

Mô hình khai thác giá trị văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: tiếp cận từ góc nhìn bền vững

Giang Hào Côn, Nguyễn Xuân Cường

Trung tâm Tin học NTT, Khoa Công nghệ Thông tin, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

ghcon@ntt.edu.vn, nxcuong@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Nghiên cứu này đề xuất một mô hình toàn diện nhằm tích hợp các giá trị văn hóa bản địa vào quá trình phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, với trọng tâm là tính bền vững lâu dài. Thông qua việc khảo sát các tài sản văn hóa bắt nguồn từ truyền thống địa phương, phong tục tập quán và bản sắc cộng đồng, nghiên cứu hướng đến việc khám phá cách thức các giá trị này có thể được chuyển hóa thành những trải nghiệm du lịch độc đáo – vừa thu hút du khách, vừa góp phần bảo tồn văn hóa. Mô hình được xây dựng dựa trên những tri thức liên ngành từ nghiên cứu văn hóa, du lịch bền vững và phát triển dựa vào cộng đồng. Thông qua phân tích tình huống và quan sát thực địa, nghiên cứu phác thảo các cơ chế giúp cân bằng giữa lợi ích kinh tế với việc thể hiện văn hóa một cách chuẩn mực và quan tâm đến môi trường. Sau cùng, nghiên cứu nhấn mạnh tiềm năng của loại hình du lịch dựa trên văn hóa như một hướng phát triển bền vững cho địa phương, đồng thời củng cố tính xác thực và đa dạng của ngành du lịch Việt Nam.

Nhận 30/05/2025

Được duyệt 07/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

chất thải rắn sinh hoạt; phế phụ phẩm nông nghiệp; viên nén RDF; kinh tế tuần hoàn; phát triển bền vững

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh điem đến ngày càng gia tăng, sự khác biệt văn hóa trở thành lợi thế chiến lược của ngành du lịch. Văn hóa bản địa – bao gồm tập tục, tri thức dân gian, nghệ thuật, ngôn ngữ và tín ngưỡng – không chỉ là yếu tố hấp dẫn du khách mà còn là cốt lõi để hình thành các sản phẩm du lịch có chiều sâu, mang bản sắc địa phương. Tuy nhiên, việc tích hợp các giá trị văn hóa bản địa một cách hài hòa, có trách nhiệm và bền vững vào sản phẩm du lịch vẫn là bài toán chưa được giải quyết triệt để tại nhiều quốc gia đang phát triển.

Du lịch, với tư cách là một ngành đa chiều, có sự giao thoa sâu sắc với văn hóa, kinh tế, môi trường và bản sắc. Trong những thập kỷ gần đây, nhận thức ngày càng tăng rằng phát triển du lịch cần vượt ra khỏi sự thương mại hóa đơn thuần, để tạo ra sự kết nối sâu sắc hơn giữa du khách và bối cảnh văn hóa họ trải nghiệm. Các giá trị văn hóa bản địa - bắt nguồn từ hệ thống tri thức hàng thế kỷ, niềm tin tâm linh và lối sống truyền thống - là một nguồn tài nguyên giàu có nhưng chưa được khai thác hiệu quả trong việc tạo ra trải nghiệm du lịch có ý nghĩa. Bài báo này kêu gọi chuyển đổi từ các sản phẩm du lịch đại trà sang các sản phẩm du lịch đặc trưng, dựa trên văn hóa, được thiết kế với sự hợp tác của cộng đồng bản địa. Cách tiếp cận này không chỉ bảo tồn tính toàn vẹn văn hóa mà còn thúc đẩy tăng trưởng bao trùm và bảo vệ môi

trường. Chúng tôi đề xuất một mô hình khái niệm về việc tận dụng các giá trị văn hóa bản địa để xây dựng các sản phẩm du lịch bền vững và có tính cạnh tranh.

2. Thực trạng hiện nay

Thực tế cho thấy nhiều sản phẩm du lịch được xây dựng từ yếu tố văn hóa bản địa nhưng thiếu sự tham gia thực chất của cộng đồng sở hữu văn hóa, dẫn đến nguy cơ thương mại hóa, xuyên tạc hoặc làm mai một bản sắc. Các hoạt động như “dàn dựng lễ hội”, “trình diễn tập tục” thường phục vụ mục đích giải trí hơn là giáo dục văn hóa. Đồng thời, cơ chế phân phối lợi ích chưa công bằng khiến cộng đồng địa phương bị loại khỏi chuỗi giá trị du lịch. Ở chiều ngược lại, những sáng kiến du lịch cộng đồng thành công tại Sapa, Hội An, Kon Tum hay Ninh Thuận cho thấy vai trò trung tâm của cộng đồng trong việc bảo tồn và khai thác văn hóa là yếu tố then chốt tạo nên sự khác biệt bền vững.

Trên toàn cầu, du lịch văn hóa chiếm khoảng 40 phần trăm các chuyến đi quốc tế. Tuy nhiên, phần lớn tăng trưởng này tập trung ở các di sản đô thị, trong khi các câu chuyện văn hóa bản địa thường bị thiếu vắng hoặc bị trình bày sai lệch. Ở những nơi văn hóa bản địa được đưa vào, nó thường bị thương mại hóa, trở thành các tiết mục trình diễn hời hợt hoặc biểu tượng bị tách rời khỏi ngữ cảnh thực sự.

Tại các quốc gia có di sản bản địa phong phú như Việt Nam, Úc, Canada và Peru, đã có những chương trình thử

nghiệm đặt trọng tâm vào góc nhìn của cộng đồng bản địa. Dù một số mô hình du lịch cộng đồng thành công, nhiều chương trình vẫn gặp trở ngại do thiếu tiếp cận thị

trường, năng lực hạn chế, và chưa được tích hợp đầy đủ vào chiến lược du lịch quốc gia.

Bảng 1. Tổng hợp so sánh thực trạng, thách thức và giải pháp phát triển sản phẩm du lịch gắn với DSVHPVT

Nội dung	Thực trạng	Thách thức chính	Giải pháp đề xuất
Khai thác di sản	Mới dừng ở mức trình diễn, minh họa	Mất tính xác thực, nguy cơ “biểu diễn hóa”	Kể chuyện văn hóa, giữ nguyên ngữ cảnh thực hành
Cộng đồng địa phương	Tham gia còn hình thức	Thiếu tiếng nói, lợi ích không rõ ràng	Tiếp cận từ dưới lên, chia sẻ lợi nhuận minh bạch
Hệ thống sản phẩm	Manh mún, thiếu chiều sâu	Trùng lặp, không khác biệt điểm đến	Thiết kế sản phẩm theo mô hình 5 giai đoạn
Hạ tầng & truyền thông	Yếu, thiếu nền tảng số	Khó tiếp cận khách quốc tế và giới trẻ	Số hóa di sản, xây dựng nền tảng trải nghiệm trực tuyến
Quản trị liên ngành	Thiếu phối hợp giữa văn hóa – du lịch	Chồng chéo vai trò, thiếu định hướng chung	Mô hình “tam giác bền vững” (Di sản – Cộng đồng – Doanh nghiệp)

3. Những thách thức chính

3.1. Sự mâu thuẫn giữa bảo tồn và khai thác:

Khi văn hóa trở thành tài nguyên kinh tế, ranh giới giữa gìn giữ và biến đổi dễ bị xóa nhòa nếu thiếu định hướng đúng đắn.

3.2. Chiếm dụng và xuyên tạc văn hoá

Phát triển du lịch đôi khi dẫn đến bóp méo hoặc khai thác giá trị bản địa, thường phục vụ lợi ích của các bên ngoài. Điều này gây ra sự mai một văn hóa và mất niềm tin cộng đồng.

3.3. Thiếu sự tham gia của cộng đồng

Nhiều cộng đồng bản địa vẫn là người tiếp nhận thụ động thay vì là người thiết kế chính trong quá trình phát triển du lịch. Tiếng nói của họ thường bị loại bỏ, dẫn đến kết quả thiếu bền vững và không công bằng. Nhiều mô hình phát triển sản phẩm du lịch vẫn mang tính áp đặt từ trên xuống, thiếu lắng nghe tiếng nói của cộng đồng văn hóa.

3.4. Rào cản về năng lực địa phương và rò rỉ kinh tế

Hạn chế trong quản lý, truyền thông, và kết nối thị trường là những thách thức lớn đối với cộng đồng bản địa khi tham gia vào chuỗi giá trị du lịch,... Ngay cả khi văn hóa bản địa là điểm thu hút chính, lợi ích kinh tế thường không đến được với cộng đồng do chuỗi cung ứng, đầu tư và tiếp thị bị kiểm soát bởi bên ngoài.

3.5. Áp lực môi trường

Cảnh quan văn hóa gắn liền với bản sắc bản địa đang ngày càng bị đe dọa bởi tình trạng du lịch quá tải, quản lý đất kém và biến đổi khí hậu.

4. Phương pháp tiếp cận

Để xây dựng một mô hình bền vững, bài báo này áp dụng phương pháp đa ngành và có sự tham gia của cộng đồng, gồm:

a. **Tiếp cận cộng đồng làm trung tâm:** Văn hóa được

xác định là của cộng đồng, do cộng đồng sở hữu, quản lý và phát triển.

b. **Nghiên cứu dân tộc học:** Thực địa sâu để ghi lại thực hành văn hóa, truyền khẩu, nghi lễ và thế giới quan từ người bản địa. Du lịch không chỉ “mua bán trải nghiệm” mà là sự tương tác hai chiều giữa du khách và cộng đồng.

c. **Lập bản đồ các bên liên quan:** Xác định các chủ thể then chốt như trưởng làng, doanh nhân địa phương, tổ chức phi chính phủ và cơ quan chính phủ để hình thành hệ sinh thái hợp tác.

d. **Kiểm kê tài sản văn hóa:** Phân loại có hệ thống các yếu tố di sản vật thể và phi vật thể phù hợp với du lịch, phân theo độ nhạy cảm và mức độ sẵn sàng.

e. **Đánh giá tính bền vững:** Sử dụng chỉ số tác động môi trường và xã hội để xác định sức chứa của các sản phẩm du lịch đề xuất.

f. **Hội thảo tư duy thiết kế:** Đồng sáng tạo sản phẩm du lịch thông qua quá trình thử nghiệm lặp lại cùng cộng đồng.

5. Phương pháp tiếp cận

5.1. Mô hình “Chuỗi giá trị văn hoá”

Chúng tôi đề xuất một mô hình năm giai đoạn tích hợp giá trị bản địa vào chuỗi phát triển du lịch:

a. **Xác định:** lập bản đồ các giá trị, thực hành và không gian có ý nghĩa văn hóa cao.

b. **Tham vấn:** thúc đẩy đối thoại toàn diện để hiểu mong muốn và ngưỡng chịu đựng của cộng đồng.

c. **Thiết kế:** phát triển sản phẩm (nhà ở homestay, nghi lễ hướng dẫn, thủ công mỹ nghệ, lễ hội) do cộng đồng sở hữu.

d. **Nâng cao năng lực:** đào tạo về thuyết minh, đón tiếp, ngôn ngữ, tiếp thị kỹ thuật số.

e. **Quản trị & phân chia lợi nhuận:** thành lập hợp tác xã địa phương hoặc quỹ tín thác để quản lý doanh thu và

tái đầu tư vào bảo tồn văn hóa.

5.2. Khuyến nghị chính sách

- a. **Bảo vệ pháp lý:** bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và biểu hiện văn hóa bản địa.
- b. **Ưu đãi tài chính:** cung cấp ưu đãi thuế hoặc trợ cấp cho doanh nghiệp văn hóa do cộng đồng điều hành.

c. **Hệ thống chứng nhận:** xây dựng tiêu chuẩn cho “trải nghiệm văn hóa chân thực” dựa trên sự xác minh của cộng đồng.

d. **Hợp tác công – tư:** khuyến khích mô hình đầu tư ưu tiên quyền sở hữu địa phương và chia sẻ lợi nhuận công bằng.

Bảng 2. Vai trò và trách nhiệm của các bên liên quan trong mô hình phát triển

Bên liên quan	Vai trò chính	Trách nhiệm trong mô hình
Cộng đồng địa phương	Chủ thể văn hóa – người thực hành và gìn giữ di sản	Tham gia thiết kế, vận hành, phân biện và hưởng lợi bền vững
Nghệ nhân / Người truyền dạy	Người bảo lưu tri thức dân gian, truyền thống	Cung cấp nội dung văn hóa xác thực, hướng dẫn du khách
Chính quyền địa phương	Điều phối và cấp phép hoạt động	Ban hành chính sách hỗ trợ, quản lý và bảo vệ không gian di sản
Doanh nghiệp du lịch	Tổ chức tour, kết nối thị trường	Bảo đảm tính đạo đức trong khai thác di sản, chia sẻ lợi nhuận
Tổ chức hỗ trợ / NGO	Hỗ trợ kỹ thuật, tài chính và nâng cao năng lực	Xây dựng năng lực quản trị, số hóa di sản, truyền thông quốc tế
Du khách	Người tiêu dùng, người đồng kiến tạo trải nghiệm	Tôn trọng giá trị bản địa, phản hồi trải nghiệm và lan tỏa văn hóa

6. Mô hình đề xuất

6.1. Đối chiếu mô hình với các lý thuyết và mô hình quốc tế

Mô hình được đề xuất trong nghiên cứu-gồm năm giai đoạn phát triển sản phẩm du lịch gắn với văn hóa bản địa – có thể được đặt trong đối sánh với một số mô hình lý thuyết quốc tế để làm rõ hơn tính mới và đóng góp khoa học.

Trước hết, mô hình có điểm tương đồng với mô hình “Tourism and Indigenous Peoples” do Butler và Hinch (2007) phát triển, trong đó đề cập đến mối quan hệ tam giác giữa văn hóa bản địa-cộng đồng-du lịch. Tuy nhiên, trong khi mô hình Butler và Hinch (2) chủ yếu tập trung vào quyền lợi và tính đại diện của cộng đồng trong chuỗi cung ứng du lịch, mô hình của chúng tôi mở rộng cấu trúc vận hành theo hướng đa tầng: từ khảo sát, tham vấn, thiết kế, đào tạo đến giám sát – tái đầu tư, tạo thành một quy trình khép kín, có thể lặp lại theo chu kỳ phát triển bền vững.

Ngoài ra, mô hình này cũng có sự kế thừa khái niệm “Heritage Value Chain” (8), nhấn mạnh tính tuần hoàn trong khai thác và tái tạo giá trị di sản. Tuy nhiên, điểm khác biệt rõ ràng là mô hình hiện tại bổ sung các yếu tố liên quan đến chuyển đổi số, hội nhập thị trường số, và cơ chế đồng thuận văn hóa – điều ít được đề cập trong các mô hình truyền thống trước đó.

Một điểm cải tiến đáng chú ý khác là mô hình này kết hợp phương pháp “Participatory Mapping” (13), nhưng vượt ra khỏi phạm vi ghi nhận – lập bản đồ, để chuyển

sang giai đoạn đồng thiết kế sản phẩm dựa trên hệ giá trị bản địa và nguyên tắc đạo đức văn hóa. Như vậy, mô hình không chỉ là kỹ thuật tiếp cận mà còn là khung chiến lược liên ngành cho các điểm đến văn hóa đặc trưng.

6.2. Tình huống minh họa áp dụng mô hình

Để minh chứng khả năng triển khai thực tiễn của mô hình, dưới đây là hai tình huống ứng dụng tại địa phương:

Tình huống 1: Làng nghề Chăm Mỹ Nghiệp – Ninh Thuận

Tại làng nghề Chăm Mỹ Nghiệp, nhóm nghiên cứu phối hợp với nghệ nhân và chính quyền địa phương tiến hành:

- a. Khảo sát – lập bản đồ các thực hành dệt truyền thống, lễ cúng nghề, không gian tâm linh.
- b. Tổ chức hội thảo làng, lấy ý kiến về khả năng tích hợp nghề dệt và nghỉ lễ vào sản phẩm du lịch.
- c. Thiết kế tour trải nghiệm: dệt vải cùng nghệ nhân, nghe kể chuyện Pô Inur Nagar, dùng bữa truyền thống tại nhà cộng đồng.
- d. Tập huấn kỹ năng đón tiếp và xây dựng fanpage địa phương.

Sau 6 tháng thử nghiệm, sản phẩm nhận được phản hồi tích cực từ khách du lịch quốc tế, thu nhập cộng đồng tăng 18 phần trăm, và có sự tái khởi động lễ hội nghề vào tháng 5.

Tình huống 2: Không gian Then Tày – Lạng Sơn

Với sự hỗ trợ của tổ chức phi chính phủ, dự án du lịch cộng đồng tại xã Bắc Sơn đã:

- Ghi chép các bài Then cổ và nghi thức lên đồng.
- Thống nhất với cộng đồng về phạm vi biểu diễn phù hợp để giữ tính linh thiêng.
- Tạo tour “đêm Then” giới hạn 10 người/đêm, có nghệ nhân, người phiên dịch và phiên bản số hóa bài hát có phụ đề.
- Lợi nhuận chia theo tỷ lệ 60 phần trăm cho nghệ nhân – 30 phần trăm cho quỹ văn hóa – 10 phần trăm cho vận hành.

Từ tháng 6/2023 đến 1/2024, chương trình đón hơn 300 khách quốc tế và trở thành mô hình mẫu của tỉnh trong du lịch cộng đồng.

6.3. Phân tích nội dung và giá trị khoa học của mô hình

Khác với các mô hình cũ thường chỉ dừng ở mức nguyên tắc hoặc danh sách tiêu chí, mô hình trong nghiên cứu

Mô hình đề xuất gồm 5 giai đoạn chính



1. Khảo sát – Ghi nhận – Đánh giá:

- Lập bản đồ các giá trị văn hóa bản địa có tiềm năng tích hợp vào du lịch.
- Phân loại tài nguyên theo độ nhạy cảm và mức độ sẵn sàng khai thác.

2. Tham vấn cộng đồng – Đồng thuận văn hóa:

- Tổ chức các phiên họp, hội thảo làng để thống nhất phạm vi giá trị văn hóa được đưa vào sản phẩm.
- Thiết lập nguyên tắc sử dụng văn hóa công bằng, không bóp méo, không chiếm dụng.

3. Thiết kế sản phẩm – Xây dựng câu chuyện:

- Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng như tour trải nghiệm, lễ hội, ẩm thực, thủ công, dân ca,...
- Lồng ghép câu chuyện lịch sử, truyền thuyết và thực hành văn hóa theo ngữ cảnh thực.

4. Đào tạo – Truyền thông – Kết nối thị trường:

- Nâng cao năng lực cho cộng đồng về vận hành du lịch, tiếp thị và quản lý chất lượng.
- Thiết lập kênh tiếp thị số, sản kết nối du khách với cộng đồng.

5. Giám sát – Bảo tồn – Tái đầu tư:

- Xây dựng quỹ văn hóa hoặc hợp tác xã du lịch cộng đồng để quản lý doanh thu.
- Tái đầu tư vào giáo dục văn hóa, bảo tồn cảnh quan và phát triển sinh kế địa phương.

này cung cấp một khung vận hành chi tiết, có thể đo lường và kiểm nghiệm thông qua các chỉ báo định tính và định lượng. Cụ thể:

- Tính khả thi cao: vì chia theo 5 giai đoạn rõ ràng, mỗi giai đoạn đều có công cụ đi kèm (lập bản đồ, hội thảo, kế hoạch truyền thông...)
- Tính linh hoạt cao: có thể áp dụng cho nhiều loại hình văn hóa (lễ hội, nghề thủ công, nghệ thuật trình diễn, tri thức dân gian...)
- Tính đạo đức cao: vì nhấn mạnh yếu tố đồng thuận cộng đồng, tái đầu tư và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ văn hóa.
- Tính mở rộng: mô hình có thể tích hợp vào quy hoạch du lịch tỉnh, chương trình mỗi xã một sản phẩm (One Commune One Product (OCOP)), hoặc chiến lược phát triển văn hóa số.

7. Kết luận

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và nhu cầu trải nghiệm du lịch bản sắc ngày càng gia tăng, việc phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng dựa trên giá trị văn hóa bản địa không chỉ là chiến lược khác biệt hóa điểm đến mà còn là một lựa chọn phát triển bền vững. Nghiên cứu này đã đề xuất một mô hình gồm năm giai đoạn, tích hợp cách tiếp cận liên ngành và nhấn mạnh vai trò trung tâm của cộng đồng địa phương. Khác với các mô hình lý thuyết trước đây, mô hình đề xuất đặt trọng tâm vào tính xác thực, sự đồng thuận văn hóa, khả năng tái tạo giá trị, cũng như cơ chế tái đầu tư vào cộng đồng.

Kết quả nghiên cứu không chỉ cung cấp một khung khái niệm có tính ứng dụng cao mà còn góp phần làm rõ thêm lý thuyết về du lịch cộng đồng, du lịch di sản và phát triển bền vững trong bối cảnh xã hội đương đại. Các tình huống minh họa tại Ninh Thuận và Lạng Sơn cho thấy tiềm năng của mô hình khi được triển khai đúng bối cảnh và có sự đồng hành từ nhiều bên liên quan.

Trong tương lai, mô hình cần tiếp tục được thử nghiệm tại các vùng văn hóa khác nhau, nhằm hiệu chỉnh các chỉ báo đo lường, hoàn thiện cơ chế phân phối lợi ích, và mở rộng tích hợp với chuyển đổi số. Đây không chỉ là hướng đi cho phát triển du lịch bản địa, mà còn là con đường gìn giữ di sản văn hóa sống động và nâng cao vị thế của văn hóa trong phát triển kinh tế-xã hội.

Du lịch, khi đặt nền tảng vào các giá trị văn hóa bản địa, có thể vượt xa bản chất thương mại-trở thành phương tiện tái sinh văn hóa, hội nhập xã hội và bảo vệ môi trường. Mô hình được đề xuất nhấn mạnh sự tôn trọng, hợp tác và giá trị chia sẻ. Với góc nhìn bền vững, các điểm đến có thể tránh khỏi cái bẫy khai thác văn hóa và trở thành người gìn giữ di sản sống động. Nghiên cứu trong tương lai nên triển khai thử nghiệm mô hình này trong các bối cảnh văn hóa đa dạng để hoàn thiện khả năng áp dụng và mở rộng quy mô.

Việc khai thác các giá trị văn hóa bản địa trong phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng không thể chỉ dừng ở mức “trưng bày” mà cần được hiểu là quá trình hợp tác, đồng sáng tạo và bảo tồn sống động. Mô hình được đề xuất nhấn mạnh vào vai trò chủ thể của cộng đồng văn hóa, thiết lập nguyên tắc công bằng và bền vững trong chuỗi

giá trị du lịch. Đây không chỉ là giải pháp cho phát triển kinh tế địa phương mà còn là con đường gìn giữ bản sắc văn hóa giữa thời đại toàn cầu hóa.

Lời cảm ơn: Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các chuyên gia, giảng viên, sinh viên và các nhà quản lý du lịch đã dành thời gian, chia sẻ kinh nghiệm và đóng góp ý kiến quý báu cho nghiên cứu này. Sự hỗ trợ và hợp tác của quý vị là động lực quan trọng giúp chúng tôi hoàn thành bài viết với những góc nhìn sâu sắc và thực tiễn. Chúng tôi cũng xin tri ân các tổ chức ngành du lịch, viện nghiên cứu và doanh nghiệp đã cung cấp dữ liệu, tài liệu tham khảo và các thông tin hữu ích, góp phần nâng cao chất lượng nghiên cứu. Hy vọng rằng những kết quả từ nghiên cứu này sẽ mang lại giá trị thiết thực, góp phần thúc đẩy sự đổi mới và phát triển bền vững của ngành du lịch trong kỷ nguyên số.

Tài liệu tham khảo

1. Bessière, J. (2013). Heritage as a driver of development: Its role in sustainable tourism. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 3(2), 130-147. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-05-2013-0010>
2. Butler, R., & Hinch, T. (2007). *Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*. Butterworth-Heinemann.
3. Cole, S. (2006). *Cultural tourism, community participation and empowerment*. In M. Smith & M. Robinson (Eds.), *Cultural Tourism in a Changing World* (pp. 89-103). Channel View Publications.
4. Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
5. George, E. W., Mair, H., & Reid, D. G. (2009). *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*. Channel View Publications.
6. Nguyễn, V. L. (2020). *Du lịch văn hóa và phát triển bền vững*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TPHCM.
7. Salazar, N. B. (2012). *Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches*. Berghahn Books.
8. Smith, M. K., & Richards, G. (Eds.). (2013). *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, participation and (re)presentation*. Channel View Publications.
9. Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World: A regional perspective*. Routledge.
10. UNWTO. (2019). *Tourism and Culture Synergies*. UNWTO Publications. <https://www.e-unwto.org/>
11. UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. <https://ich.unesco.org/>
12. UNESCO. (2023). *Intangible Cultural Heritage Lists*. <https://ich.unesco.org/en/lists>
13. Weaver, D. B. (2010). Indigenous tourism stages and their implications for sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 43-60. <https://doi.org/10.1080/09669580903072001>

A model for utilizing indigenous cultural values in developing distinctive tourism products: a sustainable perspective

Giang Hao Con, Nguyen Xuan Cuong

NTT Information Technology Center, Faculty of Information Technology, Nguyen Tat Thanh University.

ghcon@ntt.edu.vn, nxcuong@ntt.edu.vn



Abstract This study proposes a comprehensive model for integrating indigenous cultural values into the development of distinctive tourism products, with a focus on long-term sustainability. By examining the cultural assets rooted in local traditions, customs, and community identity, the research aims to explore how these values can be transformed into unique tourism experiences that both attract visitors and contribute to cultural preservation. The model is constructed based on interdisciplinary insights from cultural studies, sustainable tourism, and community-based development. Through case analysis and field observations, the study outlines mechanisms that balance economic benefits with ethical cultural representation and environmental care. Ultimately, the research highlights the potential of culture-driven tourism to become a sustainable pathway for local development while reinforcing the authenticity and diversity of Vietnam's tourism sector.

Keywords Indigenous culture, Distinctive tourism products, Sustainable tourism, Cultural heritage, Community-based development, Local identity.