

SẢN PHẨM DU LỊCH VĂN HÓA VÀ VĂN HÓA QUẢN LÝ DU LỊCH Ở VIỆT NAM

ThS. Trịnh Lê Anh

Tóm tắt: Khái niệm sản phẩm du lịch đã được định nghĩa khá rõ trong chuyên môn du lịch học và giới thực hành du lịch, nhưng khái niệm sản phẩm du lịch văn hóa còn được hiểu khá mơ hồ ở cả những người nghiên cứu và thực hành du lịch. Hiểu biết sâu sắc nội hàm của khái niệm này giúp ích cho việc quản lý đối tượng của hai lĩnh vực liên quan hữu cơ: kinh tế du lịch và kinh tế học văn hóa.

Khái niệm văn hóa quản lý được đặt ra đối với một ngành dịch vụ mũi nhọn, liên tục tăng trưởng và thay đổi một cách linh hoạt, thiếu bền vững - du lịch, là một nhu cầu hiểu biết chính đáng nhằm cải thiện ở vĩ mô và trung mô cho đến cấp doanh nghiệp trong việc thực hành du lịch.

Bài viết làm rõ hai khái niệm nêu trên và mối quan hệ giữa chúng từ tiếp cận lý thuyết và thực tiễn.

Từ khóa: Sản phẩm du lịch, sản phẩm du lịch văn hóa, văn hóa du lịch, văn hóa quản lý du lịch.