

GIẢI PHÁP KHAI THÁC CÁC SẢN VẬT ĐỊA PHƯƠNG TỈNH AN GIANG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

• Lê Văn Hiệu^(*), Dương Thanh Xuân^(**)

Tóm tắt

Từ nhiều năm qua, việc phát triển du lịch gắn với các vùng sản vật địa phương đã được triển khai và nhân rộng ở nhiều địa phương trên cả nước, nhất là ở một số tỉnh, thành thuộc vùng Đồng bằng sông Cửu Long. An Giang là một trong những tỉnh có nhiều sản vật địa phương độc đáo, điển hình, góp phần làm đa dạng sản phẩm du lịch cho tỉnh nói riêng và vùng Đồng bằng sông Cửu Long nói chung. Tuy nhiên, thời gian qua, ngành du lịch của An Giang chưa khai thác có chất lượng và hiệu quả các sản vật địa phương này. Do đó, mục đích chính của nghiên cứu là đánh giá tiềm năng và đề xuất những giải pháp nhằm góp phần khai thác hiệu quả các sản vật địa phương phục vụ phát triển du lịch của tỉnh An Giang.

Từ khóa: Sản vật địa phương, du lịch, tiềm năng, giải pháp.

1. Đặt vấn đề

Là một trong những tỉnh thành của vùng Đồng bằng sông Cửu Long, An Giang có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch với lợi thế là có nhiều điểm du lịch nổi tiếng, nhiều loại hình du lịch. Trong những năm qua, An Giang đã tập trung khai thác được nhiều tiềm năng, thế mạnh của địa phương nên ngành du lịch của tỉnh đã có sự tăng trưởng ấn tượng cả về doanh thu lẫn lượng khách tham quan.

Bên cạnh đó, An Giang cũng là một trong những tỉnh, thành có nguồn sản vật phong phú, dồi dào, được thiên nhiên ưu đãi và ban tặng. Các loại sản vật địa phương của An Giang giữ vai trò vô cùng quan trọng trong đời sống cộng đồng địa phương và có sự đóng góp không nhỏ trong vấn đề phát triển du lịch của tỉnh. Nguồn sản vật này làm đa dạng thêm hệ thống sản phẩm du lịch, tạo nên thương hiệu và tên tuổi của riêng đất An Giang trong lòng du khách. Với tiềm năng về sản vật địa phương dồi dào, nhưng trong thời gian qua, An Giang chưa khai thác hiệu quả thế mạnh của mình, chưa đưa nguồn sản vật địa phương thật sự trở thành sản phẩm du lịch độc đáo của tỉnh. Cho nên vấn đề đặt ra cho ngành du lịch của tỉnh An Giang là đưa ra các giải pháp để khai thác hiệu quả các sản vật địa phương, vừa góp phần phát triển kinh tế cho người dân, vừa làm đa dạng hóa sản phẩm cho ngành du lịch.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Thu thập và xử lý tài liệu thứ cấp

Nghiên cứu đã tổng hợp nguồn tài liệu thứ cấp có liên quan đến vấn đề nghiên cứu là các sản vật địa phương của An Giang hiện nay trong phát triển du lịch. Các dữ liệu này về cơ bản có giá trị để chúng tôi tham khảo trước khi tiến hành khảo sát thực tế tìm dữ liệu sơ cấp. Áp dụng phương pháp này để thu thập và chọn lọc những tài liệu, sách báo, thông tin... đến du lịch của tỉnh An Giang và đặc biệt là những nội dung về sản vật địa phương tại địa bàn tỉnh An Giang. Thông qua các mạng thông tin, kênh truyền hình đáng tin cậy để thu thập, tham khảo thêm các thông tin khác với nhiều góc độ. Sau đó sắp xếp, xử lý tài liệu theo một cách có hệ thống, phân tích các nội dung có chọn lọc và phù hợp với nghiên cứu.

2.2. Thu thập và xử lý dữ liệu sơ cấp

Việc tổng hợp dữ liệu thứ cấp là cần thiết nhưng để việc nghiên cứu nguồn sản vật địa phương của An Giang trong phát triển du lịch có hiệu quả và có tính thực tiễn, thì việc sử dụng nguồn dữ liệu sơ cấp là một bước bắt buộc phải thực hiện.

Khảo sát thực địa là một trong những phương pháp quan trọng trong nghiên cứu hoạt động du lịch. Thông qua quá trình khảo sát tại các điểm du lịch như: Khu du lịch núi Cẩm ở Tịnh Biên, Khu du lịch núi Sam ở Châu Đốc, làng nghề dệt thổ cẩm Châu Giang, làng nghề làm mắm ở Châu Đốc, làng nghề làm đường thốt nốt... Phương pháp này giúp chúng ta có những thông tin thực tế về vấn đề khai thác các sản vật trong phát triển du lịch tại tỉnh An Giang để đối chiếu, bổ sung các thông tin

^(*) Trường Đại học Cần Thơ.

^(**) Trường Đại học Tây Đô.

mà phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp không cung cấp được hoặc cung cấp chưa chính xác. Đồng thời, nhờ vào phương pháp này chúng ta có thể nhận thức rõ hơn về giá trị của nguồn tài nguyên, sự đa dạng của sản vật tại tỉnh An Giang để đề xuất những giải pháp hợp lý cho việc khai thác các sản vật này phục vụ phát triển du lịch.

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Khái quát chung về các sản vật địa phương của An Giang có giá trị trong phát triển du lịch

3.1.1. Các loại sản vật từ thực phẩm

a. Các sản vật từ cá, khô, mắm

Các loại cá: An Giang nổi tiếng bốn “đanh ngư”, đó là cá hô, cá bông lau, cá linh và cá tra. Bởi vì phần lớn những món ngon tại các nhà hàng, quán ăn phục vụ khách du lịch của vùng đất này đều được chế biến từ thịt cá tươi xanh của 4 loại cá này. Đa số khách du lịch đến An Giang đều xem các loại cá này là đặc sản quý hiếm, món ngon hấp dẫn mà từ lâu ít người biết đến hương vị ngọt ngào của chúng. Các loại cá này chế biến được nhiều món ăn độc đáo.

Các loại khô: An Giang được xem là nơi sản xuất cá khô nổi tiếng ở Đồng bằng sông Cửu Long như khô cá tra phòng, khô cá sặc bổi, khô cá lóc, khô rắn, khô bò, khô nhái... mỗi năm có thể cung cấp cho thị trường và xuất khẩu hàng trăm tấn khô các loại.

An Giang ngoài được biết đến với những loại khô hấp dẫn trên thì vùng đất này luôn luôn có một nguồn thủy sản dồi dào và trong tương lai khả năng sẽ còn xuất hiện nhiều loại cá, loại khô với vị ngon đặc sắc khác, phục vụ làm đa dạng hơn cho sản phẩm du lịch của An Giang.



Hình 1. Khô nhái
Ảnh: Lê Văn Hiệu



Hình 2. Mắm cá linh
Ảnh: Lê Văn Hiệu

Các loại mắm: Châu Đốc nói riêng và An Giang nói chung được gọi là vương quốc mắm, không phải chỉ bởi làng nghề đã được hình thành từ khá lâu đời, mà còn bởi đây là nơi sản xuất các loại mắm cá hàng đầu ở miền Nam với số lượng thành phẩm hàng trăm ngàn tấn mỗi năm. Hiện nay, ở Châu Đốc có khoảng 30 loại mắm được bày bán trên các quầy. Nhìn những chậu mắm vàng ươm có hình dáng như những ngọn núi nên nhiều người gọi vui là những “núi” mắm miền Tây. Hầu như các loại cá nước ngọt có mặt ở miền Tây đều là nguyên liệu chính để tạo thành chợ mắm đặc trưng này, chẳng hạn các loại cá như cá lóc, cá trèn, cá sặc, cá chốt, cá linh, cá rô, mè vinh... Đây là những sản phẩm rất được khách du lịch ưa chuộng mua làm quà cho gia đình và người thân.



Hình 3. Trái thốt nốt
Ảnh: Lê Văn Hiệu

b. Các loại cây ăn trái

Trên địa bàn tỉnh An Giang, vùng Bảy Núi là nơi được biết đến đầu tiên bởi đây là khu vực

trồng nhiều cây thốt nốt, tập trung nhiều ở các xã Núi Tô, Ô Lâm, An Tức, An Cư, An Hảo, Văn Giáo. Đây là một loại cây có giá trị kinh tế khá cao. Vài năm qua, cây thốt nốt giúp cho nhiều gia đình đã thoát nghèo, khá lên và giải quyết công ăn việc làm cho hàng ngàn lao động bằng cách khai thác và chế biến đường thốt nốt. Ngoài ra, An Giang còn có rất nhiều loại trái cây như bơ, hồng quân, xoài thanh ca bản địa, măng cầu, quýt hồng... Đây cũng là một trong những sản vật rất nổi tiếng của An Giang được khách du lịch gần xa ưa chuộng.

c. Một số thực phẩm khác

An Giang được biết đến là nơi có nhiều dân tộc cư trú như: Chăm, Khmer, Hoa, Kinh... với những nền văn hóa đa dạng. Vì thế mà những món ăn nơi đây rất đa dạng và phong phú như cốm dẹp, bánh hẹ Tân Châu; các món chè được làm từ nguyên liệu của trái thốt nốt; hay đặc sản của người Chăm là món tung lò mò, cơm nị...; trong các loại rau thì nổi bật là sấu đầu, bông điên điển, lá vang...

Đối với một số người dân vùng Bảy Núi, bọ rầy và bò cạp được xem là món ăn hảo hạng và trở thành nguồn cảm hứng ẩm thực của nhiều quán ăn. Hiện nay, khách du lịch đến Bảy Núi có thể thưởng thức hoặc mua bọ rầy và bò cạp về từ loại đã chế biến sẵn cho đến còn sống. Có thể nói, bọ rầy và bò cạp là những đặc sản có một không hai không chỉ ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long mà cả ở Việt Nam.

3.1.2. Các loại sản vật từ làng nghề truyền thống

An Giang là tỉnh có nhiều làng nghề truyền thống, các cơ sở thủ công mỹ nghệ, đặc sản, ngoài nghề làm đường thốt nốt và các loại khô, mắm... thì các nghề như dệt thổ cẩm, tranh thêu tay, mộc... cũng khá nổi tiếng. Đây là tiềm năng, lợi thế của tỉnh trong việc gắn kết làng nghề với phát triển du lịch, tạo sự hấp dẫn với du khách, nhất là du khách nước ngoài, bởi những giá trị văn hóa lâu đời và cách sáng tạo sản phẩm thủ công đặc trưng của địa phương.

Trong giai đoạn du lịch tỉnh An Giang ngày càng đổi mới và phát triển như hiện nay, các sản phẩm dệt của người Chăm ở An Giang cũng đã vượt ranh giới địa phương để đi khắp nơi trong nước,

thậm chí ra tận nước ngoài và được rất nhiều du khách yêu thích.

Ngoài ra, một số làng nghề khác của tỉnh như: làng nghề chằm nón Hòa Bình, làng nghề tranh lá thốt nốt, đan đất Long Giang, mộc Mỹ Luông... các sản phẩm từ các làng nghề làm ra đều rất đa dạng, làm phong phú thêm danh sách các món quà tặng cần mua khi du khách đến An Giang.

3.1.3. Đánh giá tình hình khai thác các sản vật địa phương của An Giang trong phát triển du lịch

Nhìn chung, các sản vật địa phương của An Giang hiện nay càng được nhiều du khách biết đến và từng bước trở thành sản phẩm du lịch độc đáo của An Giang. Tuy nhiên, vấn đề khai thác các sản vật địa phương của An Giang còn gặp một số khó khăn sau:

- Một số sản vật địa phương An Giang chủ yếu phát triển theo mùa vụ, thu nhập hàng năm của người dân cũng cao thấp theo mùa. Nguồn nguyên liệu cho quá trình sản xuất và thành phẩm không đủ, từ đó không phục vụ đầy đủ cho khách du lịch đến tham quan và hành hương tại An Giang.

- Do nhu cầu mua sắm ngày càng đa dạng trong thời đại dịch vụ du lịch phát triển, nên các mặt hàng, sản phẩm của An Giang bị so sánh và cạnh tranh với các mặt hàng của các địa phương khác. Sức tiêu thụ các sản phẩm đặc sản địa phương cũng sẽ giảm hơn ít nhiều so với mặt hàng nổi bật và được ưa chuộng độc quyền.

- Sản phẩm của một số làng nghề chưa đa dạng, một số cơ sở làng nghề còn bán hàng của Trung Quốc hay Campuchia.

- Một số sản vật địa phương của An Giang vẫn chưa tìm được thị trường quảng bá thích hợp nhất.

- Chưa có sự gắn kết, phối hợp chặt chẽ giữa người dân địa phương với ngành du lịch.

- Công tác vệ sinh an toàn thực phẩm chưa thật sự đảm bảo.

3.2. Giải pháp khai thác các sản vật địa phương của An Giang phục vụ phát triển du lịch

3.2.1. Đối với các loại sản vật từ cá, khô, mắm

Tiến hành quảng bá hình ảnh các món ăn ngon từ cá như bún cá, canh chua cá bông lau, lẩu bông

diên điển cá linh non, cá kha tộ, cá leo nướng muối ớt... và các loại khô, mắm trên các phương tiện truyền thông, các trang mạng trong và ngoài nước thông qua một số chương trình quảng bá ẩm thực ví dụ như ẩm thực Nam Bộ, ẩm thực ba miền... Đưa các loại cá, khô, mắm này vào các chương trình ẩm thực, hướng dẫn nấu ăn phổ biến hàng tuần ví dụ như: Vào bếp cùng khán giả, Góc ẩm thực cuối tuần...

Tổ chức các chương trình, hoạt động giới thiệu chất lượng, hương vị đặc sắc của các loài cá, khô, mắm chỉ có ở địa phương An Giang đến các nhà hàng, quán ăn có quy mô lớn trên địa bàn tỉnh và các tỉnh thành khác.

Bên cạnh đó, việc kiểm tra an toàn vệ sinh thực phẩm ở các cơ sở sản xuất mắm, khô trên địa bàn tỉnh An Giang luôn luôn được quan tâm, nghiêm cấm sử dụng các loại hóa chất vào sản xuất các loại sản phẩm khô, mắm. Đảm bảo tạo uy tín hàng đầu về chất lượng an toàn thực phẩm cho du khách.

Kết hợp với các tour du lịch, đưa khách đến tham quan các hộ gia đình, làng nghề làm mắm tại Châu Đốc và làm khô cổ truyền ở huyện Tịnh Biên, huyện An Phú, thành phố Châu Đốc... vừa cung cấp thông tin về quy trình làm ra sản phẩm, vừa đáp ứng nhu cầu mua sản vật địa phương tại điểm, tạo sự thú vị cho du khách.

3.2.2. Đối với các loại cây ăn trái

Nên áp dụng mức giá hợp lý khi bán trái cho khách du lịch, không chặt chém giá cả, đặc biệt là vào mùa trọng điểm. Song song đó, cần đưa ra sự so sánh và minh chứng cụ thể thông qua các bài báo, các trang web và chương trình ký sự về vị ngon và chất lượng vượt trội của các loại trái cây núi như xoài thanh ca, bơ, măng cầu, thốt nốt... so với các loại hoa, quả khác. Cũng giống các loại sản vật từ cá, khô, mắm, các loại cây ăn trái vùng Bảy Núi cũng nên đưa vào phần quảng bá các chương trình du lịch của tỉnh trong các tour như Du lịch Cần Thơ - Hà Tiên - Châu Đốc - Viếng Bà Chúa Xứ; Du lịch miền Tây - An Giang mùa nước nổi, du lịch khám phá miền Tây - vùng Tứ giác Long Xuyên trong 4 ngày... nhằm giới thiệu và thu hút khách đến tham quan và thưởng thức trực tiếp tại địa phương trồng các loại cây này.

Nghiêm cấm và xử phạt các trường hợp sử dụng hóa chất, chất độc hại, chất kích thích tăng trưởng cho các loại trái cây địa phương, gây ảnh hưởng cho sức khỏe của khách du lịch.

Quảng bá sắc nét và sinh động hình ảnh, hương thơm và vị ngọt thanh của các loại cây ăn trái, sự bạt ngàn, trĩu quả và xanh mát các vườn cây. Quá trình canh tác truyền thống của người dân địa phương... thông qua các tạp chí, đài truyền hình và các chương trình như Ký ức Miền Tây, Nhịp sống đồng bằng...

Xây dựng thêm các quầy bán trái cây của tỉnh tại các trạm dừng chân và các điểm du lịch như núi Sam, núi Cấm... Áp dụng sự tiến bộ của khoa học công nghệ trong trồng trọt, làm bông trái vụ. Đáp ứng sản lượng cây ăn trái trong các mùa du lịch trọng điểm.

Kết hợp với các loại hình du lịch sinh thái, tâm linh... để kinh doanh các loại cây ăn trái. Ví dụ: liên kết với các công ty du lịch đưa khách đến tham quan An Giang và hành hương vào lễ hội vía Bà Chúa Xứ, các tour du lịch sinh thái đến An Giang cùng với hoạt động tham quan vườn quýt, xoài, thốt nốt,... của vùng Bảy Núi sau đó. Người dân địa phương và bộ phận hướng dẫn cần nắm vững nguồn gốc và đặc điểm hình thành, mùa vụ của các loại cây trái, hướng đến giới thiệu cho du khách, tạo được sự thích thú trong lòng du khách khi tham quan vùng đất An Giang.

3.2.3. Đối với các loại gạo, bánh

Tăng cường xây dựng các trạm dừng chân và đưa vào quảng bá kinh doanh các loại gạo, bánh truyền thống như gạo đỏ Tân Châu, xôi phồng Chợ Mới, bánh bò thốt nốt, bánh phu thê, bánh phồng Phú Mỹ, cốm dẹp... Mặt khác, cần phân đầu quảng bá và đưa các loại bánh giới thiệu đến các đối tượng khách du lịch quốc tế.

Giữ vững hương vị các loại bánh, gạo; thay đổi mẫu mã cùng cách đóng gói sao cho đẹp mắt trong từng sản phẩm. Vệ sinh an toàn thực phẩm luôn được đề lên hàng đầu.

Tổ chức và tham gia các chương trình Festival lúa gạo, bánh Nam Bộ, kết hợp đưa vào quảng bá các sản vật khác của tỉnh. Giới thiệu các loại gạo, bánh là sản vật của vùng đất An Giang thông qua

các chương trình văn hóa ẩm thực Nam Bộ trên các kênh truyền hình, các chương trình phát triển du lịch.

Kết hợp với các tour du lịch thích hợp trong tỉnh, xây dựng và mở rộng quy mô làng nghề làm các loại bánh như bánh phồng cá linh, xôi phồng Chợ Mới hay bánh bò thốt nốt, thu hút du khách đến với các tour du lịch này.

3.2.4. Đối với một số thực phẩm khác

Tiến hành quảng bá cụ thể các món ăn sử dụng hai loại nguyên liệu này như canh chua lá vang, cá bông lau nấu lá vang, gỏi sầu đầu, canh chua bông điên điển... trong các thực đơn, nhằm quảng bá vị ngon đặc biệt của lá sầu đầu, lá vang, bông điên điển - sản vật của An Giang. Giới thiệu đến các nhà hàng, quán ăn khác trong cả nước về các món ăn ngon, sáng tạo, được làm từ các loại lá rau này.

Chỉ ra những công dụng, vị thuốc hết sức hữu ích của lá sầu đầu và lá vang cho sức khỏe người thưởng thức. Đồng thời, đưa ra những quy định cụ thể, nâng cao ý thức của người dân trong khai thác có hiệu quả và hợp lý lượng lá non và lá có thể dùng được.

Với bò cạp Bảy Núi, cần mở rộng các khóa đào tạo kỹ thuật nuôi bò cạp, bộ rầy đến người dân. Đưa ra quy định khai thác hợp lý nguồn sản vật này. Sáng tạo nhiều hơn các món ăn bổ dưỡng từ hai loài sinh vật quý hiếm. Nghiên cứu kỹ, đảm bảo chất lượng và mẫu mã hài hòa để quảng bá các sản phẩm từ rượu thuốc bò cạp. Tạo nên thương hiệu riêng không có tỉnh thành nào có được. Giới thiệu sinh động các món ăn làm từ bò cạp, bộ rầy như bò cạp lăn bột chiên bơ, bò cạp chiên giòn, bộ gầy chiên giòn, bò cạp rang muối... đến các nhà hàng lớn với hình ảnh hấp dẫn, tạo ấn tượng và sự hứng thú thưởng thức trong lòng thực khách nội địa và quốc tế.

Đối với đường thốt nốt và tung lò mò: giữ vững hương vị thơm ngon cổ truyền vốn có. Tăng cường quảng bá nhiều hơn trên các trang mạng, phương tiện truyền thông. Đưa các sản phẩm vào hệ thống các quầy bán hàng du lịch tại các điểm dừng chân. Đưa ra các mức giá cả hợp lý.

Tham gia các sự kiện lớn về du lịch, các hội

chợ, khu triển lãm trưng bày trong các sự kiện phát triển du lịch của tỉnh và các tỉnh thành lân cận. Nghiên cứu và nắm bắt cơ hội đưa đường thốt nốt và tung lò mò đến thị trường khách du lịch nước ngoài.

Quảng bá các món chè, món bánh ngon làm từ đường thốt nốt như bánh bò thốt nốt, chè thốt nốt, chè đậu đen, đậu đỏ, đậu xanh, chè thốt nốt khoai lang... trong các thực đơn tráng miệng tại nhà hàng để phục vụ du khách. Quảng bá các món ăn hấp dẫn được chế biến từ tung lò mò, vị ngon của tung lò mò chiên hay nướng trên bếp than hồng ăn kèm với muối tiêu hoặc tương ớt. Hấp dẫn hơn là có thêm ngò tây, cà chua, rau sống và ăn chung với bún hoặc bánh mì, tạo sự hấp dẫn cho du khách.

Đảm bảo số lượng sản phẩm vào các mùa du lịch trọng điểm, mùa lễ hội lớn của tỉnh như lễ hội Vía Bà Chúa Xứ Núi Sam, lễ Đôn-ta, Lễ Chôl-chnăm-thmây của dân tộc Khmer huyện Tri Tôn, lễ hội văn hóa Búng Bình Thiên, tháng chay Ramadan, Tết Roya Haji của dân tộc Chăm... đây là thời điểm khách đến tham quan đông, là cơ hội đưa hình ảnh và chất lượng các sản vật địa phương đến gần với khách du lịch.

Kết hợp với các tour du lịch văn hóa, cộng đồng, tour tham quan làng nghề tại các địa phương để giới thiệu về quy trình sản xuất và tạo thành phẩm, hương vị các món ăn được làm từ tung lò mò hay đường thốt nốt của người Chăm và người Khmer.

3.2.5. Đối với các loại sản vật từ sản phẩm thủ công mỹ nghệ, hàng lưu niệm

Về cơ chế chính sách, UBND tỉnh An Giang cần ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ các cơ sở sản xuất, kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ, làm đồ lưu niệm, quà tặng. Về quy hoạch, cần hình thành và phát triển các vùng nguyên liệu để cung cấp nguyên liệu ổn định cho các cơ sở sản xuất mặt hàng thủ công mỹ nghệ; xây dựng các đề án sản xuất hàng lưu niệm và tiêu dùng phục vụ dân sinh, kinh tế và du lịch phù hợp tình hình thực tế... Đồng thời, quảng bá, giới thiệu sản phẩm thủ công mỹ nghệ phục vụ nhu cầu mua sắm của khách du lịch với các yêu cầu cụ thể về nâng cao uy tín, chất lượng sản phẩm thủ công

mỹ nghệ An Giang, xây dựng chính sách giá cạnh tranh, hoàn thiện hệ thống phân phối, quảng bá, giới thiệu sản phẩm.

UBND tỉnh An Giang cần có những chủ trương, chính sách mới trong phát triển các làng nghề, cơ sở sản xuất và bán hàng thủ công mỹ nghệ gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh nói chung, du lịch nói riêng. Đồng thời, cho phép đầu tư, chỉ đạo các ngành chức năng xây dựng phòng trưng bày các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của địa phương tại An Giang để giới thiệu, quảng bá và bán hàng cho khách du lịch...

Mở rộng hệ thống thông tin thị trường, giá cả cho các cơ sở, hộ gia đình sản xuất nhằm giúp họ nắm vững thông tin thị trường có liên quan đến sản xuất kinh doanh mẫu mã, kiểu dáng, loại sản phẩm có khả năng sẽ được du khách chấp nhận và ưa chuộng. Trên cơ sở đó người sản xuất có thể đưa ra được những chiến lược thay đổi mặt hàng, mẫu mã cho phù hợp với nhu cầu của du khách trên thị trường trong và ngoài nước.

Mặt khác, giới thiệu các sản phẩm qua các phương tiện thông tin đại chúng, mạng internet như các ấn phẩm về nghề, làng nghề truyền thống, phim ảnh truyền hình, quảng cáo,... để đưa các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, hàng lưu niệm của An Giang đến gần hơn với khách hàng.

Khuyến khích và tạo cơ hội để các cơ sở sản xuất kinh doanh tại các làng nghề truyền thống như làng mộc chợ Thủ, làng nghề dệt thổ cẩm Châu Giang... có thể mở các đại lý, cửa hàng, quầy hàng giới thiệu sản phẩm tại các điểm du lịch của tỉnh. Song song đó, cần đưa ra những quy định chặt chẽ trong công tác quản lý thị trường, chống hàng giả, trốn thuế, không lạm dụng để thu lợi nhuận quá cao làm mất ấn tượng tốt trong lòng du khách... để bảo vệ sự phát triển và uy tín của làng nghề truyền thống.

Kết hợp với các tour du lịch tại An Giang như Tour du lịch Châu Đốc - Long Xuyên trong 2 ngày 1 đêm, Tour du lịch Châu Đốc - Hà Tiên - Cần Thơ 4 ngày 3 đêm, Tour du lịch Châu Đốc - rừng tràm Trà Sư - Cần Thơ trong 3 ngày 2 đêm,... thu hút khách nước ngoài đến tham quan địa phương, tạo cơ hội cho các làng nghề tham gia xuất khẩu

tại chỗ. Vẻ đẹp của dân tộc, những nét văn hóa đặc sắc đều được thể hiện rõ trong các sản phẩm như thổ cẩm, lụa, mộc dân dụng và chạm trổ... nâng cao tay nghề thông qua việc phát triển mẫu mã mới, chất lượng sản phẩm sẽ tạo sự hứng thú và yêu thích cho du khách, đặc biệt là khách nước ngoài. Góp phần làm tăng sức mua của khách du lịch. Mở rộng các chương trình giới thiệu và quảng bá các sản phẩm của làng nghề An Giang đến tận tay du khách trong và ngoài nước như cung cấp thông tin về lịch sử, nguồn gốc của các sản phẩm, điều kiện tự nhiên và xã hội, các lễ hội của làng và địa phương có làng nghề truyền thống, tạo điều kiện cho du khách tự tay làm ra các sản phẩm theo ý thích của mình... với mục đích thu hút lượng khách hướng sự yêu thích đến các sản phẩm ngày càng nhiều.

Tiến hành mở rộng và xây dựng thêm các trạm dừng chân, mở các quầy hàng có mặt các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, hàng lưu niệm tiêu biểu của An Giang như thổ cẩm, sà rông, ví, túi xách, khăn choàng, các sản phẩm tinh xảo của làng mộc, móc khóa... về quảng bá và kinh doanh tại đây. Giá cả luôn luôn nằm ở mức hợp lý nhất. Đồng thời phải kết hợp đội ngũ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp, nắm đầy đủ thông tin và nguồn gốc các mặt hàng, thái độ kinh doanh thân thiện và hướng đến giới thiệu cụ thể cho du khách khi dừng chân mua sắm tại các điểm này.

4. Kết luận

Qua nghiên cứu, có thể đánh giá tiềm năng về các sản vật địa phương của tỉnh An Giang rất đa dạng, phong phú, độc đáo. Từ đó cho thấy đây thật sự là một thế mạnh của tỉnh mà không phải địa phương nào cũng có được. Tuy nhiên, việc khai thác sao cho hiệu quả các sản vật trên lại là một trong những mục tiêu cần phải thực hiện nếu An Giang muốn tận dụng nguồn sản vật này để xúc tiến đẩy mạnh phát triển du lịch nói riêng và kinh tế của tỉnh nói chung. Để thực hiện được điều đó, An Giang phải tìm giải pháp và tiến hành thực hiện, các giải pháp phải mang tính thực tiễn cao. Nếu làm được điều đó, trong tương lai, ngành du lịch An Giang sẽ ngày càng phát triển, xứng tầm với tiềm năng, lợi thế vốn có của mình./.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Mỹ Ái, Mai Hương (2015), “Trái cây đặc sản vùng Bảy Núi”, <http://www.baoangiang.com.vn/Chuyen-muc-khac/Trong-tinh/Trai-cay-ac-san-vung-Bay-Nui.html>.
- [2]. Ngô Chuẩn (2017), “Tạo kênh kết nối cho sản vật An Giang”, <http://baoangiang.com.vn/tao-kenh-ket-noi-cho-san-vat-an-giang-a133188.html>.
- [3]. Trúc Giang (2016), “Du lịch sẽ là ngành kinh tế mũi nhọn của An Giang”, <http://www.vietnamtourism.com/index.php/news/items/17921>.
- [4]. Phương Nghi (2016), “Du lịch làng nghề An Giang, tiềm năng còn bỏ ngỏ”, <http://nongnghiep.vn/du-lich-lang-nghe-an-giang-tiem-nang-con-bo-ngo-post176029.html>.
- [5]. Nguyễn Thị Sơn, Nguyễn Phú Thắng (2014), “Tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp tỉnh An Giang”, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*, số 63/2014, tr. 82-90.
- [6]. Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang (2014), “Quyết định 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”, <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyết-dinh-1008-QĐ-UBND-phat-trien-du-lich-An-Giang-tu-2014-den-2020-tam-nhin-2030-238119.aspx>.

SOLUTIONS FOR LOCAL PRODUCT EXPLOITATION IN AN GIANG TOURISM DEVELOPMENT**Summary**

Tourism development associated with local products has been implemented and expanded over the past years in many localities throughout the country, especially those in the Mekong Delta. An Giang is one of the provinces with many unique local products, contributing to diversify tourist products of the province in particular and the Mekong Delta in general. However, An Giang tourism industry has yet to maximally exploit the quality and efficiency of these local products. Therefore, this research is to evaluate potentials and propose solutions contributing to efficiently exploiting local products for tourism development in An Giang province.

Keywords: Local products, tourism, potential, solutions.

Ngày nhận bài: 05/6/2018; Ngày nhận lại: 07/8/2018; Ngày duyệt đăng: 28/8/2018.