

XÃ HỘI - NHÂN VĂN

GIẢI PHÁP KÍCH CẦU DU LỊCH SÔNG NƯỚC, MIỆT VƯỜN TỈNH VĨNH LONG BỐI CẢNH SAU ĐẠI DỊCH COVID - 19

LƯU HUYỀN LINH*

Tóm tắt

Đại dịch COVID - 19 gây hậu quả nặng nề cho ngành kinh tế trong đó bao gồm cả ngành du lịch. Vĩnh Long tuy không nằm trong khu vực nguy hiểm nhưng hoạt động du lịch cũng chịu những thiệt hại nhất định. Từ những thành tựu và hạn chế của du lịch Vĩnh Long, đề ra một số giải pháp vừa giúp thực hiện chương trình kích cầu du lịch có tính bền vững đối với thị trường du khách nội địa; vừa khắc phục những hạn chế đang tồn tại nhưng đồng thời phải phù hợp với tình hình dịch bệnh hiện tại.

Từ khóa: Đại dịch COVID - 19, COVID - 19 ảnh hưởng du lịch Vĩnh Long, kích cầu du lịch nội địa.

Abstract

Coronavirus disease (COVID - 19) pandemic is causing serious consequences for the economic sector, including the tourism industry. Although Vĩnh Long is not located in a dangerous area, tourism activities also suffer certain damage. From the achievements and limitations of Vĩnh Long tourism, propose a number of solutions to both help implement the tourism demand stimulus program that is sustainable for the domestic tourist market; both overcoming existing limitations but at the same time must be consistent with the current epidemic situation.

Key words: COVID pandemic - 19, COVID - 19 affected Vĩnh Long tourism, stimulate domestic tourism demand.

1. Khái quát tình hình chung

Từ đầu năm 2020 đến nay, đại dịch COVID - 19 đã ảnh hưởng đến 221 quốc gia và vùng lãnh thổ, làm tổn hại nghiêm trọng đến sức khỏe và tính mạng của con người,

đồng thời dịch bệnh đã tác động mạnh mẽ đến tình hình kinh tế toàn cầu. Việt Nam tính đến khoảng giữa tháng 8 năm 2020 đã có hơn 1000 ca nhiễm. Đại dịch COVID - 19 đã tác động tiêu cực tới ngành du lịch trên toàn thế giới, trong đó bao gồm hoạt động du lịch tại Việt Nam nói chung, du lịch tại tỉnh Vĩnh Long nói riêng.

* Khoa Quản trị Kinh doanh, trường đại học Cửu Long

Theo dự báo của Tổng cục Du lịch Việt Nam, khách du lịch nội địa chiếm tới 95% tổng lượng khách trong năm 2020. Các tỉnh/thành phố trong cả nước đã và đang triển khai kế hoạch Số: 1749/KH-BVHTTDL về việc thực hiện chương trình “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch với mục đích nhằm kích cầu du lịch nội địa. Bên cạnh đó, tại Hội nghị trực tuyến bàn về các giải pháp khôi phục du lịch sau đại dịch COVID - 19 giữa Hiệp hội Du lịch Việt Nam (VITA) với Hiệp hội Du lịch các địa phương trên cả nước diễn ra chiều 06/5/2020, VITA đã thống nhất triển khai chương trình kích cầu du lịch nội địa trên phạm vi toàn quốc để phục hồi sau đại dịch.

2. Khái quát du lịch sông nước, miệt vườn tỉnh Vĩnh Long

“Miệt vườn” là danh từ xuất hiện rất lâu đời trong văn hóa người dân Nam Bộ. 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.”

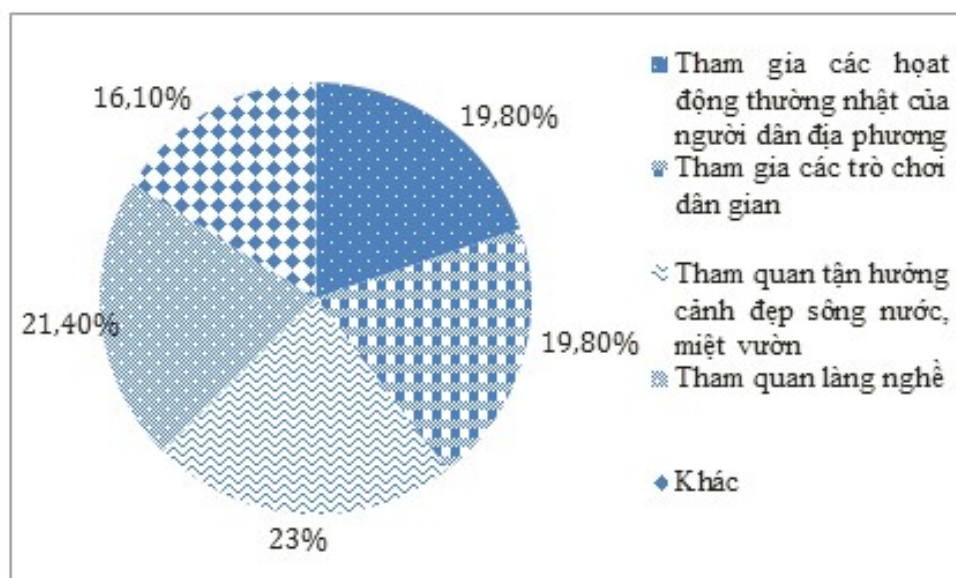
Cho đến nay, chưa có khái niệm thống nhất về du lịch sông nước, miệt vườn. Tuy nhiên có thể nói rằng: Du lịch sông nước, miệt vườn là hình thức du lịch dựa vào những điều kiện tự nhiên sẵn có như sông ngòi; kênh rạch... kết hợp với những vườn cây ăn trái; làng nghề truyền thống... của cư dân địa phương nhằm tạo ra các sản phẩm là các khu vườn cây trái, vườn hoa kiểng, các khu trang trại ven sông,...

nhằm 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.

Du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long được hình thành từ những năm 1981, Khởi đầu là khi ông Nguyễn Thành Giáo (Ông Sáu Giáo) ở xã Bình Hòa Phước đã đoạt huy chương vàng hội thi hoa kiểng ở Tao Đàn với bộ sưu tập dày công nghệ thuật ở những cây mai chiếu thủy, bắt đầu từ đó “tao nhân mặt khách” về thăm vườn nhà ông Sáu. Trải qua 40 năm hình thành và phát triển, du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long vẫn là loại hình được nhiều du khách lựa chọn khi đến tham quan du lịch tại Vĩnh Long.

Du khách biết đến du lịch miệt vườn Vĩnh Long chủ yếu thông qua giới thiệu của người thân và bạn bè, ti vi, báo đài, phương tiện truyền thông. Các phương tiện khác như đại lý cộng tác viên du lịch, ấn phẩm du lịch... đóng vai trò không đáng kể trong việc quảng bá. Qua đó cho thấy, người thân và bạn bè đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc kết nối khách hàng tiềm năng với nơi đến du lịch. Bên cạnh đó, phương tiện truyền thông cũng phát huy nhiều tác dụng. Vì vậy, để thu hút du khách nhiều hơn, các điểm du lịch cần đầu tư khai thác các kênh thông tin này.

Theo kết quả điều tra trực tiếp khi đến du lịch sông nước, miệt vườn du khách thích tham gia các hoạt động như: Tham gia các hoạt động thường nhật của người dân địa phương (tát mương bắt cá, câu cá, thu hoạch trái cây...), các trò chơi dân gian; tham quan, tận hưởng cảnh đẹp sông nước, miệt vườn; tham quan làng nghề...



Hình 1: Hoạt động trải nghiệm của du khách

Nguồn: Kết quả từ điều tra trực tiếp du khách năm 2020, n = 248

3. Thực trạng phát triển du lịch sông nước, miệt vườn tỉnh Vĩnh Long

Với vị trí địa lý du lịch thuận lợi, Vĩnh Long có nhiều điều kiện để phát triển du lịch đặc biệt là loại hình du lịch sông nước, miệt vườn, đóng góp vào sự phát triển chung của vùng Đồng bằng sông Cửu Long cũng như du lịch cả nước.

Bảng 1: Số lượng khách du lịch đến tỉnh Vĩnh Long giai đoạn 2015 - 2019

Đơn vị: nghìn lượt

Năm	2015	2016	2017	2018	2019
Khách nội địa	755	945	1.000	1.090	1.285
Khách quốc tế	205	215	203	210	215
Tổng	960	1.160	1.203	1.300	1.500

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

Khách du lịch nội địa đến Vĩnh Long tăng theo từng năm chủ yếu là khách đến từ các tỉnh miền bắc và lân cận như: Hồ Chí Minh, Cà Mau, Trà Vinh... Về số lượng khách quốc tế chủ yếu đến từ Úc, Pháp, Anh, Trung Quốc... Tuy nhiên tình hình dịch bệnh như hiện nay, điều kiện đi lại giữa các nước còn rất khó khăn

chính vì thế du khách nội địa sẽ là đối tượng khách được ưu tiên của du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long.

Mặc dù không nằm ngay trung tâm vùng dịch, cũng chưa phát hiện ca nhiễm COVID - 19 nào trong cộng đồng, nhưng do ảnh hưởng của tình hình dịch bệnh chung cả nước và trên

thể giới nên doanh thu và lượt khách đến Vĩnh Long có nhiều biến động. Theo báo cáo của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, từ đầu năm 2020 đến nay, tổng lượt khách đến tham quan du lịch tại Vĩnh Long ước đạt 324.200 lượt khách, giảm 58% so với cùng kỳ năm 2019. Doanh thu du lịch giảm 43.3% so với cùng kỳ năm 2019, ước tính thiệt hại của ngành du lịch Vĩnh Long lên đến hàng trăm tỷ đồng.

❖ **Đánh giá thực trạng phát triển du lịch**

Thành tựu

Du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long những năm vừa qua cũng đã đạt được một số thành tựu đáng kể:

Lượng khách du lịch đến Vĩnh Long đều tăng qua từng năm. Doanh thu ngành du lịch đóng góp vào ngân sách của tỉnh liên tục tăng. Các địa phương có hoạt động du lịch như An Bình, Bình Hòa Phước... được thay đổi diện mạo về kinh tế một cách đáng kể nhờ các dịch vụ đi kèm như dịch vụ ăn uống, giải trí...

Vốn đầu tư vào du lịch ngày càng tăng. Một số điểm đến du lịch được đầu tư nâng cấp đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Hạn chế

Các điểm du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long phát triển nhỏ lẻ, chưa phát huy hết khả năng của mình.

Sản phẩm du lịch trùng lặp thiếu đa dạng và tính đặc trưng riêng giữa các điểm du lịch sông nước, miệt vườn, chưa có sự liên kết phát triển giữa các điểm, khu du lịch.

Chính sách quảng bá, giới thiệu du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long còn hạn chế về cách thức và phương tiện thực hiện.

Để Vĩnh Long có thể hưởng ứng chương trình “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” cũng như chương trình kích cầu du lịch có tính bền vững đối với thị trường du khách nội địa thì Vĩnh Long cần có các giải pháp để khắc phục những hạn chế đang tồn tại nhưng đồng thời phải phù hợp với tình hình dịch bệnh hiện tại và đáp ứng được nhu cầu của du khách.

4. Giải pháp kích cầu du lịch kỳ hậu COVID - 19

Xây dựng thương hiệu điểm du lịch an toàn, thân thiện

Mặc dù lượng khách du lịch đến Vĩnh Long suy giảm rõ rệt trong thời gian dịch bệnh vừa qua, nhưng đây sẽ là lúc các điểm du lịch bắt tay vào việc xây dựng lại hình ảnh du lịch. Để xây dựng hình ảnh điểm đến đạt chuẩn cơ bản về an toàn trong mắt du khách; các doanh nghiệp cần chú ý các dụng cụ công cộng và thực hiện công tác vệ sinh thường xuyên. Chọn lọc các cơ sở có thức ăn và đồ uống có nguồn gốc an toàn phải được ưu tiên trên hết và được các cơ quan uy tín kiểm dịch.

Các điểm đến du lịch cần dự trữ và phát miễn phí cho du khách các dụng cụ như: cồn rửa tay 70 độ, xà phòng, nước rửa tay khô, khẩu trang y tế mỗi ngày, thuốc hạ sốt, nước uống theo chuyến đi... Những dụng cụ y tế sơ cấp cứu ban đầu cần được đóng gói trong túi y tế cho từng cá nhân và để tạo cảm giác an toàn cho khách du lịch đến với Vĩnh Long. Ngoài ra, các điểm du lịch nên niêm yết số điện thoại các cơ sở y tế trên địa bàn trong phòng chống đại dịch COVID - 19 nhằm tạo sự thuận lợi cho du khách liên hệ khi cần thiết. Một điểm du lịch an toàn, thân thiện sẽ giúp du khách yên tâm hơn và sẵn sàng lựa chọn để thực hiện chuyến tham quan.

Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ du lịch

Sản phẩm du lịch sông nước, miệt vườn chủ yếu gắn với cuộc sống người dân ở địa phương, gắn với cảnh quan thiên nhiên sông nước, miệt vườn. Tuy nhiên sản phẩm, dịch vụ du lịch Vĩnh Long những năm qua vẫn chưa đa dạng. Trong bối cảnh đại dịch COVID - 19, du khách nội địa có xu hướng đến những điểm du lịch có không khí trong lành mát mẻ vừa tham quan vừa nghỉ ngơi phục hồi sức khỏe, tăng cường sức đề kháng cho cơ thể. Vì vậy, để phục vụ tốt nhất cho du khách các điểm đến du lịch tại Vĩnh Long cần phải tiến hành đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ du lịch.

Để thu hút du khách nghỉ lại qua đêm, các điểm du lịch, các doanh nghiệp du lịch cần phải khai thác mở ra nhiều hoạt động về đêm hơn nữa. Dịch vụ mua sắm quà lưu niệm là dịch vụ rất cần thiết, tuy nhiên dịch vụ này chưa được quan tâm tại các điểm du lịch Vĩnh Long, nhiều du khách đến Vĩnh Long chẳng biết đến đâu để mua quà lưu niệm mang đậm nét sông nước, miệt vườn. Trong khi đó Vĩnh Long nổi tiếng bởi rất nhiều làng nghề như: làng nghề làm bánh tráng Lục Sĩ Thành, làng nghề nấu rượu Sơn Đông, làng nghề gốm Cổ Chiên... Để sản phẩm của những làng nghề này đến được với du khách cần có sự liên kết hợp tác giữa các điểm du lịch với các hộ dân sống ở vùng đệm để cung cấp những sản phẩm, quà lưu niệm cho du khách mua sắm khi đến du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long.

Bên cạnh đó, Vĩnh Long cần phải xây dựng lại các tour, tuyến đặc thù sông nước, miệt vườn. Cần mở rộng các điểm du lịch trong cùng một địa phương với nhau để tránh trùng lặp sản phẩm du lịch. Xây dựng mô hình du lịch liên kết như: tham quan vườn cây trái ở

một điểm, ăn trưa tại một điểm khác, tham gia tát mương bắt cá tại điểm tiếp theo.... Với mô hình này vừa tạo sự liên kết, thống nhất giữa các điểm du lịch trong cùng một địa phương vừa tạo sự phấn khởi mới lạ cho du khách hoặc ít nhất là tránh trùng lặp các sản phẩm du lịch trong cùng một địa phương.

Ứng dụng công nghệ thông tin quảng bá hình ảnh điểm đến

Theo thống kê của Cục Thương mại Điện tử và Công nghệ Thông tin (Bộ Công Thương), Việt Nam có khoảng hơn 39,5% dân số truy cập Internet. Trước khi đi du lịch, du khách thường có nhu cầu tìm hiểu trước thông tin về các điểm đến, phương tiện đi lại, cơ sở lưu trú, đặc sản địa phương... ở nơi đó. Với vai trò là cầu nối giữa cơ quan quản lý, doanh nghiệp với du khách, Trung tâm Xúc tiến Du lịch Vĩnh Long cần phải tích cực đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác thông tin tuyên truyền, giới thiệu, quảng bá các thông tin nhanh chóng và chính xác nhất.

Ngoài quảng cáo trên các trang Web, Google hay Facebook thì một số hình thức truyền thông mạnh mẽ đến khách hàng là Tik Tok, Youtube. Đây được xem là những hình thức quảng cáo dễ tiếp cận với khách hàng với mức chi phí thấp nhất nhưng mang lại hiệu quả cao.

Thực hiện chính sách giảm giá, khuyến mại

Sau đại dịch COVID - 19 đời sống kinh tế của nhân dân chịu tác động tiêu cực tương đối nghiêm trọng, vì vậy dường như các hoạt động tham quan du lịch đều phải tạm gác lại. Để kích cầu du lịch cho thời kỳ sau dịch, các đơn vị trong ngành cần tạo ra giá tốt nhưng vẫn

giữ nguyên các dịch vụ hoặc bổ sung thêm các dịch vụ khác. Các doanh nghiệp du lịch cần phải hợp tác đa phương trong vấn đề khuyến mãi giảm giá. Cần liên kết các điểm du lịch - ăn uống - nghỉ ngơi trong cùng một tuyến, có thể đưa ra các chương trình như: “Tham quan 3 điểm tính tiền 2 điểm”; “Mua 3 vé tặng 1 vé” tại cùng một điểm tham quan... Giảm giá phòng lưu trú, tặng thêm quà lưu niệm cho du khách.

Xây dựng lối ứng xử với khách quốc tế thời kỳ hậu đại dịch

Trong hoạt động du lịch nhất là đối với loại hình du lịch sông nước, miệt vườn việc giao tiếp ứng xử thân thiện với du khách của những người phục vụ trong ngành đặc biệt là của cộng đồng địa phương là yếu tố quan trọng. Tuy nhiên trong giai đoạn hậu đại dịch, lối ứng xử giao tiếp với du khách quốc tế cần được điều chỉnh giới hạn lại và thiết lập chung hơn.

Đối với cộng đồng địa phương tại các điểm du lịch, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch cần phối hợp với Trung tâm Y tế ở các lớp tập huấn kỹ năng phòng chống đại dịch COVID - 19 trong quá trình thực hiện hoạt động du lịch tiếp xúc trực tiếp với du khách quốc tế.

Các giải pháp khác

Từ nay đến cuối năm được xem là cơ hội tốt cho du lịch nội địa phát triển đa dạng. Khi chọn địa điểm du lịch, du khách đa số quan tâm đến vấn đề an toàn. Vì vậy, chủ yếu du khách chọn đi theo nhóm gia đình, bạn bè và người quen và khá hạn chế đặt tour đi với khách lạ, khách ghép đoàn... Để đáp ứng xu hướng này, các doanh nghiệp lữ hành khi xây dựng các chương trình du lịch đến Vĩnh Long nên ưu tiên xây dựng tour theo nhóm 5-10 người

và sắp tour theo người thân, người quen, công ty... để tạo sự yên tâm cho du khách.

Cần có sự kết hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp du lịch tại Vĩnh Long, phải kết nối chặt chẽ với điểm nhận khách lớn nhất là Thành phố Hồ Chí Minh, đây là nơi giao nhận nguồn khách rất lớn từ phía Bắc có nhu cầu tham quan trải nghiệm du lịch sông nước, miệt vườn nhiều nhất.

5. Kết luận

Vĩnh Long là một tỉnh có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển loại hình du lịch sông nước, miệt vườn. Tuy nhiên bên cạnh thuận lợi vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định cần được khắc phục. Đặc biệt, càng khó khăn hơn do vấn đề đại dịch COVID -19 đang diễn ra toàn cầu, làm ảnh hưởng đến mọi mặt đời sống xã hội, dẫn đến nhu cầu đi du lịch của du khách sụt giảm. Trước tình hình đó, các giải pháp cụ thể vừa nêu sẽ góp phần kích cầu du lịch đặc biệt là đối với du khách nội địa. Những giải pháp này cũng sẽ cải thiện những hạn chế mà ngành du lịch Vĩnh Long đang gặp phải trong những năm vừa qua để có thể đưa du lịch sông nước, miệt vườn Vĩnh Long phát triển mạnh và bền vững trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Tổng cục Du lịch (2016), *Báo cáo tổng kết Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030*;
- [2] Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, *Kế hoạch Số: 1749/KH-BVHTTDL Phát động chương trình “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam”*, tháng 5/2020;
- [3] Hiệp hội Du lịch Việt Nam, *Quyết định 10/2020/QĐ-HHDLVN về “Tiêu chí Du lịch an toàn với dịch COVID -19, năm 2020*;

- [4] Tỉnh ủy Vĩnh Long (2015), *Nghị quyết 01/NQ-TU về phát triển du lịch tỉnh Vĩnh Long giai đoạn 2020 và tầm nhìn 2030*;
- [5] Hiệp hội du lịch tỉnh Vĩnh Long (2013), Hội nghị chuyên đề “*Tìm giải pháp liên kết khai thác phát huy du lịch sinh thái, văn hóa sông nước miệt vườn*”, Vĩnh Long;
- [6] Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh Vĩnh Long, *Báo cáo tình hình du lịch 6 tháng đầu năm*, tháng 7/2020;
- [7] Nguyễn Thị Ngọc Anh, Đỗ Hải Yến “Giải pháp phát triển với các doanh nghiệp du lịch Việt Nam thời kỳ đại dịch Corona Virus”, *Tạp chí Du lịch*, tháng 02/2020;
- [8] Sơn Nam, *Văn Minh Miệt Vườn*, Nxb Văn Hóa Thành phố Hồ Chí Minh, năm 1992;
- [9] Trần Văn Thông, *Tổng quan du lịch*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2006.
- Ngày nhận bài: 21/08/2020
- Ngày gửi phản biện: 25/08/2020