

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**



**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
TRƯỜNG TRUNG NAM**

**KHAI THÁC TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH  
VÙNG BẦY NÚI TỈNH AN GIANG**

**NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ - 8310110**



**Tp. Hồ Chí Minh, tháng 10/2019**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
TRƯƠNG TRUNG NAM**

**KHAI THÁC TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG  
BẢY NÚI TỈNH AN GIANG**

**NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ - 8310110**

Người hướng dẫn khoa học

**TS. HỒ VIỆT CHIẾN**

Tp. Hồ Chí Minh, tháng 10/2019

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Số: 464/QĐ-ĐHSPKT

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 02 năm 2019

### QUYẾT ĐỊNH

Về việc giao đề tài luận văn tốt nghiệp và người hướng dẫn năm 2019

**HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT TP. HỒ CHÍ MINH**

Căn cứ Quyết định số 426/TTg ngày 27 tháng 10 năm 1976 của Thủ tướng Chính phủ về một số vấn đề cấp bách trong mạng lưới các trường đại học và Quyết định số 118/2000/QĐ-TTg ngày 10 tháng 10 năm 2000 của Thủ tướng Chính phủ về việc tổ chức lại Đại học Quốc gia Thành Phố Hồ Chí Minh, tách Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh trực thuộc Bộ Giáo dục và Đào tạo;

Căn cứ Quyết định số 70/2014/QĐ-TTg ngày 10 tháng 12 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Điều lệ trường Đại học;

Căn cứ Quyết định số 937/QĐ-TTg ngày 30 tháng 6 năm 2017 về việc phê duyệt đề án thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh;

Căn cứ Thông tư số 15/2014/TT-BGDĐT ngày 15/5/2014 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc Ban hành Quy chế đào tạo trình độ thạc sĩ;

Căn cứ vào Biên bản bảo vệ Chuyên đề của ngành Quản lý kinh tế vào ngày 16/02/2019;

Xét nhu cầu công tác và khả năng cán bộ;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Đào tạo,

### QUYẾT ĐỊNH:

**Điều 1.** Giao đề tài Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ và người hướng dẫn Cao học năm 2019 cho:

Học viên : **Trương Trung Nam**

MSHV: 1881417

Ngành : **Quản lý kinh tế**

Tên đề tài : **Khai thác tiềm năng phát triển du lịch vùng bảy núi An Giang**

Người hướng dẫn : **TS. Hồ Viết Chiến**

Thời gian thực hiện: **Từ ngày 28/02/2019 đến ngày 28/8/2019**

**Điều 2.** Giao cho Phòng Đào tạo quản lý, thực hiện theo đúng Quy chế đào tạo trình độ thạc sĩ của Bộ Giáo dục & Đào tạo ban hành.

**Điều 3.** Trưởng các đơn vị, phòng Đào tạo, các Khoa quản ngành cao học và các Ông (Bà) có tên tại Điều 1 chịu trách nhiệm thi hành quyết định này.

Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký./.

Nơi nhận :

- BGH (để biết);
- Như điều 3;
- Lưu: VT, SDH (3b).

**KT. HIỆU TRƯỞNG**  
**PHÓ HIỆU TRƯỞNG**  
**KỸ THUẬT**  
**TP. HỒ CHÍ MINH**  
PGS.TS. Lê Hiếu Giang

**BIÊN BẢN CHẤM LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ NĂM 2019**

**NGÀNH: Quản lý kinh tế KHÓA 2018-2020**

Hội đồng chấm LVTN theo QĐ số: 2168/QĐ-DHSPKT-SĐH, ngày 09/10/2019

Có mặt : ..... Vắng mặt: .....

Chủ tịch Hội đồng : TS. Vòng Thịnh Nam

Thư ký Hội đồng : TS. Hoàng Văn Long

Học viên bảo vệ LVTN : **Trương Trung Nam**

MSHV: 1881417

Giảng viên hướng dẫn : TS. Hồ Viết Chiến

Giảng viên phản biện : TS. Nguyễn Giác Trí

TS. Trần Độc Lập

Tên đề tài LVTN : **KHAI THÁC TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG BAY NÚI AN GIANG**

**I. KẾT QUẢ BẢO VỆ:**

TT	Thành viên hội đồng	Kết quả bảo vệ	Ghi chú
1	TS. Vòng Thịnh Nam	7,4	
2	TS. Hoàng Văn Long	7,0	
3	TS. Nguyễn Giác Trí	7,5	
4	TS. Trần Độc Lập	7,0	
5	TS. Đặng Quang Vắng	7,0	
<b>Tổng điểm</b>		<b>35,9</b>	
<b>Điểm trung bình</b>		<b>7,2</b>	

**II. KẾT LUẬN:**

(Thư ký hội đồng ghi rõ các ý kiến của thành viên hội đồng về việc chỉnh sửa, bổ sung những nội dung gì trong LVTN)

— Tiếp thu và chỉnh sửa theo ý kiến của hội đồng, áp dụng trên bài báo phản biện và đề tài.

— Lưu lại mục tiêu, phương pháp nghiên cứu.

**CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG**

(Ký, ghi rõ học hàm, học vị & họ tên)



TS. Vòng Thịnh Nam

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 26 tháng 10 năm 2019

**THƯ KÝ HỘI ĐỒNG**

(Ký, ghi rõ học hàm, học vị & họ tên)



TS. Hoàng Văn Long





HCMUTE

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

## PHIẾU NHẬN XÉT LUẬN VĂN THẠC SĨ - HƯỚNG ỨNG DỤNG (Dành cho giảng viên phản biện)

Tên đề tài luận văn thạc sĩ: **KHAI THÁC TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG  
BÁY NÚI AN GIANG**

Tên tác giả: **Trương Trung Nam**

MSHV: **1881417**

Ngành: **Quản lý kinh tế**

Khóa: **2018-2020**

Họ và tên người phản biện: **TS. Nguyễn Giác Trí**

Chức danh: **Giảng viên**

Học vị: **Tiến Sĩ**

Cơ quan công tác: **Trường ĐH Đồng Tháp**

Điện thoại liên hệ: **0907.814584**

### I. Ý KIẾN NHẬN XÉT

#### 1. Về hình thức & kết cấu luận văn.

Kết cấu luận văn gồm 03 chương và nội dung từng chương được tác giả trình bày tương đối phù hợp. Về hình thức trình bày, tác giả cần rà soát và khắc phục những lỗi về chính tả, văn bản và quy định về cách trình bày.

#### 2. Về nội dung

##### 2.1 Nhận xét về tính khoa học, rõ ràng, mạch lạc, khúc chiết trong luận văn.

Luận văn thể hiện tính khoa học giữa nội dung của các phần trong cùng chương và nội dung giữa các chương với nhau. Ngôn ngữ sử dụng rõ ràng.

##### 2.2 Nhận xét đánh giá việc sử dụng hoặc trích dẫn kết quả NC của người khác có đúng qui định hiện hành của pháp luật sở hữu trí tuệ.

Phù hợp

##### 2.3 Nhận xét về mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu sử dụng trong LVTN.

- Mục tiêu nghiên cứu nên trình bày cụ thể: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch vùng Bảy Núi. Trên cơ sở đó, đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch vùng Bảy Núi.

- Phương pháp nghiên cứu: Phù hợp

##### 2.4 Nhận xét Tổng quan của đề tài.

Tác giả có đầu tư thời gian và công sức để thực hiện luận văn. Điều đó thể hiện qua khối lượng công việc và chất lượng nội dung mà tác giả đã đề cập trong luận văn. Tuy nhiên, cũng còn một số chỗ cần phải chỉnh sửa lại theo góp ý của hội đồng cho hoàn thiện hơn.

##### 2.5 Nhận xét đánh giá về nội dung & chất lượng của LVTN.

Đạt yêu cầu

##### 2.6 Nhận xét đánh giá về khả năng ứng dụng, giá trị thực tiễn của đề tài.

Có khả năng ứng dụng.

##### 2.7 Luận văn cần chỉnh sửa, bổ sung những nội dung gì (thiết sót và tồn tại).

- Nội dung tóm tắt cần trình bày cụ thể hơn;

- Lý chọn đề tài chưa làm nổi bật lên sự cần thiết phải nghiên cứu.

- Trang 3 “Theo nhóm nghiên cứu do PGS.TS Võ Văn Thắng.....đứng đầu.....: Hoặc “Hợp tác du lịch giữa An Giang với Campuchia của Nguyễn Thị Phương”. Tác giả nên thay đổi cách dùng từ và chỉnh câu cho hợp lý. Bên cạnh đó cần thống nhất cách trình bày lược khảo tài liệu.

- Sai về quy định về vị trí đặt tên hình, bảng và thiếu nguồn trích dẫn.

- Xem lại cách định dạng-

“Danh mục hợp tác và kêu gọi đầu tư trên địa bàn tỉnh An Giang” (trang 46-47), tác giả nên trình bày ở phần phụ lục đính kèm.

- Cần rà soát và chỉnh lại lỗi chính tả.

## II. CÁC VẤN ĐỀ CẦN LÀM RÕ

(Các câu hỏi của giảng viên phản biện)

Đặt vấn đề: Phát triển du lịch với mục đích chính là thu hút du khách, giúp gia tăng giá trị kinh tế của địa phương và mang lại lợi ích cho các chủ thể tham gia hoạt động cung cấp dịch vụ du lịch, cũng như các dịch vụ hỗ trợ du lịch. Nhiều nghiên cứu đã chứng minh yếu tố rủi ro trong du lịch (vấn đề ăn xin, móc túi, cướp giật,..) có mối quan hệ nghịch biến với ý định quay trở lại của du khách cũng như “truyền miệng tích cực” đến các du khách tiềm năng về điểm đến.

CÂU HỎI: Tác giả có nghĩ rằng việc bổ sung giải pháp liên quan đến vấn đề làm cách nào giảm rủi ro trong du lịch là cần thiết? (Nếu có) giải pháp mà tác giả đề xuất là gì?

## III. ĐÁNH GIÁ

TT	Mục đánh giá	Đánh giá	
		Đạt	Không đạt
1	Tính khoa học, rõ ràng, mạch lạc, khúc chiết trong luận văn.	x	
2	Đánh giá việc sử dụng hoặc trích dẫn kết quả NC của người khác có đúng qui định hiện hành của pháp luật sở hữu trí tuệ.	x	
3	Mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu sử dụng trong LVTN.	x	
4	Tổng quan của đề tài.	x	
5	Đánh giá về nội dung & chất lượng của LVTN.	x	
6	Đánh giá về khả năng ứng dụng, giá trị thực tiễn của đề tài.	x	

Đánh dấu chéo (x) vào ô muốn Đánh giá

## IV. KẾT LUẬN

(Giảng viên phản biện ghi rõ ý kiến “Tán thành luận văn” hay “Không tán thành luận văn”)

Đồng ý cho bảo vệ

TP Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 10 năm 2019

**Người nhận xét**

(Ký & ghi rõ họ tên)



TS. Nguyễn Giác Trí



HCMUTE

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

**PHIẾU NHẬN XÉT**  
**LUẬN VĂN THẠC SỸ - HƯỚNG ỨNG DỤNG**  
(Dành cho giảng viên phản biện)

Tên đề tài luận văn thạc sỹ: **KHAI THÁC TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG BẮY NÚI AN GIANG**

Tên tác giả: **Trương Trung Nam**

MSHV: **1881417**

Ngành: **Quản lý kinh tế**

Khóa: **2018-2020**

Họ và tên người phản biện: **TS. Trần Đức Lập**

Chức danh: **Giảng viên**

Học vị: **Tiến Sĩ**

Cơ quan công tác: **ĐH NÔNG LÂM TP.HCM**

Điện thoại liên hệ: **0902.606075**

**I. Ý KIẾN NHẬN XÉT**

**1. Về hình thức & kết cấu luận văn.**

Đạt yêu cầu

Kết cấu luận văn chưa cân đối

**2. Về nội dung**

**2.1 Nhận xét về tính khoa học, rõ ràng, mạch lạc, khúc chiết trong luận văn.**

Cần phải hoàn thiện lại, viết rõ ràng và cần phải nêu minh chứng. Cần kiểm định thống kê các kết quả nghiên cứu

**2.2 Nhận xét đánh giá việc sử dụng hoặc trích dẫn kết quả NC của người khác có đúng qui định hiện hành của pháp luật sở hữu trí tuệ.**

Cần phải xem xét lại các trích dẫn ~~gồm~~ tiếp

**2.3 Nhận xét về mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu sử dụng trong LVTN.**

Đạt yêu cầu.

Tuy nhiên, tác giả cần nêu rõ các bước thực hiện nghiên cứu, định nghĩa rõ các chỉ tiêu đo lường đánh giá được sử dụng trong luận văn

**2.4 Nhận xét Tổng quan của đề tài.**

Tổng quan được các vấn đề nghiên cứu liên quan.

Tuy nhiên, cần trình bày lại cho đúng văn phong khoa học

**2.5 Nhận xét đánh giá về nội dung & chất lượng của LVTN.**

Đạt yêu cầu.

Tuy nhiên cần phải kiểm định thống kê các kết quả nghiên cứu.

Giải pháp thiếu cơ sở khoa học

**2.6 Nhận xét đánh giá về khả năng ứng dụng, giá trị thực tiễn của đề tài.**

Có khả năng làm tài liệu tham khảo

**2.7 Luận văn cần chỉnh sửa, bổ sung những nội dung gì (thiết sót và tồn tại).**

Viết lại giải pháp

**II. CÁC VẤN ĐỀ CẦN LÀM RÕ**

(Các câu hỏi của giảng viên phản biện)

### III. ĐÁNH GIÁ

TT	Mục đánh giá	Đánh giá	
		Đạt	Không đạt
1	Tính khoa học, rõ ràng, mạch lạc, khúc chiết trong luận văn.	x	
2	Đánh giá việc sử dụng hoặc trích dẫn kết quả NC của người khác có đúng qui định hiện hành của pháp luật sở hữu trí tuệ.	x	
3	Mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu sử dụng trong LVTN.	x	
4	Tổng quan của đề tài.	x	
5	Đánh giá về nội dung & chất lượng của LVTN.		x
6	Đánh giá về khả năng ứng dụng, giá trị thực tiễn của đề tài.	x	

Đánh dấu chéo (x) vào ô muốn Đánh giá

### IV. KẾT LUẬN

(Giảng viên phân biện ghi rõ ý kiến "Tán thành luận văn" hay "Không tán thành luận văn")

Đồng ý cho bảo vệ

TP Hồ Chí Minh, ngày 24 tháng 10 năm 2019

Người nhận xét  
(Ký & ghi rõ họ tên)



TS. Trần Độc Lập



# LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

## I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ & tên: Trương Trung Nam

Giới tính: Nam

Ngày, tháng, năm sinh: 10/04/1982

Nơi sinh: An Giang

Quê quán: Châu Đốc – An Giang

Dân tộc: Kinh

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 42/7, khóm 1, Phường Châu Phú A, Thành phố Châu Đốc, tỉnh An Giang.

Điện thoại : 0983.020.868

E-mail: namtt.qtdcd@gmail.com

## II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

### 1. Đại học:

Hệ đào tạo: vừa học vừa làm      Thời gian đào tạo từ 2008 đến 2012

Nơi học (trường, thành phố): Đại học Khoa Học Tự Nhiên, TP.Hồ Chí Minh.

Ngành học: Công nghệ thông tin.

### 2. Thạc sĩ:

Hệ đào tạo : chính quy      Thời gian đào tạo từ 10/2018 đến 04/2020

Nơi học (trường, thành phố): Đại học Sư Phạm Kỹ Thuật, TP.Hồ Chí Minh.

Ngành học: Quản lý kinh tế

Tên luận văn : Khai thác tiềm năng phát triển du lịch vùng Bảy Núi tỉnh An Giang

Ngày và nơi bảo vệ đồ án, khóa luận hoặc thi tốt nghiệp: ngày 26/10/2019

Người hướng dẫn; TS. Hồ Viết chiến

## III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN KỂ TỪ KHI TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
01/2013 - 2019	Quỹ tín dụng nhân dân Châu Đốc	Cán bộ tín dụng

## **LỜI CAM ĐOAN**

Luận văn này là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi, được thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của TS.Hồ Viết Chiến.

Các số liệu, những kết luận nghiên cứu được trình bày trong luận văn này hoàn toàn trung thực.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về lời cam đoan này.

Học viên thực hiện

Trương Trung Nam

## LỜI CẢM ƠN

Để có thể hoàn thành đề tài luận văn thạc sĩ một cách hoàn chỉnh, bên cạnh sự nỗ lực cố gắng của bản thân còn có sự hướng dẫn nhiệt tình của quý Thầy Cô, cũng như sự động viên ủng hộ của gia đình và bạn bè trong suốt thời gian học tập nghiên cứu và thực hiện luận văn thạc sĩ.

Xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn đến Thầy TS. Hồ Viết Chiến người đã hết lòng giúp đỡ và tạo mọi điều kiện tốt nhất cho tôi hoàn thành luận văn này. Xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn đến toàn thể quý thầy cô trong khoa Kinh tế và khoa sau đại học Đại học Sư Phạm Kỹ Thuật Thành phố Hồ Chí Minh đã tận tình truyền đạt những kiến thức quý báu cũng như tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất cho tôi trong suốt quá trình học tập nghiên cứu và cho đến khi thực hiện đề tài luận văn.

Xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn đến Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh An Giang, Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên đã không ngừng hỗ trợ và tạo mọi điều kiện tốt nhất cho tôi trong suốt thời gian nghiên cứu và thực hiện luận văn.

Cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn đến gia đình, các anh chị và các bạn đồng nghiệp đã hỗ trợ cho tôi rất nhiều trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu và thực hiện đề tài luận văn thạc sĩ một cách hoàn chỉnh

Châu Đốc, tháng 10 năm 2019

Học viên thực hiện

Trương Trung Nam

## **DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT**

- ĐBSCL : Đồng bằng sông Cửu Long
- UBND : Ủy Ban Nhân Dân
- AG : An Giang
- KDL : Khu du lịch
- Sở VH,TT&DL : Sở Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch
- PGS : Phó Giáo Sư
- TS : Tiến sĩ
- GDP : Gross Domestic Product (tổng sản phẩm quốc nội)
- GRDP : Gross Regional Domestic Product (tổng sản phẩm bình quân đầu người)
- MICE : Meeting Incentive Conference Event
- TNHH : Thương nghiệp hàng hóa
- DA : Dự án
- TTHTKT : Trung tâm kinh tế hạ tầng kỹ thuật
- FAO : Food and Agriculture Organization of the United Nations (tổ chức Nông lương Liên Hiệp Quốc)
- WEF : World Economic Forum (Diễn đàn Kinh tế thế giới)
- TW8 : Trung ương 8
- TP.HCM : Thành phố Hồ Chí Minh
- QL80 : Quốc lộ 80

## TÓM TẮT

Bảy Núi là vùng biên giới của tỉnh An Giang, là vùng du lịch sông núi vùng đồng bằng sông Cửu Long. Nơi đây có nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp, có truyền thống văn hóa, lịch sử lâu đời và các di tích lịch sử văn hóa có giá trị như lâm viên núi Cấm, động Thủy Liêm, suối Thanh Long, chùa Phật lớn, các hồ, rừng sinh thái Trà Sư, chùa Hòa Thạnh,...Nơi đây là cửa ngõ quan trọng để tỉnh mở rộng thị trường du lịch, khuyến khích phát triển du lịch.

Vùng còn có hệ thống giao thông đường bộ lẫn đường thủy trên phạm vi toàn tỉnh, liên huyện đều đi qua các khu, điểm du lịch tạo điều kiện thuận lợi rất lớn cho du lịch phát triển. Đây là những tiềm năng quý của vùng cần được khai thác để phát triển du lịch, góp phần phát triển kinh tế nâng cao đời sống nhân dân, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội của vùng nói riêng, của tỉnh nói chung.

Tuy nhiên, tốc độ phát triển du lịch của vùng chưa thật sự tương xứng với tiềm năng tài nguyên du lịch sẵn có địa phương. Lượng khách đến và thời gian lưu trú của khách còn ít nên hiệu quả kinh doanh du lịch vẫn chưa cao. Hoạt động lữ hành còn yếu, thiếu các tour tuyến du lịch thật sự hấp dẫn để thu hút du khách, chưa gắn kết hiệu quả các hoạt động du lịch với các lễ hội truyền thống mà chủ yếu còn mang tính mùa vụ. Sản phẩm du lịch chủ yếu dựa vào tài nguyên tự nhiên nên chưa tạo nhiều sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh cao. Thiếu các khu du lịch tổng hợp với nhiều dịch vụ du lịch hấp dẫn để thu hút du khách. Hoạt động du lịch còn nhỏ lẻ, manh mún, kinh doanh dịch vụ du lịch lộn xộn, tình trạng chèo kéo và đeo bám du khách tại các điểm và cụm du lịch gây không ít sự phiền hà cho du khách.

Hoạt động du lịch chưa chuyên nghiệp, bên cạnh đó chương trình quảng bá chủ yếu là trong nước. Trình độ năng lực và nghiệp vụ của đội ngũ hướng dẫn viên và nhân viên phục vụ du khách còn nhiều hạn chế. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho du lịch chưa được đầu tư tương xứng với tiềm năng.

Đề tài này dùng phương pháp thống kê, tham khảo ý kiến chuyên gia, phương pháp nghiên cứu các dữ liệu từ các nguồn tài liệu, các đề tài khoa học, công trình nghiên cứu khoa học để phân tích chỉ rõ những tiềm năng du lịch vùng Bảy Núi, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển bền vững du lịch Bảy Núi.

## SUMMARY

Seven Mountains that border area of An Giang province, the tourist area mountain river Mekong Delta. It has many beautiful natural landscapes and traditional culture, long history and cultural historic value as Forbidden Mountain forest, Dynamic Thuy Liem, Thanh Long streams, large Buddhist temples, lakes, Tra Su forest ecology, Hoa Thanh Pagoda,... It is an important gateway to the province to expand the tourism market and encourage tourism development.

There are areas of road traffic systems and waterways across the province and inter-district goes through parks, tourist attractions create favorable conditions for tourism huge development. These are the potential wealth of the region should be exploited for the development of tourism and contribute to economic development improve people's lives, contribute to economic development - economic development of the region in particular, the provinces say general

However, the pace of development of regional tourism is not really commensurate with the potential tourism resources local availability. Arrivals and hotel stays of less efficient business travel is not high. Weak travel activities, tours and travel lack of truly compelling to attract tourists, not to mount effective tourism activities with the traditional festivals which mainly also depends on season. Tourism products mainly based on natural resources should not create more tourism products with high competitiveness. Lack of tourist area with many attractive tourism services to attract tourists. Tourism activities are small and scattered, business travel services in disarray, the unsettled situation and stalk visitors at tourist spots and clusters caused many inconvenience for travelers.

Tourism activity is not professional, besides promotions are mainly domestic. Qualifications and professional team of instructors and staff serve guests is limited. Technical facilities serving for tourism investment is not commensurate with the potential.

This theme uses statistical methods, consult with experts, research methods of data from the source document, the subject of science, research scientists for analysis indicated potential travelers Seven Mountains tourist area, then to propose some solutions to develop sustainable tourism Seven Mountains.



# MỤC LỤC

Trang

## TRANG BÌA

QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI .....	i
BIÊN BẢN CHẤM LUẬN VĂN .....	ii
PHIẾU NHẬN XÉT .....	iii
LÝ LỊCH SƠ LƯỢC .....	vii
LỜI CAM ĐOAN .....	viii
LỜI CẢM ƠN .....	ix
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....	x
TÓM TẮT .....	xi
MỤC LỤC.....	xiii
DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ.....	xvii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	xviii

## PHẦN MỞ ĐẦU .....

1

1. Lý do chọn đề tài..... 1
2. Các công trình nghiên cứu có liên quan..... 2
3. Mục tiêu nghiên cứu..... 4
4. Đối tượng nghiên cứu .....
5. Phạm vi nghiên cứu..... 5
6. Phương pháp nghiên cứu..... 5
7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu .....
8. Cấu trúc của luận văn..... 6

## PHẦN NỘI DUNG .....

7

### Chương I

#### CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....

7

- 1.1. Khái niệm, tiềm năng và vai trò của du lịch đối với nền kinh tế .....
- 1.1.1. Khái niệm về du lịch .....
- 1.1.2. Khái niệm tiềm năng phát triển du lịch .....
- 1.1.3. Các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến phát triển du lịch .....

1.1.3.1. Tài nguyên du lịch.....	9
1.1.3.2. Thị trường du lịch.....	10
1.1.3.3. Khách du lịch.....	10
1.1.3.4. Vị trí địa lý và khí hậu.....	11
1.1.4. Vai trò của ngành du lịch đối với phát triển kinh tế.....	12
1.1.5. Chủ trương phát triển du lịch của đảng, nhà nước ta .....	14
1.2. Kinh nghiệm phát triển du lịch trong và ngoài nước .....	19
1.2.1. Phát triển du lịch ở một số nước trong khu vực .....	19
1.2.2. Phát triển du lịch ở một số địa phương trong nước .....	23
<b>Kết luận chương I.....</b>	<b>26</b>
<b>Chương II</b>	
<b>ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH</b>	
<b>VÙNG BẢY NÚI TỈNH AN GIANG.....</b>	<b>28</b>
2.1. Giới thiệu về tình hình kinh tế - xã hội tỉnh An Giang .....	28
2.1.1. Vị trí địa lý .....	28
2.1.2. Dân số.....	28
2.1.3. Tình hình thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh An	
Giang.....	30
2.1.4. Kết quả thực hiện chỉ tiêu phát triển du lịch .....	31
2.2. Những tiềm năng và lợi thế phát triển du lịch vùng Bảy Núi .....	32
2.2.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên.....	32
2.2.2. Tài nguyên du lịch nhân văn.....	35
2.2.3. Một số khu du lịch, danh lam thắng cảnh .....	39
2.2.4. Các lễ hội truyền thống .....	43
2.2.5. Ẩm thực .....	44
2.3. Thực trạng phát triển du lịch vùng Bảy Núi, An Giang thời gian qua...	45
2.3.1. Những thuận lợi.....	45
2.3.2. Những thành quả của du lịch vùng Bảy Núi những năm qua .....	49
2.3.2.1. Về công tác quản lý hoạt động du lịch .....	49
2.3.2.2. Công tác xúc tiến, quảng bá và hợp tác phát triển du lịch.....	51

2.3.2.3. Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kỹ thuật du lịch.....	53
2.3.2.4. Phát triển du lịch đồng bộ với các ngành kinh tế khác .....	53
2.3.3. Những hạn chế, khó khăn trong quá trình phát triển du lịch Bảy Núi.....	54
2.3.4. Nguyên nhân của những khó khăn, hạn chế.....	60
<b>Kết luận chương II .....</b>	<b>62</b>
<b>Chương 3</b>	
<b>NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG</b>	
<b>BẢY NÚI TỈNH AN GIANG .....</b>	<b>64</b>
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp .....	64
3.1.1. Bối cảnh ngành du lịch hiện nay .....	64
3.1.2. Cơ sở pháp lý.....	66
3.1.3. Quan điểm ngành du lịch .....	69
3.2. Một số định hướng lớn về phát triển du lịch của tỉnh An Giang .....	71
3.2.1. Công tác đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật.....	71
3.2.2. Công tác xúc tiến quảng bá, liên kết phát triển du lịch.....	73
3.2.3. Công tác an ninh trật tự tại các khu - điểm du lịch.....	73
3.2.4. Công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch .....	74
3.2.5. Công tác xúc tiến thương mại, khoa học và công nghệ phục vụ phát triển phát triển du lịch An Giang.....	74
3.3. Những định hướng phát triển du lịch vùng Bảy Núi tỉnh An Giang.....	75
3.3.1. Phát triển thị trường khách du lịch .....	76
3.3.2. Phát triển sản phẩm du lịch .....	76
3.3.3. Phát triển các tuyến du lịch chủ yếu.....	77
3.3.4. Phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch .....	77
3.3.5. Phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch .....	78
3.4. Các giải pháp phát triển du lịch vùng Bảy Núi .....	78
3.4.1. Nhóm các giải pháp thu hút khách du lịch .....	78
3.4.2. Nhóm các giải pháp nâng cao hình ảnh địa phương .....	80
3.4.3. Nhóm các giải pháp đầu tư xây dựng hạ tầng và cơ sở vật chất .....	81
3.4.4. Nhóm các giải pháp về quản lý hoạt động du lịch .....	82

3.4.5. Nhóm các giải pháp về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho hoạt động du lịch.....	82
3.5. Kiến nghị .....	84
<b>PHẦN KẾT LUẬN</b> .....	86
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	88

## DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

<b>TT</b>	<b>Ký hiệu</b>	<b>Tên bảng</b>	<b>Trang</b>
1	Biểu đồ 1	Các vùng đất ở Bảy Núi	33
2	Biểu đồ 2	Lượt khách và doanh thu của Núi Cấm	40
3	Biểu đồ 3	Lượt khách và doanh thu của rừng trà Trà Sư	42
4	Biểu đồ 4	Doanh thu Chợ Tịnh biên từ 2016 đến quý I năm 2019	45
5	Biểu đồ 5	Doanh thu của địa bàn huyện từ năm 2016 đến quý I/2019	51

## DANH MỤC CÁC BẢNG

<b>TT</b>	<b>Ký hiệu</b>	<b>Tên bảng</b>	<b>Trang</b>
1	Bảng 1	Các chỉ tiêu kinh tế - xã hội của tỉnh An Giang	30
2	Bảng 2	Nhiệt độ, lượng mưa trung bình của vùng Bảy Núi	34
3	Bảng 3	Các công trình kiến trúc, di tích, danh lam thắng cảnh, văn hóa	35
4	Bảng 4	Lượt khách, doanh thu của khu du lịch núi Két	41
5	Bảng 5	Lượt khách, doanh thu của miếu Bà Bàu Mướp	43
6	Bảng 6	Lượt khách, doanh thu trên địa bàn từ năm 2016 đến quý I/2019	50
7	Bảng 7	Số lượt khách du lịch đến các khu, điểm du lịch vùng Bảy núi từ năm 2015 đến năm 2018	59
8	Bảng 8	Dự kiến diện tích trồng cây dược liệu đến 2030	68



## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay, du lịch An Giang được đánh giá là một bức tranh không mấy sáng, nếu không có các điểm du lịch tâm linh “thu tiền” truyền thống “vực” lại (điển hình như miếu Bà-Vía Bà Chúa xứ), thì du lịch An Giang chưa thể đứng vững được nếu không có “tư duy” làm mới.

Ở vùng Bảy Núi cũng thế, dù là một vùng đầy tiềm năng về các loại hình du lịch, nhưng chưa thu hút khách đến tham quan; những tiềm năng này chưa đóng góp vào “kinh tế” như mong đợi, nếu không có “hệ thống cáp treo” núi Cấm. Qua thực địa và thống kê cho thấy, hiện nay hình thức du lịch bằng cáp treo lên núi Cấm đang bị “nhạt” dần lượng khách mỗi ngày một giảm, vì nhiều lý do như : cơ chế tận thu, người dân biết rồi cũng chán. Năm 2017, cáp treo núi Cấm đón 541.836 lượt khách nhưng năm 2018 chỉ đón 535.115 lượt khách, giảm 6.721 lượt khách (theo thống kê của trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên).

Tư duy làm du lịch hiện nay của ta là chỉ làm một ngày lễ hội rồi ngồi ăn một năm, không chú trọng đến những gì được cho là “tiềm năng bền vững”, cố khơi lên cái hào nhoáng để thu tiền khách rồi sau đó khách quay lại hay không thì tùy, ngồi đợi mùa sau. Hiện nay, thực trạng du lịch ở Bảy Núi nằm trong kiểu tư duy này, chỉ cần một chỗ làm trung tâm là đủ, còn các nơi khác dù có tiềm năng cũng không cần phải đi liền với trung tâm, cứ để tự trôi, ai đến thì đến.

Chính tư duy, cách làm, trình độ nghiệp vụ và còn nhiều yếu tố khác làm cho du lịch Bảy Núi nghèo nàn, chỉ đơn thuần là du lịch tâm linh quy tụ về núi Sam, núi Cấm, du lịch loại hình lạ là cáp treo. Trong khi đó tiềm năng thì nhiều, nhưng chưa phát triển so với tiềm năng, chưa biến du lịch trở thành ngành công nghiệp không khói thật sự so với các tỉnh bạn trong khu vực.

Dựa vào yếu tố tự nhiên, tín ngưỡng... vùng Bảy Núi được xem là tâm điểm du lịch tâm linh, sinh thái rất giàu tiềm năng. Vì vậy, chúng ta cần nghiên cứu, quy hoạch tổng thể, tạo thành một tuyến “du lịch vòng quanh Bảy Núi” với các loại hình du lịch đang xen nhau : du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, du lịch khám phá.

Với những tiềm năng phong phú về lợi thế phát triển du lịch, tỉnh An Giang xác định từng bước đưa du lịch vùng Bảy Núi thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, biến các thách thức thành cơ hội, hướng tới sự phát triển bền vững dựa trên trụ

cột “nền kinh tế xanh” góp phần tích cực trong việc đẩy nhanh tốc độ phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, trên cơ sở tận dụng tiềm năng sẵn có kết hợp sự đầu tư đúng mức và sự hỗ trợ, quan tâm của nhà nước để tạo điều kiện tốt nhất cho ngành du lịch phát triển.

Vì vậy, cần phải có những nghiên cứu, đánh giá cụ thể và có những định hướng và giải pháp hợp lý, nhằm phát triển bền vững du lịch bảy núi, nhằm đem lại hiệu quả cao, tương xứng với tiềm năng.

Với mong muốn được đóng góp công sức của mình vào phát triển quê hương, tôi đã chọn đề tài: **“Khai thác tiềm năng phát triển du lịch vùng Bảy Núi tỉnh An Giang”** làm đề tài luận văn thạc sĩ, chuyên ngành Quản lý kinh tế.

## **2. Các công trình nghiên cứu có liên quan**

Bộ Ngoại giao (2005), “Ngành dịch vụ Việt Nam và định hướng phát triển trong thời gian tới” đã đề cập đến các ngành dịch vụ nước ta hiện nay, phân tích những lợi thế và những hạn chế, yếu kém trong cạnh tranh dịch vụ như dịch vụ cảng biển, dịch vụ ngân hàng, dịch vụ du lịch và các lĩnh vực dịch vụ mới như bảo hiểm, tài chính...từ đó đề xuất những định hướng phát triển các lĩnh vực dịch vụ, nhất là dịch vụ du lịch Việt Nam trong xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế .

Trương Quang Hoàn (2011), “Đánh giá quá trình thực hiện tự do hóa thương mại đối với một số lĩnh vực dịch vụ ưu tiên hội nhập ASEAN”, Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á số 10 đã khái quát những nội dung cùng với phân tích, đánh giá quá trình thực thi tự do hóa dịch vụ và những rào cản mà ASEAN gặp phải trong quá trình hội nhập như: Dịch vụ vận tải hàng không; dịch vụ du lịch; dịch vụ thông tin - thương mại điện tử; dịch vụ hậu cần logistics; dịch vụ y tế và chăm sóc sức khỏe; đồng thời tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm thực thi hiệu quả các lĩnh vực dịch vụ ưu tiên khi hội nhập khu vực như: Dịch vụ vận tải hàng không; dịch vụ thông tin; dịch vụ hậu cần logistics, dịch vụ du lịch.

Nguyễn Trùng Khánh (2011), “Một số chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Malaysia”, Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á, số 10. Trong bài viết này tác giả đã nghiên cứu tương đối chi tiết những điều kiện tự nhiên, lịch sử văn hóa của Malayxia nêu lên những chính sách về phát triển du lịch của Malayxia như: cải tổ bộ máy quản lý du lịch, triển khai nhiều chiến dịch tổng thể phát triển du lịch cho từng giai đoạn, tăng cường đầu tư cho phát triển hoạt động du lịch (tăng ngân sách cho quảng bá du lịch, xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, xây dựng

mạng lưới văn phòng du lịch ở nước ngoài...). Đây là những bài học hết sức quý báu để ngành du lịch Việt Nam nói chung và du lịch tỉnh An Giang nói riêng tham khảo, học tập.

Võ Văn Thắng (2011), “Du lịch tâm linh là lợi thế lớn nhất trong du lịch An Giang. Do đó, vấn đề là phải khai thông những vướng mắc như: Môi trường tự nhiên tại các điểm du lịch tâm linh bị ô nhiễm đáng báo động, một số điểm chưa bảo đảm điều kiện vệ sinh tối thiểu cho khách. Điều này khiến du khách cảm thấy ái ngại và lo sợ, đặc biệt là khách quốc tế. Hệ quả là du khách chỉ muốn đến để tham quan một cách nhanh chóng rồi đi mà không ở lại lâu hơn”.

Nguyễn Thị Thi Phụng (2010), “Hợp tác du lịch giữa An Giang với Campuchia”, Tạp chí Văn hóa – Lịch sử An Giang, số 7 (65), tr 25-26. Hoạt động du lịch không chỉ gói gọn trong quan hệ giữa Việt Nam và Campuchia mà còn có cơ hội và tiềm năng phát triển rộng ra các nước tiểu vùng sông Mekong. Đây là một trong những nội dung mà An Giang có thể hợp tác để phát triển trong thời gian tới.

Nhật Ninh (2014), “Du lịch An Giang và những định hướng phát triển”, Tạp chí Văn hóa – Lịch sử An Giang, số 9 (114), tr 24-25. Theo tác giả, du lịch An Giang đang tự khẳng định mình trong sự phát triển chung với kinh tế tỉnh nhà, đồng thời đang làm tốt vai trò giới thiệu, quảng bá hình ảnh con người An Giang đến với nhân dân trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng, cả nước nói chung.

Võ Tá Tri (2011), “Phát triển bền vững du lịch - Một xu hướng tất yếu hiện nay”, Tạp chí Thương mại, số 15. Trong bài viết này tác giả đã nêu lên vai trò của dịch vụ du lịch trong nền kinh tế của các quốc gia và xu hướng phát triển của du lịch, phân tích những yếu tố tác động đến sự phát triển bền vững của ngành du lịch như: Quy mô, khả năng, chất lượng cung ứng những sản phẩm dịch vụ du lịch, yếu tố về thể chế, yếu tố thuộc về văn hóa, chính trị - xã hội, an ninh trật tự xã hội, các vấn đề về môi trường sinh thái... đây là những bài toán cần có những lời giải để ngành du lịch nước ta phát triển theo hướng bền vững.

Phùng Đức Vinh (2014), “Phát triển loại hình du lịch MICE một hướng đi cần thiết của Bà Rịa - Vũng Tàu”, Báo Điện tử Du lịch Việt Nam, ngày 28/4. Theo tác giả, du lịch MICE là loại hình kinh doanh du lịch kết hợp với việc cá nhân hay các tổ chức tham dự các hội nghị (Meetings), tham gia các chương trình khuyến mãi, khen thưởng (Incentives), dự hội thảo (Conferences/Conventions) và tham gia vào các cuộc triển lãm, các sự kiện (Exhibitions/Events) về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội. Loại hình du lịch MICE có tốc độ tăng trưởng nhanh hơn so với các loại du lịch thông thường Theo tác giả

du lịch MICE mới phát triển khoảng 10 năm trở lại đây ở nước ta nhưng chủ yếu tập trung ở các đô thị lớn như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Huế, Hội An, Nha Trang... Phát triển du lịch MICE là một hướng đi đúng và mang tầm chiến lược lâu dài cho du lịch của tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu. Đây cũng là một kinh nghiệm để An Giang nghiên cứu và phát triển ngành du lịch của địa phương.

Hồ Viết Chiến (2016) “Phát triển dịch vụ du lịch biển và tâm linh ở Bà Rịa – Vũng Tàu” Tạp chí Kinh tế & Dự báo (05); Bài viết đã nêu lên những tiềm năng, lợi thế đặc biệt của Bà Rịa – Vũng Tàu, nhất là tiềm năng về du lịch biển và những giá trị văn hóa, tín ngưỡng, tôn giáo; đây là những lợi thế để phát triển ngành du lịch; đồng thời bài viết đã đề xuất nhiều giải pháp kết hợp giữa du lịch biển với du lịch văn hóa tâm linh, nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội của địa phương. An Giang cũng là địa phương có nhiều di tích văn hóa tâm linh đặc biệt nổi tiếng, nên đây cũng là bài học để An Giang học tập và phát triển ngành du lịch của địa phương.

Nguyễn Thị Bích Ly – Trung tâm nghiên cứu kinh tế miền Nam “Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch huyện Tịnh Biên” Hội thảo khoa học – Tịnh Biên ngày 08 tháng 10 năm 2016; Bài viết nói lên Tịnh Biên là huyện vùng núi, biên giới có nguồn tài nguyên tương đối phong phú, đa dạng nhất là các tài nguyên về du lịch, trong đó, có cả các lợi thế về du lịch tự nhiên và du lịch tâm linh, tiềm năng của vùng là điều kiện thuận lợi giúp cho huyện lựa chọn phát triển các ngành dịch vụ - du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Hoàng Văn Lễ - Viện trưởng Viện Lịch sử Dòng họ (TP.Hồ Chí Minh) “Tịnh Biên: Phát triển du lịch bền vững vùng biên địa thời đổi mới, hội nhập” Hội thảo khoa học – Tịnh Biên ngày 08 tháng 10 năm 2016; Theo tác giả vùng biên địa như Tịnh Biên, phong cảnh hữu tình, đặc biệt tình hữu nghị hai nước Việt Nam – Campuchia thắt chặt bền vững, giúp nhau cùng phát triển. Với tiềm năng phong phú, trong đó du lịch đa dạng, phong phú là bàn đạp giúp Tịnh Biên tiến mạnh và vững chắc, tỉnh nhà và huyện khi có chính sách mời gọi đầu tư, thu hút lao động chất xám chắc chắn có bước tiến triển đột phá không xa.

### **3. Mục tiêu nghiên cứu**

Luận văn sẽ nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch nói chung và du lịch địa phương nói riêng; từ đó đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch ở vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang.

Luận văn nghiên cứu những cơ sở lý luận về du lịch và phát triển du lịch nói chung và du lịch vùng Bảy núi nói riêng.

Luận văn đi phân tích đánh giá thực trạng ngành du lịch vùng Bảy Núi, từ đó rút ra những mặt hạn chế, khó khăn, thuận lợi, đã được và chưa đạt được

Đề xuất những giải pháp khai thác hiệu quả tiềm năng, lợi thế của du lịch vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang.

#### **4. Đối tượng nghiên cứu**

Luận văn tập trung nghiên cứu các tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch vùng Bảy núi, tỉnh An Giang. Trong đó bao gồm các điểm du lịch văn hóa, điểm tham quan văn hóa, di tích văn hóa, lịch sử tiêu biểu như Núi Cấm, rừng trà Trà Sư, miếu Bà Bàu Mướp, khu du lịch Núi Két, chợ Biên giới Tịnh Biên,...

#### **5. Phạm vi nghiên cứu**

- Không gian: Nghiên cứu hoạt động du lịch về mặt không gian là nghiên cứu những điểm du lịch hấp dẫn nhất vùng bảy núi An Giang như chùa Bà Chúa Xứ - núi Sam, khu du lịch lâm viên núi Cấm, cáp treo núi Cấm, miếu bà Bàu Mướp, rừng trà Trà Sư, khu du lịch núi Két...

- Về thời gian: thời gian nghiên cứu về thực trạng phát triển du lịch vùng Bảy Núi tỉnh An Giang từ 2015 đến 2018.

- Về nội dung: tập trung chủ yếu vào phân tích, đánh giá tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch tại vùng Bảy Núi trong thời gian qua, qua đó tìm ra đề xuất, những định hướng và giải pháp hợp lý nhằm khai thác hiệu quả tiềm năng, phát triển có hiệu quả tiềm năng vùng Bảy Núi nhằm tăng trưởng nền kinh tế.

#### **6. Phương pháp nghiên cứu**

Trong quá trình thực hiện đề tài đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau :

- Phương pháp khảo sát và điều tra thực tế nhằm thu thập thông tin, hình ảnh, quan sát, ghi chép các thông tin nghiên cứu.

- Phương pháp nghiên cứu các dữ liệu từ các nguồn tài liệu, các đề tài khoa học, công trình nghiên cứu khoa học;

- Phương pháp thống kê, phân tích số liệu: Thông qua các số liệu thống kê về các hoạt động du lịch, tài nguyên, sản phẩm, ẩm thực, văn hóa...của vùng Bảy Núi, xử lý số liệu và hệ thống hóa các số liệu, các bảng phân tích nhằm làm rõ thực trạng

phát triển của du lịch Bảy Núi.

- Ngoài ra còn sử dụng nhiều phương pháp: trao đổi, phỏng vấn thầy cô, bạn bè.

## **7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu**

Làm rõ nét những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch trong bối cảnh toàn cầu hóa và nền kinh tế tri thức như : những lý luận cơ bản về du lịch, khái niệm, đặc tính của phát triển du lịch, các loại hình du lịch chủ yếu. Từ đó, xác lập các nguyên tắc, tiêu chuẩn phát triển du lịch phù hợp với bối cảnh phát triển du lịch vùng Bảy Núi. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển ngành du lịch, để đánh giá và sử dụng chúng như một công cụ trong xây dựng các giải pháp phát triển du lịch của vùng. Tổng hợp những kinh nghiệm một số nước trên thế giới thành công trong phát triển du lịch, liên hệ hoàn cảnh thực tiễn vùng; từ đó đề xuất những giải pháp phát triển bền vững ngành du lịch vùng Bảy Núi của tỉnh An Giang

## **8. Cấu trúc của luận văn**

- Chương 1. Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch.
- Chương 2. Thực trạng phát triển du lịch vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang.
- Chương 3. Những định hướng và giải pháp phát triển khu du lịch vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang.



## **PHẦN NỘI DUNG**

### **Chương I**

## **CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

### **1.1. Khái niệm, tiềm năng và vai trò của du lịch đối với nền kinh tế**

#### **1.1.1. Khái niệm về du lịch**

Mỗi thời đại, quan niệm về du lịch có sự thay đổi bắt đầu ngay từ thời kì đồ đá, khi mà con người phải “đi” vì lí do sinh tồn trước cái đói và sự sợ hãi. Đến thời kì cường thịnh của đế quốc La Mã, các chuyến du ngoạn bằng ngựa đã mang mục đích tiêu khiển của tầng lớp thống trị. Khi tàu hoả ra đời vào thế kỷ XIX, nó tạo động lực cho du lịch phát triển hơn. Năm 1985, I.I.Pirogionic đưa ra khái niệm: “Du lịch là một dạng hoạt động của dân cư trong thời gian rời liên quan tới sự di chuyển và lưu lại tạm thời bên ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm nghỉ ngơi, chữa bệnh, phát triển thể chất và tinh thần, nâng cao trình độ nhận thức – văn hoá hoặc thể thao kèm theo việc tiêu thụ những giá trị về tự nhiên, kinh tế và văn hoá”.

WTO định nghĩa: “ Du lịch theo nghĩa hành động được định nghĩa là một hoạt động di chuyển vì mục đích giải trí, tiêu khiển và tổ chức các dịch vụ xung quanh hoạt động này. Người đi du lịch là người đi ra khỏi nơi mình cư trú một quãng đường tối thiểu là 80 km trong khoảng thời gian hơn 24 giờ với mục đích giải trí tiêu khiển”.

Du lịch: là hoạt động của con người ở ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định.

Doanh thu từ du lịch: bao gồm các khoản thu do khách du lịch chi trả, đó là doanh thu từ lưu trú và ăn uống; từ vận chuyển khách du lịch và lữ hành; từ bán hàng lưu niệm; từ các dịch vụ khác như vui chơi, giải trí, dịch vụ y tế, bảo hiểm, ngân hàng, bưu điện, phim ảnh, giao thông công cộng... Nói cách khác, khách du lịch đến một nơi nào đó, họ chi tiêu hết bao nhiêu thì đó chính là doanh thu du lịch.

Cơ sở lưu trú du lịch: là cơ sở kinh doanh buồng, giường và các dịch vụ khác phục vụ du lịch. Cơ sở lưu trú du lịch gồm khách sạn, làng du lịch, biệt thự, căn hộ, lều bãi cắm trại cho thuê, trong đó khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu.

Cụm du lịch: là nơi tập trung nhiều loại tài nguyên với một tập hợp các điểm du lịch trên một lãnh thổ, trong đó hạt nhân của nó là một hoặc vài điểm du lịch có giá trị thu hút khách cao (dưới dạng khai thác hoặc dưới dạng tiềm năng).

Điểm du lịch: là nơi có tài nguyên du lịch hấp dẫn, có khả năng thu hút khách du lịch.

Tuyến du lịch: là lộ trình nối các điểm du lịch, khu du lịch khác nhau.

Khu du lịch: là nơi có tài nguyên du lịch với ưu thế nổi bật về cảnh quan thiên nhiên, được quy hoạch, đầu tư phát triển nhằm thỏa mãn nhu cầu đa dạng của khách du lịch, đem lại hiệu quả kinh tế xã hội và môi trường.

**\* Một số loại hình du lịch phổ biến nhất hiện nay :**

Du lịch tâm linh: quan niệm về du lịch tâm linh trên thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng có những quan niệm khác nhau và đến nay vẫn chưa có một khái niệm chung nhất. Theo đó, du lịch tâm linh mang lại những cảm xúc và trải nghiệm thiêng liêng về tinh thần của con người trong khi đi du lịch.

Du lịch sinh thái : ở Việt Nam: “Du lịch sinh thái là loại hình du lịch dựa vào thiên nhiên và văn hóa bản địa, gắn với giáo dục môi trường, có đóng góp cho nỗ lực bảo tồn và phát triển bền vững, với sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương”.

Du lịch văn hóa: là loại hình du lịch mà du khách muốn được cảm nhận bề dày văn hóa của một nước, một vùng thông qua các di tích lịch sử, văn hóa, những phong tục tập quán, lễ hội còn hiện diện.

Du lịch nghiên cứu – học tập: du lịch nghiên cứu - học tập là loại hình du lịch kết hợp với học tập, nghiên cứu nhằm đáp ứng nhu cầu hiểu biết thực tế về địa lí, địa chất, lịch sử, khảo cổ, môi trường, sinh học, khoa học, du lịch... cho khách du lịch.

Du lịch theo Tour : du lịch trọn gói là loại hình du lịch mà du khách muốn tham gia vào một tuyến du lịch với một số tiền nhất định, trong đó bao gồm tất cả các loại dịch vụ mà công ty lữ hành liên kết với các đơn vị kinh doanh khác nhau nhằm cung cấp cho du khách như lưu trú, vận chuyển, ăn uống, hướng dẫn, bảo hiểm, tham quan... trong toàn bộ chuyến đi.

Du lịch kiểu phượt: dành cho những người bỏ nhiều thời gian, nhiệt huyết chẳng sợ gian khổ để đi khám phá, không phải ai cũng có thể du lịch kiểu phượt chỉ dành cho những người đam mê khám phá và có sức khỏe mà thôi.

**1.1.2. Khái niệm tiềm năng phát triển du lịch**

Theo nghĩa rộng, tiềm năng là tổng hợp tất cả các điều kiện bên trong và bên ngoài có giá trị khai thác, sử dụng và phát triển. Tiềm năng du lịch là một trong những

điều kiện trực tiếp để phát triển du lịch. Tiềm năng du lịch có thể hiểu là tổng hợp tất cả các điều kiện bên trong và bên ngoài có giá trị khai thác, sử dụng và phát triển. Do đó, ta có thể thấy tiềm năng về du lịch là những gì có khả năng, năng lực tiềm tàng để khai thác phục vụ phát triển du lịch. Tiềm năng du lịch là một trong những điều kiện trực tiếp phát triển du lịch, bao hàm: vị trí địa lý, tài nguyên du lịch, con người, thị trường, các điều kiện kinh tế xã hội...

### **1.1.3. Các nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến phát triển du lịch**

#### **1.1.3.1. Tài nguyên du lịch**

Tài nguyên du lịch là nhân tố quyết định đối với sự phát triển du lịch. Nếu không có tài nguyên du lịch hoặc tài nguyên du lịch quá nghèo nàn thì hoạt động du lịch sẽ không phát triển được. Tài nguyên du lịch bao gồm các yếu tố liên quan đến điều kiện tự nhiên, điều kiện lịch sử văn hóa, kinh tế - xã hội, vốn có trong tự nhiên hoặc do con người tạo dựng nên.

Tài nguyên du lịch: là cảnh quan thiên nhiên, di tích lịch sử, di tích cách mạng, giá trị nhân văn, công trình lao động sáng tạo của con người có thể được sử dụng nhằm thỏa mãn nhu cầu du lịch; là yếu tố cơ bản để hình thành các điểm du lịch, khu du lịch nhằm tạo sự hấp dẫn du lịch.

#### **\* Đặc trưng của tài nguyên du lịch**

Tài nguyên đối với các loại hình có đặc trưng riêng – ví dụ: đối với khách du lịch tham quan tài nguyên là những danh lam thắng cảnh (tự nhiên, văn hóa, lịch sử), đối với du lịch chữa bệnh (người ta quan tâm đến nước khoáng hoặc bùn chữa bệnh); đối với du lịch thể thao là nơi có địa hình mạo hiểm như ghềnh, thác, đèo, núi cao...; đối với du lịch tìm hiểu văn hóa thì đối tượng là các lễ hội, các phong tục truyền thống, các làng nghề...

#### **\* Đặc điểm của tài nguyên du lịch**

- Tài nguyên du lịch có tính phong phú và đa dạng.
- Tài nguyên du lịch có sức hấp dẫn đối với du khách.
- Tài nguyên du lịch có thời gian khai thác khác nhau và tạo nên tính mùa vụ trong du lịch.
- Tài nguyên du lịch được khai thác tại chỗ để tạo ra các sản phẩm du lịch.
- Tài nguyên du lịch có thể sử dụng được nhiều lần.

### **1.1.3.2. Thị trường du lịch**

*Thị trường du lịch:* Theo nghĩa hẹp thị trường du lịch chỉ là thị trường nguồn khách du lịch, tức là vào một thời gian nhất định, thời điểm nhất định tồn tại người mua hiện thực và người mua tiềm năng có khả năng mua sản phẩm hàng hóa du lịch. Theo nghĩa rộng Thị trường du lịch chỉ là tổng thể các hành vi và quan hệ kinh tế thể hiện ra trong quá trình trao đổi sản phẩm du lịch. Mâu thuẫn cơ bản của thị trường du lịch là mâu thuẫn giữa nhu cầu và cung cấp sản phẩm du lịch.

*Sản phẩm du lịch* là các dịch vụ hàng hóa cung cấp cho người du lịch, được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên xã hội với việc sử dụng các nguồn lực: cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, một vùng hay một quốc gia nào đó. Thành phần cơ bản của sản phẩm du lịch là :

+ Dịch vụ vận chuyển : Là một phần cơ bản của sản phẩm du lịch. Bao gồm các phương tiện đưa đón khách đến và thăm quan các địa điểm du lịch bằng các phương tiện giao thông hiện nay như : ô tô , xe máy, xe đạp, máy bay, tàu hỏa, thuyền.....

+ Dịch vụ lưu trú và ăn uống : Đây là thành phần chính cấu thành sản phẩm du lịch. Nó bao gồm các dịch vụ nhằm đáp ứng các nhu cầu của người du lịch như : khách sạn, lều trại, nhà hàng ...

+ Các dịch vụ vui chơi giải trí : Điềm tham quan, công viên, di tích hội chợ, cảnh quan,...

+ Ẩm thực, mua sắm: Đặc sản, món ăn, hàng hóa tiêu dùng, các đồ lưu niệm vùng miền.

### **1.1.3.3. Khách du lịch**

Khách du lịch: là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập từ nơi khác. Khách du lịch gồm có khách du lịch quốc tế và khách du lịch trong nước. khách du lịch quốc tế là công dân của một nước đến du lịch một nước khác; khách du lịch trong nước là công dân của một nước đi du lịch trên phạm vi nước đó.

Khách du lịch trong nước : Khách du lịch trong nước là những người đi ra khỏi môi trường sống thường xuyên của mình để đến một nơi khác ở trong nước với thời gian liên tục ít hơn 12 tháng và mục đích chính của chuyến đi để thăm quan, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí hay các mục đích khác ngoài việc tiến hành các hoạt động nhằm

đem lại thu nhập và kiếm sống ở nơi đến.

Khách du lịch quốc tế : Khách du lịch quốc tế là những người thăm viếng một hoặc nhiều quốc gia ngoài quốc gia cư trú thường xuyên của mình trong thời gian ít nhất là 24 giờ. Bên cạnh đó, đối với những du khách chỉ du lịch trong ngày đối tượng đó được gọi là khách tham quan.

#### **1.1.3.4. Vị trí địa lý và khí hậu**

##### **❖ Vị trí địa lý**

Huyện Tịnh Biên là một trong hai huyện miền núi của tỉnh An Giang, nằm về phía tây bắc của tỉnh và kéo dài từ 10°26'15"B đến 10°40'30"B, 104°54'Đ đến 105°07'. Huyện Tịnh Biên có vị trí địa lý:

- Phía bắc và tây bắc giáp huyện Kiri Vong, tỉnh Takeo, Campuchia
- Phía nam và tây nam giáp huyện Tri Tôn
- Phía đông giáp thành phố Châu Đốc và huyện Châu Phú.

Huyện Tịnh Biên có diện tích tự nhiên 354,73 km<sup>2</sup>, chiếm 10,03% so với tổng diện tích toàn tỉnh. Huyện Tịnh Biên có 29.978 hộ dân với 121.399 người, trong đó dân tộc Kinh 85.328 người, dân tộc Khmer 35.696 người và dân tộc Hoa 375 người. Huyện Tịnh Biên có dân số người Khmer tương đối lớn, tập trung nhiều ở những xã An Cư, Tân Lợi, An Hảo, Văn Giáo, Vĩnh Trung...

##### **❖ Khí hậu**

Huyện Tịnh Biên nằm trong vùng có đặc trưng khí hậu nhiệt đới gió mùa với hai mùa rõ rệt: mùa mưa và mùa khô, có nền nhiệt cao và ổn định, lượng mưa nhiều và phân bố theo mùa.

Nhiệt độ trung bình hàng năm khá cao và ổn định khoảng 27,5°C. Biên độ nhiệt giữa các tháng nóng nhất và lạnh nhất từ 2 – 30°C. Nhìn chung không có sự khác biệt lớn so với những nơi khác trong tỉnh và khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Đây là một điều kiện khá thuận lợi để huyện phát triển nông nghiệp. Nhiệt độ trung bình cao nhất trong năm (khoảng tháng 4) là 28,3°C. Nhiệt độ trung bình thấp nhất trong năm (khoảng tháng 1) là 25,5°C.

Tổng số ngày mưa nhiều trung bình trong năm khoảng 128 ngày với lượng mưa bình quân 1.478 mm nhưng phân bố không đều, chia thành hai mùa rõ rệt: mùa mưa và mùa khô. Mùa mưa bắt đầu từ tháng 5 đến tháng 11 với lượng mưa chiếm khoảng 90% so với tổng lượng mưa của năm. Các tháng có lượng mưa cao nhất là

tháng 7 – 8 – 9 (lượng mưa chiếm hơn 1/3 tổng lượng mưa cả năm). Mùa mưa thường trùng với mùa nước nổi hàng năm nên khu vực đồng bằng của huyện thường bị ngập lụt. Mùa khô bắt đầu từ tháng 12 và kéo dài đến tháng 4 năm sau với lượng mưa chiếm khoảng 10% so với tổng lượng mưa của năm. Các tháng có lượng mưa thấp nhất là tháng 1 – 2 – 3 với lượng mưa chiếm khoảng 1% (hầu như không có mưa). Đây là đặc điểm điển hình cho tính khô hạn của vùng đồng bằng sông Cửu Long.

Chế độ thủy văn của huyện Tịnh Biên chịu ảnh hưởng chủ yếu từ chế độ bán nhật triều của sông Hậu. Nguồn nước mặt được đưa từ sông Hậu vào địa bàn huyện thông qua các tuyến kênh Cấp I chạy ngang địa bàn như kênh Vĩnh Tế, kênh Trà Sư, ... và phân phối lại cho các tuyến kênh cấp II, cấp III, kênh mương nội đồng, phục vụ nhu cầu sinh hoạt và sản xuất của nhân dân ở các xã thuộc khu vực đồng bằng.

Hàng năm vào mùa mưa, lượng nước từ trên núi chảy xuống, kết hợp với lượng nước từ thượng nguồn sông Mê Kông đổ về gây ngập tràn phần lớn diện tích đồng bằng của huyện từ tháng 8 đến tháng 10, ảnh hưởng đến đời sống sinh hoạt và sản xuất của nhân dân. Tuy nhiên, mùa nước nổi cũng có mặt tích cực, mùa nước đã mang lại nguồn phù sa và vệ sinh đồng ruộng, cải thiện chất lượng đất, mang lại nguồn lợi thủy sản và tạo công ăn việc làm cho một bộ phận nông dân trong mùa nước nổi.

#### **1.1.4. Vai trò của ngành du lịch đối với phát triển kinh tế**

Về mặt kinh tế, du lịch đã trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng của nhiều nước công nghiệp phát triển. Mạng lưới du lịch đã được thiết lập ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Các lợi ích kinh tế mang lại từ du lịch là điều không thể phủ nhận, thông qua việc tiêu dùng của du khách đối với các sản phẩm của du lịch. Nhu cầu của du khách bên cạnh việc tiêu dùng các hàng hoá thông thường còn có những nhu cầu tiêu dùng đặc biệt: nhu cầu nâng cao kiến thức, học hỏi, văn cảnh, chữa bệnh, nghỉ ngơi, thư giãn... Do vậy, để nhận rõ được vai trò của du lịch đối với quá trình tái sản xuất xã hội cần hiểu rõ những đặc điểm tiêu dùng du lịch. Những đặc điểm quan trọng nhất là :

+ Nhu cầu tiêu dùng trong du lịch là những nhu cầu đặc biệt bao gồm : nhu cầu hiểu biết kho tàng văn hoá, lịch sử, nhu cầu văn cảnh thiên nhiên, nhu cầu khám phá những điều mới lạ.

+ Tiêu dùng du lịch thoả mãn các nhu cầu hàng hoá (thức ăn, hàng hoá mua sắm, hàng lưu niệm...) và đặc biệt là các nhu cầu về dịch vụ nơi ở, vận chuyển hành khách, y tế, thông tin...

+ Việc tiêu dùng các dịch vụ và một số hàng hoá diễn ra đồng thời với việc sản xuất ra chúng. Trong du lịch không phải vận chuyển dịch vụ và hàng hoá đến cho khách và ngược lại, tự khách du lịch phải đi đến nơi có hàng hoá.

+ Việc tiêu dùng du lịch chỉ thoả mãn những nhu cầu thứ yếu đối với con người (với ngoại tệ ở thể loại du lịch giữa khi đó du lịch có ý nghĩa sống còn đối với người bệnh)

+ Tiêu dùng du lịch thường xảy ra theo thời.

Khi một khu vực nào đó trở thành điểm du lịch, du khách ở mọi nơi đổ về sẽ làm cho nhu cầu về mọi hàng hoá dịch vụ tăng lên đáng kể. Xuất phát từ nhu cầu này của du khách mà ngành kinh tế du lịch không ngừng mở rộng hoạt động của mình thông qua mối quan hệ liên ngành trong nền kinh tế, đồng thời làm biến đổi cơ cấu ngành trong nền kinh tế quốc dân.

Hơn nữa, các hàng hoá, vật tư cho du lịch đòi hỏi phải có chất lượng cao, phong phú về chủng loại, hình thức đẹp, hấp dẫn. Do đó nó đòi hỏi các doanh nghiệp phải không ngừng sáng tạo cải tiến, phát triển các loại hàng hoá. Để làm được điều này, các doanh nghiệp bắt buộc phải đầu tư trang thiết bị hiện đại, tuyển chọn và sử dụng công nhân có tay nghề cao đáp ứng được nhu cầu của du khách.

Trên bình diện chung, hoạt động du lịch có tác dụng làm biến đổi cán cân thu chi của đất nước. Du khách quốc tế mang ngoại tệ vào đất nước có địa điểm du lịch, làm tăng thêm nguồn thu ngoại tệ của đất nước đó. Ngược lại, phần chi ngoại tệ sẽ tăng lên đối với những quốc gia có nhiều người đi du lịch ở nước ngoài. Trong phạm vi một quốc gia, hoạt động du lịch làm xáo trộn hoạt động luân chuyển tiền tệ, hàng hoá, điều hoà nguồn vốn từ vùng kinh tế phát triển sang vùng kinh tế kém phát triển hơn, kích thích sự tăng trưởng kinh tế ở các vùng sâu, vùng xa...

Một lợi ích khác mà ngành du lịch đem lại là góp phần giải quyết vấn đề việc làm. Bởi các ngành dịch vụ liên quan đến du lịch đều cần một lượng lớn lao động. Du lịch đã tạo ra nguồn thu nhập cho người lao động, giải quyết các vấn đề xã hội.

Mặt khác, chức năng kinh tế cho du lịch có liên quan đến vai trò của con người như là lực lượng sản xuất chủ yếu của xã hội. Nó góp phần vào việc phục hồi

sức khỏe cũng như khả năng lao động và đảm bảo tái sản xuất mở rộng lực lượng lao động với hiệu quả kinh tế rõ rệt.

Chức năng kinh tế của du lịch còn thể hiện ở dịch vụ du lịch – một ngành kinh tế độc đáo, ảnh hưởng đến cả cơ cấu ngành và cơ cấu lao động của nhiều ngành kinh tế. Chính vì vậy, dịch vụ du lịch là cơ sở quan trọng kích thích sự phát triển kinh tế, là nguồn thu ngoại tệ của nhiều nước.

#### **1.1.5. Chủ trương phát triển du lịch của đảng, nhà nước ta**

Quyết định 201/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, ngày 22 tháng 01 năm 2013”

Các nội dung chủ yếu :

##### **❖ Quan điểm phát triển**

- Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; du lịch chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội.

- Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; chú trọng phát triển theo chiều sâu đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh.

- Phát triển đồng thời cả du lịch nội địa và du lịch quốc tế; chú trọng du lịch quốc tế đến; tăng cường quản lý du lịch ra nước ngoài.

- Phát triển du lịch bền vững gắn chặt với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; bảo đảm an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội; đảm bảo hài hòa tương tác giữa khai thác phát triển du lịch với bảo vệ giá trị tài nguyên tự nhiên và nhân văn.

- Đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cả trong và ngoài nước cho đầu tư phát triển du lịch; phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế quốc gia về yếu tố tự nhiên và văn hóa dân tộc, thế mạnh đặc trưng các vùng, miền trong cả nước; tăng cường liên kết phát triển du lịch.

##### **❖ Mục tiêu phát triển**

- Đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp với hệ thống cơ sở vật chất-kỹ thuật đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hoá dân



tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới.

- Đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển.

❖ **Các định hướng phát triển chủ yếu**

- Phát triển thị trường khách du lịch: Đẩy mạnh phát triển đồng thời cả du lịch nội địa và du lịch quốc tế; chú trọng phân đoạn thị trường khách có mục đích du lịch thuần túy, nghỉ dưỡng, lưu trú dài ngày và chi tiêu cao.

- Khách du lịch nội địa : Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng khách với mục đích nghỉ dưỡng, giải trí, nghỉ cuối tuần, lễ hội tâm linh, mua sắm. Khuyến khích phát triển, mở rộng thị trường du lịch chuyên biệt và du lịch kết hợp công vụ.

- Khách du lịch quốc tế : Thu hút, phát triển mạnh thị trường gần như Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hồng Kông, Hàn Quốc, Đài Loan); ASEAN (Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Singapore, Lào, Campuchia). Tăng cường khai thác thị trường truyền thống cao cấp từ Tây Âu, Bắc Âu, Bắc Mỹ, châu Đại Dương và Đông Âu (Nga, Ukraina)... Mở rộng thị trường mới: Trung Đông, Ấn Độ.

- Phát triển sản phẩm du lịch : Ưu tiên phát triển các dòng sản phẩm chính; Phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng theo các vùng được tổ chức theo các không gian phát triển du lịch với tính chất đặc trưng nổi trội để tạo dựng thương hiệu từng vùng có sản phẩm điểm đến tổng hợp. Đa dạng hóa sản phẩm phục vụ các đối tượng khách với những nhu cầu đa dạng như: Du lịch MICE (Hội họp, khuyến thưởng, hội nghị, triển lãm); du lịch đô thị; du lịch giáo dục; du lịch thể thao; du lịch dưỡng bệnh; du lịch du thuyền; du lịch làm đẹp... Tăng cường liên kết giữa các địa phương, doanh nghiệp; theo khu vực, các hành lang kinh tế; cùng các ngành vận chuyển, các liên kết vùng, liên vùng và quốc tế để tạo thành sản phẩm du lịch hấp dẫn.

Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng đã nêu "Có chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Khuyến khích các thành phần kinh tế đầu tư phát triển du lịch với hệ thống hạ tầng đồng bộ, hiện đại, sản phẩm đa dạng và có tính chuyên nghiệp cao..."

**Các nội dung chủ yếu**

❖ **Mục tiêu :**

- + Phân đấu đến trước năm 2025, phát triển khu du lịch Núi Sam đáp ứng

các tiêu chí của Khu du lịch Quốc gia; Phấn đấu đến năm 2030, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch đa dạng, phong phú; có chất lượng, có thương hiệu trở thành trung tâm du lịch đặc sắc về văn hóa tâm linh của vùng đồng bằng sông Cửu Long và các điểm du lịch lân cận trở thành một điểm đến quan trọng của vùng đồng bằng sông Cửu Long.

+ Chỉ tiêu về khách du lịch: Phấn đấu đến năm 2025 đón khoảng 6 triệu lượt khách, trong đó có khoảng 800.000 lượt khách lưu trú; đến năm 2030 đón khoảng 7 triệu lượt khách, trong đó có khoảng trên 1 triệu lượt khách lưu trú.

+ Tổng thu từ khách du lịch (theo giá hiện hành): Phấn đấu đến năm 2025 đạt trên 2.600 tỷ đồng; đến năm 2030 đạt trên 6.000 tỷ đồng.

+ Chỉ tiêu việc làm: Phấn đấu đến năm 2025 tạo việc làm cho trên 5.000 lao động trực tiếp; đến năm 2030 tạo việc làm cho gần 9.000 lao động trực tiếp.

**❖ Nhiệm vụ :**

- + Tổ chức bộ máy và xây dựng cơ chế chính sách;
- + Công tác quy hoạch, quản lý quy hoạch và tổ chức không gian phát triển du lịch;
- + Thực hiện đầu tư;
- + Quảng bá, xúc tiến du lịch
- + Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch;
- + Phát triển thị trường và sản phẩm du lịch;
- + Liên kết, hợp tác phát triển du lịch;
- + Bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch và ứng phó biến đổi khí hậu;
- + Bảo tồn và phát huy giá trị các di tích văn hóa, lịch sử, tự nhiên;
- + Bảo đảm an sinh xã hội;
- + Bảo đảm an ninh Quốc phòng, an toàn trật tự;

Căn cứ Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16-01-2017 của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”

**Các nội dung chủ yếu**

**- Quan điểm**

- Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác, nhưng không nhất thiết địa phương nào cũng xác định du

lịch là ngành kinh tế mũi nhọn.

- Phát triển du lịch thực sự là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, có trọng tâm, trọng điểm, hiệu quả, có thương hiệu và khả năng cạnh tranh cao; xã hội hóa cao và có nội dung văn hóa sâu sắc; tăng cường liên kết trong nước và quốc tế, chú trọng liên kết giữa ngành Du lịch với các ngành, lĩnh vực khác trong chuỗi giá trị hình thành nên các sản phẩm du lịch.

- Phát triển đồng thời cả du lịch quốc tế và du lịch nội địa; tạo điều kiện thuận lợi để nhân dân và du khách quốc tế tham quan, tìm hiểu, khám phá cảnh quan, di sản thiên nhiên và văn hóa của đất nước; tôn trọng và đối xử bình đẳng đối với khách du lịch từ tất cả các thị trường.

- Phát triển du lịch bền vững; bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa và các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc; bảo vệ môi trường và thiên nhiên; giải quyết tốt vấn đề lao động, việc làm và an sinh xã hội; bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự an toàn xã hội.

- Phát triển du lịch là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, của toàn xã hội, có sự lãnh đạo, chỉ đạo chặt chẽ của các cấp ủy đảng; phát huy mạnh mẽ vai trò động lực của doanh nghiệp và cộng đồng dân cư, sự quản lý thống nhất của Nhà nước; tập trung nguồn lực quốc gia cho phát triển du lịch.

- **Mục tiêu**

- Đến năm 2020, ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực.

- Thu hút được 17 - 20 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa; đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỉ USD; giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỉ USD; tạo ra 4 triệu việc làm, trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp.

- Phấn đấu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác. Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành Du lịch phát triển hàng đầu khu vực Đông Nam Á.

Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về “Việc giải pháp

đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới”

### **Các nội dung chủ yếu**

- Trong những năm qua, được sự quan tâm của Đảng, Nhà nước, ngành du lịch đã có bước phát triển mạnh mẽ, đóng góp quan trọng vào phát triển kinh tế - xã hội; góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế; thu hút đầu tư; tạo nhiều việc làm; xóa đói giảm nghèo; nâng cao dân trí; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa dân tộc; xây dựng và quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam năng động, thân thiện và hòa bình. Tuy nhiên, một số chỉ tiêu như tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, thu nhập xã hội từ du lịch, tỷ lệ đóng góp của ngành du lịch trong GDP cả nước và năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam còn thấp so với các nước trong khu vực.

- Bên cạnh những kết quả đạt được, du lịch Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức: Tình hình thế giới diễn biến phức tạp, khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, xung đột chính trị, tôn giáo, dịch bệnh xảy ra ở nhiều nơi trên thế giới, cạnh tranh thu hút khách giữa các nước trong khu vực ngày càng gay gắt đã tác động tiêu cực đến sự phát triển bền vững của ngành du lịch.

- Tình hình sản xuất kinh doanh trong nước còn nhiều khó khăn, nguồn lực đầu tư phát triển hạ tầng du lịch còn thấp. Mặt khác, nhận thức về phát triển du lịch ở nhiều nơi còn hạn chế; phối hợp liên ngành chưa hiệu quả; vai trò, trách nhiệm của các cấp, các ngành từ Trung ương tới địa phương chưa phát huy đầy đủ; hiệu quả hoạt động xúc tiến quảng bá chưa cao; nguồn khách quốc tế còn phụ thuộc vào một số thị trường; nhân lực du lịch và hạ tầng giao thông chưa đáp ứng yêu cầu phát triển; đầu tư cho du lịch chưa tương xứng; một số chính sách thúc đẩy phát triển du lịch còn bất cập, chưa tháo gỡ kịp thời; an ninh, an toàn, vệ sinh môi trường tại một số điểm đến chưa được duy trì thường xuyên.

- Để khai thác, phát huy hiệu quả các nguồn lực, tài nguyên du lịch của đất nước, tận dụng cơ hội thuận lợi trong nước và quốc tế, tạo bước phát triển đột phá cho ngành du lịch trong thời kỳ mới, Chính phủ yêu cầu Bộ trưởng các Bộ, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các hiệp hội nghề nghiệp và cộng đồng doanh nghiệp du lịch theo chức năng, nhiệm vụ được giao, tập trung chỉ đạo, tổ chức, triển khai thực hiện một số giải pháp, nhiệm vụ cụ thể nhằm tạo bước chuyển biến đột phá

trong phát triển du lịch như sau:

- + Nâng cao nhận thức của xã hội về phát triển du lịch;
- + Tăng cường hỗ trợ của nhà nước cho phát triển du lịch;
- + Tạo điều kiện thuận lợi, bảo đảm an ninh, an toàn để thu hút khách và phát triển du lịch;
- + Hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp du lịch;
- + Tăng cường quản lý nhà nước về du lịch;

## **1.2. Kinh nghiệm phát triển du lịch trong và ngoài nước**

### **1.2.1. Phát triển du lịch ở một số nước trong khu vực**

Trong những năm qua, An Giang nói chung và vùng Bảy Núi nói riêng đã đẩy mạnh phát triển du lịch, từng bước đưa ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tuy nhiên, ngành du lịch của vùng đang còn không ít những hạn chế, bất cập: phát triển chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có, chưa tạo thành thương hiệu đặc trưng của Bảy Núi, chưa thu hút mạnh mẽ, có hiệu quả khách trong nước và khách quốc tế... Do vậy, cần nghiên cứu những kinh nghiệm thành công trong phát triển du lịch của các nước trong khu vực để vận dụng trong phát triển ngành du lịch của vùng.

Thứ nhất, chú trọng chính sách phát triển du lịch

Về vấn đề này, Thái Lan là một thí dụ điển hình. Thái Lan là nước rất coi trọng chính sách phát triển du lịch. Ngay từ sớm, Chính phủ Thái Lan đã nhận thức rõ, để đưa du lịch phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn thì phải đặt du lịch trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Để phát triển du lịch phải thông qua hệ thống cơ chế, chính sách đồng bộ, nhằm huy động sức mạnh tổng hợp cho sự phát triển. Thái Lan xây dựng hệ thống cơ chế, chính sách phù hợp với đặc trưng của ngành du lịch mang tính tổng hợp, liên ngành, liên vùng và mang tính toàn cầu hóa cao. Bên cạnh đó, cơ chế, chính sách phát triển du lịch của Thái Lan luôn thích ứng với điều kiện lịch sử, tận dụng được thời cơ, thế mạnh của đất nước. Đặc biệt, để thu hút khách quốc tế, Thái Lan đã thực hiện chính sách “Bầu trời mở” để đơn giản hóa thủ tục Visa cho khách quốc tế vào du lịch. Hiện nay, có khoảng 55 quốc gia và vùng lãnh thổ không cần visa vào Thái Lan với mục đích du lịch trong vòng 30 ngày. Thái Lan cũng rất chú trọng đến chính sách miễn giảm thuế trong việc mua bán các mặt hàng phục vụ du lịch. Du khách đến Thái Lan theo visa du lịch sẽ được hoàn lại 7% thuế giá trị gia tăng, các điểm bán hàng thủ công địa phương, các hãng lữ hành cũng được miễn thuế

VAT.

Ở Trung Quốc, Chính phủ đóng vai trò trụ cột trong dẫn dắt phát triển du lịch. Trung Quốc xây dựng mô hình phát triển du lịch từ thấp đến cao, từ thuần túy mang ý nghĩa phục vụ chính trị sang kinh doanh theo nhu cầu thị trường, từ đơn giản sang tinh tế và ngày càng chuyên nghiệp. Những bước tiến rõ rệt qua từng giai đoạn là kết quả của việc cải thiện môi trường chính sách, tháo bỏ rào cản, giải phóng sức sản xuất và trả lại tự do kinh doanh cho xã hội. Chính phủ Trung Quốc luôn tạo điều kiện tài chính cho đầu tư cơ sở vật chất - hạ tầng, cũng như cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch nhằm hiện đại hóa ngành du lịch, đảm bảo được những điều kiện vật chất nhất định nhằm phục vụ tốt nhất cho du khách.

Chính phủ Nhật Bản rất coi trọng chiến lược, kế hoạch và các chính sách thúc đẩy phát triển du lịch. Các nhà hoạch định chính sách của Nhật Bản đều nhận thức rằng, muốn phát triển du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế hàng đầu thì phải đặt nó trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Chính phủ Nhật Bản rất chú trọng đầu tư vốn để xây dựng cơ sở vật chất – kỹ thuật, đầu tư khoa học - công nghệ cho phát triển du lịch. Chính phủ giúp ngành du lịch tháo gỡ nhiều vướng mắc trong phát triển du lịch như: quảng bá kém, chi phí đắt đỏ, bất đồng ngôn ngữ, hạ tầng công cộng kém. Chính phủ Nhật Bản luôn có những chính sách ưu đãi cho phát triển du lịch, đặc biệt cho khách quốc tế đến nước này.

Thứ hai, chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch

Một số nước trong khu vực có ngành du lịch phát triển đều chú trọng phát triển nhân lực cho lĩnh vực này. Chính nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, chất lượng cao là một trong những yếu tố giúp nâng tầm vị thế và năng lực cạnh tranh của họ như những điểm đến của du lịch quốc tế.

Thái Lan là quốc gia rất quan tâm đến việc đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch một cách bài bản và toàn diện như đào tạo về trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, ngoại ngữ. Đối với các hướng dẫn viên du lịch, yêu cầu đầu tiên là họ phải biết 3 ngoại ngữ, phục vụ tốt du khách quốc tế đến từ các nước khác nhau về visa, vé máy bay, thuê xe, đăng ký khách sạn.

Ở Singapore, để trở thành hướng dẫn viên chuyên nghiệp, được cấp thẻ, đòi hỏi người học phải trải qua quá trình học tập và thi cử rất khó khăn. Các trường đào tạo chuyên ngành du lịch tại đây thực hiện đào tạo cho học viên, sinh viên theo học các

khóa nghiệp vụ từ thấp đến cao, chú trọng đào tạo các kỹ năng, đặc biệt đối với đội ngũ hướng dẫn viên du lịch. Do vậy, ở các quốc gia này có đội ngũ hướng dẫn viên rất chuyên nghiệp, có kỹ năng thu hút du khách đến tham quan và mua sắm, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế ở nhiều lĩnh vực khác.

Trung Quốc chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp, đã thiết lập được mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch rộng khắp cả nước, chương trình đào tạo đa dạng, phương pháp giảng dạy hiện đại kết hợp với nền tảng cơ sở hạ tầng chất lượng, phù hợp với thực tế. Nguồn nhân lực được đào tạo bài bản đã đóng vai trò chủ chốt trong thiết kế, thực hiện các chương trình xúc tiến du lịch hiệu quả.

Thứ ba, chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch

Để góp phần phát triển du lịch, Thái Lan chú trọng phát triển đường giao thông hiện đại. Ngay từ rất sớm, Thái Lan đã tìm cách khai thác lợi thế của mình như là cửa ngõ vào khu vực sông Mê Kông để phát triển giao thông, như sân bay, bến cảng, đường thủy... Chính hệ thống giao thông đồng bộ đã làm thời gian di chuyển giữa các điểm du lịch được rút ngắn, từ đó du khách có nhiều thời gian hơn để tham quan, mua sắm. Đặc biệt Thái Lan phát triển mạnh giao thông đường hàng không, ngoài hệ thống hàng không ở thủ đô Bangkok, Thái Lan còn có 2 hệ thống trung tâm hàng không lớn ở Chiang Mai và Phuket với mức chi phí rất thấp, nên thu hút lượng lớn du khách.

Malaysia cũng rất chú trọng đến việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng du lịch. Chính phủ đã hoàn thiện hệ thống giao thông, thông tin liên lạc, các trung tâm du lịch, siêu thị mua sắm... nhằm phục vụ tốt nhất cho khách du lịch. Sự kết nối giữa các điểm du lịch ở Malaysia bằng phương tiện giao thông đi lại rất thuận lợi. Ở Kuala Lumpur có thể đi đến các địa điểm khác bằng phương tiện giao thông đường bộ dễ dàng.

Trung Quốc là đất nước rộng lớn, nhưng nhờ chú trọng phát triển hệ thống giao thông mà việc đi lại rất dễ dàng. Ở Trung Quốc, khách du lịch có thể di chuyển dễ dàng bằng các phương tiện giao thông đường bộ, đường sắt, đường hàng không, tàu điện ngầm.

Thứ tư, đẩy mạnh quảng bá du lịch

Một trong những yếu tố làm cho ngành du lịch Singapore phát triển mạnh là họ chú trọng công tác quảng bá du lịch, hình ảnh đất nước. Tổng cục Du lịch thông qua các trung tâm xúc tiến du lịch hỗ trợ đắc lực cho các công ty quảng bá du lịch,

xuất khẩu các sản phẩm du lịch đặc trưng. Trong quảng bá du lịch, Singapore luôn có sự kết nối, đầu tư các hoạt động quảng bá gắn liền với các ngành khác như: dịch vụ vận chuyển hàng không, dịch vụ biểu diễn nghệ thuật, dịch vụ bán lẻ... tạo nên chuỗi liên kết trong cung ứng dịch vụ du lịch. Ngành du lịch Singapore còn chú trọng xây dựng các công trình kiến trúc phục vụ du lịch đồ sộ, hiện đại, sang trọng nhằm tạo nên sự chú ý và thu hút khách du lịch.

Tổng cục Du lịch Thái Lan đặc biệt coi trọng hoạt động xúc tiến, quảng bá thông qua hàng loạt chiến dịch với nguồn kinh phí trung bình hàng năm từ 80 triệu đến 150 triệu USD. Hiện nay, với 36 văn phòng đại diện trong nước và 21 văn phòng đại diện ở nước ngoài, Tổng cục Du lịch Thái Lan đã tích cực xúc tiến, quảng bá du lịch đất nước ở cả trong và ngoài nước. Một nét nổi bật trong chính sách du lịch ở Thái Lan là Chính phủ trực tiếp làm tiếp thị du lịch. Các quan chức Thái Lan luôn đặt mục tiêu tìm kiếm khách du lịch cho nước nhà. Các phái đoàn cấp cao của chính phủ Thái Lan thường xuyên tiếp xúc với các công ty nước ngoài để thảo luận các cơ hội kinh doanh về du lịch, đưa ra các giá chào tour du lịch hấp dẫn. Đặc biệt, trong hoạt động quảng bá du lịch, Thái Lan chú trọng việc quảng bá ẩm thực ra nước ngoài và xem đây là giải pháp có tầm quan trọng trong phát triển du lịch quốc tế. Thái Lan đã thực hiện hàng loạt chiến dịch quảng bá thương hiệu quốc gia như: Bangkok Fashion City, Health Hub of Asia... Nhờ coi trọng đầu tư cho chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch mà Thái Lan đã rất thành công trong việc thu hút khách quốc tế, đem lại hiệu quả kinh tế - xã hội ngày càng cao.

Thứ năm, chú trọng đa dạng hóa các sản phẩm du lịch

Singapore chú trọng phát triển sản phẩm “du lịch xanh” và xây dựng thương hiệu với những yếu tố hấp dẫn khác biệt. Đặc trưng nhất của sản phẩm du lịch là chương trình du lịch, trong đó có sản phẩm casino phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của nhiều du khách. Họ phân mảng thị trường khách du lịch quốc tế và đưa ra những chương trình phù hợp cho từng thị trường. Các chương trình cho du khách châu Âu khác chương trình cho du khách châu Á và châu Úc, châu Mỹ... Ngay cả trong cùng một thị trường thì cũng có các chương trình phục vụ riêng cho từng nước khác nhau, tùy theo nhu cầu và khả năng chi trả của từng du khách. Đặc biệt, ngành du lịch Singapore cho ra đời sản phẩm du lịch rất độc đáo là thu hút du lịch thông qua cung cấp công nghệ du lịch BTMICE (Business Traveller, Meetings, Incentives,



Conventions and Exhibitions - du lịch thương mại, gặp gỡ, khen thưởng, hội nghị và triển lãm). Từ cơ sở hạ tầng đến các dịch vụ luôn có sự thay đổi để có thêm sự lựa chọn mới cho khách du lịch.

Thái Lan cũng rất chú trọng phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch. Hiện nay Thái Lan phát triển đa dạng các loại hình du lịch như: du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch chữa bệnh, du lịch nông nghiệp, du lịch mua sắm. Du lịch văn hóa là một trong những loại hình du lịch hấp dẫn thu hút du khách đến Thái Lan nhất. Khi đến tham quan các đền, chùa, bảo tàng, các di tích lịch sử... du khách không chỉ được tận mắt chứng kiến nét độc đáo của kiến trúc, văn hóa mà còn được thưởng thức và trải nghiệm. Với du lịch sinh thái, Thái Lan có 79 vườn quốc gia cùng với nhiều khu bảo tồn thiên nhiên, công viên rộng rãi. Thái Lan đã kết hợp du lịch sinh thái và du lịch mạo hiểm tạo nên sản phẩm độc đáo phục vụ du khách. Với du lịch chữa bệnh, ở Đông Nam Á, Thái Lan và Singapore chiếm tới 90% thị trường du lịch chữa bệnh. Các dịch vụ chữa bệnh chủ yếu là phẫu thuật tim phức tạp, phẫu thuật thẩm mỹ, chăm sóc răng miệng, đông y, yoga. Ở Thái Lan có Bangkok – thiên đường mua sắm, là nơi nổi tiếng với nhiều hàng hóa đẹp, rẻ, phục vụ tốt cho phát triển du lịch mua sắm. Mua sắm ở Bangkok không giới hạn địa điểm mà hiện diện ở khắp mọi nơi trong thành phố, từ các trung tâm mua sắm hiện đại, đến các cửa hàng bách hóa thanh lịch, các chợ truyền thống.... Du lịch nông nghiệp ở nước này gồm các hoạt động liên quan đến nông nghiệp mà khách du lịch có thể tham gia như: trồng lúa, trồng hoa, rau quả và chăn nuôi. Du khách trải nghiệm loại hình dịch vụ này thường sống với những người nông dân quan sát và tham gia vào các công việc hàng ngày của họ.

Trung Quốc cũng tạo sự khác biệt về sản phẩm du lịch trên nền tảng khai thác các giá trị văn hóa - lịch sử. Du khách có thể đi đến nhiều nơi trên đất nước Trung Quốc để tìm hiểu các giá trị văn hóa lịch sử được xem là cái nôi của văn minh châu Á, như: Thủ đô Bắc Kinh, Vạn lý Trường Thành, Tây An, Côn Minh, Hồ Động Đình, Núi Nhạc Lộ...

### **1.2.2. Phát triển du lịch ở một số địa phương trong nước**

#### **❖ Du lịch của Đà Nẵng**

- Năm 2015 đón 4,86 triệu lượt khách, dự kiến năm 2018 đón 7,47 triệu lượt khách; nếu không có biến động ảnh hưởng gì lớn, khả năng đến năm 2020, Đà Nẵng sẽ đón từ 9,0 - 9,5 triệu lượt khách, so với Nghị quyết đề ra là 8,5 triệu lượt

khách.

- Đóng góp tổng hợp của du lịch vào GRDP Đà Nẵng năm 2017 ước đạt 24,4%, trong đó đóng góp trực tiếp là 13,7% và đóng góp gián tiếp (lan tỏa) là 10,7%. Cũng trong năm 2017, du lịch ước tạo ra 186.770 việc làm, chiếm 34,18% tổng số lao động có việc làm trên địa bàn thành phố.

- Du lịch phát triển góp phần tăng cường thu hút đầu tư, kích cầu thị trường bất động sản, tạo thêm thu nhập xã hội, giải quyết việc làm, chỉnh trang đô thị và thúc đẩy các ngành kinh tế - xã hội khác phát triển.

- Để du lịch Đà Nẵng thực sự trở thành trung tâm du lịch của khu vực miền Trung và cả nước, ngoài việc tiếp tục phát huy những thành quả đạt được trong thời gian qua, trong thời gian đến, ngành du lịch tiếp tục cần sự quan tâm chỉ đạo sâu sát của lãnh đạo thành phố, cũng như của Trung ương, trong đó việc hình thành các cơ chế chính sách, nhằm thu hút các nhà đầu tư chiến lược để xây dựng các sản phẩm mới chất lượng cao, nhất là giải trí, mua sắm, du lịch sinh thái, đầu tư phát triển hạ tầng,... là rất quan trọng.

- Du lịch Đà Nẵng có nhiều điều kiện thuận lợi đối với thị trường khách nội địa như điểm đến Đà Nẵng có thể mạnh về cảnh quan tự nhiên, gần các di sản văn hóa thế giới như phố cổ Hội An, cố đô Huế... giúp khách có nhiều lựa chọn về các loại hình du lịch; thành phố cũng liên tục có những sản phẩm du lịch mới, các khu vui chơi để thu hút lượng khách nội địa...

#### **❖ Du lịch Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa**

Từ năm 2015, du lịch Khánh Hòa luôn tăng trưởng cao. Năm 2017, tổng lượng khách lưu trú đạt 5,5 triệu lượt. Trong đó, khách quốc tế đạt 2 triệu lượt. Nửa đầu năm 2018, du lịch tỉnh này đạt doanh thu hơn 10.000 tỷ đồng, tăng trưởng đến 34%. Trong đó, khách quốc tế đạt 1,5 triệu lượt, tăng gần 60% so với cùng kỳ 2017.

Khánh Hòa cũng là vùng đất có hệ thống tài nguyên du lịch nhân văn khá phong phú, trong đó có nhiều di tích cấp quốc gia: Tháp Bà Ponagar, Di tích lưu niệm nhà bác học A.Yersin, vịnh Nha Trang, Hòn Chồng... Bên cạnh các điểm tham quan nổi tiếng như Viện Hải dương học, chùa Long Sơn, Bảo tàng A.Yersin..., Khánh Hòa còn có nhiều lễ hội đặc sắc: lễ hội Tháp Bà Ponagar, lễ hội cầu ngư, lễ hội yến sào, Festival biển...

Sau khi thu hút khách Nga và Trung Quốc thành công, ngành du lịch

Nha Trang đứng trước bài toán giữ thể mạnh cũ và tìm thị trường mới.

Chuyên gia Lương Hoài Nam, Thành viên Hội đồng Tư vấn Du lịch Quốc gia, cho rằng, khách Nga hay Trung Quốc đông đúc ở Nha Trang không đáng ngại. Đó là thể mạnh cần phát huy, song song việc mở rộng thị trường mới. Ngành du lịch Khánh Hòa đã đặt mục tiêu đón 8,5 triệu khách lưu trú, với 3,5 triệu khách quốc tế vào 2020.

Các hoạt động của Năm Du lịch quốc gia 2019 sẽ lần lượt diễn ra liên tục trong cả năm tại Khánh Hòa nói riêng và cả nước nói chung. Theo đó tỉnh Khánh Hòa đang cai hơn 10 sự kiện chính và 50 hoạt động liên quan. Được mệnh danh là “xứ trầm, biển yến”, các hoạt động của Năm Du lịch nhằm quảng bá tiềm năng, thể mạnh về phong cảnh biển đảo, các sản phẩm du lịch độc đáo, những thương hiệu riêng mà Khánh Hòa đã đầu tư xây dựng được trong nhiều năm qua, như: Nghỉ dưỡng sinh thái, lặn biển, thể thao biển, tắm bùn, các hoạt động văn hóa mang tầm quốc gia, quốc tế... Đặc biệt, trong năm nay Khánh Hòa tổ chức Festival Biển – Nha Trang, Khánh Hòa lần thứ 9; cuộc thi Hoa hậu Hoàn vũ Việt Nam 2019, vòng chung kết cuộc thi Hoa hậu Du lịch ASEAN...

#### **❖ Du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu**

Theo báo cáo của UBND thành phố Vũng Tàu, trong 6 tháng đầu năm 2018, tổng lượng khách du lịch đến tham quan thành phố Vũng Tàu ước hơn 2,9 triệu, trong đó có 315 nghìn khách quốc tế. Những tháng đầu năm, đặc biệt là trong các ngày nghỉ, lễ và Tết các hoạt động về du lịch, lễ hội, chương trình kích cầu được chú trọng, bên cạnh đó là công tác duy trì vệ sinh môi trường, an toàn cho du khách được đảm bảo, việc cấm tổ chức ăn nhậu nơi công cộng và bãi tắm cũng như chủ trương về vận động bỏ rác đúng nơi quy định, chăm sóc và bảo vệ cây xanh; triển khai số điện thoại đường dây nóng trên các phương tiện truyền thông đại chúng của Thành phố cũng như sự ra đời của Trung tâm hỗ trợ khách du lịch giải quyết, hỗ trợ kịp thời những khó khăn vướng mắc, cộng với sự hướng dẫn nhiệt tình của Trung tâm đã tạo hiệu ứng tích cực và thu hút lượng du khách cho ngành du lịch Thành phố.

Để đạt được những kết quả như trên, Đảng bộ và chính quyền Thành phố luôn chú trọng công tác tuyên truyền chủ trương tạo lập môi trường du lịch an toàn, an ninh trật tự, đảm bảo vệ sinh môi trường được quan tâm.

Thành phố cũng đã triển khai tăng cường và duy trì công tác quản lý nhà

nước về du lịch, kiểm soát tránh không để tình trạng tăng giá bữa bãi, chặt chém làm ảnh hưởng đến uy tín ngành du lịch.

Theo báo cáo, 6 tháng đã kiểm tra hơn 120 lượt cơ sở lưu trú, cơ sở dịch vụ, giải quyết khoảng 100 lượt phản ánh của du khách qua đường dây nóng và các phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội. Nền về cơ bản tình hình đảm bảo an toàn về giá cả, dịch vụ, môi trường đã được kiểm soát. Đồng thời Công tác hỗ trợ khách du lịch tại Trung tâm hỗ trợ khách du lịch thành phố Vũng Tàu bước đầu được khách du lịch hài lòng, 6 tháng Trung tâm đã hỗ trợ hơn 1.000 lượt khách, trong đó khoảng 400 lượt khách Quốc tế; Cung cấp miễn phí hơn 250 bản đồ du lịch cho du khách trong và ngoài nước; hơn 150 cẩm nang du lịch bằng tiếng Anh và tiếng Việt; hơn 100 tấm bưu thiếp về các danh lam, thắng cảnh tại thành phố Vũng Tàu; các loại tờ rơi; ấn phẩm quảng bá hình ảnh du lịch Vũng Tàu cho du khách.

Công tác đảm bảo an toàn cho du khách, đã cứu vớt 378 trường hợp lọt ao xoáy đưa vào bờ an toàn; hồi sức sơ cứu 42 trường hợp; hỗ trợ 314 trẻ em đi lạc về với gia đình. Bên cạnh đó công tác đảm bảo an ninh trật tự, vệ sinh môi trường được quan tâm. Ngay từ đầu năm, UBND Thành phố ban hành những Chương trình về triển khai nhiệm vụ trọng tâm về phát triển du lịch năm 2018; phân công công tác an ninh trật tự, vệ sinh và đảm bảo môi trường du lịch tại các điểm du lịch năm; triển khai công tác phục vụ khách du lịch trong dịp Hè năm 2018 đến các phòng, ban trực thuộc UBND Thành phố và các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn. Các lực lượng Công an Thành phố phối kết hợp cùng cơ quan chức năng Thành phố tăng cường công tác kiểm tra về an ninh trật tự, bảo vệ môi trường và ăn nhậu tại các nơi công cộng đã lập biên bản xử lý khoảng 200 trường hợp, phạt với số tiền gần 1 tỷ đồng... Tình hình an ninh trật tự trên địa bàn Thành phố được đảm bảo, tình trạng lấn chiếm lòng, lề đường để kinh doanh, buôn bán hàng hóa, lắp đặt biển quảng cáo sai quy định đã giảm đáng kể so với trước đây, năng lực cạnh tranh của du lịch cũng đã có bước cải thiện quan trọng

#### **- Kết luận chương 1**

Từ phân tích những cơ sở lý luận và thực tiễn của ngành du lịch với những chủ trương, định hướng phát triển du lịch của nước ta nói chung và của đại phương An Giang nói riêng, cũng như những kinh nghiệm phát triển du lịch của một số địa phương trong nước. Để ngành du lịch của địa phương thực sự trở thành ngành

kinh tế mũi nhọn, ngoài tiềm năng, điều kiện sẵn có, cần phải xây dựng một hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch hoàn chỉnh bao gồm hạ tầng giao thông, hạ tầng viễn thông và hạ tầng dịch vụ... Do đó, việc đánh giá thực trạng phát triển du lịch, nhằm chỉ ra những thành tựu và hạn chế, yếu kém của ngành du lịch là nhiệm vụ quan trọng.

## Chương II

### ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG BẢY NÚI TỈNH AN GIANG

#### 2.1. Giới thiệu về tình hình kinh tế - xã hội tỉnh An Giang

##### 2.1.1. Vị trí địa lý

##### Bản đồ hành chính tỉnh An Giang



Tỉnh An Giang có diện tích 3.536,7 km<sup>2</sup>, bằng 1,03% diện tích cả nước và đứng thứ 4 so với 13 tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, có vị trí địa lý:

Phía đông giáp tỉnh Đồng Tháp

Phía bắc và tây bắc giáp hai tỉnh Kandal và Takéo của Campuchia với đường biên giới dài gần 104 km

Phía tây nam giáp tỉnh Kiên Giang

Phía nam giáp thành phố Cần Thơ.

Điểm cực Bắc của tỉnh nằm ở vĩ độ 10°57'B (xã Khánh An, huyện An Phú), cực Nam ở vĩ độ 10°12'B (xã Thoại Giang, huyện Thoại Sơn), cực Tây ở 104°46'Đ (xã Vĩnh Gia, huyện Tri Tôn), cực Đông trên kinh độ 105°35'Đ (xã Bình Phước Xuân, huyện Chợ Mới). Khoảng cách lớn nhất theo hướng bắc - nam là 86 km và đông - tây là 87,2 km.

##### 2.1.2. Dân số

Tính đến năm 2017, dân số toàn tỉnh là 2.161.249 người, mật độ dân số 611 người/km<sup>2</sup>. Đây là tỉnh có dân số đông nhất khu vực đồng bằng sông Cửu Long. 30.7% dân số sống ở đô thị và 69.3% dân số sống ở nông thôn.

Toàn tỉnh có 24.011 hộ dân tộc thiểu số, với 114.632 người, chiếm 5,17% tổng dân số toàn tỉnh.

Dân tộc Khmer có 18.512 hộ, 86.592 người, chiếm tỷ lệ 75,54% so tổng số người dân tộc thiểu số và chiếm 3,9% so tổng dân số toàn tỉnh; trong đó có 16.838 hộ với dân số khoảng 80.000 người (chiếm gần 92% tổng số dân tộc Khmer toàn tỉnh) sống tập trung ở 2 huyện miền núi: Tri Tôn và Tịnh Biên, số còn lại sống rải rác ở các huyện: Châu Phú, Châu Thành, Thoại Sơn. Hầu hết đồng bào dân tộc Khmer theo Phật giáo Nam tông, có mối quan hệ rộng rãi với đồng bào dân tộc Khmer các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long và người Khmer ở Campuchia. Nguồn thu nhập chủ yếu của đồng bào Khmer từ trồng trọt, chăn nuôi gia súc và làm thuê mướn theo thời vụ.

Dân tộc Chăm có 2.660 hộ, 13.722 người, chiếm tỷ lệ gần 12% so tổng số người dân tộc thiểu số và chiếm 0,62% so tổng dân số toàn tỉnh, sống tập trung khá đông ở huyện An Phú và thị xã Tân Châu, số còn lại sống rải rác ở các huyện: Châu Phú và Châu Thành. Hầu hết đồng bào Chăm theo đạo Hồi, có mối quan hệ với tín đồ Hồi giáo các nước Ả Rập, Malaysia, Indonesia, Campuchia. Nguồn thu nhập chính bằng nghề chài lưới, buôn bán nhỏ và dệt thủ công truyền thống.

Dân tộc Hoa có 2.839 hộ, 14.318 người, chiếm tỷ lệ 12,50% so tổng số người dân tộc thiểu số và chiếm 0,65% tổng dân số toàn tỉnh. Đại bộ phận sống ở thành phố, thị xã, thị trấn, thị tứ, có mối quan hệ chặt chẽ với người Hoa trong vùng và nhiều nước trên thế giới. Đồng bào người Hoa phần lớn theo Phật giáo Đại thừa, đạo Khổng và tín ngưỡng dân gian. Một bộ phận lớn kinh doanh thương mại, sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, có cuộc sống ổn định, thu nhập khá hơn so với các dân tộc khác.

Về tôn giáo, An Giang là nơi xuất phát của một số tôn giáo nội sinh như Bửu Sơn Kỳ Hương, Tứ Ân Hiếu Nghĩa, Phật giáo Hòa Hảo... An Giang hiện có 9 tôn giáo được Nhà nước công nhận, gồm: Phật giáo Việt Nam, Phật giáo Hòa Hảo, Cao Đài, Công giáo, Tin Lành, Tịnh Độ Cư sĩ, Tứ Ân Hiếu Nghĩa, Hồi giáo, Bửu Sơn Kỳ Hương, với gần 1,8 triệu tín đồ (chiếm 78% dân số toàn tỉnh), 487 cơ sở thờ tự hợp pháp, 602 chức sắc và trên 3.400 chức việc.

### 2.1.3. Tình hình thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh An Giang

Năm 2018 là năm thứ ba triển khai thực hiện kế hoạch kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020. Thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2018 trong bối cảnh nhiều thuận lợi nhưng cũng gặp không ít khó khăn như: tình hình thời tiết diễn biến bất thường, nước lũ ở mức cao, sạt lở bờ sông diễn biến phức tạp, giá cả ngành chăn nuôi thiếu ổn định..., tác động đến hoạt động sản xuất và đời sống nhân dân. Nhưng với sự chỉ đạo của Tỉnh ủy, điều hành của Ủy ban nhân dân tỉnh, sự nỗ lực của các ngành, các cấp, doanh nghiệp và nhân dân, kinh tế - xã hội năm 2018 của tỉnh chuyển biến tích cực, đạt mức tăng trưởng khá và cao hơn so năm 2017. Các lĩnh vực văn hoá, an sinh xã hội, cải cách hành chính có nhiều tiến bộ. Quốc phòng an ninh, trật tự an toàn xã hội tiếp tục được đảm bảo.

Trong 13 chỉ tiêu theo Nghị quyết số 14/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân tỉnh, đã thực hiện hoàn thành và vượt 12/13 chỉ tiêu (chiếm 92,31% tổng chỉ tiêu), trong đó có 05 chỉ tiêu kinh tế và 07 chỉ tiêu văn hóa xã hội, còn lại 01 chỉ tiêu kinh tế không đạt Nghị quyết đề ra, cụ thể:

**Bảng 1 : Các chỉ tiêu kinh tế - xã hội của tỉnh An Giang**

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	NQHĐND 2018	Ước 2018	So sánh
1	Tốc độ tăng trưởng GRDP (Giá SS 2010)	%	6 – 6,5	6,52	Vượt
	- Khu vực Nông, lâm, thủy sản	%	2 – 2,25	2,04	
	- Khu vực Công nghiệp và Xây dựng	%	7,69 – 8,20	8,88	
	- Khu vực Dịch vụ	%	8 – 8,66	8,64	
	- Thuế sản phẩm trừ trợ giá chính sách	%	5,6	5,28	
2	Cơ cấu kinh tế				Đạt
	- Khu vực Nông, lâm, thủy sản	%	28,86 – 28,93	28,90	
	- Khu vực Công nghiệp và Xây dựng	%	14,65 – 14,66	14,79	
	- Khu vực Dịch vụ	%	54,85 – 54,92	54,73	
	- Thuế sản phẩm trừ trợ giá chính sách	%	1,56 – 1,57	1,58	
3	Giá trị sản xuất nông nghiệp bình quân	Triệu đồng/ha	183	170	Không đạt
4	Kim ngạch xuất khẩu	Triệu	840	840	Đạt



STT	Chỉ tiêu	ĐVT	NQHĐND 2018	Ước 2018	So sánh
		USD			
5	Tổng vốn đầu tư toàn xã hội	Tỷ đồng	26.557	28.837	Vượt
6	Thu ngân sách từ kinh tế địa bàn	Tỷ đồng	5.700	5.866	Vượt
7	Tỷ lệ lao động được đào tạo so với tổng số lao động đang làm việc trong nền kinh tế quốc dân	%	60	60	Đạt
8	Tỷ lệ hộ nghèo	%	4,55	4,55	Đạt
9	Tỷ lệ thất nghiệp khu vực thành thị	%	<4	<4	Đạt
10	Tỷ lệ dân tham gia bảo hiểm y tế	%	81,5	81,5	Đạt
11	Số giường bệnh trên 10.000 dân	Giường	20,25	21,95	Vượt
12	Tỷ lệ che phủ rừng và cây xanh phân tán	%	22,4	22,4	Đạt
13	Phân đầu xã đạt chuẩn nông thôn mới	Xã	43	46	Vượt

*Nguồn : Phòng kinh tế - UBND tỉnh An Giang*

#### **- Tốc độ tăng trưởng kinh tế :**

Tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP) theo giá so sánh 2010, tăng 6,52% so cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,04% (đóng góp 0,65 điểm phần trăm vào tăng trưởng chung) cao hơn mức tăng 0,55% của năm 2017; khu vực công nghiệp - xây dựng tăng 8,88% (đóng góp 1,29 điểm phần trăm vào tăng trưởng chung) cao hơn mức tăng 6,38% của năm 2017; khu vực dịch vụ tăng 8,64% (đóng góp 4,49 điểm phần trăm vào tăng trưởng chung) cao hơn mức tăng 6,50% của năm 2017; thuế sản phẩm trừ trợ giá sản phẩm tăng 5,28% (đóng góp 0,09 điểm phần trăm vào tăng trưởng chung) cao hơn mức tăng 4,61% của năm 2017.

Cơ cấu kinh tế năm 2018 tiếp tục chuyển dịch theo hướng tích cực (tỷ trọng khu vực II, khu vực III tăng dần qua các năm), trong đó: Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm tỷ trọng 28,90%; khu vực công nghiệp và xây dựng chiếm 14,79%; khu vực dịch vụ chiếm 54,73%; thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm chiếm 1,58% (cùng kỳ năm 2017 là: 30,22%; 14,38%; 53,78% và 1,61%).

#### **2.1.4. Kết quả thực hiện chỉ tiêu phát triển du lịch**

Năm 2017, An Giang đón 7,3 triệu lượt khách tăng 12% so với cùng kỳ năm 2016, đạt 107% so với kế hoạch. Trong đó, số lượng khách thống kê tại các cơ sở kinh doanh du lịch đạt 600 nghìn lượt, đạt 100% kế hoạch, khách quốc tế đạt 75

nghìn lượt; Doanh thu từ hoạt động du lịch đạt 3.700 tỷ đồng, tăng 16% so với cùng kỳ.

Ước thực hiện năm 2018, An Giang đón khoảng 8,5 triệu lượt khách tăng 16% so với cùng kỳ năm 2017, ước đạt 113% so với kế hoạch năm 2018. Trong đó, lượt khách lưu trú của các khách sạn đạt chuẩn là 650 nghìn lượt, tăng 8,3% so với cùng kỳ năm 2017, ước đạt 100% so với kế hoạch năm 2018; khách quốc tế ước đạt 100 nghìn lượt tăng 33% so với cùng kỳ năm 2017, ước đạt 133% so với kế hoạch năm 2018. Doanh thu từ hoạt động du lịch ước đạt 4.800 tỷ đồng, tăng 29% so với cùng kỳ năm 2017, ước đạt 112% so với kế hoạch năm 2018.

Ngoài ra, ngành đã phối hợp Công an tỉnh triển khai hướng dẫn thực hiện chế độ báo cáo thống kê du lịch đối với các hộ cá thể kinh doanh loại hình dịch vụ nhà nghỉ, nhà trọ ngoài phạm vi quản lý ngành du lịch. Kết quả thống kê năm 2018 ước đạt 350 nghìn lượt khách lưu trú.

Tính đến thời điểm báo cáo, trên địa bàn tỉnh có 90 cơ sở lưu trú du lịch (01 khách sạn 4 sao; 05 khách sạn 3 sao; 10 khách sạn 2 sao; 39 khách sạn 1 sao; 06 nhà nghỉ du lịch và 29 khách sạn chưa phân loại); 19 công ty lữ hành (8 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế; 11 đơn vị kinh doanh lữ hành nội địa,); 15 khu du lịch, điểm tham quan, du lịch, trong đó có 01 khu du lịch cấp tỉnh (Khu du lịch Núi Cấm) và 01 Khu du lịch quốc gia Núi Sam.

Cấp mới và cấp đổi 45 thẻ hướng dẫn viên du lịch, trong đó có 12 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế và 20 thẻ hướng dẫn viên du lịch tại điểm; phối hợp các địa phương tái thẩm định, phân loại mới 05 cơ sở lưu trú du lịch đạt chuẩn khách sạn hạng từ 01 sao trở lên.

Tổ chức thành lập đoàn kiểm tra 03 khu du lịch trong tỉnh và tham gia Đoàn thanh tra của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kiểm tra tại các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế và các cơ sở lưu trú từ 3 sao trở lên.

## **2.2. Những tiềm năng và lợi thế phát triển du lịch vùng Bảy Núi**

### **2.2.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên**

#### **❖ Địa hình :**

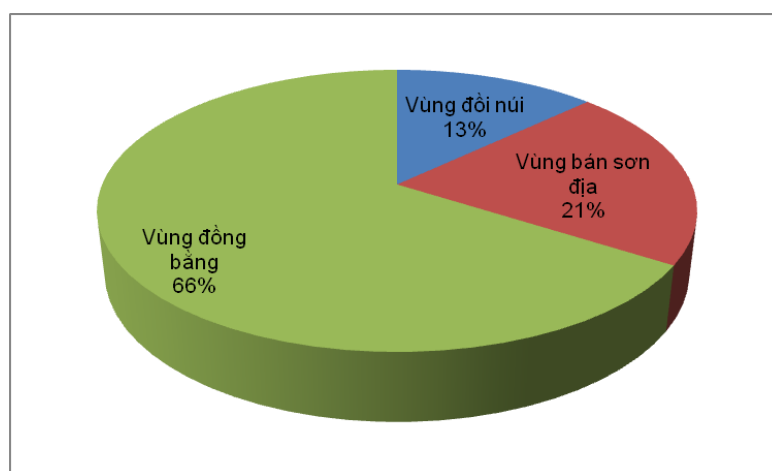
Bảy Núi là vùng bán sơn địa, vừa có đồng bằng, vừa có nhiều đồi núi và khoáng sản, kết cấu địa chất bền vững, được chia thành 3 vùng rõ rệt :

+ Vùng đồi núi : chiếm 13% diện tích với nhiều ngọn núi cao như núi

Cắm 710m, núi kết 286m, núi Sam 284m, núi Phú Cường 282m, núi Bà Đồi 261m, núi Dài Nhỏ 225m,... Ngoài ra những tiềm năng về khoáng sản, vật liệu xây dựng...vùng Bảy Núi còn là nơi có nhiều tiềm năng để phát triển ngành du lịch với nhiều danh lam thắng cảnh và di tích lịch sử.

+ Vùng bán sơn địa chiếm 21% diện tích bao gồm đất thổ cư, vườn cây ăn trái, đồng cỏ chăn nuôi.

+ Vùng đồng bằng : chiếm 66% diện tích, chủ yếu trồng lúa và một ít trồng tràm.



**Biểu đồ 1 : Các vùng đất ở Bảy Núi**

#### ❖ Khí hậu :

Bảy Núi có khí hậu gió mùa xích đạo quanh năm. Nhiệt độ trung bình 27°C, tháng có nhiệt độ thấp nhất là tháng 12 với nhiệt độ trung bình khoảng 25°C, tháng có nhiệt độ cao nhất là tháng 4 với nhiệt độ trung bình khoảng 29°C, rất hiếm khi nhiệt độ trung bình dưới 15°C. Số giờ nắng trung bình khoảng 2.520 giờ, biên độ nhiệt năm nhỏ, khoảng 4°C, biên độ nhiệt ngày rất cao khoảng 11°C. Tuy nhiên ở đây địa hình tương đối cao hơn mọi nơi trong tỉnh và chịu ảnh hưởng của những ngọc núi nên nhiệt độ thường xuống thấp hơn so với nhiệt độ trung bình.

+ Khí hậu có sự phân hóa thành 2 mùa rõ rệt : mùa khô (từ tháng 12 đến tháng 4 năm sau) với lượng mưa trung bình không quá 100mm. Tuy nhiên ở đây mùa khô kết thúc sớm hơn các nơi khác trong tỉnh do chịu ảnh hưởng của hệ thống gây mưa từ phía Tây sang. Mùa mưa (từ tháng 5 đến tháng 11) với lượng mưa trung bình khoảng 1.000mm, lượng mưa trung bình hàng năm khoảng 1.500mm. Như vậy, lượng mưa phân bố không đều qua các tháng đã ảnh hưởng sâu sắc tới khai thác các tài nguyên phục vụ phát triển du lịch.

+ Độ ẩm : do quanh năm ít thay đổi nên sự biến đổi của độ ẩm chỉ phụ thuộc vào lượng mưa, độ ẩm trung bình trên 80%.

**Bảng 2 : Nhiệt độ, lượng mưa trung bình của vùng Bảy Núi**

Đơn vị : °C, mm

Tháng	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Nhiệt độ (°C)	25,7	26,5	27,8	29,0	28,2	27,7,	27,6	27,0	26,3	26,0	25,5	25,0
Lượng mưa (mm)	-	-	27	41	60	158	139	188	128	114	189	32

Nguồn : Chi cục thống kê huyện Tịnh Biên

#### ❖ Nguồn nước :

Trong vùng có 2 hệ thống kênh lớn là kênh Vĩnh Tế và kênh Trà Sư, bên cạnh đó trong vùng còn có những hồ chứa nước rất lớn như : Ô thum, Soài So, An Hảo, Suối Tiên, Ô Túc Xa, Tà Sóc, Suối Vàng, Khe Đá,...Ngoài cung cấp nước sinh hoạt, nước tưới cho hàng trăm cây mùa, vườn ươm cây,... phục vụ đắc lực cho công tác trồng và phủ kín đồi trọc, phòng cháy rừng và chống hoang mạc hóa đất đồng ven núi, nguồn nước này góp phần cải tạo môi trường, tạo ra các điểm du lịch sinh thái hấp dẫn như hồ Soài So, suối Vàng. Các nguồn tài nguyên nước mặt có giá trị cho nhiều loại hình du lịch như tham quan, nghỉ dưỡng.

Nguồn tài nguyên nước ngầm có giá trị đối với du lịch đó là các nguồn nước khoáng thiên nhiên. Thực tế cho thấy những nơi giàu nguồn nước khoáng cũng là những điểm phát triển du lịch chữa bệnh.

#### ❖ Thực vật :

Vùng Bảy Núi có nguồn thực vật phong phú dùng làm vật liệu xây dựng, chiếm ưu thế là cây trầm, cây bạch đàn; cũng có nhiều loại cây gỗ có giá trị làm các sản phẩm mộc dân dụng như gỗ mật, căm xe, giáng hương, vên vên, sao, dầu, xà cừ, cà chát.. Trong các nguồn tài nguyên thực vật ở vùng, cây lúa chiếm ưu thế hơn cả, đặc biệt những giống lúa cao sản ngắn ngày có chất lượng cao phục vụ cho mục tiêu xuất khẩu. Gần đây còn phát huy thế mạnh của các cây trồng nhac như khoai mì để chế biến tinh bột, bắp dùng trong công nghiệp chế biến thức ăn gia súc, bắp nhí và đậu nành dùng cho xuất khẩu; cùng nhiều loại rau màu, cây thực phẩm, cây công nghiệp ngắn ngày, cây ăn quả phục vụ cho nhu

cầu lương thực, thực phẩm của nhân dân.

Đặc biệt khi kể đến thực vật thì phải nói đến rừng ở Bảy Núi chiếm 38,32% diện tích tự nhiên của tỉnh. Phần lớn diện tích rừng là rừng trồng với các loại cây quý hiếm, có giá trị rất lớn trong việc bảo vệ môi trường sinh thái cải tạo khí hậu, điều tiết nguồn nước, nâng cao năng suất cây trồng và cảnh quan môi trường ngày càng tốt hơn, rừng không chỉ có giá trị lâm sản mà còn có giá trị du lịch.

❖ **Sinh vật** : hệ thống động – thực vật tương đối phong phú và đa dạng, có giá trị phát triển du lịch lớn.

❖ **Động vật** : có nhiều loại chim muông và thú rừng quý hiếm như heo rừng, khỉ, rắn, nhím,... Sự đa dạng của tài nguyên sinh vật, cùng với việc bảo vệ và mở rộng diện tích, kết hợp với bảo vệ nguồn gen quý hiếm sẽ mở ra khả năng lớn về phát triển ngành du lịch sinh thái của vùng.

### 2.2.2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Theo thống kê, Bảy Núi có các di tích lịch sử cách mạng, gồm :

**Bảng 3 : Các công trình kiến trúc, di tích, danh lam thắng cảnh, văn hóa**

STT	Tên các công trình kiến trúc, di tích, danh lam thắng cảnh, văn hóa	Tổ chức Kỷ lục xác lập	Năm được xác lập
1	Miếu bà chúa xứ Bà Mướp	UBND tỉnh An Giang ra quyết định công nhận là di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh tỉnh	16/10/2012
2	Chùa Hòa Thạnh	Bộ Văn hóa công nhận là di tích lịch sử - văn hóa cấp quốc gia	17/5/1993
3	Chùa Phật Thới Sơn	UBND tỉnh An Giang ra quyết định công nhận là di tích lịch sử cách mạng của tỉnh	26/8/1999
4	Đình Thới Sơn	Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch công nhận là di tích lịch sử cách mạng quốc gia	1999
5	Chùa Phước Điền	UBND tỉnh An Giang ra quyết định công nhận là di tích lịch sử cách mạng của tỉnh	26/8/1999
6	Tượng Phật Di Lặc	Tổ chức Kỷ lục châu Á đã công nhận là tượng Phật Di Lặc trên đỉnh núi lớn nhất ở	29/5/2013

		châu Á	
7	Di tích khảo cổ Gò Cây tung	UBND tỉnh An Giang ra quyết định công nhận là di tích lịch sử văn hóa cấp tỉnh	21/3/2017
8	Chốt thép Nhơn Hưng	UBND tỉnh xếp hạng là di tích lịch sử cấp tỉnh	27/3/2015
9	Hầm bí mật Văn phòng Huyện ủy Tịnh Biên		

*Nguồn : Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

Các hệ thống di tích này bước đầu đã được khai thác để phát triển du lịch. Trong tương lai, nếu được đầu tư và đa dạng hóa hơn nữa về dịch vụ và loại hình, các loại di tích này sẽ có sức hấp dẫn lớn đối với khách trong tỉnh cũng như trong vùng.

**★ Điểm nổi bật của một số điểm di tích lịch sử cách mạng**

○ **Miếu Bà Chúa Xứ Bàu Mướp :**

Ngôi miếu do Phật Thầy Tây An (Đoàn Minh Huyền, 1807 – 1856) và các tín đồ dựng lên giữa thế kỷ 19, để cho người dân đi khai hoang có nơi thờ cúng, thỏa mãn nhu cầu tín ngưỡng tâm linh. Phía trước ngôi miếu có một bàu lớn chứa nước ngọt thiên nhiên và có thể uống được. Ngôi chính điện thờ Thánh Mẫu Tiên Nương (mà người dân quen gọi là Bà Chúa Xứ Bàu Mướp) là một nữ thần có quyền năng cai quản xứ sở, theo tục thờ cúng của người dân Nam Bộ.

○ **Chùa Hòa Thạnh :**

Chùa thường gọi là chùa Cây Mít, tọa lạc ở xã Nhơn Hưng, huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang, cách Thành phố Long Xuyên 87km. Chùa được xây dựng vào thế kỷ XIX và được trùng tu mở rộng vào những năm 1921 – 1923. Chùa còn bảo tồn nhiều pho tượng cổ có giá trị nghệ thuật, chùa đã được Bộ Văn hóa công nhận là Di tích lịch sử - văn hóa quốc gia.

○ **Chùa Phước Điền :**

Năm 1850 – 1851, Phật Thầy Tây An dẫn dắt tín đồ khai hoang dưới chân núi Két, lập hai làng Hưng Thới và Xuân Sơn (nay gộp thành xã Thới Sơn, huyện Tịnh Biên). Cơ sở đầu tiên gọi là Trại ruộng, sau này tín đồ xây thành chùa Phước Điền.

○ **Chùa Thới Sơn :**

Tọa lạc tại khu vực núi Két, thuộc xã Thới Sơn, huyện Tịnh Biên. Đây là ngôi chùa thờ Tam bảo của đạo Bửu Sơn Kỳ Hương, và là một di tích lịch sử cách

mạng của tỉnh.

○ **Đình Thới Sơn :**

Tọa lạc gần chân núi Két, thuộc xã Thới Sơn, huyện Tịnh Biên. Đây là một ngôi đình thờ Thành hoàng của làng Xuân.

○ **Chốt thép Nhơn Hưng :**

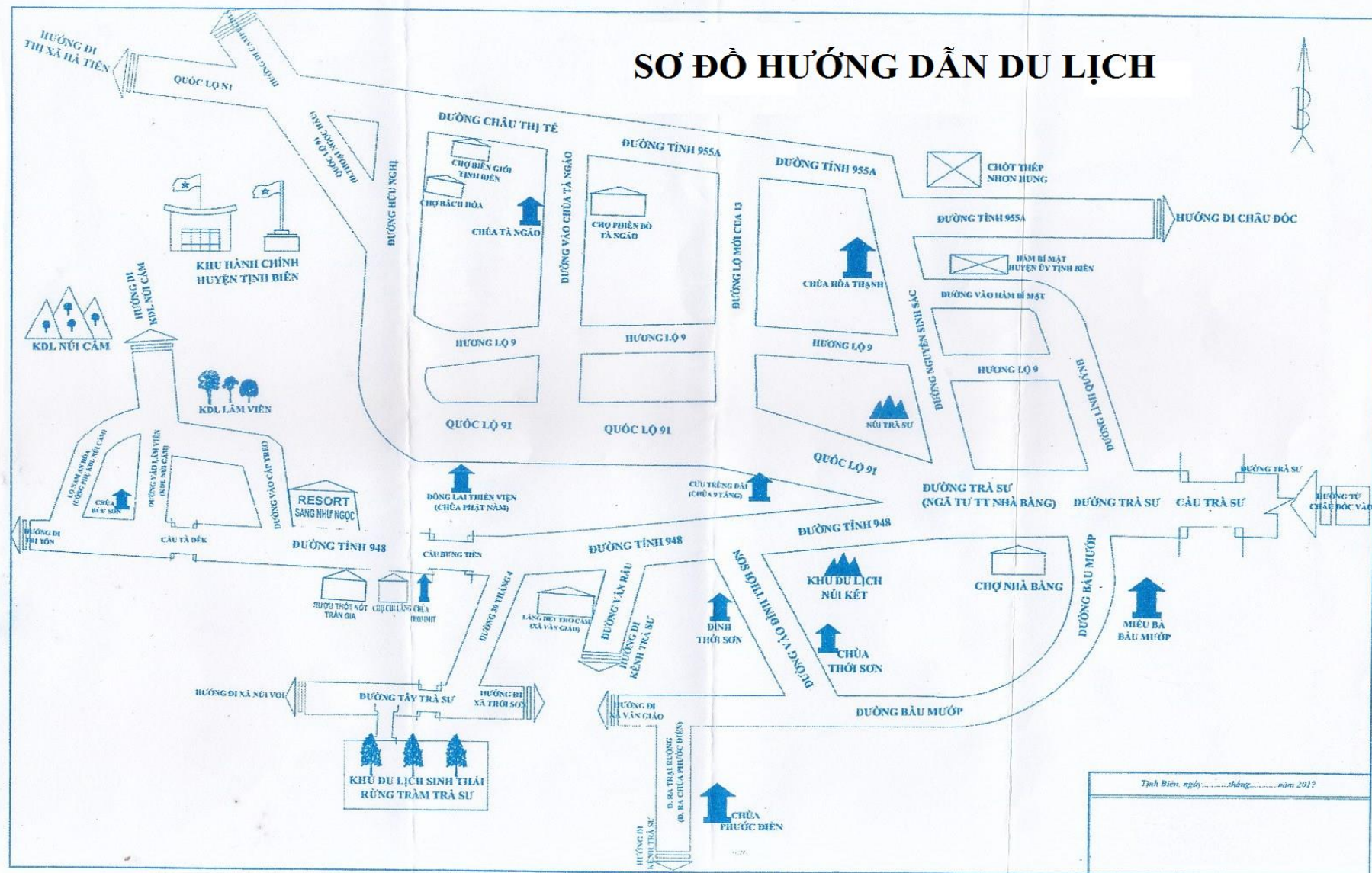
Đây là khu vực đồn (còn gọi là đồn Cây Mít) do Pháp xây dựng và Mỹ tiếp tục sử dụng. Sau ngày miền Nam hoàn toàn giải phóng và thống nhất đất nước, khi xảy ra chiến tranh bảo vệ biên giới Tây Nam, quân và dân Nhơn Hưng tận dụng nơi đây lập chốt chống lại quân Pôn Pốt, được vinh danh “Chốt thép thành đồng và được UBND tỉnh xếp hạng là di tích lịch sử cấp tỉnh.

○ **Căn hầm bí mật Văn phòng Huyện ủy :**

Khu căn cứ hầm bí mật Văn phòng Huyện ủy huyện Tịnh Biên xưa, tọa lạc tại ấp Đông Hưng, xã Nhơn Hưng từng là nơi nuôi giấu cán bộ cách mạng trong thời kỳ chống Mỹ cứu nước.

○ **Di chỉ khảo cổ Gò Cây Tung :**

Di chỉ Gò Cây Tung đã được khai quật nhiều lần vào các năm 1993 – 1994, 1994 – 1995 và 2007. Kết quả từ các cuộc khai quật và hiện vật tìm được như rìu đá, vòng đeo, đồ gốm,... Cho thấy nơi đây có nhiều giai đoạn, niên đại từ hậu kỳ đá mới đến sơ kỳ kim khí rất có giá trị nghiên cứu về vùng đất Tịnh Biên xưa. Và nếu được đầu tư, phục dựng sẽ là điểm tham quan du lịch lý tưởng của các nhà khoa học khảo cổ, lịch sử văn hóa, dân tộc,...trong và ngoài nước.





### 2.2.3. Một số khu du lịch, danh lam thắng cảnh

#### ❖ Khu du lịch Núi Cẩm (Thiên Cẩm Sơn)

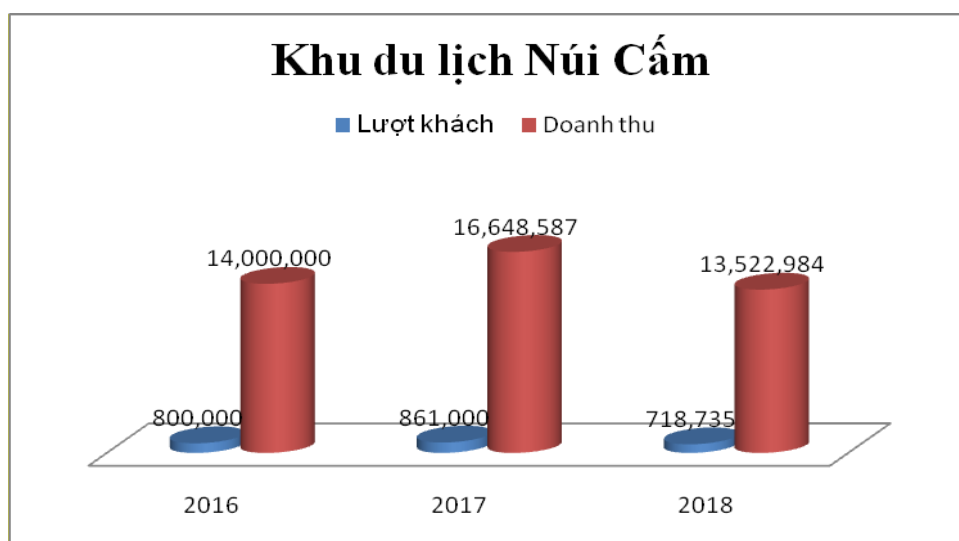
Có độ cao 716 m, dài 7.500m, đây là ngọn núi cao nhất và cũng là ngọn núi thiêng nhất trong vùng Bảy Núi.



**Hình : Đỉnh Núi Cẩm (hay còn gọi là Thiên Cẩm Sơn)**

Muốn lên núi, du khách có thể đi bộ theo các lối mòn trong rừng, đi xe khách lữ hành hoặc đi cáp treo. Trên núi có một hồ chứa nước thiên nhiên rất rộng và đẹp, gọi là hồ Thủy Liêm. Những đám mây lúc nào cũng như ẩn như hiện. Điện Bò Hong là đỉnh cao nhất của Thiên Cẩm Sơn. Vồ Bò Hong cũng là vồ cao nhất trong Năm Non. Trên vồ Bò Hong, nhìn ra bốn phương, mây núi chập chờn, với những cánh đồng, núi non trùng điệp thấp thoáng dưới chân.

Trên đỉnh Núi Cẩm còn sở hữu những công trình kiến trúc tôn giáo quy mô và độc đáo như : tượng Phật Di Lặc cao nhất trên đỉnh núi 33,6m, chùa Vạn Linh, Thiền viện chùa Phật Lớn,.. Dưới chân núi về phía Đông là khu du lịch Lâm viên núi Cẩm có diện tích khoảng 100ha với các dịch vụ giải trí đa dạng,... Trong khu du lịch núi Cẩm có suối Thanh Long, một con suối thiên nhiên, thơ mộng, nước chảy len lỏi theo các khe đá bong cây tạo nên một dòng nước trong veo mát lạnh. Do kiến tạo tự nhiên cùng với quá trình bào mòn của dòng nước tạo nên những dòng thác lớn nhỏ khác nhau và những thiên nhiên kì thú, năm 2018 đón 718.735 lượt khách giảm 16,5% so với cùng kỳ năm 2017, đạt doanh thu khoảng 13 tỷ đồng.



***Biểu đồ 2 : Lượt khách và doanh thu của Núi Cấm***

*Nguồn : Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

#### ❖ **Cáp treo Núi Cấm**

Ngoài những công trình cùng các điểm tham quan thú vị cho du khách thì từ đầu năm 2015 núi Cấm đã đưa vào hoạt động một loại hình dịch vụ du lịch hết sức mới lạ cho du khách đó là cáp treo thu hút hơn 500 ngàn lượt khách hàng năm đạt doanh thu khoảng 73 tỷ đồng trong năm 2018, doanh thu tăng 16,6% so với cùng kỳ năm 2017.



#### ❖ **Khu du lịch núi Két (Anh Vũ Sơn)**

Có độ cao là 225m, dài 1.100 m, nằm cách chợ Nhà Bàng khoảng chừng 2,5km, về phía huyện Tri Tôn. Đường lên đỉnh do người dân lên núi kiếm củi tạo thành, đoạn này ngắn hơn đoạn vào cổng chính. Điều thú vị là đoạn này còn rất hoang sơ, ít người qua lại, khung cảnh rừng núi còn vẻ nguyên sinh, nên rất đẹp và thanh tịnh. Nhiều phiến đá tạo hình dáng tự nhiên rất đẹp thu hút hơn 38 ngàn lượt khách hàng năm đạt doanh thu khoảng 954 triệu đồng trong năm 2018, doanh thu tăng 15,4% so với cùng kỳ năm 2017.

**Bảng 4 : Lượt khách, doanh thu của khu du lịch núi Két**

*Đơn vị : người, ngàn đồng*

<b>Khu du lịch Núi Két</b>			
<b>Năm</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Lượt khách (người)</b>	32.740	33.077	38.177
<b>Doanh thu (ngàn đồng)</b>	718.815	826.925	954.425

*Nguồn : Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*



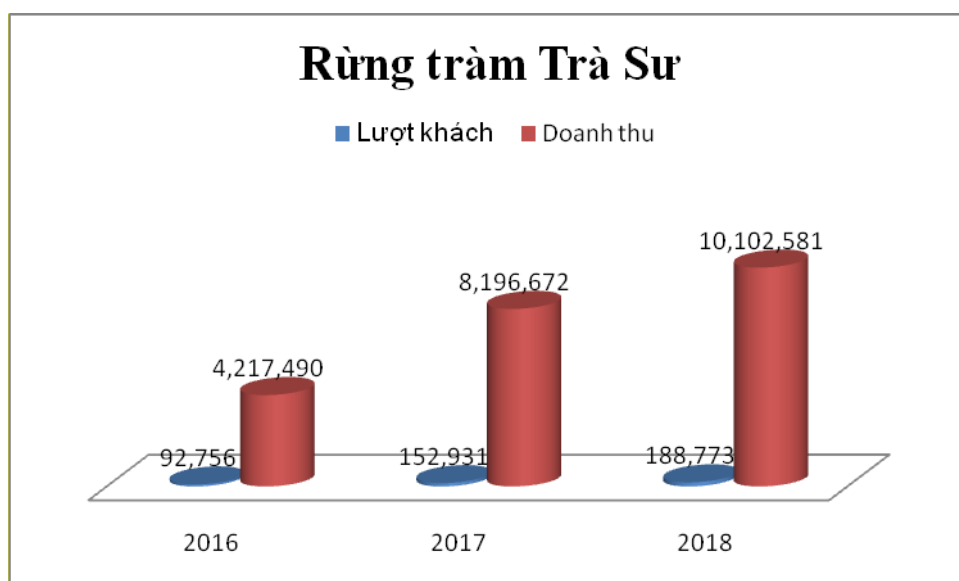
**Hình : Núi Két (hay còn gọi là Anh Vũ Sơn)**

**❖ Khu du lịch sinh thái rừng tràm Trà Sư**

Rừng tràm Trà Sư là điểm du lịch sinh thái rộng trên 845ha, nằm giữa long tứ giác Long Xuyên, thuộc xã Văn Giáo – huyện Tịnh Biên. Các loài động - thực vật trong rừng rất phong phú được gìn giữ tới ngày nay như các loài trăn, rắn, heo rừng, khỉ, nhím, dơi, quạ... Đến với nơi đây, du khách sẽ được đắm mình trong màu xanh bạt ngàn tràm cùng ánh nắng vàng óng ả của bầu trời hòa huyệt với tiếng chim, tiếng gió rừng xào xạc.



**Hình : Khu du lịch sinh thái rừng tràm Trà Sư**



**Biểu đồ 3 : Lượt khách và doanh thu của rừng trà Trà Sư**

*Nguồn : Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

Những chiếc xuồng ba lá nhỏ sẽ đưa du khách đi xuyên qua những cánh rừng trà, cảm giác như chúng ta là những nhà thám hiểm vừa khám phá ra một cái gì đó còn rất hoang sơ, cổ kính. Chính vẻ sống động của thiên nhiên đã làm cho tâm hồn du khách thêm thoải mái và dễ chịu hơn cho chuyến tham quan của mình. Hoàng hôn buông xuống, trong rừng trà là những ngôi nhà sàn nhỏ, được cột chặt vào thân cây trông giản dị mà tuyệt đẹp. Du khách sẽ bị bất ngờ và ấn tượng trước cảnh đàn doi quạ có đến hàng nghìn vạn con chập chờn bay về tổ ấm, một không gian của sự sum vầy, hạnh phúc đang diễn ra trước mắt bạn. Thiên nhiên tươi đẹp, không khí trong lành là điểm nổi bật nhất mà du khách có thể tìm thấy ở rừng trà Trà Sư, thu hút hơn 180 ngàn lượt khách hàng năm đạt doanh thu khoảng 10 tỷ đồng trong năm 2018, doanh thu tăng 23,3% so với cùng kỳ năm 2017.

#### ❖ Các ngọn núi nổi bật trong vùng Bảy Núi

Vùng có gần 40 ngọn núi lớn nhỏ nhưng nổi bật nhất là 7 ngọn núi như là Ngọa Long Sơn (núi Dài), Ngũ Hồ Sơn (núi Dài Năm Giếng), Phụng Hoàng Sơn (núi Cô Tô), Thủy Đài Sơn (núi Nước), Anh Vũ Sơn (núi Két), Liên Hoa Sơn (núi Tượng) và Thiên Cầm Sơn (núi Cầm, cao nhất trong dãy bảy núi, 716m). Trong đó núi Cầm, núi Két đã và đang được khai thác du lịch, các ngọn núi còn lại vẫn còn hoang sơ và thiên nhiên.



## ❖ Các hồ

Còn có các hồ như hồ Ô Túc Xa rộng 11 ha, nằm dưới chân núi Cẩm thuộc ấp Xoài Chek, xã An Cư, huyện Tịnh Biên có đỉnh đập 6,5m với trữ lượng nước trên 600.000 m<sup>3</sup>. Đây được xem là hồ chứa nước lớn nhất vùng Bảy Núi, cũng là nguồn cung cấp chính cho nhà máy nước Chi Lăng (công suất 1.000 m<sup>3</sup>/ngày) tạo nguồn nước sinh hoạt cho trên 50.000 dân ở thị trấn Chi Lăng, xã An Hào, Vĩnh Trung, An Cư, Tân Lợi...



Tuy là hồ nhân tạo nhưng hệ sinh thái bao quanh hồ cũng rất đa dạng, những tán rừng rậm rạp, mát mẻ, không khí trong lành, nước trong xanh,... Hồ Cây Đuốc : nằm giữa thung lũng núi Cẩm và núi Phú Cường, hồ chứa nước Cây Đuốc được thiết kế với dung tích chứa trên 1000 m<sup>3</sup>, vị trí đặt tại giếng thốt nốt, khu vực hồ chứa chiếm 1200m<sup>2</sup> được thiết kế với dạng hình tròn, cung cấp nước ngọt cho 3.000 dân cư quanh vùng.

### 2.2.4. Các lễ hội truyền thống :

Vùng Bảy Núi thường diễn ra các lễ hội hằng năm như :

- + Tết Chol Chnam Thmay của đồng bào dân tộc Khmer vào các ngày 13, 14, 15 tháng 4 âm lịch.
- + Lễ 12/8 âm lịch ngày giỗ cụ Đoàn Minh Huyền (phật thầy Tây An)
- + Lễ hội vía bà ở miếu Bà Bàu Mướp (năm 2018 thu hút 1.384.891 lượt khách đạt doanh thu khoảng 123 tỷ đồng, doanh thu tăng 17,2% so với cùng kỳ năm 2017 – theo thống kê của trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên)

**Bảng 5 : Lượt khách, doanh thu của miếu Bà Bàu Mướp**

*Đơn vị : người, ngàn đồng*

	<b>Miếu Bà Bàu Mướp</b>			
	2016	2017	2018	Quý 1/2019
<b>Lượt khách (người)</b>	997.468	1.185.000	1.384.891	997.355
<b>Doanh thu (ngàn đồng)</b>	51.413.020	105.443.410	123.563.130	89.520.660

*Nguồn : Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

+ Lễ hội truyền thống văn hóa vào ngày 29/11 âm lịch, ngày hội đua xuồng mùa nước nổi vào tháng 11 dương lịch.

+ Lễ hội Dolta của đồng bào dân tộc Khmer ngày 09 tháng 10 âm lịch kết hợp lễ hội đua bò Bảy Núi.

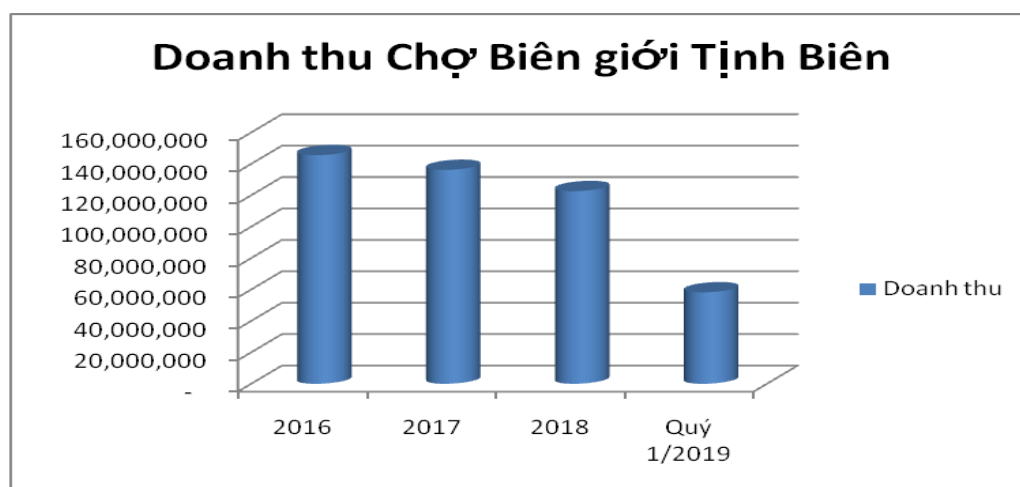
Hằng năm cứ vào mùa lễ hội là vùng Bảy Núi thu hút một lượng khách du lịch khá đông đến với nơi đây. Đây là điều kiện thuận lợi cho ngành du lịch vùng, nhưng đòi hỏi các ban ngành quản lý cần phải nắm bắt cơ hội này, khai thác có hiệu quả lợi thế của các lễ hội. Đây là nguồn lợi lớn đem lại lợi ích cho vùng nói riêng và cho tỉnh An Giang nói chung.

#### **2.2.5. Ẩm thực :**

Vùng Bảy Núi còn có các sản phẩm là đặc sản ở nơi đây : lúa thơm Nàng Nhen, sản phẩm dệt của đồng bào dân tộc Khmer, đường thốt nốt. Ngoài ra, còn có các loại trái cây ở vùng núi Cấm như : sầu riêng, măng cầu và nhiều loại nông sản khác. Có các làng nghề nổi tiếng (làng dệt thổ cẩm Khmer Văn Giáo, làng nghề sản xuất đường Thốt Nốt...) du lịch làng nghề gắn liền với việc mua sắm sản phẩm địa phương, góp phần rất lớn vào việc giữ gìn và bảo tồn các làng nghề truyền thống và tạo thêm thu nhập cho cộng đồng.

Bảy Núi còn có nhiều món ăn ngon mang đặc trưng ẩm thực vùng Nam Bộ, những món ăn được người dân chế biến chủ yếu từ sản phẩm nông nghiệp với các món ăn nổi tiếng như : bánh xèo rau rừng Núi Cấm, bò xào lá vang, bánh canh Vĩnh Trung. Các loại tài nguyên này phục vụ rất tốt cho việc phát triển các sản phẩm phục vụ du lịch.

Bên cạnh còn có chợ Biên Giới Tịnh Biên là khu chợ khá rộng, diện tích 15.000 m<sup>2</sup> có nhiều tiệm, quán và trên 700 Ki-ốt bán hàng hóa của 295 tiểu thương kinh doanh nhiều mặt hàng, với hình thức bán sỉ và lẻ, từ vải sợi, hàng may mặc, mỹ phẩm, giày dép, đồ gia dụng... Đây là khu chợ sung túc, thu hút hàng trăm ngàn lượt khách đến tham quan và mua sắm, còn là nơi cửa ngõ giao thương với nước bạn Campuchia và các nước tiểu vùng sông MeKong (năm 2018 thu hút 548.647 lượt khách đạt doanh thu khoảng 122 tỷ đồng – theo thống kê của trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên).



**Biểu đồ 4 : Doanh thu Chợ Tịnh biên từ 2016 đến quý I năm 2019**

*Nguồn: Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

### **2.3. Thực trạng phát triển du lịch vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang trong thời gian qua.**

#### **2.3.1. Những thuận lợi**

- Bảy Núi là một vùng núi biên giới có vị trí rất thuận lợi nằm trong tuyến du lịch quan trọng của tỉnh An Giang nối liền từ các khu, điểm du lịch trên địa bàn đến các khu, điểm du lịch các huyện lân cận.
- Là vùng gần Biên Giới nên có nhiều tiềm năng về thị trường giao lưu kinh tế, thông thương với Campuchia thông qua cửa khẩu quốc tế Tịnh Biên. Do đó Tịnh Biên có điều kiện, lợi thế phát triển du lịch trong thời gian sắp tới.
- Nằm trên tuyến đường bộ quan trọng của cả tỉnh, Bảy Núi lại nằm ở vị trí chiến lược quan trọng, chứa nhiều tiềm năng về phát triển du lịch, giao lưu kinh tế, thông thương với nước bạn Campuchia thông qua cửa khẩu Quốc tế Tịnh Biên.
- Tài nguyên du lịch tương đối phong phú và đa dạng, là vùng có nhiều đồi núi, nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng, cảnh quan thiên nhiên nơi đây tươi đẹp, hùng vĩ và các di tích văn hóa - lịch sử, lễ hội đã thu hút khách du lịch mỗi năm càng tăng. Năm 2018: Gồm có 6 khu, điểm du lịch (KDL núi Cấm, Cáp treo núi Cấm, Miếu Bà Bào Mướp, khu du lịch sinh thái Rừng trà Trà Sư, khu du lịch Núi Két, Chợ Biên giới Tịnh Biên.)

+ Lượt khách: 3.414.338 (trong đó khách quốc tế Rừng trà Trà sư: 18.770); Doanh thu (ngàn đồng): 343.827.180.

- Được sự quan tâm sâu sắc của lãnh đạo địa phương và các phòng ban

ngành đã tạo điều kiện cho đơn vị, hàng năm phối hợp với Đài truyền thanh huyện in ấn market, sổ tay du lịch, phóng sự du lịch để quảng bá xúc tiến và kêu gọi đầu tư trên các báo và thông tin đại chúng. Được sự quan tâm của UBND huyện về lĩnh vực du lịch, đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư về loại hình du lịch nghỉ dưỡng, hiện nay có 01 doanh nghiệp đã đầu tư xong và đưa vào hoạt động Resort Sang Như Ngọc và đã khởi công khu vui chơi giải trí tại khu du lịch Cáp treo, cũng như các dự án về loại hình du lịch nghỉ dưỡng trên núi Cẩm cũng đang kêu gọi các doanh nghiệp, các nhà đầu tư.

- Đơn vị phối hợp với Báo An Giang đăng bài báo xuân để kêu gọi đầu tư theo Quyết định số 1261/QĐ-UBND của Ủy Ban Nhân Dân Tỉnh An Giang “Về việc Ban hành chương trình Xúc tiến đầu tư tỉnh An Giang năm 2018” về lĩnh vực thương mại- dịch vụ - du lịch gồm 22 dự án, thuộc về vùng Bảy Núi là 9 dự án.

### **DANH MỤC HỢP TÁC VÀ KÊU GỌI ĐẦU TƯ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH AN GIANG**

(Ban hành kèm theo Quyết định số 1261/QĐ-UBND ngày 05 tháng 6 năm 2018 của  
UBND tỉnh An Giang)

<b>TT</b>	<b>DANH MỤC DỰ ÁN</b>	<b>ĐỊA ĐIỂM</b>	<b>QUY MÔ</b>	<b>TỔNG VỐN (tỷ đồng)</b>	<b>ĐƠN VỊ CHỦ TRÌ THỰC HIỆN</b>
1	Khu du lịch nghỉ dưỡng Núi Tà Pạ	Tri Tôn	200 ha	1.000	Sở VH,TT&DL
2	Khu du lịch Hồ Soài So	Tri Tôn	49 ha	500	Sở VH,TT&DL
3	Khu trung tâm hành hương (tượng Di Lặc - chùa Phật Lớn - chùa Vạn Linh)	Tịnh Biên	43,66 ha	500	Sở VH,TT&DL
4	Khu nghỉ dưỡng + vịnh cảnh vồ Bò Hong	Tịnh Biên	22,54 ha	400	Sở VH,TT&DL
5	Khu văn hóa dân gian và tín ngưỡng (phía Tây - Bắc khu trung tâm hành hương)	Tịnh Biên	34,16 ha	300	Sở VH,TT&DL
6	Khu văn hóa các dân tộc (Hồ Tà Lọt)	Tịnh Biên	120 ha	250	Sở VH,TT&DL
7	Khu bảo tồn sinh thái (vồ Bà, đỉnh Chư Thần)	Tịnh Biên	39,29 ha	120	Sở VH,TT&DL
	Khu TM – DV - DL và vui	Tịnh			



8	chơi giải trí đặc biệt khu vực cửa khẩu Tịnh Biên	Biên	25 ha	500	Ban QLKKT
9	Khu TM DV và vui chơi giải trí Tịnh Biên	Tịnh Biên	45 ha	900	Ban QLKKT

- Những năm qua hoạt động Du lịch Bảy Núi đã đạt được những kết quả khá nổi bật, xác định được phát triển du lịch theo hướng bền vững; công tác quản lý nhà nước, đào tạo nguồn nhân lực, xây dựng sản phẩm, liên kết phát triển du lịch, quảng bá xúc tiến du lịch... được đổi mới cả về hình thức và nội dung thu hút đông đảo du khách đến với Tịnh Biên.

- Về du lịch sinh thái mùa nước nổi : hiện nay Công ty cổ phần Sao Mai vào đầu tư khai thác 159ha/845ha với tổng kinh phí 19,1 tỷ đồng, khu vực Rừng tràm Trà sư. Khu du lịch sinh thái Sao Mai Trà Sư đang khai thác và đưa vào hoạt động phục vụ khách du lịch mùa nước nổi lượng khách tăng so với cùng kỳ năm trước. (hình)

- Khu du lịch sinh thái Thành đô An Giang hiện đang đầu tư khai thác với quy mô diện tích 159.9 ha, do công ty TNHH một thành viên Thành Đô An Giang làm chủ đầu tư.

- Vùng Bảy Núi đóng vai trò quan trọng trong tâm thức các tộc người ở Tây Nam Bộ hơn 300 năm Nam tiến, đến nay dấu ấn niềm tin này còn rất sâu đậm. Bảy Núi không đơn thuần là thực thể thiên nhiên, mà còn là thực thể văn hóa tinh thần, đóng góp quan trọng vào bức tranh văn hóa An Giang nói riêng và Tây Nam Bộ nói chung.

- Quần thể Bảy Núi tồn tại bên ngoài và bên trong với nhiều dạng địa hình, những dạng địa hình này là một “bí ẩn”, dù đã được nhiều nhà nghiên cứu văn hóa, lịch sử tìm hiểu nhưng chưa giải mã được từng cá thể hay tổng thể không gian văn hóa nơi đây.

- Song hành với hình tượng thiên nhiên, thì trong lòng không gian văn hóa Bảy Núi tồn tại nhiều tín ngưỡng tâm linh, tôn giáo, lễ hội của các tộc người. Hệ thống tín ngưỡng tâm linh tôn giáo, lễ hội này giữ vai trò quan trọng trong đời sống tinh thần cư dân Tây Nam Bộ từ khi khai hoang lập làng đến nay.

- Với môi trường khí hậu mát mẻ trong lành và kho văn hóa – lịch sử riêng có của vùng đất “Thất Sơn huyền bí”, cùng đường giao thông rất thuận tiện trong việc liên kết vùng, thiết nghĩ việc phát triển du lịch vùng Bảy Núi là điều tất yếu và

hoàn toàn trong tầm tay. Bảy Núi với ba yếu tố “thiên thời, địa lợi, nhân hòa” so sánh với một số khu du lịch nổi tiếng trong khu vực, chẳng hạn khu du lịch Suối Tiên ở Thành phố Hồ Chí Minh, nơi mỗi ngày có đến hàng chục, hàng trăm ngàn lượt khách đến tham quan là do nhà tổ chức biết mượn những huyền thoại, truyền thuyết từ ngàn xưa của dân tộc tạo dựng nên những công trình hoành tráng như núi Lạc Long Quân, núi Âu Cơ cùng những hòn non bộ lớn, rồi nào là Sơn Tinh – Thủy Tinh, Tiên Đồng – Ngọc Nữ, nào là cung Thiên đình, cung địa ngục, Bí mật kho báu, Vương quốc cá sấu, Bách quả thần tiên hội...Nhu mọi người đều biết, tất cả các hình thức được xem là rất ăn khách ấy đều vay mượn để xây dựng nên chứ hoàn toàn không có huyền thoại, truyền thuyết nào khả dĩ gọi là có thật như ở Bảy Núi.

+ Nếu Suối Tiên có “Vương quốc cá sấu” đến hàng chục ngàn con, có lẽ sẽ không hấp dẫn khách tham quan bằng hình tượng “Ông Năm Chèo” cứu nghĩa quân của Quân cơ Trần Văn Thành trong trận đánh cuối cùng ở Láng Linh.

+ “Bí mật kho báu” ở Suối Tiên chắc chắn không hơn được chuyện “đèn vàng điện ngọc” một khi có “tiếng sấm nổ vang”, các truyện kể về hang Bác vật Lang, về Dòng sữa mẹ (suối Thanh Long), về Bàn chân Tiên (dấu chân to trên đá núi), về Điện Ngọc Hoàng trên Vồ Bò Hong, về Sân Tiên (nơi ông Đế Thích thường xuống trần đánh cờ với các sơn nhân)...

+ Chuyện “Sơn Tinh – Thủy Tinh” sao bằng chuyện ông Tăng chủ Bùi Thiển sư cứu cọp mắc xương; ông Hai Lãnh – cánh tay đắc lực của Quân cơ Trần Văn Thành trong công cuộc chống Pháp – nuôi cả bầy cọp trong nhà rất dễ dạy đi lại trong vùng; ông Đạo Lập có biệt tài “quá hải” không cần thuyền, lại biết tàng hình để tránh sự ruồng bắt của thực dân Pháp,...

+ Ngay cả “Lễ hội trái cây” sao bằng khách tham quan len lõi tham quan những vườn cây ăn trái trĩu quả trong vườn, tự tay hái xuống ăn liền tại chỗ.

+ Với “núi Lạc Long Quân, núi Âu Cơ” hay hòn non bộ cũng đều là núi giả thì sao bằng với biết bao sinh cảnh sống thực, biết bao huyền thoại hãy còn lưu dấu vùng Bảy Núi được xem là một trong những khu vực có sức hấp dẫn lớn đối với du khách với khoảng 36 ngọn, trong đó có 18 ngọn núi được biết nhiều đến là :

- Núi Kéc (Anh Vũ Sơn – xã Thới Sơn)
- Núi Cẩm (Thiên Cẩm Sơn – xã An Hảo)
- Núi Trà Sư (Kỳ Lân Sơn – Thị trấn Nhà Bàng)

- Núi Phú Cường (Bạch Hồ Sơn – xã An Nông)
- Núi Dài (Ngũ Hồ Sơn – xã An Phú)
- Núi Rô (xã An Cư)
- Núi Bà Vải (xã Nhơn Hưng)
- Núi Đất Lớn (xã Nhơn Hưng)
- Núi Đất Nhỏ (xã Nhơn Hưng)
- Núi Bà Đất (xã Văn Giáo)
- Núi Cậu (xã Xuân Tô)
- Núi Mo Tầu (xã Nhơn Hưng)
- Núi Chùa (xã Nhơn Hưng)
- Núi Tà Nung (xã Xuân Tô)
- Núi Bà Đội (xã Tân Lợi)
- Núi Bà Khệt (Thị trấn Chi Lăng)
- Núi Ba Xoài (xã An Cư)
- Núi Cà Lanh (xã An Hảo)

- Bảy Núi là vùng giáp ranh biên giới Campuchia, vùng đất sinh sống lâu đời của các dân tộc : Kinh, Khmer, Hoa với rất nhiều chùa, chùa Khmer và chùa Việt trong đó có khoảng 29 ngôi chùa Phật giáo Nam Tông của người dân tộc Khmer, là những ngôi Phật tự được xây dựng lâu đời, có kiến trúc cảnh quan rộng đẹp, mang tính nghệ thuật cao.

- Các hồ nước như Ô Túc Xa, Hồ An Hảo, Hồ Cây Đước, Hồ Thủy Liêm, suối Thanh Long tất cả tạo nên một vẻ đẹp hùng vĩ của núi rừng.

- Không chỉ có văn hóa đời sống đa dạng, pha lẫn giữa người Kinh, Khmer, Hoa mà còn làm phong phú thêm nền văn hóa ẩm thực nơi đây. Có thể nói, khi du khách đi du lịch đến miền đất này ít nhiều cũng được nghe qua về các loại đặc sản, món ngon nổi tiếng như : cá linh kho lạc dầm me ăn với bông điên điển, bông súng; cá linh kho mía, cá linh nấu canh chua, bò xào lá dang, bê thui, lạp xưởng bò, gỏi khô sầu đâu, mắm cá, cá lóc nướng thui, gà hấp lá trúc, bánh Canh Vĩnh Trung, bánh xèo Núi Cẩm, bánh bò Thốt Nốt, rượu cà na, rượu thốt nốt.

## **2.3.2. Những thành quả của du lịch vùng Bảy Núi trong những năm qua**

### **2.3.2.1. Về công tác quản lý hoạt động du lịch**

Trung tâm Hạ tầng Kỹ thuật là một đơn vị sự nghiệp trong đó có bộ phận xúc

tiến đầu tư thương mại và du lịch. Phối hợp với các ngành có liên quan tham mưu cho Ủy ban nhân dân huyện thực hiện những nhiệm vụ cụ thể sau đây:

- Tổ chức hoạt động tuyên truyền, quảng bá tiềm năng phát triển thương mại - dịch vụ của huyện, giới thiệu các sản phẩm, các điểm du lịch, tham gia phối hợp tổ chức các chương trình xúc tiến đầu tư, thương mại và dịch vụ giữa các huyện, thị xã, thành phố thuộc tỉnh nhằm vận động đầu tư, tìm kiếm cơ hội và thúc đẩy phát triển đầu tư vào huyện, tham gia tổ chức các hoạt động xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước vào các lĩnh vực trên địa bàn huyện.

- Tổ chức hội chợ, triển lãm, hội thảo, trưng bày giới thiệu hàng hóa, hỗ trợ các doanh nghiệp trong huyện và ngoài huyện và các doanh nghiệp triển khai các hoạt động thương mại và dịch vụ trên địa bàn.

**\* Số lượt khách du lịch đến tham quan tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn Huyện từ năm 2016 đến nay:**

***Bảng 6 : Lượt khách, doanh thu trên địa bàn từ năm 2016 đến quý I/2019***

*Đơn vị : người, ngàn đồng*

	<b>Năm</b>			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Quý I/2019</b>
<b>Lượt khách (người)</b>	3.591.254	3.730.404	3.414.338	1.007.097
<b>Doanh thu (ngàn đồng)</b>	271.697.635	329.925.934	343.827.180	90.722.853

*Nguồn : Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

- **Năm 2015 :** Gồm có 6 khu, điểm du lịch (KDL núi Cấm, Cáp treo núi Cấm, Miếu Bà Bào Mướp, KDL sinh thái Rừng trà Trà Sư, KDL Núi Két, Chợ Biên giới Tịnh Biên.)

+ Lượt khách: 2.931.764 (trong đó khách quốc tế Rừng trà Trà sư : 10.245)

- **Năm 2016 :** Gồm có 6 khu, điểm du lịch (KDL núi Cấm, Cáp treo núi Cấm, Miếu Bà Bào Mướp, KDL sinh thái Rừng trà Trà Sư, KDL Núi Két, Chợ Biên giới Tịnh Biên.)

+ Lượt khách: 3.591.254 (trong đó khách quốc tế Rừng trà Trà sư: 14.432)

+ Doanh thu (ngàn đồng): 271.697.635

- **Năm 2017** : Gồm có 6 khu, điểm du lịch (KDL núi Cẩm, Cáp treo núi Cẩm, Miếu Bà Bào Mướp, KDL sinh thái Rừng trà Trà Sư, KDL Núi Két, Chợ Biên giới Tịnh Biên.)

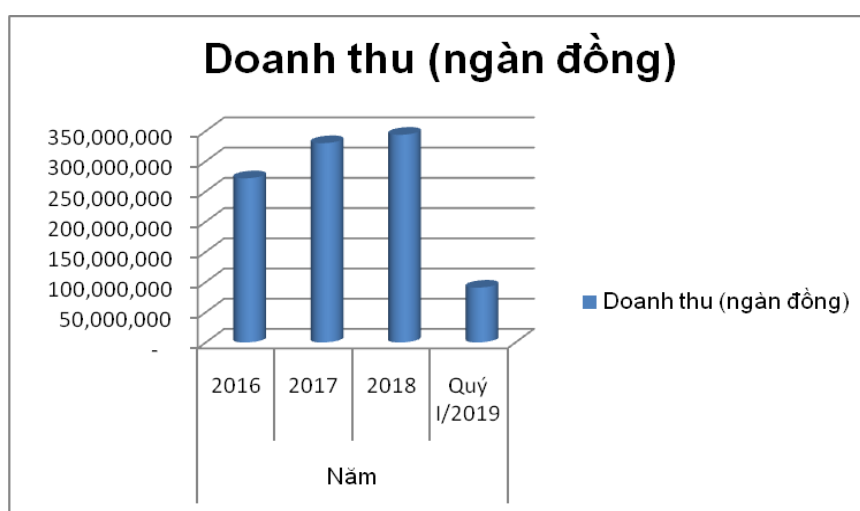
+ Lượt khách: 3.730.404 (trong đó khách quốc tế Rừng trà Trà sư : 19.594)

+ Doanh thu (ngàn đồng): 329.925.934

- **Năm 2018** : Gồm có 6 khu, điểm du lịch (KDL núi Cẩm, Cáp treo núi Cẩm, Miếu Bà Bào Mướp, KDL sinh thái Rừng trà Trà Sư, KDL Núi Két, Chợ Biên giới Tịnh Biên.)

+ Lượt khách: 3.414.338 (trong đó khách quốc tế Rừng trà Trà sư: 18.770)

+ Doanh thu (ngàn đồng): 343.827.180



**Biểu đồ 5 : Doanh thu của địa bàn huyện từ năm 2016 đến quý I/2019**

*Nguồn : Theo thống kê của trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên*

- **Quý I năm 2019** : Gồm có 7 khu, điểm du lịch (KDL núi Cẩm, Cáp treo núi Cẩm, Miếu Bà Bào Mướp, KDL Sao mai Trà sư, KDL Núi Két, Chợ Biên giới Tịnh Biên, Cừ Trùng Đài.)

+ Lượt khách: 1.007.097 (trong đó khách quốc tế KDL Sao mai Trà sư: 4.708)

+ Doanh thu (ngàn đồng): 90.722.853

#### **2.3.2.2. Công tác xúc tiến, quảng bá và hợp tác phát triển du lịch**

- Từ năm 2016 đến nay, với sự lãnh chỉ đạo quyết tâm của Huyện ủy,

UBND huyện về công tác mời gọi đầu tư trên địa bàn huyện, cũng như triển khai kịp thời các cơ chế chính sách về ưu đãi đầu tư trên địa bàn. Đồng thời, thành lập Ban hỗ trợ doanh nghiệp trên địa bàn, nhằm kịp thời hỗ trợ tháo gỡ khó khăn vướng mắc cho doanh nghiệp trong quá trình triển khai các dự án đầu tư, nhất là về thủ tục hành chính, giải phóng mặt bằng..., xây dựng môi trường đầu tư, kinh doanh cạnh tranh, bình đẳng, thông thoáng, thân thiện; minh bạch chính sách xóa hết rào cản, tạo thuận lợi nhất cho mọi tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp phát triển sản xuất kinh doanh. Từ đó đã thu hút được nhiều doanh nghiệp đăng ký đầu tư vào địa bàn.

- Cụ thể từ năm 2016 đến nay đã mời gọi được 16 doanh nghiệp thực hiện 21 dự án đầu tư trên địa bàn, với tổng mức đầu tư 3.300 tỷ đồng, nâng lũy kế các dự án đầu tư trên địa bàn từ năm 2006 đến nay là 67 dự án. Trong đó : đã thu hồi 11 DA, ngưng hoạt động 5 DA, chưa triển khai 10 DA, đang triển khai 18 DA, đang hoạt động 23 DA đã góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội cho vùng.

- Tiếp nhận các dự án đầu tư, liên hệ và phối hợp với các cơ quan chức năng để giải quyết những vấn đề có liên quan đến dự án đầu tư đảm bảo nhanh gọn và đúng trình tự thủ tục quy định.

- Tổ chức các hoạt động giới thiệu về các cơ chế, chính sách, quảng bá hình ảnh, tiềm năng và môi trường đầu tư. Phối hợp với các phòng, ban ngành liên quan xây dựng và lập danh mục đề cương các dự án kêu gọi đầu tư vào địa bàn.

- Phối hợp với Trung tâm Văn hóa và Trung tâm Thể dục Thể thao tham gia Hội chợ thương mại quốc tế Tịnh Biên và tổ chức đua bò tốc độ (3 lần năm 2016 - 2018). Trưng bày 10 sản phẩm đặc sản của vùng với 04 cơ sở tham gia trưng bày sản phẩm tại Hội chợ hàng năm (2016 - 2018).

- Về công tác quảng bá xúc tiến đơn vị cử cán bộ tham dự các Hội thảo, Hội nghị 5 lần và đi học hỏi kinh nghiệm về xúc tiến quảng bá tại các tỉnh phía bắc tổng cộng 3 lần.

- Ký hợp đồng với Báo đầu tư và Báo An Giang 2 lần.

- In ấn Market, Sổ tay du lịch, Đĩa VCD quảng bá hình ảnh du lịch Bảy Núi 3 lần.

- Tổng hợp và cung cấp thông tin về lĩnh vực kinh tế - xã hội, thông tin chuyên ngành về lĩnh vực đầu tư, thương mại và dịch vụ, các thông tin dự báo về kinh tế cho doanh nghiệp và nhà đầu tư khi có yêu cầu.

- Thực hiện hoặc thuê các đơn vị tư vấn có năng lực thực hiện các dịch vụ tư vấn về quy hoạch, đầu tư, xây dựng, hồ sơ thầu, bảo vệ môi trường, đất đai và các dịch vụ tư vấn khác có liên quan đến đầu tư sản xuất kinh doanh của nhà đầu tư theo yêu cầu.

- Tư vấn cho các nhà đầu tư trong và ngoài vùng trong việc lựa chọn các đối tác tiến hành đàm phán, ký kết hợp đồng; các nhà đầu tư nước ngoài về pháp luật, cơ chế chính sách của Nhà nước, các thủ tục có liên quan đến lĩnh vực đầu tư.

- Hỗ trợ các nhà đầu tư trong suốt quá trình từ khi có ý tưởng đầu tư, xin chủ trương đầu tư, cấp giấy phép đầu tư, giấy phép xây dựng đến khi kết thúc dự án và đưa vào khai thác sử dụng, hỗ trợ nhà đầu tư giải quyết các khó khăn vướng mắc.

#### **2.3.2.3. Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kỹ thuật du lịch**

- Nhằm từng bước để phát triển du lịch tại các khu, điểm trên địa bàn được sự quan tâm của UBND huyện, hiện đang thi công công và tuyến đường vào Miếu Bà Bàu Mướp đang được mở rộng, Ban hội Miếu Bà Bàu Mướp đầu tư toàn bộ kinh phí để xây dựng mở rộng đoạn đường từ cổng giáp với QL 91 đến xã đội cũ với tổng chi phí ước tính khoảng 5 tỷ đồng. Với tổng chiều dài trên 200m, rộng 6m, độ sâu mặt đường 18 cm, nhằm góp phần phát triển hạ tầng du lịch để phục vụ khách du lịch ngày càng đông vào dịp Vía Bà hàng năm.

- Bên cạnh đó con đường huyết mạch về du lịch Đường tỉnh lộ 948 cũng được triển khai bồi thường mở rộng và chuẩn bị triển khai thi công, từ đó tạo sự liên kết giữa các khu, điểm du lịch gắn kết với nhau.

#### **2.3.2.4. Phát triển du lịch đồng bộ với các ngành kinh tế khác**

- Được sự quan tâm của UBND huyện, TTHTKT chỉ đạo Ban quản lý Chợ Biên Giới Tịnh Biên (BQL), thực hiện 10 gian hàng mẫu theo 03 tiêu chí của UBND huyện đề ra là bán đúng hàng, đúng giá, đúng chất lượng, các sản phẩm hàng hóa phải được niêm yết giá đúng theo quy định của nội quy BQL chợ đề ra. Để đạt được Chợ văn minh thương mại đơn vị thường xuyên lên kế hoạch để phối hợp với Quản lý thị trường thường xuyên kiểm tra các hộ tiểu thương kinh doanh trong chợ về nguồn gốc các sản phẩm hàng hóa và niêm yết giá đúng quy định, qua các đợt kiểm tra thường xuyên và đột xuất các hộ tiểu thương đã niêm yết giá đạt trên 95%.

- Để từng bước đưa Chợ Tịnh Biên trở thành Chợ Văn minh Thương mại, BQL thường xuyên lên kế hoạch phối hợp với Phòng Kinh tế Hạ tầng mở các buổi tập

huấn về nghiệp vụ kỹ năng bán hàng tổng số 19/27 các cơ sở kinh doanh tham dự buổi tập huấn về kiến thức du lịch cộng đồng và cách ứng xử giao tiếp đối với khách hàng cho các nhân viên BQL và các hộ tiểu thương kinh doanh trong chợ để góp phần từng bước xây dựng thương hiệu đưa Chợ Tịnh Biên trở thành Chợ Văn minh Thương mại sớm nhất trong thời gian sắp tới.

- Bên cạnh đó BQL thường xuyên tổ chức họp các hộ tiểu thương triển khai nội quy, quy chế hoạt động của chợ và từng bước thực hiện tốt về văn hóa thương mại. Triển khai các văn bản pháp luật mới có liên quan đến lĩnh vực kinh doanh tại chợ, tuyên truyền từng bước thực hiện tốt về ứng xử văn hóa thương mại, niêm yết giá, trưng bày hàng hóa đúng quy định, giữ gìn an ninh trật tự, đảm bảo vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, bán đúng hàng, đúng giá, đảm bảo chất lượng hàng hóa, không bán hàng gian, hàng giả, hàng cấm, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, nhằm tạo lòng tin, tạo ấn tượng tốt cho khách hàng đến tham quan, mua sắm và hợp tác với Ban quản lý chợ xây dựng gian hàng mẫu.

### **2.3.3. Những hạn chế, khó khăn trong quá trình phát triển du lịch vùng Bảy Núi**

Với lợi thế vừa có đồng bằng, vừa có núi non hùng vĩ với nhiều cảnh sắc thiên nhiên tuyệt đẹp, tiềm năng phát triển du lịch của 2 huyện Tịnh Biên và Tri Tôn là rất lớn. Đây còn được xem là trung tâm kết nối với các khu, điểm du lịch trong tỉnh cũng như cửa ngõ kết nối với Hà Tiên, Phú Quốc (Kiên Giang). Khi hạ tầng giao thông được đầu tư tốt, du lịch Bảy Núi sẽ có điều kiện bứt phá.

Tuy nhiên huyện Tri Tôn một địa danh nằm trong dãy Bảy Núi hùng vĩ có nguồn tài nguyên rừng phong phú, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc bậc nhất vùng Đồng bằng sông Cửu Long; đồng thời cũng là vùng đất có lịch sử lâu đời và truyền thống đấu tranh cách mạng rất hào hùng. Trong thời kỳ chiến tranh giành độc lập dân tộc và trong công cuộc xây dựng, bảo vệ Tổ quốc, vùng đất Tri Tôn gắn với nhiều sự kiện, nhân vật lịch sử nổi tiếng như: chiến công trong trận đánh cầu sắt Vĩnh Thông (ấp Vĩnh Hòa, xã Lạc Quới) trong kháng chiến chống thực dân Pháp; Đồi Túc Dụp - “Ngọn đồi Hai triệu đô la” (trong kháng chiến chống Mỹ); Ô Tà Sóc- căn cứ của Tỉnh ủy An Giang; Khu di tích Nhà mồ Ba Chúc - nơi lưu giữ 1.159 bộ hài cốt trong số hơn 3.151 người dân đã bị bọn Pol Pot sát hại... Do đó, Tri Tôn có rất nhiều lợi thế trong việc bảo tồn nguồn gen quý hiếm của các hệ, động thực vật kết hợp phát triển du lịch



sinh thái, du lịch lịch sử...

Riêng năm 2018, trên lĩnh vực du lịch đã có gần 600.000 lượt du khách đến tham quan, tăng hơn 120.000 lượt so với năm 2016, góp phần đáng kể trong phát triển kinh tế-xã hội của huyện. Tuy nhiên, tốc độ phát triển du lịch của huyện Tri Tôn vẫn chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế sẵn có; các loại hình du lịch vẫn còn mang tính tự phát, quy mô nhỏ và thiếu sự kết nối.

Bên cạnh những thuận lợi kể trên những khó khăn trở ngại đối với việc phát triển du lịch của vùng Bảy Núi cũng không phải là nhỏ :

- Hệ thống giao thông, cơ sở hạ tầng, các dịch vụ phục vụ du lịch chưa đáp ứng nhu cầu và hấp dẫn khách du lịch, mời gọi đầu tư phát triển du lịch. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật ở các khu, điểm du lịch khá cao nhưng vẫn chưa mang lại như mong đợi còn nhiều hạn chế.

- + Nhiều năm qua, Tỉnh lộ 948 giữ vai trò là tuyến đường kết nối chính giữa 2 huyện Tri Tôn và Tịnh Biên nhưng cũng là “điểm nghẽn” trong phát triển của vùng Bảy Núi, đặc biệt là du lịch. Từ TP.Châu Đốc với trung tâm du lịch tín ngưỡng là Bà Chúa Xứ núi Sam, du khách có thể đi tiếp vào Khu du lịch (KDL) sinh thái rừng trà Trà Sư, KDL núi Cấm (Tịnh Biên), vòng qua các điểm tham quan ở Tri Tôn, trở vào vùng đất Thoại Sơn (gắn với danh thần Thoại Ngọc Hầu) hoặc tiện đường xuống Hà Tiên, ra Phú Quốc. Tuy nhiên, tình trạng nhỏ hẹp, xuống cấp của Tỉnh lộ 948 khiến du khách ái ngại khi phải di chuyển từ Tịnh Biên qua Tri Tôn

- Việc tổ chức các hoạt động du lịch vẫn còn khiêm tốn, kém hiệu quả chưa tạo được sự hỗ trợ mạnh cho phát triển du lịch. Còn “tư duy” làm du lịch theo thời vụ, chỉ tập trung vào dịp mùa vía Bà (mùa xuân) và mùa nước nổi (mùa thu).

- Lượng khách chưa nhiều so với tiềm năng, chủ yếu khách vùng lân cận, hằng năm dịch vụ du lịch thu hút khoảng 4 triệu lượt khách tham quan và mua sắm. Đặc biệt, trong những năm gần đây lượng khách du lịch đến Bảy Núi cũng tăng dần nhưng chủ yếu là khách du lịch nội địa (chủ yếu là khách ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long và Đông Nam Bộ) và một lượng khách quốc tế nhưng rất ít (năm 2018 là 18.770 khách theo thống kê của trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên).

- Thời gian lưu trú của khách du lịch còn ngắn, phần lớn khách du lịch đến với vùng gắn liền với các lễ hội, các chuyến hành hương và chủ yếu là các tour du lịch trong ngày hay chỉ là điểm dừng chân tham quan mua sắm...

- Hệ thống nhà hàng khách sạn ở nơi đây vẫn còn khá ít ỏi (tính ở huyện Tịnh Biên chỉ có khoảng 144 cơ sở lưu trú, trong đó chỉ khoảng 40 khách sạn, 104 nhà trọ. Trục quốc lộ 91 phát triển dịch vụ du khách : Nhà Bàng 7 có cơ sở, An Phú có 21 cơ sở, thị trấn Tịnh Biên có 22 cơ sở kinh doanh ăn uống, xã Nhơn Hưng có 2 cơ sở – theo thống kê của phòng thông tin - văn hóa huyện Tịnh Biên), có rất ít cơ sở lưu trú nhà hàng khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế, các cơ sở lưu trú nghỉ ngơi hay qua đêm của vùng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu, chất lượng phục vụ chưa tốt không làm hài lòng được du khách, giá cả đắt đỏ nên nhu cầu ở lại của du khách cũng giảm đi hẳn.

- Các loại hình vui chơi giải trí cũng không có gì mới mẻ và đặc sắc, các chương trình tham quan mua sắm ở các khu điểm du lịch vẫn chưa thật sự mới mẻ và hấp dẫn, giá cả chưa hợp lý, cạnh tranh điển hình như giá cáp treo núi Cấm là 180.000 đồng/khách với chiều dài tuyến là 3,5 km, còn giá cáp treo từ Phú Quốc qua hòn Thơm là 150.000 đồng/khách với chiều dài là 7,9 km.

- Chưa có nhiều sản phẩm du lịch đặc trưng, sản phẩm du lịch là một nguồn thu quan trọng trong hoạt động du lịch. Thực tế, các sản phẩm du lịch của vùng vẫn chưa đa dạng, phong phú, chưa có nhiều cửa hàng bán đồ lưu niệm. Bên cạnh đó sản phẩm du lịch chưa thể hiện hết những nét đặc trưng của vùng. Có nhiều sản phẩm được bày bán mang tính chất đại trà nên chưa được sự quan tâm nhiều của du khách vì nếu họ không mua ở đây thì họ vẫn có thể mua được ở nơi khác.

- Làng nghề truyền thống vẫn chưa thực sự phát huy hết giá trị, và một số làng nghề bị mai một, khi xưa rất nổi tiếng về nghề gôm vì thế mà thuyền ghe của thương lái từ Cao Lãnh, Đồng Tháp, Chợ Mới,... đậu kín bến sông chờ mua gôm. Nhưng ngày nay thì làng nghề ấy đang bị mai một, người gắn với nghề chỉ còn phụ nữ, các cụ già, họ chỉ làm khi công việc nông nhàn, chẳng mấy ai tha thiết với nghề có tuổi đời trăm năm.

- Tham quan du lịch làng nghề chỉ mới phát triển ở bề nổi, hiện nay hầu hết các công ty du lịch lữ hành có mở tour ở Bảy Núi mới chỉ dừng lại ở việc đưa khách đến tham quan các sản phẩm của làng nghề, rồi giới thiệu về lịch sử làng nghề, nghĩa là chỉ khai thác những giá trị “bề nổi” của làng nghề. Du khách thường rất thích khám phá, tìm hiểu làng nghề truyền thống của địa phương, bởi thế công ty du lịch thường thiết kế kèm chương trình tham quan làng nghề vào hành trình tour nhằm tạo dấu ấn đối với du khách. Nhưng, đáng buồn là kết thúc mỗi chuyến du ngoạn làng

nghe, khi được hỏi, đa số du khách trả lời rằng họ chỉ đi một lần cho biết chứ sẽ không quay lại.

- Hàng năm Trung tâm hạ tầng kỹ thuật có tham gia các kỳ hội thảo, hội nghị để xúc tiến quảng bá du lịch Bảy Núi cho các nhà Doanh nghiệp và chủ đầu tư về đầu tư phát triển du lịch vùng đất Bảy Núi nhưng chưa nhận được sự kết nối từ các nhà đầu tư.

- Thái độ phục vụ du khách chưa được thân thiện, hiểu biết của người dân về lịch sử vùng đất, danh nhân chưa nhiều nên vẫn còn hạn chế trong việc giới thiệu cho du khách tìm hiểu thông tin.

- Địa hình thuộc khu vực đồi núi thấp của tỉnh An Giang nên vào mùa khô thường bị thiếu nước cho đời sống sinh hoạt và sản xuất. Ảnh hưởng của mùa nước nổi hàng năm, khu vực đồng bằng của huyện bị ngập lụt lắm lúc nhân dân địa phương phải sống chung với lũ.

- Việc phát triển khu kinh tế cửa khẩu, khu du lịch rừng trà Trà Sư, khu đô thị Nhà Bàng, khu sản xuất công nghiệp tập trung...không thể tránh khỏi những tác động gây ô nhiễm môi trường.

- Công tác bảo vệ môi trường chưa được chú trọng, ở những khu vực dân cư tập trung đông như chợ trung tâm xã, thị tứ, khu dân cư tập trung, thị trấn,...có lượng chất thải cao nhưng việc gom và xử lý nước thải, chất thải chưa thực sự đồng bộ đã làm ô nhiễm môi trường, trong tương lai có thể phát triển nhiều dịch bệnh, ảnh hưởng đến sức khỏe nhân dân trong cộng đồng. Ở một số khu vực khai thác đất, đá hiện nay cũng góp phần gây ô nhiễm môi trường do lượng khói bụi từ hoạt động này tạo ra. Rác thải, vẩn nạn ăn xin, chặt chém, chèo kéo.

- Lượng khách đến và lưu trú của khách còn ít nên hiệu quả kinh doanh du lịch vẫn chưa cao. Hoạt động lữ hành còn yếu, chủ yếu chỉ phục vụ cho việc ở và đi lại, thiếu các tour tuyến du lịch thật sự hấp dẫn để thu hút du khách, chưa gắn kết hiệu quả các hoạt động du lịch với các lễ hội truyền thống mà chủ yếu mang tính thời vụ. Theo báo cáo những năm qua, lượng du khách đến Tịnh Biên khá lớn so với các địa phương khác, thường đến và đi trong ngày, không có ngủ đêm, họ tự tổ chức đến, tự lo ăn, tham quan các điểm như : Núi Cấm, rừng Trà Sư, chợ Cửa khẩu quốc tế Tịnh Biên và cụm đình chùa Thới Sơn, miếu Bà Bàu Mướp. Nếu có ở lại cũng rất ít, chủ yếu nhà trọ tập thể trên núi Cấm.

- Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu, vừa yếu không chỉ tính ở huyện mà cả tỉnh

An Giang, thậm chí cả nước. Hiện tại, cả nước mới có trên 1,3 triệu lao động du lịch, chiếm khoảng 2,5% tổng lao động cả nước; trong đó chỉ có 42% được đào tạo về du lịch, 38% được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ.

+ Theo Báo cáo về thực trạng chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Tổng cục Du lịch, tại Việt Nam, tỷ lệ lao động có chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch còn thấp, chỉ chiếm 43% tổng số lao động du lịch, trong đó có hơn một nửa không biết ngoại ngữ. Năng suất lao động trong ngành du lịch nước ta chỉ bằng 1/15 của Singapore, 1/10 của Nhật Bản và 1/5 của Malaysia...

+ Mặc dù tỉnh An Giang đã triển khai thực hiện Chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho 02 ngành du lịch và nông nghiệp (Chương trình hành động số 09-CTr/TU ngày 05 tháng 12 năm 2016 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh). Năm 2018, tổ chức 17 lớp nghiệp vụ du lịch cho 700 học viên với tổng kinh phí là 870 triệu đồng từ nguồn ngân sách tỉnh và xã hội hóa của doanh nghiệp, cụ thể: 01 lớp Nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch tại điểm; 01 lớp tiếng anh theo khung năng lực ngoại ngữ Châu Âu (B1); 10 lớp tập huấn về du lịch cho cộng đồng tại các huyện, thị xã, thành phố; 02 lớp tập huấn kinh doanh lưu trú tại nhà dân; 01 lớp bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý khách sạn và 01 Lớp nghiệp vụ điều hành du lịch quốc tế và nội địa. Nhưng nguồn lao động có chuyên môn, kỹ năng cao vừa thiếu, vừa yếu dẫn đến tình trạng thiếu trầm trọng nguồn du lịch.

- Các công trình đã nghiên cứu về phát triển du lịch của huyện như Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch theo từng giai đoạn và một số công trình nghiên cứu khác có liên quan đến phát triển du lịch của vùng chưa đi sâu vào nghiên cứu một cách hệ thống, chưa khảo sát, đánh giá một cách đầy đủ về thực trạng du lịch của vùng, đặc biệt là chưa định hướng rõ nét về phát triển du lịch vùng trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

- Việc kết nối tuyến du lịch liên hoàn giữa các vùng lân cận còn hạn chế, khách du lịch đến với vùng chủ yếu là khách nội địa, du lịch tín ngưỡng tâm linh, chỉ dừng lại ở việc lễ bái, ngắm cảnh, thời gian lưu trú không đáng kể.

- Công tác quản lý nhà nước về du lịch còn nhiều bất cập, chồng chéo, nhiều vướng mắc vẫn chưa được giải quyết thỏa đáng, các doanh nghiệp chưa sẵn sàng tham gia các dịch vụ du lịch.

**Bảng 7 : Số lượt khách du lịch đến các khu, điểm du lịch vùng Bảy núi từ năm 2015 đến năm 2018**

Đơn vị : người

Các khu, điểm du lịch	Lượt khách (người)			
	2015	2016	2017	2018
<b>Khu du lịch núi Cấm</b>	1.003.097	800.000	861.000	718.000
<b>Miếu Bà Bàu Mưóp</b>	779.793	997.468	1.185.000	1.384.891
<b>Rừng trà Trà Sư</b>	73.959	92.756	152.931	188.773
<b>Chợ biên giới Tịnh Biên</b>	662.216	1.094.565	956.560	548.647

Nguồn: Sở Văn hóa – Thể thao và du lịch An Giang

- Từ bảng thống kê trên đây cho thấy; mặc dù du lịch vùng Bảy núi trong những năm qua có những thành tựu nhất định. Song so với mức độ tăng trưởng chung về du lịch của cả nước, thì mức tăng trưởng của du lịch vùng Bảy núi còn quá khiêm tốn và chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của địa phương; nhiều chỉ số ở một số điểm du lịch có xu hướng giảm mạnh, cụ thể như: Khu Núi Cấm, năm 2015 trên 1 triệu lượt khách thì giảm theo các năm và đến 2018 còn trên 700 ngàn khách; khu chợ biên giới Tịnh Biên năm 2016 trên 1 triệu lượt thì năm 2018 xuống còn hơn 548 ngàn lượt; điều này bộc lộ những hạn chế, khó khăn và những yếu kém trong các hoạt động dịch vụ du lịch của cả vùng;

- Ở các điểm du lịch giá cả lưu trú cao và chất lượng phục vụ chưa tốt. Sản phẩm du lịch chủ yếu dựa vào tài nguyên tự nhiên nên chưa tạo ra nhiều sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh cao. Thiếu các khu du lịch tổng hợp với nhiều dịch vụ du lịch hấp dẫn để thu hút du khách. Khu du lịch trên núi Cấm đang trong quá trình phát triển, nhưng nếu có một đoàn khách tỉnh ngoài đặt vấn đề cần nghỉ dưỡng trên núi vài ba đêm với số lượng vài trăm người, chúng ta sẽ bị động, vì hàng ngày mọi người đều nói khí hậu núi Cấm ban đêm mát mẻ như Đà Lạt 2, người ta muốn trải nghiệm nhưng ngành du lịch chưa đảm bảo được.

- Vùng Bảy Núi nói chung, núi Cấm nói riêng có rất nhiều cây thuốc nam được các tỉnh ĐBSCL biết đến và thường tổ chức lên đây hái lượm. Nhưng hiện nay địa phương chưa tổ chức được điểm bán thảo dược, nhất là kết hợp du lịch với trị bệnh và nghỉ dưỡng trên núi, nếu mở ra sẽ hấp dẫn du khách thêm nhiều, chưa phát huy

được lợi thế đặc biệt này.

- Ngoài ra, hoạt động du lịch chưa chuyên nghiệp, bên cạnh đó chương trình quảng bá chủ yếu là trong nước, không có quảng cáo ở nước ngoài. Hành lang pháp lý của ngành du lịch chưa hoàn thiện.

- Trình độ năng lực và nghiệp vụ của đội ngũ hướng dẫn viên và nhân viên phục vụ du khách còn nhiều hạn chế chưa đáp ứng được các tour tuyến du lịch quan trọng (hướng dẫn du khách quốc tế). Kỹ năng quản lý, hội nhập du lịch Đông Nam Á không nhiều.

- Bên cạnh đó, tình trạng phát triển không đều tại các điểm và cụm du lịch tạo sự đầu tư vào du lịch không đều, chủ yếu du lịch dựa vào tâm linh cụm du lịch núi Cẩm.

#### **2.3.4. Nguyên nhân của những khó khăn, hạn chế**

- Lượng khách chưa nhiều so với tiềm năng là do du lịch Bảy Núi còn mang tính thời vụ cao, mùa cao điểm chỉ diễn ra từ Tết dương lịch đến mùa Lễ hội Vía Bà Chúa Xứ núi Sam (tháng 4 âm lịch). Bên cạnh là khách du lịch hành hương, công tác kết hợp ghé tham quan mua sắm ở một số điểm du lịch trong vùng, khách du lịch là học sinh do nhà trường tổ chức các buổi du khảo tại một số điểm du lịch như : núi Cẩm, núi Két, rừng Trà Sư,... và một số khách du lịch ở các tỉnh trong khu vực đồng bằng sông Cửu Long đến tham quan chủ yếu ở các loại hình leo núi, khách du lịch tâm linh, hành hương theo nhu cầu tín ngưỡng. Loại hình du lịch chưa đa dạng, sự liên kết khu điểm, tour, tuyến hoạt động du lịch còn hạn chế.

- Cơ sở hạ tầng vẫn trong tình trạng kém phát triển, yếu kém là hệ thống giao thông đường bộ, các tuyến đường vào huyện còn nhỏ hẹp, hư hỏng và chưa có đầu tư vào chiều sâu, hệ thống cấp nước sạch, trạm phân phối điện chưa đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội hấp dẫn đầu tư và hấp dẫn khách du lịch. Kết cấu hạ tầng và dịch vụ chưa đáp ứng được với nhu cầu của du khách.

- Thời gian lưu trú của khách du lịch còn ngắn, thực trạng này chủ yếu là do địa bàn hoạt động du lịch nhỏ, vùng núi và biên giới, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch còn nhiều hạn chế, sản phẩm phục vụ du lịch chưa thật sự phong phú và đa dạng. Bên cạnh đó, mặc dù hiện nay các nhà nghỉ, khách sạn ở vùng đã phát triển nhiều hơn trước đây nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách để họ cảm thấy thực sự thoải mái khi lưu trú. Đặc biệt là dịch vụ vui chơi, giải trí buổi tối không đáp ứng được cũng như ở Cần

Thơ du khách có thể đi du thuyền, dạo mát cầu đi bộ, dạo công viên, ngắm bến Ninh Kiều, ngắm cầu Cần Thơ,...còn ở Bảy Núi tìm một nơi để phục vụ nhu cầu giải trí về đêm như vậy rất khó.

- Hệ thống nhà hàng khách sạn ở nơi đây vẫn còn khá ít ỏi là do Bảy Núi là vùng núi biên giới và dân còn nghèo, nền kinh tế chậm phát triển hơn so với nơi khác trong tỉnh đặc biệt là phát triển về du lịch. Chưa có khách sạn nào được xếp vào hàng sao để đáp ứng được nhu cầu của du khách, đặc biệt là khách quốc tế.

- Các công trình vui chơi giải trí không có mới mẽ nguyên nhân là do chưa kết nối được với các nhà Doanh nghiệp và chủ đầu tư về đầu tư phát triển du lịch vùng.

- Sản phẩm du lịch đặc trưng chưa có nhiều do thiếu đầu tư, quản lý nên hoạt động chủ yếu là tự phát, sản phẩm du lịch không có gì mới, chủ yếu là đi xuồng tham quan rừng tràm, lên đài ngắm toàn cảnh khu rừng, thưởng thức một số món ăn đồng quê...đó là cách điều mà nhiều nơi du lịch khác cũng có. Vậy cần có sản phẩm du lịch đặc trưng mới phù hợp với vùng miền để níu chân du khách. Thiếu sự quan tâm, phát triển, khai thác để tạo ra nhiều sản phẩm phong phú, đa dạng, mới lạ đáp ứng nhu cầu của du khách.

- Làng nghề truyền thống bị mai một là do bà con làm ra không có thị trường tiêu thụ, giá mỗi mặt hàng lại quá rẻ, làm xong chất đóng trong nhà, có người gánh đi bán dạo mấy ngày liền cũng chỉ kiếm lời được vài chục nghìn đồng, thu nhập không ổn định nên chẳng còn ai thiết tha với nghề, lúc trước có hơn 400 hộ giờ còn chưa quá 20 hộ.

- Tham quan du lịch làng nghề chỉ mới phát triển ở bề nổi bởi vì các tour du lịch chưa chú ý khai thác không gian làng nghề truyền thống mà chỉ quan tâm đến các sản phẩm của làng nghề. Chưa phát huy thế mạnh bằng cách xây dựng cụm làng nghề, khách du lịch thường có nhiều mục đích khác nhau, có thể là chỉ đi hành hương, có thể là đi ngắm cảnh. Và nếu chỉ ghé thăm một điểm làng nghề nhất định thì đôi khi chưa đủ sức hút với họ. Nhưng nếu có cụm du lịch kết hợp các làng nghề với nhau thì tính thu hút sẽ cao hơn và người dân sẽ thu nhập nhiều hơn do có nhiều khách hơn.

- Lượng rác thải bừa bãi do khách du lịch và người dân thiếu ý thức gây nên làm ảnh hưởng đến môi trường cũng như mỹ quan của vùng. Vấn nạn người ăn xin khắp các đền chùa, khu du lịch gây khó chịu cho du khách. An ninh trật tự đã đạt được những kết quả tốt, tuy nhiên các đối tượng cò mồi, chèo kéo vẫn còn gây ảnh hưởng đến khách du lịch (nhắc nhở 2.520 hộ bán hàng rong lấn chiếm vỉa hè, 1.111 trường hợp phương tiện đậu đỗ không đúng quy định, 2.224 trường hợp mời gọi, chèo kéo du khách mua nhang, đèn, muối

gạo, mời 15 đối tượng bán nhang, đèn, muối, gạo đến lập hồ sơ giáo dục, tiếp nhận 123 người là đối tượng lang thang, cơ nhỡ - nguồn : Ban chỉ đạo phát triển du lịch Tịnh Biên).

+ Tình trạng ô nhiễm môi trường không chỉ xảy ra ở vùng Bảy Núi mà là vấn nạn chung của ngành du lịch cả nước, theo Tổ chức Lương Nông Liên Hiệp Quốc (FAO) thống kê, năm 2018, Việt Nam đã thải ra hơn 1,8 triệu tấn rác thải nhựa không được xử lý, chiếm gần 6% lượng rác nhựa trên thế giới. Tính riêng lượng rác thải nhựa ra biển.

+ Việt Nam đứng thứ 4 thế giới trong năm qua, ở mức 0,28 – 0,73 triệu tấn, khiến tình trạng ô nhiễm ở Việt Nam ngày càng nguy cấp. Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) xếp hạng chỉ số cạnh tranh du lịch của Việt Nam đứng thứ 129/136 về tính bền vững môi trường.

- Tuy có tham gia các kỳ hội thảo, để xúc tiến quảng bá du lịch nhưng thông tin về việc thu hút đầu tư của vùng chưa phổ biến, những thông tin về thu hút đầu tư, các chính sách thuế thu hút đầu tư và những điều kiện khác chưa được nêu lên trang thông tin điện tử của vùng chưa rõ ràng, mà chỉ có một số thông tin ít ỏi. Trên cổng thông tin điện tử có “Tập sách kêu gọi đầu tư của huyện Tịnh Biên” nhưng chỉ trích vài nội dung chứ không phải là nội dung cả tập sách. Nếu có nội dung đầy đủ để những nhà đầu tư dễ dàng tham khảo hơn thì sẽ dễ dàng cho những nhà đầu tư khi chưa có điều kiện tiếp xúc bản giấy của tập sách này. Đã thu hút đầu tư thì chúng ta phải tạo cho họ cách tiếp xúc thông tin dễ dàng và đầy đủ nhất.

- Các lực lượng hiện hoạt động trên lĩnh vực du lịch chưa được chú trọng đào tạo chuyên sâu, nâng cao về quản lý, chuyên môn, kỹ năng, ứng xử, cung cấp dịch vụ, sản phẩm du lịch và tuyên truyền quảng bá du lịch. Các cơ sở kinh doanh du lịch chưa được chuẩn hóa, phần lớn các nhà trọ, điểm dừng chân nghỉ dưỡng đều còn sơ sài, thiếu tiện nghi, ngay cả các quán ăn, quán nước cũng thiếu vẻ mỹ quan. Tình trạng mua bán dạo, bán hai bên đường, bán cả trong khu vực chùa chiền, khu di tích, chưa xứng tầm với một khu du lịch văn hóa, văn minh và lịch sự.

- Công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch của tỉnh hiện nay chỉ tập trung vào hoạt động đào tạo với quy mô nhỏ lẻ, chỉ đáp ứng một phần nhu cầu lao động của ngành và chưa mang tính đồng bộ, nhận thức của nhiều doanh nghiệp kinh doanh du lịch vừa và nhỏ còn chưa cao và chưa có nhiều điều kiện để quan tâm đến việc đào tạo nguồn nhân lực, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.



## **- Kết luận chương 2**

Như vậy với những tiềm năng, lợi thế đặc biệt của Miền Tây Nam Bộ nói chung và của vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang nói riêng; trong những năm qua đảng bộ và chính quyền địa phương đã có những chủ trương, chính sách đầu tư phát triển vào ngành du lịch và bước đầu đã gặt hái được những thành quả quan trọng. Song những thành quả nêu trên vẫn chưa tương xứng với những tiềm năng lợi thế phát triển của địa phương; do vậy để du lịch vùng Bảy Núi tiếp tục phát triển nhanh và bền vững hơn nữa, ngoài việc hoàn thiện chủ trương, chính sách, đòi hỏi phải có những giải pháp mang tính đồng bộ, khoa học để du lịch vùng Bảy Núi và du lịch An Giang phát triển tốt hơn.

### **Chương 3**

## **NHỮNG ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG BẢY NÚI TỈNH AN GIANG**

### **3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp**

#### **3.1.1. Bối cảnh ngành du lịch nước ta hiện nay**

- Năm 2018, ngành du lịch đã đón 15,6 triệu khách quốc tế, phục vụ trên 80 triệu lượt khách nội địa, tổng thu đạt 620 nghìn tỷ đồng. Du lịch Việt Nam tiếp tục phát triển vượt bậc và hứa hẹn sẽ bứt phá, gặt hái nhiều thành tựu trong năm 2019.

- Thành tựu và tiềm lực

- Du lịch Việt Nam 2018 có nhiều nền tảng để phát triển mạnh mẽ. Năm 2018 là năm thứ hai triển khai hiện thực hóa những chính sách mạnh mẽ của Nghị quyết TW8 xác định Du lịch là nền kinh tế mũi nhọn. Năm 2018, Luật Du lịch 2017 bắt đầu có hiệu lực. Với một hành lang thông thoáng, Luật Du lịch đã mở ra cơ hội thuận lợi và có nhiều bứt phá đối với ngành du lịch Việt Nam.

- Ngoài việc không ngừng nâng cao lượng khách quốc tế đến Việt Nam, năm 2018, nhiều nhiệm vụ quan trọng đã được ngành Du lịch thực hiện thành công như triển khai các giải pháp duy trì tốc độ tăng trưởng khách du lịch, Triển khai thực hiện Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, báo cáo Bộ trình Thủ tướng Chính phủ các đề án: Cơ cấu lại ngành Du lịch; Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch; Ứng dụng tổng thể công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch; Nâng cao hiệu quả trong quảng bá, xúc tiến du lịch...

- Chúng ta chứng kiến một năm du lịch với rất nhiều dự án có quy mô lớn, nghỉ dưỡng chất lượng cao được đưa vào sử dụng. Điều này làm tăng thêm nội lực của điểm đến trong khả năng tiếp nhận, phục vụ khách du lịch quốc tế cũng như khách du lịch nội địa và sự phát triển của các doanh nghiệp cùng các địa bàn động lực đã thực sự tạo ra tác động lan tỏa, định vị được hình ảnh điểm đến chung cho du lịch Việt Nam.

- Theo các nhà nghiên cứu, các yếu tố giúp tạo ra sự tăng trưởng mạnh mẽ cho du lịch trong năm vừa qua chính là nhờ sự nỗ lực không mệt mỏi của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và doanh nghiệp du lịch. Các cơ quan quản lý nhà nước dù rất khó khăn nhưng cũng cố gắng xây dựng hệ thống chính sách hỗ trợ, thúc đẩy du

lịch phát triển. Trong khi đó, các doanh nghiệp du lịch đã thực sự trưởng thành. Chúng ta đã có một đội ngũ doanh nghiệp mạnh mẽ, đó là những nhà đầu tư chiến lược, xây dựng các khu du lịch mang đẳng cấp quốc tế và các thương hiệu du lịch có thể sánh vai và đủ sức cạnh tranh với các thương hiệu du lịch trong khu vực. Chính sự nỗ lực này đã tạo ra sự tăng trưởng ổn định của lượng khách trong năm vừa qua.

- Ngoài ra, trong việc tăng trưởng khách không thể không nói đến công tác xúc tiến du lịch. Trong những năm vừa qua, chúng ta đã thực hiện công tác này một cách bền bỉ và cho đến bây giờ kết quả của những xúc tiến đó mới có thể nhìn thấy nhiều hiệu quả rõ rệt.

- Khắc phục khó khăn, vươn lên đạt nhiều thành tựu mới

- Bên cạnh những kết quả đáng tự hào thì trong thời gian qua, du lịch là một ngành kinh tế vẫn còn nhiều khó khăn. Chiến lược phát triển ngành du lịch Việt Nam đã đề ra mục tiêu đến năm 2020, ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực. Thu hút được 17 - 20 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa; đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỉ USD; giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỉ USD; tạo ra 4 triệu việc làm, trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp. Năm 2030, tổng thu từ khách du lịch tăng gấp 2 lần năm 2020.

- Để đạt được mục tiêu trên, kế thừa những thành tựu đã đạt được của năm 2018, năm 2019, ngành Du lịch phải khắc phục những khó khăn hạn chế.

- Đầu tiên đó chính là sự phối hợp liên ngành còn một số khó khăn. Có thể nói, du lịch là một ngành kinh tế liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Tự du lịch không thể giải quyết các vấn đề như xuất nhập cảnh, phương tiện vận chuyển... Chính vì thế, muốn phát triển du lịch phải có sự phối hợp chung để tạo nên sự bứt phá.

- Bên cạnh đó, chính sách visa, quảng bá xúc tiến, duy trì chất lượng dịch vụ mang tính chuyên nghiệp trong ngành hàng không, cũng như khả năng kết nối những đường bay trực tiếp từ Việt Nam tới các thị trường trọng điểm của chúng ta vẫn còn một số hạn chế...

- Cùng với đó, những tồn tại về nguồn nhân lực của ngành cũng cần được

tháo gỡ. Thực tế, nhân lực ngành du lịch đã có phát triển rõ rệt trong vài năm trở lại đây, nhưng về cơ bản vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của phát triển. Trong khi chúng ta phát triển nhiều cơ sở vật chất đặc biệt là các khu nghỉ dưỡng chất lượng cao, khách sạn 4-5 sao, các khu vui chơi giải trí thì còn thiếu người quản lý chuyên nghiệp.

- Cuối cùng, chúng ta còn thiếu những sản phẩm du lịch đa dạng và độc đáo. Phần lớn các sản phẩm du lịch hiện nay đều do tự doanh nghiệp làm mang tính tự phát nên còn trùng lặp, thiếu sự sáng tạo. Nếu muốn chuyên nghiệp và tạo ra hiệu quả thực sự thì chúng ta phải có một trung tâm nghiên cứu đầu tư và phát triển sản phẩm sau đó mới đề xuất cho các doanh nghiệp khai thác.

- Khắc phục những hạn chế đã chỉ ra, trong những năm tới, ngành du lịch phải có những chuyển biến mạnh mẽ từ Trung ương đến địa phương thì mới tạo ra sự bứt phá và đạt được mục tiêu mà Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị đã đề ra.

### **3.1.2. Cơ sở pháp lý**

Một số định hướng lớn về phát triển du lịch của tỉnh An Giang

Quyết định số 456/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 22/03/2016 về việc phê duyệt “Đồ án chung xây dựng khu kinh tế cửa khẩu An Giang, tỉnh An Giang đến năm 2030”

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh An Giang lần thứ X xác định: “Phát triển du lịch tỉnh An Giang thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh”, Quyết định 1113/QĐ-UBND phê duyệt Kế hoạch phát triển dịch vụ thương mại kích cầu du lịch An Giang 2017

#### **Nội dung :**

- Phối hợp công tác khảo sát, vận động và phát triển hệ thống dịch vụ mua sắm du lịch; nghiên cứu và tham mưu xây dựng sản phẩm du lịch mới; hỗ trợ việc khai thác và kinh doanh các loại hình dịch vụ đặc thù và tìm kiếm những sản phẩm đặc trưng của tỉnh đưa vào phục vụ du lịch (Lễ hội cuối tuần, chợ đặc sản, làng nghề thủ công của tỉnh, phố ẩm thực...).

- Phối hợp tổ chức Cuộc thi thiết kế sản phẩm lưu niệm đặc trưng của tỉnh - hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất đại trà các sản phẩm đạt giải và kết nối đơn vị cung ứng đến với thị trường.

- Phối hợp đẩy mạnh công tác quảng bá, tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm Dịch vụ - Thương mại của tỉnh An Giang.

- Phối hợp tổ chức các chương trình khuyến mại, các chương trình kích cầu du lịch, nhằm thúc đẩy du lịch mua sắm tại Tỉnh.

- Phối hợp trong công tác đảm bảo an toàn, an ninh trong hoạt động dịch vụ - thương mại.

Nghị quyết số 11-NQ/TU, ngày 18-01-2013 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về "Đẩy mạnh phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020"

**Nội dung :**

- Tập trung xây dựng, nâng cao chất lượng môi trường văn hóa, thể thao và du lịch lành mạnh, xây dựng cơ chế khuyến khích đầu tư và hội nhập trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch lồng ghép với các hoạt động nhân dịp kỷ niệm những ngày lễ lớn của đất nước và các sự kiện chính trị, văn hóa, thể thao, du lịch của tỉnh. Các hoạt động hội nhập quốc tế trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch luôn được chú trọng đảm bảo đúng chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của nhà nước.

- Công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch An Giang và liên kết, hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm ĐBSCL, TP.HCM và các tỉnh Nam Trung Bộ có thể mạnh du lịch được chú trọng đẩy mạnh (thực hiện 12 chuyên đề du lịch hàng tháng phát trên Đài phát thanh và truyền hình An Giang; định kỳ mỗi tháng đăng 02 bài báo viết trên Báo tuổi trẻ và 01 bài viết trên báo An Giang; tham gia 10 kỳ hội chợ du lịch, liên hoan ẩm thực, lễ hội du lịch tại thành phố Hà Nội và TP.HCM và các địa phương có thể mạnh du lịch trong nước; hướng dẫn 08 đoàn quay phim của các hãng truyền hình trong và ngoài nước tác nghiệp và quảng bá hình ảnh du lịch, văn hóa, ẩm thực, làng nghề ở AG; hướng dẫn 11 đoàn khảo sát du lịch trong và ngoài tỉnh tham quan học tập phương pháp quản lý, các mô hình, sản phẩm du lịch tiêu biểu của AG; Tổ chức bình chọn sáng tác biểu trưng và khẩu hiệu du lịch AG;.... Đến nay, có 13 đề tài nghiên cứu khoa học cấp tỉnh phục vụ phát triển du lịch được phê duyệt, các đề tài tập trung nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch). Qua đó, tạo mối quan hệ giao lưu, gắn bó, góp phần quảng bá hình ảnh du lịch AG và là cầu nối các công ty du lịch lữ hành liên kết Tour tuyến. Tổ chức thành công Đoàn xúc tiến, quảng bá, kết nối và hợp tác phát triển du lịch AG với các tỉnh Nam Trung Bộ. Đây là cơ hội để các doanh nghiệp học hỏi, trao đổi kinh nghiệm, xây

dựng sản phẩm du lịch hai chiều, tạo đầu mối liên hệ lâu dài và mở rộng kinh nghiệm, xây dựng sản phẩm du lịch hai chiều, tạo đầu mối liên hệ lâu dài và mở rộng tìm kiếm nguồn khách du lịch tiềm năng từ các tỉnh.

Để phát triển ngành du lịch của địa phương, ngày 01 tháng 7 năm 2014 UBND tỉnh An Giang đã có quyết định số 1008/QĐ-UBND về việc phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”

- Theo quyết định hiện nay huyện Tịnh Biên đang đề ra kế hoạch thực hiện phát triển du lịch đến năm 2020 với định hướng phát triển là : Khai thác các lợi thế về tài nguyên, khí hậu, lợi thế tự nhiên để phát triển kinh tế nhằm chuyển dịch cơ cấu kinh tế, từng bước giảm dần tỉ trọng nông, lâm nghiệp, tăng tỉ trọng du lịch, dịch vụ. Phân đầu đến năm 2020 huyện Tịnh Biên sẽ phát triển mạnh về du lịch, tạo được điểm nhấn là nơi du lịch trọng điểm của vùng đồng bằng sông Cửu Long.

Vùng Bảy Núi đặc thù có lợi thế về dược liệu đã được “Quy hoạch bảo tồn và phát triển cây dược liệu ứng dụng công nghệ cao tỉnh An Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030”, theo Quyết định 2105/QĐ-UBND ngày 04/12/2014 của UBND tỉnh An Giang. Với mục tiêu tăng cường thu hút nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch tại các khu, điểm đến du lịch trọng điểm; tập trung đầu tư phát triển Khu du lịch quốc gia Núi Sam; Đẩy mạnh đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch khu vực quản lý nhà nước, khu vực cộng đồng và khu vực doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Đổi mới phương thức tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch An Giang.

**Bảng 8 : Dự kiến diện tích trồng cây dược liệu đến 2030**

*Đơn vị : ha*

TT	Địa điểm	Diện tích quy hoạch trồng đến năm 2020 (ha)	Diện tích quy hoạch trồng đến năm 2030 (ha)
1	Cụm núi đất thuộc xã An Phú	200	400
2	Cụm núi Phú Cường	100	200
3	Cụm núi Dài nhỏ	100	300
4	Núi Cấm, Núi Bà đội Om	600	1.600
	Tổng diện tích	1.000	2.500

*Nguồn : theo Quyết định 2105/QĐ-UBND ngày 04/12/2014 của UBND tỉnh An Giang*

Trong kế hoạch số 397/KH-UBND, ngày 5/7/2017 về “Phát triển hạ tầng giao thông và vận tải trong phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2017-2020 trên địa bàn tỉnh” cũng đã chỉ rõ:

+ Đầu tư 3 tuyến đường kết nối giao thông đến Cụm du lịch Châu Đốc: Trục Quốc lộ 91 từ Cần Thơ - Long Xuyên - qua địa bàn Châu Đốc - cửa khẩu Quốc tế Tịnh Biên; Tuyến đường tỉnh 955A; Các tuyến đường trong nội ô thành phố Châu Đốc: Trục Châu Đốc - Núi Sam.

+ Đầu tư 4 tuyến đường kết nối giao thông đến cụm du lịch Tri Tôn - Tịnh Biên: Trục N1 từ Châu Đốc đến Hà Tiên đi qua địa bàn của Tịnh Biên; Tuyến đường tỉnh 955B từ thị trấn Tri Tôn đến tuyến N1; Tuyến đường tỉnh 958 (Tri Tôn - Vàm Rầy) từ thị trấn Tri Tôn đến QL80 của tỉnh Kiên Giang; đang thực hiện duy tu sửa chữa hàng năm để đảm bảo giao thông.

Trong quyết định 1114/QĐ-UBND, ngày 12/04/2017 về việc “Quy hoạch tổng thể phát triển huyện Tịnh Biên đến năm 2025, định hướng 2030” cũng đã đưa ra các mục tiêu, quy hoạch phát triển du lịch của huyện như:

+ Phát triển du lịch dựa trên cơ sở khai thác có hiệu quả tiềm năng về du lịch sinh thái, văn hóa, tâm linh gắn với phát triển khu kinh tế cửa khẩu; kết nối với các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh - sang Campuchia. Trong thời gian tới tiếp tục chỉnh trang và phát triển đô thị gắn liền với phát triển thương mại và dịch vụ; tiếp tục chấn chỉnh và sắp xếp chợ Tịnh Biên, kết nối các điểm khu du lịch, các điểm du lịch trên địa bàn, quản lý Khu du lịch núi Cấm một cách thân thiện hấp dẫn du khách và an toàn thực phẩm, phải làm tốt hơn nữa để thu hút và tạo uy tín với du khách.

+ Đến năm 2020, dự kiến ngành du lịch huyện Tịnh Biên đón 3,5 triệu lượt khách trong nước và quốc tế với doanh thu khoảng 1.000 tỷ đồng; đến năm 2025 dự kiến có 4,5 triệu lượt khách với doanh thu khoảng 1.300 tỷ.

+ Phân đầu năm 2019, tỉnh đón 9,2 triệu lượt khách đến các khu, điểm du lịch; trong đó, lượt khách lưu trú của các khách sạn đạt chuẩn và nhà nghỉ, nhà trọ ước đạt 1,2 triệu lượt, 120 nghìn lượt khách quốc tế. Doanh thu từ hoạt động du lịch ước đạt 5.500 tỷ đồng.

### **3.1.3. Quan điểm ngành du lịch**

Theo Hội đồng khoa học, Tổng Cục Du lịch, 12 mục tiêu trong chương trình của du lịch bền vững bao gồm:

- Hiệu quả kinh tế: Đảm bảo tính hiệu quả kinh tế và tính cạnh tranh để các doanh nghiệp và các điểm du lịch có khả năng tiếp tục phát triển phồn thịnh và đạt lợi nhuận lâu dài.
- Sự phồn thịnh cho địa phương: Tăng tối đa đóng góp của du lịch đối với sự phát triển thịnh vượng của nền kinh tế địa phương tại các điểm du lịch, khu du lịch; bao gồm phần tiêu dùng của khách du lịch được giữ lại tại địa phương.
- Chất lượng việc làm: Tăng cường số lượng và chất lượng việc làm tại địa phương do ngành du lịch tạo ra và được ngành du lịch hỗ trợ, không có sự phân biệt đối xử về giới và các mặt khác.
- Công bằng xã hội: Cần có sự phân phối lại lợi ích kinh tế và xã hội thu được từ hoạt động du lịch một cách công bằng và rộng rãi.
- Sự thỏa mãn của khách du lịch: Cung cấp những dịch vụ an toàn, chất lượng cao thỏa mãn đầy đủ nhu cầu của du khách, không phân biệt đối xử về giới, chủng tộc, thu nhập cũng như các mặt khác.
- Khả năng kiểm soát của địa phương: Thu hút và trao quyền cho cộng đồng địa phương xây dựng kế hoạch và đề ra các quyết định về quản lý và phát triển du lịch, có sự tham khảo tư vấn của các bên liên quan.
- An sinh cộng đồng: Duy trì và tăng cường chất lượng cuộc sống của người dân địa phương, bao gồm cơ cấu tổ chức xã hội và cách tiếp cận các nguồn tài nguyên, hệ thống hỗ trợ đời sống, tránh làm suy thoái và khai thác quá mức môi trường cũng như xã hội dưới mọi hình thức.
- Đa dạng văn hóa: Tôn trọng và tăng cường giá trị các di sản lịch sử, bản sắc văn hóa dân tộc, truyền thống và những bản sắc đặc biệt của cộng đồng dân cư địa phương tại các điểm du lịch.
- Thống nhất về tự nhiên: Duy trì và nâng cao chất lượng của cảnh vật, kể cả ở nông thôn cũng như thành thị, tránh để môi trường xuống cấp.
- Đa dạng sinh học: Hỗ trợ cho việc bảo tồn khu vực tự nhiên, môi trường sống, sinh vật hoang dã và giảm thiểu thiệt hại đối với các yếu tố này.
- Hiệu quả của các nguồn lực: Giảm thiểu mức sử dụng những nguồn tài



nguyên quý hiếm và không thể tái tạo được trong việc phát triển và triển khai các cơ sở, phương tiện và dịch vụ du lịch.

- Môi trường trong lành: Giảm thiểu ô nhiễm không khí, nước, đất và rác thải từ du khách và các hãng du lịch.

- Ngoài các quan điểm chỉ đạo tập trung phát triển du lịch như một ngành kinh tế tuân thủ các quy luật kinh tế thị trường, Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị thể hiện sâu sắc quan điểm chỉ đạo phát triển du lịch là nhiệm vụ của toàn bộ hệ thống chính trị, sự chỉ đạo, lãnh đạo chặt chẽ của các cấp ủy đảng, quản lý thống nhất của Nhà nước với động lực phát triển từ doanh nghiệp và cộng đồng dân cư. Với quan điểm như vậy, Nghị quyết xác lập mục tiêu đến năm 2020 về cơ bản Du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đón được 17-20 triệu lượt khách quốc tế, thu hút 82 triệu lượt khách nội địa, đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD, tạo ra trên 4 triệu việc làm trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp. Nghị quyết cũng chỉ rõ 08 nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm để đẩy mạnh phát triển du lịch trong tình hình mới với nhiều nội dung vừa mang tính chỉ đạo định hướng, vừa mang tính tháo gỡ vướng mắc tồn tại từ nhiều năm để tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển, bao gồm:

- + Đổi mới nhận thức, tư duy về phát triển du lịch;
- + Cơ cấu lại ngành Du lịch đảm bảo tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển bền vững theo quy luật kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế;
- + Hoàn thiện thể chế, chính sách;
- + Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch;
- + Tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch;
- + Tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và cộng đồng phát triển du lịch;
- + Phát triển nguồn nhân lực du lịch;
- + Tăng cường năng lực, hiệu quả quản lý nhà nước.

Để hoàn thành các mục tiêu và chỉ tiêu nói trên, tỉnh An Giang triển khai kế hoạch thực hiện Chương trình Phát triển hạ tầng Du lịch tỉnh An Giang năm 2019 với các nội dung chủ yếu, cụ thể :

### **3.2. Một số định hướng lớn về phát triển du lịch của tỉnh An Giang**

#### **3.2.1. Công tác đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật:**

**❖ Hạ tầng giao thông :**

- Tiếp tục kiến nghị Bộ Giao thông và Vận tải đầu tư xây dựng tuyến cao tốc Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng.
- Hoàn thiện các dự án Nâng cấp đường tỉnh 957, xây dựng Cầu Tân An - đường tỉnh 952 để tạo thông thoáng, an toàn giao thông khi đi qua Cửa khẩu Vĩnh Xương và cửa khẩu Long Bình.
- Kiến nghị Trung ương bố trí vốn triển khai các dự án: Tuyến N1 từ Châu Đốc qua Tân Châu - Hồng Ngự (Đồng Tháp); Tuyến nối quốc lộ 91 và tuyến tránh thành phố Long Xuyên.
- Theo dõi tiến độ xây dựng cầu Châu Đốc, bến phà Tân Châu - Hồng Ngự nhằm kết nối tuyến giao thông từ An Giang qua Đồng Tháp và đi Thành phố Hồ Chí Minh.

**❖ Công tác đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch và mời gọi đầu tư:**

- Tiếp tục hoàn chỉnh hệ thống hạ tầng giao thông kết nối đến các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh An Giang đã được tỉnh phê duyệt.
- Tiếp tục rà soát, điều chỉnh kế hoạch đầu tư công hàng năm, bố trí nguồn vốn phát triển hạ tầng du lịch.
- Tổ chức triển khai, hướng dẫn các tổ chức các cá nhân có liên quan thực hiện chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch tỉnh An Giang theo Nghị quyết số 19/2018/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân tỉnh.
- Định kỳ thành lập Đoàn công tác đến các doanh nghiệp, tập đoàn lớn có thể mạnh về đầu tư phát triển du lịch để mời gọi đầu tư.
- Hỗ trợ các nhà đầu tư về thủ tục hành chính, tháo gỡ các khó khăn về cơ chế chính sách để đưa các dự án đã được phê duyệt quyết định chủ trương đầu tư đi vào hoạt động.
- Lập danh mục một số dự án trọng điểm của tỉnh, đưa vào kêu gọi đầu tư, xã hội hóa đầu tư các dịch vụ vui chơi giải trí, nhà hàng, khách sạn, khu mua sắm.
- Đẩy nhanh tiến độ hoàn chỉnh các công trình hạ tầng tại Khu du lịch Núi Sam, Núi Cấm, Khu du lịch Hồ Soài So nhằm phát triển các sản phẩm du lịch mới, đa dạng.
- Nghiên cứu, đề xuất xây dựng hai bến tàu với nhiều cầu tàu đón khách du lịch đường sông tại thành phố Long Xuyên và thành phố Châu Đốc. Đồng thời,

thực hiện Chương trình phát triển du lịch gắn với nông nghiệp để tạo ra sản phẩm du lịch mới.

- Tập trung hỗ trợ thủ tục để các Tập đoàn T&T, Công ty Cổ phần Du lịch An Giang, Công ty Cổ phần Huy Ngọc Hưng sớm triển khai dự án như: Khu đô thị Mỹ Khánh; Khu du lịch và sân golf Hồ Tà Lọt (thuộc Khu du lịch Núi Cấm); Khu du lịch sinh thái Trà Sư; Khách sạn The Grandeur Châu Đốc....

#### **❖ Hạ tầng thông tin:**

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý du lịch, đặc biệt là phát triển hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông, ứng dụng du lịch thông minh, cổng thông tin du lịch thông minh,...

#### **3.2.2. Công tác xúc tiến quảng bá, liên kết phát triển du lịch:**

- Hoàn chỉnh và xin ý kiến triển khai Đề án “Xây dựng và quảng bá hình ảnh tỉnh An Giang” giai đoạn 2018-2020 và định hướng đến năm 2025.

- Đổi mới công tác xúc tiến quảng bá với nhiều hình thức phong phú, đa dạng, trên nhiều kênh thông tin, nhất là trên các kênh truyền thông chuyên nghiệp, hiện đại, có sức hấp dẫn, thuyết phục du khách quốc tế.

- Chủ động liên kết, phối hợp với các doanh nghiệp du lịch và Hiệp hội du lịch trong và ngoài tỉnh tổ chức các đoàn xúc tiến quảng bá du lịch An Giang đến các thị trường trong nước và quốc tế; đẩy mạnh liên kết các tỉnh vùng kinh tế trọng điểm Đồng bằng sông Cửu Long, Thành phố Hà Nội, Thành phố Đà Nẵng và Thành phố Hồ Chí Minh...

- Chủ động tham gia các sự kiện quảng bá hình ảnh du lịch An Giang tại các sự kiện lớn trong nước; tổ chức các chương trình giới thiệu, quảng bá các sản phẩm du lịch mới của An Giang thông qua các chương trình Roadshow, đoàn các doanh nghiệp lữ hành, các cơ quan báo chí.

- Tổ chức nghiên cứu thị trường, thu thập ý kiến du khách để từng bước điều chỉnh chiến lược phát triển sản phẩm và quảng bá du lịch An Giang cho phù hợp với nhu cầu của khách du lịch; tăng cường xã hội hóa trong công tác xúc tiến quảng bá du lịch; hướng dẫn các tổ chức, cá nhân chủ động thực hiện các chương trình quảng bá du lịch phù hợp với điều kiện của đơn vị thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn ngắn hạn.

#### **3.2.3. Công tác an ninh trật tự tại các khu - điểm du lịch:**

- Tiếp tục triển khai thực hiện Kế hoạch đảm bảo an ninh trật tự tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2025. Đồng thời, chủ động xây dựng kế hoạch, phương án đảm bảo an ninh trật tự tại các sự kiện về du lịch trên địa bàn tỉnh.

- Tăng cường quản lý nhà nước về an ninh trật tự tại các khu điểm du lịch. Thường xuyên kiểm tra, chấn chỉnh các doanh nghiệp du lịch hoạt động chưa đúng các quy định về an ninh trật tự.

- Tăng cường các biện pháp đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch; kiểm tra, phát hiện, xử lý mạnh các đối tượng có hành vi chèn ép, đe dọa, lừa đảo, chặt chém khách du lịch.

- Đẩy mạnh phong trào toàn dân bảo vệ an ninh tổ quốc tại các doanh nghiệp, khu, điểm du lịch để nâng cao ý thức trách nhiệm của doanh nghiệp, người dân trong việc cải thiện môi trường du lịch, trách nhiệm trong công tác đảm bảo an ninh trật tự đối với hoạt động du lịch tại các địa phương.

#### **3.2.4. Công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch**

- Tiếp tục triển khai thực hiện Chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho hai ngành du lịch và nông nghiệp (Chương trình hành động số 09-CTr/TU ngày 05 tháng 12 năm 2016 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh) cho 800 học viên bao gồm đội ngũ cán bộ công chức và của cả doanh nghiệp, góp phần nâng cao nhận thức, kỹ năng làm du lịch du lịch cho xã hội.

#### **3.2.5. Công tác xúc tiến thương mại, khoa học và công nghệ phục vụ phát triển phát triển du lịch An Giang:**

- Xây dựng Kế hoạch triển khai hoạt động phát triển hệ thống dịch vụ thương mại và kích cầu du lịch; triển khai chương trình khuyến mãi và kích cầu mua sắm tiêu dùng và du lịch vào các thời điểm thích hợp, tiếp tục vận động doanh nghiệp tham gia khuyến mãi; thực hiện tốt công tác quản lý trên địa bàn, tiếp tục tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường, nếu phát hiện có trường hợp vi phạm xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật.

- Trong lĩnh vực khoa học công nghệ phục vụ phát triển du lịch, tỉnh mời gọi triển khai nhiệm vụ khoa học cấp tỉnh năm 2019 với đề tài “Nghiên cứu khai thác thị trường khách du lịch đường thủy và trekking An Giang giai đoạn 2020- 2030”. Đồng thời, phối hợp các viện trường, các tổ chức khoa học và công nghệ trong và

ngoài tỉnh, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch tiếp tục triển khai thực hiện tốt Chương trình khoa học và công nghệ về nghiên cứu phát triển du lịch tỉnh An Giang giai đoạn 2016-2020; các đề tài khoa học công nghệ các cấp nhằm thực hiện mục tiêu xây dựng du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo Nghị quyết Đại hội X của Đảng bộ tỉnh.

### **3.3. Những định hướng phát triển du lịch vùng Bảy Núi tỉnh An Giang**

- Khai thác thế mạnh sẵn có, Bảy Núi đang tập trung phát huy tiềm năng du lịch tâm linh, du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng. Hiện nay, UBND huyện Tịnh Biên tích cực khai thác các hoạt động kêu gọi đầu tư, xúc tiến quảng bá hình ảnh nhằm định hướng phát triển du lịch một cách bền vững.

- Vùng đất này đã lưu dấu của nhiều huyền thoại linh thiêng làm cơ sở phát triển du lịch tâm linh. Vì thế, huyện đang có hướng tập trung khai thác “mảnh đất” màu mỡ này. Việc sở hữu núi Cấm (được mệnh danh là “nóc nhà miền Tây”), Tịnh Biên đang tập trung nhiều phương án nhằm đa dạng hóa các hoạt động du lịch tại đây. Núi Cấm với khí hậu mát mẻ quanh năm đã trở thành điểm đến lý tưởng cho hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng. Trên núi có nhiều chùa, hang, điện, động, rừng cây xanh mát cùng hồ Thủy Liêm, hồ Thanh Long đã tạo nên phong cảnh hữu tình. Đặc biệt, tượng Phật Di Lặc cao 33,6m được công nhận kỷ lục Guinness là “Tượng Phật cao nhất trên đỉnh núi ở Châu Á” kết hợp với tháp Xá Lợi Phất đã góp phần tạo nên phong cảnh độc đáo, khác biệt so với nơi khác ở vùng đồng bằng sông Cửu Long.

- Để núi Cấm thực sự là điểm du lịch chủ lực của vùng, huyện đã nỗ lực xử lý các vấn đề tồn tại như : đảm bảo vệ sinh môi trường; bảo vệ và tôn tạo tài nguyên du lịch, đảm bảo phát triển du lịch bền vững; xây dựng môi trường du lịch an ninh, an toàn;

- Ngoài núi Cấm, vùng còn có nhiều điểm du lịch tâm linh nổi tiếng như : miếu Bà chúa xứ Bà Mướp, khu du lịch núi Két, do đó huyện cũng có hướng phát triển, đa dạng hóa các hoạt động du lịch tại đây.

- Đồng thời huy động mọi nguồn lực để phát triển du lịch tại những điểm nổi tiếng, mục tiêu của địa phương là phải đưa ngành du lịch trở thành thế mạnh đặc thù, tạo động lực cho việc phát triển kinh tế - xã hội trong tương lai. Xuất phát từ tiềm năng sẵn có, Tịnh Biên đang tăng cường hợp tác, gắn kết với các địa phương lân cận nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch, hướng đến việc xây dựng thương hiệu du lịch địa

phương.

- Tỉnh Biên đang thực hiện từng bước thực hiện theo quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 (Quyết định số 1008/QĐ-UBND- về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, ngày 01/07/2014) với định hướng phát triển là : khai thác các lợi thế về tài nguyên, khí hậu, lợi thế tự nhiên nhằm chuyển dịch cơ cấu kinh tế, từng bước giảm tỷ trọng nông, lâm nghiệp, tăng tỷ trọng du lịch, dịch vụ...tạo bước phát triển mạnh mẽ và bền vững cho du lịch Bảy Núi, khẳng định du lịch là một ngành kinh tế mũi nhọn góp phần tăng trưởng chung của nền kinh tế huyện.

- Nhằm rút ra những bài học kinh nghiệm phát triển du lịch và đề ra định hướng để phát triển du lịch trong thời gian tới, cần thực hiện :

### **3.3.1. Phát triển thị trường khách du lịch**

- Khách du lịch nội địa: là thị trường khách chính trong đó tập trung khai thác thị trường khách du lịch văn hóa - tâm linh, lễ hội; từng bước mở rộng thị trường khách vui chơi giải trí, khám phá, thể thao và nghỉ dưỡng. Chú trọng khai thác có hiệu quả khách du lịch nội vùng đồng bằng sông Cửu Long, khách du lịch đến từ Thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh thuộc vùng Đông Nam bộ, vùng Tây Nguyên đi theo đoàn lớn.

- Khách du lịch quốc tế: Chú trọng thu hút thị trường khách quốc tế đến từ các nước thuộc Tiểu vùng Mê Kông mở rộng đi qua các cửa khẩu quốc tế của An Giang và các tỉnh lân cận.

### **3.3.2. Phát triển sản phẩm du lịch**

- Để thu hút khách du lịch, đầu tiên là phải tạo sản phẩm du lịch mới, độc đáo, mang bản sắc địa phương, nhằm nâng cao giá trị để thu hút khách đến và quay trở lại ngày càng nhiều. Từ đó tạo nên sự ổn định, bền vững và thế cạnh tranh, chiếm lĩnh và mở rộng thị trường.

- Tiếp theo là khai thác tiềm năng du lịch một cách hợp lý, có quy hoạch cụ thể đối với từng loại tài nguyên du lịch khác nhau, bổ sung điều chỉnh huy hoạch, hình thành và phát triển các khu - tuyến - điểm du lịch mới mang tính liên hoàn cao.

- Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa - tâm linh, trong đó mục đích chính là việc hành hương và các điểm di tích khác. Bên cạnh đó phát triển các

loại hình du lịch tham quan, khám phá, du lịch thể thao.

- Đa dạng hóa sản phẩm du lịch với các sản phẩm du lịch bổ trợ như du lịch cộng đồng, nghỉ dưỡng, cắm trại, dịch vụ vui chơi giải trí.

### **3.3.3. Phát triển các tuyến du lịch chủ yếu**

- Tuyến du lịch núi Sam, núi Cấm, núi Két, chùa Bà Mươp, rừng trà Trà Sư;

- Tuyến du lịch văn hóa - tâm linh Núi Sam kết hợp thăm lăng Thoại Ngọc Hầu và các điểm di tích khác ở Bảy Núi;

- Các tuyến du lịch nội tỉnh: kết nối các nơi trong tỉnh đến các điểm du lịch nổi bật trên địa bàn Bảy Núi như cửa khẩu Tịnh Biên, rừng trà Trà Sư, núi Cấm (huyện Tịnh Biên), Khu di chỉ Óc Eo (huyện Thoại Sơn), Khu di tích lịch sử đòi Túc Dục (huyện Tri Tôn). Tạo tour khép kín trong tỉnh : Long Xuyên – Châu Đốc - Tịnh Biên – Tri Tôn - Thoại Sơn – Long Xuyên - Chợ Mới.

- Các tuyến du lịch liên tỉnh : Cần Thơ – An Giang – Kiên Giang – Cà Mau - Đồng Tháp, sự kết hợp giữa du lịch gắn liền với sông nước – núi - biển - đảo.

- Các tuyến du lịch quốc tế : hình thành các tour ngược và xuôi dòng Mekong qua 2 cửa khẩu quốc tế của An Giang, kết hợp với tour nội vùng đồng bằng sông Cửu Long như tour ngược và xuôi dòng Mekong (cả đường sông và đường bộ) : Thành phố Hồ Chí Minh - Cần Thơ – Long Xuyên – Châu Đốc - Tịnh Biên – Phnom Penh – Siem Riệp – Thái Lan.

### **3.3.4. Phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch**

- Hình thành các khu lưu trú du lịch có chất lượng cao gắn với không gian sinh thái (khu biệt thự cao cấp, khu nghỉ dưỡng sinh thái), gắn với sông nước hướng tới dòng khách có khả năng chi trả cao. Ưu tiên phát triển loại hình cơ sở lưu trú tại nhà dân (homestays).

- Cơ sở vui chơi giải trí: Ưu tiên phát triển các cơ sở vui chơi giải trí thể thao, vui chơi giải trí tổng hợp tại phân khu du lịch sinh thái kết hợp dịch vụ; phân khu công viên văn hóa du lịch để kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch và thu hút khách du lịch vào mùa thấp điểm.

- Cơ sở thương mại, dịch vụ, ăn uống: Phát triển các siêu thị, chợ truyền thống tại phân khu du lịch sinh thái kết hợp dịch vụ. Từng bước hình thành các khu dịch vụ đạt chuẩn phục vụ khách du lịch, chú trọng các sản phẩm gắn liền với đặc sản

của địa phương. Đồng thời, nâng cấp các nhà hàng đạt tiêu chuẩn chất lượng phục vụ khách du lịch, phát triển văn hóa ẩm thực truyền thống.

- Trên cơ sở quy hoạch cụ thể, cơ chế phù hợp nhằm khuyến khích đầu tư cho lĩnh vực du lịch từ mọi thành phần kinh tế để nhanh chóng phát triển các dự án du lịch từ mọi thành phần kinh tế, để nhanh chóng phát triển các dự án du lịch. Các lĩnh vực đầu tư:

- Đầu tư phát triển du lịch là một hướng đầu tư có hiệu quả không chỉ về mặt kinh tế mà còn về mặt xã hội, tuy nhiên có những đặc thù riêng của ngành cũng như tùy vào điều kiện cụ thể của từng địa phương trên địa bàn để có những chiến lược đầu tư cụ thể, mang tính hiệu quả cao. Tỉnh đã mời gọi các đối tác tham gia liên kết, liên doanh đầu tư vào An Giang thông qua các hội nghị, hội thảo, hội chợ, liên quan du lịch.

- Do vậy, việc nâng cấp và xây dựng mới hệ thống khách sạn và các công trình dịch vụ là hết sức quan trọng để thu hút đầu tư.

### **3.3.5. Phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch**

- Phát triển hệ thống khách sạn lưu trú, giải trí đa dạng, đạt tiêu chuẩn, phục vụ nhu cầu du khách. Rà soát và thẩm định lại cơ sở lưu trú theo đúng quy định về tiêu chuẩn lưu trú góp phần duy trì, nâng cao chất lượng dịch vụ trong các cơ sở lưu trú du lịch. Nâng cao chất lượng phục vụ, tổ chức bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ cho cán bộ quản lý, nhân viên tại các cơ sở lưu trú.

- Phân hạng và công bố các khách sạn, nhà hàng, dịch vụ ăn uống, khu mua sắm đạt tiêu chuẩn trên các kênh quảng cáo, thông tin, tuyên truyền. Nâng cao chất lượng các khách sạn, nhà nghỉ bình dân hiện đang hoạt động, ngăn chặn các tệ nạn xã hội do hoạt động du lịch tạo ra.

- Đầu tư nâng cấp, mở rộng cơ sở vật chất du lịch đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách; Chú trọng bảo vệ môi trường tự nhiên – xã hội tại các điểm du lịch, nhất là bảo vệ an ninh, trật tự tại các lễ hội du lịch; Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bằng cách xã hội hóa công tác đào tạo; Hướng tới chuyên nghiệp hóa trong khâu tổ chức các sự kiện, lễ hội du lịch thu hút khách quốc tế tham dự; Đa dạng hóa các loại dịch vụ du lịch đáp ứng nhu cầu của các loại khách khác nhau.

## **3.4. Các giải pháp phát triển du lịch vùng Bảy Núi**

### **3.4.1. Nhóm các giải pháp thu hút khách du lịch**



*Sự đặc biệt không gian sống của cư dân* : Không gian sống của cư dân địa phương quyết định sự “ở lại” hay “đi qua” của khách du lịch, vì những cảm nhận ban đầu về không gian sống của cư dân sẽ gợi ý khách du lịch tiếp tục khám phá những tiềm ẩn. Để không gian sống khác biệt với những địa phương khác, chính quyền địa phương phải vận động người dân có thể trồng nhiều hoa sắc sỡ hai bên đường; trồng những loại cây trái đủ bốn mùa với những khu vực canh tác riêng biệt; khuyến khích người dân xây dựng những ngôi nhà hay hàng quán có tính ngộ nghĩnh,...

*Đa dạng hóa sản phẩm du lịch* : Thiết kế đa dạng sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu cho khách du lịch, không chỉ dừng lại việc thưởng thức những đặc sản địa phương hay mua sắm các sản phẩm đến từ Thái Lan, các sản phẩm du lịch cần tận dụng lợi thế địa lý của địa phương, để khách tham quan được trải nghiệm những không gian yên tĩnh nhất bằng việc nghỉ lại trong rừng tại những phạm vi có giới hạn; tiêu thụ những vật phẩm mang dấu ấn của địa phương. Với lợi thế có núi, rừng, Bảy Núi có thể phát triển sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm cho mỗi cá nhân, ví dụ như chương trình “leo núi thử sức tranh tài”, “khám phá những đặc trưng núi rừng”,...

Bên cạnh đó, cần thiết kế ít nhất hai gói sản phẩm du lịch đặc biệt dành cho vùng Bảy Núi, bằng việc phát triển dịch vụ dựa trên những yếu tố văn hóa có sẵn, hay điều kiện thiên nhiên của địa phương. Chỉ có sản phẩm du lịch độc đáo, tạo sự khác biệt so với những địa phương khác, có như thế mới có thể thu hút khách tham quan đến với Bảy Núi. Đồng thời, xây dựng chương trình có sự đổi mới, tránh gây sự nhàm chán khi du khách trở lại Bảy Núi.

*Chương trình du lịch giữ chân khách hàng* : Gợi ý cho khách hàng nhiều lựa chọn khi đến Bảy Núi tham quan, có thể kết hợp việc nghỉ dưỡng dài ngày, khách tham quan đến Bảy Núi có thể tham quan nhiều địa điểm khác nhau trong nhiều ngày với nhiều chương trình khác nhau.

*Chương trình du lịch gắn với đời sống văn hóa địa phương* : Khách du lịch được tham quan và hòa vào cuộc sống cư dân địa phương, vùng có lễ hội... mang nét đặc trưng so với những địa phương khác, đây là điều kiện thu hút khách du lịch đến trải nghiệm. Do đó, cần



thiết chương trình du lịch mà khách tham quan có thể hòa vào cùng với người dân, như có thể cùng sống và cùng sinh hoạt với những hộ điển hình.

Nâng cấp một số lễ hội truyền thống tiêu biểu như : lễ hội vía bà Miếu Bàu Mướp, lễ hội đua bò, tết Chol Chnam Thma, lễ cúng Trăng (Ok Om Bok). Mở rộng khai thác các tour tìm hiểu đời sống văn hóa của cư dân, đặc biệt là các làng nghề truyền thống như : sản xuất đường thốt nốt.

*Tạo ra sản phẩm du lịch mới gắn liền với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng :* Lợi thế của vùng vừa có núi, rừng, đồng bằng, đây là điều kiện thuận lợi để phát triển nhiều loại hình dịch vụ, trước nhất cần tạo khoảng không phù hợp với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng để khách tham quan có thể chinh phục, ví dụ như tạo đặc trưng trên đỉnh ngọn núi hoặc đồi chỉ có một loại cây; hoặc có địa điểm để khách tham quan khi chinh phục đỉnh núi để có thể ngắm nhìn toàn cảnh một cách an toàn; hay các hoạt động gắn kết với đời sống sinh hoạt, sản xuất của cư dân đồng bằng.

*Khắc phục tính thời vụ, thay đổi tư duy làm du lịch :* Chỉ cần làm một mùa rồi ngồi ăn một năm, chỉ cần một chỗ làm trung tâm là đủ, còn các nơi khác dù có tiềm năng cứ để tự trôi ai đến thì đến, cần nghiên cứu quy hoạch tổng thể để tạo các loại hình du lịch đan xen nhau (du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, du lịch khám phá).

*Hoạt động du lịch gắn liền với việc bảo vệ môi trường :* Môi trường tự nhiên là điều kiện tiên quyết cho việc thu hút khách tham quan đến với mỗi địa phương, do đó mỗi hoạt động tham quan đều gắn với chương trình hành động bảo vệ môi trường, thứ nhất cải tạo lại môi trường sống của cư dân, nhất là môi trường xung quanh những ngôi nhà phải luôn sạch và thoáng; thứ hai trong chuỗi hoạt động du lịch đều có những biện pháp bảo vệ môi trường dành cho khách tham quan. Môi trường sạch, đẹp, an toàn, sẽ tạo cảm giác an toàn, thân thiện để có thể thu hút khách tham quan trở lại trong những lần tiếp theo. Việc bảo vệ môi trường cũng là góp phần vào sự phát triển bền vững của địa phương.

### **3.4.2. Nhóm các giải pháp nâng cao hình ảnh địa phương**

*Khảo sát lại hiện trạng quản lý và kinh doanh dịch vụ du lịch :* Phải khảo sát đánh giá lại hiện trạng kinh doanh dịch vụ du lịch của các đơn vị hiện tại, từ đó thấy được những ưu điểm cũng như những bất cập trong hoạt động khai thác; đồng thời phải tiến hành khảo sát và thăm dò ý kiến và nhận phản hồi của khách đến Bảy Núi để từ đó có thể thay đổi chiến lược sản phẩm hoặc củng cố những sản phẩm có lợi

thể.

+ Cần phải đánh giá lại hiệu quả công tác quản lý hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch, như công tác hỗ trợ, giải quyết kịp thời những vướng mắc,...

*Quảng bá hình ảnh địa phương* : Tận dụng lợi thế công nghệ thông tin quảng bá hình ảnh đến công chúng, theo đó những hình ảnh về điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên của vùng phải được truyền tải đến công chúng thông qua phương tiện internet, báo chí, các phóng sự,...Thuê chuyên gia lập kế hoạch quảng bá hình ảnh nếu có sự thay đổi hoặc xây dựng được những sản phẩm du lịch mới, tạo sự khác biệt về sản phẩm du lịch giữa các vùng, miền.

+ Cần đầu tư hệ thống thông tin về du lịch của huyện như bản đồ hệ thống các điểm tham quan, khám phá, hướng dẫn khách tham quan có thể lựa chọn phương tiện để có thể đến Bảy Núi; danh sách các quán ăn, nhà nghỉ chuyên phục vụ khách du lịch với giá phục vụ niêm yết.

+ Luôn cập nhật các thông tin du lịch, thời tiết, công bố số điện thoại trực hỗ trợ khách du lịch trong những trường hợp cần thiết.

+ Giữ vững những giá trị hiện có : Để có thể phát triển hoạt động du lịch địa phương, trước nhất cơ quan Nhà nước có nhiệm vụ tổ chức các hoạt động tuyên truyền cho người dân về cách đối xử thân thiện với khách du lịch; thể hiện và giữ gìn nét đặc thù địa phương trong giao tiếp với khách du lịch.

*Tổ chức mạng lưới giao thông thuận tiện* : Mạng lưới giao thông thuận tiện là kênh đưa khách du lịch đến với Bảy Núi một cách dễ dàng nhất. Khách du lịch có thể tự đến vùng bằng những phương tiện công cộng một cách thuận lợi nhất; việc tham quan địa phương có thể đi bộ hoặc bằng xe đạp dễ dàng, vì đối với nhiều khách du lịch rất thích loại hình này, đây là sự trải nghiệm gần gũi nhất với con người và thiên nhiên.

### **3.4.3. Nhóm các giải pháp đầu tư xây dựng hạ tầng và cơ sở vật chất**

- Kêu gọi đầu tư của các thành phần kinh tế nhằm khai thác và phát triển hệ thống khách sạn, công trình dịch vụ du lịch đã được quy hoạch tại các tuyến điểm du lịch; đầu tư mở rộng các loại hình vui chơi giải trí hiện tại và xây dựng các điểm mới. Cần có chính sách ưu đãi trong vay vốn tín dụng cho các doanh nghiệp đầu tư cơ sở kinh doanh khai thác du lịch, hỗ trợ sự thuận lợi để các nhà đầu tư an tâm làm việc.

- Khuyến khích và có chính sách cơ chế thông thoáng cho các tổ chức, cá

nhân khi đầu tư vào du lịch của vùng; chủ động bố trí ngân sách, quỹ đất và đề xuất áp dụng các cơ chế đặc thù về đất đai, nguồn vốn đầu tư và lựa chọn nhà đầu tư để phát triển du lịch phù hợp với điều kiện của địa phương. Chính quyền địa phương cần tăng cường hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch; tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ đầu tư xây dựng các công trình phục vụ cho du lịch.

#### **3.4.4. Nhóm các giải pháp về quản lý hoạt động du lịch**

*Chính sách thu hút đầu tư kinh doanh dịch vụ du lịch :* UBND cấp tỉnh xây dựng chính sách phát triển du lịch phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội địa phương, thứ nhất cần có chính sách đặc thù thu hút các nhà đầu tư khai thác hoặc hợp tác khai thác tiềm năng du lịch, khai thác tính thương mại tại chỗ các sản phẩm địa phương. Khuyến khích và có chính sách cho đơn vị sử dụng người lao động địa phương.

*Nâng cao vai trò quản lý của cơ quan nhà nước về du lịch, kinh tế hạ tầng :* Địa phương phải có những cán bộ chuyên trách quản lý hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, thường xuyên đào tạo và cập nhật những kiến thức khai thác du lịch, xu thế thực hiện tham quan của người tiêu dùng nói chung để từ đó đề xuất các chính sách, sản phẩm du lịch phù hợp với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng của vùng.

*Vai trò điều phối và quản lý vĩ mô của cơ quan Nhà nước :* Cơ quan quản lý nhà nước cấp tỉnh về dịch vụ du lịch tham mưu các chính sách nhằm gắn kết các hoạt động du lịch liên kết giữa các huyện, nhằm hỗ trợ việc xúc tiến hoạt động du lịch giữa các địa phương. Khách du lịch có thể tham quan nhiều địa điểm khác nhau trong tỉnh An Giang sau khi đến Bảy Núi. Đây là đầu mối quan trọng để Ủy ban nhân dân cấp tỉnh đề ra chính sách để các địa phương có thể thực hiện giải pháp “giữ chân” khách du lịch.

Với địa hình bán sơn địa khá phức tạp, vừa có đồi núi vừa có đồng bằng, mang sắc thái đặc biệt, vùng Bảy Núi hoàn toàn có được thế mạnh trong việc phát triển du lịch bền vững, tạo việc làm cho người dân địa phương. Để thực hiện chính sách phát triển du lịch gắn với sự phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và cân bằng hệ sinh thái, địa phương cần thực hiện đồng bộ các giải pháp trên, đồng thời phải tôn trọng các quy định của Chính phủ trong việc khai thác dịch vụ du lịch.

#### **3.4.5. Nhóm các giải pháp về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho hoạt động du lịch**

*Đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động kinh doanh du lịch :* Yếu tố con người là quyết định trong mọi lĩnh vực, đặc biệt đối với du lịch. Trước hết cần phải nâng cao chất lượng đào tạo của các trường đào tạo nguồn nhân lực du lịch (đại học, cao đẳng, trung cấp nghề,...); tăng cường năng lực đội ngũ phục vụ du lịch. Hướng dẫn viên và thuyết minh viên phải có trình độ chuyên môn vững vàng, am hiểu về văn hóa truyền thống của đồng bào Khmer. Ngoài ra, hướng dẫn tại các làng nghề phải nắm vững quy trình chế tác, am hiểu về sản phẩm như một nghệ nhân thật sự. Một điều quan trọng chính là đội ngũ này phải có cái tâm, đạo đức nghề nghiệp, tinh thần xung kích thì mới có thể đưa du lịch của vùng phát triển lên tầm cao mới.

*Tổ chức đào tạo nghiệp vụ cho cư dân :* Để có nguồn nhân lực tại chỗ, địa phương cần phối hợp với cơ sở đào tạo nghiệp vụ, tổ chức các buổi tập huấn cho cư dân địa phương trực tiếp tham gia vào chuỗi hoạt động phục vụ khách du lịch. Thông qua các lớp tập huấn truyền đạt kinh nghiệm và những đặc điểm của khách tham quan, đồng thời biết khai thác những tiềm năng là lợi thế của vùng.

+ Đặc biệt trong lĩnh vực du lịch tâm linh cần phải đào tạo, kiểm tra giám sát chặt chẽ trình độ, năng lực của cán bộ nhân viên. Nhân viên tham gia trong lĩnh vực này phải có kiến thức văn hóa, văn minh và ứng xử nghề nghiệp tốt. Tránh tình trạng thực hiện các hoạt động gây hiệu ứng xấu cho xã hội và ảnh hưởng đến niềm tin của du khách.

+ Nhân lực phục vụ thương mại – dịch vụ : Để đáp ứng cho du khách yêu mến Tỉnh Biên qua mua sắm và sử dụng hàng hóa của địa phương, huyện cần phát động tuyên truyền cũng như các lớp tập huấn cho đội ngũ lao động tham gia trong lĩnh vực thương mại – dịch vụ hiện đang tự do phân tán hoạt động kinh doanh có ý thức chấp hành pháp luật, nhận diện các loại hàng hóa độc hại, kém chất lượng, không rõ nguồn gốc,...cần xác định ngăn ngừa và báo cáo các cơ quan chức năng để ngăn chặn kịp thời. Nâng cao đạo đức nghề nghiệp góp phần đảm bảo quyền lợi của mình thông qua hành vi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

+ Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo nguồn nhân lực chuyên ngành du lịch (đặc biệt là người địa phương), phù hợp với tình hình phát triển du lịch trên địa bàn huyện. Chú trọng nâng cao năng lực, trình độ ngoại ngữ đội ngũ hướng dẫn viên, có khả năng giao tiếp với khách nước ngoài, có thể giới thiệu tường tận về lịch sử, tôn giáo, tín ngưỡng,...địa phương, có kỹ năng giao tiếp, ứng xử linh hoạt, lịch sự, phục

vụ khách chất lượng hiệu quả theo hướng văn minh, hiện đại và chuyên nghiệp.

+ Hướng dẫn, giáo dục nâng cao ý thức, giá trị đạo đức, quy tắc văn hóa trong cộng đồng dân cư về phong cách, thái độ tiếp xúc, giao tiếp, nhã nhặn, chân tình, hiếu khách, tôn trọng và hỗ trợ du khách trong quá trình tham quan, tìm hiểu, trải nghiệm tại địa phương, tạo sự cảm mến gần gũi du khách, góp phần xây dựng hình ảnh đẹp, thân thiện về người dân Tịnh Biên trong lòng du khách.

### **3.5. Kiến nghị**

- Kiến nghị với Tỉnh ủy và UBND tỉnh có những chủ trương, chính sách mang tính chuyên biệt một cách toàn diện, đồng bộ để xây dựng vùng Bảy Núi trở thành : Vừa là khu vực trung tâm của các loại hình du lịch và dịch vụ của toàn ĐBSCL, vừa là khu vực kết hợp nông - nghiệp công nghệ cao, vừa là cầu nối, là cửa ngõ Quốc tế giữa Đông Tây.

- Đối với Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch An Giang nên có chính sách phát triển du lịch cho huyện Tịnh Biên như tăng vốn đầu tư từ ngân sách của tỉnh để xây dựng các hạ tầng kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch. Có cơ chế chính sách quản lý, phân loại và đánh giá chất lượng các cơ sở lưu trú, kinh doanh ăn uống cho khách du lịch. Hỗ trợ công tác đào tạo nguồn nhân lực chuyên về quản lý, quy hoạch, định hướng phát triển du lịch, hướng dẫn viên, nhân viên để có trình độ nghiệp vụ chuyên môn nhằm nâng cao chất lượng phục vụ du khách.

- Thiết kế các tuyến du lịch, trong đó liên kết các điểm du lịch trên địa bàn huyện Tịnh Biên với các điểm du lịch khác trong và ngoài tỉnh. Tạo sự liên kết tăng sức hấp dẫn đối với du khách. Điều này cũng tạo nên hiệu ứng tò mò cho du khách, tạo cơ hội cho các điểm du lịch lân cận.

- Đối với Ủy ban nhân dân huyện Tịnh Biên cần cải tạo, nâng cấp lại các công trình hạ tầng như trung tâm kinh tế văn hóa huyện, xây dựng bảo tàng văn hóa các dân tộc, trung tâm thông tin du lịch. Phòng trợ giúp dành cho khách du lịch nước ngoài. Xây dựng hệ thống điện, nước và thông tin liên lạc đến các khu du lịch, điểm du lịch để đáp ứng nhu cầu của du khách.

- Có quy hoạch tổng thể, củng cố và phát triển làng nghề truyền thống. Khuyến khích và có chính sách hỗ trợ đối với người dân trong làng nghề, tạo nguồn tiêu thụ cho các sản phẩm của làng nghề. Làng nghề nấu đường Thốt Nốt đã tồn tại hàng chục năm, sẽ là điểm thu hút nhiều khách du lịch mang đặc trưng riêng và đa

dạng để thu hút du khách và phù hợp với hướng đi chủ đạo của ngành du lịch địa phương.

- Chú trọng công tác quản lý về vệ sinh an toàn thực phẩm tại các nhà hàng, quán ăn trên địa bàn, đồng thời tổ chức các cuộc thi về ẩm thực nhằm tạo sự kiện thu hút và giới thiệu các món ăn đặc sản đến du khách.

Đối với chính quyền địa phương chú trọng vào việc giáo dục ý thức người dân về tầm quan trọng của phát triển du lịch, chú ý tạo công ăn việc làm người dân vùng ven các khu - điểm du lịch, giúp hạn chế tình trạng thất nghiệp, tăng thu nhập cho người dân.

## PHẦN KẾT LUẬN

Bảy Núi vốn là một trong bốn vùng trọng điểm du lịch của tỉnh An Giang với địa hình đồi núi, hệ thống sinh thái rừng đa dạng và phong phú, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, đặc biệt khí hậu của Núi Cấm mát mẻ quanh năm. Các công trình kiến trúc trên núi Cấm gồm chùa Vạn Linh, chùa Phật Lớn, tượng Phật Di Lặc, hồ Thủy Liêm có những điểm nhấn đặc thù...Ngoài ra núi Cấm còn gắn với nhiều giai thoại huyền thoại kỳ bí theo dòng thời gian của lịch sử còn tương truyền đến ngày nay với những giai thoại ly kỳ như : tên quần thể núi “Thất Sơn huyền bí”, “Thất Sơn màu nhiệm”, hay những chuyện ly kỳ “thần Bạch Hổ hiển linh”, “quái vật Xà niêng”...

Vùng được xếp vào cụm du lịch Bảy Núi – Rạch Giá và phụ cận, là một trong những hạn mục mục tiêu ưu tiên đầu phát triển. Mặc dù có lợi thế tự nhiên và nhiều điều kỳ bí...nhưng đến nay khả năng phát triển du lịch của vùng vẫn còn rất hạn chế. Để phát triển du lịch, không chỉ dựa vào quang cảnh thiên nhiên thuần túy mà còn phải có các giải pháp chiến lược toàn diện, dài hạn cả về tư duy văn hóa và phát triển cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật cũng như biết tận dụng những trang sử vốn có gắn liền với đặc thù địa lý thiên nhiên ban tặng, những yếu tố đặc thù địa lý gắn liền với tâm linh cuộc sống của con người...

Bảy núi là vùng núi, biên giới dân tộc nghèo nhưng có nguồn tài nguyên tương đối phong phú, đa dạng, cả tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn, trong đó có nhiều đối tượng du lịch được xếp hạng vào danh mục các đối tượng du lịch có giá trị thu hút khách du lịch. Du lịch Bảy Núi hiện nay tuy có tốc độ tăng trưởng liên tục qua từng năm nhưng nhìn chung, du lịch vẫn còn chiếm tỷ trọng thấp trong cơ cấu GDP của tỉnh An Giang, vì đây là ngành kinh tế còn rất non trẻ.

Xét về triển vọng tương lai, Bảy Núi đang ở ngưỡng cửa của một vùng có tiềm năng lớn cho việc phát triển du lịch bởi tài nguyên du lịch rất phong phú và đa dạng, nếu khai thác tốt sẽ tạo ra những sản phẩm du lịch hấp dẫn, mang tính đặc thù của dãy Thất Sơn huyền bí. Tiềm năng du lịch sinh thái và văn hoá là thế mạnh của vùng Bảy Núi, phù hợp với xu thế tham quan du lịch của thời đại ngày nay là muốn hoà nhập với thiên nhiên và tìm hiểu các giá trị văn hoá xa xưa có tính truyền thống. Phải cố gắng giữ cho được những thắng cảnh thiên nhiên, truyền thống văn hoá lâu đời và những di tích kiến trúc lịch sử có giá trị. Chỉ khi nào còn giữ được những nét đặc thù, những nét truyền thống độc đáo này thì vùng Bảy Núi mới có thể thu hút được



nhiều du khách.

Đề tài đánh giá tiềm năng và thực trạng của ngành du lịch vùng Bảy Núi trong thời gian qua, làm cơ sở đề xuất giải pháp và kiến nghị nhằm giúp các cơ quan chức năng của tỉnh An Giang và chính quyền địa phương nghiên cứu, kêu gọi đầu tư thúc đẩy ngành du lịch vùng Bảy Núi, tỉnh An Giang.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị, 2017, "*Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*", Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16-01-2017.
2. Bộ Ngoại giao, 2005, "*Ngành dịch vụ Việt Nam và định hướng phát triển trong thời gian tới*" đã đề cập đến các ngành dịch vụ nước ta hiện nay, phân tích những lợi thế và những hạn chế, yếu kém trong cạnh tranh dịch vụ như dịch vụ cảng biển.
3. Chi Cục Thống kê huyện Tịnh Biên - Niên giám thống kê năm 2017.
4. Cục Thống kê tỉnh An Giang - Niên giám thống kê năm 2017.
5. Đảng bộ tỉnh An Giang, "*Chương trình hành động số 09-CTr/TU ngày 05 tháng 12 năm 2016*".
6. Đảng bộ tỉnh An Giang, "*Đẩy mạnh phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020*", Nghị quyết số 11-NQ/TU, ngày 18-01-2013.
7. Đảng bộ tỉnh An Giang, "*Phát triển du lịch tỉnh An Giang thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh*", Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh An Giang lần thứ X.
8. HĐND tỉnh An Giang, 2018, "*Ban hành Quy định chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch tỉnh An Giang*", Nghị quyết số 19/2018/NQ-HĐND.
9. Hồ Viết Chiến, 2016, "*Phát triển dịch vụ du lịch biển và tâm linh ở Bà Rịa – Vũng Tàu*", Tạp chí Kinh tế & Dự báo (05).
10. Nguyễn Thị Bích Ly, 2016, "*Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch huyện Tịnh Biên*", Hội thảo khoa học – Tịnh Biên ngày 08 tháng 10 năm 2016.
11. Nguyễn Thị Thi Phương, "*Hợp tác du lịch giữa An Giang với Campuchia*".
12. Nguyễn Trùng Khánh, 2011, "*Một số chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Malaysia*", Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á, số 10.
13. Nhật Ninh, "*Du lịch An Giang và những định hướng phát triển*".
14. Võ Văn Thắng, "*Du lịch tâm linh là lợi thế lớn nhất trong du lịch An Giang*".
15. Phùng Đức Vinh, 2014, "*Phát triển loại hình du lịch MICE một hướng đi cần thiết của Bà Rịa - Vũng Tàu*", Báo Điện tử Du lịch Việt Nam, ngày 28/4.
16. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2017, "*Luật du lịch*", Hà Nội.

17. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch An Giang, *"Báo cáo Kết quả hoạt động du lịch năm 2017 và Phương hướng nhiệm vụ năm 2018"*.
18. Thủ tướng Chính phủ, 2013, *"Quy hoạch tổng thể phát triển khu du lịch quốc gia tỉnh An Giang đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030"*, Quyết định số 2098/QĐ-TTg ngày 27 tháng 12 năm 2017, Hà Nội.
19. Thủ tướng Chính phủ, 2016, *"Đề án chung xây dựng khu kinh tế cửa khẩu An Giang, tỉnh An Giang đến năm 2030"*, Quyết định số 456/QĐ-TTg ngày 22/03/2016, Hà Nội.
20. Tổng cục Du lịch Việt Nam, *"Đề án xây dựng được hệ thống tiêu chí đánh giá điểm đến du lịch Việt Nam"*.
21. Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên, *"Báo cáo Kết quả công tác triển khai thực hiện Nghị quyết số 11-NQ/TU ngày 18/01/2013 của Tỉnh ủy"*.
22. Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên, *"Báo cáo Sơ kết 02 năm triển khai Chương trình hành động số 59/CTr-UBND ngày 13/02/2017 về phát triển hạ tầng du lịch tỉnh An Giang"*.
23. Trương Quang Hoàn, 2011, *"Đánh giá quá trình thực hiện tự do hóa thương mại đối với một số lĩnh vực dịch vụ ưu tiên hội nhập ASEAN"*, Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á số 10.
24. Hoàng Văn Lễ, 2016, *"Tịnh Biên: Phát triển du lịch bền vững vùng biên địa thời đổi mới, hội nhập"*, Hội thảo khoa học – Tịnh Biên ngày 08 tháng 10 năm 2016.
25. Vòng Thành Nam, 2019, *"Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở Kiên Giang"*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 3 (490) tháng 3/2019, trang 65 – 72.
26. UBND tỉnh An Giang, 2014, *"Quy hoạch bảo tồn và phát triển cây dược liệu ứng dụng công nghệ cao tỉnh An Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030"*, Quyết định 2105/QĐ-UBND ngày 04/12/2014.
27. UBND tỉnh An Giang, 2017, *"Phát triển hạ tầng giao thông và vận tải trong phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2017-2020 trên địa bàn tỉnh"*, kế hoạch số 397/KH-UBND ngày 5/7/2017.
28. Võ Tá Tri, 2011, *"Phát triển bền vững du lịch - Một xu hướng tất yếu hiện nay"*, Tạp chí Thương mại, số 15.

# PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH BIÊN - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

## TÓM TẮT

*Tỉnh Biên là một trong bốn vùng trọng điểm du lịch của tỉnh An Giang với địa hình đồi núi, hệ thống sinh thái rừng đa dạng và phong phú, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc, đặc biệt khí hậu của Núi Cấm mát mẻ quanh năm. Các công trình kiến trúc trên núi Cấm gồm chùa Vạn Linh, chùa Phật Lớn, tượng Phật Di Lặc, hồ Thủy Liêm có những điểm nhấn đặc thù...Ngoài ra núi Cấm còn gắn với nhiều giai thoại huyền thoại kỳ bí theo dòng thời gian của lịch sử còn tương truyền đến ngày nay. Mặc dù có lợi thế tự nhiên và nhiều điều kỳ bí...nhưng đến nay khả năng phát triển du lịch của vùng vẫn còn rất hạn chế. Bài viết này dùng phương pháp thống kê, tham khảo ý kiến chuyên gia để phân tích chỉ rõ những tiềm năng du lịch ở Tỉnh Biên, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển bền vững du lịch Tỉnh Biên.*

*Tinh Bien is one of the four key tourist areas of An Giang province with hilly terrain, diversified and diverse forest ecological system, unique natural landscape. Especially, the climate of Cam Mountain is cool all year round. The architectural works on Cam mountain include Van Linh pagoda, Phat Lon pagoda, Maitreya Buddha image, Thuy Liem lake has specific highlights...In addition, Cam Mountain is also associated with many mysterious myths from the time of history. Although there are natural advantages and many mysteries, but up to now the tourism development of the region is still very limited. This article uses statistical methods, consult experts to analyze the tourism potentials in Tinh Bien, thereby suggesting some solutions for sustainable development of Tinh Bien tourism.*

## 1. Tổng quan

Trong những năm gần đây du lịch tâm linh và du lịch sinh thái đang ngày càng trở nên gần gũi hơn với du khách và đã trở thành xu thế lựa chọn của rất nhiều du khách du lịch vì những ưu thế như sự có trách nhiệm với môi trường tự nhiên, sự gắn với văn hóa bản địa và có sự tham gia của cộng đồng. Với những ưu thế đó các công ty lữ hành đang hướng đến khai thác nhằm phục vụ nhu cầu tham quan, chiêm bái, hành hương, khám phá của du khách.

Việt Nam nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa với những lợi thế về thảm thực vật, khí hậu, sinh vật, thổ nhưỡng, thủy văn đã hình thành nên những hệ sinh thái đặc trưng kết hợp với những giá trị văn hóa, lịch sử, công trình kiến trúc nổi bật là những tiềm năng thuận lợi để phát triển du lịch tâm linh và du lịch sinh

thái. Phát triển du lịch văn hóa tâm linh và du lịch sinh thái ngoài mang lại các lợi ích kinh tế - xã hội – văn hóa cho nơi đến, còn giúp những người thực hiện chuyển du lịch hướng tinh thần của mình lên cao trong việc tìm kiếm mục đích cao cả và những giá trị có khả năng nâng cao phẩm giá cho cuộc sống và bản thân họ nếu sự phát triển du lịch diễn ra đúng hướng.

An Giang là tỉnh đầu nguồn của vùng châu thổ sông Cửu Long, nơi dòng Mekong chia làm 2 nhánh sông Tiền và sông Hậu, là tỉnh duy nhất có núi rừng giữa đồng bằng. Tỉnh Biên được thiên nhiên ưu đãi với địa hình bán sơn địa khá phức tạp, vừa có đồi núi vừa có đồng bằng xen lẫn với rừng, cảnh quan môi trường thoáng đãng, trong lành có nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng và những di tích văn hóa, lịch sử đáp ứng đầy đủ điều kiện để phát triển du lịch.

Huyện Tịnh Biên có diện tích tự nhiên 354,679 km<sup>2</sup>, chiếm 10,03% so với tổng diện tích toàn tỉnh. Huyện Tịnh Biên có 30.528 hộ dân với 122.019 người, trong đó dân tộc Kinh 85.693 người, dân tộc Khmer 35.922 người và dân tộc Hoa 404 người. Huyện Tịnh Biên có dân số người Khmer tương đối lớn, tập trung nhiều ở những xã An Cư, Tân Lợi, An Hảo, Văn Giáo, Vĩnh Trung....

Với những tiềm năng và lợi thế sẵn có, du lịch Tịnh Biên đang dần được du khách khắp mọi nơi biết đến thông qua những điểm du lịch nổi tiếng của huyện như : Lâm viên núi Cấm, rừng trà Trà Sư, khu du lịch núi Két, Miếu Bà Chúa xứ Bàu Mướp, lễ hội đua bò Bảy Núi diễn ra luân phiên hàng năm tại 2 huyện Tri Tôn và Tịnh Biên...Trên con đường ngày càng phát triển, du lịch Tịnh Biên cũng có những thay đổi mới, mang lại những ưu điểm, lợi thế cho du lịch địa phương.

Thực hiện Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30-12-2011 của Thủ tướng Chính phủ về “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, Kế hoạch 03/KH-UBND ngày 20/01/2014 của UBND tỉnh về “Đẩy mạnh phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020”. Quyết định số 1008/QĐ-UBND ngày 01/7/2014 về “Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”. Tịnh Biên có những chủ trương, chính sách đầu tư đúng mức, các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp, cụ thể, tập trung mọi nguồn lực thúc đẩy tốc độ phát triển du lịch Tịnh Biên theo hướng tích cực, có trách nhiệm, có trọng tâm với phương châm “thân thiện, an toàn và hiệu quả”, tạo điều kiện tốt nhất để du lịch Tịnh

Biên tiến kịp các địa phương trong khu vực, là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm trong chiến lược phát triển du lịch của tỉnh và cả nước đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Tuy nhiên, trên thực tế sự phát triển du lịch ở Tịnh Biên hiện nay còn nhiều khó khăn, hạn chế. Nhiều tiềm năng du lịch chưa được đầu tư khai thác, các sản phẩm du lịch còn nghèo nàn đơn điệu. Vì vậy, nghiên cứu này nhằm phân tích các tiềm năng du lịch của Tịnh Biên để đề ra các giải pháp phát triển du lịch ở Tịnh Biên xứng đáng là địa bàn trọng điểm du lịch của tỉnh An Giang.

## **2. Nội dung**

### **2.1. Tiềm năng du lịch Tịnh Biên**

#### **2.1.1. Tài nguyên du lịch của huyện Tịnh Biên**

Huyện có lợi thế và tiềm năng rất lớn để phát triển kinh tế cửa khẩu, du lịch thông qua cửa khẩu Quốc tế Tịnh Biên và tuyến Quốc lộ 91, Quốc lộ N1 chạy ngang qua địa bàn. Đây là cầu nối giao thương quan trọng nối huyện Tịnh Biên với vùng đồng bằng sông Cửu Long và các nước trong khu vực Đông Nam Á.

Tịnh Biên là huyện biên giới, dân tộc và có nhiều đồi núi với nhiều danh lam thắng cảnh đẹp, nằm trong quần thể khu du lịch nổi tiếng của tỉnh An Giang suốt nhiều năm qua, Tịnh Biên không chỉ được tỉnh đánh giá xác định là địa bàn chiến lược về quốc phòng, là cửa ngõ một căn cứ địa về phòng thủ, bảo vệ vững chắc tuyến đầu biên giới mà Tịnh Biên còn có điều kiện thuận lợi về phát triển giao thương mua bán ở biên giới, đặc biệt là có tiềm năng khá lớn về lĩnh vực hoạt động du lịch. Với vị thế của mình, Tịnh Biên đóng vai trò rất quan trọng trong việc kết nối du lịch với các nước tiểu vùng sông Mekong.

Tài nguyên nhân văn trên địa bàn huyện Tịnh Biên có 01 khu di tích lịch sử cấp quốc gia là chùa Hòa Thạnh; cụm di tích lịch sử cách mạng và danh thắng được công nhận cấp tỉnh bao gồm : Căn hầm bí mật Văn phòng Huyện ủy, Chốt thép Nhơn Hưng, chùa Phước Điền, chùa Thới Sơn, đình Thới Sơn, tượng Đài chiến thắng Dốc

Bà Đắc và Miếu Bà Chúa Xứ Bà Mướp. Ngoài ra, chùa Vạn Linh, chùa Phật Lớn, tượng Phật Di Lạc, những nơi thờ tự lâu đời, Cửu Trùng đài, chùa Khmer là những công trình kiến trúc độc đáo.

- Các di tích, thắng cảnh :

+ Khu du lịch Lâm Viên – Núi Cẩm. Núi Cẩm còn gọi là Thiên Cẩm Sơn, là ngọn núi cao nhất của vùng Thất Sơn hùng vĩ. Đây là điểm đến thú vị cho du khách, có tượng Phật Di Lạc khổng lồ ngồi trên đỉnh lớn nhất Đông Nam Á (cao 33,6 m), chùa Vạn Linh, Thiền viện chùa Phật Lớn. Ngoài những công trình kiến trúc độc đáo, cùng các điểm tham quan thú vị như hồ, suối, hang động, rừng nguyên sinh, còn có cáp treo chiều dài 3,5km, một loại hình vận chuyển hiện đại cho du khách tham quan núi Cẩm. Đây là hệ thống cáp treo đầu tiên của đồng bằng sông Cửu Long.

+ Chùa Hòa Thạnh : Chùa được xây vào khoảng thế kỷ XIX hiện còn bảo tồn nhiều pho tượng cổ có giá trị nghệ thuật. Chùa đã được công nhận là Di tích lịch sử - văn hóa cấp quốc gia.

+ Miếu Bà Chúa Xứ Bà Mướp : Ngôi miếu do Phật thầy Tây An (Đoàn Minh Huyền, 1807 – 1856) và các tín đồ dựng lên giữa thế kỷ XIX, để cho người dân đi khai hoang có nơi thờ cúng, thỏa mãn nhu cầu tín ngưỡng tâm linh. Ngày 16 tháng 10 năm 2012, UBND tỉnh An Giang đã ban hành Quyết định số 1814/QĐ-UBND công nhận Miếu Bà Chúa Xứ Bà Mướp là di tích “lịch sử và danh lam thắng cảnh”, cấp tỉnh và lễ đón nhận được tổ chức vào sáng ngày 28 tháng 11 năm 2012.

+ Rừng Tràm Trà Sư : Có diện tích gần 850 ha, nơi đây là nơi sống nhiều loài động vật và thực vật, có những loài được ghi vào sách Đỏ Việt Nam.

+ Khu du lịch Núi Két (hay còn gọi là Anh Vũ Sơn) cao 225m, chu vi hơn 1.100m. Được gọi là núi Két vì gần trên đỉnh có một tảng đá khổng lồ nằm nhô ra, theo sự mừng rỡ của nhiều người, nó có hình dạng như đầu một con chim két.

+ Căn hầm bí mật Văn phòng Huyện ủy : Tọa lạc tại ấp Đông

Hung, xã Nhơn Hưng từng là nơi nuôi giấu cán bộ cách mạng trong thời kỳ chống Mỹ cứu nước.

+ Chốt thép Nhơn Hưng : Đây là khu vực đồn (còn có tên gọi đồn Cây Mít) do Pháp xây dựng và Mỹ tiếp tục sử dụng. Khi xảy ra chiến tranh biên giới Tây Nam, quân và nhân dân Nhơn Hưng sử dụng nơi đây lập chốt chống lại Pôn Pốt, được vinh danh “Chốt thép thành đồng”. Ngày 27/3/2015 “Chốt thép Nhơn Hưng” được UBND tỉnh xếp hạng là di tích lịch sử cấp tỉnh.

+ Chùa Phước Điền : Năm 1850 – 1851, Phật thầy Tây An dẫn dắt tín đồ khai hoang dưới chân Núi Két, lập hai làng Hưng Thới và Xuân Sơn (nay là xã Thới Sơn). Cơ sở đầu tiên tại đây gọi là Trại ruộng, sau này tín đồ xây thành chùa Phước Điền.

+ Chùa Thới Sơn : Tọa lạc tại khu vực Núi Két, thuộc xã Thới Sơn. Đây là một ngôi chùa thờ Tam bảo của đạo Bửu Sơn Kỳ Hương và là một di tích lịch sử cách mạng của tỉnh. Đình Thới Sơn : Tọa lạc gần khu vực Núi Két, thuộc xã Thới Sơn. Đây là một ngôi đình thờ thần Thành hoàng của làng Xuân Sơn và Hưng Thới xưa (nay là Thới Sơn) và là một di tích lịch sử cách mạng.

+ Núi Trà Sư cao 146m và nằm dọc theo Quốc lộ 91 (đoạn thuộc thị trấn Nhà Bàng). Có nhiều đường lên núi, đối diện với Cửu Trùng Đài.

+ Ngoài ra còn có 29 chùa Khmer. Chùa Khmer ngoài chức năng thỏa mãn nhu cầu sinh hoạt tôn giáo, một công trình nghệ thuật kiến trúc có giá trị, góp phần làm phong phú kho tàng văn hóa của dân tộc.

- Có nhiều Lễ hội văn hóa như : Lễ hội văn hóa truyền thống huyện Tịnh Biên anh hùng; Lễ hội Bà Chúa Xứ Chùa Bà Mướp; Ngày Hội Văn hóa Khmer tỉnh An Giang; Lễ Hội đua bò Bảy Núi truyền thống; Tết Chol Chhnam Thmay của đồng bào dân tộc Khmer vào trung tuần tháng 4 dương lịch; Lễ Dolta.

- Các hồ : Còn có các hồ như hồ Ô Túc Xa rộng 11 ha, nằm dưới chân núi

Cắm thuộc ấp Xoài Chek, xã An Cư, huyện Tịnh Biên có đỉnh đập 6,5m với trữ lượng nước trên 600.000 m<sup>3</sup>.

- Ẩm thực : Tịnh Biên còn có các sản phẩm là đặc sản ở nơi đây : lúa thơm Nàng Nhen, sản phẩm dệt của đồng bào dân tộc Khmer, đường thốt nốt. Có các làng nghề nổi tiếng (làng dệt thổ cẩm Khmer Văn Giáo, làng nghề sản xuất đường Thốt Nốt...). Huyện còn có nhiều món ăn ngon mang đặc trưng ẩm thực vùng Nam Bộ, những món ăn được người dân chế biến chủ yếu từ sản phẩm nông nghiệp với các món ăn nổi tiếng như : bánh xèo rau rừng Núi Cấm, bò xào lá vang, bánh canh Vĩnh Trung. Các loại tài nguyên này phục vụ rất tốt cho việc phát triển các sản phẩm phục vụ du lịch.

#### **2.1.2. Vị trí địa lý và mạng lưới giao thông**

Phía Đông Bắc Tịnh Biên giáp thành phố Châu Đốc, phía Đông giáp huyện Châu Phú, phía Nam giáp huyện Tri Tôn, Đông Nam giáp huyện Châu Thành, Tây Bắc giáp Campuchia. Huyện Tịnh Biên có 12/13 xã, thị trấn được Ủy ban Dân tộc miền núi công nhận là xã vùng núi (trừ xã Tân Lập) và có 4 xã, thị trấn giáp biên giới Campuchia là An Nông, An Phú, Nhon Hưng và thị trấn Tịnh Biên.

Tịnh Biên có các đường bộ đi các nơi : Quốc lộ 91 nối xuyên qua Quốc lộ 2 của Campuchia, tỉnh lộ 948 đi từ Nhà Bàng – Tri Tôn, tỉnh lộ 55A đi từ thị trấn Tịnh Biên – Châu Đốc, đường N1 đi từ thị trấn Tịnh Biên – Hà Tiên.

Huyện Tịnh Biên có đường biên giới chung với Vương quốc Campuchia dài gần 20km nên có lợi thế và tiềm năng rất lớn để phát triển kinh tế cửa khẩu, du lịch thông qua cửa khẩu quốc tế Tịnh Biên và tuyến quốc lộ 91, quốc lộ N1 chạy ngang qua địa bàn.

Mạng lưới giao thông vận tải được coi là mạch máu của nền kinh tế quốc dân. Tịnh Biên có địa thế trọng yếu về giao thông thủy bộ, là đầu mối giao thông kết nối qua 2 tuyến quốc lộ 91 và quốc lộ N1, các tuyến nối từ nội địa ra biên giới, gắn

kết với các trung tâm lớn như thành phố Châu Đốc, thị xã Hà Tiên với Vương quốc Campuchia qua quốc lộ 2, cách thủ đô Phnômpenh 128 km, cách thành phố Long Xuyên 71 km, cách thành phố Châu Đốc 17 km, cách thị xã Hà Tiên 60 km (đường bộ và đường thủy). Đây là cửa ngõ giao thông thuận lợi cho cả vùng đồng bằng sông Cửu Long để tiếp cận thị trường Vương quốc Campuchia và các nước trong khu vực. Nhìn chung, mạng lưới giao thông trong vùng cần có sự đầu tư, quan tâm nâng cấp, tạo sự thông thoáng cho hoạt động di chuyển của du khách đến các tuyến, địa điểm du lịch trong vùng.

### **2.2. Thực trạng phát triển du lịch huyện Tịnh Biên**

#### **2.2.1. Kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch**

Bên cạnh đó con đường huyết mạch về du lịch Đường tỉnh lộ 948 cũng được triển khai bồi thường mở rộng và chuẩn bị triển khai thi công, từ đó tạo sự liên kết giữa các khu, điểm du lịch gắn kết với nhau.

Hiện nay Công ty cổ phần Sao Mai vào đầu tư khai thác 159ha/845ha với tổng kinh phí 19,1 tỷ đồng, khu vực Rừng tràm Trà sư. Khu du lịch sinh thái Sao Mai Trà Sư đang khai thác và đưa vào hoạt động phục vụ khách du lịch mùa nước nổi lượng khách tăng so với cùng kỳ năm trước. Khu du lịch sinh thái Thành đô An Giang hiện đang đầu tư khai thác với quy mô diện tích 159.9 ha, do công ty TNHH một thành viên Thành Đô An Giang làm chủ đầu tư.

Cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch ở Tịnh Biên đã và đang phát triển, tính đến năm 2018 Tịnh Biên có khoảng 144 cơ sở lưu trú và chỉ có 1 Resort Sang Như Ngọc được xếp vào loại sao.

#### **2.2.2. Thực trạng khách du lịch trong nước và ngoài nước**

Trong những năm qua, hoạt động du lịch ở Tịnh Biên có những chuyển biến tích cực, góp phần thu hút ngày càng nhiều khách du lịch trong và ngoài nước. Nhìn chung, tổng lượng khách du lịch đến Tịnh Biên tăng khá nhanh, tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2015 – 2018 tăng 6,04%/năm, trong đó khách nội địa tăng 5,97%/năm, khách quốc tế tăng

24,14%/năm (xem Bảng 1)

**Bảng 1 : Khách du lịch đến Tỉnh Biên**

*Đơn vị : Lượt người*

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Khách trong nước	2.931.764	3.591.254	3.730.404	3.414.338
Khách quốc tế	10.245	14.432	19.594	18.770
Tổng số	2.942.009	3.605.686	3.749.998	3.433.108

Mặc dù lượng khách du lịch đến Tỉnh Biên tăng đáng kể, nhưng chủ yếu vẫn là khách nội địa đến từ Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long. Khách quốc tế còn chiếm tỉ lệ thấp (dưới 10%) và có xu hướng giảm do tốc độ tăng chậm hơn so với khách nội địa (năm 2015 đạt 0,35% nhưng năm 2018 tuy có tăng nhưng cũng chỉ gần 0,55%).

### **2.2.3. Thực trạng về hoạt động của dịch vụ du lịch và du khách**

Theo thống kê năm 2016, hiện có 32 khách sạn với 384 phòng, 53 nhà trọ với 735 phòng. Trục Quốc lộ 91 phát triển dịch vụ phục vụ du khách : Nhà Bàng có 7 cơ sở, An Phú có 21 cơ sở, thị trấn Tịnh Biên có 22 cơ sở kinh doanh ăn uống, xã Nhơn Hưng 2 cơ sở. Năm 2018, chợ Biên giới Tịnh Biên thu hút một lượng khách đến mua sắm tuy giảm 42,6% so với cùng kỳ năm 2017 nhưng doanh thu chỉ giảm 9,9% (doanh thu năm 2017 đạt khoảng 136 tỷ đồng, năm 2018 đạt khoảng 123 tỷ đồng).

Tuyến du lịch quan trọng của Tịnh Biên kết nối khoảng 5 điểm du lịch chính là Miếu Bà Bàu Mướp – Khu du lịch Núi Két – Rừng Tràm Trà Sư – Khu du lịch Núi Cấm – Chợ Biên giới Tịnh Biên. Trong đó, nổi bật là Núi Cấm trong những

năm gần đây, lượng khách du lịch đến Núi Cấm tăng dần nhưng chủ yếu là khách du lịch nội địa (khách ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long và Đông Nam Bộ) và một lượng khách quốc tế tuy nhỏ nhưng không kém phần quan trọng. Nhìn chung, thời gian lưu trú của khách du lịch không đáng kể. Lượng khách du lịch của huyện phần lớn gắn liền với các lễ hội và chủ yếu là các tour du lịch trong ngày hay chỉ là điểm dừng chân tham quan mua sắm...

### **2.2.4. Kết quả kinh doanh du lịch**

Cùng với sự gia tăng lượng khách, hoạt động kinh doanh du lịch của huyện Tịnh Biên cũng đạt được những kết quả đáng kể. Doanh thu từ du lịch của Tịnh Biên tăng mạnh nhưng không đồng đều giữa các điểm du lịch. Trong năm 2018, doanh thu du lịch Tịnh Biên đạt khoảng 344 tỷ đồng, tăng 4,2% so với cùng kỳ năm 2017.

Từ kết quả doanh thu bảng 2 cho thấy doanh thu từ phục vụ mua sắm tại chợ Biên giới Tịnh Biên và miếu Bà Bàu Mướp là đạt doanh thu cao nhất, doanh thu từ các điểm du lịch còn lại còn chiếm tỉ trọng thấp và hiệu quả không cao. Cho thấy tiềm năng còn nhiều nhưng chưa có sự đầu tư thỏa đáng.

**Bảng 2 : Doanh thu du lịch các điểm du lịch của Tịnh Biên**

<b>Các khu, điểm tham quan du lịch Tịnh Biên</b>	<b>DOANH THU (ngàn đồng)</b>			
	<b>Năm 2016</b>	<b>Năm 2017</b>	<b>Năm 2018</b>	<b>6 tháng đầu năm 2019</b>
BQL Khu du lịch núi Cấm	14.000.000	16.648.587	13.522.984	7.904.580
Cáp treo núi Cấm	55.777.310	62.627.340	73.015.060	46.709.432
Miếu Bà Bàu Mướp	51.413.020	105.443.410	123.563.130	89.520.660
Rừng Tràm Trà Sư	4.217.490	8.196.672	10.102.581	9.046.309
Khu du lịch núi Két	718.815	826.925	954.425	545.450
Chợ Biên Giới Tịnh Biên	145.571.000	136.183.000	122.669.000	58.213.000



### 2.2.5. Những hạn chế, khó khăn

Mặc dù đã đạt được những kết quả đáng kể, nhưng sự phát triển du lịch Tịnh Biên cũng còn nhiều khó khăn, hạn chế và đang đặt ra không ít vấn đề cần giải quyết.

Hệ thống giao thông, cơ sở hạ tầng, các dịch vụ phục vụ du lịch chưa đáp ứng nhu cầu và hấp dẫn khách du lịch, mời gọi đầu tư phát triển du lịch. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật ở các khu, điểm du lịch khá cao nhưng vẫn chưa mang lại như mong đợi còn nhiều hạn chế.

Việc tổ chức các hoạt động du lịch vẫn còn khiêm tốn, kém hiệu quả chưa tạo được sự hỗ trợ mạnh cho phát triển du lịch. Còn “tư duy” làm du lịch theo thời vụ, chỉ tập trung vào dịp mùa vía Bà (mùa xuân) và mùa nước nổi (mùa thu).

Lượng khách chưa nhiều so với tiềm năng, chủ yếu khách vùng lân cận, hằng năm dịch vụ du lịch thu hút khoảng 4 triệu lượt khách tham quan và mua sắm. Đặc biệt, trong những năm gần đây lượng khách du lịch đến Bảy Núi cũng tăng dần nhưng chủ yếu là khách du lịch nội địa.

Chưa có nhiều sản phẩm du lịch đặc trưng, sản phẩm du lịch là một nguồn thu quan trọng trong hoạt động du lịch. Thực tế, các sản phẩm du lịch của vùng vẫn chưa đa dạng, phong phú, chưa có nhiều cửa hàng bán đồ lưu niệm.

Công tác bảo vệ môi trường chưa được chú trọng, ở những khu vực dân cư tập trung đông như chợ trung tâm xã, thị tứ, khu dân cư tập trung, thị trấn.

Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu, vừa yếu không chỉ tính ở huyện mà cả tỉnh An Giang, thậm chí cả nước.

Các công trình đã nghiên cứu về phát triển du lịch của huyện như Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch theo từng giai đoạn và một số công trình nghiên cứu khác có liên quan đến phát triển du lịch của vùng chưa đi sâu vào nghiên cứu một cách hệ thống, chưa khảo sát, đánh giá một cách đầy đủ về thực trạng du lịch của vùng.

Việc kết nối tuyến du lịch liên hoàn giữa các vùng lân cận còn hạn chế, khách du lịch đến với vùng chủ yếu là khách nội địa, du lịch tín ngưỡng tâm linh, chỉ dừng

lại ở việc lễ bái, vãng cảnh, thời gian lưu trú không đáng kể.

Công tác quản lý nhà nước về du lịch còn nhiều bất cập, chồng chéo, nhiều vướng mắc vẫn chưa được giải quyết thỏa đáng, các doanh nghiệp chưa sẵn sàng tham gia các dịch vụ du lịch.

Ngoài ra, hoạt động du lịch chưa chuyên nghiệp, bên cạnh đó chương trình quảng bá chủ yếu là trong nước, không có quảng cáo ở nước ngoài. Hành lang pháp lý của ngành du lịch chưa hoàn thiện. Nhìn chung, nhiều loại hình du lịch ở đây chưa được đầu tư khai thác một cách bài bản và đồng bộ nên chưa phát huy được hiệu quả. Hoạt động du lịch ở đây còn tự phát và tiềm ẩn nhiều nguy cơ : mất an toàn, môi trường bị suy thoái...

### 2.3. Các giải pháp phát triển du lịch huyện Tịnh Biên

#### 2.3.1. Nhóm các giải pháp thu hút khách du lịch

*Sự đặc biệt không gian sống của cư dân :* Không gian sống của cư dân địa phương quyết định sự “ở lại” hay “đi qua” của khách du lịch, vì những cảm nhận ban đầu về không gian sống của cư dân sẽ gợi ý khách du lịch tiếp tục khám phá những tiềm ẩn

*Đa dạng hóa sản phẩm du lịch :* Thiết kế đa dạng sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu cho khách du lịch. *Chương trình du lịch giữ chân khách hàng :* Gợi ý cho khách hàng nhiều lựa chọn khi đến Bảy Núi tham quan, có thể kết hợp việc nghỉ dưỡng dài ngày, khách tham quan đến Bảy Núi có thể tham quan nhiều địa điểm khác nhau trong nhiều ngày với nhiều chương trình khác nhau.

*Tạo ra sản phẩm du lịch mới gắn liền với điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng :* Lợi thế của vùng vừa có núi, rừng, đồng bằng, đây là điều kiện thuận lợi để phát triển nhiều loại hình dịch vụ. *Khắc phục tình thời vụ, thay đổi tư duy làm du lịch :* Chỉ cần làm một mùa rồi nghỉ ăn một năm, chỉ cần một chỗ làm trung tâm là đủ, cần nghiên cứu quy hoạch tổng thể để tạo các loại hình du lịch đan xen nhau (du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, du lịch khám phá). *Hoạt động du lịch gắn liền với việc bảo vệ môi trường :* Môi trường tự nhiên

là điều kiện tiên quyết cho việc thu hút khách tham quan đến với mỗi địa phương.

### **2.3.2. Nhóm các giải pháp nâng cao hình ảnh địa phương**

*Khảo sát lại hiện trạng quản lý và kinh doanh dịch vụ du lịch :* Phải khảo sát đánh giá lại hiện trạng kinh doanh dịch vụ du lịch của các đơn vị hiện tại, từ đó thấy được những ưu điểm cũng như những bất cập trong hoạt động khai thác.

*Quảng bá hình ảnh địa phương :* Tận dụng lợi thế công nghệ thông tin quảng bá hình ảnh đến công chúng, theo đó những hình ảnh về điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên của vùng phải được truyền tải đến công chúng thông qua phương tiện internet, báo chí, các phóng sự.

*Tổ chức mạng lưới giao thông thuận tiện :* Mạng lưới giao thông thuận tiện là kênh đưa khách du lịch đến với Bảy Núi một cách dễ dàng nhất.

### **2.3.3. Nhóm các giải pháp đầu tư xây dựng hạ tầng và cơ sở vật chất**

Kêu gọi đầu tư của các thành phần kinh tế nhằm khai thác và phát triển hệ thống khách sạn, công trình dịch vụ du lịch đã được quy hoạch tại các tuyến điểm du lịch; đầu tư mở rộng các loại hình vui chơi giải trí hiện tại và xây dựng các điểm mới.

Khuyến khích và có chính sách cơ chế thông thoáng cho các tổ chức, cá nhân khi đầu tư vào du lịch của vùng; chủ động bố trí ngân sách

### **2.3.4. Nhóm các giải pháp về quản lý hoạt động du lịch**

Chính sách thu hút đầu tư kinh doanh dịch vụ du lịch : UBND cấp tỉnh xây dựng chính sách phát triển du lịch phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội địa phương.

*Nâng cao vai trò quản lý của cơ quan nhà nước về du lịch, kinh tế hạ tầng :* Địa phương phải có những cán bộ chuyên trách quản lý hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch.

Với địa hình bán sơn địa khá phức tạp, vừa có đồi núi vừa có đồng bằng, mang sắc thái đặc biệt, vùng Bảy Núi hoàn toàn có được thế mạnh trong việc phát triển du lịch bền vững, tạo việc làm cho người dân địa phương.

### **2.3.5. Nhóm các giải pháp về đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho hoạt động du lịch**

Đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động kinh doanh du lịch : Yếu tố con người là quyết định trong mọi lĩnh vực, đặc biệt đối với du lịch. Trước hết cần phải nâng cao chất lượng đào tạo của các trường đào tạo nguồn nhân lực du lịch.

Tổ chức đào tạo nghiệp vụ cho cư dân : Để có nguồn nhân lực tại chỗ, địa phương cần phối hợp với cơ sở đào tạo nghiệp vụ, tổ chức các buổi tập huấn cho cư dân địa phương trực tiếp tham gia vào chuỗi hoạt động phục vụ khách du lịch.

## **3. Kết luận**

Huyện Tịnh Biên là một đơn vị hành chính có tiềm năng du lịch dồi dào của tỉnh An Giang với hệ thống đồi núi nằm trong dãy Thất Sơn, sự hình thành và phát triển khu kinh tế cửa khẩu và tiềm năng phát triển du lịch tâm linh, du lịch sinh thái từ khu du lịch núi Cấm, rừng trà Trà Sư,... kết hợp với đặc trưng địa hình đồi núi thấp, khí hậu ôn hòa, mát mẻ, cảnh quan đẹp và các công trình, lễ hội tôn giáo.

Hiện nay xã hội đang ngày càng phát triển, nhu cầu vui chơi, giải trí và nghỉ dưỡng của người dân ngày càng được nâng cao. Do đó, muốn thu hút được du khách đến tham quan, làm du lịch huyện Tịnh Biên ngày càng phát triển chúng ta cần có những quy hoạch, phương án phát triển cụ thể, nâng cấp các dịch vụ phục vụ trong du lịch, hoàn thiện các dịch vụ hiện có tại các khu điểm du lịch nhằm làm hài lòng du khách đến tham quan.



## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Bộ Chính trị, 2017, *"Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn"*, Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16-01-2017.
2. Chi Cục Thống kê huyện Tịnh Biên - Niên giám thống kê năm 2017.
3. Cục Thống kê tỉnh An Giang - Niên giám thống kê năm 2017.
4. Hồ Viết Chiến, 2016, *"Phát triển dịch vụ du lịch biển và tâm linh ở Bà Rịa – Vũng Tàu"* Tạp chí Kinh tế & Dự báo (05).
5. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch An Giang, *"Báo cáo Kết quả hoạt động du lịch năm 2017 và Phương hướng nhiệm vụ năm 2018"*.
6. Th.s Bùi Duy Hoàng, 2016, *"Chiến lược phát triển du lịch huyện Tịnh Biên"*, Hội thảo khoa học – Tịnh Biên ngày 08 tháng 10 năm 2016.
7. Thủ tướng Chính phủ, 2011, *"Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030"*, Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30 tháng 12 năm 2011, Hà Nội.
8. Thủ tướng Chính phủ, 2013, *"Quy hoạch tổng thể phát triển khu du lịch quốc gia tỉnh An Giang đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030"*, Quyết định số 2098/QĐ-TTg ngày 27 tháng 12 năm 2017, Hà Nội.
9. Trung tâm hạ tầng kỹ thuật huyện Tịnh Biên, *"Báo cáo Sơ kết 02 năm triển khai Chương trình hành động số 59/CTr-UBND ngày 13/02/2017 về phát triển hạ tầng du lịch tỉnh An Giang"*.
10. TS.Vòng Thành Nam, 2019, *"Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở Kiên Giang"*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 3 (490) tháng 3/2019, trang 65 – 72.
11. UBND tỉnh An Giang, 2011, *"Đẩy mạnh phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020"*, kế hoạch số 03/KH-UBND ngày 20/01/2014.
12. UBND tỉnh An Giang, 2014, *"Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030"*, Quyết định số 1008/QĐ-UBND ngày 01/7/2014.
13. UBND tỉnh An Giang, 2017, *"Phát triển hạ tầng giao thông và vận tải trong phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2017-2020 trên địa bàn tỉnh"*, kế hoạch số 397/KH-UBND ngày 5/7/2017.

