

“ĐƯỜNG BẰNG” ĐỂ DU LỊCH ĐỒNG BẰNG CẤT CÁNH

✓ ĐÀNG HUYỀN - CÁT ĐĂNG

“Từng bước nâng cao vị trí, vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội của vùng, góp phần cải thiện, nâng cao đời sống người dân, góp phần quảng bá hình ảnh vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) với cả nước và quốc tế” - Đó là mục tiêu chính của Quy hoạch tổng thể Phát triển du lịch vùng ĐBSCL đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, được Chính phủ phê duyệt tháng 11-2016. 3 năm nhìn lại, du lịch đồng bằng đã có những khởi sắc tích cực nhưng vẫn còn những “điểm nghẽn” cần được đánh giá thấu đáo để có định hướng phát triển bền vững.

Giàu tài nguyên, bản sắc văn hóa

ĐBSCL chiếm 12% diện tích và 19% dân số cả nước. Vùng đất này tạo sự khác biệt về địa hình với mạng lưới sông ngòi, kênh rạch chằng chịt, từ chức năng ban đầu là giao thông, thủy lợi nhưng lâu dần định hình nét văn hóa riêng. Văn hóa sông nước. Điển hình là tại TP Cần Thơ, ngoài khoảng 60km chiều dài sông Hậu chảy qua, thành phố này còn có hàng trăm con sông, kênh, rạch lớn nhỏ khác nhau cùng nhiều cồn đất lớn như cồn Tân Lộc, cồn Sơn, cồn Khương, cồn Cái Khế và cồn Ấu. Đó là “báu vật sông nước” của Cần Thơ và cũng là tài nguyên du lịch đang được khai thác tốt.

Hiếm có vùng du lịch nào phong phú như ở ĐBSCL khi sở hữu diện tích cây ăn trái rất lớn, chiếm gần 70% sản lượng trái cây của cả nước. Những xứ sở trái cây như Cái Bè - Tiền Giang, Chợ Lách - Bến Tre, Phong Điền - Cần Thơ... trở danh từ trăm năm trước và định hình thêm một nét văn hóa nữa mà nhà văn Sơn Nam định danh là “Văn minh miệt vườn”. Giữa đồng bằng lại có dãy Thất Sơn (thuộc tỉnh An Giang) hùng vĩ; những địa phương có biển như Kiên Giang, Bạc Liêu, Cà Mau, Tiền Giang... cũng đã khai thác hợp lý từ tài nguyên bản địa để làm du lịch. ĐBSCL còn có lợi thế khí hậu, không khí trong lành mà khi nói về giá trị của nó, một nhà đầu tư người Nhật đã thốt lên: “Chỉ cần bán không khí cũng hết bực”.

Ở khía cạnh văn hóa, tài nguyên về văn hóa các dân tộc tại ĐBSCL cũng là một kho tàng du lịch. Đó là các lễ hội, làng nghề và sản phẩm thủ công truyền thống, hay những tri thức dân gian, nét sinh hoạt đời thường. Thực tế thời gian qua, một

Bài 1: Vùng du lịch có “vàng”, “bạc” và cả “kim cương”

Với lợi thế là vùng đất giàu bản sắc với phong phú về địa hình cùng tài nguyên văn hóa, du lịch ĐBSCL những năm gần đây xác lập vị trí khá vững chắc trên bản đồ du lịch Việt Nam. Ông bà ta có câu: “Rừng vàng, biển bạc” và nếu nhiều người ví von cây trái miệt vườn là “kim cương” thì đây là một vùng du lịch có “vàng”, “bạc” và cả “kim cương”. Nhận diện thế mạnh và tài nguyên du lịch là điểm mấu chốt để có sản phẩm du lịch thu hút.



Du khách tham quan rừng tràm Trà Sư - sản phẩm du lịch độc đáo của tỉnh An Giang. Ảnh: LÊ THU

sở địa phương đã khai thác rất tốt yếu tố này trong xác lập nét riêng của mình như tham quan làng nghề dệt của bà con dân tộc Chăm ở Châu Phong - An Giang; mô hình Làng Văn hóa Du lịch Khmer ở Châu Thành - Trà Vinh; hay các lễ hội đua ghe ngo ở Sóc Trăng, Ok-om-bok ở Trà Vinh...

Ông Nguyễn Thanh Hùng, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Đồng Tháp, nhận định: “Tiềm năng phát triển du lịch của các tỉnh, thành ĐBSCL là rất lớn nếu được khai thác một cách hợp lý và đồng bộ nhằm phát huy những lợi thế sẵn có, nhất là phát triển du lịch sinh thái và du lịch nghỉ dưỡng”. Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng du lịch ở ĐBSCL những năm gần đây được đầu tư đồng bộ từ nhiều nguồn. Ông Bùi Tả Hoàng Vũ, Giám đốc Sở Du lịch TP Hồ Chí Minh, nêu những con số ấn tượng tại Diễn đàn Kết nối du lịch TP Hồ Chí Minh và ĐBSCL vừa diễn ra: ĐBSCL hiện có 42 điểm du lịch tiêu biểu cấp đồng bằng, 12 điểm du lịch đang xây dựng, khoảng 53.000 khách sạn, trong đó có 15% khách sạn đạt chuẩn 3 sao trở lên. Đặc biệt, lực lượng lao động trong vùng đạt khoảng 77.000 người với tổng doanh thu từ ngành du lịch của toàn vùng ĐBSCL vào năm 2018 ước đạt 24.000 tỉ đồng, tăng đến 34% so với năm 2017.

Theo ông Nguyễn Quốc Kỳ, Tổng Giám đốc Công ty Du lịch Vietravel: “Thiên nhiên ban tặng cho ĐBSCL tài nguyên dồi dào, khí hậu ôn hòa, vùng sông nước hữu tình kết hợp với tinh hoa văn hóa đặc sắc đến từ cộng đồng 4 dân tộc Kinh, Hoa, Khmer,

Chia theo cụm hay phân theo tuyến?

Theo Quy hoạch tổng thể Phát triển du lịch vùng ĐBSCL đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, du lịch ĐBSCL được chia thành 2 cụm. Cụm phía Đông gồm các tỉnh Đồng Tháp, Long An, Tiền Giang, Trà Vinh, Vĩnh Long, Bến Tre; cụm phía Tây gồm TP Cần Thơ và các tỉnh Bạc Liêu, Cà Mau, Sóc Trăng, An Giang, Hậu Giang, Kiên Giang.

Tuy nhiên, theo ông Nguyễn Quốc Kỳ, Tổng Giám đốc Công ty Du lịch Vietravel, quy hoạch sản phẩm du lịch ĐBSCL nên phân theo 3 tuyến: Đông (từ TP Hồ Chí Minh về Long An - Đồng Tháp - An Giang - Kiên Giang - Cà Mau), Trung tâm (từ TP Hồ Chí Minh đi Long An - Tiền Giang - Vĩnh Long - Cần Thơ - Hậu Giang - Kiên Giang - Cà Mau) và Tây (từ TP Hồ Chí Minh về Bến Tre - Trà Vinh - Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau).

Chăm đã tạo nên những nét đặc thù du lịch so với cả nước. Những lợi thế của du lịch ĐBSCL ngày càng lộ rõ và các địa phương trong vùng đã kịp khai thác để tăng tỷ trọng kinh tế ngành du lịch trong cơ cấu chung của địa phương.

Những điểm sáng

Nỗ lực để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn có thể kể đến TP Cần Thơ. Sau 2 năm thực hiện, Nghị quyết số 03-NQ/TU, ngày 1-8-2016, của Thành ủy Cần Thơ “Về đẩy mạnh phát triển du lịch” đã thực sự đi vào cuộc sống, tạo sức lan tỏa. TP Cần Thơ với khẩu hiệu “Đồ thị miền sông nước”, đã xác định những thế mạnh du lịch riêng như miệt vườn sông nước, di tích tiêu biểu và đặc biệt là loại hình du lịch kết hợp hội nghị, khen thưởng, sự kiện, triển lãm (MICE). Ở Cần Thơ, ngoài các điểm, tour du lịch luôn được nâng

chất thì địa phương đã nâng động tổ chức các sự kiện, lễ hội để thu hút du khách. Hàng năm, TP Cần Thơ có khoảng 10 lễ hội, sự kiện mà tiêu biểu là Lễ hội Bánh dân gian Nam bộ, đã trở thành thương hiệu quốc gia.

Ông Nguyễn Minh Tuấn, Phó Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP Cần Thơ, cho biết: Ngành du lịch thành phố luôn chú trọng đổi mới, mở rộng quy mô quảng bá, xúc tiến bên cạnh đầu tư có trọng điểm về hạ tầng du lịch. Đến hết năm 2018, Cần Thơ có 6 điểm du lịch tiêu biểu cấp đồng bằng, 12 điểm du lịch tiêu biểu cấp thành phố; tổng doanh thu du lịch đạt 3.785 tỉ đồng.

Với khẩu hiệu “Thuận khách như hồn sen”, du lịch Đồng Tháp những năm gần đây nổi lên như một hiện tượng về doanh thu và lượt du khách. Cụ thể năm 2018,

tổng lượt khách đến đạt 3,6 triệu (tăng 7,88% so năm 2017), trong đó có 90.000 khách quốc tế (tăng 15,24%). Du lịch Đồng Tháp nổi bật với các mô hình du lịch homestay, cộng đồng tại Làng hoa kiểng Sa Đéc, Làng bột Tân Phú Đông, vườn quýt hồng ở huyện Lai Vung... và các điểm du lịch sinh thái ở Tràm Chim, Gáo Giồng... Đồng Tháp tiên phong và đến nay là địa phương duy nhất của cả nước hình thành mô hình Hội quán du lịch. Đây là nơi những người nông dân chia sẻ kinh nghiệm, liên kết phát triển du lịch. Ông Trần Thanh Hùng, chủ nhiệm Hội quán Cùng nhau làm du lịch (TP Sa Đéc), cho biết: Hội quán tập hợp 15 thành viên, sau hơn 6 tháng ra mắt đã phát huy hiệu quả phát triển du lịch ở làng hoa. Đây cũng là điều mà Bí thư Tỉnh ủy Đồng Tháp Lê Minh Hoan - người khai sinh mô hình Hội quán, tâm đắc: “Sau quá trình Đồng Tháp làm du lịch nông nghiệp, tôi nhận ra rằng giá trị mang lại không chỉ là kinh tế mà còn giúp thay đổi diện mạo nông thôn, thay đổi trong cách nghĩ, cách làm của người nông dân. Du lịch nông nghiệp giúp tạo ra những người nông dân hiện đại và hội nhập trên những nền tảng truyền thống”.

Nhìn lại một số địa phương khác như Kiên Giang với thế mạnh du lịch biển đảo, An Giang có du lịch miền sơn cước và tâm linh, Bến Tre và Tiền Giang với du lịch miệt vườn... đều đã tạo được dấu ấn. Làm du lịch cũng ngày càng lan tỏa trong cộng đồng. Ông Đồng Văn Thanh, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Hậu Giang, kỳ vọng: Tỉnh xác định thế mạnh du lịch là đặc sản địa phương với quỹ đường Long Trĩ, cá thối lóc, khóm Cầu Đúc, bưởi Năm Roi Phú Hữu... Mục tiêu đến năm 2025, Hậu Giang thu hút 1 triệu lượt du khách, trong đó có 70.000 lượt khách quốc tế, doanh thu hơn 1.400 tỉ đồng, tạo việc làm cho 4.200 người dân địa phương.

Lợi thế là như vậy nhưng những con số được đưa ra tại Diễn đàn Kết nối du lịch TP Hồ Chí Minh và ĐBSCL cho thấy: Nếu tính chung dân số của TP Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành ĐBSCL khoảng 27,5 triệu người thì bình quân một năm mỗi người dân trong vùng chỉ đón khoảng 2,8 lượt khách, trong đó chỉ có 0,39 lượt khách quốc tế. Đó là gộp chung cả TP Hồ Chí Minh để “choảng quã” chứ nếu tính riêng 13 tỉnh, thành ĐBSCL thì mỗi người dân đón chưa đến 1,9 lượt khách trong năm. Đây là “điểm nghẽn” trong thu hút lượt khách và tạo doanh thu cho du lịch đồng bằng? ●

Bài 2:

Nhận diện “điểm nghẽn”