

“ĐƯỜNG BẰNG” ĐỂ DU LỊCH ĐỒNG BẰNG CẤT CÁNH

✓ ĐĂNG HUYỀN - CÁT ĐÀNG

Nghị quyết số 120/NQ-CP của Chính phủ “Về Phát triển bền vững Đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu” đã chỉ rõ: “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. Phát triển các loại hình du lịch miệt vườn, du lịch sông nước, du lịch sinh thái gắn với các khu bảo tồn tự nhiên”. Tuy nhiên, du lịch đồng bằng vẫn đang lúng túng trong tạo lập sản phẩm du lịch đặc trưng, khai thác dịch vụ để tăng doanh thu và chưa khai thác tốt tài nguyên di sản văn hóa...

► Thiếu sự khác biệt

Tại Diễn đàn Kết nối du lịch TP Hồ Chí Minh và vùng ĐBSCL, phát biểu của Bí thư Tỉnh ủy Bạc Liêu Nguyễn Quang Dương được sự đồng tình, đó là chuyên du lịch ĐBSCL chưa có nhiều khác biệt giữa các địa phương: “Du lịch ở một tỉnh là coi như đã đi hết cả miền Tây”. Theo ông, cần thiết hình thành các sản phẩm du lịch liên vùng nhằm tránh trùng lặp, để mỗi địa phương đều có sản phẩm du lịch đặc trưng và khác biệt. Bí thư Thành ủy TP Hồ Chí Minh Nguyễn Thiện Nhân đánh giá: Hầu hết du khách quốc tế đến với Nam bộ chỉ biết những điểm đến là TP Hồ Chí Minh, Cần Thơ, An Giang... những tỉnh còn lại được gọi chung là “miền Tây” hay “ĐBSCL”. Điều này có nghĩa, đến cũng được mà không đến cũng không sao. Với việc để xuất phân tuyến cho du lịch ĐBSCL, ông Nguyễn Quốc Kỳ, Tổng Giám đốc Công ty Du lịch Vietravel, cho rằng: Cần xác định thế mạnh nổi bật của sản phẩm du lịch từng địa phương để kết hợp thành sản phẩm liên tuyến và liên kết nội vùng. Chỉ có điều này mới tránh việc các sản phẩm du lịch trùng lặp và cạnh tranh giữa các địa phương.

Làm sao để thoát khỏi tình trạng tương tự nhau trong du lịch không phải vấn đề mới, nhưng vẫn nóng trong các cuộc hội thảo chuyên ngành. Các tỉnh, thành ĐBSCL thời gian gần đây đã nỗ lực tìm sản phẩm đặc thù, chỉ mới đưa lại cảm giác mới mẻ, chưa đủ để đưa du lịch cả vùng thoát khỏi trùng lặp. Cách làm du lịch còn mang tính tự phát, thiếu chuyên nghiệp cùng các sản phẩm du lịch chủ yếu dựa vào thiên nhiên, khai thác sản có mà thiếu đầu tư dài hạn là một trong những nguyên nhân chính khiến du lịch đồng bằng chưa phát huy hết tiềm năng.

Đơn cử như tại Cần Thơ, hiện nay các khu du lịch hay vườn du lịch sinh thái mọc lên nhiều và khá giống nhau với tham quan vườn trái cây, chèo xuồng ghe, tát mương bắt cá, các trò chơi trên sông, thường thức đờn ca tài tử... Các tỉnh, thành khác cũng tận dụng không gian văn hóa sông nước với tour, điểm có hình thức trải nghiệm tương tự. Nhiều người vẫn thường nói, đi du lịch là tìm cái “độc” và “lạ”. Chỉ việc một nông dân ở Bình Thủy - Cần Thơ phân xẻ cho đàn cá lóc bay lên khỏi mặt nước để đón thức ăn, cũng đủ thu hút đông đảo du khách. Hay ở Đồng Tháp, những mô hình như ngủ giữa

Bài 2: Nhận diện “điểm nghẽn”



Di sản văn hóa là điều còn bỏ ngỏ trong khai thác thành sản phẩm du lịch. Trong ảnh: Lễ hội Kỳ yên Đình Bình Thủy - Di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia. Ảnh: DUY KHÔI

đồng, cầu cá chốt mùa nước nổi... trở thành sản phẩm du lịch độc đáo. Khi người làm du lịch tâm huyết đi tìm nét riêng, chắc chắn sẽ thu hút du khách; bên cạnh vai trò quản lý, quy hoạch và tầm nhìn của chính quyền địa phương, cơ quan chức năng.

Hạ tầng giao thông và các cơ sở lưu trú còn nhiều hạn chế cũng là điểm nghẽn. Nhiều chuyên gia cho rằng du lịch đồng bằng cần các tuyến giao thông đường bộ, đường thủy, hàng không liên vùng được kết nối tốt. Đường đi đến các điểm du lịch cũng cần được đầu tư nâng cấp, mở rộng. Hệ thống khách sạn, điểm lưu trú, tour, tuyến du lịch phải là một “blockchain du lịch” gắn kết thành hệ thống. Ông Nguyễn Thanh Hùng, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Đồng Tháp, đề xuất: “Cần có chính sách ưu tiên xây dựng, nâng cấp đồng bộ các tuyến giao thông huyết mạch kết nối TP Hồ Chí Minh và ĐBSCL. Sự đồng bộ này bao gồm cả cầu và đường, giao thông thủy, bộ, các bến xe - bến thủy - điểm dừng chân lên xuống khách”.

Trong chuyến khảo sát các điểm đến nổi tiếng của 3 địa phương: Cần Thơ, An Giang, Bạc Liêu mới đây, đoàn Famtrip gồm các công ty du lịch, lữ hành đến từ Hà Nội đánh giá chưa cao về chất lượng các cơ sở lưu trú. Ông Nguyễn Hồng Đài, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần APT Holdings Việt Nam, nói: “Tại các khách sạn chúng tôi ở, đều là 3, 4 sao nhưng chất lượng dịch vụ vẫn chưa đạt yêu cầu. Các dịch vụ khác đi kèm của khách sạn cũng phải được chú trọng để tạo đồng bộ”.

Một điểm yếu nữa của du lịch ĐBSCL là các dịch vụ thương mại, quà tặng du lịch... vẫn còn đơn điệu. Ngoài một số địa phương như Cần Thơ, Kiên Giang... có sinh hoạt về đêm sôi động, một số địa phương khác rất yên tĩnh, vắng vẻ về đêm hoặc rất ít các điểm mua sắm. Ông Tạ Hữu Chiến, Giám đốc Công ty SunVina Travel (Hà Nội), cho biết: “Chúng tôi đi chơi, tham quan xong rồi về, chẳng biết tiêu tiền chỗ nào. Các tỉnh có thể xây dựng những mô hình, dịch vụ dựa vào

những thế mạnh, sản phẩm của địa phương để “mồi tiền” du khách mà chưa làm được thì thật đáng tiếc!”.

► Cầm “vàng” lại để “vàng” rồi!

Nhìn lại hệ thống di sản văn hóa phi vật thể (DSVHPVT) ở ĐBSCL, nhiều người vì von đó thực sự là “vàng mười” trong định hình bản sắc vùng miền và khai thác du lịch. Theo thống kê sơ bộ, toàn ĐBSCL có hơn 1.234 lễ hội. Có thể kể đến một số lễ hội tiêu biểu: Lễ hội vía Bà Chúa Xứ Núi Sam (An Giang), Lễ hội Anh hùng dân tộc Nguyễn Trung Trực (Kiên Giang), Lễ hội Nghinh Ông (Cà Mau), Lễ hội Lăm Chay (Long An)... Đó là chưa kể những lễ hội của đồng bào các dân tộc với những nét văn hóa đặc sắc: Lễ hội Ok-Om-Bok, Lễ hội Sen Dolta và Hội đua bò Bảy Núi của người Khmer; Lễ hội Ramadan, Raya của người Chăm; Lễ cúng Bà Thiên Hậu, Vía Quan Thánh Đế của người Hoa...

Ở các loại hình DSVHPVT, hầu như rất ít địa phương khai thác kho tàng này để phát triển du lịch. Nhiều người tâm huyết với ngành văn hóa ở TP Cần Thơ nói rằng, Đờn ca tài tử, rồi Hồ Cấn Thơ, Lễ hội Kỳ yên Đình Bình Thủy... nếu khai thác tốt sẽ là sản phẩm du lịch thú vị. Thử nghĩ đến một chương trình diễn xướng dân gian tại sân đình Bình

Thủy: một sân khấu hóa về lễ cúng Kỳ yên, cất vài câu hò Cần Thơ rồi chọn một vài bài bản nghe vui vẻ của Đờn ca tài tử... nghệ nhân vừa diễn vừa giao lưu với khách du lịch. Vậy nhưng, Lễ Công bố DSVHPVT Lễ hội Kỳ yên Đình Bình Thủy vừa qua rất qua loa, lễ công bố DSVHPVT Hồ Cấn Thơ thì không có! Phải chăng, ta đang cầm “vàng” mà để “vàng” rơi?

Phải nhìn nhận việc đưa DSVHPVT vào du lịch ở ĐBSCL đang có một khoảng trống lớn. Ghi nhận thành công có lẽ là Đờn ca tài tử phục vụ ở nhà vườn cồn Thới Sơn - Tiền

Giang, một số điểm du lịch ở Cần Thơ... Gần đây, một số đơn vị như Nhà hát Cao Văn Lầu (tỉnh Bạc Liêu), Nhà hát Tây Đô (TP Cần Thơ)... tổ chức các chương trình biểu diễn nghệ thuật truyền thống định kỳ nhưng không khí khá yên ắng.

Soạn giả Nhâm Hùng, nguyên Phó Giám đốc Nhà hát Tây Đô, cho rằng: Biểu diễn Đờn ca tài tử phục vụ du lịch phải khác với chương trình nghệ thuật thuần túy, bởi khách không đủ kiên nhẫn và thời gian để ngồi nghe hát 30 phút, thậm chí 60 phút. Phải chọn những bài bản đặc trưng nhất, hay nhất, trình diễn ngắn gọn, vừa đủ.

Là cây bút tâm huyết với văn hóa và du lịch ĐBSCL, nhà báo Vũ Thống Nhất, Phó Chủ tịch Hội Nhà văn TP Cần Thơ, khẳng định: “Văn hóa phù trùm du lịch. Du lịch chính là văn hóa. Khởi đầu, khai thác triệt để được điều này mới hy vọng sẽ có thêm nhiều sản phẩm du lịch mới không trùng lặp, mang tính khác biệt, độc đáo, hấp dẫn và bền vững”. Ông Vũ Thống Nhất ví dụ Đồng Tháp đã tạo biểu tượng “Sen hồng” hiện diện khắp nơi và ghi dấu ấn trên bản đồ du lịch đồng bằng và cả nước. Hay với Bạc Liêu, biểu tượng “Cây đơm kìm” trở thành đặc sản của vùng đất này. Đó chính là khai thác văn hóa để làm du lịch, để tạo bộ nhận diện cho du lịch địa phương - một cách quảng bá du lịch sâu sắc và bền vững. ●

Một số chỉ tiêu của du lịch ĐBSCL

- Đến năm 2020, du lịch ĐBSCL đón khoảng 34 triệu lượt khách, trong đó có khoảng 3,5 triệu lượt khách quốc tế; và tăng lên khoảng 52 triệu lượt khách, trong đó khoảng 6,5 triệu lượt khách quốc tế, vào năm 2030.
- Tổng thu từ khách du lịch đến năm 2020 đạt khoảng 25.000 tỉ đồng và đến năm 2030 đạt trên 111.000 tỉ đồng.
- Số lượng cơ sở lưu trú: Đến năm 2020 có khoảng 53.000 buồng khách sạn, trong đó tỷ lệ buồng đạt tiêu chuẩn từ 3 sao đến 5 sao chiếm khoảng 15%. Phấn đấu đến năm 2030 có khoảng 100.000 buồng khách sạn, trong đó tỷ lệ buồng đạt tiêu chuẩn từ 3 sao đến 5 sao chiếm khoảng 30%.
- Chỉ tiêu việc làm: Đến năm 2020 tạo việc làm cho khoảng 230.000 lao động, trong đó khoảng 77.000 lao động trực tiếp. Phấn đấu đến năm 2030 tạo việc làm cho khoảng 450.000 lao động, trong đó khoảng 150.000 lao động trực tiếp.

Bài cuối: Hợp lực để bút phá