

## ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG:

# Tạo sản phẩm đặc thù, độc đáo thu hút khách du lịch

TRẦN TRỌNG TRIẾT

**N**hững năm qua, cùng với cả nước, du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long đã được quan tâm khai thác, phát triển và đạt được nhiều thành quả đáng khích lệ. Năm 2013, đồng bằng sông Cửu Long đã đón 20.731.493 lượt khách đến tham quan du lịch, tăng 6,8% so với năm 2012; trong đó, có 1.668.852 lượt khách quốc tế (tăng 3,9%), đạt doanh thu 5.141,2 tỷ đồng (tăng 18,4%)... Tuy nhiên, kết quả trên vẫn chưa phản ánh đúng tiềm năng phát triển du lịch của vùng.

Hiện nay, các sản phẩm du lịch chủ đạo của đồng bằng sông Cửu Long là tham quan miệt vườn, sông nước, chợ nổi. Du lịch biển đảo tại khu vực còn hạn chế, dẫn đến Phú Quốc với điều kiện thiên nhiên ưu đãi là lợi thế quan trọng cho loại hình sản phẩm này, không chỉ của riêng đồng bằng sông Cửu Long mà còn có vị trí đặc biệt quan trọng đối với cả nước.

Và dù có hệ sinh thái tự nhiên tương đối đặc thù tại một số khu vực như các vùng đất ngập nước, rừng tràm nhưng hoạt động du lịch sinh thái ở đồng bằng sông Cửu Long phát triển chưa xứng với tiềm năng, chưa có những sản phẩm du lịch sinh thái đúng nghĩa và hấp dẫn. Vì vậy, xây dựng sản phẩm đặc thù, hấp dẫn cho từng khu vực tại đồng bằng sông Cửu Long là hết sức cần thiết, nhằm phát huy thế mạnh của từng khu vực, cải thiện khả năng cạnh tranh chung, nâng cao sức hấp dẫn của toàn vùng.



Du lịch miệt vườn

Ảnh: CTV

“Đề án phát triển du lịch đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020” hy vọng sẽ tạo bước đột phá gồm du lịch tham quan sông nước, miệt vườn kết hợp nghỉ tại nhà dân. Du lịch văn hóa tìm hiểu văn hóa các dân tộc trong vùng; du lịch sinh thái, tham quan nghiên cứu các hệ sinh thái đa dạng của vùng; du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp (tại Phú Quốc, Hà Tiên); hình thành và phát huy các sản phẩm liên kết của từng khu vực tạo sức cạnh tranh cao cho các chương trình du lịch tổng hợp... đồng thời, mở ra khả năng kết nối sản phẩm nội vùng, liên vùng, liên quốc gia, tạo hiệu quả kinh tế cao từ du lịch, góp phần cải thiện bộ mặt đô thị; đẩy mạnh xã hội hóa phát triển du lịch trong vùng, khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng gắn du lịch với xóa đói giảm nghèo, kêu gọi đầu tư xây dựng các dự án về du lịch có quy mô và chất lượng quốc tế.

Chỉ tiêu phát triển du lịch của đồng bằng sông Cửu Long là đến năm 2015 đạt 2,7 triệu lượt khách quốc tế và 5,2 triệu lượt khách nội địa, cùng số lượng buồng khách sạn cần có là 37.150. Năm 2015, đồng bằng sông Cửu Long có 154.700 lao động trong lĩnh vực du lịch, trong đó có 54.100 lao động trực tiếp. Từ năm 2015, thu nhập xã hội từ hoạt động du lịch của đồng bằng sông Cửu Long sẽ đạt 723,1 triệu USD, giá trị GDP du lịch đạt 49,6 triệu USD. Nhu cầu đầu tư cho du lịch giai đoạn từ nay đến năm 2015 là 959,6 triệu USD. Đến năm 2020, đồng bằng sông Cửu Long sẽ đạt 3,9 triệu lượt khách nội địa, lượng buồng khách sạn ở giai đoạn này là 50.000 và có 236.600 lao động làm việc trong lĩnh vực du lịch, trong đó có 82.700 lao động trực tiếp. Bắt đầu từ năm 2020, thu nhập xã hội từ hoạt động du lịch đồng





*Du lịch sông nước ở đồng bằng sông Cửu Long*

*Ảnh: CTV*

▶ bằng sông Cửu Long đạt 1.349,5 triệu USD, giá trị GDP du lịch đạt 877,1 triệu USD. Nhu cầu đầu tư cho du lịch giai đoạn 2016-2020 là 963,7 triệu USD. Thị trường mà đề án hướng đến là Việt kiều và du khách khu vực Đông Nam Á, đặc biệt là Campuchia; bên cạnh đó, vẫn duy trì các thị trường Đông Bắc Á, Tây Âu, Bắc Mỹ và không quên phát huy lượng khách du lịch nội địa truyền thống của vùng là thị trường TP Hồ Chí Minh, miền Đông Nam Bộ; đồng thời khai thác thêm thị trường từ Hà Nội.

Theo Hiệp hội Du lịch đồng bằng sông Cửu Long (MDTA), năm 2013, đồng bằng sông Cửu Long đã đón 20.731.493 lượt khách đến tham quan du lịch tăng 6,8% so với cùng kỳ. Trong 5 tháng đầu năm nay, đồng bằng sông Cửu Long đã thu hút được gần 11 triệu lượt khách đến tham quan, tăng 9%, doanh thu đạt 2.566,7 tỷ đồng, tăng 27% so với cùng kỳ năm ngoái. MDTA rất kỳ vọng trong 6 tháng cuối năm 2014, lượng du khách đến đồng bằng sông Cửu Long sẽ còn tăng thêm, đặc biệt là khách quốc tế.



*Điều khám phá thú vị của khách du lịch*

*Ảnh: CTV*

Để đến năm 2015, du lịch đồng bằng sông Cửu Long có thể đạt các chỉ tiêu mà đề án đưa ra thì ngay từ bây giờ các địa phương cần tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng; tổ chức chương trình khảo sát điểm đến, các roadshow tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng trong và

ngoài nước để thu hút khách; đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, chuẩn bị mọi điều kiện tốt nhất để hưởng ứng các sự kiện tại địa phương và khu vực; tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch của từng địa phương; củng cố lại hoạt động của các khu, điểm du lịch để phục vụ du khách ngày càng tốt hơn. ■