

Định hướng xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh Tây Ninh

Lê Phương Trang

Khoa Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Email: lptrang@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Du lịch là nhu cầu cần thiết trong đời sống của con người, ngày nay du lịch càng có vị trí cao trong nền kinh tế Việt Nam khi “Thủ tướng Phạm Minh Chính nhấn mạnh yêu cầu phát triển hệ sinh thái du lịch toàn diện, nhanh, bền vững, hiệu quả cao, xây dựng thương hiệu du lịch đặc sắc Việt Nam, tạo đột phá để du lịch Việt Nam đi sau nhưng vượt lên trước”. [1] Điều này tạo nên sức hút mạnh mẽ của du lịch trong thời đại kỷ nguyên mới. Hòa chung với chủ trương của đất nước, Tây Ninh một tỉnh biên giới thuộc tiểu vùng Đông Nam Bộ luôn đặt du lịch làm điểm nhấn trong tiến trình phát triển kinh tế, để đạt được mục tiêu này thiết nghĩ Tây Ninh cần xây dựng sản phẩm đặc thù để tăng tính cạnh tranh, tạo cú hích cho du lịch tỉnh. Nghiên cứu “Định hướng xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh Tây Ninh” nhằm hướng đến việc khai thác các thế mạnh về tài nguyên tự nhiên và tài nguyên nhân văn của tỉnh. Thông qua các cuộc phỏng vấn sâu kết hợp với các dữ liệu chính thống tác giả tiến hành phân tích và đề xuất mô hình du lịch đặc thù trong giai đoạn hiện nay.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

Nhận 02/06/2025

Được duyệt 23/08/2025

Công bố 30/12/2025

Từ khóa
du lịch, đặc thù, Tây Ninh,
tâm linh

1. Đặt vấn đề

Là vị trí cửa ngõ giao thông về đường bộ quan trọng phía Tây Nam của tổ quốc, Tây Ninh có đường biên giới quốc gia 240 km giáp 3 tỉnh của Vương quốc Campuchia với 16 cửa khẩu, trong đó 2 cửa khẩu quốc tế Mộc Bài và Xa Mát là nguồn thu hút lượng lớn khách du lịch quốc tế. Trung tâm thành phố Tây Ninh chỉ cách thành phố Hồ Chí Minh 100 km — thị trường có nhu cầu lớn về nghỉ ngơi giải trí, du lịch sinh thái; cách Thủ đô Phnôm Pênh khoảng 170 km và Siem Reap nơi có di sản văn hóa thế giới Angkor Vat khoảng 300 km; Có thể nói, Tây Ninh là đầu mối giao thương, trung chuyển hàng hóa và phát triển dịch vụ, du lịch của các nước tiểu vùng sông Mê Kông, đặc biệt là kết nối tour, tuyến du lịch với Vương quốc Campuchia và các nước ASEAN khác. Thông qua bài viết “**Định hướng xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh Tây Ninh**” tác giả mong muốn nhận diện được năng lực, khả năng cung ứng các dịch vụ du lịch trên địa bàn qua đó tìm ra giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh.

2. Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết chức năng luận: “*Quan điểm chức năng luận thường được dùng để phân tích các khía cạnh khác nhau của mối quan hệ tương tác giữa con người và môi trường. Các lý thuyết gia thuộc trường phái chức năng luận thường tiếp cận các vấn đề sinh thái môi trường thông qua việc xem xét sự liên kết giữa các thành phần khác nhau cấu thành nên hệ sinh thái.*” [3] Tác giả vận dụng lý thuyết này để nhấn mạnh vai trò quan trọng của

việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù hướng đến mục tiêu phát triển du lịch bền vững.

Bài viết vận dụng *lý thuyết đặc thù luận lịch sử* để nhấn mạnh cho rằng mỗi sự kiện lịch sử, mỗi xã hội và mỗi nền văn hóa đều có đặc thù riêng biệt dưới sự tác động của yếu tố lịch sử vì vậy, việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù không thể tách rời bối cảnh lịch sử đó.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1 Tính đặc sắc của hệ thống tài nguyên du lịch tỉnh Tây Ninh

Tài nguyên du lịch tự nhiên: mặc dù đặt trong bối cảnh lịch sử hình thành và phát triển chung của tiểu vùng Đông Nam Bộ nhưng Tây Ninh vẫn có nhiều nét đặc trưng riêng như cảnh quan thiên nhiên Tây Ninh nổi bật với hệ thống núi sông trong đó có 3 ngọn núi chính: Núi Bà Đen (cao nhất Đông Nam Bộ với 986 mét), núi Phụng (372m) và núi Heo (335m). Khu vực tiếp giáp giữa các ngọn núi tạo nên thung lũng Ma Thiên Lãnh với độ cao khoảng 300 mét so với mực nước biển và tạo nên hồ Đá (hồ mây núi) với cảnh quang thiên nhiên hoang sơ, hùng vĩ. Bao quanh khu vực chân núi là những cánh đồng lúa bát ngát và những vườn trái cây trĩu quả hình thành vùng sinh thái nông nghiệp. Hồ Dầu Tiếng là hồ nước ngọt lớn ở Đông Nam Á, nơi đây không chỉ phục vụ cho việc tưới tiêu trong sản xuất nông nghiệp mà còn có nhiều tiềm năng phát triển du lịch.

Tây Ninh có vườn quốc gia Lò Gò Xa Mát, đây là nơi bảo tồn đa dạng sinh học với cảnh quan tự nhiên đặc



sắc. Tỉnh có 2 hệ thống sông lớn chảy qua là sông Vàm Cỏ và sông Sài Gòn, các khu vực ven sông có hệ sinh thái với thảm thực vật đa dạng, đặc trưng của vùng ngập nước.

Khí hậu của Tây Ninh chịu ảnh hưởng của khí hậu cận xích đạo với hai mùa mưa và khô rõ rệt thuận lợi cho phát triển du lịch.

Nhìn chung những ưu thế nổi bật của tài nguyên tự nhiên Tây Ninh là: quần thể núi, thung lũng, hồ đá, Tây Ninh nằm ở vùng thượng lưu của cả sông Sài Gòn và sông Vàm Cỏ Đông.

Tài nguyên du lịch nhân văn

Đạo Cao Đài: Tây Ninh là cái nôi của hình thành và phát triển đạo Cao Đài, một trong những tôn giáo nội sinh đặc sắc ở Việt Nam. Với hệ thống khuôn viên Tòa Thánh khoảng 1 km² (đây là Đền Thánh lớn nhất trong 11 nhánh Cao Đài hiện nay) cùng quần thể công trình kiến trúc đặc sắc, nơi đây cũng là điểm tổ chức lễ hội Vía Đức Chí Tôn (9/1 ÂL) và lễ Hội yến Diêu Trì Cung (15/8 ÂL) hàng năm có quy mô và tầm ảnh hưởng lớn nhất của đạo.

Tây Ninh có quần thể Sunworld Ba Đen với hệ thống cáp treo đạt kỷ lục là nhà ga cáp treo lớn nhất thế giới. Trên đỉnh núi còn có nhiều công trình tâm linh nổi bật như Tượng Phật Bà Tây Bồ Đà Sơn cao nhất châu Á, tượng Bồ Tát Di Lặc lớn hàng đầu thế giới, cột kinh bát nhã,...

Hệ thống di tích lịch sử cách mạng Nghĩa trang liệt sĩ đồi 82, núi Bà Đen, Trung ương Cục miền Nam, chiến thắng Tua Hai, căn cứ Mặt trận Dân tộc giải phóng miền Nam Việt Nam.

Đỉnh Bà Đen là nơi có không gian thuận lợi cho các sự kiện và lễ hội văn hóa tâm linh như Lễ hội xuân núi Bà Đen, Hội xuân Di Lặc, đại lễ Vesak,...

Cộng đồng người Khmer sống gần chân núi Bà Đen với những nghi lễ đặc trưng, lễ hội Ok Om Bok, Tết Chol Chnăm Thmây,...

Tây Ninh có hệ thống các làng nghề truyền thống như làng nghề bánh tráng, muối tôm, làm nhang,... và nghệ thuật ẩm thực chay được công nhận di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia.

Như vậy, có thể nói điểm nhấn nổi bật của Tây Ninh là di tích cách mạng, Hội Thánh Cao Đài và các lễ hội liên quan đến tôn giáo này, quần thể Sunworld Ba Đen, làng nghề truyền thống và nghệ thuật ẩm thực chay.

3.2 Quan điểm xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù

Sản phẩm du lịch đặc thù phải được xây dựng dựa trên các yếu tố như mức độ hiếm của tài nguyên du lịch, giá trị của tài nguyên du lịch, năng lực đáp ứng của địa phương và vòng đời của sản phẩm du lịch. Qua việc phân tích các lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn tỉnh Tây Ninh có thể đưa ra một số sản phẩm du lịch đặc thù trong bảng thống kê mức độ ưu tiên phát triển tài nguyên du lịch ở Tây Ninh

Tài nguyên	Mức độ ưu tiên 1 (Sản phẩm du lịch hiếm và năng lực đáp ứng của địa phương tốt)	Mức độ ưu tiên 2 (Sản phẩm du lịch hiếm và năng lực đáp ứng của địa phương không tốt)	Mức độ ưu tiên 3 (Sản phẩm du lịch không hiếm nhưng năng lực cung cấp của địa phương tốt)
Quần thể núi	Phát triển du lịch sinh thái, tham quan nghỉ dưỡng, khám phá thiên nhiên	Du lịch mạo hiểm (nhảy dù), chinh khí cầu	
Thung lũng hồ đá,		Trekking, cắm trại	
Khu vực ven 2 sông lớn chảy qua		Chèo thuyền kayak, đi xuống máy, du thuyền nhỏ	Câu cá, picnic ven sông
Hệ sinh thái nông nghiệp như các ruộng lúa, vườn cây ăn trái, và các khu vực trồng cao su, nông trại,...			Du lịch sinh thái ven sông gắn với nông nghiệp (trải nghiệm làm ruộng, bắt cá, tham quan vườn trái cây, vườn cao su, nông trại,...)
Vườn quốc gia Lò Gò Xa Mát			Du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, tham quan nghiên cứu, camping
Khu du lịch Hồ Dầu Tiếng		Nghỉ dưỡng, sinh thái, cắm trại	



Làng nghề truyền thống			Tham quan làng nghề truyền thống muối tôm, bánh tráng, nhang
Âm thực chay	Lễ hội âm thực chay		
Lễ hội Cao Đài và không gian tổ chức các đại lễ lớn trên đỉnh Bà Đen	- Du lịch văn hóa, lễ hội và tâm linh		
Hệ thống di tích lịch sử (Trung ương Cục Miền Nam, chiến thắng Tua Hai)			Du lịch về nguồn, tìm hiểu di tích lịch sử, cách mạng
Cộng đồng làng Khmer, lễ hội Ok Om Bok, Tết Chol Chnăm Thmây			- Du lịch văn hóa lễ hội, tham quan làng Khmer
Khu du lịch Long Điền Sơn, Khu du lịch Sala			Du lịch giải trí, vui chơi

4. Giải pháp

Qua việc phân tích những điều kiện thuận lợi trong việc phát triển du lịch tác giả xin đưa ra một số giải pháp sau:

Thứ nhất: nâng cấp, tôn tạo, mở rộng đầu tư các hạng mục trên đỉnh Bà Đen nói riêng và quần thể khu du lịch núi Bà nói chung. Mỗi năm có sự đổi mới để thu hút du khách. Ngoài ra, để tăng giá trị điểm đến chúng ta có thể xây dựng nhiều gói tour khác nhau như: gói tham quan cơ bản; gói tham quan nghe thuyết minh và nhận lộc từ núi Bà với các sản phẩm được thiêng hóa qua những nghi lễ tổ chức; gói tham quan nghe thuyết minh và dùng bữa ăn nhẹ tại chợ lá (hình thức chợ mua bán bằng lá cây) kết hợp xem văn nghệ dân gian và chèo thuyền kayak; gói tham quan nghe thuyết minh kết hợp thăm vườn trái cây và trải nghiệm hoạt động nông nghiệp, tham quan chùa Khedol,...

Thứ hai: xây dựng, triển khai thí điểm mô hình sản phẩm du lịch đặc thù lồng ghép với các nội dung chuyên đề như tìm hiểu bánh tráng phơi sương, muối tôm,... phù hợp; đưa các hoạt động nhảy dù, khinh khí cầu, lễ hội âm thực chay,... vào các tour du lịch đặc trưng. Tiến hành kiểm tra đánh giá định kỳ, đánh giá từng giai đoạn triển khai, mức độ hiệu quả của các sản phẩm du lịch đặc thù.

Thứ ba: nâng cấp làng Khmer quanh khu vực núi Bà Đen, xây dựng nhà cộng đồng đưa làng Khedol vào hoạt động du lịch tham quan du lịch ở mức ưu tiên 3, khuyến khích cộng đồng Khmer tham gia vào hoạt động du lịch, định vị một số hộ gia đình tham gia vào chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch như buôn bán các sản phẩm thủ công truyền thống, phục vụ món ăn Khmer, biểu diễn trống Chay dăm, xây dựng không gian du lịch mở.

Thứ tư: nâng cấp điểm đến tại Vườn quốc gia Lò Gò Xa Mát, xây dựng tour mới có liên kết với tham quan cửa khẩu hoặc một số điểm du lịch, thành phố Svay Rieng của Campuchia.

Thứ năm: nâng cấp điểm đến khu du lịch Ma Thiên Lãnh, hồ Đá thông qua việc tăng cường các dịch vụ chèo thuyền, lưu trú, camping,...

Thứ sáu: xây dựng bộ tư liệu thuyết minh hoàn chỉnh theo nội dung của từng chuyên đề văn hóa, lịch sử, tâm linh, ẩm thực,...

Thứ bảy: tăng cường xây dựng thương hiệu riêng của du lịch Tây Ninh, thiết kế “Nhật ký du lịch”, dấu mộc biểu trưng cho từng điểm đến của tỉnh, Sở văn hóa thể thao và du lịch tỉnh Tây Ninh phối hợp với các tổ chức, đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch có chính sách gửi quà tặng (ví dụ móc khóa có in logo du lịch của tỉnh, đặc sản măng cầu, muối tôm,...) đối với khách du lịch



trở lại lần 2, lần 3 và chính sách ưu đãi cho khách du lịch lần đầu.

Thứ tám: hoàn thiện, xây dựng các sản phẩm du lịch đêm như Tổ chức tour hành hương đêm núi Bà Đen kết hợp các hoạt động thiền, nghe thuyết pháp, thả hoa đăng,... Du lịch sinh thái – khám phá thiên nhiên của vườn quốc gia về đêm, tour quan sát động vật hoang dã tại Vườn quốc gia Lò Gò – Xa Mát vào ban đêm (đi kèm hướng dẫn viên, đèn chuyên dụng, lều trại), Cẩm trại bên hồ Dầu Tiếng, tổ chức các hoạt động như BBQ, ngắm sao, ca múa nhạc dân gian,... cần quy hoạch kết hợp chợ đêm Tây Ninh, khu phố ăn đêm ở Hòa Thành Tây Ninh và trung tâm thương mại Vincome Tây Ninh nâng cấp chuỗi cung ứng các hoạt động mua sắm của du khách, xây dựng mô hình phố đi bộ ẩm thực, trò chơi dân gian, biểu diễn nghệ thuật đường phố.

Thứ chín: marketing du lịch Tây Ninh thông qua video, reels, TikTok review, livestream tour đêm, tổ chức các sự kiện có gắn với du lịch mời mời các hoa hậu, á hậu quê Tây Ninh như hoa hậu hoàn vũ Ngọc Châu, hoa hậu du lịch Trúc Linh, KOL, travel blogger trải nghiệm, mở

rộng tần suất các phiên chợ lá, các tour săn mây trên đỉnh núi Bà Đen, tăng cường số lần tổ chức các sự kiện Đại hội Thể thao toàn quốc lần thứ X – 2026, Giải thể thao quốc gia, Giải thể thao quốc tế, Sự kiện thể thao cộng đồng Ngày chạy Olympic vì sức khỏe toàn dân,... nhằm đưa hình ảnh du lịch Tây Ninh đến gần hơn với du khách.

5. Tổng kết

Ngành du lịch của Tây Ninh trong những năm gần đây có nhiều khởi sắc “*Tây Ninh đứng thứ 2 về tăng trưởng kinh tế trong vùng Đông Nam Bộ, trong đó ngành du lịch là một điểm sáng*” [4], tuy nhiên để “*Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn và Doanh thu du lịch giai đoạn 2026-2030 đạt 35000 tỷ đồng, Khách tham quan du lịch giai đoạn 2026-2030 đạt 37 triệu lượt.*” [5] Tây Ninh cần từng bước xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng, đầu tư theo các mức độ ưu tiên và khả năng cung ứng dịch vụ của địa phương, đẩy mạnh vai trò liên kết vùng hướng đến sự phát triển du lịch bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (15/11/2023). *Thủ tướng: Đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn theo tinh thần đi sau nhưng phải vượt lên trước*. Ngày truy cập: 14/05/2025, từ <https://bvhttdl.gov.vn/thu-tuong-dua-du-lich-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon-theo-tinh-than-di-sau-nhung-phai-vuot-len-truoc-20231115143250202.htm>
2. Cổng thông tin điện tử tỉnh Tây Ninh. (n.d.). *Tiềm năng phát triển du lịch*. Ngày truy cập 14/05/2025, từ <https://www.tayninh.gov.vn/vi/page/Tiem-nang-phat-trien-du-lich.html> (Original content about tourism potential in Tây Ninh).
3. Vietnam Provincial Development Forum. (n.d.). *Các lý thuyết về mối quan hệ giữa con người và môi trường*. Ngày truy cập: 14/05/2025, từ <http://vpdf.org.vn/tin-tuc-su-kien/moi-truong-sinh-thai/cac-ly-thuyet-ve-moi-quan-he-giua-con-nguoi-va-moi-truong.html> (Discusses theories of human–environment relationships).
4. Vietnam National Administration of Tourism. (n.d.). *Post 50892*. Ngày truy cập: 14/05/2025, từ <https://vietnamtourism.gov.vn/post/50892> (Tourism information and insights published)
5. Vietnam National Administration of Tourism. (n.d.). *Post 52518*. Ngày truy cập: 14/05/2025, từ <https://vietnamtourism.gov.vn/post/52518>

Strategic direction for developing signature tourism product in Tay Ninh province

Le Phuong Trang

Faculty of Tourism, Nguyen Tat Thanh University

Email: lptrang@ntt.edu.vn

Abstract

Tourism has come to fill a significant need in the lives of people in both developed and developing countries, and today it plays an increasingly important role in Viet Nam's economy. Prime Minister Pham Minh Chinh has emphasized the importance of developing a comprehensive, fast, sustainable, and highly effective tourism ecosystem;



Đại học Nguyễn Tất Thành

to build a distinctive Vietnamese tourism brand; and to create breakthroughs that enable Vietnam's tourism sector to grow rapidly, despite its later start compared with other countries in the region.

In alignment with the national direction, Tay Ninh a border province in the Southeastern sub-region of Vietnam has consistently positioned tourism as a key pillar in its economic development strategy. To achieve the objective of making it a spearhead sector by 2030, it is essential for Tay Ninh to develop distinctive products which enhance competitiveness for the province's tourism industry.

With this goal in mind, the author has selected the topic: **“Orientation for Developing Distinctive Tourism Products in Tay Ninh Province.”** This paper aims to explore the province's strengths and its characteristic forms of tourism. Based on data gathered from questionnaires and in-depth interviews, combined with that from official sources, the author conducts an analysis and proposes a model for distinctive tourism development in the current environment.

Key words: tourism, distinctiveness, Tay Ninh, spiritual tourism