

Chính sách của Nhà nước và thực trạng khai thác tài nguyên sông nước trong việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Trần Thanh Toàn, Võ Thị Thùy Dương

Trường Đại học Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh

Email: toant6108@gmail.com

Tóm tắt

Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm với khả năng tạo ra sự phân biệt giữa địa phương này với địa phương khác, điểm đến này với điểm đến khác. Nó có vai trò rất quan trọng trong việc định hướng phát triển du lịch và thu hút thị trường cũng như xây dựng thương hiệu du lịch cho địa phương. Do đó, Nhà nước ta đã có những chính sách cụ thể nhằm định hướng chiến lược xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù để tạo điểm đến cho thương hiệu du lịch tại các địa phương. Vùng Đồng bằng sông Cửu Long với những thế mạnh đặc trưng của vùng như: tài nguyên sông nước, sản vật phong phú,... đã gặt hái bội thu được những thành quả trong việc phát triển du lịch đặc thù của vùng. Trong đó, tài nguyên môi trường nước được người dân tận dụng và khai thác, biểu đạt điển hình là hoạt động chợ nổi và mùa nước nổi của người dân địa phương. Trong tham luận này, nhóm tác giả sẽ nghiên cứu các chính sách Nhà nước về xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù và thực trạng khai thác chợ nổi, mùa nước nổi của người dân vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong công tác phát triển du lịch nói chung và các sản phẩm du lịch tạo ra sự phân biệt giữa nói riêng.

Nhận 06/05/2025

Được duyệt 29/08/2025

Công bố 30/09/2025

Từ khóa

Chính sách, Đồng bằng sông Cửu Long, sản phẩm du lịch đặc thù, tài nguyên sông nước.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Đặt vấn đề

Trong cơ chế thị trường, cạnh tranh là động lực phát triển. Michel Porter khẳng định: “Cạnh tranh là khác biệt và chất lượng, trong đó khác biệt là quyết định” [1]. Du lịch chịu tác động mạnh mẽ từ cạnh tranh, đòi hỏi đổi mới sản phẩm, nâng cao dịch vụ, đa dạng loại hình và cải thiện hạ tầng. Trong đó, sản phẩm du lịch đặc thù là “vũ khí” quan trọng, bởi yếu tố khác biệt quyết định lựa chọn của du khách, thậm chí có thể định giá cao hơn. Có nhiều quan điểm khác nhau về sản phẩm du lịch đặc thù, nhóm tác giả chọn quan điểm của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2015) để làm cơ sở lý luận chính cho bài viết: “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” [2].

Việt Nam phấn đấu để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó, việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù là một chiến lược quan trọng. Vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) với lợi thế về nguồn lực sông ngòi đặc trưng như chợ nổi, mùa nước nổi,... có

tiềm năng lớn để hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng. Việc khai thác hiệu quả các đặc trưng tự nhiên và văn hóa của vùng này không chỉ góp phần tạo dựng thương hiệu du lịch, mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch quốc gia trong khu vực và trên thế giới.

Nhận thấy được sự quan trọng của việc phát triển các sản phẩm du lịch chuyên biệt, Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách để tăng cường phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng của Việt Nam, của địa phương và mỗi điểm đến. Tiếp cận từ góc độ lịch sử văn hóa và quan điểm lịch đại, nhóm tác giả đề cập một số chủ trương, chính sách tiêu biểu của Nhà nước trong những năm gần đây đối với công tác phát triển các sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng, đặc thù. Đồng thời, nhóm tác giả sẽ phân tích, làm rõ thực trạng khai thác tài nguyên sông nước, cụ thể thông qua biểu đạt của chợ nổi và mùa nước nổi trong việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL.

2. Chính sách của Nhà nước

Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách thể hiện những định hướng, chủ trương phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó có phát triển các sản

phẩm du lịch mang tính đặc thù trong nhiều văn bản khác nhau, điển hình:

1. Năm 2015, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ra “Quyết định về việc phê duyệt Đề án “Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL” [2]. Mục tiêu của Quyết định về việc phát triển hệ thống sản phẩm đặc thù của vùng:

1.1. Phát triển hệ thống sản phẩm đặc thù vùng ĐBSCL theo hướng cấp quốc gia: tham quan trải nghiệm cộng đồng gắn với những giá trị cảnh quan sông nước và văn hóa bản địa.

1.2. Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL ở cấp vùng như du lịch nghỉ dưỡng, du lịch tham quan, du lịch trải nghiệm cảnh quan.

2. Năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành “Quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”. Quyết định nhấn mạnh: chú trọng khai thác và phát huy một cách phù hợp các giá trị văn hóa trong quá trình phát triển sản phẩm du lịch văn hóa để đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững [3].

3. Cũng trong năm 2016, Quyết định được Thủ tướng Chính phủ ban hành số 2227/QĐ-TTg ngày 18 tháng 11 năm 2016. Trong đó, Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh: cần ưu tiên phát triển các loại hình du lịch đặc thù như du lịch sông nước, miệt vườn gắn với khám phá văn hóa bản địa, ẩm thực và trải nghiệm cuộc sống người dân địa phương. Đồng thời, Quyết định cũng nhấn mạnh giải pháp thực hiện là cần hình thành các chuỗi giá trị du lịch liên kết vùng nhằm nâng cao hiệu quả khai thác không gian sông nước và tạo sức cạnh tranh bền vững cho du lịch ĐBSCL [4].

4. Tiếp đến năm 2017, Chính phủ phê duyệt “Nghị quyết về phát triển bền vững Đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu” [5]. Trong Nghị quyết, Chính phủ đã xác định nhiều luận điểm về phát triển bền vững, có thể kể đến như:

4.1. Phát triển dịch vụ - du lịch dựa trên tiềm năng, lợi thế về đặc điểm tự nhiên, sinh thái, văn hóa, con người với hiệu quả kinh tế cao;

4.2. Phát triển các loại hình du lịch miệt vườn, du lịch sông nước, du lịch sinh thái gắn với các khu bảo tồn thiên nhiên.

4.3. Tài nguyên nước là yếu tố cốt lõi, là cơ sở cho việc hoạch định chiến lược, chính sách, quy hoạch phát triển vùng và cần phải được quản lý tổng hợp trên toàn lưu vực. Đây là cơ sở quan trọng để các địa phương đẩy mạnh xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù như du lịch miệt vườn, chợ nổi, du lịch nông nghiệp và trải nghiệm văn hóa cộng đồng;

4.4. Việc phát triển mạnh các mô hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái gắn với bảo tồn đa dạng sinh học và tạo sinh kế bền vững cho người dân. Nội dung trên cho thấy du lịch, nhất là du lịch gắn với tài nguyên thiên nhiên và bản sắc địa phương, được xem là một trụ cột kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của vùng này [5].

5. Đến năm 2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành “Quyết định phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” [6]. Trong văn bản này, Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh:

5.1. Tập trung phát triển sản phẩm du lịch có chất lượng, đa dạng, khác biệt, có giá trị gia tăng cao và tăng trải nghiệm cho khách du lịch;

5.2. Chú trọng phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, gắn với bảo tồn và phát huy giá trị các di sản văn hóa, lịch sử, truyền thống của dân tộc. Đồng thời, tập trung khai thác thế mạnh ẩm thực đa dạng, đặc sắc của các vùng, miền để hình thành sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt, có lợi thế cạnh tranh, góp phần tạo dựng thương hiệu nổi bật của du lịch Việt Nam [6].

6. Năm 2020, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch cho ra đời “Quyết định ban hành chương trình hành động phát triển du lịch giai đoạn 2021 - 2025” [7]. Trong Quyết định này, Bộ nhấn mạnh việc phát triển sản phẩm du lịch bản địa như sau: Mỗi địa phương, mỗi vùng tập trung phát triển sản phẩm du lịch đặc thù phù hợp với lợi thế tài nguyên du lịch, đảm bảo kết nối với hệ thống sản phẩm du lịch của vùng và quốc gia. Đặc biệt, ưu tiên khai thác có hiệu quả các giá trị văn hóa đặc trưng, nổi trội của mỗi địa phương, ưu tiên công tác bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, lịch sử và truyền thống gắn với phát triển du lịch bền vững; chú trọng khai thác thế mạnh ẩm thực đa dạng, đặc sắc của từng địa phương, từng vùng để hình thành sản phẩm du lịch độc đáo và khác biệt, có lợi thế cạnh tranh, góp phần tạo dựng thương hiệu nổi bật của từng địa phương, từng vùng [7].

7. Năm 2023, Chính phủ ban hành “Nghị quyết về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững” [8]. Trong Nghị quyết này, Chính phủ chỉ ra hạn chế trong việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù:

7.1. Các sản phẩm du lịch thiếu sự đa dạng, chưa phát huy được các giá trị tài nguyên văn hóa, thiên nhiên đặc sắc, thiếu sản phẩm du lịch mang thương hiệu của quốc gia, bản sắc của từng vùng và từng địa phương;

7.2. Thiếu liên kết trong phát triển các sản phẩm du lịch của các địa phương. Huy động nguồn lực, thu hút đầu tư cho phát triển du lịch, đặc biệt là đầu tư vào các khu,

điểm du lịch theo quy hoạch và hệ thống kết cấu hạ tầng kết nối phù hợp với các sản phẩm du lịch đặc thù [8].

8. Đến năm 2024, Thủ tướng Chính phủ ra “Chỉ thị về phát triển du lịch toàn diện, nhanh và bền vững thời gian tới” [9]. Chỉ thị nêu rõ: Việt Nam chưa có nhiều loại hình, sản phẩm du lịch đặc thù mang thương hiệu người Việt; Khuyến khích sản phẩm du lịch được làm mới, tăng sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh; Hình thành sản phẩm, chuỗi sản phẩm du lịch đặc thù của từng địa phương; Hướng dẫn các địa phương phát triển điểm đến đẳng cấp và đa trải nghiệm với các sản phẩm du lịch sáng tạo, đặc thù, có tính liên vùng, liên địa phương để thu hút và giữ chân du khách [9].

Có thể thấy rằng, Nhà nước Việt Nam đã có những chính sách, chủ trương lớn và đúng đắn thông qua các văn bản pháp quy về việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù trong chiến lược phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Những chính sách, chủ trương này là nền tảng vững chắc để du lịch Việt Nam trong từng vùng, từng địa phương làm cơ sở để phát triển các sản phẩm du lịch mang tính chất bản địa.

3. Phân tích tài nguyên môi trường vùng ĐBSCL

Thiên nhiên đã ưu đãi cho vùng ĐBSCL không chỉ đất đai màu mỡ mà còn cả một hệ thống nguồn lực sông ngòi đặc sắc, trở thành nền tảng cho đời sống và văn hóa của cả vùng. Mạng lưới sông ngòi, kênh rạch dày đặc với hai trục sông chính là sông Tiền và sông Hậu cùng hàng trăm nhánh sông lớn nhỏ đã tạo nên một không gian sống đặc biệt, nơi mà nước không chỉ là yếu tố tự nhiên mà còn là linh hồn của cả vùng đất. Hệ sinh thái nước ngọt, nước lợ và mặn đan xen nhau, hình thành nên một vùng sinh thái đa dạng, có khả năng nuôi dưỡng không chỉ thực vật, động vật mà còn cả văn hóa và con người. Môi trường sông nước không chỉ là yếu tố tự nhiên đơn thuần mà còn là nền tảng tạo nên nhiều giá trị văn hóa đặc trưng, hình thành nên một không gian sinh hoạt, lao động và giao lưu văn hóa độc đáo.

Tài nguyên mặt nước nội địa ở đây trước hết được thể hiện qua giá trị kinh tế to lớn. Dòng nước phù sa màu mỡ đã kiến tạo nên những cánh đồng lúa bạt ngàn, những vườn cây trái sum suê và những ao đầm nuôi thủy sản trù phú, tất cả đều phụ thuộc trực tiếp vào chế độ dòng chảy và điều kiện thủy văn đặc trưng của vùng. Chính vì vậy, người dân nơi đây đã hình thành kỹ năng canh tác, nuôi trồng và sinh hoạt thích nghi với thủy triều, với mùa nước nổi và lũ hàng năm đã trở thành nguồn lợi to lớn ở vùng ĐBSCL. Bên cạnh giá trị kinh tế, nguồn lực sông ngòi còn là nền tảng của đời sống xã hội, văn hóa-tinh thần.



Hình 1: Đánh bắt cá linh mùa nước nổi

[Nguồn: <https://dantri.com.vn/xa-hoi/trang-dem-san-san-vat-mua-nuoc-noi-o-mien-tay-20241008015404126.htm>]

Trong môi trường sông nước đặc trưng, cư dân vùng ĐBSCL đã hình thành nên những biểu đạt văn hóa độc đáo gắn liền với đời sống. Người dân không chỉ sống bên sông mà còn sống cùng sông và nhờ sông. Tiêu biểu là chợ nổi – mô hình kinh doanh trên mặt nước, nơi ghe, xuồng trở thành “gian hàng” di động, phản ánh tập quán sinh hoạt, văn hóa giao thương và tinh thần cộng đồng. Các chợ nổi như Cái Răng, Phong Điền (Cần Thơ), Ngã Bảy (Hậu Giang), Long Xuyên (An Giang) vừa mang giá trị kinh tế, vừa là điểm đến du lịch đặc thù.

Bên cạnh đó, mùa nước nổi cũng tạo ở miền Tây cuộc sống tạo nên nên nguồn tài nguyên đặc sắc. Sự xuất hiện dòng chảy của cá linh – biểu tượng “linh hồn” mùa nước nổi cùng nhiều loài thủy sản, thực vật đã tạo ra những món ăn đặc trưng chỉ có theo mùa như mắm cá linh, lẩu mắm, cá linh chiên giòn. Như vậy, tài nguyên thủy vực ĐBSCL không chỉ mang giá trị tự nhiên, mà còn hàm chứa giá trị văn hóa – xã hội, trở thành nền tảng quan trọng để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù mang đậm bản sắc vùng sông nước.

4. Thực trạng về chợ nổi và mùa nước nổi trong phát triển sản phẩm du lịch vùng ĐBSCL

4.1. Thực trạng về chợ nổi trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL

Trong tiến trình phát triển du lịch đặc thù ở Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), chợ nổi từng được xem là biểu tượng văn hóa sông nước giàu tiềm năng. Tuy nhiên, thực trạng hiện nay cho thấy loại hình này đang suy giảm cả về quy mô lẫn giá trị kinh tế – văn hóa. Nhân Hùng (2023) trong tác phẩm “Chợ nổi miền Tây” nhận định chợ nổi “lắm khi ‘nổi’ lên đỉnh điểm, có lúc lại báo động về giai đoạn sắp chết ‘chìm’” (10). Trong bối cảnh toàn cầu hóa và công nghiệp hóa, việc bảo tồn và phát triển chợ nổi đòi hỏi những giải pháp sáng tạo,

vừa giữ vững giá trị truyền thống, vừa thích ứng nhu cầu phát triển hiện đại.

Nguyên nhân chính của sự suy giảm xuất phát từ sự phát triển nhanh chóng của hệ thống giao thông đường bộ như cao tốc Trung Lương – Mỹ Thuận, Quốc lộ 1A, Quốc lộ 91, cầu Cần Thơ, cầu Vàm Cống, cầu Rạch Miễu, cầu Mỹ Thuận. Vận chuyển hàng hóa bằng đường bộ nhanh chóng, an toàn và hiệu quả hơn so với đường thủy, dẫn đến sự suy yếu vai trò trung tâm giao thương của chợ nổi, vốn dĩ gắn với ghe thuyền truyền thống. Lờ kể của người lái đò hơn 42 năm tại chợ nổi Cái Răng cho thấy sự thay đổi rõ rệt: “Ngày đó, cao điểm chợ hoạt động từ tờ mờ sáng đến chiều tối... Bây giờ giao thương bằng đường bộ thuận tiện nên nhiều thương hồ đã lên bờ buôn bán” [11]. Như vậy, hoạt động giao thương đường thủy – yếu tố cốt lõi tạo nên bản sắc chợ nổi – đang thu hẹp đáng kể do tác động của đô thị hóa và hạ tầng đường bộ.

Bên cạnh đó, khai thác du lịch chợ nổi còn thiếu chiều sâu và tính kết nối. Nhiều chương trình tour chỉ dừng lại ở hoạt động “tham quan bằng thuyền”, không gắn kết với các loại hình du lịch đặc thù khác như du lịch sinh thái miệt vườn, cộng đồng hay lễ hội. Thời gian hoạt động chợ nổi chủ yếu vào buổi sáng (5h–9h) cũng hạn chế khả năng liên kết tour, đặc biệt với du khách quốc tế vốn có nhu cầu trải nghiệm dài ngày. Như chia sẻ của bà Nguyễn Thị Kim Chương – người có hơn 30 năm buôn bán trên chợ nổi Cái Răng: “Nếu như trước kia tàu ghe mua bán nông sản tấp nập, thì nay lại thay thế bằng những tàu chở khách du lịch... mỗi ngày ghe của tôi bán cả phê, trà đường, sữa đậu nành cho vài chục du khách, đủ sống qua ngày” [11].



Hình 2: Chợ nổi Cái Răng nhìn từ trên cao

[Nguồn: <https://nucuoimekong.com/tour/tour-cho-noi-cai-rang-can-tho-miet-vuon#main>]

Có thể nói rằng, mặc dù chợ nổi là một sản phẩm du lịch mang giá trị biểu tượng và có tiềm năng trở thành điểm nhấn trong chiến lược phát triển du lịch đặc thù của vùng ĐBSCL, nhưng thực trạng hiện nay cho thấy sự suy giảm đáng lo ngại về chức năng kinh tế-văn hóa lẫn sức hút du lịch. Nếu không có giải pháp đồng bộ nhằm bảo

tồn không gian sống thực của chợ nổi, tái cấu trúc sản phẩm du lịch gắn với trải nghiệm thực tế và liên kết vùng, thì loại hình văn hóa đặc sắc này có nguy cơ chỉ còn tồn tại như một “mô hình biểu diễn” cho khách du lịch, chứ không còn là một thực thể sống động của đời sống người dân miền Tây sông nước.

4.2. Thực trạng về mùa nước nổi trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL

Du lịch mùa nước nổi là loại hình du lịch thể hiện sự thân thiện của con người với thiên nhiên. Khi hoạt động du lịch diễn ra trong mùa nước nổi, tài nguyên tự nhiên của vùng sẽ được sử dụng tối đa, người dân không chỉ làm công việc đánh bắt, nuôi trồng mà còn tham gia phục vụ du lịch. Từ đó, việc này đã tạo cơ hội giải quyết việc làm trong mùa nước nổi và tăng nguồn thu nhập cho người dân.



Hình 3: Du khách khám phá mùa nước nổi, tỉnh An Giang

[Nguồn: <https://baocantho.com.vn/ve-mien-tay-mua-nuoc-noi-a179489.html>]

Trong những năm gần đây, vùng có hệ sinh thái và văn hóa đặc trưng như ĐBSCL đang chứng kiến những biến động ngày càng rõ rệt của mùa nước nổi – một yếu tố then chốt cấu thành nên nhiều sản phẩm du lịch đặc thù của vùng. Theo nhiều nghiên cứu, nguyên nhân chính dẫn đến sự biến đổi này là do tác động tổng hợp của hoạt động kiểm soát dòng chảy tại thượng nguồn sông Mê Kông thông qua các công trình thủy điện và ảnh hưởng ngày càng cực đoan của biến đổi khí hậu. Cơ quan Kiểm toán Nhà nước cho biết, số lượng nước sông Mê Kông từ thượng nguồn về ĐBSCL năm 2020 giảm 157 tỉ mét khối so với năm 2011, còn lượng phù sa bùn cát năm 2020 giảm 14 triệu tấn so với năm 2017, tương ứng mức giảm 37 % [12].

Những thay đổi này đã làm suy giảm nghiêm trọng lượng nước về hạ lưu, rút ngắn thời gian mùa lũ, đồng thời làm giảm sản lượng thủy sản tự nhiên – một nguồn lực gắn bó mật thiết với đời sống dân sinh cũng như các hoạt động du lịch trải nghiệm đặc trưng. Hệ quả là các

sản phẩm du lịch gắn với mùa nước nổi như tham quan rừng tràm ngập nước, trải nghiệm đánh bắt cá đồng, khám phá đời sống cư dân vùng lũ, hay ẩm thực mùa lũ đang dần mất đi điều kiện tồn tại và phát triển. Điều này không chỉ làm giảm sức hấp dẫn du lịch của toàn vùng mà còn ảnh hưởng đến tính bền vững trong chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch đặc thù cho ĐBSCL. Do đó, để bảo vệ và khai thác hiệu quả các sản phẩm du lịch đặc thù gắn với mùa nước nổi, chúng ta cần có các giải pháp đồng bộ về bảo vệ nguồn nước, thích ứng với biến đổi khí hậu, đồng thời lồng ghép hài hòa giữa bảo tồn sinh thái, gìn giữ văn hóa bản địa và phát triển kinh tế du lịch.

Mùa nước nổi ở ĐBSCL thường rơi vào tháng 8 đến tháng 11 hằng năm. Tuy nhiên, trong vài năm gần đây, nước lũ về khá ít và chậm hơn mọi năm. Cụ thể, nguồn nước từ sông Mê Kông đổ về ĐBSCL qua trạm Kratie từ ngày 1/6 đến 24/8 mới chỉ đạt 107 tỷ m³, so trung bình nhiều năm ít hơn đến 27,8 tỷ m³ khiến cho mực nước sông ở mức thấp, ngày 24/8 là 15,7 m, thấp hơn trung bình nhiều năm 2,9 m. Cùng ngày, mực nước tại Biển Hồ đạt 4,7 m, thấp hơn cùng kỳ nhiều năm 2,93 m, dẫn đến tình trạng lượng nước đổ về vùng đầu nguồn sông Cửu Long thấp. Một trong những nguyên nhân là do trước đó lượng mưa trên khu vực hạ Mê Kông ở mức thấp. Nguyên nhân quan trọng là do các đập thủy điện thượng nguồn Mê Kông trước đó đã tích một lượng nước rất lớn. Theo Dự án giám sát hoạt động các đập thủy điện Mê Kông (MDM), tuần trước đó, các đập trên các phụ lưu đã tích trữ lượng nước khổng lồ 3,8 tỷ m³ để lấp đầy các hồ chứa [13].

Theo báo cáo từ Báo Long An, tình trạng nước lũ về thấp và muộn hơn so với những năm trước đang trở thành một thực tế. Điều này dẫn đến sự sụt giảm trong khai thác thủy sản tự nhiên, một nguồn sinh kế quan trọng của người dân địa phương. Một ngư dân tại xã Vĩnh Đại, huyện Tân Hưng, tỉnh Long An, chia sẻ rằng những năm trước có thể thu nhập từ (500.000-700.000) đồng/ngày, thậm chí lên đến hàng triệu đồng. Tuy nhiên, hiện tại, mỗi 2-3 ngày, ông chỉ thu được khoảng (5-7) kg cá, bán được (200.000 - 300.000) đồng. Một người thu mua cá đồng lâu năm tại xã Vĩnh Đại cũng cho biết, vào thời điểm này những năm trước, trung bình mỗi ngày ông thu mua khoảng 1 tấn cá đồng. Năm nay, lượng cá ít hơn đáng kể, từ báo cáo của Báo Long An và một ngư dân, nhóm tác giả thấy rằng sự biến đổi khí hậu và tác động của con người đang làm thay đổi chế độ lũ tự nhiên. Điều này đã dẫn đến suy giảm sản lượng thủy sản tự nhiên ảnh hưởng nghiêm trọng đến sinh kế người dân, đặc biệt

là tác động đến kinh tế, văn hóa và du lịch đặc thù của vùng ĐBSCL [11].

Du lịch mùa nước nổi ở ĐBSCL không tồn tại như một hình thức đơn lẻ mà mang tính tích hợp cao, gắn kết với du lịch sinh thái, văn hóa, cộng đồng, ẩm thực và nghỉ dưỡng. Mùa nước nổi tạo nên cảnh quan đặc sắc, đồng thời giúp du khách tiếp cận sâu sắc đời sống thường nhật, tập quán canh tác và tri thức bản địa của cư dân miền Tây Nam Bộ. Những trải nghiệm này không chỉ làm phong phú chuỗi giá trị du lịch, mà còn góp phần bảo tồn và phát huy tài nguyên tự nhiên – văn hóa, nâng cao sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của điểm đến trong vùng. Phát triển du lịch mùa nước nổi không chỉ hình thành sản phẩm du lịch đặc trưng theo mùa, mà còn đóng vai trò định vị thương hiệu du lịch địa phương dựa trên đặc thù tự nhiên riêng biệt. Việc tổ chức sản phẩm theo mùa lũ mở ra cơ hội liên kết tuyến, tour nội vùng và liên tỉnh, góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch và thúc đẩy định hướng phát triển bền vững. Đồng thời, hoạt động du lịch trong mùa lũ còn giúp nâng cao nhận thức của du khách và cộng đồng về giá trị sinh thái – văn hóa, khơi dậy tinh thần trách nhiệm trong bảo vệ môi trường và gìn giữ bản sắc địa phương.

Ở khía cạnh kinh tế – xã hội, du lịch mùa nước nổi trở thành công cụ tạo sinh kế hiệu quả, giúp người dân tăng thêm thu nhập thông qua dịch vụ ăn uống, lưu trú, vận chuyển, hướng dẫn và sản phẩm thủ công truyền thống. Điều này vừa cải thiện đời sống, giảm áp lực di cư lao động, vừa duy trì cơ cấu dân cư nông thôn. Quan trọng hơn, loại hình này góp phần tái tạo và duy trì các giá trị văn hóa truyền thống, thúc đẩy sự phát triển hài hòa giữa kinh tế, văn hóa và môi trường. Nếu được tổ chức bài bản và đầu tư hợp lý, du lịch mùa nước nổi sẽ trở thành sản phẩm đặc trưng, bền vững, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và quảng bá hình ảnh ĐBSCL ra thị trường trong nước và quốc tế.

4.3. Thách thức từ thực trạng chợ nổi và mùa nước nổi trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL

Hiện nay, sự suy giảm chợ nổi và mùa nước nổi đã và đang phản ánh những thách thức sâu sắc trong việc duy trì và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù tại vùng ĐBSCL. Trước hết, biến đổi khí hậu cùng hoạt động kiểm soát dòng chảy ở thượng nguồn sông Mê Kông đã làm thay đổi mạnh mẽ chu kỳ tự nhiên của mùa nước nổi. Theo số liệu thống kê từ Trung tâm Dự báo Khí tượng Thủy văn Quốc gia, dự báo từ nay đến tháng 11/2023, tổng lượng dòng chảy trên sông Mê Kông về ĐBSCL có xu thế tăng dần, song ở mức thấp hơn trung bình nhiều năm khoảng 5-15 %. Tuy nhiên, từ tháng

12/2023 đến tháng 2/2024 có xu thế giảm dần và có khả năng ở mức thấp hơn trung bình nhiều năm từ 10-20 %. Chưa dừng lại ở đó trong các tháng mùa khô 2023-2024, mực nước đầu nguồn sông Cửu Long chịu ảnh hưởng mạnh của thủy triều dẫn đến khả năng xâm nhập mặn sớm hơn, gay gắt hơn so với trung bình nhiều năm. Lũ thấp, dự báo mùa mưa lại kết thúc sớm, ĐBSCL sẽ đối mặt nhiều nguy cơ như thiếu phù sa và cát dẫn đến gia tăng tình trạng sạt lở bờ sông, bờ biển, sụt lún mặt đất. Điều này khiến cho quá trình ngập lũ không còn ổn định, làm sụt giảm đáng kể diện tích đất ngập nước tự nhiên vốn là môi trường sinh sản của nhiều loài thủy sản bản địa. Kéo theo sản lượng cá linh loài cá biểu tượng gắn liền với mùa nước nổi cũng giảm đến 70 % trong vòng hai thập kỷ qua. Sự suy giảm này không chỉ đe dọa nguồn sinh kế của người dân mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến các sản phẩm du lịch đặc thù như ẩm thực mùa lũ, các hoạt động trải nghiệm như câu cá, tham quan Rừng tràm Trà Sư hay trải nghiệm sinh hoạt vùng lũ [13].

Bên cạnh đó, chợ nổi-biểu tượng văn hóa buôn bán đặc sắc trên sông nước cũng đang đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ từ các hình thức thương mại hiện đại. Sự phát triển của hệ thống đường bộ liên vùng, siêu thị, trung tâm phân phối nông sản công nghiệp đã khiến vai trò truyền thống của chợ nổi trong lưu thông hàng hóa dần bị thu hẹp. Người dân hiện nay ưu tiên lựa chọn giao thương bằng đường bộ vì tiện lợi, an toàn và nhanh chóng hơn so với hình thức “thương hồ” bằng ghe thuyền vốn phụ thuộc vào thời tiết và công sức lớn. Điều này khiến số lượng ghe buôn, thương hồ trên các chợ nổi ngày càng giảm, mất đi tính sôi động và nguyên bản điều vốn là “hồn cốt” hấp dẫn du khách. Trong khi đó, hoạt động du lịch tại các chợ nổi còn nhiều hạn chế về nội dung và trải nghiệm. Phần lớn tour chỉ dừng lại ở việc “ngắm cảnh chợ nổi lúc bình minh”, thiếu sự gắn kết với văn hóa bản địa, nghề truyền thống, ẩm thực địa phương và chưa có các sản phẩm trải nghiệm trọn vẹn như lớp nấu ăn trên thuyền, giao lưu với thương hồ, các hoạt động biểu diễn nghệ thuật dân gian.

Một mô hình chợ nổi nữa ở Thái Lan mang tên Damnoen Saduak cho thấy sự phối hợp giữa chính quyền và doanh nghiệp địa phương trong việc quy hoạch đồng bộ giữa hạ tầng, giao thông, dịch vụ ẩm thực, trải nghiệm văn hóa và biểu diễn nghệ thuật dân gian Thái Lan để hình thành chuỗi sản phẩm du lịch khép kín, chuyên nghiệp. Mỗi thuyền buôn vừa là nơi trưng bày sản phẩm, vừa là sân khấu nhỏ để kể chuyện văn hóa, tạo nên trải nghiệm sống động và hấp dẫn đối với du khách quốc tế. Trong khi đó, các mô hình chợ nổi ở ĐBSCL vẫn tồn tại tự

phát, thiếu liên kết ngành và hỗ trợ chính sách phát triển sản phẩm du lịch đặc thù [14].

Nhóm tác giả nhận thấy, sự suy giảm mùa nước nổi và chợ nổi không chỉ là biểu hiện của suy thoái tài nguyên và văn hóa, mà còn là hồi chuông cảnh báo về sự yếu kém trong thích ứng và đổi mới phát triển du lịch vùng sông nước. Việc tái cấu trúc sản phẩm, đầu tư vào các hình thức du lịch sinh thái văn hóa gắn với việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù phù hợp với bối cảnh biến đổi khí hậu, cùng với học hỏi mô hình quốc tế, sẽ là hướng đi cần thiết để giữ gìn và phát huy giá trị bền vững cho du lịch đặc thù vùng ĐBSCL.

5. Tạm kết

Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó phát triển sản phẩm du lịch đặc thù là trọng tâm. Ở vùng ĐBSCL, tài nguyên môi trường nước là lợi thế chiến lược và tạo nền tảng cho các sản phẩm độc đáo như mùa nước nổi và chợ nổi. Tuy nhiên, dưới tác động của công nghiệp hóa, hiện đại hóa và biến đổi tự nhiên – xã hội, các giá trị văn hóa và sinh thái này đang dần mai một, đòi hỏi công tác bảo tồn và khai thác khoa học, bền vững.

Phát triển du lịch dựa trên tài nguyên môi trường nước vừa là cơ hội kinh tế, vừa là nhiệm vụ bảo tồn bản sắc văn hóa vùng sông nước. Chiến lược phát triển cần tích hợp tăng trưởng kinh tế, bảo tồn sinh thái và phát huy giá trị văn hóa bản địa, với sự phối hợp giữa chính quyền, ngành du lịch, cộng đồng và tổ chức xã hội để hình thành mô hình phát triển bền vững. Cụ thể, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp để khắc phục các thách thức của việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù ở vùng ĐBSCL đang đối mặt, như sau:

1. Thiết kế sản phẩm tích hợp tạo chuỗi trải nghiệm đặc thù kết hợp chợ nổi, mùa nước nổi và ẩm thực địa phương, như “Một ngày làm thương hồ”, “Ẩm thực mùa nước nổi trên ghe” và “Từ chợ nổi đến rừng tràm” nhằm kéo dài thời gian lưu trú và phục hồi thực hành văn hóa truyền thống.
2. Ứng dụng công nghệ số và truyền thông hiện đại trong quảng bá và quản lý sản phẩm (bản đồ du lịch thông minh, thuyết minh tự động, tour VR/AR, nội dung chuyên sâu trên TikTok, YouTube, Facebook), đồng thời dùng công nghệ giám sát chất lượng và quản lý dữ liệu.
3. Phát triển du lịch cộng đồng với vai trò chủ thể của người dân, khai thác tri thức bản địa, tăng tính chân thực cho trải nghiệm và nâng cao thu nhập. Vì vậy rất cần hỗ trợ đào tạo, truyền thông, tiêu chuẩn chất lượng và kết nối thị trường.

Lời cảm ơn: Nhóm tác giả kính gửi lời cảm ơn sâu sắc Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã hỗ trợ cho nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Đào Thị Ái & Nguyễn Văn Lưu. (2023, 12). “Phát triển sản phẩm du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”. *Tạp chí Quản lý Nhà nước*. [online]. <https://www.quanlynhanuoc.vn/2023/12/28/phat-trien-san-pham-du-lich-dac-thu-tro-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon/>.
- [2]. Quyết định số 194-BVHTTDL ngày 23/01/2015 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Đề án Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng Đồng bằng sông Cửu Long.
- [3]. Quyết định số 1755-TTg ngày 08/09/2016 của Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
- [4]. Quyết định số 2227-TTg ngày 18/11/2016 của Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
- [5]. Nghị quyết số 120-CP ngày 17/11/2017 của Chính phủ ban hành về phát triển bền vững Đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu.
- [6]. Quyết định số 147-TTg ngày 22/01/2020 của Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.
- [7]. Quyết định số 2292-BVHTTDL ngày 13/08/2021 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành chương trình hành động phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025.
- [8]. Nghị quyết số 82-CP ngày 18/05/2023 của Chính phủ ban hành về nhiệm vụ, giải pháp, chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững.
- [9]. Chỉ thị số 08-TTg ngày 23/02/2024 của Chính phủ ban hành về phát triển du lịch toàn diện, nhanh và bền vững thời gian tới.
- [10]. Nhâm Hùng. *Chợ nổi miền Tây*. NXB. Thanh niên. 2023.
- [11]. Tào Đạt. “Bồng bình chợ nổi Cái Răng”. [online]. <https://baodantoc.vn/bong-binh-cho-noi-cai-rang-1730689915890.htm>, Nov. 5, 2024.
- [12]. Hoàng Thắng. “ĐBSCL thiệt hại hàng ngàn tỉ đồng vì suy giảm nguồn nước sông Mekong”. [online]. https://thesaigontimes.vn/dbscl-thiet-hai-hang-ngan-ti-dong-vi-suy-giam-nguon-nuoc-song-mekong/?utm_, Sep. 9, 2024.
- [13]. Tuấn Dương & Mạnh Trường. “Miền Tây lo mất mùa nước nổi”. [online]. <https://nhandan.vn/mien-tay-lo-mat-mua-nuoc-noi-post770137.html>. Jan. 01, 2023.
- [14]. Dulichvietnam online. “Ghé thăm chợ nổi Damnoen Saduak Thái Lan - Trải nghiệm văn hóa sông nước độc đáo”. [online]. <https://dulichvietnam.com.vn/cho-noi-damnoen-saduak-thai-lan.html>, May. 5, 2025.

State policies and current state of exploitation of river resources in developing distinctive tourism products in the Mekong Delta

Tran Thanh Toan, Vo Thi Thuy Duong

Ho Chi Minh City University of Culture, Ho Chi Minh City, Viet Nam

Email: toant6108@gmail.com

Abstract Distinctive tourism products are those that set one locality or destination apart from others. They play a crucial role in shaping tourism development strategies, attracting target markets, and building strong regional tourism brands. Acknowledging their significance, the Government of Viet Nam has introduced targeted policies to support the creation of distinctive tourism offerings that reflect the unique identities of localities. The Mekong Delta, with its abundant river networks, wetland ecosystems, and rich array of local products, has made notable progress in this regard. In particular, water-based resources have been creatively leveraged by local communities-especially through floating markets and seasonal flood-based livelihoods. This paper examines state policies on the development of

special tourism products and analyzes how local residents in the Mekong Delta utilize these water-based activities to enrich the region's tourism experience.

Keywords Policy, Mekong Delta, unique tourism products, river resources.