

Cần làm gì để thu hút khách du lịch quốc tế đến Đồng Tháp?

PHẠM HÙNG CƯỜNG*

Nằm trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long trù phú, Đồng Tháp được xem là tỉnh có nhiều lợi thế để phát triển du lịch. Thế nhưng, vị trí của Đồng Tháp trên “bản đồ du lịch” Việt Nam còn rất mờ nhạt, nhất là lượng khách du lịch quốc tế đến đây còn hạn chế.

THỰC TRẠNG

Nhắc đến Đồng Tháp là nhắc đến vùng đồng nước Tháp Mười mênh mông, vừa giàu về thiên nhiên sinh thái, vừa giàu truyền thống cách mạng. Với lịch sử phát triển hơn 300 năm, nơi đây có nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp còn giữ được nét hoang sơ, có truyền thống lịch sử lâu đời, nhiều di tích văn hoá, cách mạng, như: Khu di tích Cù phó Bảng Nguyễn Sinh Sắc, Vườn quốc gia Tràm Chim, Khu sinh thái Gáo Giồng, Khu di tích lịch sử Xẻo Quýt, Nhà cổ Huỳnh Thủy Lê, Di tích kiến trúc cổ chùa Kiến An Cung, Làng hoa kiểng Tân Quy Đông, Làng dệt chiếu Định Yên.

Đồng Tháp cũng nổi tiếng với các sản vật đặc trưng không đâu có được từ các vùng, miền khác, như: nem Lai Vung, bánh phồng tôm Sa Giang, món ăn làm từ bột gạo; các loại trái cây, như: quýt hồng Lai Vung, xoài cát Cao Lãnh, hạt sen Tháp Mười... Đặc biệt, đặc sản nem Lai Vung được trung tâm sách Kỷ lục Việt Nam công nhận vào Top 14 đặc sản ngon nổi tiếng và giá trị Việt Nam năm 2012.

Tận dụng lợi thế tiềm năng đặc thù trên, Đồng Tháp đã lập quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và các dự án đầu tư cơ sở vật chất, các khu du lịch trọng điểm. Theo đó, tập trung vào 19 khu, điểm du lịch, trong đó 5 khu, điểm du lịch trọng điểm thuộc cấp tỉnh quản lý và ưu tiên đầu tư.

Về cơ sở lưu trú du lịch, hiện nay trên địa bàn Đồng Tháp có 23 khách sạn đang hoạt động, trong đó chỉ có 1 khách sạn 3 sao; 11 khách sạn từ 1 đến 2 sao và 752 phòng; có 561 phòng đạt tiêu chuẩn phục vụ khách quốc tế. Bên cạnh đó, còn có gần 1.000 nhà nghỉ, nhà khách, nhà trọ với tổng số là gần 8.000 phòng ở, trang thiết bị ở mức bình thường. Về hệ thống cơ sở ăn uống, Tỉnh chỉ có 6 nhà hàng nằm trong khách sạn, 2 nhà hàng tại 2 khu du lịch, chưa kể hệ thống cơ sở ăn uống chuyên doanh nằm ngoài hệ thống du lịch, với 471 nhà hàng, quán ăn, tiệm ăn có sức chứa khoảng 20.770 chỗ ngồi.

Mặc dù số lượng khách du lịch đến Đồng Tháp ngày càng tăng lên, nhưng khách du lịch quốc tế còn khá hạn chế. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Tháp, năm 2015, du lịch Đồng Tháp đã đón trên 2 triệu lượt khách, tăng 13,15% so năm 2014. Trong đó, khách quốc tế đạt 50.000 lượt, tăng 10,9%; chỉ chiếm 25% tổng số khách du lịch đến Đồng Tháp. Doanh thu mang lại từ số khách du lịch quốc tế chỉ đạt gần 90 tỷ đồng, tăng 15,72% so với năm 2014. Các thị trường khách du lịch nước ngoài chính của tỉnh Đồng Tháp là: Pháp, Úc, Anh, Hoa Kỳ và Đức..., ngoài ra, còn có một số thị trường nhỏ lẻ, như: Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Malaysia, Singapore, Campuchia, Đài Loan, Thái Lan... Một điểm hạn chế trong thu hút khách du lịch quốc tế tới Đồng Tháp là thời gian lưu trú còn thấp (chỉ dao động từ 1-2 ngày).

Nguyên nhân của việc còn hạn chế trong thu hút khách du lịch nói chung, khách quốc tế nói riêng, là do: Hệ thống cơ sở vật chất phục vụ du lịch thiếu thốn, gây khó khăn cho việc hình thành các tour du lịch khép kín; Cơ chế thu hút đầu tư, chính sách thuế, xúc tiến, quảng bá, phát triển nguồn nhân lực còn bất cập; Nhiều thành phần kinh tế được phép tham gia kinh doanh các dịch vụ du lịch, song còn rất tự phát, không theo một quy chuẩn thống nhất đã tạo nên sản phẩm du lịch không đồng đều, chất lượng kém; Việc chấp hành luật pháp và các quy định về quản lý của cộng đồng, địa phương của các cơ sở kinh doanh du lịch chưa nghiêm...; Sản phẩm du lịch đơn điệu, thô sơ, trùng lặp, chất lượng dịch vụ thấp, chưa có nhiều hoạt động vui

* TS., Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II TP. Hồ Chí Minh | Email: phamhungcuong.cs2@ftu.edu.vn

chơi, giải trí, nghỉ ngơi, trải nghiệm để tạo cảm giác hứng thú, hấp dẫn nhằm giữ chân du khách; Đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên và phục vụ khách du lịch chưa được đào tạo kỹ lưỡng, đặc biệt là về kiến thức ngoại ngữ, sự am hiểu về du lịch chưa được sâu, bộc lộ nhiều yếu kém trong cung cách phục vụ và quảng bá du lịch.

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT

Để thu hút hơn nữa khách du lịch quốc tế tới Đồng Tháp tham quan, nghỉ dưỡng, theo chúng tôi, bên cạnh những giải pháp định hướng đã hoạch định trong Đề án phát triển du lịch tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2015-2020, Tỉnh cũng cần tham khảo để thực hiện có hiệu quả một số giải pháp, như sau:

Thứ nhất, nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước về du lịch ở Đồng Tháp. Trước hết, du lịch Đồng Tháp cần phát triển theo tổ chức không gian du lịch (cụm du lịch) trong quy hoạch tổng thể và theo 3 vùng kinh tế của Tỉnh: Vùng I gồm TP. Cao Lãnh và các huyện lân cận, hạt nhân là TP. Cao Lãnh; Vùng II gồm các huyện bờ Nam sông Tiền, hạt nhân là thị xã Sa Đéc; Vùng III là khu vực biên giới gồm thị xã Hồng Ngự và huyện Tân Hồng, hạt nhân là Hồng Ngự.

Thứ hai, tập trung đầu tư hoàn thiện và đồng bộ hóa hệ thống hạ tầng giao thông dẫn đến các khu, điểm du lịch trọng điểm của Tỉnh để xây dựng các tuyến du lịch, tour du lịch khép kín. Đồng thời, ưu tiên đầu tư phát triển dịch vụ tại các khu, điểm du lịch: Xẻo Quýt, Gáo Giồng, Vườn quốc gia Tràm Chim gắn với phát huy giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể để khai thác sản phẩm du lịch đặc thù của từng khu điểm du lịch. Tiếp tục đầu tư trùng tu, tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa, kiến trúc cổ để đưa vào các tuyến

điểm du lịch. Phát huy các lễ hội truyền thống hàng năm, như: Lễ giỗ cụ Phó bảng Nguyễn Sinh Sắc, Lễ hội Bà Chúa Xứ, Thiên Hộ Dương - Đốc Binh Kiều, Lễ giỗ ông bà Chủ chợ Cao Lãnh... để thu hút khách quốc tế đến Tỉnh.

Thứ ba, tăng cường công tác xúc tiến thương mại, quảng bá rộng rãi thế mạnh du lịch Đồng Tháp ra thị trường quốc tế. Theo đó, cần đẩy mạnh công tác truyền thông, quảng bá hình ảnh du lịch, sản phẩm làng nghề thủ công truyền thống của Tỉnh trên các đài truyền hình Trung ương, TP. Hồ Chí Minh, Đồng bằng sông Cửu Long, Đồng Tháp và các phương tiện truyền thông có mức lan tỏa lớn thông qua các phóng sự để thu hút nguồn khách du lịch quốc tế. Bên cạnh đó, cần tổ chức các đoàn Famtrip (quảng bá và tiếp thị du lịch) doanh nghiệp du lịch lữ hành, báo, đài trong cả nước để tăng cường việc kết nối tour đưa khách về tham quan du lịch Đồng Tháp.

Thứ tư, chú trọng xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, phù hợp với thị hiếu của người nước ngoài. Để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù cần đánh giá toàn diện và có hệ thống về các sản phẩm du lịch của Tỉnh để làm cơ sở xác định sản phẩm cần được nâng cấp, phát triển mới. Bên cạnh việc đầu tư, xây dựng những sản phẩm đặc thù của địa phương, sự quan tâm việc liên kết, hợp tác nhằm kết nối với các doanh nghiệp lữ hành ngoài nước để phát triển du lịch là việc làm thường xuyên và cần thiết, qua đó, góp phần quảng bá hình ảnh Đồng Tháp đến với du khách quốc tế.

Thứ năm, tiếp tục đào tạo nâng cao trình độ, nhất là ngoại ngữ cho nhân lực phục vụ trong ngành du lịch chuyên nghiệp hơn để nâng chất lượng dịch vụ. Đồng thời, tập huấn kiến thức về du lịch cho cộng đồng dân cư trong vùng có khu điểm du lịch để người dân có điều kiện tham gia vào các hoạt động kinh doanh dịch vụ tại các khu điểm du lịch. □

Abstract:

Located on Mekong Delta region, Dong Thap province obtains many advantages to boost tourism. The position of Dong Thap on "tourist map" in Vietnam, however, is very faint, especially the limited international tourists.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. UBND tỉnh Đồng Tháp (2015). *Quyết định số 03/2015/QĐ-UBND, ngày 15/1/2015 về việc ban hành Đề án phát triển du lịch tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2015-2020*
2. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đồng Tháp (2016). *Báo cáo tổng kết ngành văn hóa, thể thao và du lịch năm 2015*
3. Hoàng Thị Ánh Nguyệt (2015). Một số giải pháp phát triển du lịch tỉnh Đồng Tháp, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số chuyên đề tháng 05/2015
4. Mỹ Xuyên (2016). *Du lịch Đồng Tháp: Dấu ấn riêng*, truy cập từ http://baodongthap.com.vn/newsdetails/1D3FE18A7AE/Du_lich_Dong_Thap_Dau_an_ruong.aspx