

Định hướng xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, tạo điểm đến cho thương hiệu du lịch An Giang

ThS. Nguyễn Hoàng Anh Tuấn*

*Khoa Truyền thông sáng tạo, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Email: nhatuan@ntt.edu.vn

Tóm tắt

An Giang là vùng đồng bằng rộng lớn, nhiều sông rạch, đồi núi với hệ rừng sinh thái, môi trường phong phú, đa dạng; có hệ thống đường bộ và đường thủy thông thương với các tỉnh Nam Bộ; có biên giới và nhiều cửa khẩu thuận lợi phát triển du lịch xanh, gắn hoạt động du lịch với giữ gìn bản sắc văn hóa, phát huy các giá trị tài nguyên và bảo vệ môi trường. Định hướng phát triển của du lịch An Giang đó là xây dựng trở thành điểm đến hấp dẫn, tạo sự khác biệt, có uy tín và sức cạnh tranh cao trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) và cả nước. Phần đầu đưa An Giang vào vùng trọng điểm du lịch quốc gia, xây dựng và hình thành thương hiệu du lịch trên cơ sở bảo vệ và sử dụng hợp lý, tiết kiệm tối đa tài nguyên du lịch, bảo vệ tốt nhất môi trường, đảm bảo phát triển lâu dài và bền vững.

Nhận 21/05/2025

Được duyệt 08/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Du lịch đặc thù, thương hiệu điểm đến, sản phẩm du lịch bền vững, An Giang, bản sắc văn hóa.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Thời gian qua, An Giang rất quan tâm và thực hiện tốt công tác bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa - lịch sử; tập trung đổi mới nhiều loại hình dịch vụ; nâng cấp hạ tầng giao thông, nhất là hệ thống giao thông kết nối vùng, khu điểm, tuyến du lịch... nhằm hướng đến việc cải thiện chất lượng dịch vụ phụ trợ, cung ứng các sản phẩm du lịch ngày một tốt hơn.

Năm 2024, địa phương đón khoảng 9,1 triệu lượt khách; trong đó, khách quốc tế ước đạt 25.000 lượt, tăng 14% so với cùng kỳ năm 2023; doanh thu từ hoạt động du lịch ước đạt 10.250 tỷ đồng [1]. Có được kết quả này là thành công lớn của địa phương khi nhiều địa phương trong khu vực đều đặt nhiệm vụ đưa ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, việc chọn ra lối đi riêng là yêu cầu bức thiết.

Ngoài ra, có một thực trạng đang đặt ra đối với các tỉnh khu vực ĐBSCL đó là, điều kiện tự nhiên rất giống nhau, môi trường sinh thái không có nhiều khác biệt nên việc phát triển sản phẩm du lịch chưa tạo được dấu ấn riêng. Không có những sản phẩm du lịch đặc thù nên chưa thu hút du khách gần xa, dẫn đến việc “giữ chân” và “kéo” khách quay trở lại là điều rất khó. Do vậy, việc phát triển du lịch đặc thù nhằm tạo ra giá trị riêng biệt, để khi nói đến An Giang là du khách biết ngay cần phải khám phá những điểm du lịch nào, ăn những món gì, hay nghỉ dưỡng tại đâu.

An Giang sở hữu nhiều thế mạnh và tiềm năng để phát triển du lịch đặc thù và tạo ra sản phẩm du lịch khác biệt so với các nơi khác trong vùng ĐBSCL, như: Du lịch sinh thái gắn liền với hệ rừng ngập nước Trà Sư; du lịch văn hóa - lịch sử mang di sản văn hóa Óc Eo và bản sắc 4 dân tộc (Kinh, Khmer, Chăm, Hoa), cùng du lịch tâm linh tại quần thể di tích núi Sam. Những tiềm năng này cho phép địa phương xây dựng những sản phẩm độc đáo, gắn liền với bản sắc địa phương và đáp ứng đầy đủ nhu cầu khám phá của du khách. Kế thừa những thành quả nghiên cứu trước đó, từ góc nhìn của tác giả, hy vọng có thêm những đóng góp cho ngành du lịch địa phương hoạch định chính sách; lãnh đạo và xây dựng các chiến lược phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang trở thành điểm đến thú vị của du khách gần xa.

2. Bối cảnh nghiên cứu

Nghị quyết 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị thống nhất quan điểm: “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác...” [2]. Văn kiện Đại hội Đảng bộ tỉnh An Giang lần thứ XI và Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm (giai đoạn 2020 - 2025) nêu rõ: “Phát triển ngành du lịch tỉnh thành ngành kinh tế mũi nhọn”, trong đó, phát huy thế mạnh đặc thù du lịch An Giang, phát triển đồng bộ các loại hình du lịch tâm linh - sinh thái - nghỉ dưỡng. Rà soát, lập quy hoạch đề kêu gọi đầu tư phát triển các khu, điểm có khả năng

phát triển du lịch; khai thác đặc trưng riêng của từng địa phương để phát triển du lịch, hình thành mỗi địa phương là một điểm đến [3]. Luật Du lịch nhấn mạnh: “Phát triển du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách, nâng cao chất lượng cuộc sống của cộng đồng địa phương, bảo vệ môi trường và giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc” [4].

Để tạo điều kiện cho ngành du lịch phát triển, An Giang đầu tư thêm nhiều sản phẩm du lịch mới lạ dựa trên tính đặc thù sẵn có. Trong đó, chú ý đến việc khai thác hiệu quả hơn du lịch tâm linh; du lịch sinh thái, sông nước, khám phá và trải nghiệm hay du lịch cộng đồng... Đây là những lĩnh vực mà địa phương còn nhiều dư địa để phát triển và là điều kiện thuận lợi để quy hoạch lại ngành du lịch, tạo ra sự khác biệt so với các tỉnh khu vực ĐBSCL.

* Du lịch đặc thù:

Du lịch đặc thù là sản phẩm du lịch riêng biệt, khác hẳn với những sản phẩm du lịch thông thường, nhờ vào tính khác biệt, duy nhất, đặc sắc và nổi trội. Sản phẩm du lịch đặc thù có thể có tính độc đáo, đặc sắc nhưng có thể hấp dẫn hoặc không hấp dẫn, phụ thuộc vào việc sản phẩm này có phù hợp với nhu cầu của thị trường hay không. Nếu có thể hấp dẫn được thị trường thì sản phẩm du lịch đặc thù có vai trò rất quan trọng trong việc định hướng phát triển du lịch và thu hút thị trường cũng như xây dựng thương hiệu du lịch [5, tr.157].

Sản phẩm du lịch đặc thù có 8 tiêu chí chính: 1) Được thiết kế đặc biệt tạo trải nghiệm du lịch cao, bền vững, mang tính giáo dục; 2) Mang tính đại diện bản sắc, kết nối nguồn lực địa phương; 3) Đáp ứng về yếu tố như: nguyên bản, khác biệt, đa dạng, thích nghi; 4) Đáp ứng yếu tố cốt lõi: dễ tiếp cận, có đầy đủ các hoạt động và dịch vụ phù hợp; 5) Đáp ứng nhu cầu thị trường; 6) Đáp ứng yêu cầu bền vững về kinh tế, môi trường và văn hóa xã hội; 7) Mang lại lợi ích cho địa phương; 8) Đáp ứng yêu cầu của nguồn nhân lực và phát triển nguồn nhân lực. [6]

Vai trò của Sản phẩm du lịch đặc thù là yếu tố chính trong việc xây dựng và hình thành thương hiệu của điểm đến, của địa phương. Trong trường hợp ĐBSCL, “Du lịch sông nước” là đặc sản, là thương hiệu bởi nó bao gồm những giá trị tiêu biểu nhất của “Thế giới sông nước” mà không thể có được ở bất cứ vùng miền nào trong cả nước [7; tr.6-7].

Sản phẩm du lịch đặc thù tạo ra và nâng cao năng lực cạnh tranh cho điểm đến, địa phương. Nó mặc dù không phải là yếu tố duy nhất quyết định năng lực cạnh tranh, hấp dẫn du lịch của điểm đến song có ý nghĩa quan trọng hàng đầu [8].

Các loại hình chính của du lịch đặc thù có thể kể ra, như sau: Du lịch sinh thái, khám phá, bao gồm các hoạt động, như: Đi bộ đường dài, quan sát động vật hoang dã, leo núi, dã ngoại... Tham gia loại hình này, du khách sẽ tập trung khám phá và bảo tồn thiên nhiên, nhất là tham gia vào các dự án bảo vệ môi trường. Du lịch cộng đồng, văn hóa, giúp du khách tìm hiểu phong tục, tập quán và lịch sử của một địa phương, dân tộc. Các hoạt động này bao gồm: Tham quan di sản văn hóa, tham gia lễ hội và trải nghiệm ẩm thực địa phương. Du lịch tâm linh, hướng tới những người tìm kiếm sự thanh tịnh và khám phá các giá trị tâm linh riêng có ở những vùng đất, địa phương khác nhau.

* Điểm đến du lịch

Điểm đến du lịch là khái niệm rất rộng trong hoạt động kinh doanh du lịch, có sức hấp dẫn và thu hút khách du lịch. Điểm đến du lịch dựa vào tài nguyên du lịch. tài nguyên du lịch theo nghĩa thực tế: “Tất cả các nhân tố có thể kích thích được động cơ du lịch của con người được ngành du lịch tận dụng kinh doanh để sinh ra lợi ích kinh tế và lợi ích xã hội đều gọi là tài nguyên du lịch”. Hoặc “Bất kỳ nhân tố thiên nhiên, nhân văn và xã hội có thể thu hút được khách du lịch đều gọi là tài nguyên du lịch” [9].

Thương hiệu điểm đến là quá trình áp dụng các nguyên tắc xây dựng thương hiệu cho một vị trí địa lý để quảng bá địa điểm, sản phẩm hoặc doanh nghiệp của địa phương. Phát triển thương hiệu điểm đến cũng được coi là đồng nghĩa với xây dựng hình ảnh và tái tạo hình ảnh của một điểm đến, nên việc phát triển thương hiệu điểm đến là cần thiết để thu hút sự chú ý của khách du lịch đối với điểm đến của họ [10].

Một số yếu tố cấu thành điểm đến du lịch, như: 1) Văn hóa và di sản, là những yếu tố quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu điểm đến cho ngành du lịch. Do vậy, nơi có văn hóa phong phú thường thu hút nhiều du khách, nhất là du khách nước ngoài; 2) Nghi lễ và lễ hội, các hoạt động văn hóa độc đáo sẽ tạo nên bản sắc riêng cho điểm đến; 3) Cảnh quan tự nhiên, thiên nhiên hùng vĩ, với cảnh quan đẹp, như núi non, biển cả, rừng xanh là lợi thế cực kỳ quan trọng nhưng phải biết khai thác có chọn lọc. Ngoài ra, điều kiện khí hậu thuận lợi hay thời tiết dễ chịu cũng có thể là yếu tố quan trọng dẫn đến quyết định lựa chọn điểm đến du lịch của du khách.

3. Giải quyết vấn đề

3.1. Nội dung nghiên cứu

- Xác định các loại hình và nhóm sản phẩm du lịch đặc thù đã phù hợp với điều kiện tự nhiên, văn hóa - xã hội của tỉnh An Giang so với các địa phương khác của khu vực ĐBSCL.

- Phân tích sự khác biệt và tính đặc trưng vốn có của các sản phẩm này so với sản phẩm du lịch của địa phương khác trong khu vực.

Trong khuôn khổ giới hạn, bài viết sẽ tập trung đi sâu, khai thác các vấn đề: (1) Thế mạnh và tiềm năng để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù mang tính khác biệt gắn với bản sắc địa phương; (2) Tính đặc thù và khác biệt của tài nguyên du lịch An Giang trong bối cảnh khu vực; (3) Phân tích một sản phẩm điển hình dựa trên thực tế của địa phương...

3.2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu: Tác giả sử dụng phương pháp thu thập và phân tích các tài liệu liên quan đến chiến lược phát triển du lịch quốc gia, khu vực và tỉnh An Giang; tìm hiểu các sản phẩm du lịch đặc thù, điểm đến du lịch của An Giang.

- Phương pháp nghiên cứu khảo sát thực địa: Khảo sát tại một số địa điểm du lịch, như: Núi Cấm; rừng tràm Trà Sư; làng Châm; phum, sóc của đồng bào Khmer; Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ Núi Sam... để đánh giá hiện trạng khai thác sản phẩm, chất lượng dịch vụ, tính kết nối và trải nghiệm thực tế của du khách.

- Phương pháp nghiên cứu phỏng vấn: Cán bộ quản lý ngành du lịch, doanh nghiệp kinh doanh lữ hành trên địa bàn, người dân và du khách nhằm thu thập ý kiến về tiềm năng, rào cản trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, tiềm năng điểm đến du lịch của An Giang.

4. Kết quả thảo luận

4.1. Thế mạnh và tiềm năng để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù mang tính khác biệt gắn với bản sắc địa phương

Đại hội XIII của Đảng khẳng định: “Gắn kết chặt chẽ, hài hòa giữa phát triển kinh tế với phát triển văn hóa và thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội, nâng cao đời sống nhân dân. Xây dựng, phát huy yếu tố văn hóa để thực sự là đột phá phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế. Khơi dậy tinh thần yêu nước, tính cộng đồng, ý chí tự cường, tự hào dân tộc và khát vọng vươn lên. Tăng cường công tác bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể, các di tích lịch sử văn hóa” [11]. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch An Giang, toàn tỉnh hiện có 10 bảo vật quốc gia; 8 di sản văn hóa được đưa vào danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, 2 di sản văn hóa phi vật thể được ghi danh Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại [12]. Ngoài ra, địa phương còn có nhiều Di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia, như: Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ Núi Sam; Nghi lễ vòng đời của người Chăm Islam, thị xã Tân Châu và huyện An Phú; Nghề dệt thổ cẩm của người Chăm; Tri thức và kỹ thuật viết chữ trên lá buông của đồng bào dân tộc

Khmer; Nghệ thuật trình diễn sân khấu Dì kê của người Khmer... mang đậm dấu ấn riêng biệt của vùng đất đa dân tộc, đa tôn giáo.

An Giang là địa phương có điều kiện tự nhiên tương đối khác biệt so với các tỉnh khu vực ĐBSCL khi vừa có đồng bằng, vừa có sông, vừa có núi, với dãy Thất Sơn hùng vĩ trải dài uốn khúc tạo nên cảnh quan thiên nhiên xinh đẹp, đặc trưng vốn có của vùng sông nước miền Tây, gồm: Rừng tràm Trà Sư, cù lao Ông Hổ, chợ nổi Long Xuyên, cù lao Giêng...

Đặc biệt, trên địa bàn tỉnh còn có nhiều làng nghề truyền thống trăm năm tuổi, như: Làng nghề vẽ tranh trên kiếng, làng nghề làm bánh phồng; làng nghề làm gốm Phnôm Pi...

Từ những ưu thế đó, An Giang được xác định là một trong những vùng đất giàu tiềm năng trong phát triển du lịch với những loại hình mang tính đặc thù cao. Ngoài ra, nét nổi bật trong văn hóa của người dân nơi đây đó là gần gũi với thiên nhiên, ứng xử thân thiện, tính cách chất phác, hiền hòa và hiếu khách, thể hiện rõ nét của nền văn hóa sông nước - văn minh miệt vườn...

Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm không chỉ mang lại trải nghiệm độc đáo cho du khách mà còn phản ánh văn hóa, lịch sử và thiên nhiên của một địa phương. Sản phẩm du lịch đặc thù của An Giang bao gồm nhiều yếu tố độc đáo, nổi bật và mang đậm bản sắc văn hóa địa phương. Để sản phẩm du lịch đặc thù phát triển bền vững, địa phương cần chú trọng đến việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, thiên nhiên, đồng thời cải thiện chất lượng dịch vụ và hạ tầng du lịch. Điều này không chỉ thu hút du khách mà còn góp phần nâng cao đời sống của người dân.

4.2. Tính đặc thù và khác biệt của tài nguyên du lịch An Giang trong bối cảnh khu vực

* Du lịch tâm linh:

An Giang có nhiều di tích lịch sử - văn hóa nổi tiếng, như: Miếu Bà Chúa Xứ Núi Sam - biểu tượng linh thiêng, với hàng triệu du khách đến tham quan và chiêm bái. Lăng Thoại Ngọc Hầu - nơi lưu giữ giá trị lịch sử đối bậc tiền nhân đã có công khai phá vùng đất An Giang. Đền thờ Đức Quán cơ Trần Văn Thành - gắn liền với cuộc đời và sự nghiệp của Quán cơ Trần Văn Thành cùng các nghĩa binh Gia Nghị trong cuộc khởi nghĩa chống thực dân Pháp. Hay các ngôi chùa của đạo Phật giáo Hòa Hảo, Tứ Ân Hiếu Nghĩa, Bửu Sơn Kỳ Hương - những tôn giáo nội sinh của vùng đất Tây Nam của Tổ quốc...

Kiên Giang là địa phương vừa biển, vừa núi, có cả đồng bằng và giáp với An Giang có nhiều điểm du lịch tâm linh, như: Chùa Hang hòn Phụ Tử, chùa Sắc Tứ Tam

Bảo Rạch Giá, chùa Phật Lớn Rạch Giá, đình Nguyễn Trung Trực và nhà thờ Rạch Giá. Trong đó, đình Nguyễn Trung Trực là nơi lưu giữ nhiều kỷ vật, hiện vật về thân thể, sự nghiệp, chiến công lừng lẫy của Anh hùng dân tộc Nguyễn Trung Trực.

Bạc Liêu là tỉnh giáp biển, có vị trí đặc trưng của một tỉnh vừa có biển, vừa có đồng bằng rộng lớn. Gần đây, địa phương rất quan tâm phát triển du lịch tâm linh, tham quan các ngôi chùa của đồng dân tộc thiểu số Khmer, Hoa, như: Chùa Xiêm; Chùa Ông (Quan Đế Miếu) và Chùa Bà (Địa Mẫu Cung)... Trong đó, 2 địa điểm được nhiều người biết đến đó là: Phật Bà Nam Hải - Quán Âm Phật Đài và nhà thờ Tắc Sậy.

*** Du lịch sinh thái:**

Rừng tràm Trà Sư - được xem là khu rừng tràm đẹp nhất và nổi tiếng nhất Việt Nam, có sinh cảnh tự nhiên rộng lớn với hệ động - thực vật phong phú. Núi Cẩm (Thiên Cẩm Sơn) là ngọn núi cao nhất trong dãy Thất Sơn - điểm đến lý tưởng cho các hoạt động trekking, dã ngoại, cắm trại, du lịch phượt, “săn mây”...

Tham quan làng bè tại ngã ba sông Châu Đốc là điểm đến vô cùng thú vị, với việc chiêm ngưỡng các lồng bè đa sắc màu trên ngã ba sông. Đồng thời, được trải nghiệm làm ngư dân - khi cùng người dân chăm sóc đàn cá dưới lồng bè; hay tham quan làng Chăm bằng các phương tiện thủy.

Tiền Giang là tỉnh vừa có sông, có đồng bằng và có cả biển. Tiềm năng phát triển du lịch sinh thái từ 2 nhánh sông Cửa Đại và Cửa Tiểu hợp lưu ở cửa biển Gò Công. Địa phương xây dựng và tập trung phát triển du lịch sinh thái du lịch hệ sinh thái nước ngọt, ngập mặn và ngập phèn, kết hợp tham quan vườn trái cây.

Đồng Tháp có điều kiện tự nhiên rất giống với An Giang nhưng không có núi, sở hữu hệ sinh thái đất ngập nước đặc trưng của vùng Đồng Tháp Mười. Đồng Tháp tập trung phát triển du lịch sinh thái dựa trên những cánh đồng hoa, ruộng sen, vườn cây trĩu quả... trong đó, chú trọng 2 loại hình du lịch: Lưu trú sinh thái và du lịch nông nghiệp.

*** Du lịch cộng đồng:**

An Giang tập trung phát triển du lịch cộng đồng dựa trên đời sống, tín ngưỡng, lễ hội của đồng bào các dân tộc. Đối với người Khmer, hoạt động lễ hội rất phong phú, như: Tết Chol Chnam Thmay, Lễ Sene Dolta, lễ nhập hạ, xuất hạ... Trong đó, nổi bật là Lễ hội Hội đua bò Bảy Núi được tổ chức từ cuối tháng 8 đến đầu tháng 9 (âm lịch) hàng năm. Ngoài ra, còn dựa trên kho tàng văn hóa dân gian và nghệ thuật cổ truyền phong phú, từ múa dân gian Lâm Thôn, tuồng cổ Di kê, Dù kê cho đến Chèo riêng Chà Pây, viết chữ trên lá buông... Đời sống văn hóa của

người Chăm mang đặc trưng tôn giáo lớn thông qua các lễ hội, như: Ramadal, Tết Haji, lễ Asura, lễ Tahplah, lễ Moulod... Người Chăm An Giang có nghề dệt truyền thống lâu đời nên có nhiều sản phẩm thủ công nổi tiếng, như: Vải thổ cẩm, áo choàng, xà-rông, khăn quần cổ đội đầu... góp phần tạo ra giá trị riêng.

Sóc Trăng có Lễ hội đua ghe Ngo của đồng bào dân tộc Khmer. Đây là hoạt động không thể thiếu trong Lễ hội Oóc Om Bóc truyền thống của người dân Khmer Sóc Trăng. Lễ hội này thường diễn ra vào rằm tháng 10 (âm lịch) hàng năm. Hay tham quan cụm du lịch cộng đồng thuộc huyện Cù Lao Dung gắn liền với loại hình du lịch xanh khám phá thiên nhiên với hàng ngàn vuông tôm, các di tích lịch sử...

Long An chú trọng phát triển du lịch cộng đồng dựa trên các làng nghề truyền thống, như: Dệt chiếu Nhựt Tảo, mây tre đan Bến Long, bánh tráng Nhơn Hòa, chằm nón lá An Hiệp và nhiều làng nghề khác... Đây là tiềm năng lớn, với nhiều lợi thế nhằm giữ gìn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, tạo thêm thu nhập cho người dân địa phương và thu hút du khách.

4.3. Phân tích một số sản phẩm điển hình dựa trên thực tế của địa phương

*** Du lịch tâm linh miếu Bà Chúa Xứ Núi Sam**

Nói đến vùng đất An Giang, nhiều người nghĩ ngay đến Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ Núi Sam. Lễ hội được tổ chức hàng năm từ ngày 23 đến 27/4 (âm lịch), thể hiện bản sắc và sự kế tục của người Kinh trong tiến trình giao lưu tiếp biến văn hóa với người Hoa, Chăm, Khmer.

Miếu Bà Chúa Xứ tọa lạc dưới chân núi Sam thuộc phường Núi Sam (TP. Châu Đốc). Lễ hội được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại bởi UNESCO ngày 4/12/2024 tại Cộng hòa Paraguay.

Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ núi Sam là sinh hoạt văn hóa dân gian phong phú, đóng vai trò quan trọng trong đời sống dân gian, không chỉ đối với người Kinh, Hoa, Chăm và Khmer... ở Nam Bộ; mà còn ảnh hưởng, tác động tích cực đến đời sống tinh thần của một bộ phận cư dân khắp mọi miền đất nước. Sau khi được công nhận là di sản văn hóa quốc gia và đại diện của nhân loại, ngành chuyên môn đã xây dựng lễ hội theo nghi thức truyền thống, thể hiện cam kết mạnh mẽ của Đảng, Nhà nước trong việc bảo vệ, phát huy di sản văn hóa, đưa văn hóa trở thành nguồn lực quan trọng trong sự phát triển bền vững của đất nước. Các phần lễ được tổ chức, gồm: Lễ phục hiện rước tượng Bà và lễ hội đường phố; Lễ tắm Bà; Lễ Thỉnh sắc thần; Lễ Túc yết và Xây châu; Lễ Chánh tế; Lễ Hồi sắc... Cùng với đó, các hoạt động văn hóa - văn nghệ, thể dục - thể thao, hội thi, hội diễn, triển lãm, thư pháp, ẩm thực, trưng bày... được tổ chức, nhằm

tạo sân chơi vui tươi, bổ ích cho người dân cũng như du khách thập phương [13].

Trên cung đường du lịch tâm linh của địa phương, sẽ được đến tham quan các ngôi chùa cổ kính của nhiều tôn giáo nội sinh trên địa bàn tỉnh, như: Phật giáo Hòa Hảo, Bửu Sơn Kỳ Hương, Phật hội Tứ ân Hiếu Nghĩa hay các chùa Phật giáo Nam tông của đồng bào Khmer, thánh đường và tiểu thánh đường của người Chăm...

*** Du lịch sinh thái rừng tràm Trà Sư, núi Cấm:**

Rừng tràm Trà Sư có diện tích khoảng 850 héc-ta, là nơi cư trú của 140 loại thực vật, 11 loài thú, 23 loài cá và 70 loài chim, trong đó có nhiều loài quý hiếm ghi vào “sách đỏ” Việt Nam. Nơi đây thể hiện rõ sự đa dạng sinh học với hệ sinh thái đặc trưng của rừng ngập nước. Mới đây, rừng tràm Trà Sư đón nhận 2 kỷ lục Việt Nam “Rừng tràm Trà Sư - Rừng tràm đẹp và nổi tiếng nhất ở Việt Nam để du lịch vào mùa nước nổi” và “Cầu tre trong rừng tràm dài nhất Việt Nam”.

Rừng tràm được định hướng khai thác để phát triển du lịch sinh thái, với mục tiêu vừa bảo tồn thiên nhiên, vừa tạo sinh kế cho người dân địa phương. Việc tham quan bằng xuồng ba lá hoặc tắc ráng rồi thong thả trên cây cầu tre, ngồi xuồng bơi tay ngấm chim, cò hay tản bộ giữa rừng tràm rợp bóng thật thú vị.

Nằm trên cung đường du lịch sinh thái đặc trưng vùng Bảy Núi, đó là dãy Thất Sơn hùng vĩ với những tên gọi đầy ấn tượng: Thủy Đài Sơn, Thiên Cầm Sơn (núi Cấm), Anh Vũ Sơn, Phụng Hoàng Sơn... Núi Cấm cao 716m, được mệnh danh là nóc nhà của miền Tây, trên núi có hồ Thủy Liêm và nhiều điểm tham quan chùa chiền, trong đó có tượng Phật Di Lặc cao 32m. Tượng cũng được xác lập kỷ lục Việt Nam và Châu Á là "tượng Phật Di Lặc lớn nhất trên đỉnh núi". Ngoài ra, nơi đây rất phù hợp cho các hoạt động dã ngoại, cắm trại và nghỉ dưỡng với đó là các hoạt động như: Trekking, “săn mây” vào buổi sớm mai...

Sự kết hợp hài hòa giữa việc len lỏi vào những cánh rừng ngập nước, bơi xuồng ngắm nhìn phong cảnh thiên nhiên đến các hoạt động dã ngoại, cắm trại, trekking, homestay tại “nóc nhà miền Tây” sẽ tạo điểm nhấn vô cùng thú vị. Đây thật sự là sản phẩm du lịch sinh thái đặc thù của vùng đất này so với các địa phương khác trong vùng.

*** Du lịch cộng đồng:**

An Giang là địa phương đa dân tộc, đa tôn giáo và sở hữu những giá trị văn hóa truyền thống, phong tục tập quán độc đáo, phong cảnh thiên nhiên xinh đẹp... An Giang đang tập trung phát triển du lịch cộng đồng, phát huy bản sắc văn hóa đặc sắc của đồng bào các dân tộc trên địa bàn.

Hội đua bò Bảy Núi có lẽ là một trong những điểm nhấn vô cùng thú vị khi đến với vùng đất này. Bởi lẽ, đây là lễ hội thể thao "độc nhất vô nhị" chỉ riêng có ở An Giang, thu hút rất đông du khách thập phương cùng tham dự. Đây là lễ hội truyền thống đặc sắc của đồng bào Khmer tại vùng Bảy Núi, được tổ chức vào khoảng cuối tháng 8 đến đầu tháng 9 (âm lịch) hàng năm. Lễ hội không chỉ là sự kiện thể thao mà còn là nét văn hóa độc đáo gắn liền với đời sống tinh thần và nghi lễ của đồng bào Khmer. Lễ hội đua bò thường được tổ chức cùng với Lễ Sene Dolta, một lễ hội quan trọng của đồng bào Khmer. Đến nơi đây, du khách còn được tham quan rừng thốt nốt đặc trưng, tham gia nấu đường thốt nốt hay trải nghiệm làm gôm, dệt vải với đồng bào là những trải nghiệm vô cùng thú vị.

Đến với người Chăm An Giang, sẽ được hiểu biết thêm các giá trị văn hóa truyền thống thông qua khung dệt, nhà sàn cổ, thánh đường và tiểu thánh đường; thưởng thức ẩm thực truyền thống, như: Cơm nị, tung lò mò (lạp xưởng bò), cà búa, rau luộc, cà-ri... Hay tham quan các cơ sở dệt thổ cẩm, du khách sẽ có trải nghiệm thú vị về quá trình làm ra một sản phẩm dệt thổ cẩm, được chụp hình “Phòng cưới” truyền thống của đồng bào Chăm hoặc trải nghiệm quy trình sản xuất tung lò mò...

Du lịch cộng đồng tại đây sẽ giúp du khách hiểu thêm về văn hóa, cuộc sống, sinh hoạt tôn giáo, lễ hội của đồng bào các dân tộc trên địa bàn đa dân tộc, đa tôn giáo.

5. Đề xuất những giải pháp

Tập trung đầu tư vào cơ sở hạ tầng: Để phát triển du lịch bền vững, An Giang cần đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng giao thông. Trong đó, đặc biệt chú trọng đến việc nâng cấp hệ thống giao thông đường bộ, đường sông nhằm đảm bảo an toàn và thuận tiện cho du khách. Kết nối hiệu quả giữa các địa phương và vùng lân cận, đồng thời lồng ghép phát triển hạ tầng du lịch vào quy hoạch hạ tầng giao thông liên vùng, gia tăng khả năng tiếp cận, lưu trú, trải nghiệm và mở rộng không gian du lịch.

Tăng cường đầu tư từ các nguồn lực xã hội: Thiết lập các mô hình liên kết vùng chặt chẽ hơn, quy cũ, với sự tham gia tích cực của các địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng. Các địa phương cần phối hợp xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng, tránh trùng lặp, đồng thời phát triển các tuyến du lịch liên tỉnh, liên vùng, tạo thành chuỗi giá trị du lịch bền vững [14].

Khuyến khích các nhà đầu tư trong và ngoài nước tham gia vào lĩnh vực du lịch. Tập trung hỗ trợ doanh nghiệp phát triển bền vững và xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù cho địa phương. Quan tâm đào tạo nguồn nhân lực để nâng cao chất lượng dịch vụ, thu hút và “giữ chân” nhiều đối tượng khách hàng, nhất đẩy mạnh đào

tạo nguồn nhân lực tại khu, điểm du lịch, hướng đến mục tiêu “mỗi người dân địa phương là một hướng dẫn viên du lịch”.

Xây dựng và triển khai các chiến dịch quảng bá thương hiệu du lịch một cách hiệu quả, mang tính dài hơn hơn, với những chiến lược rõ ràng và kết quả cụ thể. Tập trung hiệu quả các kênh truyền thông xã hội để quảng bá hình ảnh và điểm đến du lịch An Giang an toàn, thân thiện. Đồng thời, chú ý tổ chức các sự kiện văn hóa, lễ hội nhằm tạo điểm nhấn để thu hút du khách và giới thiệu về văn hóa An Giang.

Trong quảng bá thương hiệu, quan tâm nhiều hơn đến việc phát triển các chiến dịch dài hạn, hướng đến thị trường cụ thể, thay vì chỉ tổ chức các sự kiện ngắn hạn, thiếu chiều sâu và còn mang nặng tính phong trào. Cần nghiên cứu liên kết xây dựng chiến dịch quảng bá dài hạn, hiện đại, định hướng rõ ràng, đo lường được hiệu quả.

Bảo tồn các giá trị văn hóa, để vừa phát triển du lịch, vừa bảo tồn và phát huy giá trị các di sản, cần xác định rõ quan điểm phát triển bền vững, lâu dài, bảo đảm quyền lợi của cộng đồng dân cư nơi có di sản, bảo đảm hài hòa lợi ích của chủ thể tham gia hoạt động du lịch.

Đầu tư, nâng cấp khu, điểm du lịch, tổ chức trang trọng lễ hội tại địa phương, lan tỏa nét văn hóa đặc trưng; nâng cao chất lượng loại hình dịch vụ phục vụ du khách, phát triển sản phẩm du lịch mới có giá trị về văn hóa, gắn với

điểm đặc trưng của địa phương. Khuyến khích cộng đồng tham gia vào các hoạt động bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, phát triển cân đối hài hòa giữa truyền thống và hiện đại.

6. Kết luận

Từ những yếu tố vừa phân tích, có thể thấy, phát triển du lịch đặc thù và điểm đến du lịch ở An Giang có nhiều cơ hội phát triển. Nếu có chính sách đúng đắn và sự đầu tư hợp lý, An Giang hoàn toàn có thể trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn. Đồng thời, việc triển khai đồng bộ, linh hoạt các giải pháp sẽ góp phần quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả phát triển du lịch đặc thù tại đây.

Qua đó khẳng định, vai trò của du lịch như một động lực phát triển xanh, bền vững và bao trùm, gắn kết chặt chẽ với sứ mệnh bảo tồn hệ sinh thái vùng châu thổ đang ngày càng chịu áp lực từ biến đổi khí hậu và phát triển kinh tế không bền vững. Đây là con đường khẳng định bản sắc riêng của An Giang trong tiến trình hội nhập và phát triển.

Lời cảm ơn: Tác giả xin chân thành cảm ơn Ban Biên tập Tạp chí Khoa học và Công nghệ (Trường Đại học Nguyễn Tất Thành) đã hỗ trợ đăng nghiên cứu của tác giả.

Tài liệu tham khảo

1. Hữu Huynh. (2025). *Hiệu ứng du lịch An Giang*. Thời sự. <https://baoangiang.com.vn/hieu-ung-du-lich-an-giang-a415384.html>
2. Văn phòng Trung ương Đảng. (n.d.). *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*. Hệ thống tư liệu văn kiện điện tử online. <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/nghi-quyet-so-08-nqtw-ngay-16012017-cua-bo-chinh-tri-ve-phat-trien-du-lich-tro-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon-2763>
3. Cổng Thông tin điện tử Đảng bộ tỉnh An Giang. (2020). *Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh An Giang lần thứ XI, nhiệm kỳ 2020 - 2025*. <https://www.angiang.dcs.vn/Lists/TienToiDaiHoiDang/DispForm.aspx?ID=139>
4. Thư viện pháp luật online. (2017). *Luật Du lịch*. Mục lục văn bản. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Luat-du-lich-2017-322936.aspx>
5. Cao Hoàng Hà. (2021). *Cơ sở khoa học về sản phẩm đặc thù ở Việt Nam*. <https://tailieuhoc.net/co-so-khoa-hoc-ve-san-pham-du-lich-dac-thu-o-viet-nam-8592/> [tr.157]
6. Nguyễn Văn Lưu. (2019). *Tăng cường phát triển sản phẩm du lịch đặc thù để du lịch sớm trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*. Nghiên cứu. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29572>.
7. Tổng cục du lịch Việt Nam. (2015). *Đề án phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng đồng bằng sông Cửu Long*. Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch. Hà Nội.
8. Phạm Trung Lương. (2015). *Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, nâng cao tính cạnh tranh của du lịch Ninh Thuận trong xu thế hội nhập*. Báo Điện tử Ninh Thuận. <http://baoninhthuan.com.vn/>.
9. Hà Thái. (2019). *Xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch, thương hiệu doanh nghiệp du lịch thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế*. Tin tức. <https://itdr.org.vn/tin-tuc-chung/xay-dung-thuong-hieu-diem-den-du-lich-thuong-hieu-doanh-nghiep-du-lich-thoi-ky-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te/>

10. Nguyễn Thị Vân Quỳnh. (2021). *Phát triển nhận diện thương hiệu điểm đến thông qua bản sắc vùng miền*. Kết quả nghiên cứu. <https://tapchicongthuong.vn/phan-trien-nhan-dien-thuong-hieu-diem-den-thong-qua-ban-sac-vung-mien-80337.htm>
11. Công đoàn viên chức Việt Nam. (2023). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*. Tin tức. <https://congdoanvienchucvn.org.vn/van-kien-dai-hoi-dai-bieu-toan-quoc-lan-thu-xiii-cua-dang.html>
12. Cổng Thông tin điện tử tỉnh An Giang. (2025). *An Giang bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa*. Văn hóa - thể thao, khám phá lễ hội. <https://angiang.gov.vn/vi/an-giang-bao-ton-va-phat-huy-gia-tri-di-san-van-hoa>
13. Gia Khánh. (2025). *Gìn giữ Lễ hội truyền thống Vía Bà Chúa Xứ núi Sam*. <https://baoangiang.com.vn/gin-giu-le-hoi-truyen-thong-via-ba-chua-xu-nui-sam-a420405.html>
14. Mỹ Phương. (2023). *Đồng bằng sông Cửu Long phát triển du lịch sinh thái cộng đồng*. Du lịch. https://www.vietnamplus.vn/dong-bang-song-cuu-long-phat-trien-du-lich-sinh-thai-cong-dong-post903507.vnp#google_vignette

Orientations for Developing Distinctive Tourism Products, Creating Destinations for An Giang Tourism Brand

Nguyễn Hoàng Anh Tuan*

Khoa Truyền thông sáng tạo, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành*

Email: nhatuan@ntt.edu.vn

Abstract An Giang is a large plain with many rivers, streams, hills and mountains with a rich and diverse ecological forest system and environment. It is served by integrated road and inland waterway networks linking to the Southern region and shares a land border with multiple international border gates, creating favorable conditions for green and sustainable tourism development that aligns tourism activities with preserving cultural identity, promoting resource values, and protecting environment. The development orientation of An Giang tourism is to build it into an attractive destination, creating a difference, having prestige, and high competitiveness in the Mekong Delta region and the whole country. Strive to bring An Giang into the national key tourism region, build and form a tourism brand. Develop tourism based on protecting and using rationally, saving maximum tourism resources, best preserving the environment, and ensuring long-term and sustainable development.

Keywords Special tourism, destination brand, sustainable tourism products, An Giang, cultural identity.