

NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY, DU LỊCH NHA TRANG (KHÁNH HÒA) ĐÃ CÓ NHỮNG ĐÓNG GÓP TÍCH CỰC VÀO PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA THÀNH PHỐ. TUY NHIÊN, SO VỚI CÁC ĐIỂM ĐẾN TƯƠNG ĐỒNG KHÁC TRONG CẢ NƯỚC NHƯ HẠ LONG, ĐÀ NẴNG, VŨNG TÀU... THÌ DU LỊCH NHA TRANG CHƯA KHAI THÁC THỰC SỰ HIỆU QUẢ TIỀM NĂNG HIỆN CÓ. DO VẬY, VIỆC NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH NHA TRANG LÀ HẾT SỨC CẦN THIẾT.

### Những hạn chế của điểm đến Nha Trang

Đến nay, điểm đến Nha Trang vẫn còn những tồn tại cần được khắc phục:

**Một là**, công tác đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch vẫn chưa theo kịp yêu cầu phát triển. Thu hút đầu tư vào du lịch chưa có sự đồng đều, chủ yếu tập trung vào xây dựng cơ sở hạ tầng lưu trú. Trong khi các dịch vụ vui chơi, giải trí, nghỉ dưỡng, văn hóa chưa được quan tâm đầu tư đúng mức.

**Hai là**, cơ sở vật chất kỹ thuật cho phát triển du lịch đã được đầu tư, nhưng vẫn chưa đáp ứng nhu cầu phát triển nhanh và bền vững của điểm đến trong thời gian tới.

**Ba là**, công tác quản lý Nhà nước trong hoạt động du lịch còn nhiều bất cập, chức năng của các cơ quan liên quan còn chồng chéo. Tình trạng giá cả dịch vụ tăng, chất lượng dịch vụ kém, "chặt chém" du khách còn xảy ra, nhất là trong những dịp lễ, tết...

**Bốn là**, sự thiếu hụt nguồn nhân lực có tay nghề và chuyên môn cao. Nhiều lao động du lịch chưa có chứng chỉ đào tạo nghề. Mặt khác, lao động tốt nghiệp từ cơ sở đào tạo, trường dạy nghề chưa đáp ứng được yêu cầu thực tế của doanh nghiệp, thiếu kỹ năng nghiệp vụ và yếu về ngoại ngữ giao tiếp.

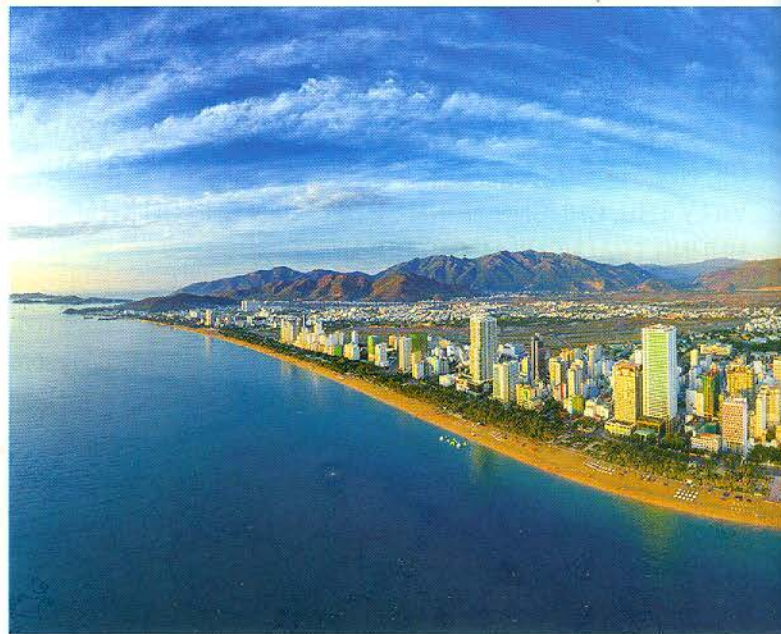
**Năm là**, công tác quảng bá điểm đến vẫn chưa được quan tâm đầu tư đúng mức.

### Làm gì để nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến Nha Trang?

#### Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch

Tập trung đầu tư phát triển cụm du lịch TP. Nha Trang và các vùng phụ cận để tạo ra các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp và các sản phẩm mang tính đặc thù như khám phá đáy biển, tham quan các đảo, du lịch biển đêm, câu mực, câu cá... Ngoài ra, cần phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái như du lịch nghỉ dưỡng núi, thể thao leo núi, tắm bùn, tắm nước khoáng...

Bảo tồn và phát triển các làng nghề thủ công truyền thống tại điểm đến, các tour tham quan làng nghề nhằm quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm thủ công, tăng thời gian lưu trú và thúc đẩy chi tiêu của du khách, góp phần tăng doanh thu du lịch. Cần đẩy mạnh quảng bá sản phẩm truyền thống làng nghề, tìm kiếm đầu ra, tạo thêm nguồn thu, bảo đảm mức



# NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA ĐIỂM ĐẾN NHA TRANG

PHÍ HẢI LONG\*

sống cho người dân tại các làng nghề tiếp tục duy trì, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống.

Phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa gắn với các lễ hội truyền thống, lễ hội dân gian của người dân địa phương. Ngoài Lễ hội Festival Biển được tổ chức định kì 2 năm/lần, cần đẩy mạnh quảng bá, thu hút du khách đến với những lễ hội truyền thống của người dân như Lễ hội Tháp Bà Ponagar, Lễ hội Nghinh Ông... nhằm thu hút nhiều du khách đến với Nha Trang hơn nữa.

Một trong những sản phẩm thế mạnh của Nha Trang là du lịch MICE và du lịch tàu biển. Đối với du lịch MICE, cần xây dựng các trung tâm hội nghị hội thảo lớn kết hợp với các công trình dịch vụ và vui chơi giải trí cao cấp... Đối với du lịch tàu biển, cần phát triển các tour ngắn gần liền với du lịch đồng quê thuộc khu vực Nha Trang và các vùng phụ cận.

Việc đa dạng và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch tại điểm đến Nha Trang - Khánh Hòa phải gắn liền với việc tìm kiếm và mở rộng thị trường khách.





Phố biển Nha Trang. Ảnh: Vương Mạnh Cường

### **Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch**

Đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống giao thông khu vực điểm đến Nha Trang và các vùng phụ cận, đặc biệt là hệ thống giao thông đường bộ, đường biển và đường hàng không tạo thuận lợi đón tiếp lượng lớn khách du lịch trong và ngoài nước. Mặt khác cần nâng cao chất lượng đường giao thông, cầu cảng, các tuyến đường tỉnh lộ tạo điều kiện thuận tiện cho việc di chuyển an toàn và nhanh chóng giữa các điểm đến trong khu vực.

Nâng cấp cả về số lượng và chất lượng các phương tiện vận chuyển phục vụ du lịch, đáp ứng nhu cầu di chuyển của du khách đến các điểm tham quan và giữa các điểm đến trong khu vực.

Bên cạnh việc đầu tư xây dựng thêm cơ sở dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống, cần chú trọng thu hút đầu tư xây dựng các cơ sở vui chơi giải trí, các khu mua sắm phục vụ nhu cầu vui chơi giải trí, tăng thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách khi đến Nha Trang.

Nâng cấp hệ thống cơ sở dịch vụ lưu trú, cơ sở dịch vụ ăn uống đạt tiêu chuẩn quốc tế, các khu resort phục vụ loại hình du lịch nghỉ dưỡng.

### **Đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch**

Xây dựng kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực du lịch Nha Trang. Trong đó, cần tiến hành điều tra, phân loại trình độ nghiệp vụ của toàn bộ nguồn nhân lực hiện đang tham gia hoạt động kinh doanh, phục vụ khách cũng như nhu cầu nhân lực trong thời gian tới. Trên cơ sở kết quả điều tra, xây dựng kế hoạch đào tạo cụ thể các cấp trình độ chuyên ngành, bao gồm cả đào tạo lại và đào tạo mới nguồn nhân lực lành nghề và nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng được yêu cầu phát triển.

Tiếp tục thực hiện chương trình đào tạo lại lao động trong ngành Du lịch Nha Trang ở các cấp trình độ, chuyên ngành khác nhau thông qua các khóa học ngắn hạn, các buổi tập huấn.

Tăng cường công tác đào tạo chính quy trình độ đại học và trên đại học cả ở trong và ngoài nước về nghiệp vụ du lịch. Đây sẽ là lực lượng cán bộ

quản lý góp phần quan trọng vào sự nghiệp đổi mới ngành Du lịch của Nha Trang - Khánh Hòa trong tương lai.

Ngoài ra cần triển khai thực hiện một chương trình đặc biệt nhằm nâng cao hiểu biết về du lịch, về cách ứng xử đối với khách du lịch cho toàn thể người dân khu vực điểm đến Nha Trang nói riêng và của toàn tỉnh Khánh Hòa nói chung. Đây là một chương trình cần thiết để nâng cao dân trí của một trung tâm du lịch lớn như Nha Trang - Khánh Hòa.

### **Tăng cường công tác xúc tiến quảng bá du lịch**

Đẩy mạnh công tác tạo lập hình ảnh của điểm đến du lịch Nha Trang - Khánh Hòa trong khu vực và trên thế giới để qua đó thu hút khách du lịch và nguồn vốn đầu tư vào du lịch.

Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, phối hợp với các đơn vị thông tin đại chúng, các lực lượng thông tin đối ngoại, xúc tiến mở các văn phòng xúc tiến du lịch tại các thị trường trọng điểm; tranh thủ hỗ trợ quốc tế để xúc tiến quảng bá du lịch.

Thực hiện các chiến dịch truyền thông, công bố những sự kiện thể thao, văn hóa, lễ hội lớn của tỉnh, các chương trình phát động thị trường theo chuyên đề; tổ chức và tham gia hội chợ, triển lãm, hội nghị, hội thảo du lịch ở trong nước và quốc tế để giới thiệu rộng rãi tiềm năng du lịch của điểm đến, kích thích nhu cầu du lịch trong nước và quốc tế.

### **Cải thiện và nâng cao chất lượng môi trường du lịch**

Bên cạnh việc khai thác nguồn tài nguyên để phát triển sản phẩm du lịch, cần có chính sách và nguồn lực dành cho việc bảo vệ và cải thiện môi trường du lịch, bảo tồn và phát huy các nguồn tài nguyên. Đối với tài nguyên thiên nhiên như biển, đảo, hệ sinh thái biển,... thường xuyên có các hoạt động dọn dẹp vệ sinh bờ biển, khu vực ven biển; thực hiện công tác tuyên truyền bảo vệ môi trường biển, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và kêu gọi sự tham gia không chỉ của người dân địa phương mà cả du khách đến Nha Trang. Đối với nguồn tài nguyên nhân văn, có kế hoạch trùng tu định kỳ các di tích văn hóa xuống cấp, nâng cao nhận thức của người dân địa phương và du khách về việc bảo vệ những di tích văn hóa khi tham quan.

Tổ chức tuyên truyền, nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh du lịch và người dân địa phương để tạo một môi trường du lịch văn minh, thân thiện, an toàn điểm đến Nha Trang. Đẩy mạnh công tác kiểm tra các cơ sở kinh doanh du lịch, các điểm tham quan, mua sắm, ngăn chặn tình trạng nâng giá, “chặt chém” trong mùa cao điểm. ■

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Trần Kim Ánh (2010), *Tiến nông, thực trạng và giải pháp phát triển các sản phẩm du lịch biển tại thành phố Đà Nẵng*, Luận án Thạc sĩ Du lịch.
2. Nguyễn Đình Hòa (2008), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới*, Tạp chí Phát triển Kinh tế, số 214.
3. Phạm Trung Lương (2015), *Phát triển Du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch.
4. Nguyễn Thu Thủy (2012), *Nghiên cứu một số mô hình xác định khả năng cạnh tranh trong quản lý điểm đến du lịch*, Tọa đàm khoa học “Phát triển du lịch trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế. Những vấn đề đặt ra”, Khoa Du lịch học, Trường ĐHKHXH&NV.

\*Khoa Du lịch học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội