

Phát triển du lịch đường sông tại sông Vàm Cỏ Đông: Nghiên cứu đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An

NGUYỄN TRẦN HOÀNG PHƯƠNG*
NGUYỄN HOÀNG PHƯƠNG**

Tóm tắt

Trong những năm qua, ngành du lịch tỉnh Long An đã bước đầu phát triển và tạo ra những nét đặc trưng riêng trong chuỗi giá trị du lịch tại Đồng bằng sông Cửu Long. Với nhiều đóng góp tích cực vào công cuộc phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Long An, du lịch ngày càng đóng vai trò quan trọng, là lĩnh vực được Tỉnh ưu tiên đầu tư phát triển trong thời gian tới. Bài viết sử dụng ma trận SWOT đánh giá những điểm mạnh, hạn chế, những cơ hội và thách thức của hoạt động du lịch đường sông tại sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch đường sông, sông Vàm Cỏ Đông, huyện Bến Lức, Long An

Summary

Over the years, the tourism industry of Long An province has initially developed and created its own characteristics in the tourism value chain in the Mekong Delta. With positive contributions to the socio-economic development of Long An province, tourism plays an increasingly important role and is prioritized for investment and development in the coming time. The article uses the SWOT matrix to assess the strengths, weaknesses, opportunities and challenges of river tourism in Vam Co Dong river, the section crossing Ben Luc district, Long An province, and then proposes some solutions to its development in the near future.

Keywords: river tourism, Vam Co Dong river, Ben Luc district, Long An

GIỚI THIỆU

Huyện Bến Lức nằm phía Đông Bắc của tỉnh Long An, là cửa ngõ phía Bắc của miền Tây Nam Bộ, cách trung tâm TP. Hồ Chí Minh khoảng 30 km về hướng Tây Nam và cách TP. Tân An 15 km về hướng Đông Bắc. Huyện Bến Lức được đánh giá là có hệ thống tài nguyên du lịch để phát triển du lịch đường sông vô cùng thuận lợi. Nhận thức được tiềm năng này, những năm qua, tỉnh Long An nói chung và huyện Bến Lức đã tập trung chỉ đạo và thực hiện có hiệu quả các chương trình, kế hoạch chuyên đề về phát triển du lịch. Chính vì vậy, việc đánh giá hoạt động du lịch tại sông Vàm Cỏ Đông đoạn

chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An là cần thiết.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong bài viết này, nhóm tác giả sử dụng mô hình SWOT để đánh giá hoạt động du lịch đường sông tại sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An. Mô hình phân tích SWOT được Albert Humphrey phát triển vào những năm 1960-1970. Đây là một công cụ hữu dụng được sử dụng nhằm hiểu rõ Điểm mạnh (Strengths), Điểm yếu (Weaknesses), Cơ hội (Opportunities) và Thách thức (Threats) trong một dự án, hoặc tổ chức kinh doanh. Thông qua phân tích SWOT, tổ chức sẽ nhìn rõ mục tiêu của mình, cũng như các yếu tố trong và ngoài tổ chức có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực tới mục tiêu đề ra.

* Học viên cao học Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

** TS., Học viện Chính trị Khu vực II

Ngày nhận bài: 25/10/2021; Ngày phản biện: 16/11/2021; Ngày duyệt đăng: 23/11/2021

**BẢNG: DOANH THU VÀ LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH ĐẾN BẾN LỨC
GIAI ĐOẠN 2012-2020**

STT	Diễn giải	Đơn vị tính	2016	2017	2018	2019	2020	Giai đoạn 2016-2020
I	Tổng doanh thu	tỷ/đồng	102	125	123	300	100	750
II	Tổng lượt khách	lượt	202.700	247.540	253.100	607.800	200.000	1.511.140
	- Quốc tế	lượt	2.200	2.340	2.500	7.500	350	14.890
	- Nội địa	lượt	200.500	245.200	250.600	600.300	199.650	1.496.250

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Long An

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Thực trạng phát triển du lịch đường sông tại sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An

Các sản phẩm du lịch đường sông hiện có

Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Long An, khu vực sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức tính đến thời điểm hiện nay chỉ có một tuyến sản phẩm du lịch đường sông duy nhất của Khu du lịch Happyland. Tuyến tham quan chủ yếu là đưa du khách thưởng ngoạn không gian sông nước miền Tây với những tàu dừa nước 2 bên bờ và niềm vui bắt đom đóm về đêm tại sông Vàm Cỏ Đông.

Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

Hiện nay, chỉ có 4 tàu du lịch với sức chứa 30 khách/lầu của khu du lịch Happyland là khai thác và đang hoạt động trên địa bàn huyện Bến Lức. Đây là con số rất ít, được tư nhân đầu tư với sức chứa 90 khách/đợt [1], trong khi vấn đề này rất quan trọng nhằm phát triển cơ sở vật chất phục vụ cho khách du lịch. Khu vực hiện chỉ tồn tại 2 cầu tàu như hiện nay cũng là quá ít để có thể phát triển du lịch đường sông. Hơn nữa, cảnh quan 2 bên bờ đoạn từ cầu Bến Lức đến Vàm Nhứt Tảo có nhiều khu công nghiệp, nhà máy, có đoạn xả trực tiếp chất thải thẳng xuống sông gây ô nhiễm nguồn nước. Việc xử lý nước, chất thải sinh hoạt chưa hợp lý, tạo nên không gian xấu xí kèm với mùi hôi nồng nặc khi trời nắng hanh.

Nguồn khách và doanh thu

Dựa trên bảng số liệu (Bảng) có thể thấy, lượng khách nội địa đến địa bàn huyện Bến Lức chiếm hơn 99%, khách du lịch quốc tế gần như rất ít. Việc này ảnh hưởng đến cơ cấu và tỷ trọng khách du lịch rất lớn. Về doanh thu, trong thời gian từ năm 2016 đến năm 2019, doanh thu về du lịch có tăng qua các năm, nhưng đến năm 2020, doanh thu du lịch giảm rõ rệt, nguyên nhân là do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 khiến lượng khách du lịch sụt giảm nghiêm trọng.

Nguồn nhân lực

Hiện nay, cán bộ quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch đều có trình độ đại học. Tuy nhiên, số lượng lao động trực tiếp trong ngành tại các cơ sở du lịch trong địa phương không qua các trường, lớp đào tạo vẫn còn nhiều. Lượng lao động ở các đơn vị hoạt động du lịch được đào tạo qua các trường dạy nghề còn rất thấp, nhất là lao động nghiệp vụ, phổ thông, thời vụ, có nhiều lao động chuyển từ các ngành khác sang rất cần được đào tạo lại.

Hoạt động quảng bá, quảng cáo, truyền thông

Hiểu được vai trò quan trọng của hoạt động xúc tiến quảng bá và truyền thông trong lĩnh vực du lịch, Trung tâm Xúc tiến Du lịch Long An trực thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Long An và phòng Văn hóa thông tin huyện Bến Lức đã tích cực tham gia các hoạt động hội chợ, hội thảo, sự kiện du lịch ở quy mô quốc gia và vùng, như: Hội chợ Du lịch quốc tế: VITM Hà Nội, VITM TP. Hồ Chí Minh, VITM TP. Cần Thơ và các lễ hội văn hóa, thể thao và du lịch thường niên của các tỉnh, thành bạn, nhằm giới thiệu tiềm năng và sản phẩm du lịch Long An.

Đánh giá tiềm năng phát triển di lịch đường sông tại sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua huyện Bến Lức, tỉnh Long An

Dựa vào hiện trạng thực tế và đánh giá khách quan, nhóm tác giả sử dụng mô hình SWOT để đánh giá khả năng phát triển của du lịch đường sông tại sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua huyện Bến Lức, tỉnh Long An. Kết quả như sau:

Điểm mạnh (S)

S1: Nằm tại địa bàn tỉnh Long An có truyền thống lâu đời. Huyện Bến Lức nổi tiếng với lịch sử đấu tranh giữ nước của dân tộc ta. Những bia chiến thắng Từ Gò Đen đến Vàm Nhứt Tảo như thể hiện tinh thần bất khuất của mảnh đất Long An. Đó là lý do Long An được công nhận 8 chữ vàng: “Long An trung dũng, kiên cường, toàn dân đánh giặc”. Đặc biệt, huyện Bến Lức, sông Vàm Cỏ Đông nổi tiếng với chiến thắng của Anh hùng Nguyễn Trung Trực đốt cháy hạm đội L' Espérance (Hy vọng) của Pháp năm 1886 tại Vàm Nhứt Tảo. Đây là dấu ấn lịch sử quan trọng của dân tộc ta cũng là minh chứng cho tinh thần yêu nước của người dân Long An. Đến nay, di tích Vàm Nhứt Tảo đã trở thành điểm du lịch về nguồn mang tính nhân văn vô cùng quan trọng của Bến Lức, Long An và khu vực miền Nam nói chung.

S2: Nhân sự quản lý nhà nước dày dặn kinh nghiệm. Nguồn nhân lực du lịch của tỉnh có nhiều bước tiến mới so với các năm vừa qua. Đa số nhân sự trong ngành du lịch có tinh thần chịu khó, cần cù và sáng tạo trong chuyên môn. Hàng năm, Tỉnh đều cử cán bộ, công chức, viên chức ngành du lịch tham dự lớp bồi dưỡng, tập huấn về du lịch do Tổng cục Du lịch, Trường Cán bộ quản lý Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức. Đồng thời,

phối hợp với Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh mở lớp tập huấn kiến thức thông tin đối ngoại trong du lịch cho cán bộ, công chức, viên chức và doanh nghiệp ngành du lịch nhằm nâng cao hiệu quả quản lý ngành, cũng như nâng cao kiến thức thông tin đối ngoại trong du lịch...

S3: Tài nguyên thiên nhiên phong phú. Bến Lức là địa phương có tiềm năng khá phong phú về tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên du lịch tự nhiên dựa trên các giá trị cảnh quan sinh thái đặc trưng của hệ thống sông Vàm Cỏ Đông. Các giá trị văn hóa lịch sử có giá trị, mà tiêu biểu là Di tích Vàm Nhứt Tảo, Khu tưởng niệm Luật Sư Nguyễn Hữu Thọ... Bến Lức có những điều kiện cơ bản để phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái, du lịch vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng và du lịch làng quê.

S4: Du lịch là ngành được sự quan tâm của UBND Tỉnh và Huyện. Nhiều cơ chế, chính sách tạo thuận lợi nhằm khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia, quy hoạch quỹ đất để phát triển du lịch, ưu đãi các nhà đầu tư, từng bước kiện toàn quản lý nhà nước, đầu tư mạnh vào cơ sở vật chất hạ tầng...

Điểm yếu (W)

W1: Còn giới hạn đối tượng khách hàng, nhất là khách quốc tế. Hiện nay, khách du lịch đến tỉnh Long An nói chung và huyện Bến Lức nói riêng chủ yếu là khách trong nước (99% là khách nội địa). Tuy nhiên, so với một số địa phương lân cận, lượng khách du lịch đến Long An vẫn còn khiêm tốn. Báo cáo của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Long An cho biết, trong 9 tháng của năm 2021, du lịch Long An đón khoảng 270.000 lượt khách (giảm 43% so với cùng kỳ), không có khách quốc tế; doanh thu 9 tháng ước đạt 140 tỷ đồng, giảm 50%. Dự báo, cả năm 2021, Tỉnh đón khoảng 350.000 lượt khách, không có khách quốc tế; doanh thu du lịch ước đạt 180 tỷ đồng, giảm 58% [4].

W2: Chưa có nhiều sản phẩm du lịch. Đến thời điểm này, chỉ có một tuyến sản phẩm du lịch đường sông duy nhất của Khu du lịch Happyland. Tuyến tham quan chủ yếu là đưa du khách thưởng ngoạn không gian sông nước miền Tây với những tàu dừa nước 2 bên bờ và niềm vui bắt đom đóm về đêm tại sông Vàm Cỏ Đông.

W3: Chưa có nhiều phương tiện, hình thức vận chuyển. Hiện nay, chỉ có 4 tàu du lịch với sức chứa 30 khách/tàu của khu du lịch Happyland là khai thác và đang hoạt động trên địa bàn huyện Bến Lức.

W4: Thương hiệu du lịch mới xây dựng, chưa mạnh.

Cơ hội (O)

O1: Tình hình thế giới trong những năm gần đây có nhiều biến động, bất ổn, do đó khách du lịch chuyển hướng sang các khu vực, lãnh thổ ổn định. Việt Nam có thể mạnh chính trị, xã hội ổn định. Đây là cơ hội để khách du lịch quốc tế chuyển dịch vào Việt Nam.

O2: Chính sách ngoại giao hoàn hảo, thân thiện với các nước. Chính sách mở cửa hội nhập đã giúp cho ngành du lịch phát triển mạnh mẽ. Việc tham gia vào Tổ chức Du lịch Thế giới, Hiệp hội Lữ hành châu Á - Thái Bình Dương và ký kết Hiệp định Du lịch ASEAN sẽ giúp Việt Nam thu hút thêm nhiều khách du lịch quốc tế.

O3: Kinh tế tăng trưởng nhanh dẫn đến đời sống người dân được cải thiện rõ rệt. Nhu cầu du lịch của người dân trong nước tăng lên.

O4: Việt Nam có nhiều danh lam thắng cảnh đẹp, trong đó có nhiều di sản của thế giới, như: Văn Miếu - Quốc Tử Giám, vịnh Hạ Long, Động Phong Nha, Phú Quốc... Bên cạnh đó, Việt Nam nổi tiếng với nền văn hóa đa dạng, đặc sắc và lịch sử lâu đời. Nơi đây được thiên nhiên ưu đãi, con người thân thiện.

Thách thức (T)

T1: Cạnh tranh gay gắt giữa các tỉnh, thành phố trong nước. Bến Lức, Long An nằm ở giữa 2 trung tâm du lịch lớn của vùng, một bên là trung tâm đô thị và du lịch, giải trí tổng hợp TP. Hồ Chí Minh và một bên là cụm trung tâm của vùng Đồng bằng sông Cửu Long với hệ thống sản phẩm du lịch đặc trưng là sinh thái miệt vườn, du lịch sông nước mà thị trường tới Long An còn rất ít. Nếu so sánh với các tỉnh khác trong khu vực, thì Long An vẫn là trung tâm trung chuyển hành khách, nên số lượng khách đến du lịch tại Bến Lức, Long An là thấp nhất Vùng.

T2: Tình hình thế giới biến động xấu trong những năm gần đây, như: khủng bố, thiên tai lũ lụt, khủng hoảng kinh tế, đặc biệt là đại dịch Covid-19... đã làm cho lượng khách du lịch giảm mạnh. Ngành du lịch của cả thế giới, cũng như Việt Nam đều bị ảnh hưởng đáng kể.

T3: Hạn chế trong việc lựa chọn điểm tham quan, vui chơi giải trí, vì mới có mặt trên thị trường.

T4: Môi trường tự nhiên, nhất là cảnh quan 2 bên bờ đoạn từ cầu Bến Lức đến Vàm Nhứt Tảo có nhiều khu công nghiệp, nhà máy, có đoạn xả trực tiếp chất thải thẳng xuống sông gây ô nhiễm nguồn nước. Việc xử lý nước, chất thải sinh hoạt chưa hợp lý, tạo nên không gian xấu xí kèm với mùi hôi nồng nặc khi trời nắng hanh. Sự quản lý yếu kém và ý thức chưa tốt của người dân là nguyên nhân dẫn đến những khó khăn trên.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Qua phân tích SWOT, nhóm tác giả nhận thấy, việc phát triển du lịch đường sông của sông Vàm Cỏ Đông

đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An có những điểm mạnh, nhưng có không ít thách thức, hạn chế. Để phát triển du lịch đường sông của sông Vàm Cỏ Đông đoạn chảy qua địa bàn huyện Bến Lức, tỉnh Long An, nhóm tác giả đề xuất một số kiến nghị thông qua các chiến lược cơ bản của ma trận SWOT, như sau:

Chiến lược S-O

- *Phát triển sản phẩm có chất lượng cao:* Tận dụng lợi thế về vị trí địa lý và đặc điểm thủy văn có thể phát triển những sản phẩm du thuyền kết hợp ngắm cảnh bên bờ sông, liên kết giữa các huyện thông qua hệ thống sông ngòi có thể tạo thành hệ thống sản phẩm đặc trưng không bị lẫn với địa phương khác. Ngoài ra, cần kết hợp với một số công ty du lịch lữ hành lớn ở TP. Hồ Chí Minh để làm các tour du lịch khép kín; cải tạo cảnh quan, chú trọng các sản phẩm du lịch đặc trưng mùa nước nổi vùng Đồng Tháp Mười...

- *Đẩy mạnh quảng cáo và xúc tiến tuyên truyền thương hiệu.* Việc quảng bá, truyền thông mang yếu tố then chốt, quyết định sự thành công của du lịch địa phương. Trong thời đại chuyển đổi số, việc áp dụng công nghệ thông tin, khoa học kỹ thuật vào các khâu hình thành sản phẩm là yếu tố quan trọng. Cần chú trọng sản phẩm trọng tâm để đưa ra chiến lược truyền thông – marketing phù hợp theo từng giai đoạn.

- *Phát triển thị trường tiêu thụ.* Dựa vào tiềm lực, nguồn lực sẵn có của chính quyền địa phương và nhà đầu tư tiến hành tiếp cận khách hàng trực tiếp tiêu thụ sản phẩm du lịch. Khuyến khích nhân dân hưởng ứng chương trình kích cầu du lịch “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” và đặc biệt là người Long An đi du lịch Long An, góp phần khôi phục thị trường du lịch.

Chiến lược S-T

- *Phát triển tuyến - điểm du lịch.* Địa phương cần đưa ra những chính sách thu hút đầu tư dựa trên thế mạnh đường sông, kết nối khu vực. Thay đổi dần cơ chế tạo ra sức hút, để việc kêu gọi đầu tư dễ dàng hơn.

- *Đầu tư cơ sở vật chất.* Xây dựng hệ thống bến bãi, cầu tàu nhằm phục vụ tốt nhất cho nhu cầu vận chuyển đi lại cập bến vận chuyển hành khách. Đồng thời, nâng cấp hạ tầng kỹ thuật, tạo thuận lợi cho hoạt động của các khu, điểm du lịch; triển khai gói hỗ trợ dịch vụ du lịch; áp dụng mức giá điện theo đơn giá điện sản xuất cho các cơ sở kinh doanh nhà hàng, dịch

vụ lưu trú du lịch thay vì áp dụng mức giá dịch vụ. Việc thiếu thốn cơ sở vật chất, hạ tầng là đặc điểm chung của khu vực Đồng bằng sông Cửu Long không riêng gì Long An, nếu khắc phục toàn diện, thì du lịch đường sông tại Long An sẽ phát triển vượt bậc so với các địa phương khác.

Chiến lược W-T

- *Đào tạo nguồn nhân lực.* Với vị trí địa lý gần TP. Hồ Chí Minh - trung tâm cung cấp nhân sự du lịch toàn miền Nam, Long An được tiếp cận nguồn nhân lực trẻ, khỏe, trí thức cao. Đây là cơ hội tốt để đầu tư và phát triển du lịch của Tỉnh.

- *Đẩy mạnh kênh bán hàng.* Sau đại dịch Covid-19, nhu cầu và hành vi mua sắm thay đổi. Việc nghiên cứu chuyển hướng kênh bán hàng là nhiệm vụ cấp thiết để tiếp cận đến khách du lịch. Các kênh truyền thông online - internet là định hướng tốt cho việc xây dựng hình ảnh thương hiệu của điểm đến của du lịch tỉnh Long An.

Chiến lược O-W

- *Xúc tiến truyền thông cùng cơ quan quản lý cấp bộ - Chính phủ.* Là địa phương mới mạnh nha phát triển du lịch đường sông, Bến Lức, Long An cần kết hợp phát triển, quảng bá hình ảnh thương hiệu cùng các cơ quan, ban ngành khác. Việc kết nối cùng giới thiệu với Tổng cục Du lịch là điều kiện cần để Long An có thể phát triển về du lịch.

- *Giảm giá kích cầu.* Nhu cầu và hành vi của du khách ngày càng thay đổi, vì thế việc định hướng sản phẩm chất lượng là cần thiết. Tuy nhiên, việc giúp du khách trải nghiệm dịch vụ du lịch là cần thiết không thể tách rời. Các cơ quan quản lý nhà nước cùng doanh nghiệp trợ giá, kích cầu du lịch tại chỗ vừa quảng bá được tuyến, điểm tham quan mới tại Long An là việc làm phù hợp trong giai đoạn này. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Long An (2016-2020). *Tình hình phát triển du lịch các năm, từ năm 2016 đến năm 2020*
2. Đoàn Tuấn (2015). *Nghiên cứu phân vùng chất lượng nước sông Vàm Cỏ Đông (đoạn chảy qua huyện Bến Lức)*, Báo cáo tổng kết đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở: Mã số: CS2013-28
3. Nguyễn Thị Hồng (2020). *Đánh giá khả năng phát triển du lịch đường sông của hệ thống sông ngòi ở TP. Đà Nẵng*, *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh*, 17(6), 1100-1112
4. Đức Hạnh (2021). *Long An: Nhiều giải pháp phục hồi du lịch hậu Covid-19*, truy cập từ <https://www.vietnamplus.vn/long-an-nhieu-giai-phap-phuc-hoi-du-lich-sau-dich-covid19/747666.vnp>
5. Humphrey, Albert (2005). *SWOT Analysis for Management Consulting*, SRI Alumni Newsletter