

Sản phẩm du lịch vườn bưởi Bạch Đằng, Thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương

• Nguyễn Thu Cúc

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

TÓM TẮT:

Phát triển du lịch bền vững thường dựa vào thế mạnh hiện có của địa phương. Cù lao Bạch Đằng, thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương là xã có lợi thế về vườn cây ăn trái. Trong đó, bưởi Bạch Đằng là một thương hiệu khá nổi tiếng, không chỉ ở đồng bằng Nam bộ mà còn phát triển rộng khắp cả nước. Với mục tiêu khai thác ưu thế sản phẩm từ bưởi của Bạch Đằng vào phát triển du lịch địa phương, nghiên cứu này

hướng đến việc điều tra, phân tích sản phẩm du lịch của vườn bưởi trên cù lao Bạch Đằng. Đồng thời, có thể kết hợp với những sản phẩm du lịch khác với việc tìm hiểu và đánh giá các bên có tham gia trong hoạt động du lịch, làm tiền đề để tiến hành xây dựng một chiến lược cụ thể, triển khai trong thực tế nhằm phát triển du lịch cù lao Bạch Đằng một cách hợp lý và hiệu quả nhất.

Từ khóa: sản phẩm du lịch, bưởi Bạch Đằng

1. Đặt vấn đề

Phát triển đô thị đã làm thu hẹp không gian xanh, giảm dần diện tích môi trường thiên nhiên. Quá trình này diễn ra theo thời gian, làm phát sinh nhu cầu tìm về những không gian xanh - thiên nhiên của người dân sống trong đô thị. Vì thế, du lịch tại các vùng sinh thái tự nhiên, còn giữ được các yếu tố thiên nhiên đang là một cơ hội lớn để các vùng nông thôn Việt Nam có thể nắm bắt và khai thác trong quá trình phát triển kinh tế.

Tại Bình Dương, địa phận dọc theo lưu vực sông Đồng Nai thuộc địa phận thị xã Tân Uyên là khu vực ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch từ những vườn cây trái như vườn bưởi Bạch Đằng. Cù lao Bạch Đằng là một trong những xã được ưu tiên đầu tư, với đặc thù là cù lao trên sông. Bạch Đằng với vị thế địa lý thuận lợi và được thiên nhiên ưu đãi, khí hậu khá ôn hòa và trong lành, đất đai phù hợp với nhiều loại cây trồng, đặc biệt là cây ăn trái. Từ rất lâu, trên cù lao Bạch Đằng đã hình thành những vườn chuyên canh cây bưởi trái

rộng hầu hết diện tích cù lao. Sản phẩm bưởi Bạch Đằng – Bình Dương với hương vị đặc trưng riêng đã được phân phối rộng khắp và tạo được uy tín trên thị trường. Thương hiệu “Bưởi Bạch Đằng” được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu tập thể vào ngày 23/06/2011 cho 5 loại bưởi đang được trồng và phát triển tại xã Bạch Đằng (Tân Uyên) bao gồm bưởi đường da láng (bưởi đường núm), bưởi đường lá cam, bưởi ổi, bưởi thanh và bưởi da xanh¹.

Cùng với cuộc sống ôn hòa và bình dị của người dân địa phương, những lối canh tác nông nghiệp truyền thống còn được lưu giữ bên cạnh những phương pháp hiện tại, những không gian xanh trong các vườn bưởi và những sản phẩm từ cây bưởi là tiềm năng rất lớn để cù lao Bạch Đằng phát huy nhằm phát triển hoạt động du lịch tại đây.

Mặc dù có nhiều lợi thế, nhưng hiện nay hoạt động du lịch tại cù lao Bạch Đằng gần như vẫn

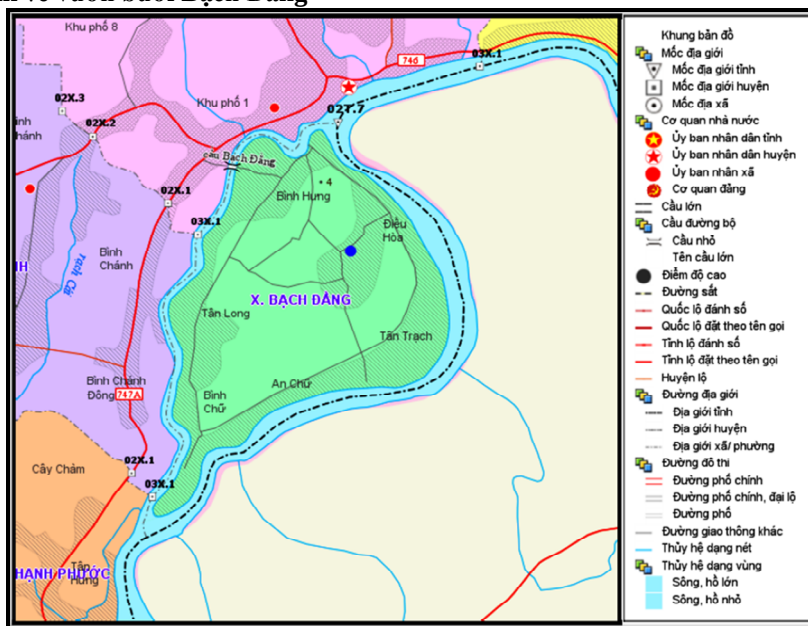
¹ <http://thuvienbinhduong.org.vn/?ArticleId=3714fc31-b026-47bd-b37b-17e8d3bef661>

chưa phát huy hết tiềm năng sẵn có, bởi chưa có một chiến lược cụ thể nhằm xây dựng và quảng bá cho sản phẩm du lịch vườn bưởi Bạch Đằng. Do đó, ngoài sự quan tâm sâu sắc của chính quyền địa phương, việc phát triển du lịch ở đây muốn có hiệu quả và bền vững cần có sự đồng thuận và tham gia

của các chủ thể du lịch, đặc biệt là cộng đồng địa phương. Ngoài ra, những khảo sát từ góc độ thị trường khai thác của các công ty du lịch dựa trên nhu cầu của du khách là một việc làm cần thiết để có hướng đi đúng đắn trong khai thác và phát triển du lịch tại xã cù lao này.

2. Nội dung nghiên cứu và kết quả đạt được

2.1. Tổng quan về vườn bưởi Bạch Đằng



Hình 1. Bản đồ hành chính xã Bạch Đằng, Tân Uyên, Bình Dương

(Tác giả: Ngô Hoàng Đại Long, thiết lập trên nền Dữ liệu Atlas tỉnh Bình Dương, 2015)

Bạch Đằng là một xã thuần nông, nằm ở phía Đông Nam của thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương không chỉ được biết đến bởi một xã cù lao nằm trên sông Đồng Nai, mà ngày nay, xã Bạch Đằng còn được biết đến là một vùng trồng bưởi lâu đời và có tiếng ở khu vực Đông Nam bộ. Bưởi được xem là cây có giá trị kinh tế cao trong các loại cây trồng của xã, đem lại nguồn thu nhập lớn cho nông dân của xã Bạch Đằng ngày nay.

Theo thống kê, tổng diện tích tự nhiên của xã Bạch Đằng là 1.075,5ha, trong đó đất nông nghiệp chiếm 790ha, diện tích sông rạch khoảng 199 ha (chiếm 18,5% diện tích tự nhiên), diện tích trồng bưởi chiếm hơn 450ha (chiếm hơn 40% diện tích tự

nhiên của xã, chiếm 60% diện tích đất nông nghiệp).

Nông dân xã cù lao đã mạnh dạn ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào canh tác cây bưởi với nhiều giống nổi tiếng như bưởi: đường lá cam, thanh trà, da xanh... Bưởi Bạch Đằng được trồng và bảo quản sau thu hoạch với mô hình khép kín theo tiêu chuẩn VietGAP, từ khâu chọn giống, chọn đất, mật độ trồng, cách chăm sóc, nhận diện các loại sâu bệnh thường gây hại cho cây bưởi. Từ đó đưa ra biện pháp phòng trừ sâu bệnh và cuối cùng xác định thời điểm thu hoạch để có năng suất, hiệu quả cao.

Bưởi Bạch Đằng không sử dụng phân bón hóa học và hóa chất bảo quản, đảm bảo sản phẩm đầu ra sạch tuyệt đối và có chất lượng đồng đều khi tới tay

khách hàng. Mỗi năm, sản lượng bưởi của xã đạt trên 8.000 tấn quả, với 2 giống bưởi chủ lực là đường da láng và đường lá cam. Ngoài ra, hội Nông dân xã Bạch Đằng còn thường xuyên có kế hoạch kiểm tra việc sử dụng tem, nhãn của các chủ nhà vườn và các đại lý phân phối, kịp thời ngăn chặn các trường hợp tiêu cực để bảo vệ thương hiệu, bảo vệ quyền lợi của các thành viên.

Hiện nay, sản phẩm Bưởi Bạch Đằng đã được nhiều người biết đến. Hằng năm, Bưởi Bạch Đằng đã nhận được nhiều hợp đồng cung cấp sản phẩm đến nhiều thị trường trên cả nước, giá bán sản phẩm ổn định, không bị tư thương ép giá như các sản

phẩm khác, giúp người dân phát triển kinh tế gia đình, ổn định sản xuất. Đặc biệt, Bưởi Bạch Đằng hiện đã được hệ thống siêu thị Co.op Mart Bình Dương thu mua trực tiếp của gia đình ông Nguyễn Hữu Tâm, thành viên nhãn hiệu bưởi Bạch Đằng (là một trong những người đi đầu trồng bưởi áp dụng mô hình VietGAP ở địa phương) với số lượng khoảng 50kg/tuần, với giá 30.000 đồng/kg. Bưởi Bạch Đằng thực sự là sản phẩm đáng tin cậy, dành tặng bạn bè, người thân mỗi dịp Tết đến xuân về hay là món tráng miệng thơm ngon sau mỗi bữa cơm gia đình ấm cúng.



Hình 2. Anh Nguyễn Hữu Tâm, Tổ trưởng Tổ hợp tác bưởi Bạch Đằng chăm sóc vườn bưởi của gia đình



Hình 3. Bưởi đường lá cam ở xã Bạch Đằng, thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương

Ảnh: Q. Nhiên

2.2 Sản phẩm du lịch bưởi Bạch Đằng qua điều tra, phân tích và đánh giá

Theo dữ liệu điều tra ngẫu nhiên 200 phiếu phỏng vấn người dân tại 3 ấp: Tân Trạch, Điều Hòa

và Tân Long thuộc xã Bạch Đằng, thì diện tích trồng bưởi dao động từ 200 đến 40.000m², so với tổng diện tích vườn từ 500 đến 65.000m².

Bảng 1. Diện tích trồng bưởi so với tổng diện tích vườn của người dân địa phương

	No	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Diện tích vườn	201	500.00	65000.00	3634.1194	5276.01905
Diện tích trồng bưởi	201	200.00	40000.00	3115.1194	3684.12824
Valid N (listwise)	201				

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Nếu so với 10 năm trước đây, thì diện tích vườn thay đổi theo chiều hướng mở rộng diện tích chiếm 41,3%, thay đổi theo chiều hướng thu hẹp diện tích

chỉ có 6,5%. Còn lại 52,2% là không thay đổi diện tích vườn.

Bảng 2. Sự thay đổi diện tích vườn so với 10 năm trước đây (2005 - 2015)

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Thu hẹp hơn	13	6.5	6.5	6.5
Mở rộng hơn	83	41.3	41.3	47.8
Không thay đổi	105	52.2	52.2	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Trong các loại vườn mà người dân canh tác, thì vườn tạp chỉ có 17,9% và vườn xen canh hỗn hợp là vườn chuyên canh chiếm tỷ lệ lớn 58,7% so với 23,4%.

Bảng 3. Phân loại vườn canh tác của người dân địa phương

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Vườn tạp	36	17.9	17.9	17.9
Vườn xen canh hỗn hợp	47	23.4	23.4	41.3
Vườn chuyên canh	118	58.7	58.7	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Nhìn chung giá thành sản phẩm của bưởi cao hiệu của sản phẩm, được minh chứng cụ thể qua hơn các thị trường khác do chất lượng và thương phiếu phòng vẫn như sau:

Bảng 4. Lý do giá thành sản phẩm cây bưởi cao hơn giá thị trường

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Chất lượng sản phẩm tốt hơn	71	78.9	78.9	78.9
Do sản phẩm có thương hiệu	9	10.0	10.0	88.9
Chi phí đầu tư cao	10	11.1	11.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Tình trạng vườn bưởi hiện tại tạm ổn chỉ khoảng năng suất chiếm 30,8%, cây chết chiếm 11,9%. Chi trên 50%, còn lại tỷ lệ vườn bưởi đang suy giảm tiết như trong bảng 5 sau đây:

Bảng 5. Tình trạng vườn bưởi hiện tại

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Cây chết	24	11.9	11.9	11.9
Suy giảm năng suất	62	30.8	30.8	42.8
Khác	7	3.5	3.5	46.3
Không	108	53.7	53.7	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Tuy nhiên việc trồng bưởi không phải là nghề duy nhất mà người dân thực hiện, ngoài việc trồng bưởi ra, người dân còn làm nhiều nghề phụ khác:

làm việc nhà nước, làm thuê, làm lúa, mua bán nhỏ,... chiếm tỷ lệ cao, đạt 53,2% (xem bảng 6).

Bảng 6. Nghề nghiệp khác ngoài nghề trồng cây ăn trái

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Có	107	53.2	53.2	53.2
Không	94	46.8	46.8	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Tình trạng môi trường hiện nay ở địa phương tương đối ổn, chưa thấy dấu hiệu ô nhiễm môi

trường đáng kể nào, được thể hiện qua bảng số liệu điều tra như sau:

Bảng 7. Tình trạng môi trường ở địa phương hiện nay

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Rất ô nhiễm	3	1.5	1.5	1.5
Ô nhiễm	29	14.4	14.4	15.9
Bình thường	142	70.6	70.6	86.6
Không ô nhiễm	27	13.4	13.4	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Khi hỏi người dân về hoạt động du lịch có phải là thế mạnh của phương không? Thì đa số trả lời là có, chiếm tỷ lệ 67,8 %, chỉ có 9,5% cho là hoạt

động du lịch không phải là thế mạnh của địa phương. Đính kèm sau đây là kết quả khảo sát (bảng 8).

Bảng 8. Hoạt động du lịch có phải thế mạnh của địa phương

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Có	128	63.7	63.7	63.7
Không	19	9.5	9.5	73.1
Không biết	54	26.9	26.9	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Các sản phẩm du lịch chính hiện nay đã khai thác tại địa phương bao gồm: tham quan vườn cây kết hợp với thưởng thức sản phẩm bưởi, hoặc tham quan vườn kết hợp với tổ chức ăn uống cuối tuần, hoặc kết hợp tham quan vườn bưởi với các địa danh

du lịch khác. Trong đó sản phẩm tham quan vườn bưởi kết hợp với các địa danh du lịch khác chiếm tỷ lệ cao nhất (50,7%) và một số sản phẩm du lịch khác không đáng kể, thể hiện qua bảng kết quả điều tra như sau (bảng 9):

Bảng 9. Các sản phẩm du lịch chính hiện nay đã khai thác tại xã Bạch Đằng

	Tần số	%	% tích lũy
Tham quan vườn cây và thưởng thức sản phẩm bưởi	59	29.4	29.4
Tham quan vườn cây và tổ chức ăn uống cuối tuần	31	15.4	44.8
Kết hợp tham quan vườn cây và các địa danh khác	102	50.7	95.5
Khác	9	4.5	100.0
Total	201	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Hoạt động du lịch đã ít nhiều góp phần cải thiện đời sống nhân dân địa phương, có đến 89,1% người dân trả lời là có cải thiện đời sống, khi được hỏi về nội dung này (xem bảng 10).

Bảng 10. Hoạt động du lịch cải thiện đời sống nhân dân địa phương

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Có	179	89.1	89.1	89.1
Không	22	10.9	10.9	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Đánh giá chung về việc phục vụ du lịch tại địa phương. Đa phần người dân địa phương đánh giá là tốt chiếm 46,3% và bình thường là 42,8%. Rất tốt chỉ có 3,0%. Như vậy, các dịch vụ du lịch tại địa phương cần được cải thiện nhiều hơn nữa để đáp

ứng cho nhu cầu phát triển du lịch của khách du lịch.

Các lý do mà người dân địa phương chọn công việc làm du lịch tại vườn bưởi được thể hiện chi tiết như bảng 11 sau đây:

Bảng 11. Lý do người dân địa phương chọn công việc làm du lịch nhà vườn

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Thu nhập cao	9	4.5	4.5	4.5
Hợp với khả năng, sở thích	51	25.4	25.4	29.9
Nơi này có điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch	105	52.2	52.2	82.1
Nghề truyền thống của gia đình	14	7.0	7.0	89.1
Chỉ có làm được việc này mà thôi	1	0.5	0.5	89.6
Khác	21	10.4	10.4	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Khi hỏi về loại hình du lịch sinh thái, thì nhận thức của người dân địa phương nơi đây còn hạn chế, chưa biết nhiều, chỉ có 8,5% là biết chút ít về loại hình này. Như vậy, cần trang bị kiến thức cho

người dân hiểu biết về du lịch sinh thái là rất cần thiết.

Phát triển du lịch tại địa phương hiện nay chủ yếu là mang tính chất tự phát, nhỏ lẻ, chưa khai thác hết tiềm năng hiện có. Cơ sở hạ tầng hỗ trợ cho phát

du lịch chưa đáp ứng đầy đủ, như chưa có bến tàu cho các tàu du lịch cập bến dọc theo sông Đồng Nai. Do đó cần có sự hỗ trợ từ chính quyền, từ các doanh nghiệp du lịch,... để phát triển du lịch một cách bài bản và qui củ.

Người dân địa phương mong muốn làm du lịch

một cách bài bản, có sự hỗ trợ về chuyên môn như: những kỹ năng cần thiết để đón tiếp khách du lịch. Về ngoại ngữ, người dân cần thiết biết những từ cơ bản để giao tiếp với khách du lịch quốc tế,... được thể hiện qua bảng kết quả khảo sát như sau (bảng 12):

Bảng 12. Những yêu cầu đối với người dân muốn làm du lịch

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Đào tạo bài bản về làm du lịch	49	24.4	24.4	24.4
Được bồi dưỡng, hỗ trợ, hướng dẫn về kỹ năng ngoại ngữ	140	69.7	69.7	94.0
Có kinh nghiệm làm việc	11	5.5	5.5	99.5
Khác	1	0.5	0.5	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Ngoài ra người dân địa phương còn mong muốn được sự hỗ trợ đồng bộ từ chính quyền địa phương về: chính sách phát triển du lịch, về vay vốn để đầu tư cho phát triển du lịch, về đầu tư thêm cơ sở hạ

tầng và cung cấp những thông tin cần thiết khác phục vụ cho hoạt động du lịch tại địa phương (xem bảng 13).

Bảng 13. Những hỗ trợ cần thiết nhất cho sự tham gia của người dân vào hoạt động du lịch

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Chính sách ưu đãi, hỗ trợ cộng đồng của nhà nước	103	51.2	51.2	51.2
Vay vốn kinh doanh với lãi suất ưu đãi	41	20.4	20.4	71.6
Đầu tư CSHT đến khu vực phát triển du lịch cộng đồng	49	24.4	24.4	96.0
Cung cấp thông tin cần thiết phục vụ hoạt động du lịch	8	4.0	4.0	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Các dịch vụ mà người dân địa phương cho là thích hợp để tham gia vào hoạt động du lịch tại địa phương là: điếm du lịch nhà vườn, chủ yếu là vườn bưởi, chiếm 40,2%; đầu tư vào kinh doanh ăn uống, giải khát, chiếm 35,2%; ngoài ra còn có các dịch vụ

khác như: các quầy bán hàng lưu niệm, trái cây, giới thiệu các sản phẩm nhà vườn, các dịch vụ giải trí, kinh doanh dịch vụ lưu trú loại hình homestay,...

Bảng 14. Những dịch vụ thích hợp cho người dân tham gia vào hoạt động du lịch

	Tần số	Tỷ lệ %
Điểm du lịch nhà vườn	161	40.2%
Kinh doanh ăn uống, giải khát	141	35.2%
Cơ sở sản xuất trái cây, bánh kẹo	4	1.0%
Quầy bán hàng lưu niệm	29	7.2%
Kinh doanh dịch vụ nghỉ đêm tại nhà dân	9	2.2%
Kinh doanh dịch vụ giải trí	33	8.2%
Khác	23	5.8%
Total	400	100.0%

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Hiện tại, cộng đồng địa phương đang tham gia vào các dịch vụ du lịch theo tỷ lệ như sau:

Bảng 15. Dịch vụ du lịch hiện đang tham gia của cộng đồng địa phương

	Tần số	Tỷ lệ %
Điểm du lịch nhà vườn	125	31.2%
Kinh doanh ăn uống, giải khát	158	39.4%
Cơ sở sản xuất trái cây, bánh kẹo	6	1.5%
Quầy bán hàng lưu niệm	13	3.2%
Kinh doanh dịch vụ nghỉ đêm tại nhà dân	6	1.5%
Kinh doanh dịch vụ giải trí	25	6.2%
Khác	68	17.0%
Total	401	100.0%

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Nếu so với 10 năm trước đây (năm 2005), thì tỷ lệ cộng đồng dân cư tham gia vào hoạt động du lịch nhiều hơn, đạt tỷ lệ 64,2%, trong khi tỷ lệ tham gia ít hơn chỉ đạt có 3% là không đáng kể (bảng 16).

Bảng 16. Ý kiến của cộng đồng về mức độ tham gia hoạt động du lịch so với 10 năm trước đây (2005)

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Tham gia nhiều hơn	129	64.2	64.2	64.2
Như cũ	32	15.9	15.9	80.1
Tham gia ít hơn	6	3.0	3.0	83.1
Không biết	34	16.9	16.9	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Qua khảo sát cho thấy, những nguyên nhân sau đây khiến cho người dân không tham gia đóng góp ý kiến hoặc không tham gia vào các dự án hoạt động du lịch địa phương:

Bảng 17. Nguyên nhân người dân không tham gia đóng góp ý kiến/ dự án hoạt động du lịch địa phương

	Tần số	Tỷ lệ %
Không thấy ai thông báo tham gia đóng góp	37	9.3%
Không có thời gian nên không tham gia đóng góp	80	20.1%
Không thay đổi được gì nên không tham gia đóng góp	37	9.3%
Không có lợi ích cho bản thân và gia đình	70	17.6%
Quyền được biết về quy hoạch, quy định qly du lịch	17	4.3%
Chính sách tạo điều kiện tham gia còn chưa tốt	28	7.0%
Cộng đồng chưa được hỗ trợ đầy đủ để pht triển dịch vụ phù hợp	81	20.4%
Hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch chưa đáp ứng	25	6.3%
Khác	23	5.8%
Total	398	100.0%

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Những khó khăn còn gặp phải trong hoạt động kinh doanh du lịch tại địa phương hiện nay là: thiếu vốn đầu tư; thiếu kiến thức, thông tin; tính cạnh tranh ngày càng gay gắt với các vùng lân cận; cộng đồng địa phương chưa qua đào tạo về cách phục vụ

trong du lịch; chưa có nguồn khách ổn định, luôn bị động về lượng khách du lịch đến địa phương, do đó người dân địa phương chưa thực sự dám đầu tư vào du lịch. Bảng 18 sau đây thể hiện các mức độ khó khăn mà cộng đồng địa phương đang gặp phải:

Bảng 18. Những khó khăn trong kinh doanh hoạt động du lịch tại địa phương

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Thiếu kiến thức, thiếu thông tin	15	18.3	18.3	18.3
Cạnh tranh ngày càng gay gắt	9	11.0	11.0	29.3
Thiếu vốn đầu tư làm ăn	41	50.0	50.0	79.3
Không được chính quyền hỗ trợ	2	2.4	2.4	81.7
Chưa qua đào tạo về cung cách phục vụ du lịch	11	13.4	13.4	95.1
Các doanh nghiệp du lịch không đưa khách đến	2	2.4	2.4	97.6
Không dám tiếp tục đầu tư vào du lịch	2	2.4	2.4	100.0
Total	82	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Cộng đồng địa phương đa số không có ý định cho hoạt động kinh doanh du lịch trong thời gian tới chiếm tỷ lệ đến 74,6% (xem bảng 19).

Bảng 19. Dự định cho kinh doanh hoạt động du lịch sắp tới

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Có	51	25.4	25.4	25.4
Không	150	74.6	74.6	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Nguyên nhân chủ yếu làm cho người dân địa phương không có ý định hoạt động kinh doanh du lịch trong thời gian tới là: họ nghĩ rằng họ chưa có

khả năng quản lý tốt, một số hộ dân khác nghĩ rằng họ thiếu vốn để đầu tư mở rộng, nâng cấp... Chi tiết thể hiện trong bảng 20 như sau:

Bảng 20. Lý do không có dự định cho hoạt động kinh doanh du lịch sắp tới

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Vượt quá khả năng quản lý	90	60.0	60.0	60.0
Thiếu vốn để đầu tư mở rộng, nâng cấp	31	20.7	20.7	80.7
Chưa được sự hỗ trợ của chính quyền địa phương	6	4.0	4.0	84.7
Thuế kinh doanh còn cao	4	2.7	2.7	87.3
Khác	19	12.7	12.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Như vậy chính quyền địa phương nên làm cầu nối để hỗ trợ người dân về thông tin du lịch, về chính sách khuyến khích và hỗ trợ vốn. Nhờ các doanh nghiệp du lịch, các chuyên gia nghiên cứu về du lịch hỗ trợ người dân về năng lực quản lý trong kinh doanh du lịch cộng đồng.

Để phục vụ cho hoạt động du lịch sinh thái được lâu dài và bền vững, địa phương rất cần sự đồng lòng, hợp tác của cộng đồng để tiếp tục phát triển các vườn cây ăn trái truyền thống. Tỷ lệ đồng tình của cộng đồng địa phương sau đây là điều kiện thuận lợi để chính quyền địa phương phát triển loại hình du lịch sinh thái:

Bảng 21. Tiếp tục phát triển các vườn cây ăn trái truyền thống

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Hoàn toàn đồng ý	58	28.9	28.9	28.9
Đồng ý	136	67.7	67.7	96.5
Bình thường	5	2.5	2.5	99.0
Hoàn toàn không đồng ý	2	1.0	1.0	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Ngoài việc nâng cao đời sống kinh tế của cộng đồng từ hoạt động kinh doanh du lịch, thì phát triển du lịch còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao

lưu, giao tiếp giữa các nền văn hóa khác nhau, nâng cao nhận thức, trình độ dân trí,... được người dân địa phương đồng tình rất cao:

Bảng 22. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao lưu, giao tiếp giữa các nền văn hóa khác nhau

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Hoàn toàn đồng ý	37	18.4	18.4	18.4
Đồng ý	156	77.6	77.6	96.0
Bình thường	7	3.5	3.5	99.5
Hoàn toàn không đồng ý	1	0.5	0.5	100.0
Total	201	100.0	100.0	

*Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài***Bảng 23.** Nâng cao nhận thức, trình độ dân trí cộng đồng địa phương

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Hoàn toàn đồng ý	39	19.4	19.4	19.4
Đồng ý	155	77.1	77.1	96.5
Bình thường	4	2.0	2.0	98.5
Hoàn toàn không đồng ý	3	1.5	1.5	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Ngược lại, ngoài những lợi ích phát sinh từ hoạt động du lịch như đã phân tích trên, thì cũng có những bất lợi khác như: xuất hiện các tệ nạn xã hội; pha trộn nhiều lối sống, văn hóa ngoại lai trong văn hóa truyền thống, bản địa; có thể làm giảm đi các sinh hoạt văn hóa truyền thống,.. Vấn đề là chính quyền địa phương là người điều tiết mọi hoạt động

sao cho phù hợp, vừa giữ gìn bản sắc văn hóa truyền thống của dân tộc, vừa tiếp biến những giá trị văn hóa hiện đại vào địa phương.

Những mong muốn của người dân đối với chính quyền địa phương trong hoạt động kinh doanh du lịch:

Bảng 24. Mong muốn của người dân từ chính quyền địa phương trong kinh doanh hoạt động du lịch

	Tần số	%	% hợp lệ	% tích lũy
Hỗ trợ về thủ tục, giấy phép	48	23.9	23.9	23.9
Chính sách ưu đãi thuế	26	12.9	12.9	36.8
Đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng	63	31.3	31.3	68.2
Vay vốn với lãi suất ưu đãi	35	17.4	17.4	85.6
Khác	29	14.4	14.4	100.0
Total	201	100.0	100.0	

Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm đề tài

Như vậy, mong muốn lớn nhất của người dân là được tập huấn, đào tạo bồi dưỡng kỹ năng để phục

vụ cho du lịch. Điều này là không quá khó, nếu chính quyền địa phương đầu tư thêm về kinh phí,

thì nhóm nghiên cứu có thể hoàn toàn thực hiện để đáp ứng cho nhu cầu, mong muốn cần thiết của cộng đồng người dân địa phương.

Cộng đồng địa phương còn mong muốn được hợp tác với các doanh nghiệp du lịch để có nguồn khách ổn định trong hoạt động kinh doanh du lịch. Điều này là rất cần thiết để đảm bảo duy trì cho hoạt động lâu dài. Tuy nhiên, hiện nay cộng đồng địa phương đang bị động, ngồi chờ các doanh nghiệp dẫn khách đến nhà vườn của mình, chưa đủ mạnh để tạo thương hiệu riêng, tạo sức hút cho khách du lịch và các công ty lữ hành khai thác sản phẩm du lịch.

3. Kết luận, kiến nghị

3.1. Kết luận

Tiềm năng về sản phẩm du lịch hiện có của xã Bạch Đằng là rất lớn, phù hợp để khai thác và phát triển loại hình du lịch sinh thái, dựa vào vườn cây ăn trái, đặc biệt cây chủ lực là các loại bưởi đã từng được trồng và khai thác tại địa phương. Kết hợp với các di tích lịch sử, văn hóa của xã, các khu vui chơi giải trí như sân golf là một lợi thế. Thêm vào đó là văn hóa, đời sống bản địa của cộng đồng địa phương là thế mạnh để khai thác trong sản phẩm du lịch sinh thái xã Bạch Đằng. Có thể tiến hành khai thác loại hình lưu trú homestay cuối tuần tại đây. Vị trí địa lý ven sông Đồng Nai của xã là thế mạnh để khai thác từ nguồn khách du lịch đến bằng đường thủy, ngoài hệ thống đường bộ hiện nay đã hoàn thiện, rất thuận lợi để đón tiếp khách du lịch đến từ thị trường khách lớn là TP.HCM và các tỉnh phụ cận như Đồng Nai, Bình Phước, Lâm Đồng và các tỉnh miền Tây Nam bộ.

Vấn đề hiện nay của xã Bạch Đằng là người dân địa phương có nhu cầu để được tham gia vào hoạt

động du lịch là đã rõ. Chính sách phát triển dịch vụ du lịch từ lãnh đạo tỉnh Bình Dương cũng đang được triển khai mạnh mẽ. Như vậy, sự cần thiết hiện nay để khai thác và phát triển du lịch là sự hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi của lãnh đạo xã và đặc biệt là phải đầu tư nguồn nhân lực du lịch phù hợp và có chất lượng.

3.2. Kiến nghị

Tác giả thiết nghĩ, chính quyền địa phương nên hỗ trợ để người dân có thể chủ động hơn trong việc tiếp đón khách du lịch đến với nhà vườn. Cụ thể nên quảng bá các sản phẩm du lịch của địa phương lên các phương tiện truyền thông như: web site, báo chí, tạp chí. Khuyến khích và tạo điều kiện để cộng đồng địa phương liên kết giữa loại hình du lịch sinh thái với du lịch văn hóa, tham quan các di tích, lịch sử, danh thắng trong địa phương và vùng phụ cận. Muốn làm được điều này, thì chính quyền địa phương xã Bạch Đằng cần có kế hoạch trùng tu và bảo tồn hệ thống các di tích, lịch sử, văn hóa của xã.

Kết hợp du lịch sinh thái với du lịch nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí cuối tuần thông qua hình thức chơi golf ở sân golf của xã. Kéo theo việc sử dụng và khai thác hệ thống cung ứng các dịch vụ: nghỉ ngơi, lưu trú, ăn uống (khai thác từ các sản vật địa phương sẵn có, khuyến khích người dân gây dựng lại những sản phẩm nông nghiệp để đáp ứng).

Kết hợp du lịch sinh thái tại các vườn cây ăn trái - chủ yếu là bưởi truyền thống với việc giới thiệu quy trình trồng và thu hoạch bưởi; khai thác các sản phẩm làm ra từ bưởi như: gói bưởi, rượu bưởi, chè bưởi, chiết xuất tinh chất từ vỏ bưởi ứng dụng trong y học; xen kẽ với các nông sản bản địa như: các loại rau, củ, quả địa phương, các loại vật nuôi hoặc có sẵn trong tự nhiên như gà, vịt, tôm, cá sông,...

Tourism products of the grapefruit garden on Bach Dang peninsula, Tan Uyen town, Binh Duong province

• **Nguyen Thu Cuc**

University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

ABSTRACT:

Sustainable tourism development is often based on the existing strengths of the local. Bach Dang peninsula, Tan Uyen town, Binh Duong province has the advantage of orchard availability. Among them, the grapefruit on Bach Dang not only is a brand well known in the southern plains but also grows nationwide. With the objective to take advantage of Bach Dang grapefruit products for local tourism development, this study aims to investigate,

analyze the tourism product of the grapefruit garden on Bach Dang peninsula. At the same time, the paper considers the combination with other travel-related products based on the understanding and evaluation of the parties involved in tourism activities to create the foundation to conduct a specific strategy for the practical implementation to reasonably and effectively develop tourism on Bach Dang peninsula.

Keywords: tourism products, Bach Dang grapefruit

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ban chỉ đạo KTTT, Tổ hợp tác bưởi Bạch Đằng (2013). Báo cáo tổng kết tình hình hoạt động Tổ hợp tác bưởi Bạch Đằng năm 2013. 5tr.
- [2]. Nguyễn Minh Tuệ (cb) và nhiều người khác, Địa lý Du lịch Việt Nam, NXB Giáo dục, Hà Nội, 2013
- [3]. Phạm Trung Lương (cb), Du lịch sinh thái những vấn đề về lý luận và thực tiễn phát triển ở Việt Nam, NXB Giáo Dục, 2002
- [4]. Sở văn hóa, thể thao và du lịch tỉnh Bình Dương, Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Bình Dương đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030, 2013
- [5]. Sở văn hóa, thông tin Bình Dương, Ban quản lý di tích và danh thắng, (2008) Di tích và danh thắng tỉnh Bình Dương, 368 trang.
- [6]. Tổng cục Du lịch Việt Nam, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030, 2011
- [7]. Trường Hoàng Phương (biên tập) - Bản đồ du lịch Việt Nam, NXB Bản đồ, 2016.
- [8]. UBND xã Bạch Đằng (2014). Báo cáo tình hình KT-XH-QPAN năm 2014. Phương hướng nhiệm vụ năm 2015. 16tr.
- [9]. <http://baodatviet.vn/khoa-hoc/nhan-hieu-tap-the-buoi-bach-dang-2217423>
- [10]. <http://dulichbinhduong.org.vn/tin/vuon-buoi-bach-dang-238>