

BÀN VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

THS. LÊ HOÀNG ANH*

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH ĐÃ GIAO VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH THỰC HIỆN ĐỀ TÀI KHOA HỌC NĂM 2018 - 2019 “NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH - ỨNG DỤNG CHO KHU VỰC ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG”. MỤC TIÊU CỦA ĐỀ TÀI LÀ LÀM RÕ CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH, VAI TRÒ VÀ LIÊN KẾT GIỮA CÁC MẮT XÍCH TRONG CHUỖI; ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG (ĐBSCL) TRÊN QUAN ĐIỂM PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG ĐBSCL TỪ NĂM 2013 ĐẾN NAY; TỪ ĐÓ ĐƯA RA ĐỊNH HƯỚNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP CƠ BẢN TRONG VIỆC ỨNG DỤNG CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG ĐBSCL.

Khái niệm chuỗi giá trị và chuỗi giá trị du lịch

Chuỗi giá trị, hay còn được biết đến là chuỗi giá trị phân tích, là một khái niệm từ quản lý kinh doanh đã được Micheal Porter mô tả và phổ cập lần đầu tiên vào năm 1985 trong một cuốn sách phân tích về lợi thế cạnh tranh của ông: “Chuỗi giá trị là chuỗi các hoạt động của một công ty hoạt động trong một ngành cụ thể. Sản phẩm đi qua tất cả các hoạt động của một công ty hoạt động trong một ngành nghề cụ thể. Sản phẩm đi qua tất cả các hoạt động của chuỗi theo thứ tự và tại mỗi hoạt động sản xuất thu được một số giá trị nào đó. Chuỗi các hoạt động mang lại sản phẩm nhiều giá trị gia tăng hơn tổng giá trị gia tăng của các hoạt động cộng lại”.

Có rất nhiều nội dung liên quan đến chuỗi giá trị và phân tích chuỗi giá trị. Bản chất của chuỗi giá trị chính là sáng tạo các giá trị thông qua các tương tác và các mối liên kết khác nhau trong một quá trình thể hiện tính phức hợp cũng như đời sống trọn vẹn của sản phẩm. Nhận biết, tìm cách thay đổi,

tác động lên những tương tác, mối liên kết, những quá trình này là nội dung của quản trị chuỗi giá trị và nâng cấp chuỗi giá trị.

Phương pháp phân tích chuỗi giá trị là một công cụ mô tả nhằm giúp cho nhà quản trị du lịch kiểm soát được sự tương tác giữa những tác nhân tham gia khác nhau trong chuỗi. Là một công cụ có tính mô tả nên nó có lợi thế ở chỗ buộc người phân tích phải xem xét cả các khía cạnh vĩ mô và vi mô trong các hoạt động sản xuất và trao đổi, nhằm chỉ ra được năng lực cạnh tranh của một công ty, một ngành hàng... có thể bị ảnh hưởng do tính không hiệu quả ở một khâu nào đó trong chuỗi giá trị. Hơn nữa, việc phân tích chuỗi giá trị giúp cho nhà quản trị du lịch đo lường được hiệu quả chung của sản phẩm, của ngành hàng và xác định được mức đóng góp cụ thể của từng tác nhân tham gia chuỗi để có cơ sở đưa ra những quyết định phù hợp. Phân tích chuỗi giá trị có vai trò trung tâm trong việc xác định sự phân phối lợi ích của những người tham gia trong chuỗi, từ đó khuyến khích sự



Du lịch sinh thái làng nổi Tân Lập - Long An. Ảnh: Lê Hoàng Thái

hợp tác giữa các yếu tố trong chuỗi để việc phân phối lợi ích vươn tới sự công bằng, tạo ra nhiều hơn giá trị tăng thêm và nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường, là cơ sở cho các nhà tạo lập chính sách có nguồn thông tin cần thiết để có những giải pháp phù hợp và không ngừng hoàn thiện chính sách vĩ mô nhằm phát triển bền vững chuỗi ngành hàng.

Phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit - Đức) cho rằng chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các giá trị đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng. Hay chuỗi giá trị là một loạt quá trình mà các doanh nghiệp (nhà vận hành) thực hiện các chức năng chủ yếu của mình để sản xuất, chế biến và phân phối một sản phẩm cụ thể nào đó. Các doanh nghiệp kết nối với nhau bằng một loạt các giao dịch sản xuất và kinh doanh, trong đó sản phẩm được chuyển từ tay nhà sản xuất, sơ chế ban đầu đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

Theo nghĩa rộng: “Chuỗi giá trị du lịch là việc xác định, lựa chọn, liên kết thực hiện giữa các chủ thể trong ngành du lịch và các dịch vụ trong ngành du lịch và các ngành khác liên quan”, còn khái niệm về chuỗi giá trị du lịch theo nghĩa hẹp, có thể được hiểu như sau: “Phát triển chuỗi giá trị du lịch là

→ việc xác định, lựa chọn, liên kết thực hiện giữa các chủ thể, mắt xích và các dịch vụ kinh doanh trong lĩnh vực du lịch nhằm tối ưu hóa, tăng thêm giá trị ở tất cả các công đoạn và đưa ra được các sản phẩm du lịch mang tính bền vững, có sức cạnh tranh cao, thu hút ngày càng nhiều khách du lịch”.



Một chuỗi giá trị tồn tại khi tất cả chủ thể, mắt xích tham gia trong chuỗi hoạt động để tạo ra tối đa giá trị cho chuỗi. Có thể có nhiều chủ thể, mắt xích tham gia vào chuỗi giá trị du lịch nhưng tùy thuộc vào đặc điểm của từng loại sản phẩm du lịch cụ thể mà vai trò, tầm quan trọng của mỗi một chủ thể, mắt xích trong chuỗi giá trị có thể khác nhau.

Hoạt động du lịch tại đồng bằng sông Cửu Long

ĐBSCL là đồng bằng lớn thứ 3 trong số 34 đồng bằng lớn của thế giới. Vùng đất này có rất nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch, với hệ thống tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng, cả về tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn... Tính chất đặc thù của hệ thống tài nguyên du lịch vùng ĐBSCL cũng rất cao, là tiền đề quan trọng cho việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù của vùng.

Thời gian qua, du lịch vùng ĐBSCL đã được quan tâm phát triển và thu được những thành quả nhất định, góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương trong vùng và du lịch cả nước. Các tỉnh, thành phố như Kiên Giang, Cần Thơ, Tiền Giang có tỷ trọng ngành Du lịch trong khối dịch vụ và trong cơ cấu kinh tế chung đạt khá cao. Tại các địa phương khác, tuy mức độ đóng góp của du lịch vào GDP toàn tỉnh còn khiêm tốn nhưng ngày càng được đánh giá cao.

Du lịch ĐBSCL phát triển góp phần tăng cường cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật; bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, các giá trị cảnh quan thiên nhiên; củng cố và giữ vững quốc phòng, an ninh quốc gia, đảm bảo trật tự an toàn xã hội vùng biển và hải đảo...

Với lợi thế tài nguyên du lịch đặc thù gắn với đồng bằng ven biển của một trong những dòng sông lớn nhất trên thế giới; với thế mạnh có các cửa khẩu quốc tế đường không, đường thủy, đường bộ và đặc biệt là nằm gần thành phố Hồ Chí Minh - trung tâm phân phối khách quốc tế lớn nhất cả nước, nên thị trường khách quốc tế của ĐBSCL tăng trưởng tương đối ổn định. Khách quốc tế đến vùng chủ yếu tập trung ở Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Cần Thơ và Kiên Giang, với gần 90% tổng lượng khách quốc tế đi lại giữa các địa phương trong vùng.

Khách nội địa đến ĐBSCL chủ yếu là khách từ thành phố Hồ Chí Minh, tiếp theo là khách đi lại nội vùng, còn lại là các thị trường khách khác. Các địa phương thu hút khách nội địa là An Giang, Đồng Tháp, Kiên Giang và Cần Thơ. Những địa phương có tốc độ tăng trưởng thị trường khách nội địa cao nhất là Sóc Trăng, Đồng Tháp, Long An, Bạc Liêu, Hậu Giang và Tiền Giang.

Để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, các địa phương đã quan tâm đầu tư phát triển hệ thống các cơ sở lưu trú với tốc độ phát triển khá nhanh. Tuy nhiên, so với các vùng khác, các cơ sở lưu trú du lịch vùng ĐBSCL có quy mô và chất lượng còn thấp. ĐBSCL không có nhiều cơ sở, tiện nghi vui chơi giải trí, thể thao, phần lớn các cơ sở này tập trung ở Cần Thơ, Long An và Phú Quốc.

Tại ĐBSCL, hầu hết các địa phương trong vùng đều dựa vào nguồn tài nguyên du lịch chính để phát triển du lịch với các sản phẩm chủ yếu là du lịch đường sông, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch làng nghề.

Hoạt động kinh doanh du lịch vùng ĐBSCL bao gồm các hình thức chủ yếu sau: lữ hành, lưu trú du lịch, vận chuyển khách du lịch, phát triển khu du lịch/điểm du lịch, các dịch vụ du lịch khác. Phần lớn các doanh nghiệp lữ hành là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thường không có kế hoạch, định hướng phát triển lâu dài, chủ yếu nhắm tới các sản phẩm có sẵn. Các doanh nghiệp lữ hành cũng không thực sự tham gia phát triển sản phẩm du lịch, chủ yếu cạnh tranh bằng giá chứ không phải bằng chất lượng sản phẩm và tính chất, loại hình sản phẩm. Đây là nguyên nhân quan trọng làm ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của du lịch vùng. Kinh doanh khách sạn, nhà hàng đã đi vào nề nếp với quy chuẩn xếp hạng khách sạn và các tiêu chuẩn dịch vụ, nhưng chất lượng dịch vụ phụ thuộc nhiều vào chất lượng nguồn nhân lực, trong khi đó chất lượng nguồn nhân lực du lịch vùng chưa cao. Hình thức kinh doanh lưu trú homestay rất phát triển ở ĐBSCL và là một trong những sản phẩm du lịch quan trọng nhất của vùng. Kinh doanh vận chuyển khách được đẩy mạnh và cải thiện nhiều nhưng do sự phối hợp giữa ngành Du lịch và ngành Giao thông Vận tải còn nhiều hạn chế nên chưa phát huy được hiệu quả. Kinh doanh các dịch vụ vui chơi, giải trí còn chậm phát triển, hầu như mới chỉ có các dịch vụ cơ bản là ăn, ngủ, nghỉ, tham quan, hàng lưu niệm...

ĐBSCL có khả năng thu hút nguồn vốn xã hội hóa cho phát triển du lịch tương đối lớn. Trong thực tế, khi có các chính sách thu hút vốn đầu tư hấp dẫn và đặc biệt có các dự án đầu tư hạ tầng quan trọng (như tại Phú Quốc) thì khả năng huy động vốn đầu tư phát triển du lịch là hết sức khả quan.

Thời gian qua, công tác quy hoạch đã được thực hiện và mang lại những hiệu quả nhất định. Các địa phương trong vùng căn cứ vào quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của địa phương mình đã tiến hành lập quy hoạch các khu du lịch địa phương làm cơ sở lập các dự án đầu tư và quản lý tài nguyên du lịch. Tuy nhiên, do nhiều nguyên nhân, việc triển khai thực hiện quy hoạch còn nhiều hạn chế, khó khăn.

Công tác xúc tiến quảng bá du lịch đã từng bước gắn với việc nghiên cứu thị trường, định vị thị trường trọng điểm và các phân khúc thị trường; định vị các dòng sản phẩm du lịch đặc thù chính phù hợp với từng thị trường, phân khúc thị trường... Bước đầu đã định vị được các sản phẩm du lịch đặc thù cho vùng ĐBSCL bao gồm du lịch sông nước, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, bên cạnh những dòng sản phẩm du lịch bổ trợ (du lịch trải nghiệm tìm hiểu về hoạt động sản xuất nông nghiệp, du lịch tìm hiểu trải nghiệm giá trị đa dạng sinh học, du lịch cộng đồng...).

Tuy nhiên, cho đến nay du lịch vùng ĐBSCL vẫn có những điểm yếu, khó khăn, thách thức, vẫn chưa phát triển tương xứng tiềm năng và còn ẩn chứa nhiều yếu tố thiếu bền vững. Có thể kể đến một số hạn chế như: trùng lặp sản phẩm du lịch giữa các địa phương; việc cạnh tranh giữa các cơ sở dịch vụ, các địa phương ngày càng trở nên gay gắt và ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm du lịch; hoạt động du lịch quá tập trung ở một số khu vực cũng là nguy cơ gây ô nhiễm

môi trường (trong đó Phú Quốc đang là điểm nóng do lượng khách tập trung quá lớn tại một khu vực có diện tích tương đối hữu hạn và có môi trường biển đảo hết sức nhạy cảm)...

Từ những thực trạng đó, cần có những thay đổi căn bản về cách tiếp cận, theo đó giai đoạn tới cần chú trọng đến hiệu quả kinh doanh, kiểm soát chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa loại hình hoạt động, chú trọng phát triển sản phẩm và thương hiệu, tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch... ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1.M.E.Poter (1985), *Competitive Advantage - Creating and sustaining superior performance*, New York, The Free Press.

2. Ropheal Kaplinski and Mike Morris (2002), *A handbook for value Chain Research*

3.Hoàng Thanh (2016), *The tourist Supply Chain has been affected severely by the components of the E-Tourist...*

4. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030.

*Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

(còn nữa)



Hoàng Sơn Peace Hotel



Khách sạn Hoàng Sơn Peace là khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao tọa lạc ngay trung tâm thành phố Ninh Bình. Khách sạn cao 12 tầng với 214 phòng nghỉ sang trọng, yên tĩnh, tiện nghi hiện đại.

- Khách sạn có hệ thống nhà hàng Á-Âu, đặc biệt là Trung tâm hội nghị-tiệc cưới Hoàng Sơn White Palace là trung tâm tổ chức sự kiện rộng lớn, sang trọng và tiện nghi nhất thành phố Ninh Bình, có tổng sức chứa tối đa lên tới 3.000 khách.

- Trung tâm lễ hành Hoàng Sơn chuyên tổ chức các tour trong nước và nước ngoài. Đặc biệt là thiết kế tour cho các nhóm khách lẻ, gia đình các điểm tham quan du lịch tại Ninh Bình.

- Các dịch vụ tiện ích, giải trí khác của Khách sạn: bể bơi, sân tennis, phòng Gym, quầy lưu niệm, Spa, Massage, Sauna.

- Địa chỉ: Số 98 đường Trịnh Tú, P. Ninh Khánh, TP. Ninh Bình

- Điện thoại: 02293 890955

- Email: info@hoangsonpeacehotel.com.vn

- Website: www.hoangsonpeacehotel.com.vn

