TRƯỜNG CAO ĐẲNG CẦN THƠ

KỶ YẾU

HỘI THẢO KHOA HỌC

Cần Thơ - Điểm đến du lịch Đồng bằng sông Cửu Long

Tháng 6-2017

Cô. Trần Ngọc Minh - Khoa DL

MỤC LỤC

Tên tham luận	Trang
1. Phát biểu khai mạc Hội thảo khoa học "Cần Thơ - Điểm đến du lịch Đồng bằng sông Cửu Long". *TS. Trần Thanh Liêm*	5
2. Báo cáo đề dẫn Hội thảo khoa học "Cần Thơ - Điểm đến du lịch Đồng bằng sông Cửu Long" *TS. Hồ Thanh Tâm*	7
3. Nguồn nhân lực trong phát triển du lịch thành phố cần Thơ *ThS. Trần Văn Kiệt*	13
4. Một số khuyến nghị phát triển du lịch sinh thái gắn với bảo vệ môi trường ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long *TS. Nguyễn Quốc Nghi*	23
5. Liên kết hợp tác du lịch giữa Cần Thơ và các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long *TS. Nguyễn Ngọc Phúc*	29
6. Phát triển du lịch bền vững tại cồn Sơn dưới góc nhìn CAS *ThS. Huỳnh Thị Bảo Trâm*	35
7. Tiềm năng phát triển du lịch ở thành phố Cần Thơ qua di sản miếu, hội quán của người Hoa *ThS.NCS. Đào Vĩnh Hợp - ThS.NCS. Võ Thị Ánh Tuyết*	43
8. Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch ở thành phố Cần Thơ trong bối cảnh thực thi MRA-TP *ThS.NCS. Nguyễn Quang Trung*	52
9. Phát triển kinh tế nông nghiệp gắn với du lịch văn hóa *ThS. Trần Văn Kiệt*	60
10. Chiến lược marketing địa phương cho ngành du lịch thành phố Cần Thơ *TS. Nguyễn Quốc Nghi*	66
11. Du lịch ẩm thực thành phố Cần Thơ - Triển vọng và định hướng *ThS. Ngô Hoàng Ân*	72
12. Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù thành phố Cần Thơ *ThS. Nguyễn Thị Mỹ Duyên - ThS. Nguyễn Phong Vũ - CN.CH. Nguyễn Thị Hoài Thanh*	79
13. Đề xuất chiến lược phát triển du lịch cộng đồng ở thành phố Cần Thơ trên cơ sở phân tích SWOT *ThS. Trần Thế Định*	84
14. Tiềm năng và những hạn chế, bất cập của du lịch Đồng bằng sông Cửu Long *ThS. Phạm Thị Thu Hà - CN. Phạm Ngọc Hòa*	93

15. Tiềm năng và một số giải pháp phát triển du lịch Cần Thơ theo hướng bền vững
ThS. Ngô Xuân Hào 98

16. Du lịch thành phố Cần Thơ: Những vấn đề đặt ra và kiến nghị
CN. Phạm Ngọc Hòa 105

17. Giải pháp phát huy lợi thế so sánh về tự nhiên - xã hội để du lịch thành phố Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn
ThS. Hoàng Văn Khải 112

18. Cần Thơ - Điểm hẹn du lịch vùng đất chín rồng
ThS. Tài Lê Khanh 119

19. Biện pháp phát huy giá trị di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch bền vững tại thành phố Cần Thơ
CN.CH. Nguyễn Thị Thúy Linh 123

20. Sản phẩm du lịch cộng đồng ở cồn Sơn thành phố Cần Thơ
CN.CH. Tô Nguyễn Duy Minh 127

21. Du lịch Cần Thơ trong bối cảnh mới: Thời cơ và thách thức
ThS. Nguyễn Thị Diễm My 135

22. Quản lý nhà nước về du lịch tại thành phố Cần Thơ - Thực trạng và giải pháp
CN. Lê Thị Nga 140

23. Định hướng phát triển trung tâm Logistics ở thành phố Cần Thơ góp phần thúc đẩy du lịch địa phương
CN. Lê Hồng Thảo Nguyên 145

24. Giải pháp thu hút khách du lịch đến với du lịch sinh thái miệt vườn thành phố Cần Thơ
ThS. Trần Ngọc Trinh - ThS. Đỗ Ngọc Hảo 148

25. Du lịch thành phố Cần Thơ hướng đến hiệu quả và phát triển bền vững trên con đường hội nhập
ThS. Nguyễn Văn Vỹ 158

26. Để phát triển Cần Thơ trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn ở Đồng bằng sông Cửu Long
ThS. Nguyễn Thị Hương 169

GIẢI PHÁP THU HÚT KHÁCH DU LỊCH ĐẾN VỚI DU LỊCH SINH THÁI MIỆT VƯỜN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

ThS. Trần Ngọc Trinh
Trường Đại học Văn Hiến TP Hồ Chí Minh
ThS. Đỗ Ngọc Hảo
Trường Cao đẳng Công thương TP Hồ Chí Minh

TÓM TẮT

Hòa vào xu thế hội nhập và phát triển kinh tế hiện nay, ngành du lịch càng khẳng định được vị trí là một trong những ngành kinh tế quan trọng - "ngành công nghiệp không khói" góp phần đắc lực vào công cuộc phát triển kinh tế của các nước, mở rộng giao lưu văn hóa, kinh tế, chính trị, tôn giáo giữa các quốc gia trên thế giới cũng như ở Việt Nam nói chung và thành phố Cần Thơ nói riêng. Thành phố Cần Thơ với vị trí địa lý thuận lợi, hệ thống sông ngòi chằng chịt vườn cây ăn trái bạt ngàn, văn hóa đặc trưng với đờn ca tài tử, món ăn dân dã... là lợi thế để thành phố Cần Thơ phát triển du lịch sinh thái miệt vườn (DLSTMV). Tuy nhiên, DLSTMV ở thành phố Cần Thơ hiện vẫn chưa phát triển tương xứng với lợi thế và tiềm năng sẵn có. Vì vậy làm sao để thu hút ngày càng nhiều khách du lịch đến với DLSTMV thành phố Cần Thơ là vấn đề hết sức cấp bách được đặt ra.

Từ khóa: *Giải pháp thu hút khách du lịch, du lịch sinh thái miệt vườn, thành phố Cần Thơ*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch sinh thái miệt vườn từ lâu đã là một loại hình du lịch hấp dẫn, đặc biệt phát triển ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, dọc theo các nhánh sông Mekong, trong đó điển hình có thành phố Cần Thơ.

Thành phố Cần Thơ có tiềm năng về nhiều mặt để phát triển du lịch. Nằm ở vị trí trung tâm vùng Đồng bằng sông Cửu Long, là một thành phố trẻ, vừa mang dáng dấp của một đô thị sông nước miệt vườn, vừa có tầm vóc của một thành phố công nghiệp hiện đại, thành phố Cần Thơ đang từng ngày phấn đấu vươn lên trở thành thành phố chủ lực của vùng Tây Nam bộ. Do vậy, để tận dụng những thế mạnh sẵn có về tài nguyên tự nhiên và nhân văn; nguồn lao động; cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật, Cần Thơ đang phát triển mạnh loại hình du lịch sinh thái miệt vườn, đây là một loại hình du lịch khá phổ biến ở Tây Nam bộ. Trong thời gian gần đây, với điều kiện thuận lợi và những nét đặc trưng riêng có nhiều bước tiến và đạt được kết quả đáng kể trong lĩnh vực này, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế của Cần Thơ. Bên cạnh những mặt mạnh khai thác được, DLSTMVCT vẫn còn nhiều tiềm năng chưa khai thác hết cũng như tồn tại nhiều hạn chế, còn mang tính trùng lặp trong quá trình phát triển các loại hình DLSTMV với các tỉnh khác trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long, chưa tạo được nét đặc trưng riêng cho DLSTMVCT, đôi khi tạo sự nhàm chán cho du khách. Vì vậy, nhóm tác giả đã khảo sát và đề xuất một số giải pháp để thu hút khách du lịch đến với DLSTMVCT nhằm đem lại hiệu quả kinh tế cao.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH MIỆT VƯỜN

2.1. Khái niệm du lịch

Theo Luật Du lịch Việt Nam (2005) tại điều 1, chương I: *"Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoản thời gian nhất định".*

2.2. Miệt vườn

2.2.1. Khái niệm miệt vườn

Miệt vườn là danh từ xuất hiện rất lâu đời trong văn hóa người dân Nam Bộ. Ngày nay, danh từ này được sử dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau trong đó có lĩnh vực du lịch.

Theo nhà văn Sơn Nam thì miệt vườn là *"cách gọi tổng quát của vùng đất cao ráo, có vườn cam, vườn quýt ở ven sông Tiền, sông Hậu thuộc tỉnh Sa Đéc, Vĩnh Long, Mỹ Tho, Cần Thơ. Miệt vườn tiêu biểu cho hình thức sinh hoạt vật chất và tinh thần cao nhất ở Đồng bằng sông Cửu Long."[6,242]*

Tác giả Phạm Trung Lương cũng đưa ra khái niệm miệt vườn như sau: *"Miệt vườn là một dạng đặc biệt của hệ sinh thái nông nghiệp, miệt vườn là các khu chuyên canh trồng cây ăn quả, trồng hoa, cây cảnh... rất hấp dẫn với khách du lịch. Tính cách sinh hoạt của cộng đồng người dân nơi đây pha trộn giữa tính cách người nông dân và người tiểu thương. Đặc điểm này đã hình thành nên những giá trị bản địa riêng được gọi là "Văn minh miệt vườn" và cùng với cảnh quan vườn tạo thành một dạng tài nguyên du lịch sinh thái đặc sắc."[2,44]*

2.2.2. Đặc điểm miệt vườn

Miệt vườn là những hệ sinh thái nhân tạo thuộc kiểu vườn nhà. Vườn nhà là một hệ thống sử dụng đất, gồm một căn nhà bao quanh bởi mảnh đất, được trồng nhiều loại hoa màu, cây hàng năm và cây lâu năm để đáp ứng những nhu cầu khác nhau của nhà vườn, công lao động chủ yếu do những thành viên trong gia đình thực hiện, diện tích nhà vườn khoảng vài trăm m^2 đến 1 hoặc 2 mẫu.

Do đặc điểm đất thấp, mức nước ngầm cao, sông rạch nhiều, mùa mưa bị ngập úng nên khác với các vườn ở vùng sinh thái trung du miền núi, hầu hết diện tích vườn đều được đào mương lên liếp để phục vụ tưới tiêu, chống úng vào mùa mưa lũ, tận dụng nuôi thủy sản để tăng thêm thu nhập. Ngoài ra, một số mô hình vườn nhà được thiết kế kết hợp với hoạt động du lịch sinh thái vườn.

2.3. Du lịch sinh thái miệt vườn

2.3.1. Khái niệm du lịch sinh thái miệt vườn

Cho tới nay, chưa có khái niệm thống nhất về du lịch sinh thái miệt vườn. Tuy nhiên có thể nói rằng: *"Du lịch sinh thái miệt vườn là hình thức du lịch dựa vào những điều kiện tự nhiên sẵn có của cư dân địa phương nhằm tạo ra các sản phẩm là các khu vườn cây trái, vườn hoa kiểng, các khu trang trại,... phục vụ cho sự phát triển du lịch và góp phần cải thiện kinh tế, tôn vinh bảo tồn giá trị truyền thống của cư dân địa phương"*. Hình thức du lịch này có nhiều ở miền Nam Việt Nam. Trong đó có thành phố Cần Thơ đã và đang khai thác thành công loại hình du lịch sinh thái miệt vườn này. Từ đó đã hình thành nên một nét đặc trưng cho du lịch vùng Nam Bộ.

2.3.2. Đặc điểm của du lịch sinh thái miệt vườn

Xét về mặt sinh thái, miệt vườn là một hệ sinh thái do con người tạo ra và

duy trì trên cơ sở các quy luật khách quan của các hệ sinh thái có sự kết hợp với các yếu tố tự nhiên hợp thành hệ sinh thái miệt vườn. Bao gồm các yếu tố khí tượng như: bức xạ mặt trời, nhiệt độ, độ ẩm không khí, gió,... tác động lẫn nhau và tác động vào đất, giống cây trồng, quần thể sinh vật tạo nên vi khí hậu cho vườn cây. Bên cạnh đó, các yếu tố như: nước, không khí, chất hữu cơ, chất khoáng cũng tác động vào nhau và chịu sự tác động của các yếu tố khí tượng để cung cấp nước, không khí, chất hữu cơ, chất khoáng cũng tác động vào nhau và chịu tác động của các yếu tố khí tượng để cung cấp nước, chất dinh dưỡng cho cây trồng.

Mặt khác, yếu tố không thể thiếu là biện pháp kỹ thuật do tác động của con người vào điều kiện khí tượng, vào đất, phân bón, tưới nước, chăm sóc, tất cả các yếu tố trên đều tác động tương hỗ lẫn nhau để cuối cùng tạo ra sản phẩm là các vườn cây ăn trái trĩu quả, là điều kiện mang lại hiệu quả kinh tế và phát triển du lịch. Có thể nói, đây là một hệ sinh thái vừa tự nhiên, vừa nhân tạo. Vì vậy, hệ sinh thái này cần được bảo vệ, bởi nếu con người dựa vào các điều kiện tự nhiên thuận lợi của miệt vườn mà canh tác và khai thác chúng quá mức dễ dàng sẽ dẫn đến tình trạng suy thoái và mất cân bằng.

Du lịch miệt vườn với môi trường sinh thái trong lành và cảnh quan thơ mộng, con người thân thiện, món ăn dân dã, cùng các loại trái cây ăn trái đặc sản nổi tiếng mỗi vùng, khiến cho du khách đã đến một lần không thể lỡ hẹn lần sau, các tour du lịch thường kết hợp dã ngại, thăm vườn và tham quan các di tích văn hóa lịch sử.

Du lịch miệt vườn là nét đặc trưng độc đáo của vùng sông nước ĐBSCL nói chung và Cần Thơ nói riêng. Với hơn 30.000 ha cây ăn trái nổi tiếng như cam, quýt, sầu riêng, nhãn, măng cụt, ổi, mận, xoài... trên diện tích trồng cây ăn trái phù hợp, ngày nay không đơn thuần là những vườn cây ăn trái sum sê mà đa phần đã được người dân cải tạo chăm sóc thành điểm du lịch, phong cảnh miệt vườn hết sức hấp dẫn. Bên cạnh vườn cây ăn trái, người dân còn thu hút khách du lịch bằng những vườn cây cảnh Bonsai mang tính nghệ thuật cao, với hàng trăm cây cảnh lớn nhỏ được tạo hình rất tinh vi, mang tính thẩm mỹ và đậm nét phương đông, hơn thế nữa, xung quanh nhà vườn còn được thiết kế các ao thả cá với nhiều loại cá nước ngọt nổi tiếng. Du khách có thể vãn cảnh và dùng bữa tại vườn thật lý thú và ngon miệng.

3. THỰC TRẠNG NHU CẦU DU LỊCH SINH THÁI MIỆT VƯỜN TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

3.1. Nguồn khách có nhu cầu du lịch sinh thái miệt vườn tại thành phố Cần Thơ

Từ kết quả khảo sát 50 khách du lịch quốc tế và 50 khách du lịch nội địa về với DLSTMV Cần Thơ, có thể thấy được nhu cầu chung về DLSTMV của Cần Thơ như sau: phần lớn nhu cầu của khách du lịch quốc tế và nội địa đến với DLSTMV là muốn được hòa mình vào môi trường thiên nhiên, được hít thở bầu không khí trong lành và trải nghiệm nét đặc trưng của văn hóa, phong cảnh tự nhiên của bản địa, được tham gia các hoạt động ngoài trời của vùng sông nước, vườn cây ăn trái tại vùng đất Tây Đô.

Dưới đây là bảng thống kê chi tiết nguồn khách có nhu cầu DLSTMV qua khảo sát thực tế:

Bảng 3.1: Tỉ lệ số lần khách du lịch đến miệt vườn

Số lần	Khách DL quốc tế		Khách DL nội địa	
	Số người (n)	Tỉ lệ (%)	Số người (n)	Tỉ lệ (%)
1 lần	43	78,2	12	21,8
2 lần	4	19	17	81
3 lần	3	14,3	18	85,7
Trên 3 lần	0	0	3	100

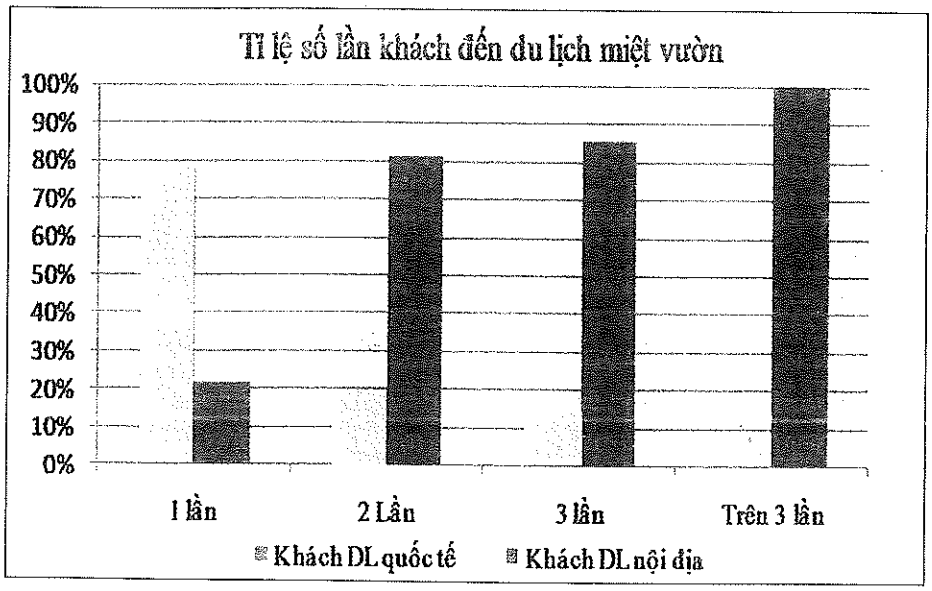
(Nguồn: số liệu từ 100 phiếu phỏng vấn du khách, năm 2016)

Nhận xét: Từ bảng số liệu khảo sát cho thấy sự khác biệt về số lần khách DLSTMV giữa khách quốc tế và khách nội địa P (value<0.01); trong đó đối với khách du lịch quốc tế lần đầu tiên tham gia DLSTMV. Đối với du khách quốc tế, thì đa số đây là lần đầu tiên đi DLSTMV trên địa bàn thành phố Cần Thơ, có đến 78,2% (n = 43), chỉ có 19% (n = 4) là lần thứ 2, 14% (n=3) lần thứ 3 và chưa có ai tham gia phỏng vấn có trên 3 lần đi DLSTMV tại Cần Thơ. Trái với số lượng khách quốc tế lần đầu tiên đến DLSTMV tại Cần Thơ, khảo sát cho thấy số lượng du khách quốc tế giảm dần trên 3 lần là 0%. Bảng số liệu trên, nhóm tác giả cụ thể hóa bằng biểu đồ sau:

Ngược lại trong 50 khách du lịch trong nước được phỏng vấn: 21,8% (n=12) là lần thứ nhất, chỉ có 81% (n = 17) là lần thứ 2, 85,7% (n=18) lần thứ 3, và phỏng vấn có trên 3 lần khách nội địa đi DLSTMV tại Cần Thơ là 100%.

Nguyên nhân có sự khác biệt số lần DLSTMV giữa khách quốc tế và nội địa, theo nghiên cứu là do: xu hướng khách nội địa thường đi DLSTMV vào những kỳ nghỉ lễ ngắn ngày, trước đó khách nội địa cũng có sự chuẩn bị kỹ lưỡng về phương tiện đi lại (đôi khi là sự chủ động về phương tiện cá nhân) và sự am hiểu về địa lý và vùng miền (cùng trên lãnh thổ Việt Nam) nên đến với

Biểu đồ 3.2: Tỉ lệ số lần khách đến du lịch miệt vườn



DLSTMV trở nên quen thuộc và đi lại nhiều lần; còn đối với du khách quốc tế thường là các kỳ nghỉ dài ngày, vừa kết hợp du lịch nghỉ dưỡng và DLSTMV, họ muốn khám phá những nét văn hóa, phong tục tập quán và ẩm thực tại vùng sông nước Cần Thơ nên số lần đến với DLSTMV lần thứ nhất thường nhiều hơn so với những lần tiếp theo.

3.2. Nguồn thông tin

Nguồn thông tin khảo sát	Khách DL quốc tế		Khách DL nội địa	
	Số lần (n)	Tỉ lệ (%)	Số lần (n)	Tỉ lệ (%)
Cty lữ hành	15	88,2	2	11,8
Bạn bè, người thân, đồng nghiệp	14	27,5	37	72,5
Sách, báo, internet	14	58,3	10	41,7
Khác	7	87,5	1	12,5

(Nguồn: số liệu từ 100 phiếu phỏng vấn du khách, năm 2016)

Nhận xét: Từ bảng số liệu khảo sát cho thấy sự khác biệt về số lần khách DLSTMV giữa khách quốc tế và khách nội địa (P (Asymp* Sig* (2- sided) <0.01); trong đó đối với khách du lịch nước ngoài tìm hiểu thông tin qua các công ty lữ hành: 88,2% (n = 15); tìm hiểu qua bạn bè và người thân, đồng nghiệp là 27,5% (n = 14); qua phương tiện sách, báo, mạng internet là 58,3% (n=14) và các phương tiện thông tin khác là 87,5% (n=7).

Đối với khách DL nội địa, qua tìm hiểu thông tin qua các công ty lữ hành: 11,8% (n = 2); qua tìm hiểu qua bạn bè và người thân, đồng nghiệp là 72,5% (n = 37); qua phương tiện sách, báo, mạng internet là 41,7% (n=10) và các phương tiện thông tin khác là 12,5% (n=1).

Nguyên nhân có sự khác biệt về nguồn thông tin tìm hiểu của khách du lịch quốc tế và khách nội địa là do: khách quốc tế thường có sự cách biệt về địa lý, quốc gia, vùng lãnh thổ nên phương tiện tìm hiểu chủ yếu qua các công ty du lịch lữ hành, qua mạng internet, các phương tiện khác cao hơn so với khách du lịch nội địa. Họ cũng tìm hiểu kinh nghiệm DLSTMV của bạn bè, người thân, đồng nghiệp đã từng đến với Cần Thơ với tỉ lệ tương đương với phương tiện sách, báo, mạng. Còn đối với khách du lịch nội địa, họ thường ít tìm hiểu qua các công ty lữ hành mà thường đi du lịch (DLSTMV) qua kinh nghiệm truyền miệng từ chia sẻ của bạn bè, người thân, đồng nghiệp khá cao, bên cạnh đó họ cũng tìm hiểu DLSTMV thông qua mạng internet, sách, báo.

3.3. Tiếp cận điểm đến

Khả năng tiếp cận điểm đến DLSTMV	Khách DL nước ngoài		Khách DL nội địa	
	Số lần (n)	Tỉ lệ (%)	Số lần (n)	Tỉ lệ (%)
Rất thuận lợi	17	73,9	6	26,1
Thuận lợi	33	44,6	41	55,4
Không thuận lợi	0	0	3	100

(Nguồn: số liệu từ 100 phiếu phỏng vấn, năm 2016)

Khách du lịch quốc tế tiếp cận điểm khi đến với DLSTMV bên cạnh những điều kiện thuận lợi còn có những điều kiện chưa thực sự thuận lợi, qua bảng khảo sát, về điều kiện rất thuận lợi cho khách du lịch quốc tế: 73,9% (n=17); ở mức thuận lợi 44,6% (n=33) và không có điều kiện nào không thuận lợi cho du khách quốc khi đến tham quan DLSTMV Cần Thơ.

Đối với khách DL nội địa, điều kiện rất thuận lợi khi đi DLSTMV: 26,1% (n=6); điều kiện thuận lợi là 55,4% (n=41).

Nhận xét: Qua đó cho thấy, dù có lợi thế du lịch trong nước, nhưng khách du lịch nội địa tiếp cận DLSTMV lại ít có điều kiện thuận lợi hơn so với khách quốc tế.

3.4. Phương tiện di chuyển DLSTMV

Qua khảo sát, khách du lịch quốc tế sử dụng phương tiện di chuyển bằng ô tô khi đến với DLSTMV tại Cần Thơ là: 81,8% (n=36); xe gắn máy 1% (n=1); sử dụng phương tiện xe đạp, đi bộ là 100% (n=4) và các phương tiện khác là 83,3 (n=5).

Đối với khách DL nội địa sử dụng phương tiện di chuyển bằng ô tô là: 18,2% (n = 8); sử dụng phương tiện xe gắn máy 97,6% (n=40) và các phương tiện khác là 16,7% (n=1).

Nhận xét: Do sự thuận lợi về điều kiện đi lại chủ động về phương tiện cá nhân nên lượng khách nội địa đến với DLSTMV bằng phương tiện xe gắn máy chiếm tỉ lệ khá cao so với khách quốc tế. Trái lại, lượng khách du lịch quốc tế khi đi du lịch thường sử dụng phương tiện ô tô nên tỉ lệ cao, xấp xỉ 82%.

Phương tiện di chuyển	Khách DL nước ngoài		Khách DL nội địa	
	Số lần (n)	Tỉ lệ (%)	Số lần (n)	Tỉ lệ (%)
Ô tô	36	81,8	8	18,2
Xe gắn máy	1	2,4	40	97,6
Xe đạp	4	100	0	0
Đi bộ	4	100	0	0
Phương tiện khác	5	83,3	1	16,7

(Nguồn: số liệu từ 100 phiếu phỏng vấn, năm 2016)

3.5. Lý do khách du lịch chọn các điểm DLSTMV

Lý do khách du lịch chọn các điểm du lịch sinh thái miệt vườn	Khách DL nước ngoài		Khách DL nội địa	
	Số người (n)	Tỉ lệ (%)	Số người (n)	Tỉ lệ (%)
Tìm hiểu về sông nước miệt vườn, cây trái xum xuê	24	32	32	47,1
Cơ sở hạ tầng hiện đại	1	1,3	1	1,5
Giá cả dịch vụ du lịch ở đây thấp hơn nơi khác	3	4,0	6	8,8
Tìm hiểu về cuộc sống sinh hoạt người dân vùng sông nước	42	56	20	29,4
Có nhiều khu vui chơi giải trí, nhiều hoạt động hấp dẫn	5	6,7	9	13,2

(Nguồn: số liệu từ 100 phiếu phỏng vấn, năm 2016)

Qua khảo sát cho thấy, DLSTMV tại Cần Thơ thu hút khách du lịch nước ngoài và khách du lịch nội địa vì lý do Cần Thơ có sông nước miệt vườn, cảnh quan trong lành mát mẻ, lý do này chiếm tới 32% đối với khách quốc tế và 41,1% khách nội địa; Lý do quan trọng thứ hai để du khách chọn Cần Thơ là vì du khách muốn tìm hiểu về cuộc sống sinh hoạt của người dân vùng sông nước đối với khách du lịch quốc tế chiếm 56% và khách du lịch nội địa 29,4%. Các lý do khác như: có nhiều khu vui chơi giải trí hoạt động hấp dẫn khách du lịch quốc tế 6,7% và khách du lịch nội địa 13,2%, cơ sở hạ tầng hiện đại khách du lịch quốc tế 1,3% và khách du lịch nội địa 1,5%. Từ kết quả trên, ngành du lịch tại Cần Thơ cần phải có giải pháp phát huy hơn nữa thế mạnh cảnh quan tự nhiên, sông nước miệt vườn. Bên cạnh đó, cũng cần phải có giải pháp bảo vệ môi trường cảnh quan song hành với sự đẩy mạnh phát triển, hướng đến sự phát triển bền vững lâu dài.

4. CÁC GIẢI PHÁP NHẰM THU HÚT KHÁCH DU LỊCH ĐẾN VỚI DU LỊCH SINH THÁI MIỆT VƯỜN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

4.1. Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch sinh thái miệt vườn

Du lịch nói chung và DLSTMV nói riêng là một trong những lĩnh vực kinh tế đòi hỏi cần phải có sự liên kết, liên ngành và có tính xã hội hóa cao. Chính vì vậy, để góp phần nâng cao loại hình du lịch này đòi hỏi cần phải có sự tham gia phối hợp của cộng đồng địa phương có điểm du lịch.

Cần phát huy vai trò của cộng đồng trong việc bảo tồn tài nguyên môi trường và văn hóa bản địa, đảm bảo việc khai thác có hiệu quả các giá trị tài nguyên du lịch, đồng thời gắn trách nhiệm với chia sẻ quyền lợi của cộng đồng địa phương trong quá trình tham gia hoạt động DLSTMV. Các giải pháp cụ thể bao gồm:

Nâng cao nhận thức của cộng đồng về phát triển DLSTMV để người dân thấy được những lợi ích mà du lịch mang lại và có sự hợp tác với nhà quản lý, nhà kinh doanh du lịch.

Từ nhận thức về phát triển DLSTMV cộng đồng địa phương tham gia vào quá trình xây dựng quy hoạch phát triển ngành du lịch, cộng đồng sẽ thảo luận lựa chọn những phương án tốt nhất đáp ứng những mong đợi của họ.

Cần có những cơ chế chính sách phù hợp để cộng đồng địa phương tham gia vào các tổ chức kinh doanh du lịch, có sự chia sẻ lợi ích kinh tế cho cộng đồng địa phương như: ưu tiên được tuyển chọn vào làm việc trong các tổ chức doanh nghiệp, đóng góp bắt buộc cho công tác bảo tồn tài nguyên, nâng cao trình độ dân trí, sử dụng các công trình của đơn vị kinh doanh.

Nghiên cứu, chỉ rõ và đặt hàng cho các cơ sở sản xuất thuộc các ngành nghề truyền thống của cộng đồng phục vụ cho ngành du lịch.

Khuyến khích phát triển những giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng địa phương phục vụ du lịch.

Tổ chức các lớp dạy nghề, hướng nghiệp và tuyển dụng người dân địa phương vào làm du lịch.

Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng địa phương vào hoạt động du lịch như: đầu tư, tham gia trực tiếp làm du lịch,

tạo ra các sản phẩm dịch vụ du lịch, sản xuất hàng hóa bán cho khách và các đơn vị kinh doanh du lịch.

Khuyến khích người dân địa phương duy trì và phát triển mô hình dịch vụ nghỉ đêm lại nhà dân (homestay) nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách. Hướng du khách tham gia vào các hoạt động du lịch khám phá dân dã như ăn, ngủ, sinh hoạt, hái trái cây, thả lưới bắt cá,... giống người nông dân địa phương.

Thường xuyên trao đổi với người dân để lấy ý kiến về hoạt động phát triển du lịch. Mời đại diện của cộng đồng địa phương tham gia vào quá trình thẩm định, xét duyệt các báo cáo đánh giá tác động môi trường.

Mở lớp tập huấn cho người dân địa phương về kỹ thuật trồng trọt, chăm sóc vườn cây ăn trái, bảo vệ môi trường sinh thái tài nguyên du lịch cũng như kỹ năng giao tiếp để phục vụ du khách ngày càng tốt hơn, đem lại sự hài lòng tuyệt đối cho du khách khi chọn tham gia loại hình du lịch này.

4.2. Thu hút đầu tư vào kinh doanh miệt vườn

Trong hệ thống nhóm giải pháp thu hút đầu tư, giải pháp chú trọng thu hút đầu tư vào kinh doanh DLSTMV, phát triển các khu du lịch, tập trung cho các trọng điểm du lịch là giải pháp then chốt đối với phát triển du lịch Cần Thơ. Hệ thống các nhóm giải pháp trong lĩnh vực thu hút đầu tư cụ thể là:

- Đầu tư xây dựng quy hoạch, dự án các khu, điểm du lịch miệt vườn trọng điểm nhằm nâng cao hiệu quả trong công tác quản lý và phát triển các khu, điểm du lịch, làm cơ sở kêu gọi các nhà đầu tư. Công tác đầu tư xây dựng quy hoạch, dự án cần được thực hiện trước một bước.

- Đầu tư xây dựng đồng bộ và có trọng tâm, trọng điểm hệ thống cơ sở hạ tầng tại các khu, điểm du lịch.

- Đầu tư xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù, đặc biệt chú trọng đầu tư phát triển du lịch đô thị nhằm khẳng định vị trí và phát huy vai trò của đô thị trung tâm vùng.

- Đầu tư phát triển đồng bộ hệ thống cơ sở lưu trú đa dạng và các công trình dịch vụ du lịch bổ trợ phù hợp với từng khu vực cụ thể.

- Đầu tư phát triển hệ thống các công trình vui chơi giải trí, thể thao phù hợp

- Đầu tư bảo tồn, tôn tạo các giá trị văn hóa lịch sử, cách mạng và phát triển các lễ hội truyền thống.

- Đầu tư cho công tác bảo vệ tài nguyên tự nhiên, các hệ sinh thái và môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu, thiên tai.

- Đầu tư cho công tác đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao để đảm bảo các hoạt động kinh doanh du lịch đạt hiệu quả.

4.3. Xây dựng tuyến điểm du lịch sinh thái miệt vườn Cần Thơ

Tuyến DLSTMV là những tuyến du lịch được bắt đầu từ Trung tâm du lịch của thành phố tới các khu, điểm du lịch khác để tạo thành tour du lịch hoàn chỉnh hoặc có vai trò kết nối với các tuyến du lịch khác để trở thành tuyến du lịch bổ trợ.

Do đặc điểm địa hình, sự phân bố mạng lưới giao thông, vị trí các tài nguyên du lịch của Cần Thơ, hệ thống tuyến DLSTMV bao gồm các tuyến du lịch sau:

- Tuyến du lịch lộ Vòng Cung

- Tuyến du lịch Ninh Kiều - Phong Điền

- Tuyến du lịch Ninh Kiều - Cái Răng

- Tuyến du lịch Ninh Kiều - Bình Thủy - Ô Môn - Thốt Nốt

- Tuyến du lịch Ninh Kiều - Bình Thủy - Thới Lai - Cờ Đỏ - Vĩnh Thạnh

- Tuyến du lịch Ninh Kiều - Cờ Đỏ - Vĩnh Thạnh - Thốt Nốt

- Tuyến du lịch đường sông Ninh Kiều - Cái Răng - Phong Điền

- Tuyến du lịch đường sông Ninh Kiều - cồn Ấu - cồn Sơn - cù lao Tân Lộc

- Ninh Kiều - Chợ nổi Cái Răng - Vườn sinh thái Ba Cống - nhà cổ Bình Thủy - Đình Bình Thủy - Chùa Nam Nhã.

- Ninh Kiều - Cái Răng - Ba Cống - Phó Thọ - Căn cứ Vườn Mận.

- Ninh Kiều - Thốt Nốt.

Bên cạnh các tuyến du lịch bằng các phương tiện truyền thống, Cần Thơ có thể phát triển các tuyến du lịch với các phương tiện đặc thù thân thiện với môi trường như:

- Tuyến du lịch xe đạp (trên cù lao Tân Lộc và từ Ninh Kiều - Bình Thủy đi Cờ Đỏ, Thới Lai, Vĩnh Thạnh).

- Tuyến du lịch bằng xe điện: tạo các tuyến đê bao ven sông, kết hợp với du lịch tham quan miệt vườn, sông nước. Trước mắt phát triển ở khu vực Phong Điền.

4.4. Quảng bá hình ảnh du lịch sinh thái miệt vườn thành phố Cần Thơ

Nhóm giải pháp quảng bá hình ảnh du lịch bao gồm các giải pháp cụ thể như sau:

- Chuyên nghiệp hóa hoạt động xúc tiến quảng bá

- Xây dựng kế hoạch xúc tiến quảng bá dài hạn và ngắn hạn, thường xuyên cập nhật, bổ sung kế hoạch phù hợp với nhu cầu thị trường và thực tế phát triển sản phẩm du lịch của địa phương.

- Xây dựng hình ảnh DLSTMV Cần Thơ là một trong những thành phố lớn nhất nằm trực tiếp ngay bên dòng sông Mêkong. Đây có thể là một hình ảnh hấp dẫn có sức thu hút cao gắn với một dòng sông nổi tiếng có nhiều ý nghĩa với khu vực và quốc tế.

- Điều tra đánh giá (thường xuyên và định kỳ) thị trường và các thông tin phản hồi từ khách hàng và các đối tác cũng như đánh giá hiệu quả của các hoạt động chương trình quảng bá xúc tiến để có cách điều chỉnh, bổ sung phù hợp.

- Kết hợp hiệu quả công - tư trong hoạt động xúc tiến quảng bá với xu hướng tham gia và đóng góp ngày càng tích cực của các doanh nghiệp.

- Liên kết chặt chẽ với thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng và các địa phương trong vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong việc lên kế hoạch và tổ chức các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch sinh thái miệt vườn.

- Khai thác đa dạng các kênh tiếp cận khách hàng, đặc biệt chú trọng các mạng xã hội, các diễn đàn, các blog du lịch, lữ hành, các cổng thông tin du lịch internet (tripadvisor, agoda, lonely planet...) với đối tượng quan trọng là nhóm các thanh niên đi "phượt" với tính chất khám phá các điểm đến và trải nghiệm mới.

- Ngôn ngữ sử dụng trong các tài liệu quảng bá phù hợp với thị trường mục tiêu.

5. KẾT LUẬN

Với điều kiện tự nhiên thuận lợi và những giá trị văn hóa nổi bật, thành phố

Cần Thơ có tiềm năng phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch sinh thái miệt vườn. Trong những năm qua, DLSTMV Cần Thơ đã thu hút được nhiều thành phần kinh tế tham gia, từng bước tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội của Cần Thơ, nhận thức về du lịch sinh thái miệt vườn được nâng lên, người dân hiểu về ý nghĩa của phát triển du lịch sinh thái miệt vườn gắn với phát triển kinh tế; tạo được nhiều việc làm; nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân; góp phần xóa đói giảm nghèo. Tuy nhiên, để phát triển bền vững DLSTMV Cần Thơ cần phải khắc phục những tồn tại, hạn chế và khai thác hợp lý các điều kiện phát triển DLSTMV Cần Thơ, có chính sách quảng bá hình ảnh du lịch miệt vườn phù hợp, tăng cường khuyến khích sự tham gia cộng đồng vào hoạt động du lịch miệt vườn, xây dựng tuyến điểm du lịch miệt vườn để phát triển du lịch sinh thái miệt vườn Cần Thơ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Trần Thúy Anh (Chủ biên), Nguyễn Thu Thủy, Nguyễn Thị Anh Hoa (2004), *Ứng xử văn hóa trong du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

[2] Phạm Trung Lương (2002), *Du lịch sinh thái - những vấn đề lý luận và thực tiễn ở Việt Nam*, NXB Giáo dục.

[3] Trần Phỏng Diều (2009), *Văn hóa sông nước Cần Thơ*, NXB Văn Nghệ, TP HCM.

[4] Nguyễn Đình Hòe (2008), *Môi trường và phát triển bền vững*, NXB Giáo dục

[5] Trần Thị Minh Hòa, Nguyễn Văn Đính (2004), *Giáo trình kinh tế du lịch*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.

[6] Sơn Nam (2005), *Đồng bằng sông Cửu Long, nét sinh hoạt xưa và Văn minh miệt vườn*, NXB Trẻ.