

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ SÔNG NƯỚC - MIỆT VƯỜN - BIỂN ĐẢO Ở MIỀN TÂY NAM BỘ

NGUYỄN HỮU NGHỊ*

Sông Mekong đã bồi đắp nên một vùng châu thổ hạ lưu tiếp giáp với biển tạo nên cảnh quan biển đảo, rừng ngập mặn và đồng bằng trù phú ở Tây Nam Bộ Việt Nam. Cư dân ở đây gồm người Việt, Khmer, Hoa và Chăm trong quá trình tụ cư đã thích nghi với điều kiện tự nhiên và sáng tạo nên những nét độc đáo trong văn hóa của mỗi tộc người, tích hợp nên vùng văn hóa Tây Nam Bộ. Hoạt động mưu sinh của cư dân tại từng vùng sinh thái của Tây Nam Bộ đã tạo nên văn hóa sông nước, văn hóa miệt vườn và văn hóa biển đảo trên vùng đất này. Đó là lợi thế để Tây Nam Bộ phát triển sản phẩm du lịch đặc thù.

Từ khóa: sản phẩm du lịch, Tây Nam Bộ, sông nước, miệt vườn, biển đảo

Nhận bài ngày: 8/1/2019; đưa vào biên tập: 18/1/2019; phản biện: 3/4/2019; duyệt đăng: 10/7/2019

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Với lợi thế đặc thù của vùng đất được bao bọc bởi Biển Đông và biển Tây Nam kết nối với hạ nguồn sông Mekong, Tây Nam Bộ sở hữu một chuỗi giá trị tài nguyên du lịch đa dạng và phong phú rất đặc trưng, từ văn hóa sông nước, miệt vườn đến văn hóa biển đảo, và là nơi hội tụ của các dân tộc Việt, Khmer, Hoa và Chăm. Để khai thác hiệu quả tài nguyên du

lịch nơi đây, bên cạnh việc khai thác các thế mạnh riêng lẻ, sự kết hợp cả ba yếu tố sông nước - miệt vườn - biển đảo vào một sản phẩm du lịch đặc thù sẽ phát huy được những lợi thế vốn có nhằm phát triển và đa dạng hóa sản phẩm du lịch cho vùng Tây Nam Bộ.

2. NHỮNG LÝ LUẬN CHUNG VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ

“*Sản phẩm*, hiểu một cách chung nhất, chính là cái do lao động của con

* Trường Đại học Lạc Hồng.

người tạo ra” (Viện Ngôn ngữ học 2006: 845). Trong lĩnh vực kinh tế và văn hóa thì sản phẩm là kết quả của một quá trình lao động, sáng tạo nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng và ngày càng được nâng cao của con người. Trong du lịch, sản phẩm có những đặc thù riêng nên đến nay có nhiều cách hiểu khác nhau. Theo Stephen L.J. Smith, sản phẩm du lịch được hình thành trên năm yếu tố là “Cơ sở vật chất, tài nguyên du lịch; dịch vụ; lòng hiếu khách, sự tiếp đón; sự tự do lựa chọn; và những dịch vụ liên quan khác” (Stephen L.J. Smith, 1994: 587). Có tác giả nhấn mạnh đến tính hệ thống và hoàn chỉnh của các yếu tố tạo nên sản phẩm du lịch: “Sản phẩm du lịch là một tổng thể phức tạp bao gồm nhiều thành phần không đồng nhất cấu tạo thành, đó là tài nguyên tự nhiên, tài nguyên nhân văn, cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch và đội ngũ cán bộ nhân viên du lịch” (Trần Văn Thông, 2003: 43). Tương tự nhận định trên, nhưng xem sản phẩm du lịch được tạo ra nhằm mục đích “kiếm lời”, là sản phẩm hàng hóa; Trần Nhoãn nhấn mạnh tính phức hợp của sản phẩm du lịch: “Sản phẩm hàng hóa du lịch có thể chia làm năm nhóm, bao gồm: nhóm chương trình du lịch; nhóm hàng lưu trú; nhóm hàng ăn, uống; nhóm hàng lưu niệm; và nhóm các loại hàng hóa thông dụng được đưa vào kinh doanh du lịch” (Trần Nhoãn, 2005: 118). Thu Trang Công Thị Nghĩa thì chú trọng đến giá trị sử dụng của sản phẩm du lịch đối với du

khách, cho rằng: “sản phẩm du lịch là một loại sản phẩm tiêu dùng đáp ứng cho nhu cầu của du khách, nó bao gồm di chuyển, ăn ở và giải trí” (dẫn theo Trần Văn Thông, 2003: 44). Một cách khái quát nhất, theo *Luật Du lịch Việt Nam* (2017) thì “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch” (Khoản 5, Điều 3).

Mặc dù chưa có sự thống nhất về định nghĩa “sản phẩm du lịch” giữa các tác giả, nhưng về tổng thể, có thể hiểu sản phẩm du lịch theo hai nghĩa, nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Theo nghĩa rộng, sản phẩm du lịch là tổng thể các yếu tố vật chất và tinh thần do con người tạo ra nhằm phục vụ du khách một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Theo nghĩa hẹp, sản phẩm du lịch là những thành phần cụ thể, yếu tố riêng lẻ trong các hoạt động dịch vụ du lịch, tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, quà lưu niệm... Nói cách khác, sản phẩm du lịch có thể được phân chia thành sản phẩm du lịch tổng hợp và sản phẩm du lịch riêng lẻ. Sản phẩm du lịch tổng hợp là sự tích hợp nhiều yếu tố nhằm thỏa mãn nhu cầu vật chất và tinh thần của du khách trong suốt quá trình họ tham gia vào hoạt động du lịch... Sản phẩm du lịch riêng lẻ là từng yếu tố riêng biệt, như: điểm tham quan, phương tiện vận chuyển, cơ sở lưu trú, dịch vụ vui chơi giải trí, quà lưu niệm và các dịch vụ đi kèm khác mà từ đó có thể cấu thành sản phẩm du lịch tổng hợp.

Tựu trung lại, ba yếu tố cơ bản của một sản phẩm du lịch là: điểm tham quan, phương tiện tiếp cận điểm tham quan đó, và cơ sở lưu trú dành cho du khách. Trong ba yếu tố cấu thành sản phẩm du lịch thì điểm tham quan là yếu tố quyết định, là cơ sở chính để du khách chọn lựa và tìm đến điểm du lịch. Không có điểm tham quan thì không có hoạt động du lịch. Điểm tham quan là yếu tố thu hút khách. Đó có thể là những địa điểm chứa đựng các giá trị về văn hóa, lịch sử, những sự kiện văn hóa xã hội đặc thù, các cảnh quan thiên nhiên đặc trưng vùng miền... Khả năng tiếp cận các điểm tham quan có vai trò quan trọng, vì nếu những điểm tham quan có hấp dẫn đến mức nào nhưng du khách không thể đến được thì cũng không có nhiều ý nghĩa trong phát triển du lịch. Do đó, cơ sở hạ tầng giao thông và phương tiện đi lại phải đạt được một số chuẩn mực nhất định và cần được nâng cao. Cơ sở lưu trú là yếu tố cơ bản không thể thiếu nhằm phục vụ không chỉ nhu cầu thiết yếu của du khách ở những điểm đến mà còn là điều kiện để giữ chân du khách, phát huy được vai trò của du lịch trong việc phát triển kinh tế của địa phương. Tất nhiên, khi đưa sản phẩm du lịch vào vận hành thì nhiều yếu tố khác cũng cần được chú trọng như yếu tố an toàn, cơ sở, trang thiết bị, kỹ thuật phục vụ, chất lượng dịch vụ và lòng hiếu khách.

Sản phẩm du lịch nói chung rất đa dạng. Theo chúng tôi có thể phân loại

sản phẩm du lịch dựa vào một số tiêu chí như sau: 1) *dựa vào nguồn gốc*, chúng ta có sản phẩm du lịch tự nhiên và sản phẩm du lịch do con người tạo ra; 2) *dựa vào tính hữu hình* thì có sản phẩm du lịch hữu hình (các yếu tố vật chất như cơ sở lưu trú, nhà hàng, khu vui chơi giải trí...) và sản phẩm du lịch vô hình (văn hóa ứng xử, thái độ, chất lượng phục vụ...); 3) *dựa vào tính biến đổi* thì có sản phẩm du lịch dễ biến đổi (cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ...) và sản phẩm du lịch khó biến đổi (tài nguyên tự nhiên); 4) *dựa vào vòng đời phát triển* thì có sản phẩm du lịch trường tồn (tài nguyên tự nhiên) và sản phẩm du lịch ngắn hạn (cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị, phương tiện vận chuyển...); 5) *dựa vào thời gian tiêu thụ* thì có sản phẩm du lịch trước chuyến đi (văn hóa bán hàng), trong chuyến đi (các yếu tố phục vụ du khách trong quá trình tham quan) và sau chuyến đi (văn hóa hậu mãi).

Riêng đối với *sản phẩm du lịch đặc thù*, trước hết đó là sản phẩm du lịch và thứ hai, sản phẩm này phải mang tính độc đáo, khác biệt với những sản phẩm du lịch khác. “Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm được xây dựng dựa trên giá trị đặc sắc, độc đáo/duy nhất, nguyên bản và đại diện của 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” (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2015: 3).

Sản phẩm du lịch cũng như sản phẩm du lịch đặc thù có vị trí quan trọng trong hoạt động du lịch với các vai trò cụ thể như: cá biệt hóa du lịch của điểm đến, của địa phương; tạo ra tính hấp dẫn cao, thu hút thị trường khách đặc biệt hoặc đại trà; gây dựng hình ảnh du lịch của điểm đến; gây dựng thương hiệu du lịch của địa phương; tạo ra sức cạnh tranh cho điểm đến, cho địa phương; là những điểm nhấn của hệ thống sản phẩm du lịch ở điểm đến; có khả năng tạo ra động lực cho các sản phẩm du lịch khác cùng phát triển (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2017: 4).

3. THỰC TRẠNG TÀI NGUYÊN DU LỊCH SÔNG NƯỚC, MIỆT VƯỜN, BIỂN ĐẢO Ở TÂY NAM BỘ

Theo Điều 3 *Luật Du lịch Việt Nam* (2017) thì “Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch”. Tài nguyên du lịch bao gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa. Yếu tố tự nhiên gồm “cảnh quan thiên nhiên, các yếu tố địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, hệ sinh thái và các yếu tố tự nhiên khác” (Khoản 1, Điều 15) có thể được sử dụng cho mục đích du lịch; “Tài nguyên du lịch văn hóa bao gồm di tích lịch sử - văn hóa, di tích cách mạng, khảo cổ, kiến trúc; giá trị văn hóa truyền thống, lễ hội, văn nghệ dân gian và các giá trị văn hóa khác, công trình lao động sáng

tạo của con người” (Khoản 2, Điều 15) có thể được sử dụng cho mục đích du lịch. Tài nguyên du lịch và sản phẩm du lịch rất gần nhau. Một cảnh quan thiên nhiên, một công trình kiến trúc nếu không đưa vào khai thác du lịch thì chỉ dừng lại ở giá trị tài nguyên du lịch, còn nếu đưa vào khai thác du lịch, cho du khách tiếp cận thì chính nó trở thành sản phẩm du lịch.

Thiên nhiên Tây Nam Bộ với các loại địa hình đồng bằng nhiều sông rạch, kênh đào, cồn, biển đảo, núi đồi (An Giang, Kiên Giang) hình thành cảnh quan đồng bằng ven biển hạ lưu sông Mekong kết hợp với các yếu tố sông nước, lúa gạo, trái cây, thủy hải sản tạo nên tiềm năng du lịch nổi bật của vùng này. Thích nghi với điều kiện thiên nhiên sông nước, cư dân Tây Nam Bộ (Kinh, Khmer, Hoa, Chăm) còn đào thêm một hệ thống kênh mương dày đặc, tạo nên hệ thống giao thông thủy thuận lợi, hình thành lối sống theo nhịp điệu con nước⁽¹⁾ với những giá trị văn hóa đặc sắc, khác biệt so với các vùng miền khác. Trong những năm qua, hoạt động du lịch miền Tây Nam Bộ không ngừng phát triển và tạo cho mình các sản phẩm đặc thù du lịch sông nước, miệt vườn, biển đảo.

Sản phẩm du lịch sông nước

Du lịch được hình thành từ hai yếu tố tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa.

Về tài nguyên tự nhiên. Sông nước là yếu tố quan trọng tạo nên diện mạo Đồng bằng sông Cửu Long - Tây Nam

Bộ. Trước nhất là hệ thống sông ngòi. Xuất phát từ cao nguyên Tây Tạng, khi đến Phnôm Pênh, dòng Mekong chia ra làm ba nhánh, một nhánh chảy vào Biển Hồ (Campuchia), hai nhánh chảy vào Nam Bộ Việt Nam được gọi là sông Tiền và sông Hậu rồi đổ ra Biển Đông qua nhiều cửa tạo nên sông Cửu Long hiện nay. Các chi lưu của sông Cửu Long cùng với hệ thống sông Vàm Cỏ (Vàm Cỏ Đông và Vàm Cỏ Tây), Gành Hào, Cái Lớn, Cái Bé, Ông Đốc... tạo cho đồng bằng Tây Nam Bộ một hệ thống sông rạch chằng chịt dài trên 5.000km với dòng chảy hiền hòa mà những nước có dòng Mekong chảy qua không nơi nào có được. Tây Nam Bộ là vùng đồng bằng thấp, có những nơi trũng tạo nên sinh cảnh “vùng nước nổi” rất đặc trưng như vùng Đồng Tháp Mười, Tứ giác Long Xuyên. Riêng vùng Đồng Tháp Mười (các tỉnh Đồng Tháp, Long An và Tiền Giang) cũng là “hệ sinh thái động thực vật... hết sức đa dạng gồm hệ sinh thái đồng cỏ ngập nước theo mùa, hệ sinh thái đầm lầy, hệ sinh thái rừng tràm, hệ sinh thái lúa mùa và lúa nổi...” (Châu Hồng Thắng, 2018: 162), góp phần tạo nên sản phẩm du lịch sông nước đặc trưng của nơi đây. Các hệ sinh thái tự nhiên kể trên “còn thấy ở các vườn quốc gia, khu bảo tồn, hoặc trong các khu du lịch trong vùng như: Vườn Quốc gia Tràm Chim, Khu Bảo tồn đất ngập nước Láng Sen, Khu Du lịch làng nổi Tân Lập, Khu Du lịch Gáo Giồng...” (Châu Hồng Thắng, 2018: 162).

Về tài nguyên văn hóa. Cư dân Tây Nam Bộ gắn bó với sông nước, như Trịnh Hoài Đức vào đầu thập niên 20 của thế kỷ XIX đã viết: “Đất Gia Định nhiều sông, kênh, cù lao, bãi cát; trong mười người đã có chín người biết nghề bơi lội, chèo thuyền, lại ưa ăn mắm, ngày ăn 3 bữa cơm mà ít khi ăn cháo” (Trịnh Hoài Đức 1972: 12). Hay “ở Gia Định chỗ nào cũng có ghe thuyền, hoặc dùng thuyền làm nhà ở, hoặc để đi chơi, đi thăm người thân thích, chở gạo củi buôn bán rất tiện lợi” (Trịnh Hoài Đức, 1972: 15). Đồng bằng sông Cửu Long được nhiều người biết đến với yếu tố văn hóa sông nước. “Tính sông nước” có thể được xem là một trong những đặc trưng hàng đầu về tính cách văn hóa của cư dân vùng đất này. “Tính sông nước”⁽²⁾ (hay nói đầy đủ hơn là “tính hòa hợp cao với thiên nhiên sông nước”) chi phối toàn bộ cuộc sống vật chất và tinh thần của con người nơi đây. Du khách đến đây có thể trải nghiệm văn hóa ăn, mặc, ở, đi lại cũng như nếp sinh hoạt của cư dân theo nhịp điệu của con nước. Cụ thể: (i) Về văn hóa ẩm thực, Tây Nam Bộ có nhiều món ăn được làm từ cá và rất nhiều đặc sản có nguồn gốc sông nước, ruộng đồng như ếch, rùa, rắn, lươn, các loại rau trong thiên nhiên (bông súng, rau đắng, bông điên điển)... được chế biến nhiều cách khác nhau; (ii) Về văn hóa cư trú, người Kinh thường tổ chức nhà ở trong các ngôi làng dọc theo sông rạch và kênh đào, nhà mở cửa nhìn ra sông, lấy sông làm mặt tiền; người

Khmer tập trung thành phum sóc trên đất giồng, là dấu vết của các giồng duyên hải. Nhà ở thì “loại vật liệu sông nước điển hình nhất là lá dừa nước dùng để lợp mái nhà, làm vách nhà; cây tràm làm cột, làm cừ, càng ngâm nước càng bền. Kiểu nhà được lợp, dựng bằng lá dừa nước là kiểu nhà đặc trưng phổ biến của riêng Tây Nam Bộ, không có ở bất kỳ vùng nào khác” (Trần Ngọc Thêm, 2014: 653). Về văn hóa đi lại hay văn hóa giao thông thì nơi đây là xứ sở giao thông đường thủy: sông, kênh, rạch được xem là đường, nhà nào cũng có ghe, xuồng và ghe xuồng là phương tiện di chuyển, vận tải chính. Từ điều kiện tự nhiên, Tây Nam Bộ đã hình thành nhiều chợ nổi như chợ nổi Cái Răng (Cần Thơ), Cái Bè (Tiền Giang), Phụng Hiệp (Hậu Giang), Long Xuyên (An Giang)... Chợ nổi là sản phẩm văn hóa kinh doanh độc đáo, một nét văn hóa riêng ở Tây Nam Bộ và thật sự thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước.

Sản phẩm du lịch miệt vườn

Về tài nguyên tự nhiên. Miệt vườn được tạo nên bởi vùng đất “phù sa ngọt”⁽³⁾ nằm ở trung tâm của khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Theo quan niệm phân vùng dân gian, về cơ bản vùng phù sa ngọt tương ứng với “miệt vườn” và “miệt cù lao” (Trần Ngọc Thêm, 2014: 110). Vùng phù sa ngọt chạy dài từ thị xã Tân An (Long An) đến Long Mỹ (Hậu Giang), phía bắc giáp vùng trũng Đồng Tháp Mười, phía tây là vùng trũng Hà Tiên. Đây là

vùng đất tương đối bằng phẳng được bồi đắp bởi sông Cửu Long và các chi lưu, thế đất thường cao ráo, trù phú, nước ngọt quanh năm (Nguyễn Hữu Hiếu, 2010: 61). Cư dân ở đây đã tận dụng được lợi thế về địa hình, khí hậu, đặc biệt là nước ngọt quanh năm, để tạo cho vùng đất này một “miệt vườn” trù phú với nhiều loại cây trái. Nhà văn Sơn Nam cho rằng: “Miệt vườn, gọi tổng quát những vùng cao ráo, có vườn cam vườn quýt ở ven sông Tiền, sông Hậu” (Sơn Nam, 2005: 242). Từ vùng đất “phù sa ngọt” nơi đây đã hình thành các khu du lịch miệt vườn hấp dẫn. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có các điểm/khu du lịch như: “điểm sinh thái Mai Vàng, nằm bên bờ sông Cổ Chiên,... với hệ sinh thái nông nghiệp vườn cây ăn trái bốn mùa và những vườn hoa kiểng. Khu sinh thái trang trại Vinh Sang nằm ở đầu Cù lao An Bình... Cảnh quan nơi này giống như một khu vườn tự nhiên rộng lớn, có hệ thống kênh rạch liên thông nhau, cùng vườn trái cây với nhiều loại cây ăn trái, khu vực nuôi cá sấu, đà điểu... tạo nên không gian kỳ thú, hấp dẫn. Điểm sinh thái Sáu Giáo thuộc ấp Bình Thuận, xã Hòa Ninh, huyện Long Hồ là một trong những điểm sinh thái tiêu biểu, có sức hấp dẫn cao từ các vườn cây cảnh với hàng trăm loại như mai vàng, mai chiếu thủy, lài, hoa lan...; lại được bao quanh bởi những vườn cây ăn trái như nhãn, bưởi, chôm chôm và các khu nuôi, bảo tồn động vật quý hiếm: trăn, rắn, rùa...” (Phạm Xuân Hậu, 2018: 14).

Về tài nguyên văn hóa. Văn minh miệt vườn thể hiện qua “nếp sống vật chất như ăn, mặc, ở, cách thức sanh nhai” (Sơn Nam, 2005: 233) tạo cho vùng này những nét văn hóa đặc sắc. Cư dân nơi đây cũng như người dân Tây Nam Bộ nói chung, thân thiện, cởi mở, chan hòa, dễ thích nghi và đặc biệt hiếu khách đã tạo nên nét văn hóa riêng hấp dẫn đối với du khách. Từ đầu thế kỷ XIX, Trịnh Hoài Đức đã viết về lòng hiếu khách của cư dân Nam Bộ như sau: “Ở Gia Định có người khách đến nhà, đầu tiên gia chủ dâng trà cau, sau dâng tiếp cơm bánh tiếp đãi trọng hậu, không kể người thân sơ quen lạ tông tích ở đâu, ắt đều thân nạp khoản đãi; cho nên người đi chơi không cần đem tiền gạo theo...” (Trịnh Hoài Đức, 1972: 11). Về tính cách thì “Người Tây Nam Bộ hiếu khách một cách tự nhiên, bình dị; hiếu khách như một bản chất, một nhu cầu. Họ tiếp khách rất thân tình, coi khách như người nhà, không hề khách sáo làm màu... Những ai đã một lần được làm khách ở một gia đình Tây Nam Bộ thường khó quên được cảm giác nồng hậu, chân tình và hiếu khách của người dân vùng này” (Trần Ngọc Thêm, 2014: 697). Đồng thời, miệt vườn cũng chính là nơi còn lưu giữ được những giá trị văn hóa đặc trưng của miền Tây Nam Bộ từ tín ngưỡng, tôn giáo đến sinh hoạt văn nghệ dân gian mà nổi bật là nghệ thuật đờn ca tài tử. Có thể nói “Miệt vườn tiêu biểu cho hình thức sanh hoạt vật chất và tinh thần cao nhất ở Đồng bằng sông Cửu Long” (Sơn Nam, 2005: 242).

Hiện nay, phát triển yếu tố văn minh miệt vườn được thể hiện rõ nét nhất ở các tỉnh Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Cần Thơ... Đặc biệt là ở tỉnh Vĩnh Long - tỉnh tiêu biểu cho văn minh miệt vườn, ngành du lịch đã phát huy thế mạnh kể trên để tạo nên các loại hình du lịch nhân văn, du lịch cộng đồng, du lịch homestay,... Chính con người “miệt vườn” đã tạo ra “Các hệ sinh thái, cảnh quan nhân tạo gắn với truyền thống của cộng đồng dân tộc trong tỉnh tạo nên những điểm du lịch hấp dẫn” (Phạm Xuân Hậu, 2018: 12). Những năm gần đây, hàng năm các tỉnh Tây Nam Bộ đều phối hợp với TPHCM để tổ chức “Lễ hội trái cây Nam Bộ”. Lễ hội quảng bá về sự phong phú của các loại trái cây Việt Nam và xúc tiến du lịch nói chung cũng như du lịch miệt vườn nói riêng⁽⁴⁾.

Sản phẩm du lịch biển đảo

Về tài nguyên tự nhiên. Vùng biển đảo Tây Nam Bộ nằm trên địa bàn 12 tỉnh và 1 thành phố trực thuộc Trung ương, gồm: Tiền Giang, Bến Tre, Trà Vinh, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau và Kiên Giang với tổng chiều dài 744km, chiếm 22,82% đường bờ biển Việt Nam⁽⁵⁾. Nơi đây có khí hậu, nhiệt độ và thủy văn khá ổn định, thích hợp cho phát triển hoạt động du lịch biển đảo. Tài nguyên tự nhiên ở vùng duyên hải Tây Nam Bộ rất phong phú, đa dạng và có giá trị trong việc bảo tồn sự đa dạng sinh học đồng thời là lợi thế để phát triển du lịch biển đảo. Thể hiện rõ nét nhất là hệ thống các khu dự trữ sinh quyển. Tính đến nay,

toàn vùng Tây Nam Bộ được UNESCO công nhận 2 khu dự trữ sinh quyển thế giới thì cả 2 đều nằm ở vùng ven biển, đó là Khu Dự trữ sinh quyển ven biển và biển đảo Kiên Giang (2006) và Khu Dự trữ sinh quyển Mũi Cà Mau (2009). Bên cạnh các khu dự trữ sinh quyển, Tây Nam Bộ còn có 5 vườn quốc gia, trong đó có đến 2 vườn quốc gia gần biển là Vườn Quốc gia U Minh Hạ và Vườn Quốc gia U Minh Thượng, 1 vườn quốc gia ven biển là Vườn Quốc gia Mũi Cà Mau, và 1 vườn quốc gia trên hải đảo là Vườn Quốc gia Phú Quốc. Ngoài ra, miền duyên hải Tây Nam Bộ còn có nhiều cảnh quan đẹp, đa dạng. Bãi biển được xem là một trong những thành tố quan trọng bậc nhất cấu thành hệ thống sản phẩm du lịch tự nhiên vùng biển đảo nơi đây. Các bãi tắm đẹp ở Tây Nam Bộ được khai thác phát triển du lịch chủ yếu tập trung ở tỉnh Kiên Giang như: Bãi Nam Du, Bãi Bình An, Bãi Mũi Nai, Bãi mũi Gành Dầu, Bãi Dài, Bãi Ông Lang, Bãi Trường, Bãi Khem, Bãi Sao, Bãi Thơm... Tài nguyên trong lòng biển vùng Tây Nam Bộ cũng rất phong phú, phù hợp để đưa vào phục vụ khách tham quan, như: nhóm động vật biển, bao gồm những động vật quý hiếm cần được bảo vệ, chẳng hạn như bò biển (dugong), rùa biển hay các giống loài thủy sản có giá trị kinh tế; nhóm thực vật biển, chủ yếu là hệ sinh thái ở các thảm cỏ biển, hệ san hô, rừng ngập mặn...

Về tài nguyên văn hóa thể hiện qua các giá trị văn hóa về tín ngưỡng; các

loại hình nghệ thuật; tri thức dân gian; ngư cụ, cách sử dụng ngư cụ và phương pháp đánh bắt; các làng nghề thủ công như nghề đóng tàu thuyền, làm thuyền thúng, nghề làm nước mắm; văn hóa ẩm thực vùng biển; các di tích lịch sử văn hóa... Về mặt tín ngưỡng ở vùng biển Tây Nam Bộ thể hiện dòng chảy văn hóa biển từ miền Trung và sự giao lưu, tiếp biến văn hóa của cộng đồng người Việt - Chăm - Hoa - Khmer. Gần đây có tác giả đã đưa ra nhận định: “Có lẽ chưa có nơi nào lại có một hệ thống nữ thần biển phong phú và đầy phức tạp như vùng biển Nam Bộ” (Phan Thị Yến Tuyết 2014: 375). Các nữ thần được thờ phổ biến ở vùng biển này trong tín ngưỡng thờ Bà-Cậu, thờ Phật Bà Nam Hải, thờ Thiên Hậu Thánh Mẫu, thờ Tứ Vị Thánh Nương Đại Càn Quốc Gia Nam Hải hay Đại Càn Nương Vương. Ở Tây Nam Bộ, tín ngưỡng thần biển thể hiện mối quan hệ văn hóa Việt - Chăm, Việt - Hoa; qua Lễ hội Cầu an và Cúng phước biển phản ánh mối quan hệ văn hóa Việt - Khmer. Nhìn chung việc thờ tự, tín ngưỡng các vị thần biển của người dân Tây Nam Bộ là hình ảnh hội tụ phẩm chất tốt đẹp của những người tiên phong khai hoang mở đất với ý thức tri ân, uống nước nhớ nguồn và niềm tin cầu an gắn với nghề nghiệp và địa bàn sinh sống, đặc biệt là cư dân nghề biển. Bên cạnh đó, tín ngưỡng thờ cá Voi hay cá Ông⁽⁶⁾ có thể được xem là một trong những tín ngưỡng độc đáo thể hiện dòng chảy văn hóa biển từ Trung Bộ vào Nam Bộ... Các loại hình

nghệ thuật như nghệ thuật ngôn từ, nghệ thuật diễn xướng, nghệ thuật tạo hình cũng mang nhiều hình ảnh và tâm thức biển đảo thể hiện trong các thể loại ca dao, hò vè, câu đối, truyền thuyết, dân ca, hát đối, cải lương,... Tri thức dân gian của ngư dân vùng biển nơi đây cũng rất đa dạng và phong phú, được tích lũy qua quá trình bám biển và khai thác biển. Chẳng hạn như kinh nghiệm nhìn trời, nhìn chớp, nhìn mây, nhìn trăng, nhìn gió, nhìn nước biển, nhìn sóng biển, nhìn cá biển, nhìn chim... để đoán thời tiết hay kinh nghiệm chữa bệnh ở vùng biển đảo đều mang những nét văn hóa rất độc đáo.

Ngoài ra, không thể không lưu ý đến nhóm cổ vật có giá trị văn hóa - lịch sử, được phát hiện trong lòng biển qua công tác khảo cổ hay do ngư dân phát hiện tình cờ ở vùng biển Tây Nam Bộ.

4. KẾT NỐI VÀ XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ SÔNG NƯỚC - MIỆT VƯỜN - BIỂN ĐẢO

4.1. Những lợi thế và bất cập

Quyết định phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” của Thủ tướng Chính phủ xác định: “Phát triển sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch của vùng” và “phát huy thế mạnh, tăng cường liên kết giữa các vùng, miền, địa phương hướng tới hình thành sản phẩm du lịch đặc trưng theo các vùng du lịch”⁽⁷⁾. Quyết định cũng nêu rõ Tây Nam Bộ cần phát huy

các thế mạnh của vùng để phát triển du lịch, trong đó có thế mạnh về tài nguyên du lịch sông nước, miệt vườn và biển đảo. Thực hiện chủ trương của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thể hiện rõ mục tiêu phát triển du lịch qua Quyết định phê duyệt “Đề án phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020”. Đó là “Phát triển du lịch dựa trên thế mạnh của từng khu vực, từng địa bàn trong vùng, tạo sản phẩm đặc thù, độc đáo, tạo điểm đến đặc trưng khu vực, mở ra khả năng kết nối sản phẩm nội vùng, liên vùng và liên quốc gia”⁽⁸⁾. Tuy nhiên, việc phát triển du lịch trên cơ sở phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù vùng Tây Nam Bộ cho đến gần đây vẫn còn nhiều hạn chế. Tổng cục Du lịch Việt Nam đã nhận định: “Thực tế phát triển sản phẩm du lịch tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long đang có nhiều bất cập bởi sự trùng lặp trong các tour, tuyến du lịch; tình trạng kém hấp dẫn và không rõ tính đặc thù của các sản phẩm du lịch của vùng, các địa phương khai thác các giá trị tương đồng mà chưa nhìn nhận được các giá trị đặc thù, khác biệt của từng địa phương, giá trị và tính hấp dẫn trong sự tương quan trong vùng và trong cả nước” (Tổng cục Du lịch Việt Nam 2015: 1). Thực tế này cho thấy vùng Tây Nam Bộ đang rất cần xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cho vùng. Chính vì vậy, việc kết nối sản phẩm du lịch sông nước - miệt vườn - biển đảo sẽ tạo nên tính đặc thù và phát huy hiệu quả lợi thế về tài nguyên du lịch của Tây Nam Bộ.

Hiện nay, ngành du lịch cũng đã khai thác phần nào thế mạnh tài nguyên du lịch sông nước, miệt vườn, biển đảo một cách riêng biệt hoặc kết hợp phát triển cả hai yếu tố sông nước - miệt vườn. Tuy nhiên, để tạo một sản phẩm du lịch đặc trưng mà ở đó có sự kết hợp giữa ba yếu tố theo mô hình sông nước - miệt vườn - biển đảo vẫn chưa được thể hiện rõ nét. Dựa vào hệ thống tài nguyên, đặc điểm không gian du lịch ở miền Tây Nam Bộ, chúng ta có thể phát triển sản phẩm du lịch đặc thù theo hai hướng: du lịch sông nước - miệt vườn - biển ven bờ (miền duyên hải, cửa sông, bãi biển) và du lịch sông nước - miệt vườn - biển xa bờ (đảo). Tùy thuộc vào từng địa phương với lợi thế về tài nguyên du lịch của mình và trên

cơ sở tìm hiểu nhu cầu, sở thích của du khách mà chọn hướng phát triển phù hợp. Tất nhiên, để phát triển mô hình du lịch đặc thù sông nước - miệt vườn - biển đảo một cách khả thi, thì ngoài các lợi thế về tài nguyên du lịch, chủ trương, chính sách, còn cần phải đầu tư về cơ sở hạ tầng, hệ thống giao thông, cơ sở vật chất kỹ thuật (nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi giải trí...) theo hướng đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ du khách.

4.2. Kết nối, xây dựng chương trình tour, tuyến khai thác sản phẩm du lịch sông nước - miệt vườn - biển đảo

Những chương trình tour, tuyến du lịch đang khai thác sản phẩm du

Bảng 1. Các tuyến du lịch đang khai thác sản phẩm du lịch sông nước - miệt vườn - biển đảo

Hà Nội - Cần Thơ - Côn Đảo/Phú Quốc (4 ngày 3 đêm)	Cần Thơ - Sóc Trăng - Côn Đảo (3 ngày 2 đêm)	TPHCM - quần đảo Bà Lụa - rừng tràm Trà Sư (2 ngày 1 đêm)	TPHCM - Cần Thơ - Rạch Giá - Hà Tiên - Phú Quốc (5 ngày 4 đêm)
Tại Cần Thơ: tham quan chợ nổi Cái Răng vào sáng sớm, dùng các món ăn Nam Bộ trên Bến Ninh Kiều. Tại Phú Quốc: tắm biển tại Bãi Sao, Bãi Khem, Bãi Trường; tham quan đình thần Nguyễn Trung Trực, Nhà tù Phú Quốc, Bảo tàng Cội Nguồn, vườn tiêu, cơ sở chế biến nước mắm, rượu sim, trại nuôi chó Phú Quốc, làng chài Hàm Ninh, cơ sở nuôi cấy ngọc trai...	(kết hợp đường hàng không và đường thủy) Tham quan các ngôi chùa Khmer ở Sóc Trăng. Tại Côn Đảo: tham quan bảo tàng, nhà tù Côn Đảo, miếu Bà Phi Yến, nghĩa trang Hàng Dương.	(hoặc TPHCM - quần đảo Nam Du - Châu Đốc hoặc TPHCM - Hà Tiên - Châu Đốc) Tại Châu Đốc: tham quan miếu Bà Chúa Xứ, lăng Thoại Ngọc Hầu, chùa Tây An. Tại rừng tràm Trà Sư, chiêm ngưỡng cảnh quan vùng nước nổi với các thực vật đặc thù.	(đường bộ: TPHCM - Cần Thơ - Rạch Giá, đường thủy: Hà Tiên đi Phú Quốc, và đường hàng không: Phú Quốc về TPHCM) Tại Hà Tiên: tham quan Thạch Động, Mũi Nai, khu lăng thờ dòng họ Mạc Cửu, chùa Phù Dung.

Nguồn: Tác giả tổng hợp thông tin từ các công ty du lịch.

lịch sông nước - miệt vườn - biển đảo

Cho đến nay, trong điều kiện hệ thống giao thông thủy, bộ, hàng không đã và đang được cải thiện, nhiều công ty du lịch được thành lập, sản phẩm du lịch sông nước - miệt vườn - biển đảo cũng từng bước được đưa vào khai thác. Các đô thị lớn như Hà Nội, TPHCM vốn là các trung tâm du lịch lớn của cả nước, trở thành điểm xuất phát hoặc trạm trung chuyển cho các tour du lịch sông nước - miệt vườn - biển đảo vùng Tây Nam Bộ. Đơn cử một số tour du lịch như (Bảng 1):

Tour Hà Nội - Cần Thơ/TPHCM - Côn Đảo hoặc Hà Nội - Cần Thơ/TPHCM - Phú Quốc (Công ty Saigontourist, Công ty Du lịch Đất Việt, Công ty Treviettours).

Tour Cần Thơ - Sóc Trăng - Côn Đảo (Công ty Du lịch Vietravel), di chuyển bằng tàu cao tốc hoặc tour Hà Nội - Cần Thơ - Côn Đảo (Công ty Du lịch Hanotours) kết hợp đường hàng không và đường thủy có qua Sóc Trăng...

Tour TPHCM - quần đảo Bà Lụa - rừng trà Trà Sư (Công ty Du lịch Dế Mèn, Công ty Du lịch Chợ Lớn) hoặc TPHCM - quần đảo Nam Du - Châu Đốc hoặc TPHCM - Hà Tiên - Châu Đốc...

Tour TPHCM - Cần Thơ - Rạch Giá - Hà Tiên - Phú Quốc kết hợp đường bộ (TPHCM - Cần Thơ - Rạch Giá), đường thủy (từ Hà Tiên đi Phú Quốc) và đường hàng không (chuyến về từ Phú Quốc về TPHCM) (Công ty Du lịch Chợ Lớn)...

Hiện các công ty du lịch ở TPHCM và các tỉnh Kiên Giang, An Giang, thành phố Cần Thơ đang có các tour qua các điểm Hà Tiên - Phnôm Pênh - Siêm Riệp - Bangkok - Pattaya - Sihanouk Ville - Hà Tiên hoặc tour TPHCM - Châu Đốc - Siêm Riệp - Phnôm Pênh - TPHCM hoặc tour TPHCM - Phnôm Pênh - Siêm Riệp - Bangkok - Pattaya - TPHCM...

Các công ty du lịch lữ hành đã có thể hoàn toàn chủ động thiết kế nhiều tour liên kết sông nước - miệt vườn - biển đảo với nhiều điểm tham quan khác nhau theo yêu cầu của du khách trong bối cảnh điều kiện giao thông đã được cải thiện và hệ thống điện nước sinh hoạt được đưa đến nhiều vùng nông thôn và biển đảo⁽⁹⁾ như hiện nay. Ví dụ tour Tiền Giang - Rạch Giá - quần đảo Nam Du (Công ty Du lịch Văn hóa Việt), tại Tiền Giang du khách đi thuyền trên sông Tiền thăm các Cù lao Long, Lân (cù lao Thới Sơn - điểm tham quan chính là vườn cây, cơ sở nuôi ong, lò làm kẹo dừa), Cù lao Qui, Phụng (tham quan cơ sở kiến trúc Đạo Dừa); tại Rạch Giá du khách tự khám phá khu lán biển, đình thần Nguyễn Trung Trực, tàu Espérance (mô hình, trên sông trước cổng đình); tại quần đảo Nam Du, du khách sẽ tham quan 3 đảo lớn nhất là Hòn Lớn, Hòn Mấu và Hòn Dầu (trong 21 đảo của quần đảo Nam Du). Hoặc tour Tiền Giang - biển/Cù lao Thạnh Phú (Cồn Bưng - Bến Tre), tại Cù lao Thạnh Phú, du khách có thể tham quan lăng Ông Nam Hải, Khu Di tích

lịch sử đường Hồ Chí Minh trên biển, rừng ngập mặn Thạnh Phú, tham quan nhà cổ Huỳnh Phủ ở xã Đại Điền, thăm làng nghề truyền thống (nghề chằm nón ở xã Mỹ Hưng, nghề bó chổi bằng cọ dừa ở Mỹ An, nghề làm lu ở Hòa Lợi),... Hoặc du học sinh nước ngoài học ngành Việt Nam học thường xây dựng tour du lịch homestay TPHCM - Tiền Giang - Vĩnh Long, trọng tâm là trải nghiệm và tìm hiểu nếp sinh hoạt của cư dân sông nước và cư dân miệt vườn (thăm chợ nổi Cái Bè, tát mương bắt cá, thăm làng nghề làm bánh tráng, làm kẹo dừa...). Khoảng 10 năm gần đây, ngoài các tour du lịch đến Phú Quốc đã sớm phát triển, các tour du lịch đến huyện đảo Kiên Hải⁽¹⁰⁾, quần đảo Bà Lụa (huyện Kiên Lương) ngày càng thu hút du khách do cảnh quan còn hoang sơ. Sự phát triển của du lịch biển đảo đồng thời là cơ sở để phát triển mạnh mẽ hơn nữa sản phẩm du lịch đặc thù sông nước - miệt vườn - biển đảo của Tây Nam Bộ.

Một số gợi ý về việc kết nối xây dựng chương trình tour, tuyến khai thác sản phẩm du lịch đặc thù sông nước-miệt vườn - biển đảo và liên kết vùng

Để phát triển du lịch vùng Tây Nam Bộ, mô hình liên kết cảnh quan sông nước - miệt vườn - biển đảo có thể làm phong phú và đa dạng hóa sản phẩm du lịch khai thác tốt nguồn tài nguyên thiên nhiên và nguồn tài nguyên văn hóa của vùng.

(1) Các tour du lịch liên kết sản phẩm

du lịch đặc thù sông nước - miệt vườn - biển đảo cũng đồng thời là liên kết các tỉnh vùng Tây Nam Bộ, cơ bản tập trung vào tam giác Cần Thơ - An Giang - Kiên Giang. Hoạt động du lịch vùng Tây Nam Bộ cũng như nhiều nơi khác ở Việt Nam thường tập trung vào dịp hè và tết Nguyên đán. Vào các thời điểm này, các công ty du lịch có thể mở ra các tuyến du lịch mới, phong phú có tính liên kết vùng ở các cụm du lịch như: thành phố Cần Thơ - An Giang - Kiên Giang - Hậu Giang; cụm du lịch bán đảo Cà Mau, gồm Cà Mau - Bạc Liêu - Sóc Trăng; cụm duyên hải phía Đông gồm các tỉnh Tiền Giang - Bến Tre - Vĩnh Long - Trà Vinh và cụm Đồng Tháp Mười gồm Long An - Tiền Giang - Đồng Tháp.

(2) Trong hướng liên kết khu vực, mang tính chất liên kết sông nước - miệt vườn - biển đảo, các tỉnh Tây Nam Bộ nên đẩy mạnh thực hiện các tour du lịch qua các nước Campuchia và Thái Lan⁽¹¹⁾. Hiện nay, số tour du lịch liên vùng, liên quốc gia đã có nhưng còn ít và chủ yếu bằng đường bộ, các công ty du lịch và ngành du lịch các tỉnh Tây Nam Bộ có thể nghĩ đến việc tăng cường liên kết với nhiều công ty du lịch của các nước trong khu vực Đông Nam Á và mở rộng các tour bằng đường thủy và đường hàng không.

(3) Sự kết nối sản phẩm du lịch đặc thù sông nước - miệt vườn - biển đảo giúp cho du khách có cơ hội chiêm ngưỡng những cảnh quan thiên nhiên

khác nhau của vùng hạ lưu sông Cửu Long và trải nghiệm quá trình thích nghi của cư dân Việt, Khmer, Hoa, Chăm trên vùng đất này. Có những khác biệt phong phú trong không gian các làng của người Việt nằm trên các bờ sông, bờ kênh; các phum sóc của người Khmer trên các giong đất cát; các đô thị ven sông với nhiều cửa hàng buôn bán của người Hoa; và các làng Chăm ven sông từ Tân Châu đến Châu Đốc (An Giang). Mỗi tộc người có nét sinh hoạt văn hóa tinh thần riêng. Nếu như lễ hội Nghinh Ông là lễ hội đặc trưng của người Kinh (các nơi tổ chức vào những thời điểm khác nhau) thì lễ hội đua bò vùng Bảy núi (huyện Tịnh Biên và Tri Tôn, tỉnh An Giang) hay đua ghe ngo ở Sóc Trăng, Cần Thơ, Kiên Giang... là những lễ hội đặc trưng của người Khmer thu hút đông đảo người dân trong vùng. Ngoài ra, còn nhiều lễ hội khác của cư dân Tây Nam Bộ như vía Bà chúa Xứ (Châu Đốc) tổ chức vào các ngày 23 - 27/4 âm lịch, lễ hội truyền thống anh hùng dân tộc Nguyễn Trung Trực (Rạch Giá, Kiên Giang) tổ chức vào các ngày 26 - 28/8 âm lịch⁽¹²⁾. Nhìn từ góc độ này, các công ty du lịch và ngành du lịch có thể khai thác tốt các lễ hội không chỉ góp phần quảng bá sản phẩm du lịch vùng Tây Nam Bộ mà còn là cơ hội để giới thiệu nét văn hóa của cư dân nơi đây. Song song với lễ hội, các công ty du lịch có thể tăng cường khai thác và phát huy giá trị các di tích lịch sử - kiến trúc - văn hóa - nghệ thuật (cấp tỉnh, cấp quốc gia) của cư dân trong vùng thông qua

các di tích tiêu biểu: Chùa Tây An (phường Núi Sam, Châu Đốc) được Bộ Văn hóa xếp hạng là Di tích Kiến trúc nghệ thuật cấp quốc gia năm 1980; chùa Xà Tón (Svayton) của người Khmer, tại thị trấn Tri Tôn, tỉnh An Giang, Di tích Kiến trúc nghệ thuật cấp quốc gia năm 1986; thánh đường Hồi giáo Mubarak của người Chăm, tại xã Châu Phong, thị xã Tân Châu, Châu Đốc, được công nhận là Di tích Lịch sử văn hóa cấp quốc gia năm 1989; di tích thắng cảnh Chùa Hang (huyện Kiên Lương, Kiên Giang), được công nhận là Di tích thắng cảnh cấp quốc gia năm 1989; ngoài ra còn có các thắng cảnh như Mũi Cà Mau; Mũi Nai (Hà Tiên, Kiên Giang), quần đảo Bà Lụa (Kiên Lương, Kiên Giang); cảnh quan của vùng nước nổi Tứ giác Long Xuyên, như: rừng tràm Trà Sư, khu nhà bè trên sông Châu Đốc... Các tour du lịch kết nối này có thể giúp du khách tham quan được nhiều hơn các di tích lịch sử - văn hóa ở Tây Nam Bộ.

5. KẾT LUẬN

Với lợi thế là vùng đất châu thổ của dòng Mekong, Tây Nam Bộ được thiên nhiên ưu đãi bởi những lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên sông nước - miệt vườn - biển đảo mà ít nơi nào có được. Hàng trăm năm qua, cư dân Tây Nam Bộ đã hình thành nên một vùng văn hóa đa sắc và đặc trưng của vùng. Quá trình thích nghi với điều kiện tự nhiên tạo ra nét sinh hoạt theo con nước của cư dân, của vùng cây trái miệt vườn và hoạt động đánh

bất của ngư dân. Nét sinh hoạt của cư dân tại mỗi vùng đã tạo nên một bức tranh đa dạng và đặc sắc thu hút du khách đến khám phá, chiêm ngưỡng. Việc kết hợp, xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch đặc thù sông nước - miệt vườn - biển đảo là thật sự cần thiết, phát huy được lợi thế cả về tự nhiên lẫn văn hóa của cư dân, nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch; đồng thời tạo lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh nhiều quốc gia trong khu vực và

trên thế giới ra sức giới thiệu, quảng bá những sản phẩm đặc trưng của đất nước. Sự liên kết vùng và khu vực sẽ phát huy được thế mạnh tổng hợp của khu vực Tây Nam Bộ, tạo nên điểm nhấn đặc trưng của Việt Nam trong các quốc gia có dòng Mekong chảy qua. Việc không ngừng đa dạng hóa sản phẩm du lịch theo mô hình này ở Tây Nam Bộ góp phần đưa ngành du lịch của Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của vùng. □

CHÚ THÍCH

(1) Ở Nam Bộ, chế độ thủy triều là bán nhật triều, mỗi ngày có hai lần nước lớn (nước từ biển chảy vào đất liền) và hai lần nước ròng (nước từ đất liền chảy ra biển).

(2) “Tính sông nước Tây Nam Bộ bắt nguồn từ hai hằng số tự nhiên là “nơi gặp gỡ của những điều kiện tự nhiên thuận tiện” và “nơi gặp gỡ của các tuyến giao thông sông biển quốc tế, đồng thời cũng chịu ảnh hưởng từ hai đặc trưng của tính cách văn hóa Việt Nam là “thiên về âm tính” và “tính ưu hài hòa” (Trần Ngọc Thêm, 2014: 649).

(3) Trần Ngọc Thêm đã chia Tây Nam Bộ làm năm tiểu vùng văn hóa, đó là: tiểu vùng phù sa ngọt, giồng duyên hải, ngập hờ, ngập kín, ngập mặn. Trong đó tiểu vùng phù sa ngọt được xem là trung tâm, giữ vị trí quan trọng nhất, chiếm diện tích lớn nhất (Trần Ngọc Thêm, 2014: 106).

(4) Lần đầu tiên tổ chức “Festival trái cây Việt Nam” vào năm 2010 tại Tiền Giang. Năm 2018, Lễ hội trái cây Nam Bộ lần thứ 14 được tổ chức tại Khu Du lịch Văn hóa Suối Tiên, TPHCM.

(5) Số liệu được tổng hợp từ công trình của Lê Thông. 2006. *Địa lí các tỉnh và thành phố ở Việt Nam*. Hà Nội: Nxb. Giáo dục.

(6) Các lễ Nghinh Ông tiêu biểu của ngư dân Tây Nam Bộ như lễ Nghinh Ông ở Thạnh Hải (huyện Thạnh Phú, tỉnh Bến Tre, tổ chức vào ngày 15-16 tháng 1 âm lịch hàng năm), ở xã đảo Lại Sơn (huyện Kiên Hải, tỉnh Kiên Giang, tổ chức vào ngày 15-16 tháng 10 âm lịch hàng năm)...

(7) Quyết định số 2473/QĐ-TTg, ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, tr. 2.

(8) Quyết định số 803/QĐ-BVHTTDL, ngày 9/3/2010 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt “Đề án phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020”, tr. 1.

(9) Trường hợp xã Lại Sơn (huyện Kiên Hải, tỉnh Kiên Giang) có diện lưới quốc gia vào năm 2017, cũng là năm phát triển du lịch của xã. Năm 2016 chỉ có 17.568 du khách. Năm 2017, xã có 31 nhà nghỉ, đón 61.070 du khách (tăng 3,5 lần). Năm 2018 xã có 35 nhà nghỉ với 330 phòng, đón 73.211 du khách (phỏng vấn Phó Chủ tịch xã Lại Sơn, ngày 21/01/2019).

(10) Huyện đảo Kiên Hải có các tuyến du lịch đi từ Rạch Giá đến xã Hòn Tre (huyện Lý), xã Lại Sơn (hòn Sơn Rái), đến Hòn Lớn xã An Sơn (gồm 11 hòn) và đến Hòn Mấu, Hòn Dầu xã

Nam Du (gồm 10 hòn); huyện đảo Kiên Lương có tuyến từ xã Bình An (huyện Kiên Lương) đi quần đảo Bà Lụa (tập trung tại 3 đảo lớn gần nhau có thể lợi qua lại được, đó là các hòn Đầm Giếng, Đầm Dương và Đầm Đước – gọi tắt là Ba Hòn Đầm),...

⁽¹¹⁾ Du khách Việt Nam được miễn Visa đến quốc gia thuộc khu vực Đông Nam Á là Thái Lan, Singapore, Lào, Campuchia, Philipines, Myanmar, Indonesia, Malaysia, Brunei.

⁽¹²⁾ Năm 1988, Bộ Văn hóa - Thông tin công nhận mộ và đền thờ Nguyễn Trung Trực tại thành phố Rạch Giá là Di tích Lịch sử - văn hóa cấp quốc gia và lễ cúng anh hùng dân tộc Nguyễn Trung Trực được tổ chức ở nhiều tỉnh, riêng tỉnh Kiên Giang lễ cúng được tổ chức tại hầu hết những nơi có đền thờ Nguyễn Trung Trực, nên có thể xem đây là lễ hội có tính khu vực của Tây Nam Bộ.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Châu Hồng Thắng. 2018. "Tiềm năng và giải pháp định hướng phát triển du lịch sinh thái Đồng Tháp Mười". *Tạp chí Khoa học – Khoa học xã hội và nhân văn* (Trường Đại học Sư phạm TPHCM), số 5 (2018), tr. 160-171.
2. Lê Thông. 2006. *Địa lí các tỉnh và thành phố ở Việt Nam*. Hà Nội: Nxb. Giáo dục.
3. *Luật Du lịch Việt Nam 2017*, ban hành ngày 19/6/2017.
4. Nguyễn Hữu Hiếu. 2010. *Diễn trình văn hóa Đồng bằng sông Cửu Long*. Hà Nội: Nxb. Thời Đại.
5. Phan Thị Yến Tuyết. 2014. *Đời sống xã hội - kinh tế - văn hóa của ngư dân và cư dân vùng biển Nam Bộ*. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia.
6. Phạm Xuân Hậu. 2018. "Đánh giá các điểm tài nguyên du lịch tỉnh Vĩnh Long và những định hướng khai thác". *Tạp chí Khoa học – Khoa học xã hội và nhân văn* (Trường Đại học Sư phạm TPHCM), số 5 (2018), tr. 12-23.
7. Smith, Stephen L.J. 1994. "The Tourism product". *Annals of Tourism Research*, vol. 21, No. 3, pp. 582-595.
8. Sơn Nam. 2005. *Đồng bằng sông Cửu Long - Nét sinh hoạt xưa và văn minh miệt vườn*. TPHCM: Nxb. Trẻ.
9. Tổng cục Du lịch Việt Nam. 2015. *Đề án phát triển du lịch đặc thù vùng Đồng bằng sông Cửu Long*.
10. Trần Ngọc Thêm (chủ biên). 2014. *Văn hóa người Việt vùng Tây Nam Bộ*. TPHCM: Nxb. Văn hóa - Văn nghệ.
11. Trần Nhoãn. 2005. *Tổng quan du lịch*. Hà Nội: Nxb. Văn hóa.
12. Trần Văn Thông. 2003. *Tổng quan du lịch*. Hà Nội: Nxb. Giáo dục.
13. Trịnh Hoài Đức. *Gia Định thành thông chí*, Tập hạ, bản dịch của Tu Trai Nguyễn Tạo. Sài Gòn: Nha Văn hóa, Phủ Quốc vụ khanh đặc trách văn hóa xuất bản 1972.
14. Viện Ngôn ngữ. 2006. *Từ điển tiếng Việt*. Hà Nội: Nxb. Khoa học Xã hội.