

# Phát huy các giá trị văn hóa địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù: trường hợp vườn trái cây Vàm Xáng, Cần Thơ

Lê Thị Tô Quyên<sup>1</sup>, Đoàn Văn Tín<sup>2</sup>, Nguyễn Thị Mỹ Duyên<sup>3</sup>, Võ Thị Thảo Nguyên<sup>2</sup>, Huỳnh Thị Thúy Di<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Khoa Khoa học Chính Trị, Xã Hội và Nhân Văn, Đại học Cần Thơ

<sup>2</sup>Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

<sup>3</sup>Trường Đại học An Giang, Đại học Quốc gia TP HCM

<sup>4</sup>Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Email tác giả liên hệ: dvantin@gmail.com

## Tóm tắt

Trong bối cảnh ngành du lịch đang đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù gắn liền với giá trị văn hóa địa phương được xem là một chiến lược quan trọng nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh và khẳng định thương hiệu điểm đến. Bài viết tập trung phân tích mô hình khai thác các giá trị văn hóa truyền thống tại Vườn trái cây Vàm Xáng (huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ) với mục tiêu phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù; qua đó góp phần quảng bá bản sắc văn hóa miệt vườn vùng sông nước và thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững. Dựa trên phương pháp nghiên cứu định tính, kết hợp khảo sát thực địa và phỏng vấn sâu với các bên liên quan, nghiên cứu đã xác định được sáu nhóm sản phẩm du lịch đặc thù gắn với các yếu tố như: tri thức dân gian, nghệ thuật truyền thống, lễ hội tín ngưỡng, nghề thủ công truyền thống, trải nghiệm văn hóa – ngôn ngữ và sinh hoạt cộng đồng. Cuối cùng, bài viết đề xuất một số định hướng phát triển sản phẩm du lịch phù hợp với điều kiện văn hóa, sinh thái và đời sống cộng đồng tại địa phương, hướng đến việc phát huy hiệu quả các giá trị bản địa trong phát triển du lịch đặc thù tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

Nhận 13/05/2025

Được duyệt 22/8/2025

Công bố 30/12/2025

## Từ khóa

Homestay, văn hóa đặc trưng, sản phẩm du lịch đặc thù, Vườn trái cây Vàm Xáng

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

## 1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến du lịch, việc xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù đã và đang trở thành chiến lược quan trọng nhằm định vị thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh cho từng địa phương. Khác với các sản phẩm đại trà vốn dễ sao chép và thiếu tính nhận diện, sản phẩm du lịch đặc thù là những dịch vụ hoặc trải nghiệm gắn liền với tài nguyên bản địa, văn hóa dân gian và hệ sinh thái riêng biệt, mang đến cho du khách sự mới lạ và giá trị trải nghiệm sâu sắc.

Đi cùng với sự phát triển kinh tế, chất lượng cuộc sống của con người càng nâng lên, trong đó nhu cầu đi du lịch là không thể thiếu, trong đó du lịch trải nghiệm đang được du khách nước ngoài quan tâm, và muốn tìm hiểu. Trong xu hướng phát triển du lịch cộng đồng, mô hình du lịch homestay đóng vai trò quan trọng vì đây là loại hình du khách có sự tương tác đa chiều giữa cư dân bản địa, truyền thống văn hoá và môi trường tự nhiên. Khi cộng đồng địa phương được trực tiếp tham gia và quản lý các hoạt động du lịch, thì người dân mới nhận thức hết yêu cầu, trách nhiệm và quyền lợi của chính

minh đối với sự phát triển hài hòa và bền vững loại hình du lịch này vì chính lợi ích từ du lịch đã mang lại cho người dân địa phương.

Từ kinh nghiệm thực tiễn về các mô hình homestay trên thế giới cho thấy rằng tùy thuộc vào bản chất và đặc trưng các loại hình tài nguyên hiện có mà các cộng đồng Âu, Á, Mỹ khác nhau lại lựa chọn phương thức phối hợp khác nhau giữa ba nhóm sinh thái, lịch sử – văn hoá và sự tham gia của cộng đồng dựa trên nguyên tắc vận dụng lý thuyết và tham vấn cộng đồng [1]. Trong khi đó, các nước Âu - Mỹ thiên về xu hướng khai thác sự cộng cảm giữa người du khách với quá khứ (di sản) và hiện tại (sinh hoạt lễ hội, gặp gỡ - đối thoại với cộng đồng); còn các nước đang phát triển (Á, Mỹ La tinh) thiên về cung cấp dịch vụ homestay và tạo điều kiện cho họ tương tác, trải nghiệm.

Tại Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), thành phố Cần Thơ được biết đến với tiềm năng phát triển loại hình du lịch sinh thái và văn hóa. Đặc biệt, xã Phong Điền nói chung và khu vực Vườn trái cây Vàm Xáng (VTVS) nói riêng không chỉ nổi tiếng với hệ sinh thái miệt vườn trù phú mà còn mang đậm dấu ấn văn hóa

bản địa thông qua đòn ca tài tử, hò Cần Thơ, nghệ thuật ẩm thực và làng nghề truyền thống. Trong bối cảnh đó, bài viết này được thực hiện nhằm xác định và làm rõ các yếu tố văn hóa đặc thù tại VTVS, từ đó xây dựng mô hình phát triển sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên giá trị bản địa. Nghiên cứu không chỉ có ý nghĩa trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến mà còn góp phần bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa Cần Thơ trong phát triển du lịch bền vững.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chủ VTVS và 3 nhân viên tại VTVS và khảo sát thực địa tại VTVS để đánh giá các sản phẩm du lịch đặc trưng hiện vườn đang khai thác, các ý kiến về đề xuất để xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù gắn với các giá trị văn hóa địa phương. Nghiên cứu còn, thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nguồn sách, tạp chí khoa học, số liệu thống kê của địa phương. Dữ liệu thứ cấp sau khi được thu thập sẽ được phân tích, tổng hợp nhằm đúc kết thành nội dung nghiên cứu, giải quyết các vấn đề nghiên cứu. Quá trình thu thập và xử lý dữ liệu thứ cấp được tiến hành theo các bước sau: (1) Xác định những thông tin cần thiết; (2) Tìm kiếm các nguồn dữ liệu phù hợp; (3) Thực hiện thu thập và chọn lọc nguồn thông tin; (4) Phân tích tổng hợp để phân tích đánh giá để giải quyết các nội dung nghiên cứu.

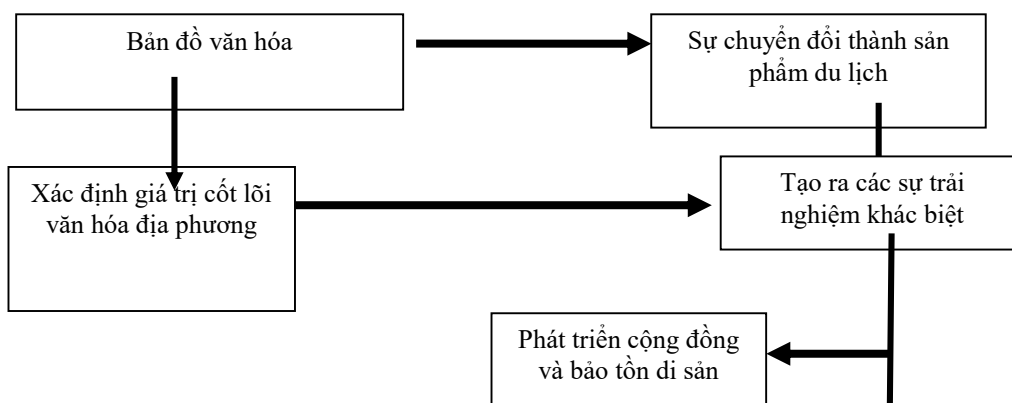
Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chủ vườn và ba nhân viên tại VTVS, kết hợp với khảo sát thực địa nhằm đánh giá thực trạng các sản phẩm du lịch đặc trưng hiện đang được khai thác, cũng như thu thập ý kiến đề xuất xoay quanh việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù gắn với giá trị văn hóa địa phương.

Bên cạnh đó, nghiên cứu còn tiến hành thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nguồn tài liệu như sách, tạp chí khoa học

và số liệu thống kê do địa phương công bố. Các tài liệu thứ cấp sau khi được thu thập sẽ được phân tích và tổng hợp để hình thành cơ sở nội dung khoa học phục vụ việc giải quyết các vấn đề nghiên cứu đã đặt ra.

## 3. Cơ sở lý thuyết

Theo [2] một sản phẩm du lịch đặc thù là “dịch vụ hoặc trải nghiệm được xây dựng dựa trên các yếu tố văn hóa, lịch sử, địa lý riêng có của một địa phương, không thể dễ dàng sao chép tại nơi khác”. Quan niệm này cho thấy, bản sắc địa phương chính là yếu tố cốt lõi quyết định tính độc đáo và không lặp lại của sản phẩm. Sản phẩm du lịch đặc thù là kết tinh của tài nguyên đặc hữu và giá trị văn hóa bản địa, có khả năng thúc đẩy phát triển du lịch bền vững và tạo lợi thế cạnh tranh dài hạn [3]. Một sản phẩm du lịch được xem là đặc thù khi hội tụ một số đặc điểm cơ bản như: (i) có sự gắn kết chặt chẽ với các yếu tố văn hóa bản địa (ẩm thực, lễ hội, tập quán dân gian, nghệ thuật truyền thống); (ii) mang tính duy nhất và khó sao chép tại nơi khác, (iii) có sự tham gia của cộng đồng địa phương trong quá trình tạo ra và vận hành sản phẩm, (iiii) tạo nên trải nghiệm cá nhân hóa, giúp du khách thấu hiểu sâu sắc đời sống địa phương. Theo [4,5] cho rằng sản phẩm du lịch đặc thù là sản phẩm có những đặc tính độc đáo/duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên du lịch (tự nhiên và nhân văn) cho một lãnh thổ/điểm đến du lịch với những dịch vụ không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu/mong đợi của du khách mà còn tạo được ấn tượng bởi tính độc đáo và sáng tạo”. Có thể hiểu rằng ở sản phẩm du lịch đặc thù nhấn mạnh sự khác biệt, đặc điểm nổi trội riêng của chính địa phương. Tác giả [6] đã sử dụng bộ công cụ “Bản đồ văn hóa” (Cultural Mapping) để xác định các yếu tố di sản vật thể và phi vật thể tại địa phương. Sau đó, các giá trị văn hóa được chuyển hóa thành trải nghiệm và sản phẩm du lịch.

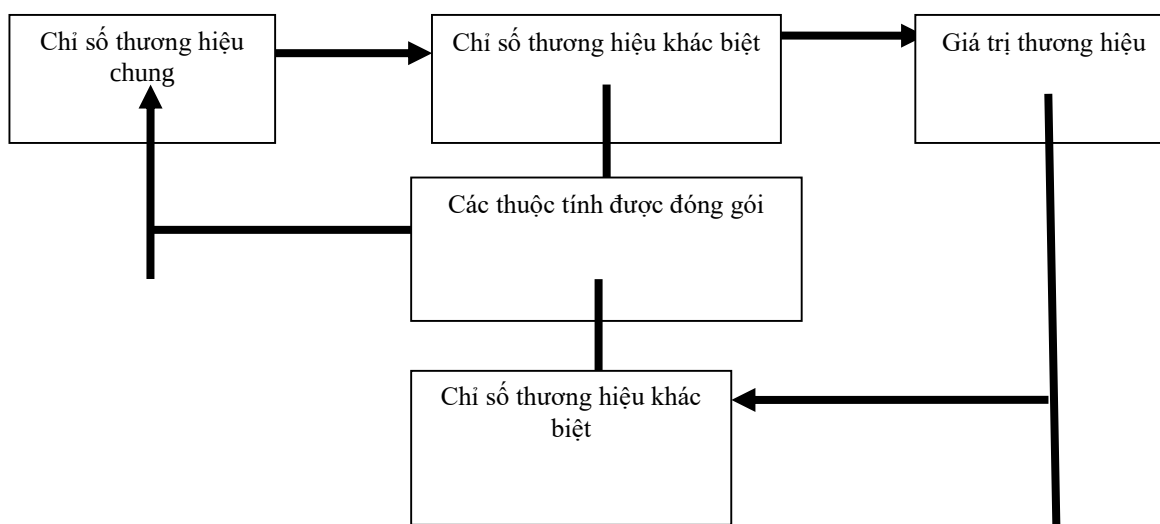


Hình 1: Mô hình bản đồ văn hóa

Nguồn: [6]

Mô hình “Sự khác biệt sản phẩm dựa vào chỉ số thương hiệu” được xây dựng nhằm phân biệt và phát triển sản phẩm du lịch đặc thù từ bản sắc văn hóa địa phương.

Trọng tâm là việc đo lường các chỉ báo nhận diện thương hiệu địa phương để thiết kế sản phẩm du lịch khó sao chép, mang tính đại diện cao [7].



Hình 2: Mô hình sự khác biệt sản phẩm dựa vào thương hiệu

Nguồn: [7]

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. Khái quát địa bàn nghiên cứu

VTVS tọa lạc tại số 002, ấp Nhơn Lộc 1 xã Phong Điền, thành phố Cần Thơ, nằm cách trung tâm khoảng 10 km về hướng Tây Nam sông Cần Thơ, gần Ngã ba Vàm Xáng, cách Chợ nổi Phong Điền khoảng 3 km. Đây là một mô hình thành công của hộ nông dân làm du lịch sinh thái theo hướng giữ lại sắc thái đặc trưng của nhà vườn Nam và bản sắc văn hoá địa phương. Mô hình du lịch do hộ gia đình quản lý bao gồm homestay, tham quan vườn cây ăn trái, phục vụ ẩm thực đồng quê, trải nghiệm văn hóa địa phương và cung cấp các tour tuyến xe đạp khám phá làng quê.

Với sự thuận tiện về giao thông, nằm giữa hai Chợ nổi Cái Răng và Phong Điền, khách mất khoảng 50 phút nếu đi bằng tàu thủy vào 20 phút đi bằng đường bộ. Nằm trong dự án phát triển du lịch cộng đồng cho huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ do Hà Lan tài trợ, chủ VTVS được tập huấn về cách làm du lịch, tập huấn về kỹ năng nghiệp vụ du lịch. Từ một nhà nông dân, chủ vườn mạnh dạn đầu tư chuyển sang mô hình du lịch sinh thái miệt vườn vào năm 2012. Với tổng số nhân công hiện nay khoảng 20 người, mô hình vận động theo kiểu gia đình quản lý, và sử dụng các nguồn lao động tại chỗ, nhằm tạo điều kiện cho người địa phương có việc làm và thu nhập, đồng thời hàng năm VTVS đều đóng góp công ích cho cộng đồng thông qua đóng góp xây dựng chùa, phát gạo và quà nhân dịp tết cho người nghèo. Mô hình ban đầu là phát triển mô hình du lịch sinh thái vườn với diện tích hơn 3 ha, vườn với hơn 40 loại chủng loại cây ăn trái như sầu riêng, măng cụt, dâu Hạ Châu, cam, quýt, bưởi, chôm chôm, sầu riêng,

măng cụt. Du khách sẽ được tham quan vườn, thưởng thức trái cây, ngoài ra nhưng mùa trái cây chín rộ, du khách có thể hái trái mang về. Nhà vườn còn cung cấp các dịch vụ dỡ chà mừng bắt cá, câu cá giải trí, tát đìa, cung cấp các tour xe đạp khám phá làng quê và phục vụ ẩm thực các món đồng quê như lẩu mắm hìn hìn, bánh canh cua, cá lóc nướng, cá tai tượng chiên xù, ốc nướng tiêu, cá vồ đêm tã bí lù, gà vườn nấu chanh ớt.

Từ những thành công trong việc phát triển du lịch sinh thái vườn, với nguồn thu ổn định và lượng khách có xu hướng tăng, chủ vườn VTVS nhận thấy có nhiều tiềm năng khi nhu cầu du dịch homestay ngày càng tăng của khách nước ngoài, nên năm 2015, nhà vườn đã mạnh đầu tư xây dựng 18 căn homestay để phục vụ du khách, với ý tưởng từ những ngôi nhà mang đậm chất miền Tây Nam Bộ, cộng với ý tưởng sáng tạo, hướng về sinh thái, thiên nhiên nên đã xây dựng nên mô hình homestay vô cùng độc đáo tạo sự hấp dẫn cho du khách trong và ngoài nước. Do lượng khách đến đông không đủ số lượng phòng phục vụ nên năm 2019 gia đình đã mở rộng giai đoạn đầu tư thêm 12 phòng, khi hoàn thành tổng số là 30 phòng phục vụ khách du lịch.

Homestay nằm trong khuôn viên VTVS rộng hơn 3ha, với đủ chủng loại cây ăn trái và cho trái quanh năm, tạo cảm giác mát mẻ, không khí trong lành, du khách có thể hoà mình vào thiên nhiên, được lắng nghe tiếng chim hót, được trải nghiệm các hoạt động sinh hoạt đời thường của người dân Nam Bộ. Với định hướng phát triển gắn liền với sinh thái và bảo vệ môi trường, toàn bộ vật liệu xây dựng trong khuôn viên đều ưu tiên sử dụng các chất liệu gần gũi với tự nhiên, tận dụng cây lá có sẵn trong vườn nhằm tạo nên không gian hài hòa,

thân thiện và đồng thời giáo dục ý thức bảo vệ môi trường cho du khách thông qua trải nghiệm thực tế với các vật liệu thân thiện. Hệ thống nhà mái lá dừa nước là minh chứng điển hình cho sự sáng tạo và kỹ năng của nghệ nhân địa phương, khi từng căn nhà không chỉ đảm bảo yếu tố thẩm mỹ, sự ấm áp mà còn giữ được nét duyên dáng đặc trưng vùng sông nước Nam Bộ.

Trong khu homestay, chủ vườn đã chủ động phát triển đa dạng phong cách kiến trúc, mỗi căn nhà là một phong cách riêng biệt. Các ngôi nhà mái lá, vách gỗ đơn sơ và mộc mạc tạo cảm giác gần gũi, lối vào mỗi ngôi nhà đều được thiết kế với hàng rào bằng ván gỗ, đồng thời các vách ngăn giữa các căn cũng sử dụng hàng rào gỗ, vừa tăng thêm sự mát mẻ, đảm bảo tính riêng tư cho không gian cho khách lưu trú. Một số gian nhà còn lại được xây bằng gạch, lấy cảm hứng từ kiến trúc nhà cổ của các điền chủ Nam Bộ xưa, đáp ứng nhu cầu trải nghiệm đa dạng của du khách cũng như tôn vinh giá trị di sản kiến trúc đặc thù của địa phương. Cách tiếp cận này không chỉ tăng cường nhận diện bản sắc địa phương mà còn hướng tới phát triển du lịch bền vững.

Một trong những điểm nhấn độc đáo tại mỗi căn homestay trong khu VTVS là thiết kế nội thất đậm đà bản sắc địa phương. Tất cả vật dụng trong nhà – từ sàn nhà, giường ngủ, bàn làm việc, đèn bàn đến các bức tranh trang trí – đều được làm từ chất liệu gỗ, mang lại cảm giác mộc mạc, giản dị nhưng vẫn toát lên sự sang trọng và ấm cúng. Các vật dụng này vốn quen thuộc, gắn bó với đời sống sinh hoạt hàng ngày của người dân ĐBSCL, được chủ nhà sáng tạo, biến tấu độc đáo nhằm vừa giữ gìn nét văn hóa, vừa tạo ra không gian trải nghiệm riêng biệt cho du khách.

Bên cạnh đó, mặc dù tất cả các căn homestay đều lắp đặt máy điều hòa để phục vụ khách, nhưng nhờ vào lối thiết kế tối ưu vật liệu gỗ và hệ thống cửa sổ lớn hướng ra vườn trái cây xanh mát, ao cá tự nhiên, khách lưu trú hiếm khi sử dụng đến máy lạnh mà tận hưởng nguồn gió trời mát lạnh và bầu không khí tự nhiên, tạo cảm giác dễ chịu, điều hòa tự nhiên cho căn phòng. Nhận biết đặc điểm khí hậu vườn nhiều muỗi, chủ homestay còn sáng tạo giải pháp xua muỗi độc đáo: sử dụng hương sả bằng cách đốt lá sả khô trong đèn, vừa lan tỏa hương thơm dễ chịu khắp phòng, vừa xua đuổi côn trùng hiệu quả. Hệ thống đèn trang trí cũng được thiết kế lại mô phỏng phong cách cổ xưa, góp phần tăng thêm chiều sâu văn hóa cho không gian lưu trú.

Quy trình tiếp đón du khách tại homestay rất chu đáo, thể hiện sự hiếu khách của chủ nhà. Ngay khi đến nơi, du khách được mời nước đình làng tươi mát từ vườn và

giới thiệu về gia đình cũng như phong tục tập quán của người dân bản địa. Sau đó, du khách nhận phòng nghỉ ngơi trước khi cùng chủ vườn tham quan vườn cây, tìm hiểu nghề làm vườn truyền thống, tự tay hái và thưởng thức các loại trái cây đặc sản tại chỗ. Ngoài ra, du khách có thể tham gia các tour tham quan bằng xe đạp, khám phá làng quê, làng nghề truyền thống trong cộng đồng, mở rộng trải nghiệm văn hóa đặc thù của vùng ĐBSCL. Trên con đường làng, du khách có dịp ghé thăm nhà Bác Út DZách – nghệ nhân nổi tiếng với nghề làm bánh hỏi mật vông ở Phong Điền, trực tiếp tham gia trải nghiệm quy trình làm bánh và thưởng thức những sản phẩm do chính mình vừa chế biến. Trên đường về ghé vườn ươm, tìm hiểu về quá trình ươm các loại cây trồng. Buổi tối, du khách có thể thưởng thức trình diễn hò Cần Thơ hoặc buffet tại không gian hồ bơi. Sau bữa ăn tối, du khách tự do giải trí đánh bi bàn và bida miễn phí. Đặc biệt, sau một ngày di chuyển mệt mỏi, du khách được xoa bóp cổ truyền và ngâm chân thảo dược, giúp khách có một giấc ngủ ngon.

Trong năm 2023, hai sản phẩm mới được đưa vào khai thác phục vụ du khách là sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng gắn với y học cổ truyền và sản phẩm du lịch nông nghiệp hoa màu. Đối với sản phẩm nghỉ dưỡng y học cổ truyền, du khách sẽ được nghỉ dưỡng trong không gian xanh nhà vườn, trải nghiệm liệu trình massage bấm nguyệt, xoa bóp cổ truyền để thư giãn và trị các bệnh xương khớp, kết hợp chế độ dinh dưỡng chay sẽ giúp du khách có tinh thần thoải mái và an lạc.

Còn sản phẩm du lịch nông nghiệp hoa màu, du khách được trải nghiệm cảm giác chèo ghe trong con rạch nhỏ hai bên hệ sinh thái đặc trưng của miền Tây như dừa nước, cây bần. Du khách được khám phá khung cảnh làng quê yên bình, khám phá các ruộng hoa màu. Hái dừa nước và thưởng thức trên tàu. Trải nghiệm bắt cá bóng. Đến các ruộng rẫy trồng dưa hấu và bắp, du khách được tìm hiểu cách trồng truyền thống với màng bao phủ, chụp ảnh với ruộng dưa bao la bát ngát nhiều quả. Thưởng thức bắp nướng được hái tại rẫy bắp. Tại homestay du khách có nhiều sự lựa chọn cho các hoạt động của mình có thể trải nghiệm một ngày làm nông dân, du khách trải nghiệm dỡ chà bắt cá, chế biến bánh xèo và thưởng thức các sản phẩm của mình làm ra. Ngoài ra, khách có thể chọn chương trình tour “Một ngày làm thương hồ”. Du khách mua của chủ vườn một số loại trái cây trong vườn, vận chuyển trái cây xuống ghe đi Chợ nổi Phong Điền để bán, chủ vườn sẽ bán cho khách giá sỉ. Tại Chợ nổi du khách được hòa mình vào không khí mua bán của người dân, trải nghiệm cảm giác



thương hồ thực sự; chiêm ngưỡng nét đẹp của chợ nổi, ăn sáng tại Chợ nổi. Quý khách tự thưởng lượng giá bán cho các sản phẩm của mình để có lãi. Sau khi mua bán tại chợ xong, du khách đi tham quan chợ quê trên bờ, sau đó du khách mua đồ về chuẩn bị cơm trưa cùng gia chủ. Sau đó nghỉ trưa và chia tay tạm biệt du khách.

Trong lĩnh vực phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp tại vùng ĐBSCL, trải nghiệm thực tế tại các mô hình hoa màu mang lại giá trị nổi bật về giáo dục, văn hóa và gắn kết cộng đồng. Tại Vàm Xáng, du khách có cơ hội tham gia các hoạt động chèo ghe trên các con rạch nhỏ, hai bên là hệ sinh thái đặc trưng với hàng dừa nước, cây bần - hình ảnh tiêu biểu cho cảnh quan miệt vườn miền Tây. Trong không gian làng quê yên bình, du khách được khám phá các ruộng hoa màu, trực tiếp hái và thưởng thức dừa nước ngay trên ghe, cũng như trải nghiệm phương pháp đánh bắt cá bóng truyền thống.

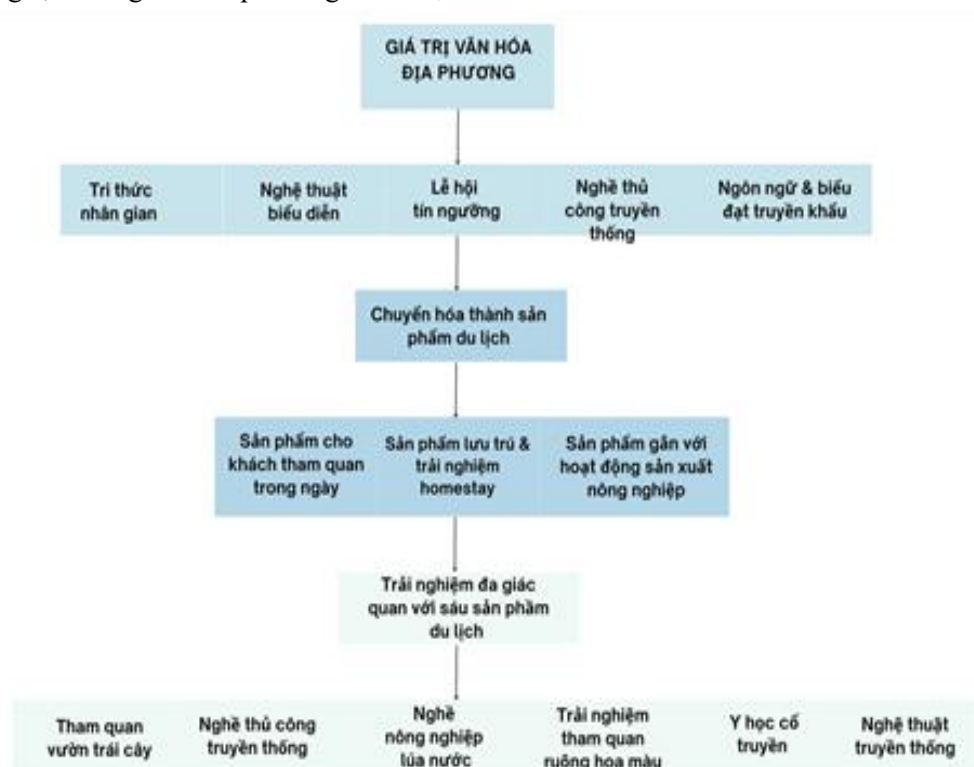
Đến với các ruộng dưa hấu và bắp, du khách được giới thiệu về kỹ thuật canh tác sử dụng màng phủ nông nghiệp, đồng thời tự do chụp ảnh lưu niệm bên những cánh đồng bát ngát, thưởng thức bắp nướng vừa được

thu hoạch tại rẫy. Tại khu homestay, khách lưu trú có thể lựa chọn đa dạng các hoạt động mang tính trải nghiệm sâu sắc, chẳng hạn như tham gia một ngày làm nông dân - thực hiện các công đoạn dỡ chà bắt cá, chế biến bánh xèo và thưởng thức thành quả tự làm.

#### 4.2 Thực trạng phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên các giá trị văn hóa địa phương

Theo [8] cho rằng văn hóa bao gồm văn hóa vật thể và phi vật thể, các giá trị văn hóa địa phương sẽ dựa trên các yếu tố: tri thức dân gian, nghệ thuật biểu diễn, lễ hội tín ngưỡng, nghề thủ công truyền thống và ngôn ngữ và biểu đạt truyền khẩu.

VTVS đã phát triển nhiều sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên văn hóa miệt vườn ở huyện Phong Điền gắn với tri thức dân gian, nghệ thuật biểu diễn, lễ hội tín ngưỡng, nghề thủ công truyền thống và ngôn ngữ và biểu đạt truyền khẩu, trong đó tập trung chủ yếu vào 03 loại hình chính gồm: (i) Sản phẩm du lịch đặc thù dành cho khách tham quan trong ngày; (ii) Sản phẩm du lịch đặc thù cho khách tham quan và lưu trú (iii) được biểu hiện qua sơ đồ sau:



**Hình 2: Mô hình khai thác các giá trị văn hóa địa phương để tạo sản phẩm du lịch đặc thù tại VTVS**

*Thứ nhất*, sản phẩm du lịch đặc thù gắn với tham quan vườn trái cây, trải nghiệm hái trái, đã hướng dẫn cách trồng cây truyền thống bằng tri thức dân gian đó là kinh nghiệm từ xa xưa được đúc kết qua bao thế hệ khi ở Phong Điền là điểm nổi tiếng về miệt vườn nơi có nhiều

loại cây trái được trồng như dâu Hạ Châu, sầu riêng, măng cụt, mít, cam, quýt, bưởi, ổi,... Du khách trong và ngoài nước đã được chủ vườn cho trải nghiệm đã có chương trình cho du khách nước ngoài hướng dẫn cách bao trái và học cách trồng cây tại vườn.

*Thứ hai*, nghề thủ công truyền thống ở khu vực Phong Điền cũng nổi tiếng như làm bánh hời, lò rèn, đan lát, do đó việc phát triển các sản phẩm du lịch dựa vào làng nghề là cần thiết. Do đó, vườn đã xây dựng chương trình “Biking tour” để du khách được trải nghiệm đạp xe trên đường làng tìm hiểu về cuộc sống của người dân tại vùng quê, được trải nghiệm rèn dao tại lò rèn chú Sáu Huyền với hơn 40 làm nghề tạo ra các công cụ sản xuất và sinh hoạt cho người dân tại đây, trải nghiệm làm bánh hời mặt võng và thưởng món bánh hời mặt võng với thịt nướng kim tiền, đây là món ăn nổi tiếng từ xưa đến nay của người dân Phong Điền

*Thứ ba*, ngoài ra phát triển các sản phẩm du lịch trải nghiệm gắn liền với nghề truyền thống nông nghiệp lúa nước. Du khách được các hộ nông dân hướng dẫn tham quan cánh đồng lúa, trải nghiệm các công đoạn trồng lúa theo thời điểm lúa sinh trưởng, thưởng thức bữa cơm cùng với nông dân và kết hợp với các địa điểm ngắm rơm khu vực lân cận cho du khách khách tìm hiểu quy trình trồng lúa bằng rơm sau khi thu hoạch lúa, tự tay du khách hái lúa rơm và thưởng thức món lúa rơm luộc chấm muối tiêu chanh.

*Thứ tư*, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù còn gắn liền với trải nghiệm tham quan các ruộng hoa màu. Cụ thể, tại VTVS đã liên kết với các hộ dân sinh sống tại rạch Vinh để phát triển sản phẩm dịch vụ nông nghiệp từ các ruộng cấy hoa màu cho du khách trải nghiệm. Rạch Vinh có vị trí thuận tiện nằm giữa Chợ nổi Cái Răng và Phong Điền nên thuận tiện cho việc liên kết các tuyến điểm du lịch, ngoài ra đây là con rạch giữ được vẻ đẹp đặc trưng của miền Tây với hai bên rạch cây bần, dừa nước mọc san sát nhau tạo vẻ đẹp cảnh quan cho du khách chiêm ngưỡng khi đạp. Sau đó, du khách được di chuyển đến các ruộng cấy hoa màu chuyên trồng dưa hấu, bắp và các cây ngắn ngày, tìm hiểu quy trình trồng dưa hấu, bắp và các cây ngắn ngày, tự tay hái bắp hoặc dưa hấu, sau đó di chuyển đến nhà hộ dân để nướng bắp và cắt dưa hấu để thưởng thức và du khách được xem chơi gà truyền thống.

*Thứ năm*, xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng gắn với y học cổ truyền. Ngày nay vấn đề sức khỏe rất được quan tâm đặc biệt xu hướng sống chậm, sống gần gũi thiên nhiên và chữa lành. Nắm bắt xu thế đó, tại Vàm Xáng còn phát triển sản phẩm y học cổ truyền và thanh lọc. Du khách như bấm nguyệt, xoa bóp, xông hơi, ngâm chân thảo dược và thanh lọc cơ thể.

*Thứ sáu*, khai thác các loại hình nghệ thuật truyền thống tạo sản phẩm du lịch cho du khách thông qua các chương trình hò Cần Thơ trên ghe cho du khách thưởng thức vào các dịp lễ hoặc cuối tuần, các buổi trình diễn

đờn ca tài tử. Ngoài ra, các tín ngưỡng như đám giỗ, đám cưới của gia đình cũng tạo điều kiện cho du khách tham gia.

Trong lĩnh vực ngôn ngữ và giao tiếp truyền khẩu, hoạt động trao đổi ngôn ngữ giữa du khách và chủ nhà đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự hiểu biết văn hóa và tăng cường tính tương tác. Tại các homestay du lịch cộng đồng, việc giao tiếp chủ yếu diễn ra thông qua ngôn ngữ nước ngoài, đặc biệt là tiếng Anh hoặc ngôn ngữ bản địa của du khách. Chủ nhà có thể chủ động dạy cho du khách một số từ, cụm từ tiếng Việt thông dụng nhằm hỗ trợ quá trình giao tiếp hằng ngày, giúp du khách hiểu rõ hơn về văn hóa, lối sống địa phương. Ngược lại, du khách cũng thường chia sẻ và truyền đạt lại cho chủ nhà một số ngôn ngữ cơ bản của họ, tạo ra môi trường giao lưu hai chiều thân thiện và hiệu quả. Hoạt động trao đổi ngôn ngữ này không chỉ góp phần xóa bỏ rào cản giao tiếp mà còn tạo điều kiện để hình thành mối quan hệ gắn bó, tin cậy giữa khách và chủ. Bên cạnh đó, đây cũng là phương thức trải nghiệm văn hóa sống động và mang tính cá nhân cao, giúp du khách thấu hiểu sâu sắc hơn về giá trị bản địa thông qua lời nói, phong cách giao tiếp và các biểu đạt đặc trưng của người dân bản xứ.

## 5. Một số đề xuất để xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù gắn với các giá trị văn hóa địa phương

Cần dựa vào lợi thế về tiềm năng tài nguyên du lịch của địa phương mà đưa lên ý tưởng xây dựng sản phẩm gắn với đặc trưng tri thức dân gian, nghệ thuật biểu diễn, lễ hội tín ngưỡng, nghề thủ công truyền thống và ngôn ngữ và biểu đạt truyền khẩu của từng địa phương, việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cần tạo sự trải nghiệm cho du khách với nhiều giác quan để gia tăng sự trải nghiệm. Chẳng hạn phát triển mô hình du lịch gắn với văn hóa nông nghiệp lúa nước, có thể phát triển các sản phẩm như ngắm cảnh đồng ruộng, tìm hiểu về quy trình trồng lúa truyền thống; trải nghiệm câu cá trong ruộng lúa, bắt cá, cưỡi trâu, xe trâu; các trải nghiệm công việc nhà nông; trâu cày ruộng, gieo mạ, cấy lúa, gặt lúa, tuốt lúa, sắn gạo; trò chơi dân gian; chế biến món ăn truyền thống, làm bún đồ và tham dự các lễ hội nông nghiệp. Mô hình sản phẩm du lịch đặc thù cần tạo sự khác biệt phải dựa trên văn hóa bản địa, cần vận dụng lịch sử, phong thổ, truyền thống của địa phương vào sản phẩm, dịch vụ du lịch. vận dụng cuộc sống người dân và sinh nghiệp của cộng đồng vào sản phẩm và dịch vụ du lịch [9]. Đây mạnh liên kết, gắn với văn hóa bản địa để từng bước định vị thương hiệu tạo ra chuỗi giá trị sản phẩm du lịch và thêm giá trị gia tăng (trau chuốt thêm) để quảng bá sản phẩm du lịch đặc thù.

Quy hoạch từng sản phẩm đặc thù theo từng địa phương, cần dựa theo văn hóa từng nơi, tạo sự khác biệt của từng mô hình phụ thuộc vào đặc thù văn hóa và điều kiện sống của người dân ở từng địa bàn. Chính điều này đã tránh được sự trùng lặp sản phẩm du lịch giữa các địa phương và là điểm nhấn để thu hút khách du lịch. Việc tạo sản phẩm du lịch đặc thù cần quan tâm đến cộng đồng địa phương, cần đặt người dân vào trọng tâm, xây dựng cơ chế để người dân có thể tự lên kế hoạch phát triển cho chính khu vực của mình, trên cơ sở phù hợp quy hoạch chung của cơ quan có thẩm quyền. Với việc xây dựng cơ chế này sẽ cụ thể hóa được quyền làm chủ của nhân dân, phát huy được tính sáng tạo cũng như dễ dàng trong việc huy động nguồn lực từ nhân dân và phù hợp với xu thế chung của thế giới trong việc lập quy hoạch phát triển dựa vào cộng đồng. Đồng thời, nên lựa chọn những người có kiến thức, uy tín trong cộng đồng như Trưởng khu vực, cán bộ, công chức về hưu, những vị cao niên, và người đứng đầu của các cơ sở tôn giáo để tham gia vào ban chủ nhiệm/Ban tự quản của địa phương, như vậy sẽ dễ dàng trong việc vận động và kêu gọi người dân tham gia vào các hoạt động chung của địa phương nói chung, hoạt động du lịch nông nghiệp nói riêng.

## 6. Kết luận

Việc khai thác các giá trị văn hóa truyền thống địa phương để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù không

chỉ góp phần tạo nên sự khác biệt cho điểm đến mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa địa phương. Mô hình phát triển du lịch tại VTVS là minh chứng cụ thể cho cách tiếp cận này, khi đã xây dựng được hệ thống sản phẩm đa dạng, gắn kết chặt chẽ với tri thức dân gian, nghệ thuật biểu diễn, lễ hội tín ngưỡng, nghề thủ công truyền thống và các hình thức giao tiếp truyền khẩu.

Sáu nhóm sản phẩm đặc trưng tại VTVS không chỉ mang lại trải nghiệm phong phú cho du khách mà còn mở ra cơ hội phát triển sinh kế cho người dân địa phương, thúc đẩy du lịch cộng đồng theo hướng bền vững. Những giá trị văn hóa được chuyển hóa thành trải nghiệm du lịch có tính sáng tạo, cá nhân hóa và điển hình đúng với tinh thần của sản phẩm du lịch đặc thù. Đây là cách vận dụng các mô hình khai thác các giá trị văn hóa địa phương phát triển du lịch đặc thù gắn của VTVS để tạo ra sự khác biệt riêng so với các mô hình tại các địa phương khác tại thành phố Cần Thơ.

Để phát huy hiệu quả mô hình này, cần tiếp tục đẩy mạnh sự tham gia của cộng đồng, tăng cường liên kết vùng, đầu tư phát triển hạ tầng du lịch và đào tạo nguồn nhân lực địa phương. Việc định vị thương hiệu du lịch gắn với văn hóa bản địa sẽ là hướng đi bền vững, góp phần nâng cao sức hút cho điểm đến và khẳng định vị thế của du lịch Cần Thơ trong khu vực ĐBSCL

## Tài liệu tham khảo

1. Bùi, V. T. (2015). *Du lịch cộng đồng tại các nước ASEAN và kinh nghiệm cho Việt Nam*. Trong Kỷ yếu hội nghị ASEAN năm 2015.
2. Richards, G., & Wilson, J. (2006). *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?* *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>.
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2018). *Đề án phát triển sản phẩm du lịch đặc thù quốc gia đến năm 2025*. Hà Nội.
4. Phạm, T.L. (2015). Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, đẩy mạnh phát triển du lịch quận Cẩm Lệ. *Tạp chí Kinh tế Xã hội Đà Nẵng*, (67).
5. Phạm, T.H.G. (2019). Đôi điều về sản phẩm du lịch đặc thù của Phú Thọ. *Tạp chí Điện tử Thế giới di sản* - <http://thegioidisan.vn/>. Truy cập ngày 15/7/2025.
6. Namakii, S. & Latifi (2024). Cultural Landscape: Sustainable Urban Development Strategies through Cultural Mapping (Kashan, Iran). *Journal of Urban Architecture and Planning*, 17(1): 3-24.
7. Ziari, K., & Rafiemehr, A. (2024). Evaluation of Brand Indicators of Tourist Destinations in Small Touristic Cities: The Case Study of The World Pottery City Lalejin. *Journal of Urban Tourism*, 11(3).
8. Nguyễn, T. (2012) Di sản văn hóa Việt Nam. *Bản sắc và những vấn đề về quản lý và bảo tồn*. Nhà xuất bản Xây Dựng, Hà Nội.
9. Hà, V. S., & Andokatsuhiro. (2013). *Cẩm nang phát triển du lịch nông thôn Việt Nam*.

# Promoting local cultural values in developing special tourism products: the case of Vam Xang fruit garden, Can Tho

Le Thi To Quyen<sup>1</sup>, Doan Van Tin<sup>2</sup>, Nguyen Thi My Duyen<sup>3</sup>, Vo Thi Thao Nguyen<sup>2</sup>, Huynh Thi Thuy Di<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Political Science, Social Sciences and Humanities, Can Tho University

<sup>2</sup>Nguyen Tat Thanh University

<sup>3</sup>An Giang University, Ho Chi Minh City National University

<sup>4</sup>Ho Chi Minh City University of Economics

Email of the corresponding author: dvantin@gmail.com

## Abstract

In the context of an increasingly competitive tourism business, generating unique tourism products related with local cultural values is regarded as a significant strategy for gaining competitive advantage and establishing the destination's brand. The article examines the model of exploiting traditional cultural values at Vam Xang Fruit Garden (Phong Dien district, Can Tho city) in order to create unique tourism products, thereby contributing to the riverine garden's cultural identity and promoting sustainable tourism development. Based on qualitative research methods, combining field surveys and in-depth interviews with stakeholders, the study has identified six groups of unique tourism products associated with factors such as: folk knowledge, traditional arts, religious festivals, traditional crafts, cultural - language experiences and community activities. Finally, the article proposes some orientations for developing tourism products suitable to the cultural, ecological and community life conditions in the locality, aiming to effectively promote indigenous values in developing specific tourism in the Mekong Delta region. The study identified six groups of unique tourism products associated with factors such as folk knowledge, traditional arts, religious festivals, traditional crafts, cultural - language experiences, and community activities. Finally, the essay recommends some directions for designing tourism goods that are appropriate for the local cultural, ecological, and community life conditions, with the goal of effectively promoting indigenous values in the development of unique tourism in the Mekong Delta region.

**Key words** Homestay, unique culture, unique tourism products, Vam Xang fruit garden