

KHAI THÁC GIÁ TRỊ DI SẢN VĂN HÓA PHI VẬT THỂ ĐẠI DIỆN CỦA NHÂN LOẠI - ĐỜN CA TÀI TỬ THÔNG QUA CÁC HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TẠI TỈNH CÀ MAU

NGUYỄN MINH HOẠT
Trường Đại học Tài chính - Marketing TP. Hồ Chí Minh

Nhận bài ngày 15/7/2026. Sửa chữa xong 20/8/2026. Duyệt đăng 24/8/2026.

Abstract

Southern Don ca tai tu, a genre of traditional musical art, was inscribed on UNESCO's Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity in 2013. It is not only a traditional art form but also a cultural resource capable of generating value for tourism development, local communities, and the regional economy. Ca Mau Province, including the cultural space historically associated with Bac Lieu, has favorable conditions for promoting Don ca tai tu through tourism. This article examines the current exploitation of its heritage value through tourism activities in Ca Mau and proposes several groups of solutions. These solutions aim to preserve the authenticity of the heritage while developing distinctive tourism products and creating sustainable livelihoods for local communities.

Keywords: Ca Mau, Don ca tai tu, heritage value, intangible cultural heritage, tourism.

1. Đặt vấn đề

Đờn ca tài tử (ĐCTT) Nam Bộ là một loại hình nghệ thuật diễn xướng dân gian đặc trưng của vùng Nam Bộ, được hình thành và phát triển trong quá trình giao lưu giữa các yếu tố âm nhạc truyền thống, đời sống cộng đồng và môi trường văn hóa sông nước. Ngày 5/12/2013, UNESCO ghi danh ĐCTT Nam Bộ vào danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại. Sự kiện này khẳng định giá trị đặc sắc của ĐCTT, đồng thời mở ra những cơ hội mới trong bảo tồn, quảng bá và phát huy di sản trong đời sống đương đại. Đờn ca tài tử có sự kết hợp giữa tiếng đàn và giọng ca, giữa tính bác học và tính dân gian, giữa khuôn thức âm nhạc với khả năng sáng tạo, ngẫu hứng của nghệ nhân và người thực hành. Di sản được duy trì không chỉ thông qua sân khấu chuyên nghiệp mà còn qua các câu lạc bộ, nhóm tài tử, gia đình và những không gian sinh hoạt cộng đồng. Vì vậy, giá trị của ĐCTT không chỉ nằm ở các bản âm nhạc mà còn được thể hiện qua môi trường thực hành, sự tham gia của cộng đồng, kỹ năng của nghệ nhân và khả năng truyền dạy cho thế hệ kế tiếp. Trong bối cảnh phát triển du lịch văn hóa và du lịch trải nghiệm, ĐCTT có thể trở thành nguồn tài nguyên đặc sắc để tạo ra những sản phẩm du lịch khác biệt. Cà Mau là địa phương có vị trí đặc biệt ở cực Nam Tổ quốc, sở hữu hệ thống tài nguyên du lịch sinh thái, sông nước, văn hóa và cộng đồng phong phú. Cùng với không gian văn hóa gắn với Bạc Liêu trước đây, địa bàn hiện nay có nhiều điều kiện để phát huy ĐCTT gắn với du lịch. Du khách đến Cà Mau có thể kết hợp trải nghiệm thiên nhiên, sông nước, ẩm thực, đời sống cộng đồng và các giá trị văn hóa truyền thống. Trong đó, ĐCTT có khả năng trở thành một thành tố làm tăng tính đặc trưng và chiều sâu văn hóa của sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, việc đưa ĐCTT vào hoạt động du lịch vẫn đặt ra nhiều vấn đề bất cập. Bên cạnh đó, quá trình thương mại hóa nếu không được kiểm soát có thể ảnh hưởng đến tính nguyên bản và môi trường thực hành của di sản. Xuất phát từ những vấn đề trên, bài viết tập trung phân tích thực trạng khai thác giá trị ĐCTT thông qua hoạt động du lịch tại tỉnh Cà

Email: nguyenminhhoat@ufm.edu.vn

Mau, nhận diện các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả khai thác và đề xuất giải pháp phù hợp với đặc điểm của địa phương.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở tiếp cận

Từ khi ĐCTT được UNESCO ghi danh vào danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại năm 2013 (UNESCO, 2013), đã có nhiều nghiên cứu trong nước và ngoài nước về ĐCTT trên các phương diện, tiêu biểu có các công trình:

2.1.1. Nghiên cứu trong nước

Các nghiên cứu trong nước về ĐCTT có thể khái quát thành ba hướng chính: 1) Nhiều nghiên cứu tập trung vào sức sống của ĐCTT trong đời sống văn hóa cộng đồng Nam Bộ. Hoạt động ĐCTT tại Bạc Liêu cho thấy sự tồn tại của hệ thống câu lạc bộ, nhóm và nghệ nhân thường xuyên sinh hoạt (Nguyễn Trung, 2021). Điều này cho biết ĐCTT không chỉ là một di sản cần bảo tồn mà còn là một hình thức sinh hoạt văn hóa được duy trì thông qua thực hành và giao lưu cộng đồng; 2) Vấn đề bảo tồn, truyền nghề và phát huy giá trị di sản được nhiều tác giả quan tâm. Yêu cầu gắn bảo tồn di sản với phát triển du lịch nhằm tạo sinh kế cho nghệ nhân và động lực để thế hệ trẻ tiếp tục theo đuổi nghệ thuật truyền thống (Hoàng Phan, 2025). Hoạt động truyền dạy ĐCTT còn có tính tự phát, chủ yếu dựa vào gia đình và cộng đồng, do đó việc duy trì lực lượng nghệ nhân và người kế thừa vẫn là vấn đề cần quan tâm (Ly Na, 2026); 3) Một số nghiên cứu trực tiếp đề cập đến việc đưa ĐCTT vào du lịch. Tiếp cận ĐCTT từ mối quan hệ giữa di sản và không gian du lịch. Việc đưa ĐCTT vào du lịch không đơn thuần là tổ chức các tiết mục biểu diễn mà cần có sự chuyển đổi phù hợp từ một hình thức sinh hoạt văn hóa cộng đồng sang một sản phẩm trải nghiệm du lịch mà vẫn bảo đảm giá trị và tính nguyên bản của di sản (Thanh Trà, 2025). Tiếp tục nhấn mạnh xu hướng đưa ĐCTT trở thành sản phẩm du lịch trải nghiệm, trong đó du khách không chỉ xem biểu diễn mà còn có thể giao lưu và trực tiếp tham gia vào các hoạt động liên quan đến nghệ thuật truyền thống (Minh Phú, 2026). Ngoài ra có Nghị định 215/2025/NĐ-CP, quy định về quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa phi vật thể trong các Danh sách của UNESCO và chính sách đối với nghệ nhân, chủ thể di sản đã định hướng cho hoạt động ĐCTT đạt hiệu quả (Chính phủ, 2025).

Nhìn chung, các nghiên cứu trong nước đã cung cấp cơ sở quan trọng để nhận diện giá trị, thực trạng bảo tồn và khả năng khai thác ĐCTT trong du lịch. Tuy nhiên, việc nghiên cứu đồng thời các yếu tố giá trị di sản, cộng đồng, sản phẩm du lịch, quản lý nhà nước, quảng bá, nguồn nhân lực, hạ tầng và nhu cầu du khách trong một mô hình tiếp cận thống nhất vẫn cần được bổ sung, đặc biệt đối với trường hợp tỉnh Cà Mau.

2.1.2. Nghiên cứu ngoài nước

Nghiên cứu quốc tế về khai thác di sản văn hóa thông qua du lịch tập trung đáng chú ý vào mối quan hệ giữa tính xác thực, thương mại hóa, bảo tồn và quản trị.

Phân tích mối quan hệ giữa tính xác thực của trải nghiệm văn hóa và quá trình thương mại hóa trong du lịch (Cohen, 1988). Cách tiếp cận này có ý nghĩa đối với ĐCTT, bởi khi di sản trở thành sản phẩm du lịch, việc gia tăng giá trị kinh tế cần được cân bằng với yêu cầu bảo đảm bản sắc và tính xác thực.

Việc theo dõi và quản lý những thay đổi có thể ảnh hưởng đến giá trị của di sản (Stovel, 1995). Xem di sản như một nguồn lực văn hóa có thể đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội nếu được quản lý và khai thác phù hợp (Yamashita, 2010), tập trung vào khía cạnh kinh tế của bảo tồn và quản lý di sản, qua đó cho thấy mối quan hệ giữa chính sách bảo tồn, quản lý nguồn lực văn hóa và lợi ích kinh tế - xã hội (Rizzo và Mignosa, 2013). Tiếp cận quản lý du lịch tại các di sản thế giới từ góc độ cân bằng giữa bảo tồn, trải nghiệm du khách, quản lý điểm đến và phát triển kinh tế (De Ascaniis, S., Gravari-Barbas, M., & Cantoni, L. (Eds.), 2018).

Từ các nghiên cứu trên có thể rút ra ba định hướng quan trọng đối với nghiên cứu ĐCTT: 1) Khai thác du lịch phải đi đôi với bảo tồn giá trị và môi trường thực hành của di sản; 2) Cần kiểm soát mối quan hệ giữa tính xác thực và thương mại hóa; 3) Cộng đồng, nghệ nhân, doanh nghiệp và cơ quan quản lý cần được đặt trong một cơ chế phối hợp nhằm chuyển hóa giá trị văn hóa thành trải nghiệm du lịch có ý nghĩa.

2.1.3. Khái quát giá trị Đờn ca tài tử Nam Bộ

Đờn ca tài tử Nam Bộ là nghệ thuật kết hợp giữa đờn và ca, phát triển trong đời sống văn hóa Nam Bộ từ cuối thế kỷ XIX. Đây là loại hình nghệ thuật vừa mang tính bác học vừa gần gũi với đời sống dân gian, phản ánh tâm hồn, tình cảm và lối sống của cư dân vùng sông nước.

Về nhạc cụ, ban ĐCTT truyền thống thường có các nhạc cụ thuộc “Ban ngũ tuyệt” như: đàn tranh, đàn tỳ bà, đàn kim, đàn cò và đàn tam; ngoài ra còn có *sáo* và *guitar phím lõm*. Người đàn và người ca có vị trí tương đối bình đẳng trong quá trình diễn xướng. Không gian thực hành truyền thống thường gắn với gia đình, xóm làng, sinh hoạt cộng đồng, lễ hội và các dịp giao lưu.

Nội dung ĐCTT thường thể hiện tình yêu quê hương, đất nước, tình cảm gia đình, tình yêu đôi lứa, đạo lý và nghĩa tình của con người Nam Bộ. Đặc trưng nổi bật của loại hình này là tính ngẫu hứng, cho phép nghệ nhân sáng tạo trên cơ sở các bài bản truyền thống. Hệ thống *bài Tổ* giữ vai trò nền tảng, trong đó gồm: *sáu bài Bắc*, *bảy bài Hạ*, *ba bài Nam* và *bốn bài Oán*.

Có thể khái quát giá trị ĐCTT trên bốn phương diện: 1) Giá trị nghệ thuật, thể hiện qua giai điệu, kỹ thuật diễn tấu và khả năng sáng tạo; 2) Giá trị văn hóa và bản sắc, phản ánh tâm hồn, lối sống và đặc trưng văn hóa Nam Bộ; 3) Giá trị giáo dục và cộng đồng, góp phần duy trì sự gắn kết và truyền tải các chuẩn mực văn hóa; 4) Giá trị kinh tế - du lịch, khi di sản trở thành nguồn lực để xây dựng sản phẩm, tạo trải nghiệm cho du khách và tạo sinh kế cho cộng đồng.

2.2. Thực trạng khai thác giá trị Đờn ca tài tử qua hoạt động du lịch tại tỉnh Cà Mau

2.2.1. Kết quả khảo sát khách du lịch

Nghiên cứu sử dụng kết quả khảo sát 200 khách du lịch của tác giả tháng 7+8/2026 tại tỉnh Cà Mau: Giới tính, có 97 nam và 103 nữ. Nhóm tuổi từ 46-60 chiếm số lượng cao nhất với 60 người; tiếp theo là nhóm 36-45 tuổi với 44 người. Trình độ học vấn, nhóm THPT có 60 người, trung cấp/cao đẳng 50 người, đại học 45 người, THCS 25 người và sau đại học 20 người.

Nghề nghiệp, nhóm kinh doanh có 48 người, nghỉ hưu 46 người, nhân viên 39 người, học sinh/sinh viên 30 người, công chức 20 người và nhóm khác 17 người. Nơi cư trú, khách đến từ TP. Hồ Chí Minh 72 người, các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long 49 người, Cà Mau 40 người, miền Trung 18 người, miền Bắc 15 người và khách quốc tế 6 người. Trong số 200 người được hỏi, 120 người đến Cà Mau lần đầu, 55 người đến lần thứ hai và 25 người đã đến từ ba lần trở lên.

Kết quả cho thấy mức độ tiếp cận ĐCTT của du khách còn hạn chế. Chỉ 65 người cho biết đã từng xem biểu diễn ĐCTT, trong khi 135 người chưa từng xem. Trong nhóm đã từng xem, 30 người xem tại khu du lịch, 19 người tại nhà hàng, 8 người tại lễ hội và 5 người tại câu lạc bộ. Điều này cho thấy ĐCTT đã xuất hiện trong hoạt động du lịch nhưng chưa trở thành trải nghiệm phổ biến đối với phần lớn khách du lịch.

Nguồn thông tin về ĐCTT của khách khá phân tán. Mạng xã hội có 45 người tiếp cận, báo chí 22, bạn bè 54, công ty du lịch 46, truyền hình 23 và các nguồn khác 10 người. Kết quả này cho thấy truyền miệng và doanh nghiệp du lịch vẫn đóng vai trò đáng kể, trong khi quảng bá số cần tiếp tục được tăng cường.

Mặc dù mức độ tiếp cận chưa cao, thái độ của khách đối với ĐCTT tương đối tích cực. Có 87 người hoàn toàn đồng ý và 73 người đồng ý với các nhận định tích cực về ĐCTT; 30 người đánh giá ở mức bình thường, 7 người không đồng ý và 3 người hoàn toàn không đồng ý. Như vậy, vấn đề chủ yếu không nằm ở sự thiếu thiện cảm của du khách mà ở khả năng đưa di sản đến gần khách thông qua sản phẩm, thông tin và không gian trải nghiệm.

2.2.2. Đánh giá các nhân tố ảnh hưởng

Kết quả khảo sát được chia thành 8 biến độc lập, gồm: Giá trị di sản (GT), Quản lý nhà nước (QL), Sự tham gia cộng đồng (CD), Sản phẩm du lịch (SP), Quảng bá (QB), Cơ sở hạ tầng (HT), Nguồn nhân lực (NL) và Nhu cầu khách du lịch (DL). Biến phụ thuộc là Hiệu quả khai thác giá trị ĐCTT (HQ), thể hiện qua các khía cạnh như mức độ hấp dẫn chuyến đi, quảng bá hình ảnh Cà Mau, sức hấp dẫn điểm đến, bảo tồn di sản, tạo sinh kế và sự hài lòng của du khách. Kết quả được trình bày như sau:

Bảng 1: Đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến khách du lịch

Thứ hạng	Nhân tố	Ký hiệu	β^1	Mức độ tác động
1	Giá trị di sản	GT	0,38	Mạnh nhất
2	Sự tham gia cộng đồng	CD	0,32	Rất mạnh
3	Sản phẩm du lịch	SP	0,29	Khá mạnh
4	Quản lý nhà nước	QL	0,27	Khá mạnh
5	Quảng bá	QB	0,21	Trung bình
6	Nguồn nhân lực	NL	0,19	Trung bình
7	Cơ sở hạ tầng	HT	0,16	Thấp
8	Nhu cầu khách du lịch	DL	0,15	Thấp nhất

Nguồn: Tác giả tổng hợp theo kết quả mô hình trong nghiên cứu vào tháng 7 và 8/2026

(Lưu ý: Hệ số Beta (β) là một chỉ số trong hồi quy tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling) và các nghiên cứu định lượng, cho biết mức độ và chiều hướng tác động của một biến độc lập lên biến phụ thuộc, khi các biến khác trong mô hình được giữ cố định. Nó dùng chủ yếu để so sánh mức độ ảnh hưởng tương đối giữa các nhân tố. (β) có trong Kết quả phân tích định lượng nhưng vì dung lượng bài báo, tác giả không thể hiện các bước phân tích trong bài viết).

Giá trị di sản có mức tác động cao nhất với $\beta = 0,38$. Kết quả này cho thấy giá trị lịch sử, văn hóa, nghệ thuật, giáo dục và bản sắc của ĐCTT chính là nền tảng quan trọng nhất để tạo ra sức hấp dẫn du lịch. Đối với Cà Mau, việc khai thác di sản cần bắt đầu từ chính giá trị nguyên bản của nghệ thuật, thay vì chỉ xem ĐCTT như một tiết mục minh họa trong chương trình du lịch.

Sự tham gia cộng đồng đứng thứ hai với $\beta = 0,32$. ĐCTT là một di sản sống, được duy trì thông qua nghệ nhân, tài tử, câu lạc bộ và cộng đồng. Vì vậy, cộng đồng không chỉ là đối tượng hưởng lợi mà còn là chủ thể bảo tồn và cung cấp trải nghiệm. Nếu nghệ nhân và người dân không được tham gia thực chất, hoạt động khai thác du lịch khó có thể duy trì lâu dài.

Sản phẩm du lịch có $\beta = 0,29$, đứng thứ ba. Điều này cho thấy việc có một di sản có giá trị chưa đủ để tạo ra hiệu quả du lịch. Di sản cần được chuyển hóa thành sản phẩm phù hợp với nhu cầu trải nghiệm. ĐCTT có thể kết hợp với du lịch sinh thái, sông nước, cộng đồng, ẩm thực và các không gian văn hóa của Cà Mau. Điểm quan trọng là du khách cần được trải nghiệm và tương tác, thay vì chỉ ngồi xem một chương trình biểu diễn.

Quản lý nhà nước có $\beta = 0,27$. Kết quả cho thấy chính sách bảo tồn, đầu tư, tổ chức hoạt động, hỗ trợ nghệ nhân và phối hợp giữa các bên có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả khai thác. Đây là điều kiện tạo môi trường thuận lợi để doanh nghiệp và cộng đồng tham gia.

Quảng bá có $\beta = 0,21$. ĐCTT cần được truyền thông như một trải nghiệm văn hóa đặc trưng của Cà Mau, thay vì chỉ xuất hiện trong những thông tin giới thiệu chung. Mạng xã hội, video ngắn, bản đồ số, nền tảng du lịch và nội dung đa ngôn ngữ có thể giúp mở rộng khả năng tiếp cận.

Nguồn nhân lực có $\beta = 0,19$. Hoạt động du lịch ĐCTT cần đội ngũ nghệ nhân có khả năng giao tiếp với du khách, hướng dẫn viên có hiểu biết về di sản và nhân viên phục vụ có kỹ năng tổ chức trải nghiệm. Việc kết hợp kiến thức di sản với nghiệp vụ du lịch vì vậy cần được chú trọng.

Cơ sở hạ tầng có $\beta = 0,16$ và nhu cầu khách du lịch có $\beta = 0,15$. Đây là hai yếu tố có mức tác động thấp nhất trong mô hình hiện tại. Tuy nhiên, hệ số thấp không đồng nghĩa với không quan trọng. Hạ tầng và nhu cầu vẫn là những điều kiện hỗ trợ để sản phẩm có thể vận hành và mở rộng thị trường.

2.2.3. Những vấn đề đặt ra cho ngành Du lịch tỉnh Cà Mau

Từ kết quả khảo sát có thể nhận diện ba vấn đề lớn như sau: 1) Cà Mau có lợi thế rõ rệt về giá trị nội tại của ĐCTT nhưng mức độ tiếp cận của khách còn thấp. Việc chỉ có 65/200 khách từng xem biểu diễn cho thấy khoảng cách giữa tiềm năng di sản và khả năng chuyển hóa thành trải nghiệm du lịch vẫn khá lớn; 2) Hoạt động khai thác hiện nay còn thiên về biểu diễn, trong khi xu hướng du lịch hiện đại ngày

1) Hệ số Beta (β) là một chỉ số trong hồi quy tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling) và các nghiên cứu định lượng, cho biết mức độ và chiều hướng tác động của một biến độc lập lên biến phụ thuộc, khi các biến khác trong mô hình được giữ cố định. Nó dùng chủ yếu để so sánh mức độ ảnh hưởng tương đối giữa các nhân tố. (β) có trong Kết quả phân tích định lượng nhưng vì dung lượng bài báo, tác giả không thể hiện các bước phân tích trong bài viết.

càng chú trọng trải nghiệm và tương tác. Vì vậy, cần chuyển từ “đưa ĐCTT vào chương trình du lịch” sang “xây dựng sản phẩm du lịch từ giá trị ĐCTT”; 3) Bảo tồn và khai thác cần được thực hiện đồng thời. Việc thương mại hóa quá mức, trình diễn sai lệch, giảm vai trò của nghệ nhân hoặc biến ĐCTT thành một tiết mục giải trí đơn thuần có thể làm suy giảm giá trị của di sản. Vì vậy, phát triển du lịch phải đặt tính xác thực, cộng đồng và môi trường thực hành ở vị trí trung tâm.

2.3. Giải pháp khai thác giá trị Đờn ca tài tử qua hoạt động du lịch tại tỉnh Cà Mau

2.3.1. Định hướng từ phân tích SWOT

SWOT là viết tắt chữ cái đầu của 4 từ: S - Strengths (Điểm mạnh - Những lợi thế, nguồn lực, ưu thế *bên trong*); W - Weaknesses (Điểm yếu - Những hạn chế, bất cập *bên trong*); O - Opportunities (Cơ hội - Những điều kiện thuận lợi từ *bên ngoài*); T - Threats (Thách thức - Những rủi ro, tác động bất lợi từ *bên ngoài*). Trong nghiên cứu khoa học SWOT là một công cụ phân tích chiến lược, dùng để đánh giá một đối tượng, lĩnh vực, mô hình, địa bàn hoặc hoạt động nghiên cứu.

Từ kết quả nghiên cứu có thể xác định các điểm mạnh chủ yếu của ĐCTT tại Cà Mau gồm: được UNESCO ghi danh; có giá trị lịch sử, nghệ thuật và bản sắc cao; có nghệ nhân và câu lạc bộ; có khả năng kết hợp với nhiều loại hình du lịch.

Các điểm yếu gồm: sản phẩm chuyên đề chưa đa dạng; không gian biểu diễn chưa đồng đều; nguồn nhân lực du lịch di sản còn hạn chế; quảng bá số chưa tương xứng; liên kết giữa các chủ thể chưa chặt chẽ.

Cơ hội chủ yếu là xu hướng phát triển du lịch trải nghiệm, du lịch văn hóa, chuyển đổi số, sự quan tâm đến di sản và các chính sách bảo tồn. Thách thức gồm nguy cơ thương mại hóa, mai một nghệ nhân, cạnh tranh giữa các điểm đến, thay đổi thị hiếu và nguy cơ làm giảm tính nguyên bản của di sản.

Từ đó, chiến lược ưu tiên không phải là khai thác càng nhiều càng tốt mà là khai thác có chọn lọc, có kiểm soát và lấy giá trị di sản làm nền tảng. Ba nhân tố có hệ số β cao nhất - Giá trị di sản, Cộng đồng và Sản phẩm du lịch cần trở thành trọng tâm của nhóm giải pháp.

2.3.2. Bảo tồn giá trị di sản và phát huy vai trò cộng đồng

Đây là giải pháp ưu tiên hàng đầu vì *Giá trị di sản* có $\beta = 0,38$ và *Sự tham gia cộng đồng* có $\beta = 0,32$. Cà Mau cần xác định nghệ nhân, nghệ thuật thực hành và môi trường văn hóa cộng đồng là nguồn lực cốt lõi của sản phẩm du lịch ĐCTT, cụ thể: 1) Cần thống kê, cập nhật và số hóa thông tin về nghệ nhân, câu lạc bộ, nhóm thực hành và các không gian diễn xướng. Việc này tạo cơ sở để quản lý, quảng bá và kết nối với doanh nghiệp du lịch; 2) Cần có cơ chế hỗ trợ nghệ nhân thông qua thù lao biểu diễn, kinh phí duy trì hoạt động câu lạc bộ, hỗ trợ nhạc cụ và tạo điều kiện truyền nghề. Lợi ích từ hoạt động du lịch cần được phân bổ hợp lý để nghệ nhân và cộng đồng thực sự được hưởng lợi; 3) Cần tăng cường truyền nghề cho thế hệ trẻ. Hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ tại trường học và chương trình giao lưu với nghệ nhân có thể tạo môi trường tiếp cận ĐCTT tự nhiên. Mục tiêu không chỉ là đào tạo người biểu diễn mà còn hình thành thế hệ hiểu và trân trọng giá trị di sản. Đồng thời, cần xây dựng nguyên tắc khai thác du lịch nhằm bảo đảm nội dung, bài bản, phong cách biểu diễn và không gian thực hành phù hợp với đặc trưng ĐCTT. Đây là cơ sở để hạn chế thương mại hóa quá mức và bảo vệ tính xác thực của di sản.

2.3.3. Phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm Đờn ca tài tử đặc trưng Cà Mau

Sản phẩm du lịch có $\beta = 0,29$, do đó cần được xem là trụ cột thứ ba bên cạnh giá trị di sản và cộng đồng.

Cần chuyển từ mô hình biểu diễn đơn thuần sang mô hình trải nghiệm. Một chương trình có thể được thiết kế theo chuỗi: giới thiệu nguồn gốc ĐCTT → kể chuyện về nghệ nhân và bài bản → biểu diễn → giao lưu → trải nghiệm nhạc cụ → thử ca một số câu ngắn → kết hợp ẩm thực hoặc hoạt động du lịch sông nước.

Đờn ca tài tử có thể được tích hợp vào các sản phẩm du lịch hiện có của Cà Mau. Trong không gian sông nước, nghệ thuật có thể được tổ chức tại các điểm dừng chân, khu du lịch, không gian cộng đồng hoặc trên phương tiện đường thủy khi điều kiện phù hợp. Quan trọng là không gian biểu diễn phải tạo cảm giác tự nhiên và gần gũi, đồng thời bảo đảm chất lượng âm thanh và điều kiện phục vụ.

Có thể thiết kế sản phẩm theo các phân khúc khách. Với khách nội địa, ưu tiên chương trình ngắn, dễ tiếp cận, có tính tương tác cao. Với khách quốc tế, cần tăng nội dung thuyết minh, phụ đề hoặc giới thiệu bằng ngoại ngữ, giúp họ hiểu lịch sử, nhạc cụ, bài bản và ý nghĩa văn hóa của ĐCTT.

Sản phẩm lưu niệm cũng có thể được phát triển gắn với di sản như mô hình nhạc cụ, ấn phẩm giới thiệu bài bản, sản phẩm thủ công, sách ảnh hoặc sản phẩm số. Những sản phẩm này giúp kéo dài trải nghiệm sau chuyến đi và tạo thêm nguồn thu cho cộng đồng.

2.3.4. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và không gian diễn xướng

Nguồn nhân lực và hạ tầng có hệ số tác động thấp hơn các nhân tố đứng đầu nhưng lại là điều kiện cần để sản phẩm vận hành hiệu quả.

Đối với nghệ nhân, cần bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp với du khách, giới thiệu bản thân, giới thiệu nhạc cụ và giải thích ngắn gọn về bài bản. Với khách quốc tế, có thể cung cấp những mẫu giới thiệu bằng tiếng Anh và các ngôn ngữ phù hợp.

Đối với hướng dẫn viên, cần tăng cường kiến thức chuyên đề về ĐCTT. Hướng dẫn viên phải có khả năng giải thích nguồn gốc, giá trị, nhạc cụ, bài bản và vai trò của ĐCTT trong văn hóa Nam Bộ. Nội dung thuyết minh cần tránh đơn giản hóa hoặc diễn giải sai lệch di sản.

Đối với không gian diễn xướng, cần ưu tiên những địa điểm có bản sắc địa phương. Trang thiết bị âm thanh và ánh sáng cần được đầu tư ở mức phù hợp, không làm mất đi tính mộc mạc của ĐCTT. Có thể bố trí những không gian trải nghiệm nhỏ để du khách thử nhạc cụ hoặc học một số câu hát cơ bản.

Việc nâng cao chất lượng không gian không nhất thiết đồng nghĩa với xây dựng sân khấu lớn. Ngược lại, không gian vừa phải, gần gũi và phù hợp với đặc trưng sông nước Cà Mau có thể tạo ra trải nghiệm khác biệt.

2.3.5. Đẩy mạnh quảng bá và chuyển đổi số

Quảng bá có $\beta = 0,21$ và hiện còn khoảng cách giữa tiềm năng ĐCTT với khả năng tiếp cận của khách. Do đó, cần xây dựng hình ảnh ĐCTT như một trải nghiệm văn hóa đặc trưng khi đến Cà Mau: 1) Xây dựng nội dung số ngắn gọn và trực quan. Video về nghệ nhân, nhạc cụ, bài bản, câu chuyện nghề và trải nghiệm của du khách có thể được sử dụng trên các nền tảng mạng xã hội; 2) Xây dựng bản đồ số các điểm có hoạt động ĐCTT. Du khách có thể tra cứu địa điểm, thời gian biểu diễn, thông tin nghệ nhân và các sản phẩm trải nghiệm. Mã QR tại điểm du lịch có thể dẫn tới nội dung giới thiệu bằng tiếng Việt và tiếng Anh; 3) Tăng cường phối hợp giữa cơ quan quản lý, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và câu lạc bộ. Thông tin về chương trình ĐCTT nên được đưa vào chương trình tour, website và nền tảng bán sản phẩm du lịch; 4) Tận dụng các lễ hội và sự kiện văn hóa để tạo điểm nhấn truyền thông. Tuy nhiên, các sự kiện lớn nên gắn với hoạt động thường xuyên, tránh tình trạng chỉ quảng bá mạnh trong thời gian lễ hội rồi giảm hoạt động vào những thời điểm khác.

2.3.6. Tăng cường quản lý nhà nước và liên kết du lịch

Quản lý nhà nước có $\beta = 0,27$, đứng thứ tư trong mô hình và có vai trò tạo môi trường để các nhóm giải pháp khác được thực hiện.

Cơ quan quản lý cần xây dựng cơ chế phối hợp giữa ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch, chính quyền địa phương, doanh nghiệp, nghệ nhân và câu lạc bộ. Việc đưa ĐCTT vào chương trình du lịch cần được định hướng thống nhất, trong đó xác định rõ trách nhiệm của từng bên.

Cần xây dựng các nguyên tắc hoặc quy chuẩn cơ bản đối với chương trình biểu diễn phục vụ khách du lịch, bao gồm nội dung, thời lượng, không gian, thù lao nghệ nhân và yêu cầu bảo vệ tính nguyên bản. Đây là giải pháp quan trọng nhằm hạn chế việc biến di sản thành hoạt động giải trí đơn thuần.

Bên cạnh khai thác tại Cà Mau, địa phương có thể tăng cường liên kết với các địa bàn có truyền thống ĐCTT ở Nam Bộ để hình thành chuỗi sản phẩm. Tuy nhiên, liên kết vùng cần được thực hiện trên cơ sở làm nổi bật bản sắc của từng địa phương. Đối với Cà Mau, trọng tâm vẫn là xây dựng sản phẩm gắn với đặc trưng cực Nam, sông nước, sinh thái, cộng đồng và đời sống văn hóa địa phương.

3. Kết luận

Đờn ca tài tử Nam Bộ là một di sản văn hóa phi vật thể có giá trị đặc biệt về lịch sử, nghệ thuật, văn hóa, giáo dục và cộng đồng. Việc UNESCO ghi danh ĐCTT vào Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại không chỉ khẳng định giá trị của di sản mà còn tạo điều kiện để các địa phương phát huy di sản trong đời sống đương đại. Ở tỉnh Cà Mau, ĐCTT có khả năng trở thành một thành tố quan trọng của sản phẩm du lịch văn hóa và trải nghiệm. Kết quả khảo sát cho thấy mức độ tiếp cận ĐCTT của du khách còn hạn chế nhưng thái độ và mức độ yêu thích đối với loại hình nghệ thuật này tương đối tích cực. Điều đó khẳng định điều kiện để phát triển sản phẩm còn lớn nếu địa phương cải thiện khả năng tiếp cận, quảng bá và tổ chức trải nghiệm. Khai thác ĐCTT trong du lịch trước hết phải dựa vào chính giá trị của di sản và vai trò của cộng đồng, sau đó chuyển hóa những giá trị này thành sản phẩm phù hợp với thị trường.

Các giải pháp đề xuất cần được triển khai đồng bộ và có sự phối hợp giữa cơ quan quản lý, nghệ nhân, cộng đồng, doanh nghiệp du lịch và cơ sở đào tạo. Khai thác giá trị ĐCTT trong hoạt động du lịch không chỉ là tăng số lượng chương trình biểu diễn mà là tạo ra một hệ sinh thái du lịch di sản, trong đó du khách được trải nghiệm giá trị văn hóa, nghệ nhân được tôn trọng và có thu nhập phù hợp, cộng đồng được hưởng lợi, còn giá trị và tính nguyên bản của ĐCTT được bảo vệ. Thực hiện được nguyên tắc này, ĐCTT có thể trở thành một sản phẩm văn hóa đặc trưng, góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến Cà Mau và đồng thời tạo động lực cho việc bảo tồn di sản trong đời sống đương đại.

Chú thích

(*) Nghiên cứu này thuộc Đề tài Cơ sở: Khai thác giá trị của di sản văn hóa thông qua hoạt động du lịch: Trường hợp di sản văn hóa phi vật thể thế giới Đờn ca tài tử Nam Bộ tại các tỉnh và thành phố ở Nam Bộ, mã số: CS-71-26, được tài trợ bởi Trường Đại học Tài chính - Marketing, Thành phố Hồ Chí Minh.

Tài liệu tham khảo

Chính phủ (2025, August 4). *Nghị định số 215/2025/NĐ-CP, ngày 04/8/2025 quy định các biện pháp quản lý, bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới, di sản văn hóa dưới nước, di sản văn hóa phi vật thể trong các Danh sách của UNESCO và Danh mục quốc gia về di sản văn hóa phi vật thể và chính sách đối với nghệ nhân, chủ thể di sản văn hóa phi vật thể.*

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).

De Ascaniis, S., Gravari-Barbas, M., & Cantoni, L. (Eds.). (2018). *Tourism management at UNESCO World Heritage Sites*. Università della Svizzera italiana. <https://search.usi.ch/en/publications/19345>.

Hoàng Phan (2025). *Bảo tồn giá trị di sản văn hóa phi vật thể*. <https://nhandan.vn/bao-ton-gia-tri-di-san-van-hoa-phi-vat-the-post907224.html>, ngày 10/9/2025.

Ly Na (2024). *Lan tỏa giá trị nghệ thuật đờn ca tài tử*. <https://baodongnai.com.vn/van-hoa/202403/lan-toa-gia-tri-nghe-thuat-don-ca-tai-tu-d9c494a/>, ngày 09/3/2024.

Minh Phú (2026). *Đưa di sản Đờn ca tài tử trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng tại Tây Ninh*. <https://www.vietnamplus.vn/dua-di-san-don-ca-tai-tu-tro-thanh-san-pham-du-lich-dac-trung-post1105790.vnp>, ngày 19/4/2026.

Nguyễn Trung (2021). *Thăm "bảo tàng" nghệ thuật đờn ca tài tử ở Bạc Liêu*. <https://hanoimoi.vn/tham-bao-tang-nghe-thuat-don-ca-tai-tu-o-bac-lieu-482175.html>, ngày 28/6/2021.

Rizzo, I., & Mignosa, A. (Eds.). (2013). *Handbook on the economics of cultural heritage*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857931009>.

Stovel, H. (1995). *Monitoring World Cultural Heritage Sites*. ICOMOS Canada Bulletin, 4(3), 15-20. <https://whc.unesco.org/document/174948>.

Thanh Trà (2025). *Đề đờn ca tài tử cộng hưởng với du lịch miền Tây sông nước Cửu Long*. <https://baotintuc.vn/van-hoa/de-don-ca-tai-tu-cong-huong-voi-du-lich-mien-tay-song-nuoc-cuu-long-20250510093519181.htm>, ngày 10/5/2025.

UNESCO. (2013). *Art of Don ca tai tu music and song in southern Viet Nam*. *UNESCO Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/RL/art-of-n-ca-tai-t-music-and-song-in-southern-viet-nam-00733>.

Yamashita, S. (2010). *Cultural heritage in the age of globalization: A perspective from the anthropology of cultural resource*. In Cultural Resource Studies Asian Linkage Building Seminar 2010: Working papers (pp. 6-19). Kanazawa University.