

Phát triển chuỗi giá trị sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Lắk

HÀ THỊ KIM DUYÊN*

Với những giá trị tự nhiên, như: địa hình cảnh quan đẹp và đa dạng với đồi núi xen kẽ bình nguyên và thung lũng, hệ thống thác ghềnh hùng vĩ, không gian văn hóa công chiêng..., Đắk Lắk là địa phương có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tuy nhiên, hiện nay, du lịch Đắk Lắk vẫn chưa thực sự khẳng định vị trí và vai trò của mình. Vì vậy, trong thời gian tới, việc phát triển chuỗi giá trị sản phẩm du lịch là cần thiết để phát triển du lịch Tỉnh ổn định và bền vững.

THỰC TRẠNG CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI TỈNH ĐẮK LẮK

Trong nghiên cứu này, chuỗi giá trị sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Lắk được lập dựa trên sự tổng hợp nhiều chuỗi giá trị sản phẩm du lịch hiện hữu tại tỉnh Đắk Lắk, kết hợp nhiều nguồn tài liệu khác nhau, như: Micheal Porter (1985), Kaplinsky and Morris (2001) và GTZ (2007), như trong Sơ đồ.

Qua Sơ đồ ta thấy, ngoài những hoạt động chính trong chuỗi (bao gồm: dịch vụ vận chuyển, dịch vụ tại điểm đến, điểm tham quan du lịch và tư vấn khách du lịch) có ảnh hưởng đến ngành du lịch tỉnh Đắk Lắk, còn có các hoạt động hỗ trợ (bao gồm: quản lý nguồn nhân lực, quản lý sản phẩm dịch vụ và công nghệ thông tin và viễn thông) và các yếu tố môi trường (bao gồm quản lý nhà nước về du lịch và liên kết Nhà nước và tư nhân) có thể làm gia tăng hay giảm hiệu quả hoạt động của các tác nhân tham gia trong hoạt động chính của chuỗi. Cụ thể như sau:

Các hoạt động chính chuỗi giá trị sản phẩm du lịch tại tỉnh Đắk Lắk

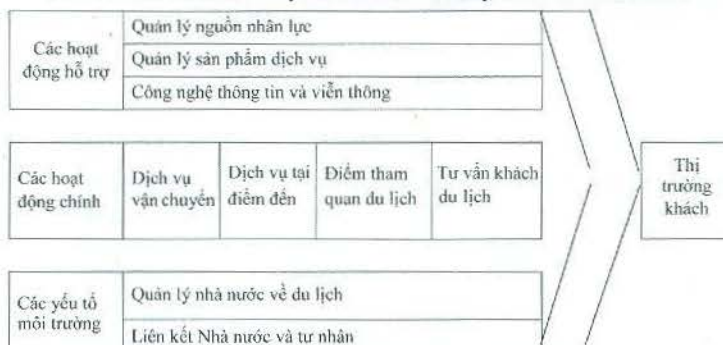
Dịch vụ vận chuyển: Cảng hàng không Buôn Ma Thuột đóng một vai trò quan trọng trong mạng lưới giao

thông tại tỉnh và khu vực Tây Nguyên, cách trung tâm TP. Buôn Ma Thuột khoảng 8km về phía Đông Nam. Những năm qua, hoạt động của Cảng hàng không Buôn Ma Thuột phát triển mạnh, góp phần tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội, đầu tư, du lịch của tỉnh Đắk Lắk và khu vực Tây Nguyên. Bên cạnh đó, các tuyến quốc lộ, đường tỉnh, đường đô thị, đường huyện khá phát triển và đang ngày càng hoàn thiện, phục vụ tốt nhu cầu du lịch. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk, tính đến tháng 12/2018, toàn Tỉnh có 13 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế và 32 đơn vị kinh doanh lữ hành nội địa, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong và ngoài nước.

Dịch vụ tại điểm đến: Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk, tính đến tháng 12/2018, trên địa bàn Tỉnh có 215 đơn vị kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch với 3.340 buồng. Tuy nhiên, đa số cơ sở lưu trú chỉ tập trung trong phạm vi Thành phố, du khách muốn nghỉ lại qua đêm tại các điểm đến du lịch ở huyện thường khó tìm được phòng nghỉ vừa ý bởi quy mô nhỏ, phục vụ chưa chuyên nghiệp và rất thiếu các thiết bị nội thất hiện đại. Bên cạnh đó, hệ thống cơ sở dịch vụ ăn uống tăng trưởng nhanh chóng, tạo điều kiện thuận lợi phục vụ khách du lịch ngày càng tốt hơn. Tính đến hết năm 2018, toàn Tỉnh có 27 cơ sở ăn uống đạt chuẩn phục vụ khách du lịch và 02 cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm đạt chuẩn phục vụ khách du lịch.

Nhìn chung, hệ thống khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch phát

SƠ ĐỒ: CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM DU LỊCH TỈNH ĐẮK LẮK



Nguồn: Đề xuất của tác giả

* Trường Đại học Tây Nguyên

triển tụy nhanh, nhưng tầm cỡ quy mô, tính chất tiên nghi và phong cách sản phẩm du lịch còn nhỏ lẻ, chưa đồng bộ, vận hành chưa chuyên nghiệp, chưa xây dựng được thương hiệu cho điểm đến du lịch tỉnh Đắk Lắk.

Điểm tham quan du lịch: Đắk Lắk đã khai thác các nguồn tài nguyên, như: sinh thái, văn hóa, cà phê, voi, công chiêng..., từ đó hình thành một số khu, điểm du lịch nổi bật, như: Khu du lịch thác Dray Sáp Thượng, Khu du lịch Văn hóa sinh thái Buôn Đôn, du lịch cầu treo buôn Trí - Buôn Đôn; du lịch hồ Lắk; Làng du lịch văn hoá Buôn Jun - huyện Lắk; điểm du lịch thác Bảy nhánh - Buôn Đôn; Vườn quốc gia Yok Đôn; Công viên nước Đắk Lắk...

Tư vấn khách du lịch: Để cung cấp đầy đủ thông tin về điểm đến du lịch tỉnh Đắk Lắk, ngành du lịch đã có nhiều hoạt động tư vấn, hỗ trợ du khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên, công tác này cũng chỉ dừng lại ở mức độ xúc tiến, quảng bá, giới thiệu các hình ảnh, sản phẩm du lịch hay các điểm đến du lịch tỉnh Đắk Lắk. Hoạt động tư vấn khách du lịch được thực hiện chủ yếu thông qua các đơn vị kinh doanh lẻ hành trên địa bàn. Trong khi đó, các sở, ngành về du lịch chưa có trung tâm, bộ phận nào hỗ trợ tư vấn trực tuyến khách hàng, chưa thường xuyên cung cấp thông tin, hỗ trợ dịch vụ du lịch hay tiếp nhận ý kiến phản hồi của du khách tại các điểm đến du lịch tỉnh Đắk Lắk.

Các hoạt động hỗ trợ chuỗi giá trị sản phẩm du lịch tại tỉnh Đắk Lắk

Quản lý nguồn nhân lực: Thời gian qua, ngành du lịch Đắk Lắk đã có những hoạt động quản lý, hướng dẫn các doanh nghiệp và tổ chức các lớp đào tạo nghiệp vụ nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ lao động. Tuy nhiên, bên cạnh sự gia tăng về số lượng, thì chất lượng đội ngũ lao động chưa được đẩy mạnh ngang tầm với yêu cầu phát triển. Điều dễ nhận thấy nhất là cung cách vận hành, phục vụ du khách tại các đơn vị, doanh nghiệp làm du lịch còn thiếu chuyên nghiệp và chưa đẳng cấp. Theo Phó Chủ tịch UBND Tỉnh, Trưởng ban Chỉ đạo phát triển du lịch Đắk Lắk Nguyễn Tuấn Hà đánh giá: Có gần 70% cán bộ, công chức quản lý nhà nước liên quan đến lĩnh vực du lịch chưa qua đào tạo, thiếu kiến thức và kỹ năng làm du lịch. Khoảng 50%-60% người làm quản lý, viên chức tại các doanh nghiệp, các ban quản lý khu, điểm du lịch, di tích lịch sử và danh lam thắng cảnh trên địa bàn

không nắm vững (thậm chí không có) nghiệp vụ xây dựng, điều hành và kinh doanh du lịch. Đáng nói hơn là có gần 80% người lao động trực tiếp tại các đơn vị, doanh nghiệp chưa được “xóa mù” về “ngành công nghiệp không khói” này (Phượng Đình, 2017).

Quản lý sản phẩm dịch vụ: Trong những năm qua, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch Tỉnh đã thường xuyên phối hợp với các ngành liên quan, triển khai tổ chức, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá các lễ hội đặc trưng và mang tính thường niên, như: Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột và Liên hoan văn hoá Công chiêng Tây Nguyên... Bên cạnh đó, Sở đã phối hợp với các đơn vị tổ chức chương trình biểu diễn văn hoá công chiêng phục vụ du khách từ tháng 07/2017, mỗi tháng biểu diễn 2 lần vào tối thứ bảy giữa tháng và cuối tháng.

Mặc dù ý thức được việc xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù và hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch đến các thị trường du lịch trọng điểm là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của du lịch Đắk Lắk, tuy nhiên, việc đầu tư quản lý sản phẩm du lịch còn nhiều bất cập. Sản phẩm du lịch Đắk Lắk tồn tại chông chéo giữa các khu, điểm du lịch trong Tỉnh và các tỉnh vùng Tây Nguyên.

Công nghệ thông tin và viễn thông: Bưu chính viễn thông đã phủ kín cả Tỉnh với hệ thống tổng đài của bưu điện trung tâm Tỉnh và bưu điện của tất cả huyện, thị xã, đảm bảo liên lạc nhanh chóng, thuận tiện giữa Đắk Lắk với các địa phương, các vùng trong nước và liên lạc quốc tế. Nhờ đó, công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, các sản phẩm du lịch, thông qua trang thông tin điện tử của sở văn hóa, thể thao và du lịch, Trung tâm Thông tin xúc tiến du lịch Đắk Lắk, Trang Văn hoá, Bản tin Văn hoá, Thể thao và Du lịch cung cấp những thông tin cơ bản, cần thiết, nhằm quảng bá hình ảnh quê hương, đất nước, con người Tây Nguyên nói chung, tỉnh Đắk Lắk nói riêng được đảm bảo.

Các yếu tố môi trường

Quản lý nhà nước về du lịch: Công tác quản lý nhà nước về du lịch tỉnh Đắk Lắk được tăng cường; nhiều văn bản quy phạm pháp luật về du lịch được ban hành đã tạo thuận lợi cho công tác quản lý nhà nước cũng như hoạt động kinh doanh của các tổ chức, cá nhân kinh doanh trong lĩnh vực du lịch.

Bên cạnh đó, Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch Tỉnh đã liên kết với các đơn vị kinh doanh du lịch trên địa bàn Tỉnh làm tốt công tác quảng bá du lịch. Các doanh nghiệp làm du lịch trên địa bàn Tỉnh luôn nhiệt tình phối hợp cùng cơ quan nhà nước tham gia tuyên truyền, quảng bá tại các hội chợ du lịch tại các địa phương trên toàn quốc.

Tuy nhiên, hoạt động du lịch Đắk Lắk cũng gặp không ít khó khăn do công tác phối hợp liên ngành cũng như giữa các địa phương không thường xuyên và chưa đem lại hiệu quả mong muốn.

Liên kết Nhà nước và tư nhân: Năm 2016, UBND tỉnh Đắk Lắk ban hành Quyết định số 2372/QĐ-UBND, ngày 12/08/2016 về việc ban hành Danh mục dự án kêu gọi đầu tư giai đoạn 2016-2020 trên địa bàn tỉnh

BẢNG: SỐ LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH ĐẾN ĐẮK LẮK GIAI ĐOẠN 2015-2017

Năm	Tổng lượt khách		Khách nội địa		Khách quốc tế	
	Lượt khách	Tăng/giảm so với cùng kỳ (%)	Lượt khách	Tăng/giảm so với cùng kỳ (%)	Lượt khách	Tăng/giảm so với cùng kỳ (%)
2015	560.000	19,91	506.000	20,48	54.000	14,89
2016	621.000	10,89	563.000	11,26	58.000	7,41
2017	703.000	13,20	636.000	12,97	67.000	15,52
2018	812.000	13,43	736.000	15,72	76.000	13,43

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk

Đắk Lắk. Trong đó, các dự án kêu gọi đầu tư thuộc lĩnh vực văn hoá, thể thao và du lịch có 38 dự án với tổng vốn đầu tư là 7.714,7 tỷ đồng trên diện tích 3.288,4ha. Năm 2017, Trung tâm Thông tin xúc tiến du lịch Đắk Lắk tập trung kêu gọi đầu tư vào 4 dự án du lịch trọng điểm nhằm đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng của ngành du lịch, bao gồm: Khu du lịch sinh thái Vườn quốc gia Chư Yang Sin, Khu du lịch quốc gia Hồ Lắk, Khu du lịch quốc gia Yok Đôn và Sân golf huyện Buôn Đôn.

Thị trường khách du lịch tỉnh Đắk Lắk

Nhờ những tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch nói trên, kết quả thu hút khách du lịch tỉnh Đắk Lắk đã đạt được như sau: Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk, trong 3 năm (2015-2017), khách du lịch đến Đắk Lắk tăng bình quân hàng năm là 14,67%, đến năm 2017 lên tới 703 nghìn lượt khách. Trong đó, khách nội địa tăng bình quân 14,9%, khách quốc tế tăng bình quân 12,61%. Điều đáng quan tâm là năm 2015, khách nội địa tăng đột biến (tăng 20,48% so với năm trước) giảm vào năm 2016 và năm 2017, trong khi đó, khách quốc tế năm 2017 tăng mạnh (15,52%). Riêng năm 2018, số lượng khách du lịch tăng lên 812.000 lượt, tăng 13,43% so với cùng kỳ, trong đó khách nội địa vẫn chiếm chủ yếu (Bảng).

MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Để nâng cao chuỗi giá trị sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Lắk, theo chúng tôi, cần thực hiện có hiệu quả một số giải pháp, như sau:

Một là, để đảm bảo quyền lợi cho khách hàng, ngành du lịch tỉnh Đắk Lắk nên sớm thành lập trung tâm hỗ

trợ khách du lịch, qua đó kết nối thông tin giữa du khách với các cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến du lịch và đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch tại địa phương nhằm đảm bảo khách du lịch được hỗ trợ về thông tin, sử dụng dịch vụ du lịch thuận tiện, có chất lượng tương xứng nhu cầu và đảm bảo an ninh, an toàn.

Hai là, du lịch Đắk Lắk cần quy hoạch và quản lý quy hoạch du lịch một cách đồng bộ, tích cực vận động các nguồn vốn đầu tư để xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch trong quá trình phát triển tới.

Ba là, tăng cường đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Du lịch Đắk Lắk cần có chính sách khuyến khích đãi ngộ các nghệ nhân, sinh viên giỏi về chuyên ngành du lịch, cán bộ quản lý du lịch và các chuyên gia trong ngành du lịch về làm việc tại cơ quan, doanh nghiệp du lịch trên địa bàn.

Bốn là, tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, đảm bảo các sản phẩm hoàn chỉnh, độc đáo, có sức hấp dẫn cao, có tính chuyên nghiệp cao theo hướng phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội. Hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch cần được tăng cường thông qua liên kết với các trang thông tin quảng bá du lịch của các địa phương, các doanh nghiệp, các hãng lữ hành để cung cấp thông tin và quảng bá điểm đến du lịch Đắk Lắk.

Năm là, cần tạo môi trường thuận lợi cho các đơn vị kinh doanh du lịch và cộng đồng địa phương phát triển du lịch thông qua việc cải thiện chính sách ưu đãi hấp dẫn, xúc tiến đầu tư, hỗ trợ cung cấp thông tin, cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện cho đơn vị và người dân trực tiếp tham gia hoạt động kinh doanh du lịch. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk (2015-2018). *Báo cáo văn hoá, thể thao và du lịch các năm 2015, 2016, 2017, 2018*
2. Phương Đình (2017). *Nguồn nhân lực phục vụ du lịch: Thiếu chuyên nghiệp và đẳng cấp*, truy cập từ <http://baodaklak.vn/channel/3483/201803/nguon-nhan-luc-phuc-vu-du-lich-thieu-chuyen-nghiep-va-dang-cap-5573790/>
3. German Technical Cooperation (2007). *Value Links Manual - The Methodology of Value Chain Promotion*, Eschborn: GTZ
4. Michael E. Porter (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press
5. Raphael Kaplinsky, Mike Morris (2001). *A Handbook for Value Chain Research*, Prepared for the IDRC, Brighton: IDS, access to <https://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf>