã có điều kiện xây dựng hình ảnh một điểm đến tổng hợp, hội tụ nhiều giá trị văn hóa đặc sắc của vùng Tây Nam Bộ. Sự kết nối giữa các trung tâm du lịch như Châu Đốc, Long Xuyên, Hà Tiên, Phú Quốc cùng hệ thống các tuyến du lịch văn hóa, sinh thái và biển đảo đã mở rộng không gian trải nghiệm, góp phần kéo dài thời gian lưu trú, tăng mức chi tiêu của khách và từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh của du lịch An Giang trên thị trường trong nước và quốc tế.

Quá trình phát huy các giá trị văn hóa cũng tạo ra những tác động tích cực đối với phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Nhiều lễ hội truyền thống, nghề thủ công, hoạt động văn hóa cộng đồng được phục hồi và khai thác gắn với hoạt động du lịch; các sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề, ẩm thực địa phương và dịch vụ lưu trú có thêm cơ hội mở rộng thị trường. Sự tham gia ngày càng tích cực của cộng đồng vào chuỗi giá trị du lịch không chỉ tạo việc làm, nâng cao thu nhập mà còn góp phần nâng cao nhận thức của người dân về bảo tồn di sản, gìn giữ bản sắc văn hóa và khai thác các giá trị văn hóa theo hướng bền vững. Đây là biểu hiện rõ nét của việc chuyển hóa nguồn lực văn hóa thành nguồn lực phát triển kinh tế trên cơ sở phát huy vai trò chủ thể của cộng đồng.

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, việc phát huy giá trị văn hóa trong phát triển du lịch của An Giang vẫn còn một số hạn chế. Trước hết, mối liên kết giữa bảo tồn di sản và khai thác du lịch ở nhiều địa phương chưa thực sự chặt chẽ; không ít giá trị văn hóa mới dừng ở hoạt động giới thiệu hoặc phục vụ lễ hội, chưa được đầu tư để phát triển thành các sản phẩm du lịch có giá trị gia tăng cao. Việc nghiên cứu, sáng tạo sản phẩm mới trên nền tảng văn hóa

truyền thống địa phương còn hạn chế, dẫn đến hiện tượng trùng lặp về nội dung và thiếu tính khác biệt giữa các điểm đến.

Bên cạnh đó, lợi thế của không gian phát triển mới sau sáp nhập chưa được khai thác đồng bộ. Hệ thống tuyến, điểm và chuỗi sản phẩm liên kết giữa vùng núi, đồng bằng, sông nước và biển đảo vẫn đang trong quá trình hoàn thiện; sự phối hợp giữa các địa phương và các doanh nghiệp du lịch còn chưa chặt chẽ. Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch chủ yếu vẫn theo từng địa bàn hoặc từng sản phẩm riêng lẻ, trong khi việc xây dựng thương hiệu du lịch chung của tỉnh mới chưa thật sự rõ nét.

Một hạn chế khác là quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa và du lịch còn diễn ra chậm so với yêu cầu phát triển. Việc số hóa di sản, xây dựng cơ sở dữ liệu văn hóa, phát triển bảo tàng số, bản đồ số hay ứng dụng các nền tảng số trong quảng bá và kết nối du khách vẫn chưa được triển khai đồng bộ. Điều này làm giảm khả năng tiếp cận thị trường quốc tế, đồng thời chưa khai thác hiệu quả tiềm năng của kinh tế số trong phát triển du lịch văn hóa.

Nhìn tổng thể, hệ giá trị văn hóa của An Giang đã và đang trở thành nền tảng quan trọng cho phát triển du lịch bền vững, góp phần đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến và tạo động lực phát triển kinh tế địa phương. Tuy nhiên, khoảng cách giữa tiềm năng văn hóa và hiệu quả khai thác vẫn còn khá lớn. Trong giai đoạn tới, cần chuyển mạnh từ tư duy khai thác tài nguyên văn hóa sang phát triển dựa trên giá trị văn hóa, lấy bảo tồn làm nền tảng, cộng đồng làm chủ thể, chuyển đổi số và liên kết không gian phát triển làm động lực nhằm nâng cao chất lượng, năng lực cạnh tranh và tính bền vững của ngành du lịch An Giang trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

4.3. Những vấn đề đặt ra đối với việc phát huy giá trị văn hóa An Giang trong phát triển du lịch bền vững

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, chuyển đổi số và sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến, việc phát huy các giá trị văn hóa phục vụ phát triển du lịch của An Giang đang đứng trước nhiều cơ hội nhưng đồng thời cũng đối mặt với không ít thách thức. Những vấn đề này không chỉ liên quan đến công tác bảo tồn di sản mà còn tác động trực tiếp đến năng lực cạnh tranh và tính bền vững của ngành du lịch trong giai đoạn phát triển mới.

Thứ nhất, bài toán cân bằng giữa bảo tồn và khai thác các giá trị văn hóa ngày càng trở nên phức tạp. Sự gia tăng nhanh của hoạt động du lịch tạo điều kiện huy động nguồn lực xã hội cho công tác bảo tồn di sản, song cũng làm gia tăng nguy cơ thương mại hóa, sản xuất hàng loạt hoặc khai thác quá mức các giá trị văn hóa truyền thống. Đối với các lễ hội, di tích lịch sử, không gian văn hóa cộng đồng và di sản văn hóa phi vật thể, nếu thiếu cơ chế quản lý

và kiểm soát phù hợp, mục tiêu tăng trưởng kinh tế ngắn hạn có thể làm suy giảm tính nguyên gốc, tính xác thực và giá trị lâu dài của di sản, ảnh hưởng trực tiếp đến sức hấp dẫn của điểm đến.

Thứ hai, yêu cầu xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa có tính đặc trưng và giá trị gia tăng cao vẫn là thách thức lớn. Mặc dù An Giang sở hữu hệ giá trị văn hóa đa dạng sau khi mở rộng không gian phát triển, việc chuyển hóa các nguồn tài nguyên văn hóa thành các sản phẩm du lịch mang thương hiệu riêng còn chưa tương xứng với tiềm năng. Nhiều sản phẩm hiện nay vẫn thiên về khai thác từng điểm đến riêng lẻ, thiếu sự kết nối theo chủ đề, thiếu chiều sâu trải nghiệm và chưa phản ánh đầy đủ bản sắc văn hóa của toàn tỉnh. Điều này làm giảm khả năng cạnh tranh so với các địa phương có sản phẩm du lịch văn hóa được đầu tư bài bản.

Thứ ba, chuyển đổi số đang đặt ra yêu cầu đổi mới toàn diện phương thức bảo tồn, quản lý và quảng bá các giá trị văn hóa. Xu hướng du lịch thông minh cùng sự phát triển của các nền tảng số đã làm thay đổi hành vi của du khách trong việc tiếp cận thông tin, lựa chọn điểm đến và chia sẻ trải nghiệm. Trong khi đó, việc số hóa di sản, xây dựng cơ sở dữ liệu văn hóa dùng chung, phát triển các nền tảng quảng bá hiện đại và ứng dụng công nghệ trong quản trị điểm đến của An Giang vẫn chưa được triển khai đồng bộ. Nếu không tận dụng hiệu quả các thành tựu của chuyển đổi số, lợi thế về tài nguyên văn hóa sẽ khó được chuyển hóa thành lợi thế cạnh tranh trong môi trường du lịch hiện đại.

Thứ tư, vai trò của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch vẫn chưa được phát huy đầy đủ. Cộng đồng không chỉ là chủ thể sáng tạo, lưu giữ và trao truyền các giá trị văn hóa mà còn là lực lượng trực tiếp tạo nên chất lượng trải nghiệm của du khách. Tuy nhiên, ở nhiều địa bàn, mức độ tham gia của người dân vào chuỗi giá trị du lịch còn hạn chế; năng lực tổ chức dịch vụ, quản trị du lịch, xây dựng sản phẩm và khai thác các giá trị văn hóa phục vụ phát triển kinh tế còn nhiều bất cập. Điều này ảnh hưởng đến tính bao trùm của phát triển du lịch cũng như khả năng tạo sinh kế bền vững từ nguồn lực văn hóa.

Thứ năm, yêu cầu liên kết không gian phát triển sau sáp xếp đơn vị hành chính đặt ra những nhiệm vụ mới trong quản trị du lịch. Không gian phát triển mới đã mở ra cơ hội kết nối các trung tâm du lịch văn hóa, sinh thái, biển đảo và nghỉ dưỡng thành một chỉnh thể thống nhất. Tuy nhiên, việc xây dựng quy hoạch tổng thể, hình thành các tuyến du lịch liên vùng, phát triển chuỗi sản phẩm và thiết lập cơ chế phối hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng vẫn đang trong quá trình hoàn thiện. Nếu thiếu sự điều phối thống nhất, lợi thế về quy mô và sự đa dạng văn hóa của tỉnh sẽ khó phát huy hiệu quả.

Nhìn tổng thể, những vấn đề trên cho thấy phát huy giá trị văn hóa trong phát triển du lịch bền vững không còn là nhiệm vụ riêng của ngành văn hóa hay ngành du lịch mà đòi hỏi cách tiếp cận liên ngành, gắn kết chặt chẽ với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, bảo tồn di sản, chuyển đổi số, phát triển nguồn nhân lực và tăng cường liên kết vùng. Đây cũng là cơ sở thực tiễn để xây dựng các giải pháp mang tính hệ thống nhằm nâng cao hiệu quả khai thác nguồn lực văn hóa và phát triển thương hiệu du lịch An Giang trong bối cảnh hội nhập.

4.4. Giải pháp phát huy giá trị văn hóa An Giang phục vụ phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh hội nhập

Để phát huy hiệu quả hệ giá trị văn hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch và đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập, An Giang cần triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp theo hướng lấy văn hóa làm nền tảng, cộng đồng làm chủ thể, chuyển đổi số làm động lực và liên kết phát triển làm phương thức tổ chức thực hiện.

Một là, hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển du lịch dựa trên nền tảng phát huy giá trị văn hóa. Tỉnh cần tiếp tục cụ thể hóa các chủ trương của Đảng và chính sách của Nhà nước về phát triển văn hóa và du lịch phù hợp với điều kiện thực tiễn; đồng thời tích hợp mục tiêu bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa trong quy hoạch phát triển du lịch. Việc xây dựng các chương trình, dự án và sản phẩm du lịch cần quán triệt nguyên tắc phát triển hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế, bảo tồn bản sắc văn hóa, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống của cộng đồng địa phương.

Hai là, nâng cao hiệu quả bảo tồn và phát huy các giá trị di sản gắn với phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng. Công tác bảo tồn cần được thực hiện đồng bộ đối với cả di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, ưu tiên gìn giữ tính nguyên gốc và giá trị lịch sử của di sản. Trên cơ sở đó, cần đẩy mạnh phát triển các sản phẩm du lịch có chiều sâu văn hóa, khai thác hiệu quả các giá trị của văn hóa Óc Eo, văn hóa tín ngưỡng - tôn giáo, văn hóa đa dân tộc, văn hóa biển đảo, văn hóa sinh thái và văn hóa ẩm thực; đồng thời hình thành các tuyến và chuỗi sản phẩm liên kết trong toàn tỉnh nhằm tạo nên bản sắc riêng cho thương hiệu du lịch An Giang.

Ba là, thúc đẩy chuyển đổi số trong bảo tồn, quản lý và quảng bá các giá trị văn hóa. Đây là giải pháp có ý nghĩa chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả quản trị và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường. Tỉnh cần xây dựng cơ sở dữ liệu số thống nhất về di sản văn hóa và tài nguyên du lịch; đẩy mạnh số hóa hiện vật, tư liệu và các di sản di sản; ứng dụng công nghệ số trong quản lý điểm đến và phát triển các nền tảng truyền thông hiện đại. Đồng thời, cần khai thác hiệu quả trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, thực tế ảo và các công nghệ số mới nhằm nâng cao trải nghiệm của du

khách, tăng cường quảng bá hình ảnh điểm đến và mở rộng thị trường khách quốc tế.

Bốn là, phát huy vai trò trung tâm của cộng đồng trong bảo tồn và khai thác các giá trị văn hóa. Người dân cần được tạo điều kiện tham gia sâu hơn vào toàn bộ chuỗi giá trị du lịch, từ bảo tồn di sản, phát triển sản phẩm văn hóa, tổ chức dịch vụ đến quảng bá hình ảnh địa phương. Song song với đó, cần tăng cường đào tạo nguồn nhân lực về kỹ năng nghề du lịch, quản trị điểm đến, chuyển đổi số và kinh doanh dịch vụ để cộng đồng vừa là chủ thể gìn giữ di sản, vừa là đối tượng trực tiếp hưởng lợi từ phát triển du lịch bền vững.

Năm là, tăng cường liên kết phát triển và xây dựng thương hiệu du lịch An Giang trên nền tảng giá trị văn hóa. Trên cơ sở không gian phát triển mới, tỉnh cần xây dựng chiến lược thương hiệu du lịch thống nhất, phản ánh đầy đủ sự đa dạng và bản sắc văn hóa của toàn tỉnh; đồng thời phát triển các tuyến du lịch liên kết giữa vùng núi, đồng bằng, sông nước và biển đảo. Cùng với đó, cần mở rộng hợp tác với các địa phương trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long, Thành phố Hồ Chí Minh và các trung tâm du lịch lớn; tăng cường hợp tác công - tư, huy động doanh nghiệp và các tổ chức trong và ngoài nước tham gia đầu tư, quảng bá và phát triển các chuỗi sản phẩm du lịch văn hóa có khả năng cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế.

Việc triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp trên sẽ góp phần chuyển hóa hiệu quả nguồn lực văn hóa thành động lực phát triển kinh tế, đồng thời bảo đảm hài hòa giữa bảo tồn di sản, phát triển cộng đồng và nâng cao chất lượng tăng trưởng của ngành du lịch. Đây cũng là nền tảng quan trọng để xây dựng An Giang trở thành điểm đến văn hóa đặc sắc, có sức cạnh tranh cao và phát triển bền vững trong tiến trình hội nhập quốc tế.

5. Kết luận

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và phát triển bền vững, văn hóa ngày càng được khẳng định là nguồn lực nội sinh và sức mạnh mềm quan trọng, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các địa phương. Trên cơ sở phân tích lý luận và thực tiễn, nghiên cứu đã làm rõ vai trò của hệ giá trị văn hóa An Giang trong không gian phát triển mới sau sắp xếp đơn vị hành chính, đồng thời khẳng định đây là nền tảng quan trọng để phát triển du lịch theo hướng bền vững.

Kết quả nghiên cứu cho thấy An Giang sở hữu hệ giá trị văn hóa phong phú, được hình thành từ sự giao thoa giữa các giá trị lịch sử, khảo cổ, văn hóa đa tộc người, tín ngưỡng, văn hóa sinh thái, biển đảo và văn hóa ẩm thực. Không gian văn hóa đa dạng này tạo điều kiện thuận lợi để phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, tăng cường liên kết giữa các vùng, mở rộng thị trường khách và từng bước xây dựng thương hiệu điểm đến có bản sắc riêng

trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long cũng như trên phạm vi cả nước.

Tuy nhiên, để các giá trị văn hóa thực sự trở thành động lực phát triển, An Giang cần tiếp tục đổi mới phương thức quản lý và khai thác theo hướng gắn kết chặt chẽ giữa bảo tồn di sản với phát triển du lịch; đẩy mạnh chuyển đổi số trong quản trị và quảng bá điểm đến; phát huy vai trò chủ thể của cộng đồng; đồng thời tăng cường liên kết vùng và hợp tác giữa Nhà nước, doanh nghiệp và người dân nhằm hình thành chuỗi giá trị du lịch văn hóa có tính cạnh tranh và phát triển lâu dài.

Về phương diện khoa học, bài viết góp phần bổ sung cơ sở lý luận khi tiếp cận giá trị văn hóa như một nguồn lực phát triển, không chỉ là đối tượng bảo tồn, mà còn là yếu tố tạo lập lợi thế cạnh tranh và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến trong điều kiện hội nhập. Về phương diện thực tiễn, các kết quả nghiên cứu và nhóm giải pháp đề xuất có thể là cơ sở tham khảo cho quá trình hoạch định chính sách phát triển du lịch, quản lý di sản văn hóa và xây dựng thương hiệu du lịch văn hóa của tỉnh An Giang trong giai đoạn mới.

Tài liệu tham khảo

- An Giang Provincial People's Committee. (2023). *An Giang Provincial Planning for the 2021–2030 period, with a vision to 2050 (Decision No. 1369/QĐ-TTg)*. <https://angiang.gov.vn>
- Ashley, C., & Roe, D. (2002). *Making tourism work for the poor: Strategies and challenges in southern Africa*. Development Southern Africa, 19(1), 61–82. DOI: <https://doi.org/10.1080/03768350220123827>
- Bộ Chính trị. (2022). *Nghị quyết số 06-NQ/TW ngày 24/01/2022 về quy hoạch, xây dựng, quản lý và phát triển bền vững đô thị Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*. <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn>
- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2021). *Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030 (Quyết định số 1909/QĐ-TTg)*. <https://bvhttdl.gov.vn>
- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2023). *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2023*. <https://bvhttdl.gov.vn>
- Brundtland, G. H. (Ed.). (1987). *Our common future*. World Commission on Environment and Development. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Đảng Cộng sản Việt Nam. (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII (Tập I)*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật. <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn>
- Đảng Cộng sản Việt Nam. (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII (Tập II)*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật. <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn>
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63–74. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.002>
- European Commission. (2010). *Europe, the world's No. 1 tourist destination: A new political framework for tourism in Europe*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352>
- Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism* (5th ed.). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429318438>
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682–708. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00094-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00094-8)
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2nd ed.). Pearson Education.
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (Eds.). (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203877748>
- Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. (2021). *Giáo trình Trung cấp lý luận chính trị: Nội dung cơ bản của tư tưởng Hồ Chí Minh*. Nhà xuất bản Lý luận Chính trị.
- Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. (2021). *Giáo trình Trung cấp lý luận chính trị: Thực tiễn và kinh nghiệm xây dựng, phát triển tỉnh An Giang*. Nhà xuất bản Lý luận Chính trị.
- ICOMOS. (1999). *International Cultural Tourism Charter: Managing tourism at places of heritage significance*. https://www.icomos.org/charters/tourism_e.pdf
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold. <https://archive.org/details/>

- tourismplanningi0000insk
- Košćak, M., & O'Rourke, T. (Eds.). (2021). *The responsible and sustainable tourism handbook: Integrating sustainability into tourism*. Goodfellow Publishers. DOI: <https://doi.org/10.23912/9781911635354-5478>
- Lane, B. (2009). Rural tourism: An overview. In T. Jamal & M. Robinson (Eds.), *The SAGE handbook of tourism studies* (pp. 354–370). SAGE Publications. DOI: <https://doi.org/10.4135/9780857021078.n20>
- McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Haworth Hospitality Press.
- Nguyễn Văn Huy. (2018). *Văn hóa vùng Tây Nam Bộ*. Nhà xuất bản Khoa học Xã hội.
- OECD. (2020). *OECD tourism trends and policies 2020*. OECD Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
- OECD. (2023). *OECD tourism trends and policies 2022*. OECD Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1787/ae4a8929-en>
- Phan, V. K., & Võ, T. P. (2013). *Lịch sử địa phương An Giang*. Nhà xuất bản Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh.
- Quốc hội. (2017). *Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ngày 19 tháng 6 năm 2017*. <https://vanban.chinhphu.vn>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Edward Elgar Publishing. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781789903524>
- Robinson, M., & Picard, D. (Eds.). (2006). *Tourism, culture and sustainable development*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151299>
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>
- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies* (2nd ed.). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203878035>
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Channel View Publications. DOI: <https://doi.org/10.21832/9781845411802>
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Pearson Education.
- UNDP. (2022). *Human Development Report 2021/2022: Uncertain times, unsettled lives – Shaping our future in a transforming world*. <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22>
- UNESCO. (1972). *Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- UN Tourism. (2024). *Tourism and the Sustainable Development Goals*. <https://www.unwto.org/tourism-and-sdgs>
- World Bank. (2023). *World Development Indicators*. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

PHÁT HUY GIÁ TRỊ VĂN HÓA TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG Ở AN GIANG TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

Phạm Thị Ngọc Hân

Khoa lý luận cơ sở, Trường Chính trị Tôn Đức Thắng

Email: ngochantctag8625@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0007-7043-0195>

Lịch sử bài báo

Ngày nhận bài: 24/5/2026

Ngày phản biện: 25/6/2026

Ngày tác giả sửa: 25/7/2026

Ngày duyệt đăng: 27/7/2026

Ngày phát hành: 30/9/2026

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.e2026.v2.i7.a106>

Tóm tắt:

Văn hóa ngày càng được xem là nguồn lực nội sinh quan trọng trong phát triển du lịch bền vững, góp phần nâng cao sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của điểm đến. Trên cơ sở phân tích tài liệu và tổng hợp các nguồn dữ liệu thứ cấp, bài viết đánh giá vai trò của hệ giá trị văn hóa trong phát triển du lịch tỉnh An Giang trong bối cảnh hội nhập và không gian phát triển mới sau sắp xếp đơn vị hành chính. Kết quả nghiên cứu cho thấy An Giang sở hữu nguồn tài nguyên văn hóa phong phú với sự giao thoa của nhiều cộng đồng dân tộc, tôn giáo và di sản lịch sử, tạo lợi thế để phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng. Tuy nhiên, việc khai thác các giá trị văn hóa còn gặp những hạn chế về liên kết vùng, đa dạng hóa sản phẩm, chuyển đổi số và quảng bá du lịch điểm đến. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống gắn với đổi mới sản phẩm, tăng cường liên kết, ứng dụng công nghệ số và xây dựng thương hiệu du lịch, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch bền vững ở An Giang trong bối cảnh hội nhập.

Từ khóa: Giá trị văn hóa; Du lịch bền vững; Phát triển du lịch; An Giang; Hội nhập.

OECD FOS: 5.09.04; 6.04.03; 6.04.05

JEL: Z32; Z10; Q01; R58

SDGs: 8.9; 11.4; 12.B; 17