

# Vực dậy Du lịch Bắc Trung Bộ

▼ BÀI VÀ ẢNH: NAM HẢI

HÀNG LOẠT GIẢI PHÁP CỤ THỂ NHẪM HỖ TRỢ CÁC TỈNH BẮC TRUNG BỘ KHẮC PHỤC THIỆT HẠI DO SỰ CỐ MÔI TRƯỜNG BIỂN ĐÃ ĐƯỢC ĐỀ RA TẠI HỘI NGHỊ XÚC TIẾN DU LỊCH BẮC TRUNG BỘ VÀ TỌA ĐÀM ĐÓNG GÓP Ý KIẾN VỀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH KHU VỰC BẮC TRUNG BỘ DO TỔNG CỤC DU LỊCH (TCDL) TỔ CHỨC MỚI ĐÂY.

## Tập trung vào thị trường khách nội địa

Theo Tổng cục trưởng TCDL Nguyễn Văn Tuấn, sự cố môi trường biển thời gian qua là sự việc nghiêm trọng, ảnh hưởng lâu dài đến kinh tế miền Trung nói chung và hoạt động du lịch tại Bắc Trung Bộ nói riêng. Trong đó, ngành Du lịch bị ảnh hưởng rất lớn, lượng khách sụt giảm, nhiều doanh nghiệp du lịch chịu tổn thất trực tiếp và gián tiếp. Theo thống kê sơ bộ, sự cố gây thiệt hại trực tiếp tới ngành Du lịch Bắc Trung Bộ khoảng 2.000 tỷ đồng, còn ảnh hưởng gián tiếp chưa thể tính được.

Tổng cục trưởng TCDL Nguyễn Văn Tuấn cho biết, để nhanh chóng khắc phục thiệt hại, giải pháp trước mắt cho ngành Du lịch các tỉnh Bắc Trung Bộ là tập trung kích cầu thị trường khách du lịch nội địa, do đây là thị trường có khả năng phục hồi nhanh chóng, hơn nữa các tỉnh Bắc Trung Bộ sở hữu nhiều tiềm năng, sản phẩm du lịch phù hợp,

Thực tế cho thấy, khách nội địa chiếm tỷ trọng lớn trong lượng khách đến với các tỉnh Bắc Trung Bộ, đơn cử năm 2015 lượng khách nội địa đến vùng ước đạt 17.073.000 lượt trên tổng số 18.744.950 lượt khách (chiếm khoảng 91%). Khách du lịch nội địa giai đoạn 2011 - 2015 đến vùng cũng có tốc độ tăng trưởng bình quân cao hơn khách quốc tế (14,4% so với 13,9%)\*. Bên cạnh nguồn tài nguyên du lịch biển, văn hóa - lịch sử, tâm linh... phù hợp với thị trường nội địa, các tỉnh Bắc Trung Bộ cũng rất thuận lợi trong việc kết nối với các trung tâm du lịch phía Bắc và phía Nam bằng đường bộ, đường sắt và đường hàng không.

Như vậy, thị trường nội địa sẽ là động lực quan trọng để giúp ngành Du lịch Bắc Trung Bộ vượt qua khó khăn hiện nay. Các địa phương cần truyền đi thông điệp về nước biển an toàn và hải sản sạch tới du khách; tổ chức các chương trình kích cầu du lịch và đặc biệt là đảm bảo vệ sinh môi trường và chất lượng dịch vụ tại các khách sạn, nhà hàng, điểm đến... Một số sản phẩm



Tổng cục trưởng TCDL Nguyễn Văn Tuấn phát biểu tại hội nghị

du lịch mới hướng đến thị trường khách nội địa như lễ hội hoa hướng dương (Nghệ An), du lịch sinh thái - cộng đồng tại Pù Luông (Thanh Hóa), trải nghiệm du lịch cộng đồng và thưởng thức buffet chợ tại khu cầu ngói Thanh Toàn (Thừa Thiên - Huế)... được kỳ vọng sẽ thay thế hoặc bổ trợ cho các loại hình du lịch truyền thống, tăng cường thu hút cả du khách trong nước và quốc tế.

## Cần sự vào cuộc của toàn xã hội

Phát biểu tại Hội nghị Xúc tiến Du lịch Bắc Trung Bộ, Tổng cục trưởng TCDL Nguyễn Văn Tuấn nhấn mạnh, hội nghị lần này có tính chất khởi đầu nhằm tạo sức lan tỏa trong toàn Ngành và dư luận để kêu gọi sự chung tay, vào cuộc của toàn xã hội. Bên cạnh sự nỗ lực của các cơ quan quản lý nhà nước và địa phương, ngành Du lịch các tỉnh Bắc Trung Bộ rất cần sự giúp sức của các doanh nghiệp cũng như sự tin tưởng, ủng hộ và chia sẻ của người dân cả nước.

Về phía TCDL, ngay sau khi sự cố môi trường biển xảy ra khiến hoạt động du lịch một số tỉnh Bắc Trung Bộ bị ảnh hưởng, TCDL đã có những hành động kịp thời và cụ thể, như văn bản đề xuất và hướng dẫn các địa phương ứng phó với sự cố môi trường biển; trực tiếp cùng các tỉnh và tham gia đề xuất cơ chế chính sách để đánh giá, tính toán thiệt hại đến hoạt động du lịch...

Ngoài ra, TCDL phối hợp với các đơn vị liên quan và các địa phương triển khai nhiều giải pháp trung hạn và dài hạn: xây dựng kế hoạch tổng thể về khôi phục thị trường, kích cầu du lịch nội địa cho các tỉnh Bắc Trung Bộ; báo cáo Bộ trưởng Bộ VHTTDL cho phép điều chỉnh kinh phí từ nguồn Chương trình Hành động quốc gia về Du lịch và các nguồn kinh phí khác để



Thử nghiệm tại Alba Thanh Tân

hỗ trợ cho các tỉnh Bắc Trung Bộ quảng bá, xúc tiến du lịch; tổ chức các lớp bồi dưỡng, nâng cao kỹ năng nghề du lịch, khách sạn cho nhân lực khu vực miền Trung; tổ chức quảng bá Du lịch Bắc Trung Bộ tại chương trình roadshow giới thiệu Du lịch Việt Nam tại Thái Lan nhằm thu hút khách Thái Lan và Lào đến miền Trung qua đường bộ...

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch đang hoàn thiện đề án "Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng Bắc Trung Bộ" nhằm định hướng cho vùng Bắc Trung Bộ một số dòng sản phẩm đặc thù và tính cạnh tranh cao như: du lịch văn hóa lịch sử gắn với cuộc kháng chiến chống Mỹ; du lịch văn hóa lịch sử triều Nguyễn gắn với quần thể di tích cố đô Huế; du lịch sinh thái gắn với di sản thiên nhiên thế giới và vùng cảnh quan tự nhiên độc đáo... Dự án Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội do Liên minh châu Âu tài trợ (EU-ESRT) cũng đã có nhiều chương trình hỗ trợ 4 tỉnh Bắc miền Trung phát triển du lịch theo hướng có trách nhiệm và bền vững, tập trung vào các vấn đề: quản lý điểm đến, phát triển đối thoại công - tư, phát triển sản phẩm du lịch có trách nhiệm, quảng bá điểm đến vùng và phát triển nguồn nhân lực...

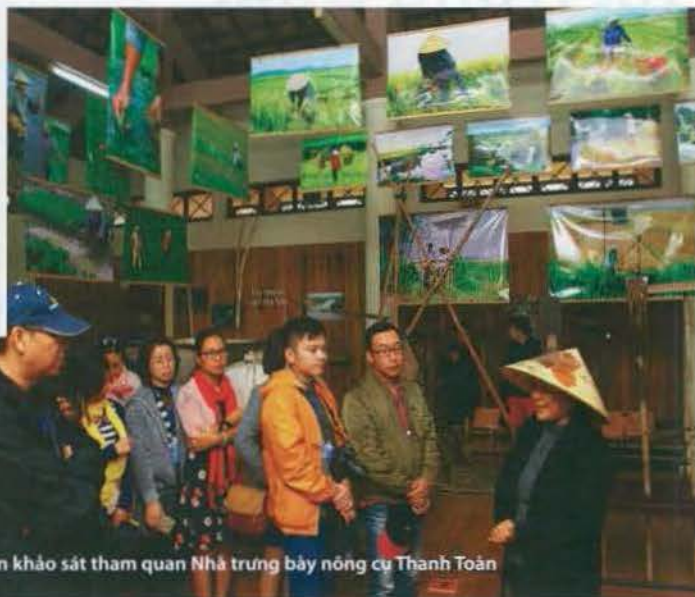
TCDL phối hợp với các địa phương tổ chức các đoàn khảo sát tuyến, điểm mới và kết nối hợp tác với các điểm du lịch, cơ sở lưu trú... từ đó xây dựng sản phẩm mới và hấp dẫn nhằm tăng cường thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế. Hai đoàn khảo sát gồm đồng bào doanh nghiệp cả nước lần lượt xuất phát từ Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh đã đi khảo sát một số điểm du lịch, cơ sở lưu trú và trải nghiệm dịch vụ tại khu du lịch sinh thái Mường Thanh

Safari Diễn Lâm (Nghệ An); khu du lịch sinh thái Hải Thượng (Hà Tĩnh); khu du lịch sông Chày - hang Tối, Chày Lập Farmstay (Quảng Bình); địa đạo Vĩnh Mốc (Quảng Trị); khu du lịch Suối khoáng nóng Alba Thanh Tân, làng du lịch cộng đồng cầu ngói Thanh Toàn (Thừa Thiên - Huế)...

Tại buổi tọa đàm đóng góp ý kiến về phát triển sản phẩm du lịch khu vực Bắc Trung Bộ, Phó Tổng cục trưởng TCDL Hà Văn Siêu cho biết: Các ý kiến của các doanh nghiệp tham gia đoàn khảo sát đều chung quan điểm là cần có sự tham gia vào cuộc của nhiều bên như cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị truyền thông, các doanh nghiệp lữ hành, khách sạn... mới có thể giúp được Du lịch Bắc Trung Bộ đứng dậy sau khó khăn. Bên cạnh việc tạo thêm những sản phẩm du lịch mới, cần đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng giao thông, các điểm vui chơi giải trí...; tạo môi trường kinh doanh lành mạnh, thông thoáng nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp và người dân địa phương cùng tham gia...

### "Giải độc thông tin" cho du khách

Tiềm năng dồi dào, cơ sở hạ tầng đã có, các sản phẩm và dịch vụ đều đã sẵn sàng; điều cần làm nhất bây giờ của ngành Du lịch các tỉnh Bắc Trung Bộ là giải quyết vấn đề tâm lý của du khách; tăng cường quảng bá thông tin về những sản phẩm, dịch vụ, ưu đãi hấp dẫn của điểm đến. Là thành viên tham gia đoàn khảo sát, ông Bùi Minh Thăng - Giám



Đoàn khảo sát tham quan Nhà trưng bày nông cụ Thanh Toàn

đốc Công ty Victory Tour (Khánh Hòa) cho rằng: Với thể mạnh của du lịch biển, khó khăn nguồn khách của các tỉnh Bắc Trung Bộ chỉ là tạm thời mang nặng lý do tâm lý. Đến mùa du lịch biển hè năm 2017, lượng khách nội địa đi du lịch và nghỉ dưỡng biển chắc chắn sẽ tăng trở lại. Để thúc đẩy tiến trình này và giúp cởi bỏ tâm lý e ngại do sự cố môi trường, vào khoảng cuối tháng 3 và tháng 4, các tỉnh Bắc Trung Bộ cần đồng hành với các cơ quan truyền thông thực hiện một chiến dịch mạnh mẽ nhằm quảng bá và "giải độc thông tin"; ví dụ như mời các vị lãnh đạo cấp cao, các nghệ sỹ, người nổi tiếng hoặc các nhân sỹ trí thức... đến sử dụng các sản phẩm du lịch địa phương, tắm biển, ăn hải sản. Ngoài đăng tải lên các phương tiện truyền thông, những hình ảnh này cũng cần được các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Trung tâm Xúc tiến Du lịch tại địa phương cũng như các công ty lữ hành, toàn thể nhân viên ngành Du lịch cùng đăng tải lên các mạng xã hội như Facebook, Instagram... Ngoài ra, để nâng cao hình ảnh du lịch địa phương, mỗi tỉnh cần cử người chuyên trách để trả lời, cung cấp thông tin chính thống, cảm ơn các phản hồi tốt, nhận lỗi và giải đáp cho các phản hồi chưa tốt liên quan đến địa phương mình... trên các trang mạng du lịch nổi tiếng thế giới như Tripadvisor.com.■