

“ĐƯỜNG BẰNG” ĐỂ DU LỊCH ĐỒNG BẰNG CẤT CÁNH

✓ DẰNG HUYỀN - CÁT DẰNG

Thế mạnh và cả những điểm yếu của du lịch ĐBSCL thời gian qua đã được nhìn nhận. Phát triển du lịch đang là hướng đi được 13 tỉnh, thành ĐBSCL chú trọng bởi du lịch không chỉ đóng góp cho sự phát triển kinh tế mà còn góp phần cải thiện diện mạo địa phương, bảo lưu các giá trị văn hóa và gia tăng kỹ năng, tri thức cho người làm du lịch. Liên kết và đầu tư được xem là “đường bằng” để du lịch đồng bằng cất cánh.

Mời gọi đầu tư lớn

Diễn đàn Kết nối du lịch TP Hồ Chí Minh và ĐBSCL vừa qua được xem là nỗ lực lớn của 14 địa phương với quyết tâm xác lập vị thế du lịch vững chắc cho toàn vùng. Lãnh đạo ngành du lịch 13 tỉnh, thành ĐBSCL đã mang đến Diễn đàn những dự án đang cần hoặc đang thiếu để mời gọi đầu tư. Tổng giá trị của 128 dự án lĩnh vực văn hóa, du lịch, giải trí được kêu gọi đầu tư vào khu vực ĐBSCL là khoảng 154.000 tỉ đồng.

Ông Nguyễn Ngọc Thương, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTT&DL) tỉnh Đồng Tháp (Cụm trưởng Cụm Liên kết hợp tác phát triển du lịch phía Đông ĐBSCL gồm các tỉnh Đồng Tháp, Long An, Tiền Giang, Trà Vinh, Vĩnh Long, Bến Tre), cho biết: 6 tỉnh đang mời gọi đầu tư 36 dự án du lịch, giải trí. Theo ông Thương, cụm du lịch phía Đông ĐBSCL có những điểm tương đồng về địa hình, điều kiện sinh thái, khí hậu phù hợp phát triển kinh tế nông nghiệp cũng như các sản phẩm du lịch sinh thái, miệt vườn, nông nghiệp... Cụm phía Tây cũng giới thiệu 92 dự án mời gọi đầu tư vào hạ tầng du lịch, giải trí. Bà Cao Xuân Thu Vân, Giám đốc Sở Văn hóa, Thông tin, Thể thao và Du lịch tỉnh Bạc Liêu (Cụm trưởng cụm phía Tây gồm TP Cần Thơ và các tỉnh Bạc Liêu, Cà Mau, Sóc Trăng, An Giang, Hậu Giang, Kiên Giang) nhận định: 7 địa phương có thế mạnh về văn hóa bản địa như miệt vườn, sông nước, di sản văn hóa và sự giao thoa văn hóa của các dân tộc.

Ông Nguyễn Minh Tuấn, Phó Giám đốc Sở VHTT&DL TP Cần Thơ, cho biết: Cần Thơ đang mời gọi đầu tư 8 dự án thuộc lĩnh vực du lịch, văn hóa, thể thao, giải trí. Đó là: Khu du lịch sinh thái cù lao Tân Lộc (Thốt Nốt), Khu du lịch sinh thái Phong Điền, Khu du lịch sông Hậu (Ninh Kiều), Khu

Bài cuối: Hợp lực để bứt phá



TP Cần Thơ đang kêu gọi đầu tư các hạng mục Bảo tồn và phát huy Chợ nổi Cái Răng - chợ trên sông nổi tiếng thế giới. Ảnh: DUY KHÔI

vui chơi giải trí Cần Thơ (quận Bình Thủy). Các hạng mục công trình kêu gọi xã hội hóa thuộc Dự án Bảo tồn và phát triển Chợ nổi Cái Răng, Khu nhạc nước và dịch vụ đa chức năng thuộc Trung tâm Văn hóa Tây Đô (Cái Răng), Hồ bơi Trung tâm thành phố (Ninh Kiều), Bến tàu tổng hợp Cần Thơ (Ninh Kiều). Các dự án này nếu được đầu tư sớm, sẽ tăng tính hấp dẫn và tạo điểm nhấn cho du lịch Cần Thơ.

Thời gian qua, nhiều địa phương trong vùng đã có những đầu tư phát triển du lịch. Đó là những Quy hoạch Khu du lịch quốc gia đã được Chính phủ phê duyệt như Núi Sam - An Giang, Đất Mũi - Cà Mau... Các nhà đầu tư cũng dần xem ĐBSCL như một thị trường tiềm năng. Ông Trương Tấn Sơn, Tổng Giám đốc Công ty Du lịch Sài Gòn (Saigontourist), cho biết: Đơn vị luôn xem ĐBSCL là thị trường lớn, tuyển điểm hấp dẫn. Saigontourist tiên phong đầu tư vào ĐBSCL khi cách đây 23 năm đã đưa vào hoạt động khách sạn Sài Gòn - Cần Thơ; và sau này là những khu nghỉ dưỡng, khách sạn cao cấp: Sài Gòn - Phú Quốc, Sài Gòn - Rạch Giá... Năm 2018, Lữ hành Saigontourist phục vụ hơn 70.500 lượt khách nội địa, 8.000 lượt khách quốc tế tham gia các hành trình trải nghiệm, khám phá ĐBSCL, doanh thu trên 300 tỉ đồng.

Bà Tạ Thị Cẩm Vinh, Phó Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Bến Thành (BenThanh Tourist), cho rằng: Công ty đã đầu tư phát triển khu du lịch sinh thái Bến Thành Vinh Sang tại tỉnh Vĩnh Long và đây là dự án “thâm dò”. Theo bà Vinh, để thu hút các nhà đầu tư, các cấp chính quyền địa phương và cả cộng đồng ở ĐBSCL cần có sự đồng hành về môi trường xã hội, an ninh trật tự, chính sách hỗ trợ...

Phản hồi về những nguyện vọng này, hầu hết lãnh đạo các tỉnh, thành ĐBSCL đều thông tin sẽ có những chính sách ưu đãi phù

KỶ VỌNG VITM CẦN THƠ 2019

Hội chợ Du lịch quốc tế Cần Thơ - VITM Cần Thơ 2019 sẽ diễn ra từ ngày 29-11 đến 1-12-2019 tại Trung tâm Xúc tiến Đầu tư - Thương mại và Hội chợ triển lãm Cần Thơ. Dự kiến, có khoảng 250 gian hàng với sự tham gia của trên 300 doanh nghiệp du lịch; các cơ quan xúc tiến du lịch đến từ các quốc gia Hàn Quốc, Ấn Độ, Cu Ba... và trên 20 tỉnh, thành phố trong cả nước. VITM Cần Thơ 2019 được kỳ vọng quảng bá và thu hút du khách cho du lịch Cần Thơ nói riêng, ĐBSCL nói chung. Đây còn là cơ hội để các nhà quản lý, kinh doanh du lịch và du khách gặp gỡ để hiểu và bàn giải pháp phát triển du lịch đồng bằng.

hợp cho doanh nghiệp đầu tư du lịch, thể hiện qua chính sách miễn giảm tiền thuê đất, thuế thu nhập doanh nghiệp có thời hạn; hỗ trợ về thủ tục, xúc tiến quảng bá...

“Hiện kế” tạo sức bật du lịch

Bên cạnh việc quảng bá, giới thiệu, kết nối tour, tuyến thì việc xác lập mô hình làm kinh tế du lịch là yếu tố không thể thiếu. Trong chuyến khảo sát các điểm đến của ĐBSCL mới đây, đoàn Famtrip gồm các công ty du lịch, lữ hành đã có những đề xuất, “hiện kế” những mô hình cụ thể. Ví dụ: xây dựng một mô hình với biểu tượng nổi bật của Rừng Tràm Trà Sư (An Giang) và làm dịch vụ tại chỗ để khách chụp ảnh, quảng bá qua mạng xã hội; hoặc xây dựng mô hình buôn bán trái cây cho các đoàn khách tại Chợ nổi Cái Răng của Cần Thơ. Tại Bạc Liêu, nên đầu tư mô hình khép kín về nhà hàng, thưởng thức văn nghệ tại Nhà hát Cao Văn Lầu; đầu tư thêm về dịch vụ ăn uống, đại quan sát ở khu di sản biển.

Mỗi tỉnh, thành cần xây dựng gian hàng, điểm mua sắm đúng chân cho các đoàn khách để quảng bá, bán những sản phẩm, đặc sản của địa phương và trong xây dựng dịch vụ phải có sự chất lượng cũng như tính tế trong nhân diện để du khách có những hoạt động hợp lý và liên tiếp. Ví dụ như trong một tuyến, mỗi tỉnh làm tốt một thế mạnh: miệt vườn sông nước, nghệ thuật truyền thống,

du lịch tâm linh, du lịch nông nghiệp... Có như vậy, bữa tiệc trải nghiệm của du khách sẽ không nhàm chán.

Tạo điểm riêng và nét đặc thù cho từng tỉnh, thành sẽ giúp các đơn vị làm du lịch kết nối và cùng phát triển. Mô hình du lịch cộng đồng ở Cồn Sơn của Cần Thơ là một điểm sáng cần phát huy bởi ở đó mỗi hộ làm du lịch đều lấy lợi ích chung làm nền tảng. Suy rộng ra, du lịch của cả vùng luôn cần sự liên kết chặt chẽ như thế và cần một “nhạc trưởng” để chỉ dẫn và kết nối các tỉnh, thành đi đúng hướng, làm đúng chuyện và phát triển đúng tầm. Ông Nguyễn Quốc Kỳ, Tổng Giám đốc Công ty Du lịch Vietravel, cho rằng: Công tác tiếp thị, xây dựng thương hiệu du lịch ĐBSCL cần dựa trên điểm chung nhất của vùng, sau đó mới xác lập nét riêng của địa phương. Trong đó, TP Hồ Chí Minh cần được xem như địa phương hỗ trợ trực tiếp, kết nối và lan tỏa giá trị du lịch.

Vấn đề trên đã được tính đến trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng ĐBSCL đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Đó là phát triển tuyến du lịch quốc gia và quốc tế dựa trên việc mở rộng các tuyến du lịch liên vùng gắn với TP Hồ Chí Minh, TP Cần Thơ, Cà Mau; tuyến hành lang ven biển phía Nam (Thái Lan - Campuchia - Rạch Giá - Cà Mau theo đường R10) và hệ thống cửa khẩu quốc tế đường bộ Hà Tiên

(Kiên Giang), Tịnh Biên (An Giang), Dinh Bà, Thường Phước (Đồng Tháp) và Bình Hiệp (Long An)... Bên cạnh đó là tăng cường phát triển các tuyến du lịch đường không quốc tế trên cơ sở nâng cấp, mở rộng cảng hàng không quốc tế Cần Thơ và Phú Quốc.

Phát biểu tại Hội nghị Xúc tiến, quảng bá du lịch ĐBSCL tổ chức tại Hà Nội vào tháng 3 vừa qua, bà Nguyễn Thị Thanh Hương, Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch Việt Nam, chỉ ra 3 vấn đề mà du lịch ĐBSCL cần quan tâm để phát triển tốt hơn: Đó là việc thông tin sâu và chuyên nghiệp tại các điểm đến; kêu gọi các nhà đầu tư du lịch có chiều sâu, chuyên nghiệp, đẳng cấp, như Phú Quốc, Kiên Giang đã làm được; và cuối cùng là tăng cường tuyên truyền, quảng bá du lịch, trong đó loại hình iMarketing (truyền thông mạng và mạng xã hội) đang phát huy hiệu quả. Ở vấn đề thứ 3, dĩ nhiên là TP Cần Thơ khi vừa đưa vào hoạt động Cổng thông tin Du lịch và ứng dụng thông minh trên thiết bị di động - TP Cần Thơ. Hệ thống cho phép du khách tra cứu, tìm kiếm thông tin du lịch theo vị trí, như: lưu trú, ẩm thực, điểm du lịch, cửa hàng, giải trí, lữ hành, sự kiện...

Cuối cùng, đó là phát triển du lịch nhưng phải bền vững, bảo tồn tài nguyên và bảo vệ môi trường. Ông Đặng Văn Tiến, nguyên Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch Việt Nam, chia sẻ rằng ông từng khuyên dừng đưa khách đi tham quan kinh rạch miền Tây khi con nước xuống vì sẽ lộ ra rất nhiều rác. Xây dựng thương hiệu du lịch xanh ĐBSCL cũng là điều ông Trương Tấn Sơn, Tổng Giám đốc Công ty Du lịch Sài Gòn (Saigontourist), tâm huyết. Theo ông, cần xem du lịch xanh là thế mạnh, tạo sức bật và bền vững cho ĐBSCL. Điều này là sự cộng hưởng của chính quyền, nhà quản lý, người làm du lịch và cả du khách. ●