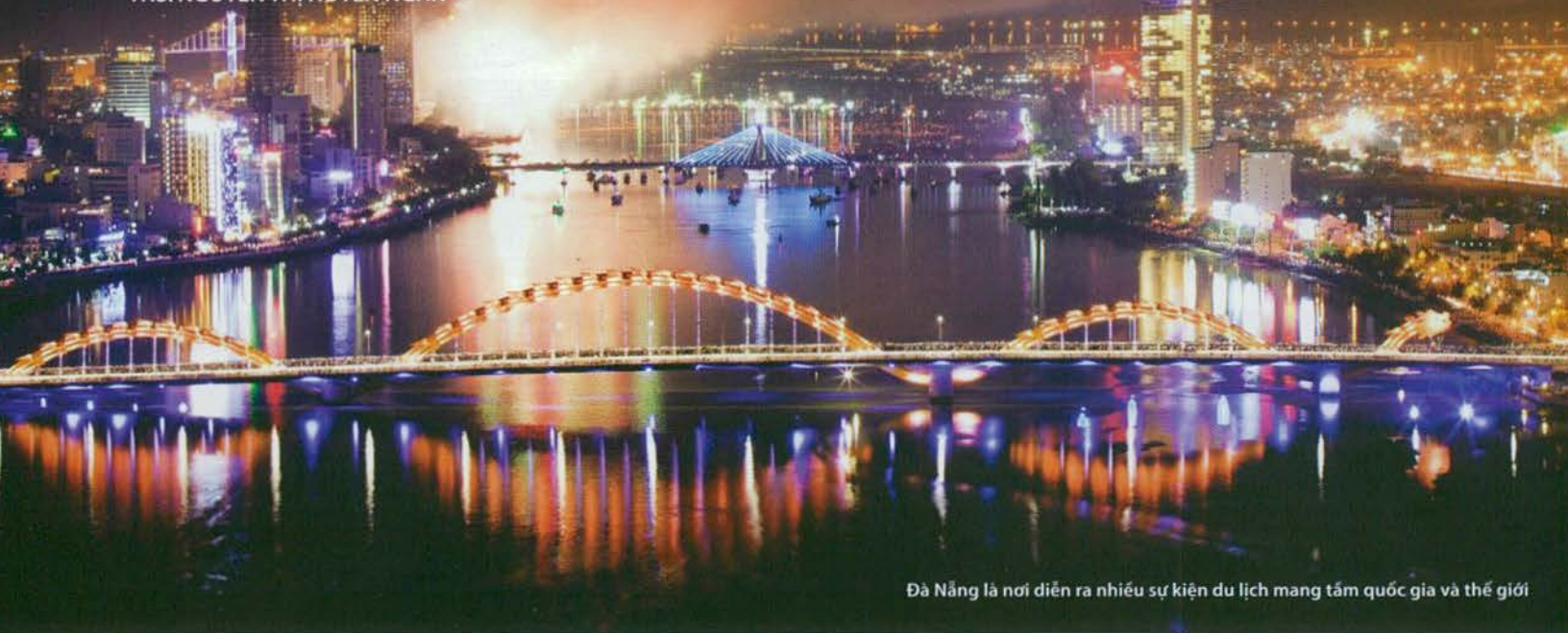


# LIÊN KẾT XÚC TIẾN DU LỊCH BỀN VỮNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ

THS. DƯƠNG HỒNG HẠNH\*  
THS. NGUYỄN THỊ HUYỀN NGÂN\*



Đà Nẵng là nơi diễn ra nhiều sự kiện du lịch mang tầm quốc gia và thế giới

## Thực trạng liên kết xúc tiến du lịch vùng duyên hải Nam Trung Bộ

Nam Trung Bộ bao gồm 8 tỉnh: Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận và Bình Thuận, hội tụ các điều kiện thuận lợi phát triển du lịch. Lượng khách du lịch quốc tế đến vùng những năm qua tăng khá nhanh, năm 2010 toàn vùng mới đón gần 1,7 triệu lượt khách thì đến năm 2015 đã đạt gần 3,1 triệu lượt. Một số địa phương bước đầu có sự liên kết và liên vùng với các tỉnh lân cận như: Thừa Thiên-Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam, Quảng Ngãi - Bình Định - Kon Tum - Gia Lai, Đà Nẵng - Lâm Đồng... nhưng còn mang tính thời điểm. Các hoạt động xúc tiến du lịch bền vững đã triển khai đến doanh nghiệp du lịch và cộng đồng nhưng chưa nhiều.

### Mục tiêu và thông điệp xúc tiến bền vững

Mục tiêu phát triển du lịch bền vững trên cơ sở gìn giữ và phát huy bản sắc dân tộc, bảo vệ môi trường, an ninh quốc phòng, trật tự xã hội, xóa đói giảm nghèo; phát triển du lịch bền vững đặt trong mối quan hệ liên ngành, liên vùng.

Bên cạnh đó đã có sự liên kết của một số tỉnh như Đà Nẵng - Quảng Nam - Huế: ba địa phương - một điểm đến; các thông điệp đưa ra tập trung giới thiệu cảnh quan, văn hóa, lễ hội, ẩm thực, giải trí, dịch vụ. Bình Định liên kết với Phú Yên và Gia Lai, Đắk Lắk xúc tiến du lịch với thông điệp "Ngôi nhà chung Tây Nguyên - Nam Trung Bộ", "Tây Nguyên - Nam Trung Bộ: điểm đến của biển xanh và đại ngàn"...

### Công cụ xúc tiến du lịch bền vững

Các địa phương đã có nhiều nỗ lực trong việc tổ chức sự kiện, một số địa phương du lịch phát triển mạnh đã tổ chức festival định kỳ như:

\*Trường Đại học Thương mại



DU LỊCH BỀN VỮNG LÀ XU HƯỚNG  
TẤT YẾU MÀ DU LỊCH NÓI CHUNG VÀ  
VÙNG NAM TRUNG BỘ NÓI RIÊNG  
CẦN HƯỚNG ĐẾN; TRONG ĐÓ, LIÊN  
KẾT XÚC TIẾN DU LỊCH VÙNG LÀ YẾU  
TỐ QUAN TRỌNG ĐỂ PHÁT HUY SỨC  
MẠNH TỔNG THỂ XÂY DỰNG HÌNH  
ẢNH ĐIỂM ĐẾN THÂN THIỆN, THAY  
ĐỔI NHẬN THỨC VÀ HÀNH VI KHÁCH  
DU LỊCH, DOANH NGHIỆP VÀ CỘNG  
ĐỒNG DÂN CƯ.

## THÔNGIỆP XÚC TIẾN DU LỊCH CỦA CÁC ĐỊA PHƯƠNG VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ:

**Đà Nẵng:** “DaNang fantasticity”

**Quảng Nam:** “Một điểm đến hai Di sản Văn hóa thế giới”; “Biển, đảo Quảng Nam - Thiên đường nghỉ dưỡng của bạn”

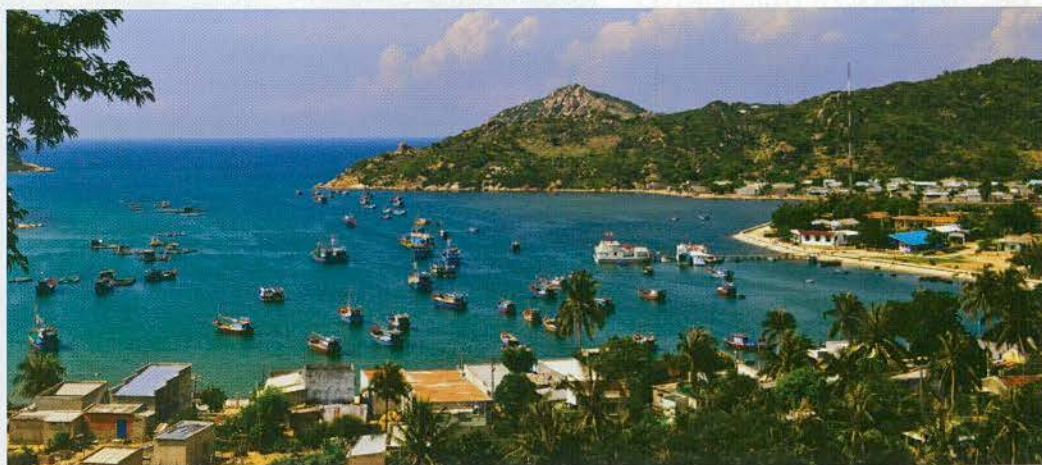
**Bình Định:** “Đất võ huyền thoại”

**Phú Yên:** “Du lịch Phú Yên - Hấp dẫn và thân thiện”

**Khánh Hòa:** “Thiên đường du lịch biển đảo - Điểm đến an toàn - văn minh - thân thiện”

**Ninh Thuận:** “Ninh Thuận trải nghiệm thú vị”

**Bình Thuận:** “Biển xanh - cát trắng - nắng vàng”



Du lịch duyên hải Nam Trung Bộ hội tụ các điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch

lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng, “Quảng Nam - Hành trình di sản”, “Giao lưu văn hóa Việt - Nhật” tại Quảng Nam, Festival biển Nha Trang. Các chiến dịch truyền thông đã tạo nên những đợt quảng bá mạnh tạo hiệu ứng tích cực đến du khách.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch của các tỉnh đã xây dựng website cho Sở hoặc website du lịch riêng, cung cấp thông tin khá cập nhật, góp phần xây dựng hình ảnh du lịch địa phương. Một số tỉnh còn ứng dụng mạng xã hội với sức hút đông đảo người sử dụng như Facebook, Twitter làm kênh quảng bá hiệu quả. Tuy nhiên, các thông tin mới tập trung giới thiệu lợi thế tài nguyên du lịch, còn quảng bá hướng đến du lịch bền vững vẫn chưa thực sự được chú trọng.

### Một số giải pháp tăng cường liên kết xúc tiến du lịch bền vững

Trước hết, cần thành lập Ban Chỉ đạo du lịch cho vùng Nam Trung Bộ, trong đó có Ban Xúc tiến du lịch để quản lý các hoạt động xúc tiến du lịch chung cho vùng, thực hiện các công việc xây dựng cơ chế liên kết hiệu quả với bộ máy chuyên trách, nguồn kinh phí đóng góp, phương hướng, dự án phát triển chung; xây dựng chiến lược phát triển du lịch bền vững cho vùng, đặc biệt là chiến lược xúc tiến du lịch trên cơ sở nghiên cứu tiềm năng và thế mạnh của từng địa phương. Trong chiến lược cần chỉ ra đối tượng, mục tiêu của từng đợt xúc tiến, xây dựng thương hiệu bao gồm cả logo, slogan và thông điệp truyền thông, các công cụ và sự phối hợp sử dụng các công cụ xúc tiến du lịch bền vững. Chiến lược cần cụ thể hóa

bằng các kế hoạch và chương trình hành động; phân công và triển khai thực hiện các chương trình xúc tiến du lịch bền vững; giám sát, kiểm tra việc thực hiện các hoạt động xúc tiến để có sự điều chỉnh kịp thời.

Thứ hai, xác định đối tượng nhận tin và mục tiêu xúc tiến du lịch bền vững của vùng Nam Trung Bộ, bao gồm cả khách du lịch mục tiêu, doanh nghiệp du lịch trên địa bàn, cộng đồng địa phương và công chúng.

Đối với khách du lịch, tiến hành các hoạt động xúc tiến du lịch bền vững tới các thị trường theo thứ tự ưu tiên - có tiềm năng tăng trưởng và xu hướng quan tâm nhiều hơn tới cộng đồng, môi trường, những vấn đề mà du lịch bền vững hướng tới. Với đối tượng khách này cần tăng cường nhận biết, xây dựng hình ảnh điểm đến và thu hút họ trải nghiệm các hoạt động du lịch bền vững của vùng. Khách du lịch nội địa, cũng là đối tượng cần hướng tới để nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi và tạo dựng hình ảnh điểm đến gắn với sự phát triển bền vững, trong đó chú trọng tới thị trường Tây Nguyên, khách nội vùng, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam, Hà Nội và các tỉnh phía Bắc.

Đối với các doanh nghiệp, mục tiêu cơ bản là nâng cao nhận thức và thay đổi hành vi nhằm kêu gọi sự tham gia tích cực của doanh nghiệp vào xây dựng và phát triển hình ảnh điểm đến du lịch bền vững, đồng thời tuyên truyền đến chính khách hàng của họ về mục tiêu phát triển du lịch.

Đối với cộng đồng, mục tiêu chính là thay đổi nhận thức của cộng đồng về vai trò và tầm quan trọng của du lịch bền vững để từ đó có những hành động tích cực góp phần bảo vệ tài nguyên du lịch, môi trường và xây dựng hình ảnh điểm đến.

Với mục tiêu trên, thông điệp truyền thông đến từng đối tượng phải được xây dựng một cách phù hợp. Toàn vùng cần thiết lập được hệ thống nhận diện thương hiệu

du lịch bền vững, trong đó nhiệm vụ quan trọng là thiết kế logo và slogan chung cho 8 tỉnh. Logo và slogan phải gắn với sản phẩm nổi bật, đặc trưng là biển đảo và di sản. Hệ thống nhận diện thương hiệu du lịch chung phải có sự gắn kết và triển khai đồng bộ thông qua mọi hình thức xúc tiến du lịch của toàn vùng và từng địa phương để tạo sự ghi nhớ, hình thành nhận thức thương hiệu rõ nét và nhanh chóng nhất.

Xúc tiến du lịch bền vững không chỉ truyền đi thông điệp về du lịch bền vững mà ngay cả hoạt động xúc tiến cũng phải cân bằng lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường. Do đó, sử dụng các công cụ xúc tiến du lịch bền vững tập trung vào công cụ điện tử để thay thế một phần cho các sản phẩm in ấn. Cần chú trọng đến các công cụ xúc tiến sau: (1) tổ chức sự kiện quảng bá thường niên theo chuyên đề, nổi bật là các chuyên đề du lịch bền vững, chủ yếu tập trung quảng bá các sản phẩm đặc trưng vùng, liên kết với các vùng khác để tổ chức sự kiện mang tính quốc gia. (2) quảng bá bằng nhiều loại phương tiện như báo chí, truyền hình, internet, trong đó, chú trọng việc xây dựng website du lịch chung cho toàn vùng, cung cấp đầy đủ thông tin bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau để quảng bá tới khách hàng tiềm năng...■

#### Tài liệu tham khảo

1. Bộ công cụ du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam, Dự án Chương trình Phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội, EU.
2. Trương Sỹ Quý, 2011, Liên kết trong xúc tiến và quảng bá du lịch giữa các địa phương vùng duyên hải miền Trung, Hội thảo Liên kết phát triển du lịch các tỉnh duyên hải miền Trung.
3. Hà Văn Siêu, 2011, Quy hoạch phát triển du lịch các tỉnh duyên hải miền Trung trong liên kết phát triển bền vững, Hội thảo Liên kết phát triển du lịch các tỉnh duyên hải miền Trung.
4. Alzbeta Kiralova, 2015, Sustainable Tourism Marketing Strategy: Competitive Advantage of Destination, University College of Business in Prague, Czech Republic...