

**ĐỀ ÁN PHÁT TRIỂN DU LỊCH
THÀNH PHỐ TRÀ VINH
TỪ NĂM 2021 ĐẾN NĂM 2025, TẦM NHÌN 2030**

**ĐƠN VỊ TƯ VẤN:
CÔNG TY DỊCH VỤ DU LỊCH VÒNG TRÒN VIỆT**
Tháng 12/2021



Nội dung

- Phần I: THÔNG TIN CHUNG (*vui lòng xem tài liệu in*)
- Phần II: TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH HIỆN NAY
- Phần III: KHẢO SÁT, ĐÁNH GIÁ TÀI NGUYÊN VÀ HẠ TẦNG DU LỊCH
- Phần IV: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG
- Phần V: TƯ VẤN CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÀNH PHỐ TRÀ VINH TỪ NĂM 2022 ĐẾN NĂM 2025 TẦM NHÌN 2030
- Phần VI: KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Phần II: TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH HIỆN NAY



2.1 Du lịch thế giới



+ 1995: 527 triệu khách quốc tế, 400 tỷ USD

+ 2019: 1,460 tỷ khách, 1.481 tỷ USD

Đóng góp 10% GDP, 10% việc làm

Ghi chú: Kể cả doanh thu dịch vụ vệ tinh, thì năm 2019 thế giới thu được khoảng 9.000 tỷ USD từ du lịch quốc tế

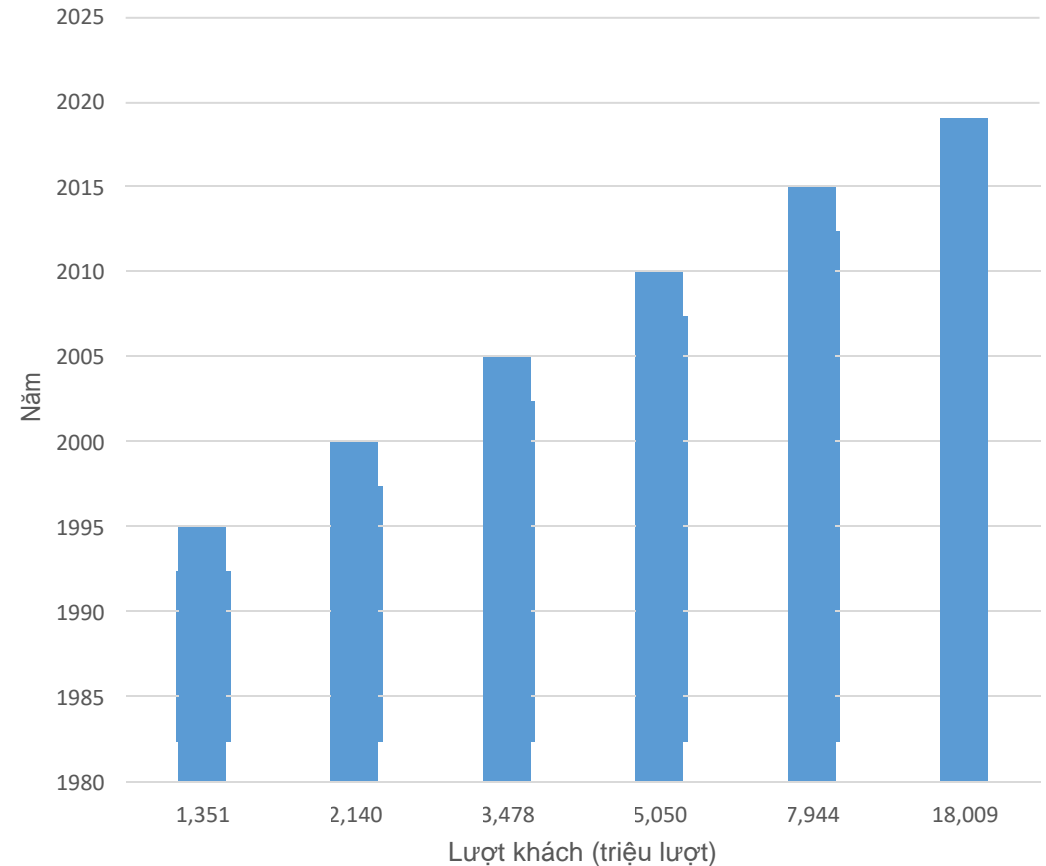
Nguồn: UNWTO

2.2 Du lịch Việt Nam

+ Năm 2019:

- Khách quốc tế 18 triệu lượt
- Khách nội địa: 85 triệu lượt
- Doanh thu 2019: 755.000 tỷ đồng

+ Năm 2019: Kết quả vượt gấp đôi các chỉ tiêu do Chính phủ đề ra cho giai đoạn 1995 -2020



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Tác động của dịch COVID-19

Năm 2020

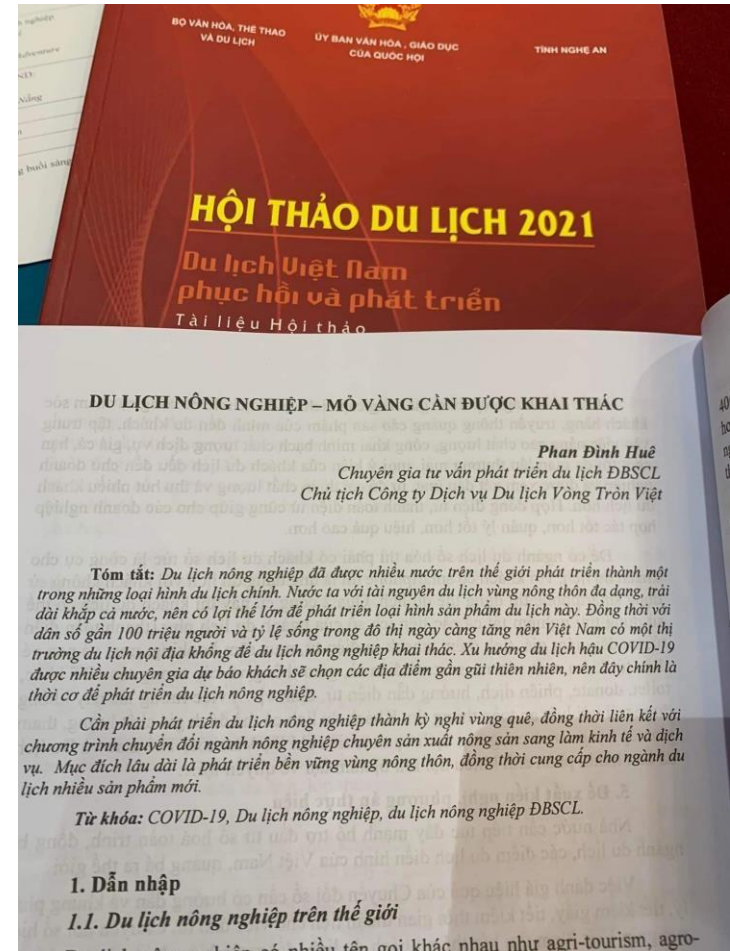
- Khách nội địa: 56 triệu lượt, giảm 34,1%.
- Khách quốc tế đến Việt Nam: 3,8 triệu lượt, giảm 79,5%
- Tổng thu từ khách du lịch đạt 312 nghìn tỷ đồng, giảm 58,7%

Năm 2021

- Mức độ giảm nhiều hơn năm 2020
- Hầu hết các hãng lữ hành và khách sạn tạm ngưng hoạt động
- Cuối năm: Vaccine được tiêm rộng rãi, dự kiến 15/3/2022 mở cửa

Quốc Hội bàn về chiến lược phát triển du lịch

- Ngày 25/12/2021 UB Văn hóa, Giáo dục của Quốc Hội và Bộ VH-TT-DL tổ chức hội thảo “**DLVN Phục hồi và Phát triển**” để bàn về chiến lược phát triển ngành du lịch trong các năm tới.
- Như vậy du lịch đang là chủ đề nóng từ xã hội đến nghị trường.



2.3 Du lịch ĐBSCL

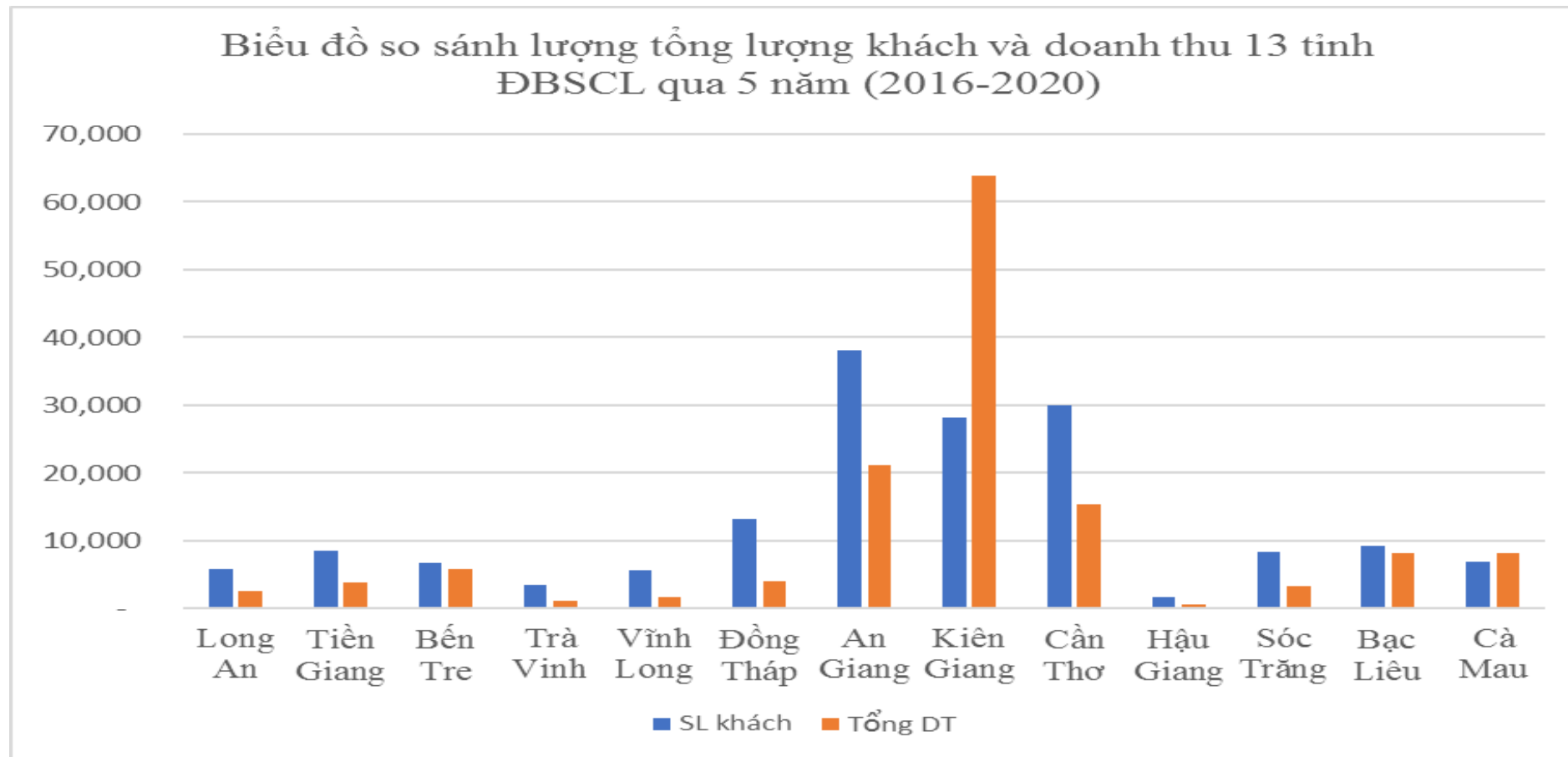
Năm 2019- năm cao điểm nhất

- Tổng số khách: 46 triệu lượt (*chiếm hơn 50% cả nước*)
- Doanh thu: 40.000 tỷ đồng (*chiếm khoảng 6% cả nước*)

Tác động của dịch COVID-19

- Năm 2020:
 - Tổng số khách: 29 triệu lượt (giảm 37%)
 - Doanh thu: 22.500 tỷ đồng (giảm 55%)
- *So với cả nước, du lịch ĐBSCL ít bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19*

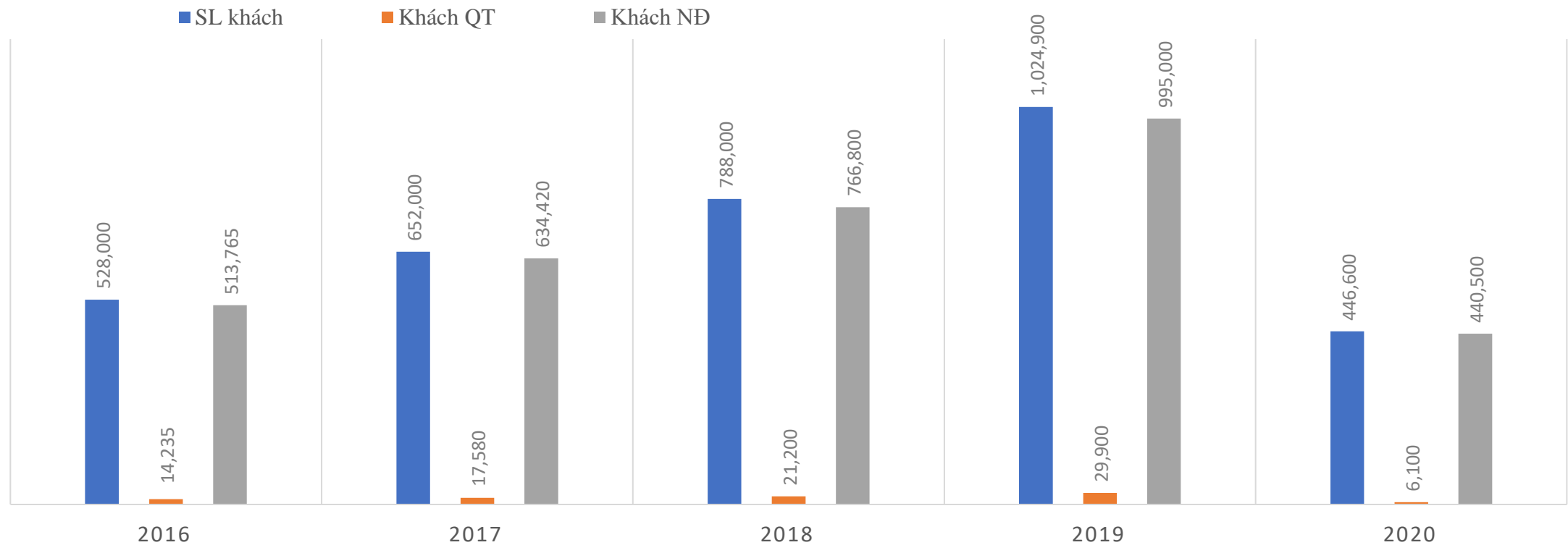
Thống kê du lịch ĐBSCL 2016-2020



Nguồn: Báo cáo Kinh tế Thường niên ĐBSCL-2020

2.4 Tình hình phát triển du lịch tỉnh Trà Vinh 2016 -2020

BIỂU ĐỒ 2.7 : KHÁCH DU LỊCH ĐẾN TRÀ VINH 2016 - 2020



Nguồn: Sở VHTTDL

Nhận xét du lịch tỉnh Trà Vinh 2016-2020

Ưu điểm

- Tài nguyên lớn
- Tốc độ tăng trưởng từ 2016 – 2019 trên 20% là cao

Nhược điểm

- Nằm trong nhóm các địa phương có lượng khách và doanh thu thấp của ĐBSCL



Tin vui đầu năm: Du lịch Trà Vinh trong 8 ngày nghỉ Tết Nhâm Dần (30/1 – 6/2/2022)

- Khách tham quan: 96.000 lượt, tăng 85% so với Tết 2021
- Doanh thu: 40 tỷ, tăng 140% so với Tết 2021

(Bình quân 5 tỷ VND/ ngày, so với bình quân gần 1 tỷ VND/ ngày trong năm 2019)

- Khả năng năm 2022 vượt 2019 – là năm phát triển cao nhất của DLTV
(nguồn: Sở VH TTDL TV)

Tình hình phát triển du lịch TP. Trà Vinh

- Cơ sở hạ tầng, dịch vụ du lịch của tỉnh chủ yếu tập trung ở TPTV
 - Ước DL TPTV chiếm 70% khách và doanh thu của tỉnh
 - Con số tuyệt đối về khách và doanh thu chưa cao
 - Thiếu sản phẩm, dịch vụ lưu trú và giải trí ban đêm
- (sẽ trình bày chi tiết ở phần sau)*



PHẦN III. KHẢO SÁT, ĐÁNH GIÁ TÀI NGUYÊN VÀ HẠ TẦNG DU LỊCH



3.2 Khảo sát, đánh giá tài nguyên nổi bật



Sông Cổ Chiên

- *Ưu điểm:*
 - ✓ Sông sâu phù hợp cho các loại du thuyền lớn, có thể kết nối được tất cả các tỉnh ở hạ lưu sông Tiền và Biển Đông
 - ✓ Phong cảnh các cồn nổi và hai bên bờ sông rất đẹp
- *Nhược điểm:*
 - ✓ Chưa có bến tàu du lịch và các cơ sở dịch vụ lưu trú trên bờ hướng ra sông.
 - ✓ Hầu hết các đô thị đều coi mặt tiền sông là quan trọng, nhưng TPTV lại bỏ qua lợi thế này.

Chấm điểm 9/10



Sông Ba Trường/ Láng Thè

- *Ưu điểm:*
 - ✓ Phần từ đập Láng Thè ra sông CỎ Chiên dài khoảng 2km rộng, đẹp và yên bình.
 - ✓ Đoạn sông phía trên đập kéo dài khoảng 10km qua cầu Ba Si rất đẹp, hai bên là vườn cây ăn trái
- *Nhược điểm:*
 - ✓ Cả hai đoạn sông chưa có dịch vụ du lịch, trừ vài nhà hàng nhỏ ven sông.
 - ✓ Phía trên đập vào mùa khô có thể ô nhiễm do chất thải sinh hoạt, sản xuất lãng đọng.
- *Chấm điểm: 8/10*



Sông Long Bình

- *Ưu điểm:*

Sông thẳng, chảy qua trung tâm thành phố khoảng 6km và có hai con đường trên bờ rất đẹp

- *Nhược điểm:*

Dòng sông hẹp, vào mùa khô có khi nước cạn làm cho tàu/thuyền khó di chuyển, nhưng khi nước lớn thì chiều cao hạn chế của cầu Long Bình 1 lại là trở ngại cho chiều cao của mũi thuyền.

- *Chấm điểm: 8/10*



Cồn Long Trị

- *Ưu điểm:*
Cồn có khí hậu mát mẻ, chỉ cách bờ sông của TPTV khoảng 10 phút đi tàu, phà.
- *Nhược điểm:*
 - ✓ Diện tích cồn nhỏ, dân đông, do bị nước mặn tác động vào mùa khô nên các loại cây sông trong hệ sinh thái nước ngọt không xanh tốt như trên đất liền.
 - ✓ Đường trên cồn nhỏ, chỉ phù hợp cho xe gắn máy và đi bộ.
 - ✓ Cồn đang bị lở, thỉnh thoảng bị ảnh hưởng bởi bão (hoặc áp thấp nhiệt đới)
- *Chấm điểm: 7/10*



Ao Bà Om

- *Ưu điểm:*

Khu di tích rộng hàng chục hecta với hồ nước, quần thể cây cổ thụ rất đẹp.

- *Nhược điểm:*

Chỉ mới phát triển được loại hình du lịch tham quan và chụp hình.

- *Chấm điểm: 9/10*

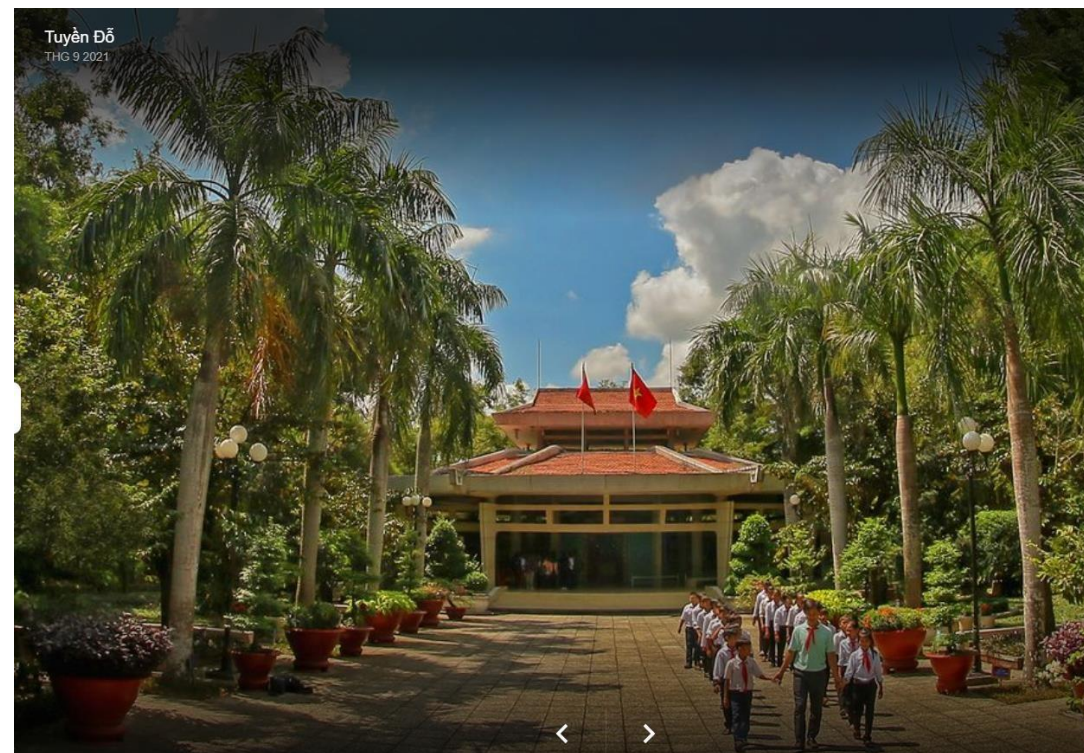


Đền Thờ Bác

- *Ưu điểm:*

Khuôn viên Di tích rộng, đẹp, trang nghiêm và có nhiều cây xanh.

- *Chấm điểm: 9/10*



Bảo tàng Khmer

- *Ưu điểm:*

Vị trí tốt, giao thông kết nối rất thuận tiện, không gian rộng rãi.

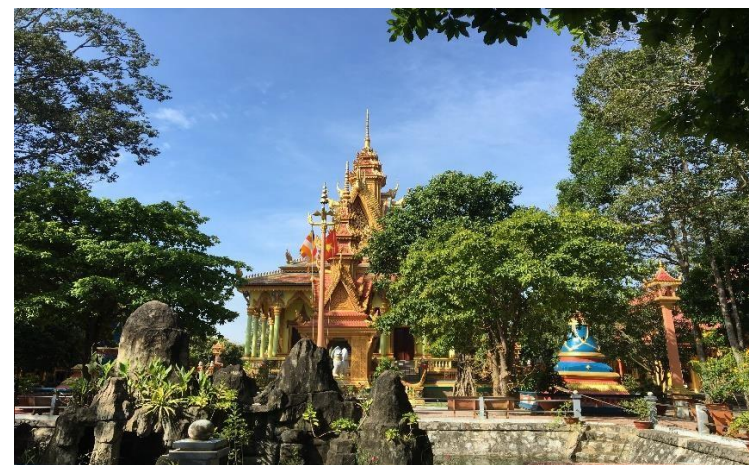
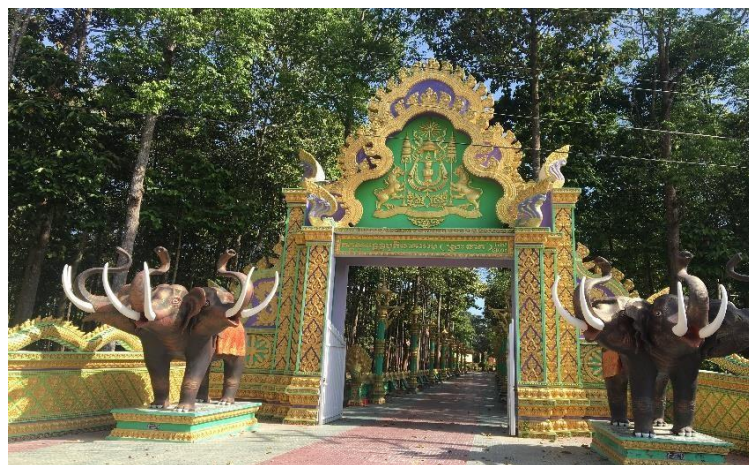
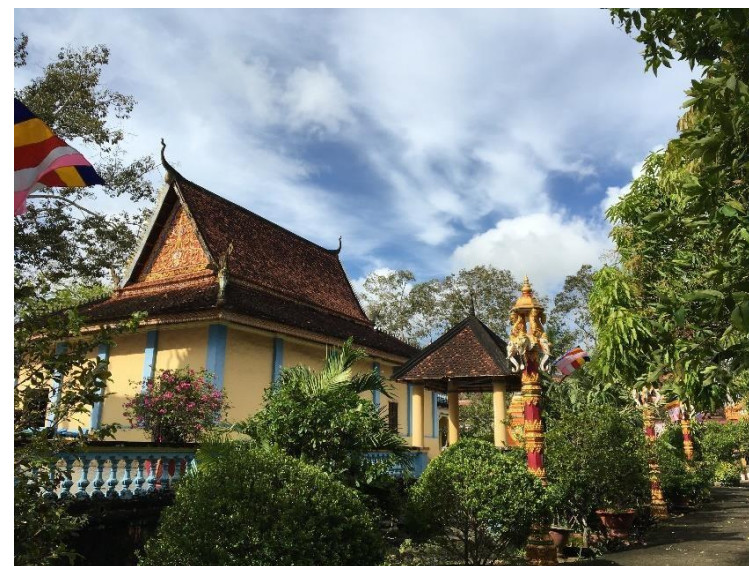
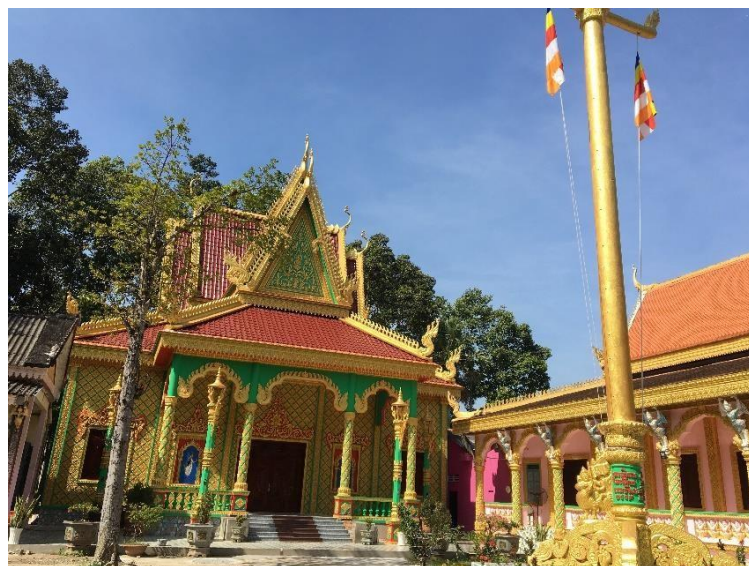
- *Nhược điểm:*

Hiện vật trưng bày ít; hoạt động trình diễn, tương tác với khách hầu như không có

- *Chấm điểm: 7/10*



Chùa Khmer



Chùa Khmer

TPTV có 11 ngôi chùa Khmer cổ kính đó là Ăng, Bền Có, Samronk Ek, Sâm Bua, Sà Nẹt, Phương (Khưone), Chim (Ktung), Ông Mẹt, Mới, Chòm Ca và Điệp Thạch

- *Ưu điểm:*

- ✓ Các chùa đều tọa lạc trên những con đường lớn, trong đó chùa Ông Mẹt, Mới, Phương nằm ngay khu phố buôn bán, còn chùa Ăng là quần thể di tích Ao Bà Om.
- ✓ Mỗi chùa rộng từ 2 đến 5ha, là tác phẩm nghệ thuật kiến trúc Khmer
- ✓ An ninh, trật tự và vệ sinh rất tốt, các nhà sư thì rất vui vẻ, nhiệt tình.

- *Nhược điểm:*

- ✓ Các hoạt động cộng thêm như âm nhạc Khmer, làm lễ ban phước lành, bán vật phẩm lưu niệm có tính chất tâm linh, cầu an... hầu như chưa có.
- ✓ Các hoạt động truyền thông, quảng bá cho các di tích tôn giáo này còn ít, nên khách chưa thấy hết được giá trị của các điểm tham quan hấp dẫn này, dù xu hướng du lịch tâm linh đang phổ biến.

Chùa Khmer

- *Chấm điểm:*
 - + Các chùa Phương, Ông Mẹt, Mới, Âng: 9/10 điểm
 - + Các chùa còn lại: 8/10 điểm



Đoàn Nghệ Thuật Anh Bình Minh

- *Ưu điểm:*
 - ✓ Tổ chức biểu diễn âm nhạc truyền thống bài bản, có nhiều diễn viên giỏi.
 - ✓ Trụ sở ngay trung tâm thành phố, cạnh một trong những ngôi chùa Khmer đẹp nhất là chùa Phương.
- *Nhược điểm:*
 - ✓ Đoàn chưa xây dựng được sản phẩm âm nhạc để phục vụ khách du lịch
 - ✓ Trụ sở thiếu tiện nghi, tường bao quanh thấp, rất ồn
- *Chấm điểm:* 8/10



Chùa Lương Xuyên

- *Mô tả:* Ngôi chùa cổ theo Phật Giáo Bắc Tông
- *Ưu điểm:* Kiến trúc cổ kính theo phong cách của Người Việt
- *Chấm điểm:* 9/10



Đình Long Đức

- *Ưu điểm:* Kiến trúc truyền thống của Người Việt, sân rộng, vị trí trung tâm
- *Nhược điểm:* Chưa có hoạt động dành cho khách du lịch
- *Chấm điểm:* 9/10



Chùa Phước Minh Cung (chùa Ông)

- *Ưu điểm:* Kiến trúc cổ kính, vị trí trung tâm, nơi thờ tự tâm linh của Người Hoa và Việt
- *Chấm điểm:* 9/10



Nhà thờ Trà Vinh

- *Ưu điểm:* Kiến trúc Pháp đẹp, sang trọng; khuôn viên rộng rãi, sạch sẽ và yên tĩnh
- *Nhược điểm:* Ít mở cửa cho khách du lịch
- *Chấm điểm:* 9/10



Đường phố trung tâm

- *Ưu điểm:* Cây cổ thụ phân bố đều khắp trong các đường phố, công sở và di tích, tạo thành không gian mát mẻ và thanh bình, là điểm khác biệt của TPTV.
- *Nhược điểm:* Chưa có hoạt động dành cho khách du lịch
- *Chấm điểm:* 9/10



Chợ Trà Vinh

- *Mô tả:* Ngôi chợ trung tâm của Thành phố, phía trước là đường Điện Biên Phủ, phía sau là sông (kinh) Long Bình.
- *Ưu điểm:* Chợ bán nhiều nông, thủy sản
- *Nhược điểm:* Kiến trúc không nổi bật.
- *Chấm điểm:* 8/10



3.4 Khảo sát đánh giá hạ tầng

Giao thông đường bộ

- *Ưu điểm:* Giao thông kết nối và đường nội ô TPTV tương đối thuận tiện
- *Nhược điểm:* Thiếu bãi đậu xe khách đoàn du lịch, chưa có xe điện, xe thô sơ chở khách tham quan

Giao thông đường thủy

- *Ưu điểm:* Thành phố có sông Cổ Chiên sâu và các con sông nhỏ như Ba Trường, Long Bình
- *Điểm yếu:* Không có bến cảng và tàu chở khách du lịch, nên chưa phát huy được lợi thế

Hạ tầng công nghệ thông tin

- *Điểm mạnh:* Các mạng điện thoại và internet được kết nối đầy đủ
- *Điểm yếu:* Chưa có các trạm thông tin, cột quét mã QR tại các điểm tham quan, dịch vụ du lịch.

Nguồn nhân lực

- *Điểm mạnh:*
Nhân lực quản lý nhà nước về văn hóa- du lịch tốt
- *Điểm yếu:*
Nhân lực tại doanh nghiệp ít có khả năng làm việc với khách quốc tế và trong khách sạn – nhà hàng từ 3 sao trở lên.

3.5 Khảo sát cơ sở lưu trú

- Thành phố hiện có 74 khách sạn, nhà khách với 969 phòng ngủ, trong đó cơ sở lưu trú từ 2 -3 sao trở lên chỉ chiếm 30%
- Đây là điểm yếu lớn nhất làm cho Thành phố khó thu hút được khách du lịch và “thu tiền” của họ



3.6 Chính sách hỗ trợ cách hộ dân phát triển du lịch

- Hiện nay TPTV đang triển khai Nghị quyết 70 của Hội đồng Nhân dân Tỉnh Trà Vinh về hỗ trợ các hộ dân và doanh nghiệp làm du lịch
- Thiếu đào tạo, học tập kinh nghiệm cho các hộ muốn khởi nghiệp hoặc chuyển đổi từ nghề nông sang kinh doanh du lịch

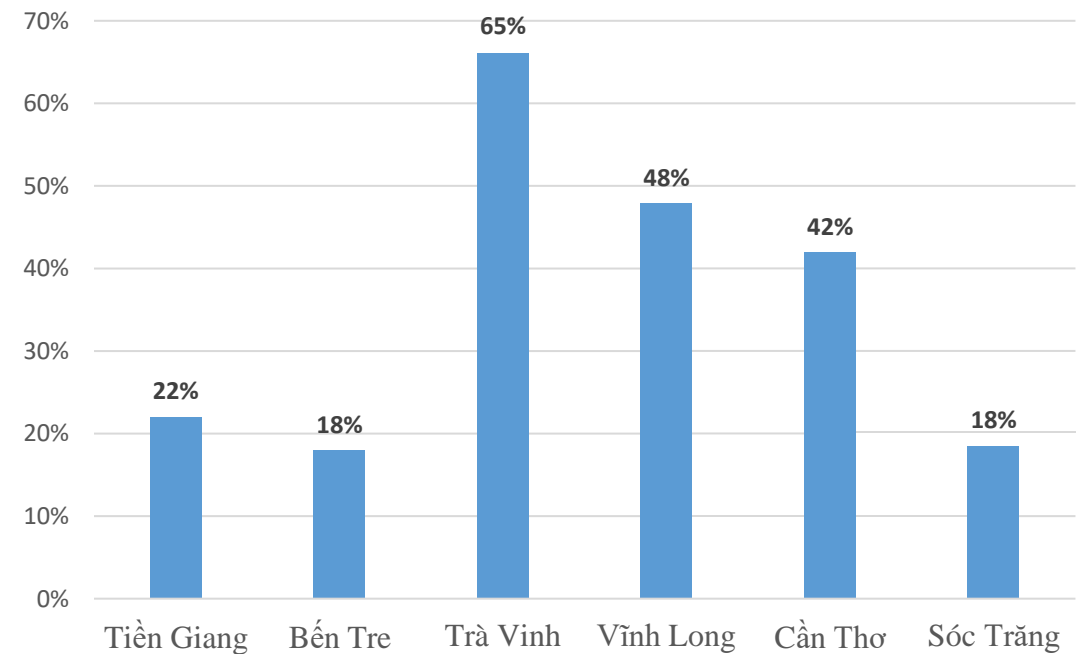
IV. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG



4.1 Phân tích thị trường du lịch tỉnh Trà Vinh

- Từ 2016 – 2020 tỉnh Trà Vinh đón được 3.439.500 lượt khách.
- Khách nội địa chiếm đa số với 97%
- Khách lưu trú: 65%

Biểu đồ 4.1: Tỷ trọng khách lưu trú /khách DL một số địa phương ĐBSCL từ 2016 -2020 (đvt: nghìn khách)

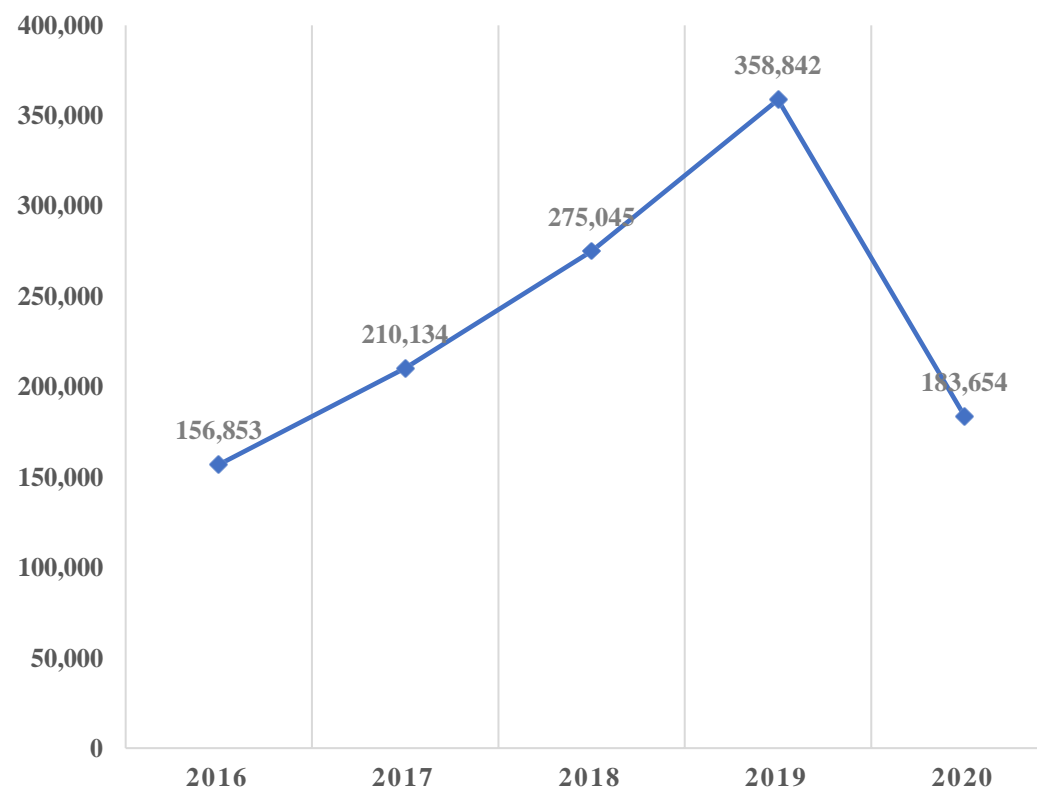


Nguồn: Sở VHTTDL

Doanh thu du lịch toàn tỉnh

- Tổng doanh thu du lịch từ năm 2016 đến 2020 là 1.184,528 tỷ đồng, với tốc độ tăng trưởng bình quân 32,34%.
- Năm 2019 doanh thu tăng đến 70,9% so với năm 2017.
- Năm 2020, do ảnh hưởng dịch Covid – 19, nguồn khách giảm 48,8% so với năm 2019

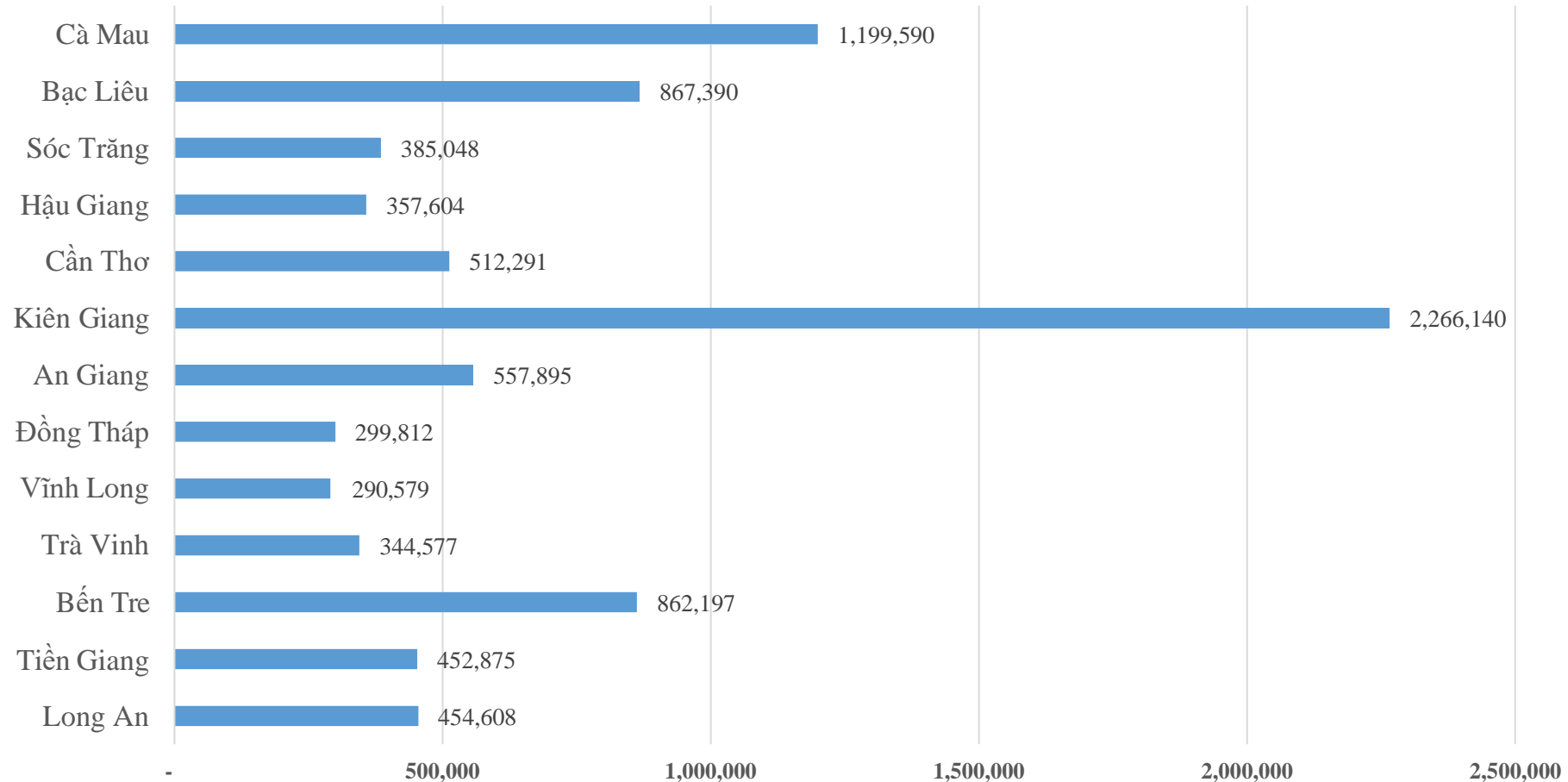
BIỂU ĐỒ 4.3 : DOANH THU DU LỊCH TỈNH TRÀ VINH
2016 - 2020



Nguồn: Sở VHTTDL

Chi tiêu bình quân: 350.000 đ/khách

Biểu đồ 4.4: So sánh mức chi tiêu của khách đến các tỉnh/ thành ĐBSCL 2016 -2020. (đvt: VN đồng)



Nguồn: Đơn vị tư vấn tổng hợp từ báo cáo của các sở dl, sở Vhttdl

Phân khúc thị trường khách

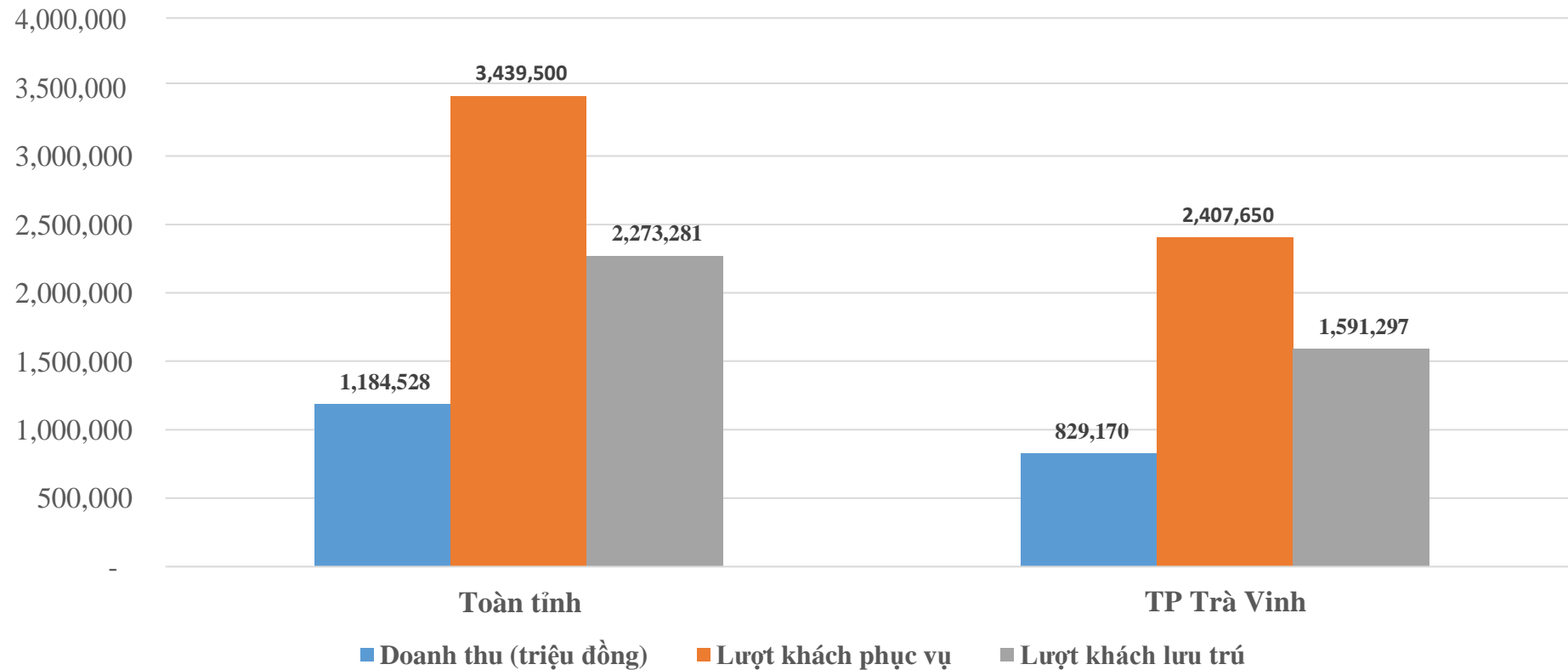
- Khách đi tour trọn gói : rất ít
- Khách công vụ, thăm thân: chiếm đa số



4.2 Phân tích thị trường du lịch TP Trà Vinh

- Ước TPTV bằng 70% khách và doanh thu du lịch toàn tỉnh

Biểu đồ 4.6: Tỷ trọng khách và doanh thu từ 2016 - 2020 của TP Trà Vinh so với toàn tỉnh



Du lịch TP Trà Vinh

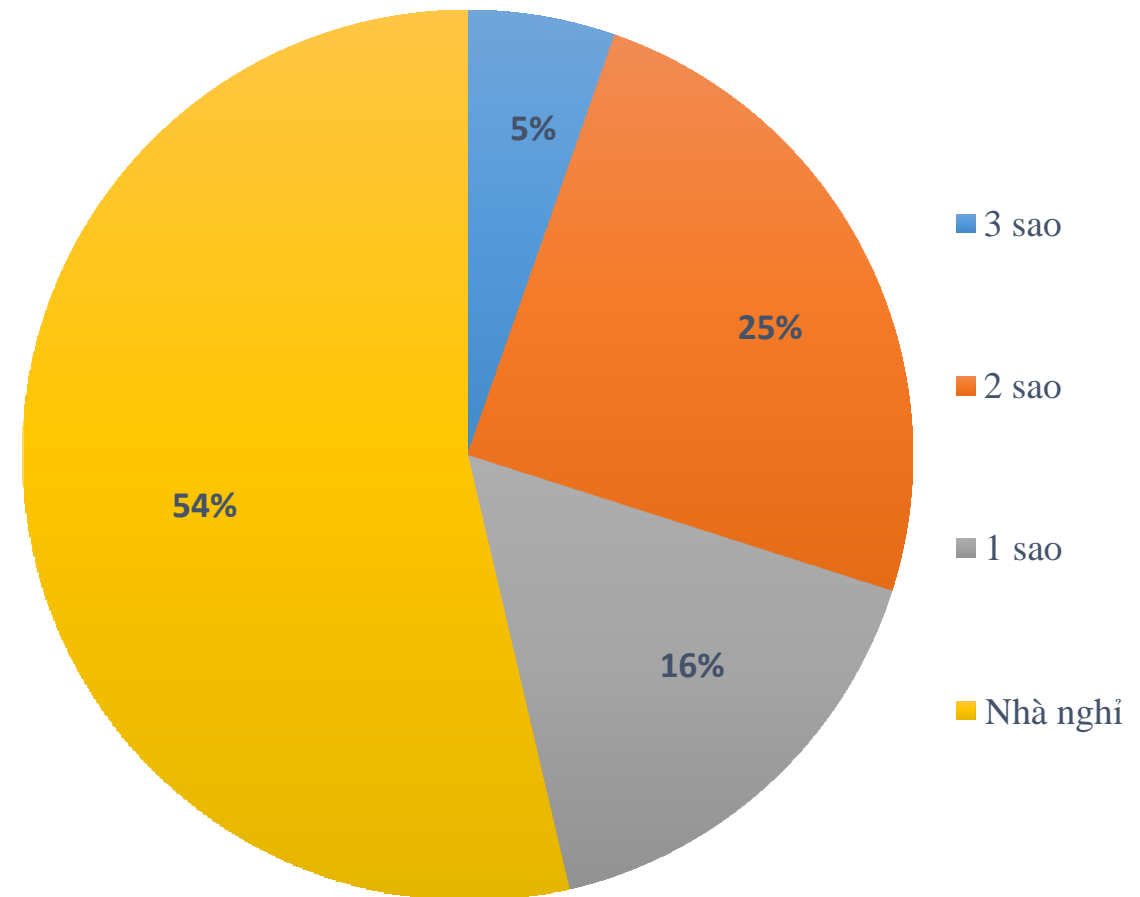
- **Năm 2019**, ước lượng khách và doanh thu du lịch của TP Trà Vinh ứng với 70% của tỉnh là:
 - ✓ Tổng số khách: 719.000 lượt (Quốc tế: 20.300 lượt khách)
 - ✓ Số khách lưu trú: 478.500 khách (20.200 khách quốc tế)
 - ✓ Doanh thu: 252 tỷ
- **Ước một ngày** trong năm 2019 TP Trà Vinh:
 - ✓ Đón được 1.970 lượt khách, trong đó có 82 khách quốc tế
 - ✓ Số khách lưu trú khoảng 1.310 người, trong đó có 80 khách quốc tế
 - ✓ Doanh thu khoảng 690 triệu đồng

Sản phẩm du lịch TP Trà Vinh

Tours

- Chỉ có tour nhóm nhỏ, gia đình
- Không có tour định kỳ hàng ngày

Khách sạn: Cơ cấu phòng lưu trú 2021



Sản phẩm du lịch của TP Trà Vinh

- Ẩm thực: chưa có nhà hàng đón khách đoàn du lịch, bán món ăn Khmer
- Vui chơi, giải trí: Chỉ có karaoke, massage
- Mua sắm: chưa có cửa hàng bán đặc sản, đồ lưu niệm cho khách dl
- Lễ hội, sự kiện: chỉ có lễ hội dành cho khách địa phương, lớn nhất là Okombok

4.3 Phân tích đối thủ cạnh tranh của TPTV

- TP Mỹ Tho, Bến Tre, Vĩnh Long, Sóc Trăng: vừa là đối thủ vừa là đối tác
- TP Cần Thơ, TX Duyên Hải: đối tác tốt để tăng sức hấp dẫn khách

(Xem chi tiết ở tài liệu in)



4.4 Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức (SWOT) của TPTV

Điểm mạnh (S):

- Nằm trong khu vực có nhiều tài nguyên đa dạng như vùng miệt vườn, chùa Khmer; sông, rạch; bãi biển, suối khoáng nóng và rừng ngập mặn.
- Vị trí không quá xa hai thị trường nguồn là TPHCM và Cần Thơ nhưng cũng không quá gần để bị hút vào
- Đô thị có “cá tính” gắn liền với văn hóa Khmer và cây xanh cô thụ.
- Tài nguyên du lịch trên sông và vùng đất ven sông rất tốt để phát triển du lịch hướng ra sông.

Điểm yếu (W):

- Thiếu sản phẩm du lịch, trong đó thiếu nhất là khách sạn cao cấp.
- Nguồn nhận lực của các doanh nghiệp du lịch thiếu về số lượng và chất lượng, nhất là khả năng làm việc với khách quốc tế.

Phân tích SWOT

Cơ hội (O):

- Du lịch về với thiên nhiên sẽ là xu hướng chủ đạo.
- Các tuyến đường giao thông về ĐBSCL đang được nâng cấp, mở rộng và xây mới
- Nhiều cơ quan đang dời trụ trụ vào khu hành chính mới, nên có đất trống để đầu tư khách sạn ở khu trung tâm.
- UBND Tỉnh đang có kế hoạch xây dựng đường ven sông Cỏ Chiên và Bà Trường

Thách thức (T):

- Khách du lịch ít biết đến TP Trà Vinh, nên các hãng lữ hành rất ít thiết kế tour đến đây.
- Bờ sông Cỏ Chiên lở, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững
- Đập ngăn mặn có thể làm sông Ba Trường ô nhiễm bởi chất hữu cơ từ nước thải sinh hoạt và sản xuất.

Phần V.
TỰ VẤN CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU
LỊCH THÀNH PHỐ TRÀ VINH
TỪ NĂM 2022 ĐẾN NĂM 2025 TẦM NHÌN 2030



5.2 Mục tiêu

Mục tiêu chung: Xây dựng TPTV trở thành trung tâm du lịch gắn với văn hóa Khmer ở phía đông ĐBSCL trước năm 2030



Mục tiêu cụ thể 2022 - 2025

Năm	2022*	2023	2024	2025	2030**
Tổng số khách (người)	719.000	970.650	1.310.000	1.769.000	2.299.000
Khách quốc tế (người)	20.300	27.500	37.000	50.000	65.000
Khách lưu trú (người)	478.500	645.000	872.000	1.177.000	1.530.000
Tăng trưởng khách		35%	35%	35%	30%
Doanh thu (tỷ đồng)	252	340	459	620	806
Tạo việc làm (người)	1.400***	1.800	2.500	3.300	4.500

5.3 Định vị điểm đến (gắn với lợi thế cạnh tranh)

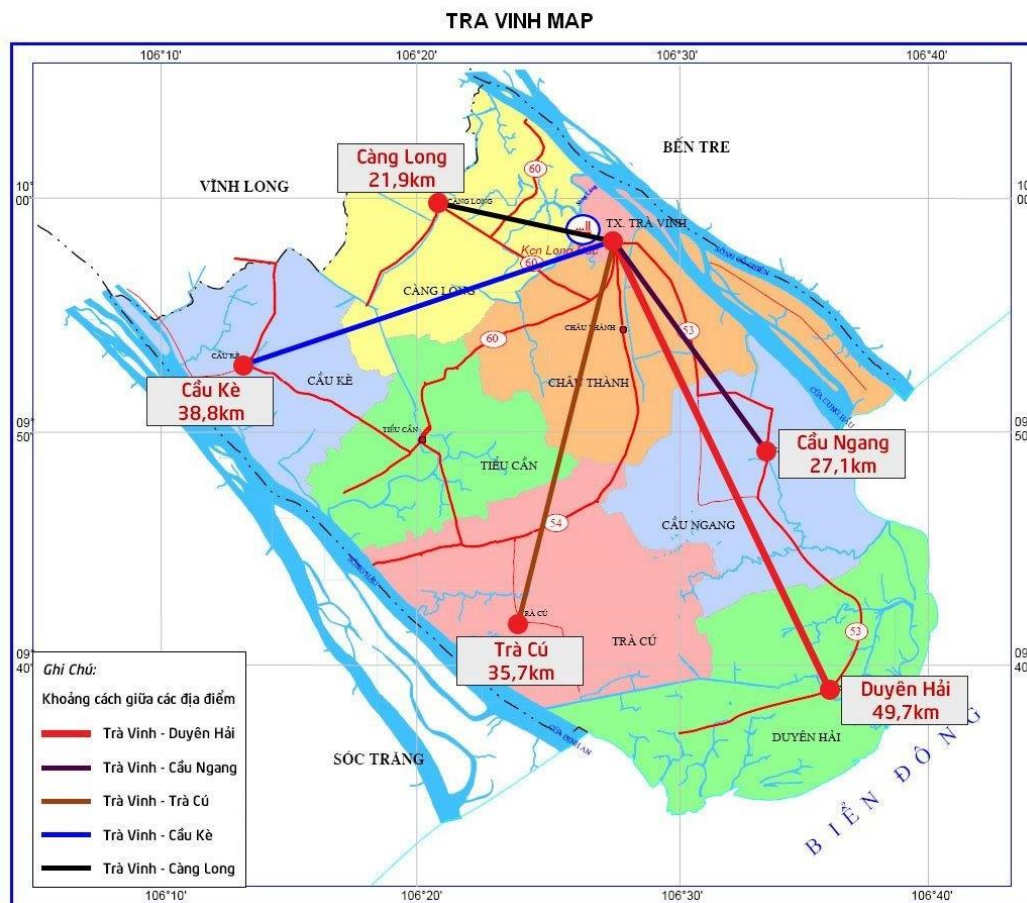
- Căn cứ vào “sự hấp dẫn khách” của tài nguyên:
 - (1) Các con sông (Cổ Chiên, Ba Trường, Long Bình)
 - (2) Văn hóa- lễ hội Khmer và,
 - (3) Đô thị nhiều cây cổ thụ, nhiều chùa cổ
- Căn cứ vào “Sự khác biệt” của tài nguyên:
 - (1) Văn hóa – lễ hội Khmer
 - (2) Đô thị nhiều cây cổ thụ, nhiều chùa cổ, và,
 - (3) Các con sông.
- Như vậy TPTV cần xây dựng chiến lược quảng bá du lịch dựa trên ba lợi thế này

Slogan

- *“Thành phố Trà Vinh - Phố cổ bên bờ Cổ Chiên”*, biểu tượng mô phỏng đô thị với nhiều kiến trúc Khmer và cây cổ thụ nhìn ra sông
- Tiếng Anh *“Trà Vinh- Old Town on Mekong riverside”*

Gợi mở cho chiến lược phát triển hướng ra sông - như hầu hết các đô thị ven sông trên thế giới, đồng thời đặt văn hóa, lễ hội và ẩm thực Khmer thành trọng tâm trong chương trình phát triển sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch đặc trưng



- Tour trong thành phố và kết nối với huyện/ thị
- Khách sạn: 3- 5 sao bên sông CỔ Chiên
- Âm nhạc, ẩm thực Khmer
- Đua ghe Ngo thể thao

5.4 Xác định khách hàng mục tiêu

- Khách nội địa từ TP HCM
 - Expats
 - Khách quốc tế
- (Xem tài liệu in)*



5.5 Chiến lược phát triển sản phẩm

- Định hướng “Thị trường đi trước, đầu tư theo sau”
- Từ nay đến năm 2025 hợp tác với các doanh nghiệp có khả năng thu hút khách, nhằm tăng số lượng, rồi các nhà đầu tư sẽ đến sau để phát triển khách sạn, nhà hàng và du thuyền cao cấp.
- Chiến lược sản phẩm chia thành 3 giai đoạn:
 - 2022 – 2023
 - 2024 – 2025
 - 2026-2030

Giai đoạn 2022 - 2023

- 1) Tour trong thành phố, kết nối các huyện/ thị
- 2) Đua ghe Ngo thể thao hàng quý trên sông Long Bình
- 3) Đầu tư xe điện ; tàu tham quan Cồn Chim, cano trên sông Ba Trường
- 4) Nâng cấp Nhà khách Cừu Long đạt chuẩn 3 sao
- 5) Triển khai mâm cơm Trà Vinh với cooking class
- 6) Biểu diễn ca múa Khmer tuần 3 buổi, và theo đặt hàng
- 7) Mời gọi đầu tư chợ đêm ven sông Long Bình và phố đi bộ
- 8) Quy hoạch bến tàu du lịch trên sông Cổ Chiên, Ba Trường
- 9) Quy hoạch bãi xe lên/ xuống khách du lịch ở khu trung tâm.

Giai đoạn 2024 – 2025

- 1) Bổ sung tour trên sông đến H.Cầu Ngang
- 2) Đua ghe Ngo thể thao trên sông Long Bình định kỳ **hàng tháng**
- 3) Thi Người đẹp Khmer Nam Bộ
- 4) Đầu tư tàu và cano đi trên sông Cổ Chiên
- 5) Phát triển khách sạn 3-4 sao ở khu trung tâm và mời gọi đầu tư khách sạn 4-5 sao ven sông Cổ Chiên
- 6) Phát triển nhà hàng trong thành phố, và tàu nhà hàng trên sông Ba Trường
- 7) Biểu diễn ca múa Khmer **hàng đêm**, và theo đặt hàng
- 8) Đưa chợ đêm và phố đi bộ vào hoạt động
- 9) Xây dựng bến tàu du lịch trên sông Cổ Chiên, Ba Trường, và bãi xe lên/ xuống khách du lịch ở khu trung tâm Thành phố

Giai đoạn 2026 – 2030

- 1) Bổ sung các tour:
 - ✓ TPHCM – Bến Tre – TP Trà Vinh – Sóc Trăng – Cà Mau
 - ✓ Tour trên sông Cổ Chiên từ TPTV đến TX Duyên Hải
- 2) Chuyển địa điểm đua ghe Ngo thể thao từ sông Long Bình sang sông Ba Trường với qui mô lớn hơn, thêm đua võ lã
- 3) Đầu tư tàu lớn để đi trên sông Cổ Chiên và du thuyền có phòng ngủ
- 4) Thêm khách sạn 3 – 5; khu nghỉ dưỡng 4 -5 sao và farmstay/ resort nhỏ
- 5) Phát triển dự án quần thể Ao Bà Om thành khu phức hợp dịch vụ du lịch và giải trí

Giai đoạn 2026 – 2030

- 1) Đầu tư các nhà hàng chuyên món Âu, Nhật, Hàn
- 2) Đầu tư ít nhất 2 tàu nhà hàng chạy trên sông Ba Trường
- 3) Phát triển thêm phố đi bộ trên bờ sông Ba Trường (sau khi Tỉnh đã đầu tư hoàn chỉnh đường bờ sông)
- 4) Đầu tư dịch vụ khiêu vũ, bar
- 5) Đưa các bến tàu, cảng và bến xe du lịch vào hoạt động

Bảng tổng hợp chiến lược sản phẩm

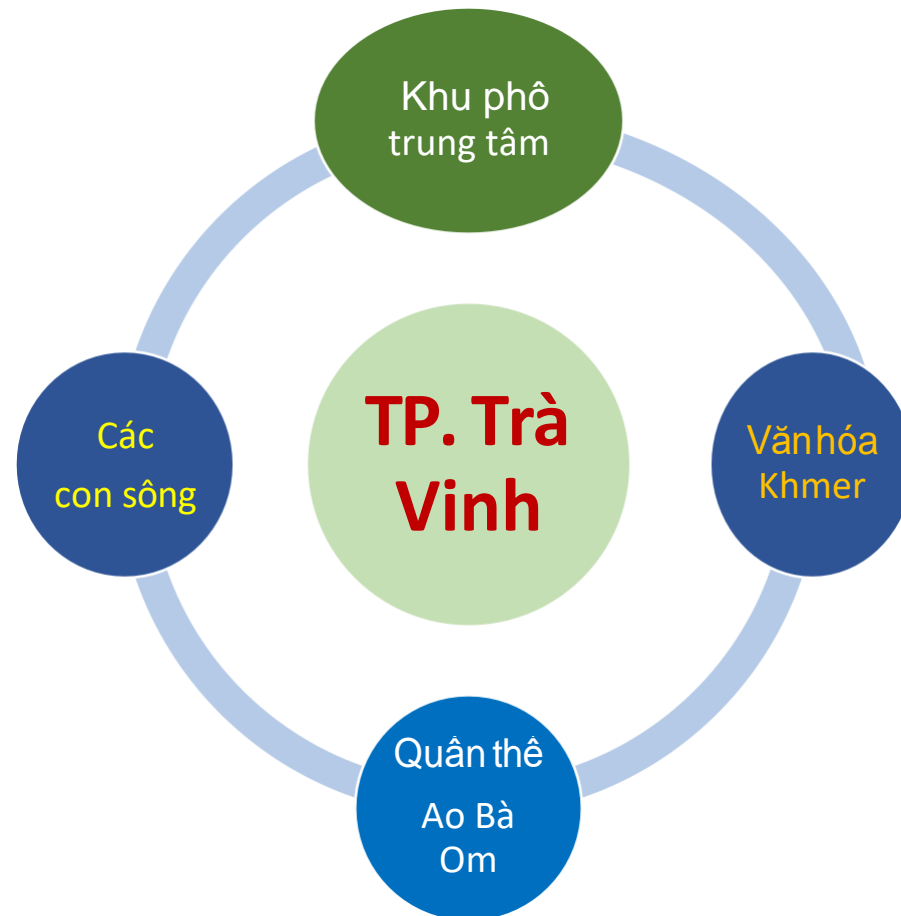
- *Vui lòng xem tài liệu in trang 44, 45*



5.5 Quy hoạch phát triển du lịch theo địa bàn

- Các phường 1,2, 3,7: trung tâm du lịch gắn với khách sạn, nhà hàng cao cấp; phố đi bộ, chợ đêm
- Phường 4: Làng hoa, khách sạn bên sông Long Bình
- Phường 5,6,9: Điểm tham quan, làng nghề
- Phường 8: Ao Bà Om, khu du lịch, làng Văn hóa Dân tộc
- Xã Long Đức: Khách sạn, khu nghỉ dưỡng, du lịch trên sông, farmstay

5.7 Phát triển các tài nguyên chính



1) Khu phố trung tâm hiện hữu

Định hướng phát triển:

- Bãi lên xuống xe du lịch: Lấy một phần khu 3 (cũ) Đại học Trà Vinh làm nơi lên xuống xe ô tô chở khách du lịch, đồng thời nơi xuất phát của xe điện, xe đạp, xích lô chở khách tham quan thành phố và chợ đêm.
- Các khách sạn 4,5 sao: Dành một phần khu 3 (cũ) Đại học Trà Vinh; sân tennis và khu đất công đang làm trụ sở (tạm) Dự Án AMD trên đường Lê Thánh Tôn; trụ sở các cơ quan sẽ di dời đến khu hành chính mới để kêu gọi đầu tư.
- Phố đi bộ: Quy hoạch tuyến phố đi bộ kết hợp các quầy bán hàng lưu niệm dành cho khách du lịch theo tuyến đường Lê Thánh Tôn – Lê Lợi – Độc Lập (chợ Trà Vinh) và nối đến chợ đêm Long Bình với tổng chiều dài khoảng 2km.
- Chợ đêm Long Bình: Lấy sông Long Bình đoạn từ cầu Long Bình 1 đến cầu Long Bình 2 dài khoảng 1 km và hai đoạn đường ven sông tương ứng là Bạch Đằng và Kho Dầu làm chợ đêm trên bờ, tái hiện chợ nổi và ca - múa - nhạc Khmer trên ghe Ngo ở sông Long Bình.

Khu phố trung tâm

- Chuỗi dịch vụ du lịch khu trung tâm vào ban đêm như sau:

“Khách khởi hành từ khách sạn 4,5 sao hoặc bến xe du lịch, đi bộ/ xe điện/ xe đạp đến đường Lê Thánh Tôn – Lê Lợi – Độc Lập (nhánh chẵn) – Bạch Đằng – Kho Dầu để vui chơi, giải trí, mua sắm, ăn uống”

- Sân đình Long Đức thành chợ “Nhà Quê” cuối tuần, dành cho nhà nông (mặc áo bà ba) bán nông sản, trái cây cho khách du lịch, cạnh sân khấu ca tài tử.



2) Tài nguyên du lịch sông

a/Sông Cỏ Chiên

- Cảng tàu du lịch để phát triển tour đường sông, có thể nâng cấp để đón tàu biển chở khách du lịch quốc tế. Địa điểm xây dựng cảng :
 - ✓ Từ cảng Long Đức đến sông Long Bình, thuộc Trường Cao đẳng Nghề, Công ty Lương Thực Trà Vinh và phà Long Trị, dài khoảng 400m.
 - ✓ Từ cảng Trà Vinh về sông Ba Trường dài khoảng 7km: dành 500m làm cảng.
- Phát triển từ 7-8 khách sạn 4,5 sao, sử dụng từ 1,5 đến 2km bờ sông.
- Thương hiệu khách sạn quốc tế: Sheraton, Intercontinental, Accor... nâng tầm TPTV.

Tài nguyên du lịch sông

b/ Sông Long Bình

- Nơi đua nghe Ngo thể thao vì có sẵn hạ tầng
- Tái hiện chợ nổi dưới sông, kết hợp chợ đêm trên bờ.
- Quán ăn, bar hai bên sông thành khu phố Tây như Malacca hay Hội An.
- Khách sạn 3,4 sao đoạn gần sông Cổ Chiên

Tài nguyên du lịch sông

c/Sông Ba Trường/ Láng Thè

- *Đoạn phía dưới đập Láng Thè:*

- ✓ Nơi trú đậu của các du thuyền có phòng ngủ, du thuyền cá nhân.
- ✓ Công viên, đường đi bộ; hạ tầng đậu cho các du thuyền có phòng ngủ.

- *Đoạn phía trên đập Láng Thè:*

- ✓ Các nhà vườn ven sông: điểm tham quan, khu nghỉ dưỡng bungalow, lodge, farmstay, homestay...
- ✓ Bờ hai bên (phía bắc thuộc Càng Long): công viên, đường đi bộ và xe đạp, nhà hàng ven sông, bến du thuyền, sân khấu đua ghe Ngo.
- ✓ Sông Ba trường kết hợp với Cổ Chiên, sẽ phát triển được nhiều dịch vụ du lịch



3) Văn hóa Khmer

- Tài nguyên văn hóa Khmer rất lớn, cần chuyển thành sản phẩm du lịch



Am nhạc: Đoàn Nghệ Thuật Anh Bình Minh

- Nâng cấp mặt bằng, nhà vệ sinh và xây lại tường kín để giảm âm thanh từ ngoài đường vào
- Cải tạo sân khấu hiện nay thành nơi biểu diễn cho 100 – 200 khách và các quầy hàng lưu niệm
- Xây dựng các “gói” sản phẩm âm nhạc biểu diễn theo yêu cầu của khách tại trụ sở, trong các chùa, dưới du thuyền và tại nơi tổ chức sự kiện.
- Tập huấn về nghiệp vụ phát triển sản phẩm du lịch phi vật thể, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống cho cán bộ - diễn viên.
- Cho thuê một phần diện tích để các hãng lữ hành làm nơi tổ chức ăn tối, kết hợp biểu diễn (cooking class) món ăn Khmer cho khách quốc tế.

Ẩm thực, Lễ hội

- Phát triển một số món ăn của bà con Khmer trong thực đơn các nhà hàng, đồng thời nên có nhà hàng chuyên về ẩm thực Khmer
- Phối hợp với Sở VHTTDL tổ chức lễ hội du lịch Trà Vinh với đua ghe Ngo thể thao, thi ẩm thực, trang phục, âm nhạc và người đẹp Khmer, mời Cam Pu Chia tham dự
- Chùa Khmer: Tập huấn cho các vị sư sãi cách thuyết minh cho khách du lịch và nên có hoạt động tâm linh để khách tìm sự thanh tịnh.

4) Quân thể Ao Bà Om

- Bao gồm: Ao Bà Om, chùa Âng, Bảo tàng và cộng đồng Khmer bên cạnh.
- Cần có thêm dịch vụ trải nghiệm như leo cây cổ thụ bằng thiết bị, trò chơi team building.
- Dự án khu du lịch và Làng văn hóa Dân tộc Khmer nếu được triển khai, sẽ là một trung tâm du lịch lớn, khác biệt.

Biểu tượng

- TPTV nên sử dụng biểu tượng của tỉnh bên cạnh logo riêng, cách điệu đô thị với kiến trúc Khmer bên cây cổ thụ nhìn ra sông CỎ Chiên
- Logo dùng để sản xuất hộp viết để bàn, miếng dán trên xe, cửa, điện thoại, phòng khách sạn...
- Sản phẩm đại sứ: “Mâm Cơm Trà Vinh” với 9 món chính được chế biến từ nguyên liệu địa phương, biểu tượng cho 9 đơn vị hành chính của tỉnh và 9 cửa sông Mekong *

**Xem “Tư vấn phân tích hiện trạng du lịch tỉnh Trà Vinh thuộc kế hoạch năm thứ 3 (năm 2018) của Dự án SME Trà Vinh”, do Sở VH TTDL giữ bản quyền.*

5.8 Tiếp thị điểm đến

- Chiến lược tiếp thị điểm đến gắn liền với slogan “**Thành phố Trà Vinh – Phố Cổ Bên Bờ Cổ Chiên**” và biểu tượng du lịch của Thành phố
- Xây dựng địa điểm check-in tại Thành Ủy, UBND, Ao Bà Om, công viên bờ sông Cổ Chiên (sẽ xây dựng sau này), chợ đêm Long Bình.
- *Vui lòng xem chi tiết ở tài liệu in*

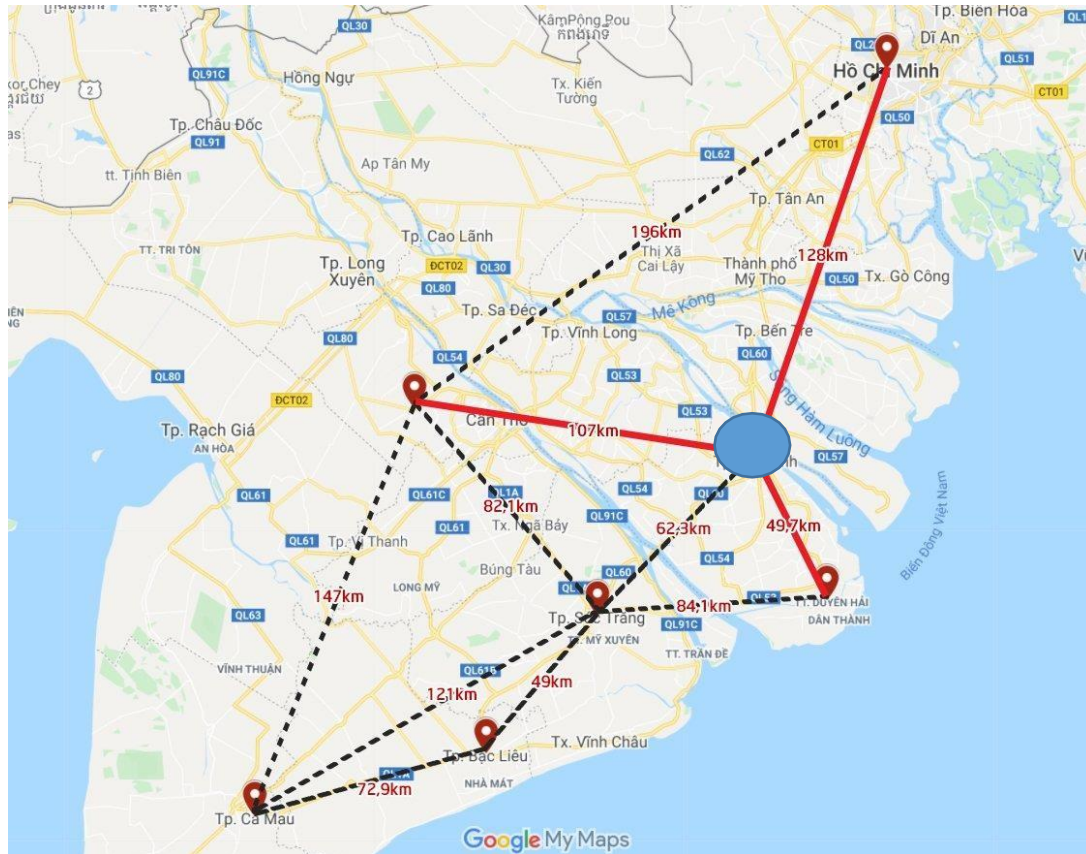


TẦM NHÌN



Vision must not be
visionary
(unrealistic)

TẦM NHÌN VỀ ĐIỂM ĐẾN



- **“Tuyến du lịch hình phễu”,** trong đó TPHCM và TP Cần Thơ đóng vai trò tạo nguồn khách, TP Trà Vinh và thị xã Duyên Hải là “cuồng phễu” giữ khách.
- **“Tuyến du lịch kim cương”:** TPHCM - Trà Vinh - Bạc Liêu - Cà Mau - Cần Thơ khi Cầu Đại Ngãi hoàn thành

Tầm nhìn về đô thị

- Đến năm 2030 sự phát triển của du lịch sẽ biến TPTV trở thành một đô thị cao cấp với nhiều khách sạn, nhà hàng, du thuyền 4-5 sao bên bờ sông Cổ Chiên



Du lịch TP Trà Vinh: Tầm nhìn 2030



Giải pháp thực hiện

- Nghị quyết của Thành Ủy
- Quyết định của UBNDTP
- Phân công “thủ lĩnh”
- Giao nhiệm vụ Tr Tâm VHTT
- Các phòng ban, phường, xã phối hợp

(Xem chi tiết bản in)



PHẦN VI: Kết luận và đề xuất

- Đề án tư vấn này đã phân tích những ưu điểm, nhược điểm, đồng thời đề ra kế hoạch phát triển theo từng giai đoạn trong thời gian tới, trong đó chú trọng đến đầu tư hạ tầng ven sông, khách sạn, nhà hàng, du thuyền và sự kiện.
- Hy vọng đến năm 2025 Thành phố sẽ là cột tăng trưởng du lịch của tỉnh Trà Vinh. Phấn đấu đến năm 2030 du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, tạo ra nhiều việc làm và góp phần vào sự phát triển du lịch chung của tỉnh Trà Vinh
(xem đề xuất ở tài liệu in)

Xin cảm ơn quý vị đại biểu
đã chú ý lắng nghe

