

ĐẨY MẠNH LIÊN KẾT VÙNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

27/08/2019

Khai thác các sản phẩm du lịch thể mạnh, liên kết với các địa phương, hình thành nhiều tour, tuyến mới là một trong những giải pháp được ngành Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh đẩy mạnh thực hiện nhằm góp phần phát huy vai trò của một trung tâm kinh tế, văn hóa, du lịch lớn của cả nước, cùng các địa phương phát triển du lịch bền vững.

Nhiều liên kết vùng được hình thành

Những năm gần đây, Thành phố Hồ Chí Minh liên tục là một trong những điểm đến hàng đầu được du khách trong và ngoài nước lựa chọn. Chỉ tính riêng trong nửa đầu năm 2019, trên 16,5 triệu lượt du khách nội địa và 4,25 triệu lượt khách quốc tế đã đến Thành phố Hồ Chí Minh. Tổng doanh thu từ du lịch của thành phố đạt 73.000 tỷ đồng.



Du khách quốc tế tham quan, dạo phố các tuyến đường trung tâm thành phố Hồ Chí Minh. Ảnh: An Hiếu

Theo ông Bùi Tá Hoàng Vũ, Giám đốc Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, ngành Du

lich Thành phố đã đẩy mạnh hợp tác liên kết phát triển du lịch song phương, đa phương với nhiều tỉnh, thành trong cả nước. Đối với các địa phương vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nhiều liên kết vùng đã được hình thành như: Liên kết giữa Thành phố Hồ Chí Minh với tiểu vùng Đồng Tháp Mười (gồm Long An, Tiền Giang và Đồng Tháp); liên kết giữa thành phố Hồ Chí Minh với các tỉnh, thành cụm phía Đông và cụm phía Tây Đồng bằng sông Cửu Long.

Trong lĩnh vực du lịch, các nội dung hợp tác chủ yếu giữa thành phố và các địa phương được thực hiện như: Hợp tác trao đổi kinh nghiệm trong công tác quản lý nhà nước; xúc tiến, quảng bá du lịch; phát triển sản phẩm du lịch; đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực và xúc tiến kêu gọi đầu tư.

Từ góc độ của một doanh nghiệp trực tiếp thiết kế, khai thác nhiều tuyến du lịch mang tính phối hợp, liên kết giữa các địa phương, ông Nguyễn Đông Hòa, Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn - Saigontourist cho biết: Việc hợp tác kết nối trong lĩnh vực du lịch được thực hiện theo cả hai chiều. Nghĩa là, doanh nghiệp đưa du khách từ Thành phố Hồ Chí Minh đến các tỉnh, thành và ngược lại khách cũng từ các địa phương, chẳng hạn như thông qua các cửa khẩu ở nhiều địa phương vùng Đồng bằng sông Cửu Long, du khách sẽ đến Thành phố Hồ Chí Minh. Theo ông Đông Hòa, hiện nay, khoảng 70% du khách quốc tế sau khi vào Thành phố Hồ Chí Minh đã đặt vấn đề muốn đến các địa phương vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Không chỉ đẩy mạnh kết nối, hợp tác với các địa phương vùng Đồng bằng sông Cửu Long, ngành Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh còn kết nối, hợp tác phát triển du lịch với nhiều tỉnh, thành khu vực Trung bộ, Tây Nguyên như: Lâm Đồng, Nghệ An... Chương trình hợp tác phát triển du lịch giai đoạn 2014 - 2018 giữa Thành phố Hồ Chí Minh và tỉnh Nghệ An - địa phương giàu tiềm năng phát triển du ở khu vực Bắc Trung bộ đã được thực hiện hiệu quả là một minh chứng.

Chương trình này đã góp phần khai thác, quảng bá nhiều sản phẩm du lịch về nguồn, thăm các di tích lịch sử ở tỉnh Nghệ An và Thành phố Hồ Chí Minh; kêu gọi doanh nghiệp đầu tư vào du lịch. Trong 4 năm từ 2015-2018, Công ty Dịch vụ Lữ hành

Saigontourist (thuộc Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn - Saigontourist) là đơn vị lữ hành ở Thành phố Hồ Chí Minh tiên phong khai thác một số tuyến, điểm du lịch ở Nghệ An, đã phục vụ khoảng 52.000 lượt du khách trong nước và quốc tế đến khám phá, trải nghiệm vẻ đẹp của quê hương xứ Nghệ.

Hiện nay, chương trình hợp tác giữa hai địa phương giai đoạn 2019-2025 đang được từng bước triển khai với việc tổ chức các đoàn khảo sát, xây dựng các chương trình tour kích cầu du lịch đến Nghệ An; hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực lĩnh vực du lịch...

Chị Nguyễn Thị Minh Anh, một du khách đến từ thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An chia sẻ, với việc di chuyển thuận lợi bằng đường hàng không từ Vinh vào Thành phố Hồ Chí Minh, các thành viên trong gia đình chị rất hào hứng với chuyến du lịch đến ở thành phố mang tên Bác, thăm nhiều di tích văn hóa lịch sử ý nghĩa như Bến Nhà Rồng, Địa đạo Củ Chi, Rừng Sác Cần Giò... Ngược lại, bạn bè của chị ở Thành phố Hồ Chí Minh cảm thấy rất thú vị khi được đến làng Sen - thăm quê hương Bác Hồ, thăm đảo chè Thanh Chương, biển Cửa Lò...



Du khách tham quan, tìm hiểu về các loại trái cây được bày bán tại chợ Bến Thành, thành phố Hồ Chí Minh. Ảnh: An Hiếu

Định vị sản phẩm đặc sắc ở từng địa phương

Theo lãnh đạo Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, trong liên kết, hợp tác, thành phố chú trọng việc cùng các địa phương xây dựng nội dung phối hợp cụ thể, căn cứ từ tiềm năng, tài nguyên du lịch cùng các điều kiện liên quan. Trong đó, việc định vị sản phẩm du lịch đặc sắc của từng vùng nhằm tạo sức hút đối với du khách khi đến mỗi địa phương là rất quan trọng.

Chẳng hạn, sản phẩm du lịch MICE (du lịch kết hợp tổ chức sự kiện, hội thảo, hội nghị, hoạt động kết nối tinh thần tập thể) được xác định là một trong những sản phẩm du lịch thế mạnh của Thành phố Hồ Chí Minh.

Sản phẩm du lịch này đã được nhiều doanh nghiệp du lịch ở thành phố tăng cường liên kết với các địa phương để xây dựng và khai thác một cách hiệu quả như Công ty dịch vụ Lữ hành Saigontourist, ở phân khúc khách hàng doanh nghiệp, từ tháng 5 đến tháng 7 /2019, doanh nghiệp này đã phục vụ khoảng hơn 100.000 lượt khách tham gia các hành trình thuộc loại hình du lịch MICE.

Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn - Saigontourist Nguyễn Đông Hòa cho rằng, cần xác định là sản phẩm được coi là đặc sắc, mới của từng địa phương không nhất thiết phải là mới 100%, chỉ cần là mới đối với thị trường mà các công ty du lịch đang khai thác.

Cụ thể, chương trình đưa du khách từ Thành phố Hồ Chí Minh xuống các tỉnh, thành vùng Đồng bằng sông Cửu Long bằng xe đạp đã quen thuộc song, trên nhưng cung đường du khách đi qua có rất nhiều các điểm dừng để các công ty du lịch có thể lựa chọn khai thác, làm mới sản phẩm du lịch như đến thăm các làng nghề, di tích lịch sử văn hóa...

Theo bà Cao Xuân Thu Vân, Giám đốc Sở Văn hóa, Thông tin, Thể thao và Du lịch tỉnh Bạc Liêu, Cụm trưởng Cụm liên kết phát triển du lịch phía Tây Đồng bằng sông Cửu Long: Trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển du lịch, các địa phương thuộc khu vực phía Tây Đồng bằng sông Cửu Long gồm thành phố Cần Thơ, các tỉnh An Giang, Kiên Giang, Cà Mau, Sóc Trăng, Bạc Liêu và Hậu Giang đã và đang nỗ lực xác định, phát triển nhiều sản phẩm du lịch đặc sắc của từng địa phương để tạo sự khác biệt, như:

Đối với An Giang là sản phẩm du lịch tâm linh; thành phố Cần Thơ là sản phẩm du lịch sông nước, còn đến với Bạc Liêu lại là sản phẩm du lịch từ chính những công trình phát triển kinh tế như công trình điện gió, khu nuôi tôm theo công nghệ cao.../.

Thanh Trà