



ĐẨY MẠNH MARKETING ĐỊA PHƯƠNG THỤ HÚT DU KHÁCH ĐẾN NGHỆ AN

TS. ĐINH VĂN TỚI
THS. HOÀNG THỊ THÚY HẰNG*

Đảo chè Thanh Chương luôn thu hút lượng lớn du khách. Ảnh: Nguyễn Việt Hồng

Nằm ở khu vực Bắc Trung Bộ, Nghệ An có nhiều tiềm năng, lợi thế về du lịch. Tuy nhiên, đến nay du lịch Nghệ An chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và lợi thế sẵn có. Một trong những giải pháp mà Nghệ An cần quan tâm thúc đẩy hiện nay là xây dựng chiến lược marketing địa phương nhằm phát triển ngành công nghiệp không khói.

Hoạt động marketing địa phương tại Nghệ An

Hiện nay, Nghệ An đang hướng tới mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác ở địa phương. Theo thống kê của Sở Du lịch tỉnh Nghệ An, đến nay, trên địa bàn tỉnh có 882 cơ sở lưu trú du lịch với 21.549 phòng, 37.566 giường, 8.721 lao động (không kể lao động thời vụ). Trong đó có 60 cơ sở lưu trú đã được xếp hạng, gồm: 3 khách sạn 5 sao, 8 khách sạn 4 sao, 19 khách sạn 3 sao, 16 khách sạn 2 sao, 14 khách sạn 1 sao.

Các hoạt động trong lĩnh vực du lịch đều đã có sự đầu tư, quan tâm của chính quyền thông qua các cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ, chương trình quảng bá nhằm thu hút khách du lịch và nhà đầu tư. Tuy nhiên, các hoạt động này chỉ mang tính thời điểm, chưa có một chiến lược cụ thể, rõ ràng, chưa xây dựng được chiến lược marketing địa phương.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc quảng bá hình ảnh, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Nghệ An đã phối hợp với các đơn vị quản lý nhà nước về du lịch thực hiện các hoạt động quảng bá, xúc tiến đầu tư thông qua các hoạt động liên kết, hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố trong nước và quốc tế, quảng bá hình ảnh, tiềm năng thế mạnh, danh mục dự án đầu tư của tỉnh trên các phương tiện thông tin đại chúng...

Tuy nhiên, hiện tại Du lịch Nghệ An chưa có logo cũng như slogan chính thức. Các điểm du lịch nổi tiếng như biển Cửa Lò, Khu du lịch sinh thái Vườn quốc gia Pù Mát, Khu di tích quốc gia đặc biệt Kim Liên đã có những câu khẩu hiệu nhưng mức độ sử dụng rất hạn chế và không được quảng bá rộng rãi.

Nghệ An đã có bước tiến mới trong việc mở rộng các loại hình du lịch như du lịch văn hóa - lịch sử, du lịch sinh thái, du lịch tâm linh, du lịch lễ hội dựa trên những tài nguyên du lịch đã có và mới được hình thành. Các khu, điểm du lịch thu hút được lượng lớn khách du lịch như Khu di tích quốc gia đặc biệt Kim Liên, các khu du lịch biển (Cửa Lò, Bãi Lữ, Diễn Thành, biển Quỳnh), Khu du lịch sinh thái Vườn quốc gia Pù Mát, đảo chè Thanh Chương, các đền nổi tiếng linh thiêng ở xứ Nghệ (đền Cờn, đền Quả Sơn, đền Bạch Mã, đền

An Dương Vương...), các chùa cổ được xây dựng mới khang trang (chùa Đại Tuệ, chùa Cổ Am, chùa Gám, chùa Diệc, chùa Sư Nữ...). Bên cạnh đó, nhiều loại hình du lịch mới được phát triển và hình thành cũng đã tạo nên đặc trưng riêng biệt cho Du lịch Nghệ An như Lễ hội làng Sen, lễ hội các đền, Lễ hội Hang Bua...

Để đẩy mạnh phát triển du lịch, Sở Du lịch Nghệ An đã tham mưu xây dựng và trình HĐND tỉnh kỳ họp 15 ban hành Nghị quyết số 07/2020/NQ-HĐND ngày 22/7/2020 về một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Nghệ An giai đoạn 2021 - 2025; tham mưu Chủ tịch UBND tỉnh Nghệ An ban hành Chỉ thị số 31/CT-UBND ngày 18/9/2020 về tăng cường quản lý nhà nước về chất lượng kinh doanh dịch vụ lữ hành và lưu trú du lịch; triển khai xây dựng Kế hoạch phát triển du lịch 5 năm 2021 - 2025 và Báo cáo đánh giá tình hình thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII, nhiệm kỳ 2015 - 2020 theo chỉ đạo của UBND tỉnh. Đồng thời, Sở Du lịch cũng đã kịp thời ban hành các văn bản triển khai công tác phòng, chống dịch COVID-19 theo chỉ đạo của Chính phủ, các bộ, ngành Trung ương và của tỉnh; chỉ đạo, hướng dẫn đảm bảo an toàn trong hoạt động du lịch trên địa bàn toàn tỉnh...

Tuy nhiên, kết quả điều tra 60 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch về các yếu tố thu hút đầu tư của tỉnh Nghệ An theo thang điểm từ 1 đến 5 (1 - Kém, 2 - Trung bình, 3 - Khá, 4 - Tốt, 5 - Rất tốt) cho thấy, các doanh nghiệp đánh giá cao về thị trường du lịch tiềm năng với mức điểm bình quân là 4,1176, chính sách pháp luật đạt 3,0784 điểm và hoạt động thúc đẩy hỗ trợ kinh doanh là 3,0392 điểm. Cơ sở hạ tầng được đánh giá ở mức thấp nhất là 2,3725. Điều này cho thấy, sự yếu kém của hệ thống cơ sở hạ tầng cản trở việc thu hút và giữ chân các nhà đầu tư, mặc dù tỉnh đã ban hành các văn bản khuyến khích và mức ưu đãi đầu tư trong lĩnh vực du lịch tuy nhiên khi đưa vào thực hiện thì vẫn còn nhiều vướng mắc.

Với dân số khoảng 3,3 triệu người, Nghệ An được đánh giá là tỉnh có nguồn lực lao động dồi dào, tuy nhiên số lượng lao động làm việc trong lĩnh vực du lịch chiếm tỷ lệ nhỏ, chất lượng còn hạn chế. Với câu hỏi "Chất lượng nguồn nhân lực trong ngành Du lịch của tỉnh Nghệ An hiện nay như thế nào?", tác giả thu được kết quả từ 60 phiếu đánh giá của lãnh đạo, cán bộ làm việc trong các cơ quan quản lý liên quan đến lĩnh vực du lịch như sau: nguồn nhân lực du lịch tỉnh Nghệ An hiện nay đạt mức trung bình với 41,66% tức 25/60 phiếu điều tra. Đây là một hạn chế rất lớn của ngành Du lịch địa phương, cho thấy việc đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch cần phải được quan tâm, chú trọng nhiều hơn nữa...

Xây dựng chiến lược marketing địa phương nhằm phát triển du lịch Nghệ An

Chiến lược marketing hình ảnh địa phương

Nhắc đến Nghệ An, du khách sẽ nhớ tới Kim Liên - quê hương của Chủ tịch Hồ Chí Minh, danh nhân văn hóa kiệt xuất của thế giới, anh hùng giải phóng dân tộc. Về du lịch nghỉ dưỡng, Nghệ An có biển Cửa Lò, Bãi Lữ, Diên Thành, biển Quỳnh... Về du lịch văn hóa tâm linh, Nghệ An có nhiều đình, đền, chùa nổi tiếng linh thiêng và cổ kính. Về du lịch sinh thái, có khu dự trữ sinh quyển thế giới là Vườn quốc gia Pù Mát, có đảo chè Thanh Chương... Trong thời gian tới, cần tiếp tục nâng cao giá trị và quảng bá rộng rãi những hình ảnh này tới du khách. Tuy nhiên, Nghệ An còn rất nhiều điểm đến và loại hình du lịch hấp dẫn khác nhưng chưa xây dựng và định vị được hình ảnh riêng nên du khách sẽ không thể biết đến. Để tạo được ấn tượng trong lòng khách du lịch, cần xây dựng hình tượng địa phương thật hấp dẫn, độc đáo, nhưng không quảng bá hình ảnh không đúng với sự thực, điều này sẽ làm mất lòng tin của khách du lịch và nhà đầu tư.

Có thể tổ chức cuộc thi thiết kế biểu tượng và slogan cho Du lịch Nghệ An hoặc thuê công ty nước ngoài thực hiện việc này. Đây là cách làm của nhiều tỉnh, thành phố trong nước và đem lại hiệu quả rất tích cực. Khi giới thiệu về hình ảnh Nghệ An có thể sử dụng khẩu

hiệu "Nghệ An - Bức tranh họa đồ". Mỗi địa danh du lịch có thể có khẩu hiệu riêng của mình như "Vinh - thành phố bình minh"...

Sau khi đã xây dựng được hình ảnh địa phương, cần quảng bá rộng rãi trên các phương tiện thông tin truyền thông, trên các trang mạng xã hội, diễn đàn, thông qua phim truyền hình hoặc clip ngắn...

Chiến lược marketing cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng kỹ thuật là yếu tố quan trọng trong việc phát triển du lịch. Hiện nay cơ sở hạ tầng là điểm yếu của tỉnh Nghệ An, cần phải rà soát lại quy hoạch cơ sở hạ tầng, đầu tư nâng cấp và cải tạo mới. Thực hiện chiến lược marketing cơ sở hạ tầng, sẽ tạo môi trường thuận lợi cho nhà đầu tư, phục vụ nhu cầu của khách du lịch. Do đó, tỉnh Nghệ An rất tích cực, chủ động triển khai các nhiệm vụ, giải pháp tháo gỡ khó khăn, vướng mắc; đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng, sản phẩm du lịch, dịch vụ mới đáp ứng yêu cầu phục vụ du khách nhằm thúc đẩy tăng trưởng du lịch theo hướng thân thiện môi trường và phát triển bền vững, trong đó trọng tâm là:

Triển khai "Dự án phát triển hạ tầng du lịch hỗ trợ tăng trưởng toàn diện khu vực Tiểu vùng Mê Kông mở rộng - Giai đoạn II" do ADB tài trợ; tranh thủ sự hỗ trợ của Trung ương thông qua Chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2016 - 2020 và 2021 - 2025, tạo tiền đề cho việc kết nối, mở rộng không gian và đầu tư phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch, dịch vụ trong thời gian tới, nhất là các địa bàn trọng điểm;

Phát triển đa dạng các loại hình du lịch văn hóa - lịch sử, du lịch sinh thái, trang trại trồng cây ăn quả, làng nghề truyền thống của Nam Đàn trên cơ sở phối hợp triển khai Quyết định số 17/QĐ-TTg ngày 4/1/2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án thí điểm Xây dựng huyện Nam Đàn, tỉnh Nghệ An trở thành huyện nông thôn mới kiểu mẫu theo hướng phát triển văn hóa gắn với du lịch, giai đoạn 2018 - 2025;

Chỉ đạo các ngành tập trung bám sát và kịp thời tháo gỡ khó khăn vướng mắc, đẩy nhanh tiến độ các dự án du lịch trọng điểm: Tổ hợp vui chơi giải trí và cáp treo Vinpearl Cửa Hội của Tập đoàn Vingroup, dự án sân golf và dịch vụ các trò chơi mạo hiểm khu sinh thái Mường Thanh Safari Diên Lâm của Tập đoàn Mường Thanh, Khu du lịch sinh thái Phà Lài (Con Cuông), khách sạn tiêu chuẩn 5 sao của Công ty Vietravel nhằm tạo bước đột phá;

Tích cực kêu gọi dự án đầu tư vào các địa bàn trọng điểm du lịch của tỉnh (thành phố Vinh, thị xã Cửa Lò, huyện Nam Đàn) gắn với bảo tồn và phát huy giá trị các di tích lịch sử tiêu biểu của tỉnh Nghệ An;



Mùa hoa hướng dương. Ảnh: Nguyễn Ngọc Thiện

Triển khai có hiệu quả dự án GEF tại huyện Con Cuông và Tương Dương, trên cơ sở đó, từng bước hình thành quần thể du lịch sinh thái - cộng đồng tuyến quốc lộ 7 kết nối Vườn quốc gia Pù Mát - Khu bảo tồn rừng săng lẻ Tam Đình - Khu du lịch sinh thái Phà Lài và bản làng du lịch cộng đồng của đồng bào các dân tộc ở các huyện Tân Kỳ, Con Cuông và Tương Dương; tiếp tục xây dựng một số mô hình du lịch cộng đồng tại các huyện Quỳnh Châu, Quế Phong; xúc tiến khảo sát xây dựng mô hình du lịch mạo hiểm chinh phục đỉnh Puxailaileng ở Kỳ Sơn.

Chiến lược marketing con người

Cần tiếp tục đẩy mạnh đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ, công chức quản lý nhà nước đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới, nhất là trình độ ngoại ngữ, khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, e-marketing; thường xuyên mở các lớp tập huấn nghiệp vụ tại địa phương hoặc cử cán bộ đi học nâng cao tại những cơ sở đào tạo du lịch uy tín nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ ngành Du lịch.

Nâng cao chất lượng đào tạo, bồi dưỡng năng lực đội ngũ lãnh đạo quản lý khách sạn, nhà hàng, lữ hành, hướng dẫn viên, kỹ thuật chế biến món ăn, nghiệp vụ buồng, bàn, lễ tân... đáp ứng tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch quốc gia và các điều kiện theo quy định của Luật Du lịch 2017.

Tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân về tầm quan trọng và lợi ích của du lịch, từ đó khích lệ người dân địa phương tích cực tham gia xây dựng các làng văn hóa - du lịch, làng nghề, tham gia khôi phục, phát triển các lễ hội mang đậm bản sắc văn hóa truyền thống, tham gia sản xuất hàng hóa, hàng lưu niệm để phục vụ phát triển du lịch.

Phát huy vai trò của các trường đại học và cao đẳng trên địa bàn Nghệ An như Trường Đại học Kinh tế Nghệ An, Trường Đại học Vinh, Trường Cao đẳng Du lịch - Thương mại Nghệ An trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Du lịch, đáp ứng nhu cầu của các cơ sở lữ hành, kinh doanh dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh.

Chiến lược quảng bá xúc tiến du lịch

Đổi mới và nâng cao hiệu quả công tác quảng bá xúc tiến du lịch, trên cơ sở đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác quảng bá du lịch, trong đó tăng cường quảng bá hình ảnh và các video clip ngắn đặc sắc về điểm đến và các sản phẩm du lịch Nghệ An trên website, Facebook, Youtube...; xây dựng website du lịch thông minh, app du lịch Nghệ An, sản xuất các seri phim quảng bá sản phẩm du lịch Nghệ An theo công nghệ mới, phối hợp với các hãng làm phim giới thiệu các điểm đến thông qua những cảnh quay trên các bộ phim trong nước và quốc tế...; tổ chức và tham gia có hiệu quả các hoạt động xúc tiến du lịch trong nước, quốc tế, trọng tâm là đẩy mạnh xúc tiến chương trình du lịch “về nguồn” và “Hành trình theo chân Bác”; tập trung khai thác thị trường khách nội địa ở các tỉnh phía Bắc, các tỉnh miền Trung - Tây Nguyên và các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long; tiếp tục mở rộng khai thác thị trường khách Thái Lan, Lào và các nước ASEAN bằng đường bộ và đường hàng không; mở rộng thị trường khách du lịch các nước châu Âu qua đường hàng không và từ nước thứ ba qua cửa khẩu Nậm Cắn (huyện Kỳ Sơn)...

Chiến lược hợp tác liên kết phát triển du lịch

Đẩy mạnh hợp tác, liên kết phát triển du lịch trong và ngoài tỉnh, đồng thời triển khai có hiệu quả biên bản hợp tác đã ký kết với các địa phương và doanh nghiệp để kết nối Nghệ An vào chuỗi giá trị các sản phẩm du lịch liên tỉnh, liên vùng; quan tâm mở rộng hợp tác với các hãng vận tải; tiếp tục triển khai các chương trình hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh của Lào, Thái Lan và các nước khác trong ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc; mở rộng thị trường khách du lịch các nước châu Âu để thúc đẩy tăng nhanh lượng khách quốc tế đến Nghệ An...

Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh công tác cải cách hành chính; thực hiện tốt công tác bảo đảm an ninh trật tự, bảo vệ môi trường tại các khu, điểm du lịch; tăng cường thanh tra, kiểm tra, giám sát chất lượng các sản phẩm, dịch vụ du lịch; triển khai thực hiện đồng bộ Bộ Quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch nhằm hướng tới xây dựng môi trường du lịch Nghệ An thật sự an toàn, văn minh, thân thiện và chất lượng; ...

Việc thực hiện chiến lược marketing địa phương sẽ giúp Nghệ An định vị được hình ảnh, đặc trưng của địa phương, phát triển được cơ sở hạ tầng cũng như nguồn nhân lực du lịch từ đó đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng mục tiêu. Để các chiến lược này thành công, chính quyền tỉnh Nghệ An cần có quan điểm toàn diện về marketing địa phương và cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các chủ thể là chính quyền, người dân và cộng đồng doanh nghiệp...■

TÀI LIỆU THAM KHẢO
 1. MBA Nguyễn Văn Dũng (2009), Chiến lược và chiến thuật quảng bá marketing du lịch, Nhà xuất bản Giao thông vận tải.
 2. Sở Du lịch Nghệ An, Báo cáo tổng kết hoạt động du lịch năm 2020 và phương hướng nhiệm vụ năm 2021...
 * Trường Đại học Kinh tế Nghệ An