



Bên bờ biển An Hải (Phú Yên). Ảnh: Nguyễn Việt Hồng.

Duyên hải Nam Trung Bộ TĂNG CƯỜNG KHAI THÁC THỂ MẠNH DU LỊCH BIỂN ĐẢO

THS. NGUYỄN THỊ LAN HƯƠNG*
THS. NGUYỄN HOÀNG MAI*

VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ BAO GỒM 8 TỈNH/THÀNH PHỐ LÀ ĐÀ NẴNG, QUẢNG NAM, QUẢNG NGÃI, BÌNH ĐỊNH, PHÚ YÊN, KHÁNH HÒA, NINH THUẬN, BÌNH THUẬN. ĐÂY LÀ VÙNG CÓ VỊ TRÍ ĐẶC BIỆT QUAN TRỌNG KHÔNG CHỈ VỀ KINH TẾ, CHÍNH TRỊ, XÃ HỘI MÀ CÒN CẢ VỀ AN NINH, QUỐC PHÒNG VÀ ĐỐI NGOẠI CỦA CẢ NƯỚC. TRONG NHỮNG NĂM QUA, PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ ĐÃ CÓ NHỮNG KẾT QUẢ KHẢ QUAN VỚI SỰ NỖ LỰC ĐỂ XÂY DỰNG MỘT TRUNG TÂM DU LỊCH BIỂN ĐẢO Ở VIỆT NAM.

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng duyên hải Nam Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt với định hướng khai thác thế mạnh du lịch biển đảo làm trọng tâm. Cùng với lợi thế về vị trí trên tuyến du lịch xuyên Việt, “Con đường di sản miền Trung”, “Con đường xanh Tây Nguyên”, hành lang du lịch Đông - Tây, nét hấp dẫn của vùng còn thể hiện ở đặc trưng của biển đảo và hệ sinh thái vùng duyên hải với các khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia, khu dự trữ sinh quyển và các tài nguyên du lịch sinh thái. Bên cạnh đó, sự đa dạng của các giá trị văn hóa với điển hình văn hóa Chăm pa, Sa Huỳnh, văn hóa của cư dân vùng biển duyên hải miền Nam Trung Bộ và các di tích văn hóa, lịch sử cách mạng cũng được coi là những tiềm năng quan trọng để phát triển các loại hình du lịch trong khu vực. Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã xác định rõ quan điểm phát triển dựa trên thế mạnh của từng vùng, theo từng khu vực, từng địa bàn trong vùng để tạo nên sản phẩm du lịch đặc thù, độc đáo góp phần thu hút phát triển du lịch của vùng.

Trong giai đoạn từ năm 2011 - 2019, số lượng khách du lịch đi lại tại các địa phương trong vùng duyên hải Nam Trung Bộ có mức tăng trưởng khá tốt, khách nội địa tăng 12,95%, khách quốc tế tăng 19,87%. Đặc biệt một số địa phương như Đà Nẵng, Khánh Hòa mức tăng trưởng trung bình giai đoạn này đạt trên 31%. Thời gian lưu trú trung bình của khách nội địa trung bình từ 2 - 3 ngày, khách quốc tế từ 3 - 3,5 ngày. Điều này cho thấy khu vực này có sức hấp dẫn lớn đối với cả thị trường khách quốc tế và thị trường khách nội địa. Tuy nhiên, năm 2020 do tác động của dịch Covid-19, số lượng khách bị suy giảm đáng kể, đặc biệt là khách quốc tế. Du lịch với đặc thù là một ngành kinh tế tổng hợp, đang chịu nhiều tổn thương và hậu quả có thể còn kéo dài sau khi dịch bệnh kết thúc. Việc suy giảm trong ngành Du lịch cũng sẽ ảnh hưởng tới các ngành khác như vận tải, nông nghiệp, công nghiệp, xây dựng, đánh bắt nuôi trồng hải sản nhưng đồng thời đây cũng là cơ hội để nhìn nhận lại những vấn đề đặt ra trong phát triển thị trường khách du lịch trong nước cũng như quốc tế và cơ cấu ngành nói chung.

Tổng thu từ du lịch của vùng giai đoạn 2011 - 2019 đạt mức tăng trưởng bình quân hàng năm là 25,57% với cơ cấu nguồn thu từ lưu trú (60,5%), ăn uống (14,3%), bán hàng (12%), vận chuyển (8,0%), còn lại là từ các dịch

vụ khác. Tổng thu từ du lịch các địa phương trên toàn vùng duyên hải Nam Trung Bộ đứng thứ 3/7 sau vùng Đông Nam Bộ, đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc.

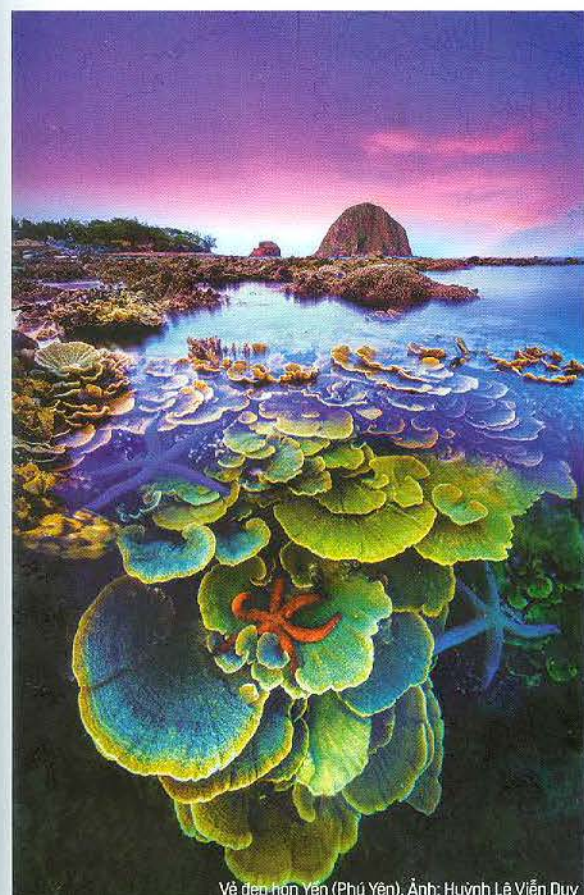
Hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch tại vùng được quan tâm đầu tư phát triển khá tốt, tạo nhiều thuận lợi trong việc xây dựng chuỗi dịch vụ và tạo thuận lợi đối với khả năng tiếp cận của khách du lịch. Hệ thống giao thông thuận lợi cho đi lại và đưa đón khách du lịch (2 sân bay quốc tế, 3 sân bay nội địa, quốc lộ 1A chạy dọc theo các địa phương, cảng biển). Hệ thống khách sạn, khu nghỉ dưỡng - resort được mở rộng và có chất lượng tốt. Trong tổng số cơ sở được xếp hạng có 40 khách sạn 5 sao (1,03%); 94 khách sạn 4 sao (2,4%); 165 khách sạn 3 sao (4,2%). Các cơ sở lưu trú chủ yếu đều tập trung ở khu vực ven biển, ở các thành phố lớn như Đà Nẵng, Khánh Hòa, Bình Thuận. Tốc độ tăng trưởng về cơ sở lưu trú du lịch của vùng trong giai đoạn 2011 - 2018 là 13,93%/năm, về số lượng buồng giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2018 đạt 16,53%/năm. Về cơ bản, việc gia tăng cả về số lượng và chất lượng các cơ sở lưu trú trong vùng, đặc biệt là những cơ sở lưu trú cao cấp, đạt chuẩn quốc tế đã tạo được diện mạo mới cho khu vực và bước đầu đáp ứng được nhu cầu của thị trường khách du lịch cao cấp.

Hệ thống nhà hàng và các cơ sở ăn uống trong khu vực đã giới thiệu và quảng bá khá tốt về ẩm thực vùng miền của mỗi địa phương trong khu vực, đặc biệt là các đặc sản biển. Tuy nhiên, phần lớn hệ thống này phát triển mạnh ở những khu vực đô thị ven biển và các khu trung tâm với tính chuyên nghiệp cao. Một phần lớn các nhà hàng và khu ăn uống bình dân kinh doanh khá dàn trải, chính vì vậy giá trị ẩm thực chưa thực sự được khai thác một cách chuyên nghiệp để tạo ra giá trị gia tăng cho các trải nghiệm của khách du lịch trong thời gian đi du lịch.

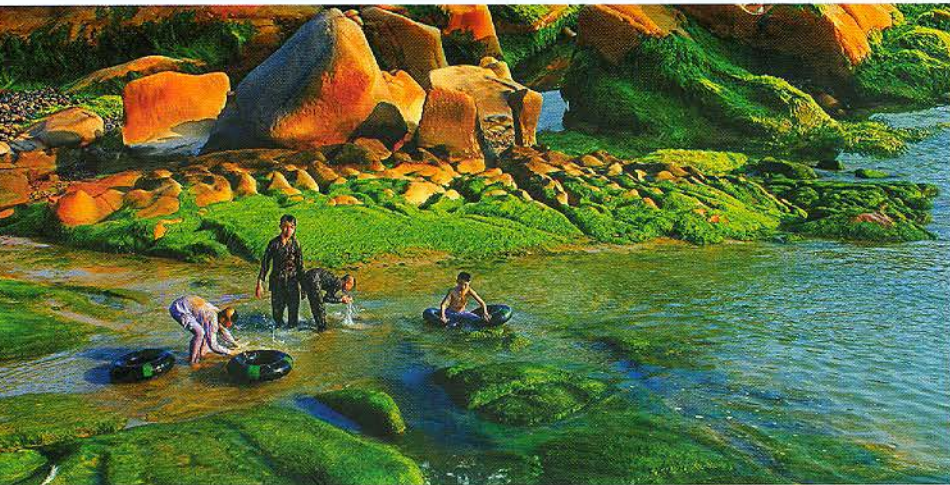
Với thế mạnh của vùng biển, các hoạt động vui chơi giải trí thể thao nước và trên cạn cũng đã được các địa phương trong vùng triển khai đầu tư, chủ yếu tập trung vào một số loại hình: khu vui chơi giải trí tổng hợp (Vinepear land, Sun World, Safari...), sân golf, casino, trò chơi mạo hiểm, thể thao nước như dù lượn, lướt ván, thuyền buồm... Trên thực tế, các cơ sở vui chơi giải trí cũng được đầu tư, xây dựng tập trung ở một số địa phương trọng điểm Quảng Nam, Đà Nẵng, Khánh Hòa và Bình Thuận. Do đó, tính chuyên nghiệp và mức độ khai thác trong du lịch còn hạn chế và chưa đồng đều trong khu vực.

Cùng với sự phát triển của các đô thị ven biển, hệ thống chợ, trung tâm thương mại và hệ thống dịch vụ mua sắm cũng rất phát triển. Bên cạnh đó, các trung tâm giới thiệu đặc sản vùng miền cũng đang dần khởi sắc nhằm đáp ứng nhu cầu thưởng thức đặc sản, mua quà lưu niệm trong vùng. Hệ thống này hoạt động khá ổn định và đồng đều tại các địa phương, vấn đề cần quan tâm là việc gắn kết và tạo ra chuỗi giá trị, chuỗi dịch vụ trong hoạt động thương mại mua sắm vẫn còn yếu và mang tính cục bộ địa phương.

Nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cũng hạn chế về số lượng cũng như chất lượng từ chuyên môn, đến ngoại ngữ, kỹ năng, hiểu biết về luật pháp, về môi trường sinh thái, khoa học công nghệ... Một thực trạng nữa trong việc đào tạo nguồn nhân lực đó là trong những năm gần đây, số lượng thí sinh sau tốt nghiệp phổ thông lựa chọn ngành học đại học về kinh tế biển chiếm chưa đến 1%, trong khi đó các ngành như quản trị kinh doanh, kế toán, tài chính - ngân hàng chiếm tỉ lệ tương ứng là 9,81%, 8,17% và 7,62%. Riêng đối với ngành Du lịch có xu hướng lựa chọn ngày càng tăng cao, và là một trong những ngành chiếm tỉ lệ chọn cao nhất. Tốc độ tăng trung bình giai đoạn 2011 - 2019 đạt khoảng 14,55%/năm. Tuy nhiên, việc lựa chọn làm việc và cống hiến cho địa phương →



Vẻ đẹp hòn Yến (Phú Yên). Ảnh: Huỳnh Lê Viễn Duy



Mùa rêu (Bình Thuận), Ảnh: Trần Trọng Lương

→ ven biển còn phụ thuộc rất nhiều vào tình hình phát triển kinh tế - xã hội nói chung của địa phương và những chính sách ưu đãi của nhà nước đối với các địa phương vùng ven biển.

Do lợi thế về vị trí địa lý là các địa phương ven biển với nhiều bãi biển đẹp, có nhiều đảo, vịnh hoang sơ với bờ cát trắng, nước biển trong xanh... dòng sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo được hình thành từ rất sớm, khai thác tại hầu hết các địa phương và được xác định là sản phẩm du lịch đặc thù của vùng (bao gồm sản phẩm đại trà như tắm biển, thăm đảo, vịnh, lặn biển ngắm san hô...). Thời gian gần đây, với sự đầu tư xây dựng các khu nghỉ dưỡng, khách sạn cao cấp của các tập đoàn lớn thì sản phẩm nghỉ dưỡng biển, đảo cao cấp thu hút được một phân khúc thị trường khách quốc tế có thu nhập cao như khách du lịch Tây Âu, Đông Âu và một bộ phận du khách Trung Quốc đến nghỉ dưỡng tại các vùng biển của Đà Nẵng, Khánh Hòa, Phan Thiết (Bình Thuận), Phú Yên, Bình Định... Ngoài ra, các loại hình du lịch tìm hiểu các di sản văn hóa thế giới, tham quan, tìm hiểu di tích văn hóa, lịch sử, cách mạng, tham gia lễ hội, sự kiện có sức hút nhất định đối với du khách nhất là thị trường khách du lịch nội địa; thưởng thức các sản phẩm nông nghiệp (như Ninh Thuận, thanh long, nước mắm Bình Thuận...), trải nghiệm tại làng du lịch cộng đồng là những sản phẩm du lịch quan trọng

của vùng. Du lịch đô thị cùng với du lịch MICE cũng đã từng bước khẳng định vị trí của mình trong thời gian qua với sự đổi mới đáng kể tại các thành phố, khu đô thị ven biển.

Nhiều hoạt động du lịch khác phát triển theo xu hướng thị trường, đặc biệt thu hút một bộ phận thị trường trẻ đi theo trào lưu đang từng bước được đáp ứng hình thành sản phẩm du lịch. Đó là những sản phẩm như nghỉ tuần trăng mật, tổ chức đám cưới hay đánh dấu tên mình trên cột mốc phía Đông của Tổ quốc, khám phá chiêm ngưỡng những địa danh trên phim ảnh... Các sản phẩm này cũng góp phần làm phong phú sản phẩm du lịch và cũng mang nét đặc trưng của vùng duyên hải Nam Trung Bộ.

Hiện nay, để thực hiện các mục tiêu phát triển du lịch biển đảo với ưu thế về dịch vụ xanh, bền vững, bao trùm và cao cấp, góp phần khẳng định du lịch biển đảo là thế mạnh hàng đầu của Du lịch Việt Nam và góp phần khẳng định chủ quyền quốc gia trên biển và hải đảo, việc phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh đang được vùng duyên hải Nam Trung Bộ quan tâm thực hiện.

Có thể nói, khu vực duyên hải Nam Trung Bộ trong những năm qua đã có những bước tiến nhất định trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Trọng tâm dịch vụ du lịch với mức độ công nghiệp hóa cao được coi là định hướng cơ bản

trong khu vực này. Một số địa phương có lợi thế, đã và đang tận dụng được cơ hội như Đà Nẵng, Bình Thuận, Khánh Hòa đã có những bứt phá để trở thành những trung tâm du lịch biển lớn trong cả nước so các tỉnh khác như Quảng Ngãi, Phú Yên, Bình Định, Ninh Thuận.

Tuy nhiên, cho đến nay vùng duyên hải Nam Trung Bộ vẫn chưa xây dựng được một “đầu tàu” hay “nhạc trưởng” trong việc định hướng về phát triển du lịch mang đặc thù vùng đủ mạnh, trên cơ sở đó xây dựng các liên kết, hợp tác phát triển du lịch thực sự phù hợp cho vùng. Do tương đồng về mặt địa lý nên các hầu hết các tỉnh trong vùng đều khai thác các sản phẩm du lịch biển, đảo giống nhau (như tắm biển, thăm vịnh, đảo, trải nghiệm, thể thao nước...), điều này cũng tạo sự kém hấp dẫn trong việc xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng. Các sản phẩm đang được khai thác hiện nay chủ yếu vẫn dựa trên các giá trị vốn có mà chưa có sự nhìn nhận đánh giá từ góc độ nhu cầu của khách du lịch, việc khai thác sản phẩm còn yếu từ góc độ nghiên cứu thị trường do đó tính sáng tạo và đổi mới trong sản phẩm chưa cao, chưa chủ động trong định hướng khai thác.

Các hoạt động du lịch còn mang tính tự phát, chưa xây dựng thành các sản phẩm với đầy đủ các thông tin, tiện nghi, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch, chưa có hoạt động chuyên nghiệp. Các hoạt động nghệ thuật biểu diễn còn mang tính hình thức, chưa tập trung vào giá trị trải nghiệm đối với các giá trị độc đáo về văn hóa, nghệ thuật đặc sắc của văn hóa bản địa do chưa có sự đầu tư thực sự về xây dựng chương trình, chủ yếu sản phẩm được khai thác tập trung tại một số trọng điểm như Đà Nẵng, Khánh Hòa, Bình Thuận và Quảng Nam.

Sức cạnh tranh của các doanh nghiệp dịch vụ, du lịch còn kém, chưa khẳng định được thương hiệu mặc dù các địa phương đều có tiềm năng rất lớn song do cách khai thác không bền vững, các dịch vụ giải trí còn đơn điệu, phong cách phục vụ chưa chuyên nghiệp nên, còn nhiều hạn chế trong việc thu hút và giữ chân khách du lịch. Đội ngũ doanh nghiệp cơ sở trong vùng còn hạn chế về chất lượng và thiếu về số lượng, do đó tính chuyên nghiệp trong kinh doanh du lịch và đặc biệt trong xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch còn nhiều bất cập cả trong cách đánh giá giá trị sản phẩm và tổ chức khai thác, thực hiện...■

*Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch