

Lồng ghép sản phẩm du lịch đặc trưng tại cơ sở lưu trú để tăng cường đa dạng hoá sản phẩm du lịch địa phương

Đặng Kim Phụng

Khoa Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

dkphung@ntt.edu.vn

Tóm tắt

“Lồng ghép sản phẩm du lịch đặc trưng tại cơ sở lưu trú để tăng cường đa dạng hoá sản phẩm du lịch địa phương” khám phá tầm quan trọng của việc phát triển các cơ sở lưu trú có sự liên kết chặt chẽ với các sản phẩm du lịch độc đáo của từng địa phương, nhằm mục tiêu thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch. Phân tích đã chỉ ra rằng, khi những sản phẩm đặc trưng như ẩm thực truyền thống, văn hoá bản địa, nghệ thuật dân gian và các hoạt động sinh thái được lồng ghép vào dịch vụ lưu trú, điều này không chỉ làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách mà còn mang lại những đóng góp tích cực cho công tác bảo vệ môi trường và nâng cao giá trị di sản văn hoá. Bài nghiên cứu cũng tổng hợp thực trạng phát triển cơ sở lưu trú ở một số quốc gia và khu vực, đồng thời phân tích xu hướng tích hợp sản phẩm địa phương vào các loại hình lưu trú khác nhau. Các trường hợp điển hình trong nước và quốc tế được đưa ra để minh hoạ cho các mô hình thành công trong việc ứng dụng sản phẩm du lịch đặc thù vào dịch vụ lưu trú. Từ đó, tác giả đề xuất các chiến lược phát triển các cơ sở lưu trú theo hướng gắn bó với điều kiện tự nhiên của địa phương hướng tới ngành du lịch phát triển bền vững.

Nhận 02/06/2025

Được duyệt 28/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Cơ sở lưu trú, Sản phẩm du lịch đặc trưng, Du lịch địa phương, đa dạng hoá sản phẩm du lịch

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

1.1. Tính cấp thiết

Ngành du lịch toàn cầu và đặc biệt là tại Việt Nam đang chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc, kéo theo những lợi ích kinh tế đáng kể. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển này, ngành du lịch cũng đối mặt với nhiều thách thức liên quan đến tác động môi trường và văn hoá địa phương. Việc phát triển du lịch bền vững, tức là sự cân bằng giữa phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và duy trì giá trị văn hoá xã hội, đã trở thành một yêu cầu cấp bách. Trong bối cảnh đó, vai trò của các cơ sở lưu trú và mối liên hệ giữa các cơ sở lưu trú với các sản phẩm du lịch đặc trưng tại địa phương là một khía cạnh cần được nghiên cứu sâu sắc. Việc gắn kết hiệu quả hai yếu tố này không chỉ nâng cao trải nghiệm của du khách mà còn góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị bản địa, đồng thời tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho điểm đến. Vì vậy, nghiên cứu này mang tính cấp thiết cao trong việc cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn cho định hướng phát triển du lịch bền vững.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Đánh giá vai trò của việc phát triển các cơ sở lưu trú gắn với các sản phẩm du lịch đặc trưng tại địa phương trong việc thúc đẩy du lịch bền vững, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp.

1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: các yếu tố liên quan đến sự phát triển của cơ sở lưu trú và các sản phẩm du lịch đặc trưng tại địa phương, cùng với mối quan hệ tương hỗ trong bối cảnh du lịch bền vững.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về không gian: phân tích các ví dụ và thực tiễn từ một số quốc gia và khu vực có kinh nghiệm phát triển du lịch bền vững thông qua việc gắn kết cơ sở lưu trú và sản phẩm địa phương.
- Về thời gian: các dữ liệu và thông tin được sử dụng chủ yếu từ năm 2007-2023.

2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính: thực hiện tổng hợp và phân tích các tài liệu khoa học, báo cáo chuyên ngành, và sách liên quan để xây dựng nền tảng lý thuyết. Đồng thời, nghiên cứu điển hình (case study) về các mô hình

thành công trong việc kết nối giữa cơ sở lưu trú và sản phẩm địa phương được thực hiện nhằm thu thập kinh nghiệm thực tiễn.

Phương pháp nghiên cứu định lượng: thực hiện bảng hỏi và khảo sát khách du lịch. Dữ liệu thu được từ bảng hỏi được tổng hợp và xử lý để đưa ra các số liệu thống kê mô tả dưới dạng (%). Các kết quả sẽ phản ánh tỷ lệ phân bố của các đặc điểm mẫu, mức độ quan tâm, mức độ hài lòng đối với các yếu tố liên quan đến cơ sở lưu trú và sản phẩm du lịch đặc trưng.

3. Cơ sở lý luận

3.1. Khái niệm cơ sở lưu trú trong ngành du lịch

Theo định nghĩa của Tổ chức Du lịch Thế giới [16], cơ sở lưu trú là “các cơ sở vật chất được tổ chức để cung cấp dịch vụ lưu trú cho khách du lịch và lữ hành, bao gồm cả lưu trú ngắn hạn và dài hạn, có thể đi kèm các dịch vụ hỗ trợ như ẩm thực, giải trí, chăm sóc sức khỏe, hội nghị, ...”. Ấn tượng ban đầu về sự hài lòng tổng thể của du khách thường chịu ảnh hưởng lớn từ nơi lưu trú. Vai trò của cơ sở lưu trú không chỉ dừng lại ở yếu tố hạ tầng mà còn là yếu tố trải nghiệm [6]. Cơ sở lưu trú là nơi giao thoa giữa du khách và bản địa, là nơi ở tạm thời cũng là nơi kết nối các giá trị văn hoá, thiên nhiên và con người tại địa phương. Định nghĩa của một số loại hình cơ sở lưu trú [1], [2], [3], [5], [13]:

- Khách sạn (Hotel): thường là các cơ sở lớn với hệ thống phòng tiêu chuẩn, dịch vụ cao cấp, phục vụ cả khách nghỉ dưỡng và công tác.
- Khu nghỉ dưỡng (Resort): một khu nghỉ dưỡng phức hợp, được xây dựng tại những địa điểm có cảnh quan đẹp (như bãi biển, núi, gần các điểm tham quan), cung cấp đầy đủ các dịch vụ và tiện ích giải trí đa dạng như nhà hàng, spa, hồ bơi, sân golf, khu vui chơi nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng, thư giãn và giải trí toàn diện của du khách.
- Nhà nghỉ (Guesthouse): có quy mô nhỏ hơn, thường phục vụ khách du lịch bình dân.
- Homestay: khách ở cùng với cư dân bản địa, trải nghiệm đời sống thường nhật và văn hoá địa phương.
- Farmstay: hình thức lưu trú tại nông trại, kết hợp với hoạt động nông nghiệp trải nghiệm.
- Glamping: Sự kết hợp giữa “glamorous” và “camping”, là mô hình cắm trại cao cấp, tiện nghi nhưng gần gũi thiên nhiên.

3.2. Khái niệm sản phẩm du lịch đặc trưng

Sản phẩm du lịch là “tập hợp những trải nghiệm, hoạt động, dịch vụ và tài nguyên mà du khách thu nhận được

trong quá trình tham gia du lịch tại một điểm đến” [12]. Trong đó, yếu tố đặc trưng là những gì tạo nên sự khác biệt giữa điểm đến này với điểm đến khác. Sản phẩm du lịch đặc trưng phải thoả mãn ba tiêu chí: (1) Tính bản địa cao (đặc trưng về văn hoá, thiên nhiên, ẩm thực, ...); (2) Tính hấp dẫn du khách; (3) Tính bền vững (không gây tổn hại đến tài nguyên) [8].

3.3. Mối quan hệ giữa cơ sở lưu trú và sản phẩm du lịch đặc trưng

Trong nền kinh tế trải nghiệm, những nơi cung cấp dịch vụ không chỉ đơn thuần phục vụ mà phải tạo ra ký ức khó quên. Lưu trú kết hợp sản phẩm bản địa chính là hình thức tạo dựng ký ức thông qua sự nhập vai, sự tương tác, sự hoà mình của du khách vào đời sống địa phương [10]. Việc kết hợp giữa lưu trú và sản phẩm địa phương là một bước tiến của ngành du lịch hiện đại, giúp nâng cao sự chân thực trong trải nghiệm, sự gắn kết giữa cộng đồng và du khách [17].

3.4. Lý thuyết về phát triển du lịch bền vững và liên hệ đến lưu trú bản địa

Các cơ sở lưu trú áp dụng mô hình bền vững có tỷ lệ khách quay lại và đánh giá cao hơn hẳn mô hình truyền thống [4]. Khái niệm du lịch bền vững (sustainable tourism) được UNWTO (2005) định nghĩa là “việc phát triển các hoạt động du lịch đáp ứng nhu cầu hiện tại của du khách và cộng đồng sở tại, đồng thời bảo đảm khả năng phát triển trong tương lai, thông qua việc bảo vệ tài nguyên, giữ gìn bản sắc văn hoá và đảm bảo công bằng xã hội”. Trong đó, ba trụ cột chính bao gồm: (1) Về kinh tế, tạo nguồn thu ổn định và khuyến khích sử dụng nguồn lực tại địa phương; (2) Về xã hội, góp phần vào sự phát triển cộng đồng, giữ gìn lại các giá trị văn hoá; (3) Về môi trường, giảm thiểu tác động tiêu cực và khuyến khích du lịch sinh thái [15]. Trong mối liên hệ với cơ sở lưu trú thì du lịch bền vững đòi hỏi thiết kế thân thiện hơn với môi trường bằng việc sử dụng vật liệu địa phương và năng lượng tái tạo, tạo điều kiện để du khách hiểu và tôn trọng các giá trị địa phương, tạo việc làm cho người dân tại địa phương và chuyển giao giá trị cho thế hệ sau [11].

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu dữ liệu thứ cấp

4.1.1. Nghiên cứu thực trạng phát triển cơ sở lưu trú gắn với các sản phẩm du lịch đặc trưng tại địa phương

4.1.1.1. Thực trạng và các mô hình lưu trú gắn với sản phẩm đặc trưng

Giai đoạn hiện nay, hệ thống cơ sở lưu trú tại Việt Nam phát triển nhanh chóng cả về số lượng và về chất lượng. Theo Tổng cục Du lịch Việt Nam tính đến cuối năm 2022, cả nước có khoảng 33.330 cơ sở lưu trú du lịch với hơn 667.000 phòng, trong đó có khoảng 215 khách sạn 3 sao đến 5 sao. Mạng lưới lưu trú ngày càng đa dạng, bao gồm khách sạn, resort, homestay, farmstay, glamping, ... Các cơ sở lưu trú hiện nay phần lớn phát triển ở các đô thị (Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng) và các điểm đến nổi tiếng như Hạ Long, Nha Trang, Phú Quốc [14]. Tuy nhiên, các mô hình lưu trú gắn với các yếu tố đặc trưng tại các địa phương còn thiếu quy hoạch đồng bộ, mang tính tự phát và chưa tạo ra dấu ấn rõ rệt [7].

4.1.1.2. Điểm mạnh và hạn chế của các mô hình lưu trú gắn với sản phẩm đặc trưng địa phương

Các mô hình lưu trú gắn với sản phẩm đặc trưng có những điểm nổi bật và hạn chế. Điểm nổi bật: những trải nghiệm sâu sắc và ấn tượng cho khách du lịch thông qua tiếp xúc với cộng đồng địa phương. Góp phần giữ gìn các giá trị văn hoá, nông nghiệp bản địa, thiên nhiên. Tạo sinh kế và nâng cao ý thức về vai trò của bảo vệ môi trường trong phát triển du lịch cho du khách. Điểm hạn chế: Thiếu quy hoạch tổng thể và giám sát chất lượng dịch vụ lưu trú. Sự phát triển mang tính phong trào, sao chép mô hình, thiếu bản sắc riêng. Nguồn nhân lực của địa phương còn hạn chế về kiến thức và kỹ năng đón tiếp khách quốc tế. Sự hạn chế của các chính sách hỗ trợ cụ thể cho lưu trú gắn với văn hoá địa phương và đào tạo tay nghề hay chuyển giao công nghệ [9].

4.1.2. Nghiên cứu điển hình (Case study)

4.1.2.1. Nghiên cứu trường hợp quốc tế

Trường hợp 1: Four Season Tented Camp Golden Triangle, Thái Lan

Sản phẩm đặc trưng: văn hoá và cảnh quan độc đáo của vùng Tam giác vàng (Thái Lan, Lào, Myanmar), đặc biệt là trải nghiệm với voi. Mô hình lưu trú: Four Season Tented Camp Golden Triangle cung cấp trải nghiệm glamping trong những căn lều sang trọng, hoà mình vào thiên nhiên hoang sơ.

Trường hợp 2: Ritz-Carlton, Kyoto, Nhật Bản

Sản phẩm đặc trưng: văn hoá truyền thống và nghệ thuật của Kyoto, cố đô của Nhật Bản. Mô hình lưu trú: Ritz-Carlton, Kyoto được thiết kế phản ánh vẻ đẹp và sự tinh tế của kiến trúc truyền thống Nhật Bản, sử dụng các vật liệu và kỹ thuật thủ công địa phương.

Trường hợp 3: The Peninsula Hong Kong

Sản phẩm đặc trưng: lịch sử, văn hoá và sự năng động của Hong Kong. Mô hình lưu trú: The Peninsula Hong Kong là một biểu tượng của sự sang trọng và lịch sử của Hong Kong có từ năm 1928. Khách sạn kết hợp nét sang trọng cổ điển và yếu tố văn hoá địa phương như: kiến trúc và nội thất mang đậm dấu ấn lịch sử, các dịch vụ và hoạt động phản ánh văn hoá Hong Kong (ví dụ: trà chiều truyền thống), các tour tham quan thành phố, khám phá ẩm thực đường phố và các khu chợ địa phương, hỗ trợ du khách tìm hiểu nghệ thuật và thiết kế Hong Kong.

4.1.2.2. Nghiên cứu trường hợp trong nước

Trường hợp 1: Mekong Lodge, Tiền Giang

Sản phẩm đặc trưng: đời sống sông nước, văn hoá miệt vườn và ẩm thực đồng bằng sông Cửu Long. Mô hình lưu trú: Mekong Lodge là một khu nghỉ dưỡng sinh thái nằm giữa những vườn cây ăn trái xanh mát bên bờ sông Tiền, tỉnh Tiền Giang. Mô hình này tập trung vào việc mang đến những trải nghiệm cuộc sống chân thực cho du khách về cuộc sống và văn hoá người dân khu vực đồng bằng sông Cửu Long.

Trường hợp 2: Anantara Hoi An Resort, Quảng Nam

Sản phẩm đặc trưng: văn hoá và lịch sử của phố cổ Hội An kết hợp với trải nghiệm nghỉ dưỡng sang trọng. Mô hình lưu trú: Anantara Hoi An Resort là khu nghỉ dưỡng bên bờ sông Thu Bồn, kết hợp kiến trúc Pháp thuộc địa và nét duyên dáng của Hội An. Khu nghỉ dưỡng tập trung vào việc cung cấp dịch vụ sang trọng, đồng thời du khách có cơ hội khám phá văn hoá địa phương.

Trường hợp 3: Mai Chau Ecolodge, Hoà Bình

Sản phẩm đặc trưng: cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp của thung lũng Mai Châu và văn hoá của dân tộc Thái. Mô hình lưu trú: Mai Chau Ecolodge là một khu nghỉ dưỡng sinh thái nằm giữa cánh đồng lúa và những bản làng của người Thái ở thung lũng Mai Châu, tỉnh Hoà Bình. Mô hình này tập trung vào việc kết hợp giữa dịch vụ lưu trú chất lượng cao và hoạt động khám phá văn hoá và thiên nhiên địa phương.

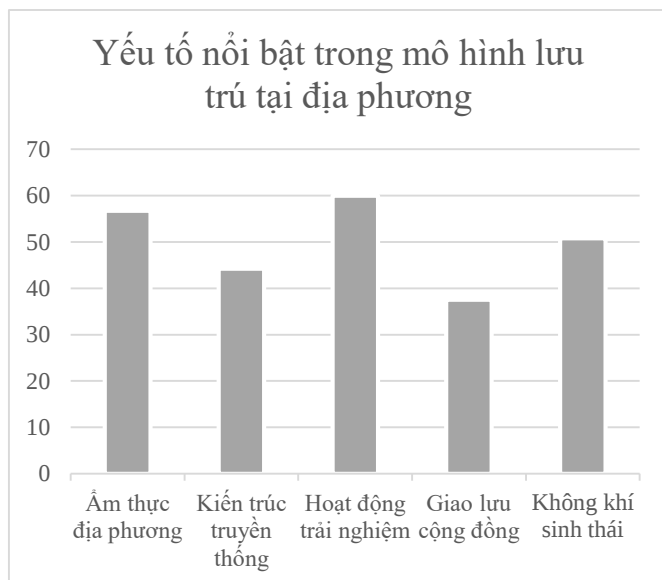
4.2. Kết quả khảo sát và thảo luận

Cơ cấu giới tính của mẫu khảo sát khá cân bằng trong đó 55 % là nữ và 45 % là nam. Kết quả cho thấy đa số du khách nữ chiếm ưu thế trong các nhóm du khách yêu thích du lịch sinh thái, văn hoá và nghỉ dưỡng gắn với văn hoá địa phương. Về độ tuổi, du khách tham gia khảo sát thuộc độ tuổi từ 26 tuổi đến 40 tuổi (45 %). Đây cũng là nhóm tuổi có khả năng chi trả tốt, ham học hỏi, có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm mới và chân thực, mang yếu tố văn hoá và bản sắc.

Câu hỏi	Tuỳ chọn	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	54	45
	Nữ	66	55
Độ tuổi	18-25	42	35
	26-40	54	45
	41-60	20	16,7
	Trên 60	4	3,3

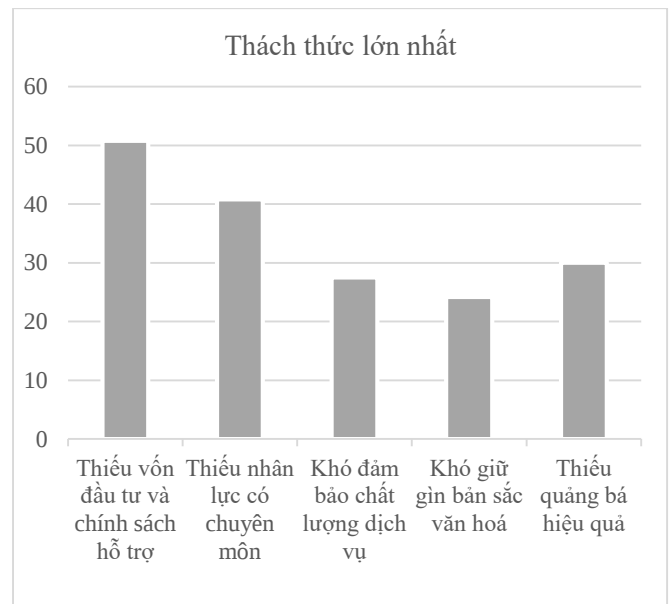
Bảng 4.1: Bảng thông tin chung

Du khách nhận thức cao về vai trò của yếu tố bản địa trong lưu trú: Khảo sát cho thấy 83 % du khách quan tâm ở mức cao đến yếu tố văn hoá địa phương trong lựa chọn cơ sở lưu trú. Điều này cho thấy xu hướng du lịch hiện đại đã chuyển mạnh từ du lịch “tiện nghi-đại trả” sang du lịch “trải nghiệm bản sắc”.



Sơ đồ 4.1: Đánh giá của du khách về các yếu tố nổi bật trong mô hình lưu trú

Ảnh hưởng đến phát triển du lịch bền vững: Với hơn 84 % người khảo sát cho rằng mô hình lưu trú này có hiệu quả từ trung bình cao đến cao đối với phát triển du lịch bền vững, có thể thấy nhận thức của du khách đang hướng về những giá trị lâu dài thay vì chú trọng tiện nghi ngắn hạn.



Sơ đồ 4.2: Đánh giá của du khách về những thách thức khi phát triển

Rào cản và kỳ vọng: dù xu hướng phát triển là tích cực, khảo sát cũng chỉ ra những rào cản lớn mà du khách lo ngại bao gồm: thiếu vốn và chính sách hỗ trợ (50,8 %), thiếu nhân lực có chuyên môn (40,8 %), thiếu quảng bá và truyền thông hiệu quả (30 %). Những con số này cho thấy du khách không chỉ nhìn nhận mô hình lưu trú đặc trưng như một sản phẩm đơn lẻ mà còn đánh giá nó trong bối cảnh hệ sinh thái du lịch địa phương.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ vai trò của việc phát triển các cơ sở lưu trú gắn với các sản phẩm du lịch đặc trưng trong việc nâng cao giá trị trải nghiệm để đóng góp vào phát triển du lịch một cách bền vững và thúc đẩy sinh kế địa phương. Kết quả nghiên cứu và khảo sát cho thấy: (1) Du khách đánh giá rất cao các yếu tố bản địa như ẩm thực địa phương, văn hoá, hoạt động trải nghiệm khi lưu trú; (2) Các mô hình homestay, farmstay, glamping, ... tuy còn hạn chế nhưng đang được thị trường đón nhận tích cực, (3) Gắn kết lưu trú với sản phẩm địa phương góp phần định vị thương hiệu điểm đến và tạo bản sắc khác biệt. Tuy nhiên, một số rào cản vẫn tồn tại và cần có các giải pháp thiết thực để phát triển theo hướng tích cực.

5.2. Khuyến nghị

5.2.1. Khuyến nghị đối với doanh nghiệp và chủ cơ sở lưu trú

Nghiên cứu sâu hơn về văn hoá, ẩm thực và các giá trị văn hoá tại địa phương để tích hợp một cách tự nhiên

vào không gian và các dịch vụ. Đầu tư phát triển dịch vụ trải nghiệm đi kèm như: lớp học làm các món ăn truyền thống, hướng dẫn thủ công mỹ nghệ, tham quan nông trại, ... Kết hợp truyền thông số, quảng bá thông qua mạng xã hội, hợp tác với người nổi tiếng hoặc có sức ảnh hưởng để giới thiệu sản phẩm lưu trú có yếu tố văn hoá địa phương.

5.2.2. Khuyến nghị đối với cộng đồng địa phương

Thúc đẩy nhận thức sâu sắc hơn về tầm quan trọng của bản sắc văn hoá trong quá trình phát triển du lịch. Người dân địa phương nên tích cực đóng góp vai trò trong việc vận hành các loại hình lưu trú, kể lại những câu chuyện mang đậm dấu ấn địa phương, đồng thời tổ chức các hoạt động văn hoá quy mô nhỏ nhằm tạo nên điểm nhấn đặc trưng.

5.2.3. Kiến nghị đối với các cơ sở đào tạo và nghiên cứu

Lồng ghép nội dung “du lịch bền vững” vào trong chương trình đào tạo các ngành Du lịch, Khách sạn, Nhà hàng, Thực hiện các nghiên cứu chuyên sâu, khảo sát khách hàng mục tiêu để đề xuất các mô hình lưu trú phù hợp với từng vùng miền cụ thể.

Lời cảm ơn: Tác giả xin chân thành cảm ơn Ban Biên tập Tạp chí Khoa học & Công nghệ cùng Quý thầy cô Khoa Du lịch – Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã hỗ trợ và đóng góp ý kiến chuyên môn trong quá trình hoàn thiện bài báo. Tác giả cũng trân trọng cảm ơn các doanh nghiệp du lịch, cơ sở lưu trú và du khách đã tham gia khảo sát, cung cấp dữ liệu quý giá cho nghiên cứu. Tác giả trân trọng mọi ý kiến góp ý để hoàn thiện nghiên cứu tốt hơn trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

1. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Fundamentals and Practices in Tourism* (4th Ed.). Pearson Education.
2. Eisenhardt, K. M. (1989). Developing theories through case study methodology. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
3. Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). A comparative analysis of purposive and convenience sampling techniques. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
4. Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (Eds.). (2015). *Global Outlook on Sustainable Tourism* (2nd Ed.). Routledge.
5. López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S. M., & Pavón, V. (2011). A model of community-based tourism in developing nations: An empirical case. *Tourism and Hospitality Management*, 17(1), 69-74.
6. Morrison, A. M. (2013). *Strategic Marketing and Destination Management in Tourism*. Routledge.
7. Nguyễn, V. A., & Nguyễn, T. T. T. (2021). Định hướng phát triển lưu trú bền vững tại các khu vực nông thôn Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, (147), 22-29.
8. Nguyễn, V. Đ., & Trần, T. T. H. (2015). *Kinh tế học trong lĩnh vực du lịch*. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
9. Nguyễn, V. M., & Trần, Q. H. (2020). Chính sách phát triển gắn kết du lịch và cộng đồng tại Việt Nam: Đánh giá hiện trạng và đề xuất. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (24), 98-102.
10. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Turning Work into Theater*. Harvard Business Press.
11. Scheyvens, R. (2002). *Community Empowerment through Tourism for Development*. Pearson Education.
12. Smith, M. K. (2010). *Contemporary Challenges in Cultural Tourism* (2nd ed.). Routledge.
13. Smith, S. L. J. (2015). *Tourism Research and Analysis: A practical guide*. Routledge.
14. Tổng cục Du lịch. (2023). *Báo cáo thường niên ngành Du lịch Việt Nam năm 2022*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.
15. UNWTO. (2005). *Towards more Sustainable Tourism: Policy-making Guidelines*. World Tourism Organization & United Nations Environment Programme. <https://www.unwto.org>
16. UNWTO. (2021). *Highlights of International Tourism – 2021 Report*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/statistics>
17. Weaver, D., & Lawton, L. (2010). *Managing Tourism Activities and Impacts* (4th Ed.). Wiley.
18. Yin, R. K. (2018). *Designing and Conducting Case Study Research* (6th ed.). Sage Publications.

Integrating special-interest tourism products in accomodation facilities to increase the diversification of local tourism products

Dang Kim Phung

Faculty of Tourism, Nguyen Tat Thanh University

Email: dkphung@ntt.edu.vn

Abstract "Integrating special tourism products in accommodation facilities to increase the diversification of local tourism products" explores the relationship between the development of accommodation facilities and local tourism products in promoting sustainable tourism. The study highlights that integrating local products such as traditional cuisine, local culture, folk art, and ecological activities into accommodation services not only creates rich travel experiences but also contributes positively to environmental protection and the preservation of cultural heritage. The paper examines the current status of accommodation development in various countries and regions, analyzing trends in integrating local products into different accommodation models, and draws strategies for sustainable tourism development. Case studies from both domestic and international locations are presented to illustrate successful models of integrating local tourism products into accommodation. The research findings offer valuable recommendations for tourism managers and stakeholders on developing accommodation facilities linked with local tourism products, aiming for a sustainable tourism industry.

Keywords Accommodation facilities, Local tourism products, Local tourism, Tourism product diversification.