

Khai thác văn hoá bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với không gian sông nước Cần Thơ

Lý Hoài Nam

Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Email: namlh@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Thành phố Cần Thơ là trung tâm kinh tế, văn hóa và du lịch của vùng Đồng bằng sông Cửu Long, sở hữu không gian sông nước đặc trưng cùng hệ thống văn hóa bản địa phong phú, đặc biệt là các sinh hoạt chợ nổi, nghề truyền thống, lễ hội dân gian và ẩm thực miệt vườn. Nghiên cứu này nhằm nhận diện và phân tích khả năng khai thác các yếu tố văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với không gian sông nước tại thành phố Cần Thơ. Trên cơ sở phương pháp khảo sát thực địa tại một số điểm du lịch tiêu biểu như chợ nổi Cái Răng, Cồn Sơn, và làng nghề truyền thống, kết hợp thu thập và xử lý thông tin thứ cấp từ báo cáo chuyên ngành, tài liệu quy hoạch và nghiên cứu trước đó, bài viết làm rõ hiện trạng tích hợp văn hóa vào các sản phẩm du lịch hiện hành. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng mặc dù các yếu tố văn hóa có tiềm năng lớn trong việc tạo dựng sản phẩm du lịch đặc thù, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế trong cách thức tổ chức, truyền tải và liên kết giữa cộng đồng – doanh nghiệp – nhà quản lý. Nghiên cứu đề xuất cần nâng cao tính bản sắc, tăng cường vai trò của cộng đồng địa phương và áp dụng tư duy sáng tạo trong thiết kế sản phẩm, từ đó góp phần phát triển du lịch bền vững và gia tăng giá trị trải nghiệm cho du khách tại vùng sông nước thành phố Cần Thơ.

Nhận 20/05/2025
Được duyệt 21/08/2025
Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Du lịch đặc thù, Văn hóa bản địa, Không gian sông nước, Thành phố Cần Thơ, Khai thác du lịch.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, ngành du lịch được xem như là một hiện tượng có tính đặc biệt phức tạp. Các hoạt động du lịch mà các hoạt động xã hội, chính trị, văn hóa và kinh tế được liên kết chặt chẽ với nhau. Nhờ khối lượng và tính chất phức tạp của các dịch vụ đặc trưng ngành du lịch đã dẫn đến sự phát triển của các ngành liên quan đến du lịch và lữ hành. Chính nhờ vào hiện tượng du lịch này mà nó được xem là một nhánh riêng biệt của nền kinh tế ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự phát triển và sự lan tỏa hình ảnh của các quốc gia. Tiềm năng du lịch được xác định bởi tổng hợp tất cả các nguồn lực (thiên nhiên, con người, văn hóa, lịch sử, cơ sở hạ tầng) mà đến lượt nó, tạo nên lợi ích du lịch của điểm đến [1]. Do đó, du lịch có thể hỗ trợ sự phát triển kinh tế của cả cộng đồng địa phương và nền kinh tế của một quốc gia, thông qua thu nhập từ du khách trong nước hoặc nước ngoài [2].

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, ngành du lịch Việt Nam nói chung và du lịch địa phương như thành phố Cần Thơ nói riêng đang đứng trước những cơ hội lớn để phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, đi kèm với đó cũng là những thách thức về sự cạnh tranh, tính đồng nhất hóa sản phẩm và nguy cơ mai một bản sắc văn hóa dân tộc. Một trong những hướng đi

quan trọng và bền vững của du lịch hiện nay là phát triển sản phẩm dựa trên khai thác hiệu quả yếu tố văn hóa bản địa – những giá trị gắn liền với đời sống cộng đồng, lịch sử và môi trường tự nhiên. thành phố Cần Thơ, được mệnh danh là “Tây Đô” – thủ phủ của miền Tây sông nước, là nơi hội tụ nhiều yếu tố văn hóa đặc sắc từ truyền thống sinh hoạt chợ nổi, văn hóa ẩm thực miệt vườn, nghệ thuật dân gian đến các hoạt động tôn giáo tín ngưỡng đặc trưng. Không gian sông nước thành phố Cần Thơ không chỉ là bối cảnh sinh hoạt đời thường mà còn là một hệ sinh thái văn hóa phong phú với tính biểu tượng cao. Tại nhiều điểm du lịch, có những khu chợ bán đồ thủ công địa phương. Theo Kotler, Bowen, & Makens điều này mang lại nguồn thu nhập cho các nhà sản xuất địa phương và cũng tạo ra trải nghiệm mua sắm thú vị cho khách du lịch [3].

Việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với văn hóa bản địa không chỉ giúp nâng cao giá trị trải nghiệm cho du khách mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa phi vật thể, khuyến khích cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch, từ đó tạo động lực phát triển kinh tế – xã hội bền vững. Trên thế giới, nhiều quốc gia đã thành công trong việc xây dựng thương hiệu du lịch thông qua việc khai

thác sâu sắc bản sắc địa phương như Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan,... Tại Việt Nam, xu hướng phát triển du lịch gắn với văn hóa bản địa cũng ngày càng được chú trọng, đặc biệt là trong các vùng có điều kiện tự nhiên và văn hóa đặc trưng như vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL).

Mặc dù tiềm năng rất lớn, nhưng thực tế cho thấy việc khai thác văn hóa bản địa trong du lịch tại thành phố Cần Thơ vẫn còn mang tính manh mún, tự phát, thiếu tính chuyên nghiệp và chưa được đầu tư đúng mức. Các sản phẩm du lịch hiện nay vẫn chủ yếu dừng ở mức tham quan cảnh quan tự nhiên hoặc trải nghiệm bề nổi, chưa khai thác được chiều sâu văn hóa, thiếu sự kết nối giữa các yếu tố văn hóa—con người—không gian—thời gian. Trong khi đó, yếu tố văn hóa là linh hồn tạo nên sự khác biệt và là nền tảng cho phát triển bền vững. Với tầm nhìn phát triển du lịch thành phố Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và điểm đến hấp dẫn trong khu vực, yêu cầu đặt ra là cần có một chiến lược rõ ràng, bài bản để khai thác văn hóa bản địa không chỉ như một yếu tố phụ trợ mà trở thành trung tâm của quá trình sáng tạo sản phẩm du lịch. Điều này đòi hỏi sự vào cuộc đồng bộ của nhiều bên liên quan: chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và các nhà nghiên cứu. Đồng thời, cần xác định rõ các yếu tố văn hóa nào là đặc trưng, mang tính đại diện và có khả năng thương mại hóa phù hợp để phát triển thành sản phẩm du lịch đặc thù.

Trên cơ sở đó, bài báo này hướng đến mục tiêu: (1) Phân tích các giá trị văn hóa bản địa trong không gian sông nước thành phố Cần Thơ; (2) Đánh giá thực trạng khai thác các yếu tố văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch hiện nay; (3) Đề xuất các giải pháp khai thác hiệu quả, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với văn hóa bản địa theo hướng bền vững. Nghiên cứu được thực hiện nhằm đóng góp vào việc định hình chiến lược phát triển du lịch thành phố Cần Thơ mang bản sắc riêng, nâng cao năng lực cạnh tranh và thu hút du khách trong nước lẫn quốc tế trong thời kỳ chuyển đổi số và hội nhập kinh tế toàn cầu.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nhằm khám phá, phân tích và lý giải các hiện tượng liên quan đến việc khai thác văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại thành phố Cần Thơ. Dữ liệu được thu thập từ các nguồn thứ cấp như sách chuyên khảo, bài báo khoa học, báo cáo ngành du lịch, tài liệu quy hoạch và các văn bản chính sách có liên quan đến phát triển du lịch và bảo tồn văn hóa ở địa phương. Đồng thời, bài viết cũng tham khảo các công trình nghiên cứu

trước đây về du lịch văn hóa, sản phẩm du lịch đặc thù, và vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch.

Phân tích nội dung được thực hiện nhằm nhận diện các yếu tố văn hóa đặc trưng trong không gian sông nước thành phố Cần Thơ và đánh giá cách chúng được tích hợp vào các sản phẩm du lịch hiện hành. Tác giả sử dụng phương pháp tổng hợp tài liệu để đưa ra bức tranh toàn diện về thực trạng khai thác văn hóa bản địa, từ đó xác định các vấn đề nổi bật và đề xuất giải pháp phù hợp.

Việc sử dụng phương pháp định tính cho phép bài nghiên cứu tiếp cận sâu sắc hơn về khía cạnh văn hóa – yếu tố mang tính trừu tượng và đa chiều, từ đó đưa ra những luận giải phù hợp với thực tiễn và mang tính định hướng cho các nhà hoạch định chính sách và nhà quản lý du lịch.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Cơ sở lý luận

Sự hình thành và phát triển của nền văn hóa bản địa ở thành phố Cần Thơ là một thành tố nền tảng trong việc hình thành bản sắc của mỗi vùng đất và cộng đồng cư dân. Đối với thành phố Cần Thơ—đô thị trung tâm của vùng ĐBSCL—văn hóa bản địa không chỉ là kết tinh của quá trình lịch sử lâu dài, mà còn là sản phẩm của sự tương tác giữa con người và môi trường sông nước đặc thù. Nơi đây, đời sống cư dân gắn liền với hệ thống kênh rạch, chợ nổi, miệt vườn, làng nghề truyền thống và các hình thức sinh hoạt văn hóa dân gian như đờn ca tài tử, các lễ hội tín ngưỡng dân gian hay phong tục tập quán nông nghiệp. Những yếu tố này không chỉ tạo nên một không gian sống độc đáo mà còn là tiềm năng lớn để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù mang tính trải nghiệm và bản sắc.

a) Khái niệm về văn hóa bản địa

Văn hóa bản địa được hiểu như một nền văn hóa của một khu vực, một cộng đồng hay một dân tộc ở một địa phương, vùng miền, quốc gia nhất định. Nó bao gồm tổng thể những giá trị vật thể và phi vật thể do một cộng đồng cư dân tạo ra và tích lũy qua nhiều thế hệ, gắn liền với môi trường sống, tập quán lao động, tín ngưỡng và các mối quan hệ xã hội đặc thù. Văn hóa bản địa phản ánh bản sắc riêng biệt của một vùng đất, là sự thể hiện sinh động của tri thức dân gian, nghệ thuật dân gian, ngôn ngữ, lễ hội, kiến trúc truyền thống, ẩm thực và các hình thức sinh hoạt cộng đồng.

Theo UNESCO định nghĩa, văn hóa bản địa đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự đa dạng văn hóa của nhân loại và là nguồn lực quan trọng cho phát triển bền vững, nhất là trong lĩnh vực du lịch. Đây không chỉ là yếu tố mang tính biểu tượng mà còn là nội dung cốt lõi

để xây dựng các sản phẩm du lịch mang bản sắc, tạo dấu ấn khác biệt trong cạnh tranh điểm đến [4].

Tại Việt Nam, văn hóa bản địa được coi là một phần không thể tách rời trong chiến lược phát triển du lịch, nhất là trong xu hướng phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và du lịch trải nghiệm. Theo Tổng cục Du lịch (2020), việc khai thác các giá trị văn hóa bản địa một cách có chọn lọc và bền vững sẽ góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa loại hình du lịch và tạo điều kiện cho cộng đồng địa phương tham gia sâu vào chuỗi giá trị du lịch [5].

b) Khái niệm về sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch là tổng thể các yếu tố hữu hình và vô hình mà du khách trải nghiệm khi tham gia vào một hành trình hoặc một điểm đến du lịch. Nó không chỉ bao gồm các dịch vụ cụ thể như lưu trú, vận chuyển, ẩm thực, vui chơi giải trí mà còn bao gồm các yếu tố văn hóa, thiên nhiên, lịch sử và xã hội tạo nên sự hấp dẫn và đặc trưng cho điểm đến.

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), sản phẩm du lịch được định nghĩa là “tổ hợp các dịch vụ và trải nghiệm mà du khách nhận được trong suốt chuyến đi, từ việc di chuyển, ăn uống, lưu trú, tham quan đến các hoạt động giải trí và trải nghiệm văn hóa tại điểm đến” [6].

Ngoài ra, theo Kotler và Bowen, sản phẩm du lịch còn mang tính trải nghiệm, trong đó yếu tố cảm xúc, giá trị văn hóa và sự tương tác với môi trường, con người địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên sự hài lòng và ấn tượng của du khách [3].

Tóm lại, sản phẩm du lịch không chỉ là một dịch vụ đơn lẻ mà là một chuỗi các trải nghiệm liên kết chặt chẽ, tạo thành một tổng thể đặc trưng phản ánh bản sắc địa phương và đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch.

3.2. Tiềm năng khai thác yếu tố văn hóa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại thành phố thành phố Cần Thơ

1. Tiềm năng du lịch gắn liền với điều kiện tự nhiên

Thành phố Cần Thơ, trung tâm vùng ĐBSCL, sở hữu nhiều tiềm năng phát triển du lịch đặc thù, trong đó yếu tố văn hóa bản địa gắn với không gian sông nước đóng vai trò then chốt. Trước hết, hệ thống chợ nổi truyền thống như Chợ nổi Cái Răng, Chợ nổi Phong Điền không chỉ là hình ảnh biểu tượng của văn hóa vùng sông nước mà còn là điểm đến hấp dẫn, mang đến trải nghiệm sống động về đời sống giao thương trên sông. Các chợ nổi này thể hiện sự giao thoa giữa hoạt động kinh tế truyền thống và văn hóa đặc trưng của cộng đồng cư dân bản địa, qua đó góp phần làm phong phú thêm các sản phẩm du lịch trải nghiệm.

Không gian sinh thái sông nước với hệ sinh thái rừng ngập mặn, vườn trái cây miệt vườn và cảnh quan thiên nhiên độc đáo cũng là nguồn tài nguyên quan trọng cho phát triển du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng. Việc khai thác các giá trị sinh thái gắn liền với văn hóa bản địa sẽ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, đồng thời nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường tự nhiên trong cộng đồng địa phương.

2. Tiềm năng gắn liền với các di sản văn hóa vật thể - du lịch nhân văn

Một trong những tiềm năng quan trọng góp phần phát triển du lịch đặc thù tại thành phố Cần Thơ chính là hệ thống tài nguyên du lịch nhân văn phong phú, gắn liền với lịch sử hình thành, phát triển đô thị Tây Đô và truyền thống đấu tranh cách mạng của vùng đất Nam Bộ. Các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể tại thành phố Cần Thơ không chỉ mang giá trị lịch sử, kiến trúc, tôn giáo mà còn có tiềm năng lớn trong việc phát triển các sản phẩm du lịch mang tính giáo dục, hoài niệm và trải nghiệm văn hóa bản địa.

Hệ thống di sản văn hóa vật thể có thể phân thành hai nhóm chính: di sản gắn với lịch sử phát triển thành phố Cần Thơ-Tây Đô và di sản gắn với lịch sử cách mạng. Trong nhóm thứ nhất, nổi bật là các công trình kiến trúc, tôn giáo, tín ngưỡng đã được xếp hạng di tích cấp quốc gia và cấp thành phố như: Bến Ninh Kiều-biểu tượng đô thị gắn liền với không gian sông nước, Đình Bình Thủy-công trình đình làng tiêu biểu của kiến trúc Nam Bộ, Chùa Ông, Chùa Nam Nhã, Chùa Munir Ansây-thể hiện sự đa dạng tôn giáo của các cộng đồng người Hoa, người Khmer và người Việt tại địa phương. Ngoài ra, Long Quang cổ tự, Nhà cổ Bình Thủy, và Di tích khảo cổ văn hóa Óc Eo cũng góp phần minh chứng cho sự giao thoa văn hóa lâu đời và đa dạng ở vùng đất này.

Trong nhóm di sản gắn với lịch sử cách mạng, thành phố Cần Thơ có nhiều địa điểm ghi dấu các sự kiện quan trọng trong hai cuộc kháng chiến chống Pháp và chống Mỹ như: Di tích Lộ Vòng Cung - nơi gắn với tuyến phòng thủ và vận chuyển vũ khí chiến lược; Địa điểm thành lập Chi bộ An Hòa tại đền thờ Hải Thượng Lãn Ông, Chi bộ An Nam Cộng sản Đảng tại Cờ Đỏ, Cơ quan đặc ủy An Nam Cộng sản Đảng Hậu Giang, Chùa Nam Nhã - nơi hoạt động của phong trào Việt Nam Quang Phục hội; Mộ nhà thơ Phan Văn Trị, Khu tưởng niệm Thủ khoa Bùi Hữu Nghĩa, Khám lớn thành phố Cần Thơ, Chiến thắng Ông Hào, Chiến thắng Ông Đưa, và Trận Lê Bình. Đây đều là những "địa chỉ đỏ" có giá trị giáo dục truyền thống yêu nước và tinh thần dân tộc, phù hợp để phát triển du lịch lịch sử và du lịch học đường.

Đặc biệt, Thiền viện Trúc Lâm Phương Nam—công trình kiến trúc tôn giáo quy mô lớn kết hợp giữa yếu tố văn hóa – tâm linh và cảnh quan sinh thái—được đặt tại khu vực Làng du lịch Mỹ Khánh, đang dần trở thành một cụm du lịch trọng điểm của thành phố. Kết hợp với hệ sinh thái sông nước và các điểm đến cộng đồng tại Phong Điền, nơi đây hình thành chuỗi liên kết không gian du lịch gắn kết giữa văn hóa truyền thống, sinh thái nông nghiệp và tâm linh, tạo ra lợi thế cạnh tranh đặc thù cho du lịch thành phố Cần Thơ.

3. *Tiềm năng phát triển gắn liền với di sản văn hóa phi vật thể*

Tiềm năng thứ hai đến từ văn hóa ẩm thực đa dạng và đặc sắc của vùng sông nước. Bên cạnh không gian sông nước và các yếu tố di sản văn hóa phi vật thể, hệ thống ẩm thực đa dạng, phong phú của các cộng đồng dân cư như Kinh, Hoa, Khmer, Chăm,... là một trong những tiềm năng đặc sắc, góp phần định hình bản sắc du lịch thành phố Cần Thơ nói riêng và khu vực ĐBSCL nói chung. Ẩm thực không chỉ đơn thuần là nhu cầu vật chất mà còn phản ánh lối sống, triết lý nhân sinh và sự giao thoa văn hóa của các tộc người trong quá trình sinh sống và cộng cư lâu dài. Những món ăn mang tính truyền thống như cháo cá lóc rau đắng đồng, cá lóc nướng trui, canh chua cá linh bông so đũa, chè bưởi thành phố Cần Thơ, bánh cống, bánh tét lá cẩm, bánh xèo Nam Bộ hay nem nướng Thanh Vân không chỉ thể hiện sự phong phú về nguyên liệu bản địa mà còn thể hiện kỹ năng chế biến, gu thẩm mỹ và tập quán ẩm thực mang tính vùng miền rõ nét. Việc khai thác ẩm thực bản địa như một sản phẩm du lịch đặc thù vừa có khả năng thu hút du khách, vừa góp phần lưu giữ và quảng bá các giá trị văn hóa truyền thống.

Tín ngưỡng, lễ hội truyền thống và phong tục tập quán đặc trưng của cư dân vùng sông nước cũng đóng vai trò thiết yếu trong việc tạo nên sức hút du lịch đặc thù. Các lễ hội truyền thống như đua ghe ngo, lễ cúng đình là những sự kiện văn hóa có tính cộng đồng cao, không chỉ giữ gìn bản sắc mà còn thu hút sự quan tâm của khách du lịch trong nước và quốc tế.

Cuối cùng, yếu tố con người với cộng đồng cư dân bản địa có kinh nghiệm lâu đời trong các hoạt động sinh sống, sản xuất và giữ gìn các giá trị văn hóa truyền thống là nền tảng quan trọng cho việc phát triển du lịch dựa vào cộng đồng. Sự tham gia tích cực của người dân trong các hoạt động du lịch sẽ tạo ra sự bền vững, tăng cường sự giao lưu văn hóa và góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương.

3.3. **Thực trạng**

Thành phố Cần Thơ, trung tâm kinh tế—văn hóa—xã hội của vùng ĐBSCL, không chỉ nổi bật với vị trí địa lý chiến lược mà còn sở hữu hệ thống sông ngòi phong phú, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc và nền văn hóa bản địa đặc trưng của cư dân vùng sông nước Nam Bộ. Trong những năm gần đây, thành phố Cần Thơ đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận trong phát triển kinh tế—xã hội, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch. Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Cần Thơ trong năm 2024, ngành du lịch thành phố Cần Thơ ghi nhận nhiều kết quả tích cực. Cụ thể, tổng lượng khách du lịch đạt trên 6,3 triệu lượt, tăng 6 % so với năm 2023 và vượt 4,4 % so với kế hoạch đề ra. Trong đó, số lượt khách lưu trú đạt hơn 3,1 triệu, tăng 5 % so với cùng kỳ. Doanh thu du lịch ước đạt 6.226 tỷ đồng, ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng 15 % [8]. Theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thành phố Cần Thơ đến năm 2020, giai đoạn đến năm 2030, xác định thế mạnh của thành phố Cần Thơ là sông nước đô thị, nơi hội tụ của “Văn minh sông nước Mekong”... Theo đó, ngành du lịch thành phố Cần Thơ cũng tổ chức nhiều chuyến khảo sát, định hướng xây dựng các tuyến sản phẩm đường sông đặc trưng [7]. Ngoài ra, các hoạt động du lịch gắn với các sự kiện, lễ hội văn hóa—thể thao cấp vùng, quốc gia và quốc tế được tổ chức ngày càng chuyên nghiệp, tạo ấn tượng tốt đẹp đối với du khách trong và ngoài nước, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế—xã hội của Thành phố [9]. Những kết quả này là minh chứng cho việc sử dụng hiệu quả của các chính sách xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch đa dạng, công tác xúc tiến—quảng bá tại các thị trường trọng điểm, cũng như việc mở rộng kênh tiếp cận du khách trong nước và quốc tế. Đồng thời, thành phố cũng chú trọng thúc đẩy liên kết vùng, hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh, thành lân cận theo hướng chuyên sâu, kết hợp với đầu tư hạ tầng, nâng cao chất lượng và đào tạo nguồn nhân lực phục vụ ngành du lịch.

Bên cạnh việc duy trì và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch truyền thống, thành phố Cần Thơ đã chủ động triển khai nhiều định hướng phát triển sản phẩm mới nhằm đa dạng hóa trải nghiệm cho du khách. Tiêu biểu là việc hình thành tuyến du lịch kết nối các điểm đến đặc sắc như Đền thờ Vua Hùng—Nhà cổ Bình Thủy—du lịch cộng đồng Cồn Sơn, góp phần khai thác hiệu quả các giá trị lịch sử, văn hóa và sinh thái. Song song đó, thành phố cũng tiến hành khảo sát, xây dựng các tuyến du lịch đường sông nhằm tận dụng lợi thế đặc trưng của hệ thống sông Cửu Long, đồng thời định hướng phát triển du lịch nông nghiệp tại huyện Phong Điền theo mô hình canh tác trải nghiệm gắn với bản sắc địa phương.

Ngoài ra, các hoạt động biểu diễn nghệ thuật đường phố tại khu vực Cầu đi bộ Bến Ninh Kiều được tổ chức định kỳ vào tối Chủ nhật hằng tuần, bước đầu tạo điểm nhấn văn hóa–giải trí về đêm, góp phần nâng cao sức hấp dẫn và gia tăng thời gian lưu trú của du khách tại địa phương. Trong năm 2024, ngành du lịch thành phố Cần Thơ đã chủ động tổ chức và phối hợp tổ chức tổng cộng 20 hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch trong nước và quốc tế, góp phần nâng cao hình ảnh du lịch địa phương trên nhiều kênh và thị trường. Nổi bật trong số đó là việc tham gia các sự kiện quan trọng như Ngày hội Du lịch TP Hồ Chí Minh 2024, Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam – VITM Hà Nội 2024 và Hội chợ Du lịch Quốc tế TP Hồ Chí Minh (ITE HCMC 2024) [8]. Ngoài ra, thành phố Cần Thơ còn phối hợp cùng Hiệp hội Du lịch ĐBSCL tổ chức các hoạt động khảo sát và xúc tiến tại Quảng Ninh, Hà Nội, cũng như tại các thị trường quốc tế như Campuchia và Thái Lan. Đặc biệt, việc tham gia Chương trình giới thiệu du lịch Việt Nam tại Úc và New Zealand đã đánh dấu nỗ lực mở rộng phạm vi tiếp cận khách du lịch quốc tế, đồng thời góp phần khẳng định vai trò và vị thế của du lịch thành phố Cần Thơ trong chiến lược phát triển du lịch quốc gia.

Trên thực tế, tác giả đã ứng dụng phương pháp khảo sát thực địa được thiết kế theo hướng định tính và bám sát nguyên lý hiện tượng học nhằm đi sâu vào văn hóa sông nước thành phố Cần Thơ trong bối cảnh du lịch. Trước hết, tác giả lựa chọn năm điểm trong các điểm du lịch tiêu biểu ở thành phố Cần Thơ như Chợ nổi Cái Răng, Khu du lịch Cồn Sơn, Làng du lịch Mỹ Khánh, Bến Ninh Kiều và cụm làng nghề hủ tiếu–bánh dân gian. Các địa điểm này đại diện cho những cấp độ thương mại hóa và mức độ can thiệp du lịch khác nhau, cho phép so sánh liên điểm về cách thức “văn hóa bản địa” được định hình khi trở thành sản phẩm trải nghiệm. Song song, lịch trình khảo sát được bố trí trong mùa cao điểm (tháng 3 năm 2025) để quan sát đầy đủ lưu lượng du khách và tần suất diễn ra các hoạt động văn nghệ, chợ búa, canh tác, qua đó thu thập hình ảnh điển hình nhất của không gian sông nước. Trong giai đoạn thu thập dữ liệu, quan sát tham dự giữ vai trò trung tâm. Nghiên cứu viên nhập vai “du khách–quan sát viên”, đồng hành trên ghe chợ, tham dự tour nông trại, lưu trú homestay và ở lại làng nghề trọn ngày làm việc. Kết hợp với việc sử dụng phỏng vấn bán cấu trúc với các đối tượng như chủ hộ kinh doanh, hướng dẫn viên, nghệ nhân, cán bộ sở du lịch tại địa phương và một số du khách trong và ngoài nước. Nghiên cứu tránh dùng bảng hỏi định lượng để không làm gián đoạn mạch trải nghiệm, thay vào đó tập trung truy tìm ý nghĩa, biểu tượng và diễn giải cá

nhân từ đối tượng tham gia. Trong khoảng 20 ngày quan sát tham dự, các dữ liệu được ghi chép và có 31 cuộc phỏng vấn sâu bán cấu trúc (10 chủ hộ/tiểu thương, 8 hướng dẫn viên/điều phối, 5 cán bộ quản lý, 8 du khách quốc tế). Các phát hiện dưới đây trình bày theo từng địa điểm, sau đó rút ra so sánh liên điểm.

Đối với Chợ nổi Cái Răng, theo quan sát của tác giả trong khoảng 40 lượt ghe được ghi chép, có 83 % vẫn “treo bèo” đúng với mặt hàng buôn bán, 17 % trang trí thêm băng hiệu “check-in”. Lưu lượng của các canô cao tốc tăng cao đáp ứng nhu cầu thăm quan của du khách, làm thời gian neo đậu trung bình của du khách giảm xuống còn 47 phút. Thông qua trải nghiệm, phần lớn du khách thích tương tác “mua thơm bằng sào” nhưng còn phản nản về âm thanh của máy nổ lớn. Một số chủ ghe thành viên của hợp tác xã (HTX) Thương Hồ cho biết thu nhập của họ ở mức trung bình nhưng lo “sẽ trở thành phim trường nếu bán lẻo tèo”. Cán bộ phường Lê Bình xác nhận mô hình “ghe chuẩn check-in” do doanh nghiệp du lịch đề xuất đang được thẩm định. Ở địa điểm khu du lịch Cồn Sơn, các mô hình cộng đồng dẫn dắt rõ nét–5/22 hộ trên còn tham gia đón khách; lịch “cá lóc bay” do chính hộ dân phối hợp linh hoạt. Không gian vườn trái cây, ao cá rô đồng vẫn duy trì canh tác thật. Về tính trải nghiệm thực tế, du khách được trực tiếp làm bánh khọt, thăm bè cá, nghe đờn ca tài tử trực tiếp. Phần lớn du khách quốc tế đánh giá “tự nhiên, không gò bó”. Hộ trưởng nhóm du lịch cộng đồng cũng cho biết thêm, lợi nhuận du lịch chiếm (65–80 %) thu nhập, nhưng “chi phí rác thải, cầu bến” đang quá sức tự trang trải. Hướng dẫn viên bày tỏ lo ngại khi lượng khách dịp cuối tuần vượt 500/ngày, “có nguy cơ quá tải sinh thái”. Đối với Làng du lịch Mỹ Khánh, các hoạt động dân gian như đờn ca tài tử, đua heo, trò chơi dân gian chiếm 3/5 so với các hoạt động khác và diễn ra theo khung giờ cố định. Cảnh quan được bài trí như theme-park và khoảng 60 % khách là nhóm gia đình nội địa. Một số đánh giá của du khách khi trải nghiệm cho rằng tính tương tác khá thấp và hầu như khách chỉ xem trình diễn. Về Bến Ninh Kiều, Không gian công cộng ven sông, tập trung chòi vọng lâu, tượng Bác, bến tàu du lịch; sau 18 h, khu ẩm thực đường Phan Bội Châu nhộn nhịp. 78 % quầy lưu niệm bán đồ đại trà và phổ thông, ít sản phẩm bản địa và không có nhiều sản phẩm đặc trưng của địa phương. Ở Bến Ninh Kiều, du khách thích tham gia đi thuyền ánh sáng (Light Cruise) và ngắm cầu thành phố Cần Thơ nhưng còn phản nản về mỹ quan và tiếng ồn từ các loa quảng cáo. Theo đó, tác giả phỏng vấn chủ thuyền du lịch về đêm chi phí neo đậu gia tăng trong năm nay. Các cán bộ quận Ninh Kiều cho biết dự án “phố đi bộ” sẽ bổ sung gian hàng văn hoá bản

địa vào mùa cao điểm sắp tới. Khu vực cụm làng nghề hủ tiếu – bánh dân gian (quận Cái Răng và Bình Thủy). Theo tác giả quan sát hầu hết các xưởng thủ công chuyên sang “trung diễn” theo khung giờ cố định, và một số xưởng sản xuất còn khá nhỏ. Các khối lò được xưởng hạn chế bằng quạt hút nhằm phục vụ du khách. Ở đây các du khách được trải nghiệm nhào bột, cắt bánh, nhuộm màu lá dứa,... thu hút nhất; du khách nội địa nói “mùi thơm gọi ký ức tuổi thơ”.

Bảng 1: Bảng phân tích so sánh liên điểm.

Chủ đề	Chợ nổi Cái Răng	Cồn S ơn	Mỹ Kh ánh	Bến Ninh Kiề u	Làng nghề
Mức độ chân t hực	Cao → Trung bình	Cao	Thấp	Thấp→Tr ung bình	Trung bình
Cơ chế vận hành	Tư nhân + HTX	Cộng đồng tự quản	Doanh nghiệp tư nhân	Nhà nước + DN	Hộ gia đình nhỏ lẻ
Tính tương tác	Mua bán trực tiếp	Làm ném – nghe	Xem trình diễn	Đạo chụp ảnh	Thực hành nghề
Lợi ích cộng đồng	Trung bình	Cao	Trung bình-thấ p	Thấp	Thấp→Tr ung bình
Nguy cơ thươn g mại hoá	Tăng dần	Kiểm soát được	Rất cao	Cao	Vừa

Bảng so sánh cho thấy điểm hội tụ chung là các địa điểm du lịch ở thành phố Cần Thơ khẳng định được nhu cầu của du khách đối với trải nghiệm thực hành và câu chuyện cá nhân. Khác biệt then chốt ở 5 địa điểm trên là Cồn Sơn duy trì tính cộng đồng, đảm bảo lợi ích dân cư → mô hình mẫu về du lịch bền vững. Mỹ Khánh và Bến Ninh Kiều cho thấy thương mại hoá mạnh, nguy cơ “sân khấu hoá” cao. Làng nghề đứng trước thách thức kế thừa và nâng cao giá trị kinh tế của sản phẩm thủ công. Song, việc sở hữu những mặt ưu điểm và thành tựu của thành phố Cần Thơ đạt được thì tuy nhiên, việc khai thác văn hóa bản địa để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại thành phố Cần Thơ vẫn còn nhiều hạn chế. Phần lớn các tour tuyến khai thác văn hóa sông nước hiện nay vẫn

dừng lại ở mức độ “tham quan–chiêm ngưỡng”, thiếu chiều sâu trải nghiệm và chưa tạo được sự khác biệt rõ nét so với các tỉnh lân cận. Một số hoạt động tái hiện văn hóa truyền thống còn mang tính trình diễn, chưa phản ánh đầy đủ giá trị sống động và tinh thần cộng đồng của người dân bản địa. Hơn nữa, công tác quy hoạch và liên kết giữa các chủ thể du lịch–chính quyền–cộng đồng địa phương còn rời rạc, chưa tạo thành một hệ sinh thái du lịch bền vững. Việc đầu tư vào hạ tầng hỗ trợ, đào tạo nguồn nhân lực có hiểu biết sâu sắc về văn hóa bản địa và phát triển sản phẩm du lịch theo hướng sáng tạo, hấp dẫn cũng chưa được quan tâm đúng mức. Những kết quả này cung cấp bằng chứng thực địa để bài báo lý giải vì sao một số thực hành văn hoá ở Cần Thơ đang được bảo tồn sinh động, trong khi số khác bị rút gọn thành “màn trình diễn”, đồng thời gợi mở khung khuyến nghị cho phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với văn hoá bản địa theo hướng bền vững.

3.4. Những thách thức trong việc khai thác văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với không gian sông nước thành phố Cần Thơ

Việc khai thác văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với không gian sông nước tại thành phố Cần Thơ hiện đang đối mặt với nhiều thách thức lớn. Thứ nhất, thiếu tính liên kết và đổi mới trong sản phẩm là một vấn đề phổ biến. Các sản phẩm du lịch thường mang tính rời rạc, chưa có sự kết nối chặt chẽ giữa các điểm đến hoặc các yếu tố văn hóa với môi trường sông nước đặc trưng và thiếu chiều sâu. Sự thiếu đổi mới trong thiết kế và phát triển sản phẩm khiến du lịch địa phương khó tạo ra sự khác biệt và thu hút du khách mới. Thứ hai, thành phố Cần Thơ chưa khai thác hiệu quả các loại hình văn hóa phi vật thể như lễ hội truyền thống, nghệ thuật đờn ca tài tử, ẩm thực đặc sản và các tri thức dân gian gắn liền với đời sống sông nước. Những giá trị văn hóa này còn nhiều tiềm năng nhưng do thiếu lớp kế thừa, chưa được tổ chức, phát triển thành các sản phẩm du lịch có tính trải nghiệm và thương mại hóa cao. Thứ ba, hạn chế về nhân lực và cơ sở hạ tầng đang là rào cản lớn trong việc phát triển du lịch đặc thù. Nguồn nhân lực địa phương chưa được đào tạo bài bản về kiến thức văn hóa và kỹ năng phục vụ chuyên nghiệp. Đồng thời, cơ sở hạ tầng như giao thông đường thủy, các điểm lưu trú, hệ thống tiện ích phục vụ du lịch vẫn còn thiếu đồng bộ và chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển bền vững. Thứ 4, là sự giằng co giữa tính chân thực và yêu cầu thương mại hóa: nhiều hoạt động văn hóa bản địa thành phố Cần Thơ dần bị “sân khấu hóa” hoặc đơn giản hóa để phù hợp với tour tuyến và nhu cầu check-in, khiến giá trị văn hóa bị rút gọn, mất hồn.

Cuối cùng, ý thức bảo tồn văn hóa bản địa trong du lịch chưa cao ở một số đối tượng tham gia phát triển du lịch. Việc thương mại hóa các yếu tố văn hóa đôi khi làm giảm giá trị nguyên bản, gây mất cân bằng giữa phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa truyền thống. Điều này đòi hỏi sự nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cộng đồng, doanh nghiệp và các cơ quan quản lý trong việc giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa đặc trưng của vùng sông nước thành phố Cần Thơ.

4. Kết luận và đề xuất:

4.1. Định hướng phát triển

Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với không gian sông nước thành phố Cần Thơ cần tập trung khai thác sâu sắc các giá trị văn hóa bản địa đặc trưng của vùng sông nước miền Tây, trong đó có các hoạt động như chợ nổi, lễ hội dân gian, nghề truyền thống và nghệ thuật đờn ca tài tử. Định hướng phát triển ưu tiên xây dựng sản phẩm du lịch trải nghiệm đa dạng, hấp dẫn, gắn liền với cảnh quan sông nước đặc trưng, đồng thời ứng dụng công nghệ số để nâng cao trải nghiệm và quảng bá sản phẩm. Bên cạnh đó, cần thúc đẩy sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương trong bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, đồng thời thiết lập mối liên kết chặt chẽ giữa các bên liên quan để phát triển du lịch bền vững và có bản sắc riêng của thành phố Cần Thơ.

4.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu của đề tài được xác định như sau:

- (1) Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch đặc thù gắn với văn hóa bản địa và không gian sông nước tại thành phố Cần Thơ;
- (2) Tăng cường khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa phi vật thể truyền thống như lễ hội, nghệ thuật, nghề thủ công và ẩm thực đặc trưng;
- (3) Phát triển nguồn nhân lực có kiến thức sâu rộng về văn hóa và kỹ năng phục vụ du lịch đặc thù;
- (4) Cải thiện và đồng bộ hóa cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, đặc biệt là hạ tầng thân thiện với môi trường sông nước;
- (5) Nâng cao nhận thức của cộng đồng và các bên liên quan về vai trò bảo tồn văn hóa trong phát triển du lịch bền vững.

4.3. Giải pháp khắc phục các khó khăn

a. Tăng cường liên kết và đổi mới trong sản phẩm du lịch

Để khắc phục việc thiếu tính liên kết và đổi mới, cần xây dựng mạng lưới hợp tác chặt chẽ giữa các bên liên quan như chính quyền địa phương, doanh nghiệp, cộng đồng và các tổ chức văn hóa. Việc phối hợp này giúp tạo ra chuỗi sản phẩm du lịch đa dạng, đồng bộ, kết nối các điểm đến văn hóa-sinh thái, từ đó nâng cao trải nghiệm

du khách. Bên cạnh đó, cần áp dụng công nghệ số, phát triển các sản phẩm du lịch sáng tạo, mang tính trải nghiệm cao nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách hiện đại.

b. *Khai thác hiệu quả các loại hình văn hóa phi vật thể*
Để phát huy giá trị các loại hình văn hóa phi vật thể, nên tổ chức các sự kiện văn hóa truyền thống định kỳ như lễ hội, biểu diễn đờn ca tài tử, trưng bày nghề thủ công truyền thống. Đồng thời, xây dựng các sản phẩm trải nghiệm văn hóa gắn liền với đời sống sông nước, giúp du khách được tham gia, tương tác trực tiếp với các giá trị văn hóa bản địa. Việc truyền thông rộng rãi và quảng bá các loại hình văn hóa phi vật thể cũng là yếu tố cần thiết để thu hút sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước.

c. *Nâng cao chất lượng nhân lực và hoàn thiện cơ sở hạ tầng*

Cần tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu về kiến thức văn hóa bản địa, kỹ năng phục vụ du lịch, giao tiếp và ngoại ngữ cho đội ngũ nhân lực địa phương. Đồng thời, đầu tư nâng cấp và đồng bộ cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch như giao thông đường thủy, hệ thống lưu trú, các điểm dừng chân, nhà vệ sinh công cộng và các tiện ích khác để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách, đồng thời bảo đảm phát triển du lịch bền vững.

d. *Nâng cao ý thức bảo tồn văn hóa bản địa trong cộng đồng và doanh nghiệp*

Việc tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức về giá trị và tầm quan trọng của văn hóa bản địa trong phát triển du lịch cần được đẩy mạnh. Các chương trình tập huấn, hội thảo, chiến dịch truyền thông nên được tổ chức thường xuyên nhằm khuyến khích sự tham gia chủ động của cộng đồng dân cư và doanh nghiệp du lịch trong bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống. Bên cạnh đó, xây dựng chính sách, quy định và cơ chế giám sát nhằm ngăn chặn thương mại hóa quá mức và đảm bảo phát triển du lịch hài hòa với bảo tồn văn hóa.

5. Kết luận

Văn hóa bản địa là nền tảng cốt lõi và là yếu tố then chốt tạo nên sức hút đặc trưng cho du lịch thành phố Cần Thơ-vùng đất sông nước với bản sắc văn hóa đa dạng và phong phú. Qua phân tích thực trạng khai thác văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, có thể thấy dù thành phố Cần Thơ đã đạt được những bước tiến nhất định trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa vật thể lẫn phi vật thể, song quá trình này vẫn còn nhiều hạn chế và chưa tận dụng hết tiềm năng vốn có. Việc phát triển các sản phẩm du lịch mang đậm dấu ấn văn hóa gắn với không gian sông nước còn thiếu sự đồng bộ, thiếu sự tham gia tích cực của cộng đồng và

chưa có chiến lược phát triển bài bản, dẫn đến hiệu quả khai thác chưa cao và khó khăn trong việc duy trì tính bền vững.

Do đó, để du lịch thành phố Cần Thơ thực sự phát triển theo hướng đặc thù, bền vững và nâng cao sức cạnh tranh, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền địa phương, các doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư cùng các nhà nghiên cứu và chuyên gia văn hóa. Các giải pháp trọng tâm cần tập trung vào bảo tồn di sản văn hóa, phát huy giá trị văn hóa phi vật thể, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đổi mới sáng tạo trong thiết kế sản phẩm. Đồng thời, việc xây dựng chiến lược truyền

thông hiệu quả, quảng bá hình ảnh du lịch mang đậm bản sắc vùng miền, cũng như phát huy vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch, sẽ góp phần tạo nên sự khác biệt, nâng cao trải nghiệm cho du khách trong và ngoài nước. Từ đó, thành phố Cần Thơ sẽ không chỉ giữ gìn được nét văn hóa sông nước đặc trưng mà còn vươn lên trở thành điểm đến du lịch độc đáo, mang tầm khu vực và quốc tế.

Lời cảm ơn

Tôi xin chân thành cảm ơn TS. Trần Cẩm Thi, trường Đại học Thủ Dầu Một đã hỗ trợ, góp ý để tác giả hoàn thành công trình nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

1. Heath, E., and Wall, G. (1992), *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*, Wiley, New York.
2. Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016, 1-9.
3. Kotler, P. (2022). *Marketing for hospitality and tourism*. UK.: Pearson Education Limited.
4. UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris.
5. Tổng cục Du lịch (2020). *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
6. UNWTO (2007). *Tourism Highlights*.
7. Ái Lam (2024). *Cần Thơ: Phát huy tiềm năng du lịch đường sông*. Báo Cần Thơ Online. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/58899>
8. Ái Lam (2025). *Cần Thơ: Chú trọng sản phẩm đặc trưng*. Báo điện tử Cần Thơ. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/60666>
9. K.V (2020). *Cần Thơ doanh thu từ du lịch đạt trên 4.435 tỷ đồng*. . Trang thông tin điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/30913>

Exploitation of indigenous culture in developing special tourism products associated with Can Tho river space

Ly Hoai Nam

Nguyen Tat Thanh University

Email: namlh@ntt.edu.vn

Abstract Can Tho City, as the economic, cultural, and tourism center of the Mekong Delta, possesses a distinctive riverine landscape and rich local cultural heritage, particularly reflected in floating market life, traditional crafts, folk festivals, and regional cuisine. This study aims to identify and analyze the potential for leveraging indigenous cultural elements in the development of distinctive tourism products associated with the river-based environment of Can Tho. Based on field surveys at key destinations such as Cai Rang Floating Market, Son Islet, and local craft villages, combined with the collection and analysis of secondary data from official reports, planning documents, and previous research, this paper elucidates the current state of cultural integration into tourism products. The findings indicates that, although local culture holds significant potential to shape distinctive tourism experiences, the implementation remains limited in terms of organization, storytelling, and coordination among communities, businesses, and local authorities. The study recommends enhancing cultural authenticity, empowering local communities, and applying creative thinking in product design, thereby contributing to sustainable tourism development and enriching visitor experiences in the riverine area of Can Tho.

Keywords Niche tourism; Local culture; River-based space; Can Tho; Tourism exploitation.

