

“Mài sắc” mũi nhọn du lịch

Bài 1: Thay da nhưng chưa đổi thịt

Theo Chương trình số 21-CTr/TU ngày 12 tháng 5 năm 2017 của Thành ủy Cần Thơ về việc thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TU ngày 16-1-2017 của Bộ Chính trị, đến năm 2020, du lịch thành phố cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp với các dịch vụ, sản phẩm chất lượng cao, đa dạng, bền vững; đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, là động lực thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác.

Để “mũi nhọn” du lịch đạt những mục tiêu trên, ngay từ bây giờ những điểm mạnh, yếu và giải pháp phát triển cần được nhìn nhận toàn diện.

Phát triển du lịch gắn với phát triển kinh tế- xã hội của thành phố là định hướng tiên quyết và toàn hệ thống chính trị đã nỗ lực tạo chuyển biến trên nhiều mặt cho du lịch Cần Thơ. Tuy nhiên không ít khó khăn, thử thách vẫn tồn tại.

Tạo điểm nhấn bằng sự khác biệt

Năm 2005, du lịch Cần Thơ đón khoảng 1,45 triệu khách tham quan, trong đó có khoảng 462.000 lượt khách lưu trú. Trong hơn 10 năm qua, lượng khách đến Cần Thơ tăng trưởng bình quân khoảng 10-12%/năm. Những năm gần đây, Cần Thơ có sự phát triển vượt bậc về lượng khách đến. Giai đoạn 2014-2015, mức tăng trưởng là 18%; 2015-2016 có mức tăng trưởng 14%; đến giai đoạn 2016-2017, mức tăng trưởng đạt đến 41%.



Trải nghiệm sâu vào văn hóa, đời sống người dân Tây Nam Bộ là các tour mà khách quốc tế yêu thích. Trong ảnh: Đoàn học sinh Singapore tham quan và tìm hiểu văn hóa người Việt tại chợ truyền thống. Ảnh: MINH SANG

Năm 2017, du lịch Cần Thơ đón 7,5 triệu lượt khách (tăng 41% so cùng kỳ năm 2016), trong đó khách lưu trú đạt 2,18 triệu lượt (tăng 27%) và lưu trú quốc tế đạt 305.000 lượt, tăng 18%. Tổng doanh thu từ du lịch đạt gần 2.900 tỉ đồng, tăng 59% so với năm 2016. Đây là mức tăng trưởng cao nhất từ trước đến nay của ngành du lịch Cần Thơ. Ông Lê Minh Sơn- Phó Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTT&DL) Cần Thơ, cho biết: “Trước đây, du lịch Cần Thơ chưa xác định đúng thế mạnh, sản phẩm đặc trưng. Hiện chúng tôi quy hoạch, xác định điểm khác biệt của Cần Thơ so các tỉnh khu vực ĐBSCL, đó là tính đô thị, để tập trung xây dựng du lịch đô thị sông nước. Nhiều sự kiện lễ hội được tổ chức để hình thành sản phẩm mang nét văn hóa địa phương với sức hút riêng”.

Đề án điều chỉnh “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thành phố Cần Thơ đến năm 2020, định hướng đến năm 2030” (Đề án) xác định: Thế mạnh của Cần Thơ là du lịch đô thị sông nước với điểm nhấn Chợ nổi Cái Răng và du lịch MICE- du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo. Cần Thơ thu hút khách bằng sông nước miệt vườn cùng với những tiện nghi, dịch vụ chất lượng cao của một đô thị hiện đại. Theo đó, du lịch Cần Thơ đang dần hình thành được những sản phẩm và tạo nên sức hút. Các tour đường sông nối liên quận, huyện: Ninh Kiều, Cái Răng, Bình Thủy,

Phong Điền đang được đầu tư, nâng chất. Rạch Lòng Ông đã được thành phố nạo vét, thông suốt cung đường sông khám phá liên quận Cái Răng, Bình Thủy. Trên cung đường này có hàng loạt điểm đến: Bến Ninh Kiều, chợ nổi Cái Răng, làng đồ chơi dân gian, vườn trái cây Ba Cống, chùa Long Quang, nhà cổ Bình Thủy, đình Bình Thủy, Cồn Sơn... kết nối du lịch cộng đồng- di tích lịch sử- văn hóa- ẩm thực. Cần Thơ đang dần hình thành hệ thống sản phẩm du lịch đặc trưng từ sự kiện, lễ hội: Lễ hội bánh dân gian Nam Bộ (10-3 âm lịch), Lễ hội trái cây Tân Lộc (mùng 5-5 âm lịch, ở Thốt Nốt), Lễ Kỳ yên Thượng điền Đình Bình Thủy (rằm tháng 4 âm lịch hằng năm), Ngày hội Du lịch Chợ nổi Cái Răng (9-7), Ngày hội du lịch sinh thái Phong Điền (27-9), Ngày hội Đêm hoa đăng Ninh Kiều (4-8)...

TP Cần Thơ cũng không ngừng đầu tư đồng bộ hạ tầng phục vụ du lịch. Những đường bay mới được mở ra, kết nối Cần Thơ với Hà Nội, Phú Quốc, Côn Đảo, Đà Nẵng, Bangkok. Sự phát triển giao thông đồng bộ từ đường bộ, thủy đến hàng không, đã tạo điều kiện để Cần Thơ có thể liên kết trực tiếp với các tỉnh, thành phố là trung tâm du lịch: Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Lâm Đồng... hay hình thành liên kết cụm Cần Thơ- An Giang- Kiên Giang, Cần Thơ- An Giang- Kiên Giang- Cà Mau- Bạc Liêu...

Ở góc độ doanh nghiệp, ông Trương Văn Vinh- Phó Tổng Giám đốc An Tín Travel khu vực miền Tây, đánh giá: “So với trước, Cần Thơ có nhiều sản phẩm hơn. Nổi bật là các sản phẩm du lịch sinh thái, tâm linh, trải nghiệm, cộng đồng... Từ đó các đơn vị lữ hành thuận lợi trong xây dựng tour. Hệ thống cơ sở lưu trú tại Cần Thơ phát triển khá tốt, giá tương đối ổn định, phù hợp để đẩy mạnh phát triển loại hình du lịch MICE”. Đến nay, Cần Thơ có 270 cơ sở lưu trú với hơn 6.900 phòng, trong đó có 140 khách sạn từ 1-5 sao (trên 4.500 phòng), đủ đáp ứng nhu cầu du khách trong các kỳ lễ Tết, cũng như phục vụ các hội nghị, hội thảo quốc tế, quốc gia và khu vực. Bà Đinh Thị Thanh Xuân, Giám đốc khách sạn TTC chi nhánh Cần Thơ, cho biết: “Chúng tôi luôn nâng chất các dịch vụ đảm bảo phù hợp hạng sao đã được công nhận. Ngoài đầu tư cơ sở vật chất, nhân lực cũng là yếu tố không thể bỏ qua, nên chúng tôi luôn tạo điều kiện để nhân viên nâng cao kỹ năng, nghiệp vụ chuyên môn qua các lớp đào tạo”.

Bài toán về bản sắc- đầu tư- nhân lực

Dù đã xác định được thế mạnh là du lịch đô thị sông nước với điểm nhấn Chợ nổi Cái Răng và du lịch MICE, nhưng đến nay những thế mạnh đó vẫn chưa được thể hiện rõ ràng. Ông Nguyễn Hồng Hiếu- Giám đốc Hieu's Tour, cho rằng: “Chợ nổi là sản phẩm đặc trưng nhưng địa phương vẫn chưa làm bật lên được nét độc đáo của bản sắc văn hóa sông nước. Sản phẩm du lịch tại Cần Thơ còn nhỏ lẻ, tự phát và trùng lặp. Đa số đơn vị lữ hành chỉ khai thác dòng sản phẩm: chợ nổi- vườn

cây- làng nghề- ẩm thực và tập trung ở các điểm quen thuộc”. Đồng quan điểm, bà Nguyễn Ngọc Sương- Giám đốc Hải Âu Tourist, nhìn nhận: “Cần Thơ là trung tâm ĐBSCL, cửa ngõ giao thông và cũng là vùng đất giao thoa văn hóa, nổi bật là văn minh miệt vườn sông nước, có tiềm năng lớn trong việc phát triển du lịch đường sông, tìm hiểu văn hóa. Tuy nhiên, hiện nay còn hạn chế về loại hình, tour tuyến khai thác thể mạnh này. Hầu hết chỉ lặp đi lặp lại các tuyến tour truyền thống, vì thế sản phẩm thiếu sự sáng tạo và phá cách”.



Du khách trải nghiệm bơi thuyền thúng tại Bảo gia trang viên. Ảnh: KIỀU MAI

Nhiều năm qua, ngành du lịch đã nỗ lực xây dựng sản phẩm du lịch từ các sự kiện lễ hội và bước đầu thu hút du khách, tạo được sự lan tỏa... nhưng vẫn còn nhiều hạn chế, thiếu tính chuyên nghiệp, chưa thể tạo bản sắc. Thực trạng nguồn nhân lực, việc phát huy các di tích lịch sử văn hóa, bảo tồn và gìn giữ làng nghề... gắn với du lịch vẫn chưa phát huy hết vai trò, gây khó cho phát triển du lịch. Cụ thể, chỉ có khoảng gần 52% lực lượng lao động trong lĩnh vực du lịch đã qua đào tạo. Bà Phạm Việt Ngoan- Phó Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề Du lịch Cần Thơ, đánh giá: “Chất lượng nhân lực du lịch trực tiếp tại Cần Thơ tuy cao hơn so với khu vực, nhưng chưa đảm bảo về chất lượng. Phần lớn lực lượng được đào tạo cấp tốc, ngắn hạn (1-2 tháng), dài nhất cũng chỉ 1 năm. Số lao động có trình độ cao đẳng, đại học và trên đại học theo đúng chuyên ngành du lịch lại càng thấp”.

Trong khi đó, việc triển khai các dự án du lịch hay kêu gọi đầu tư khá chậm hoặc không hiệu quả. Dễ nhận thấy nhất, Chợ nổi Cái Răng là cốt lõi sản phẩm du lịch của Cần Thơ nhưng đề án Bảo tồn và Phát triển Chợ nổi Cái Răng vẫn rất chậm, do công tác bồi hoàn, di dời diêm Nhà kho Nông trường sông Hậu không thuận lợi. Theo lộ trình, đến năm 2020, Chợ nổi Cái Răng cơ bản phải có diện mạo mới, nhưng sau hơn 1 năm triển khai đề án, vẫn chưa thấy rõ sự thay đổi.

Các dự án kêu gọi đầu tư về du lịch của 3 địa phương: Phong Điền, Bình Thủy và Thốt Nốt cũng gặp không ít trở ngại. Không ít nhà đầu tư đã tiếp cận các dự án, nhưng đều từ bỏ vì những hạn chế về chính sách và tính rủi ro cao của các dự án. Ông Nguyễn Ngọc Thuyền- chủ vườn cò Bằng Lăng (Thốt Nốt), cho biết: “Trước đó, có nhiều nhà đầu tư đến trao đổi để hợp tác, nhưng rủi ro từ đặc thù của hệ sinh thái tự nhiên, những hạn chế về cơ chế chính sách khiến cho các nhà đầu tư e dè và bỏ cuộc”. Tương tự trong đầu tư cho hạ tầng du lịch, nhất là mở các chuyến bay thẳng trực tiếp từ Cần Thơ, cũng gặp không ít khó khăn về cơ chế. Ông Lê Minh Sơn- Phó Giám đốc VHTT&DL Cần Thơ, nhìn nhận: “Ngành du lịch Cần Thơ có xuất phát điểm thấp, tài nguyên còn hạn chế và chưa phát huy hết tiềm năng. Các điểm du lịch còn nhỏ lẻ, đầu tư chưa nhiều, hiệu quả chưa cao, nhất là hạn chế về các chính sách. Xây dựng sản phẩm đặc trưng, đầu tư cho hạ tầng du lịch, nhân lực... luôn là những vấn đề của ngành. Để giải quyết những vấn đề này, cần có lộ trình, cũng như sự chung tay của các ngành, các cấp”.

ÁI LAM

Bài 2: Tạo đòn bẩy