NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO DU LỊCH QUẢNG NGÃI

TS. NGUYỄN ANH TUẤN*
TS. LÊ QUANG ĐẲNG*

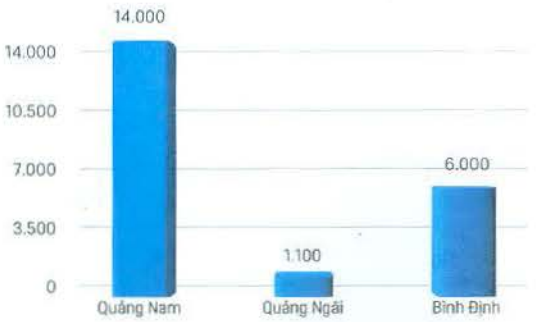
QUẢNG NGÃI LÀ TỈNH VEN BIỂN THUỘC VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ, CÓ VỊ TRÍ ĐỊA KINH TẾ, ĐỊA CHÍNH TRỊ QUAN TRỌNG, CÓ TÀI NGUYÊN DU LỊCH TỰ NHIÊN VÀ VĂN HÓA ĐẶC SẮC, ĐIỀU KIỆN GIAO THƯƠNG THUẬN LỢI CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI, TRONG ĐÓ CÓ DU LỊCH. NHỮNG NĂM QUA, QUẢNG NGÃI ĐẨY MẠNH KHAI THÁC LỢI THẾ NHẰM PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC MỘT SỐ KẾT QUẢ NHẤT ĐỊNH. TUY NHIÊN, ĐỂ QUẢNG NGÃI KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ TRÊN BẢN ĐỒ DU LỊCH VIỆT NAM THÌ CÒN NHIỀU VIỆC CẦN LÀM, TRONG ĐÓ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH LÀ GIẢI PHÁP CÓ THỂ GIẢI QUYẾT TỔNG THỂ NHỮNG HẠN CHẾ HIỆN CÓ CỦA NGÀNH DU LỊCH QUẢNG NGÃI.

Hiện trạng phát triển Du lịch Quảng Ngãi

Trong những năm qua, Du lịch Quảng Ngãi đã có những bước phát triển đáng khích lệ. Năm 2015, Quảng Ngãi mới chỉ đón được khoảng 650.000 lượt khách, trong đó khách quốc tế đạt khoảng 38.000 lượt; tổng thu từ khách du lịch đạt trên 560 tỷ đồng. Năm 2019, khách du lịch đến Quảng Ngãi đã đạt khoảng 1.140.000 lượt (gấp 1,7 lần so với năm 2015), trong đó khách quốc tế đạt khoảng 99.000 lượt; tổng thu từ khách du lịch tăng lên 1.100 tỷ đồng (gấp đôi năm 2015). Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015 - 2019 đạt 27%/năm đối với khách quốc tế, 14,2%/năm đối với khách nội địa và 18,4%/năm đối với tổng thu từ khách du lịch. Du lịch đã có những đóng góp đối với phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Quảng Ngãi, tạo việc làm, tăng thu nhập và nâng cao mức sống của cộng đồng địa phương. Năm 2019, ngành Du lịch đã tạo việc làm cho 13.500 lao động (tăng 3.425 lao động so với năm 2015), trong đó, có 4.500 lao động trực tiếp (tăng 1.250 lao động so với năm 2015).

Có thể nói, Quảng Ngãi chứa đựng và hội tụ đủ điều kiện để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế thế mạnh. Tuy nhiên, thực tế phát triển Du lịch Quảng Ngãi còn tồn tại nhiều hạn chế, chưa thực sự tương xứng với tiềm năng và thế mạnh vốn có. Quảng Ngãi mới chỉ tập trung vào đầu tư phát triển du lịch tại một số khu, điểm như Lý Sơn, khu chứng tích Sơn Mỹ, khu du lịch Sa Huỳnh,... còn nhiều giá trị tài nguyên đặc sắc chưa được khai thác hoặc khai thác thiếu hiệu quả, hệ thống sản phẩm du lịch còn nghèo, chưa làm nổi bật được giá trị thương hiệu riêng có của Quảng Ngãi và chưa có sức cạnh tranh cao. Mặc dù các chỉ tiêu du lịch đều tăng hàng năm nhưng đóng góp của Du lịch vào GRDP của Quảng Ngãi mới chỉ đạt khoảng 1%. So với hai địa phương lân cận là Quảng Nam và Bình Định, Quảng Ngãi còn cách khá xa cả về lượng khách, tổng thu và đóng góp của Du lịch vào GRDP. Cụ thể, năm 2019 Quảng Nam đón hơn 7,6 triệu lượt khách (khách quốc tế đạt hơn 4,5 triệu lượt), tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 14.000 tỷ đồng, đóng góp khoảng 7,1% vào GRDP; Bình Định đón hơn 4,8 triệu lượt khách (khách quốc tế đạt khoảng 500.000 lượt), tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 6.000 tỷ đồng, đóng góp 7,2% vào GRDP (Hình 1 và Hình 2).

Hình 1. So sánh tổng lượng khách du lịch đến Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định năm 2019



Hình 2. So sánh tổng thu từ khách du lịch của ba tỉnh Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định năm 2019

Nguồn: Số liệu thống kê của các Sở Du lịch/VHTTDL

Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho Du lịch Quảng Ngãi trong thời gian tới

Để thúc đẩy phát triển du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh cho Du lịch Quảng Ngãi cần tập trung thực hiện 4 đột phá chiến lược quan trọng (4P), gồm: Đột phá về chính sách (Policy), Đột phá về sản phẩm (Product), Đột phá trong truyền thông quảng bá và thị trường (Promotion), Đột phá về con người (People):

Đột phá về chính sách

Quảng Ngãi cần thay đổi mạnh mẽ tư duy, nhận thức về phát triển du lịch, coi du lịch là ngành kinh tế quan trọng, đóng góp tích cực cho phát triển kinh tế - xã hội theo hướng tăng trưởng xanh và bền vững... Khi nhận thức, tư duy được thay đổi sẽ đưa tới những đột phá quan trọng về thể chế, chính sách để tạo hành lang pháp lý, mở đường cho du lịch "tăng tốc". Theo đó, Quảng Ngãi cần xây dựng chiến lược/kế hoạch/đề án phát triển du lịch trong ngắn hạn (đến năm 2025), trung hạn (đến năm 2030) và dài hạn (đến năm 2045, 2050) để tạo "kim chỉ nam", xác định những mục tiêu chiến lược, những nhiệm vụ trọng tâm và những giải pháp đột phá cho phát triển du lịch, đảm bảo phát triển du lịch vừa phù hợp với xu hướng phát triển mới vừa phù hợp với điều kiện, tình hình thực tiễn và nguồn lực hiện có của địa phương.

Trong đó cần có đột phá chính sách về thu hút đầu tư, "cởi trói các nút thắt" để tạo điều kiện thuận lợi cho thu hút đầu tư từ mọi nguồn lực, mọi thành phần kinh tế cả trong và ngoài nước cho phát triển du lịch; ưu tiên, khuyến khích các nhà đầu tư lớn, các doanh nghiệp hàng đầu của Quảng Ngãi đầu tư phát triển du lịch tại địa phương; thúc đẩy đầu tư tư nhân, hợp tác xã, hộ gia đình, cộng đồng địa phương tham gia làm du lịch.

Cùng với đó, thực thi chính sách tài khóa - tiền tệ theo hướng: (1) tăng cường đầu tư công, ưu tiên nguồn vốn từ ngân sách cho đầu tư phát triển hạ tầng giao thông kết nối giữa các trung tâm thành thị, sân bay, nhà ga, bến xe, cảng biển đến các khu, điểm du lịch để tạo thuận lợi di chuyển cho khách du lịch; (2) áp dụng các hình thức ưu đãi thuế (miễn, giảm thuế) cho các nhà đầu tư khi đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, đặc biệt tại các khu, điểm du lịch trọng yếu; (3) hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, hộ gia đình, cộng đồng địa phương tiếp cận các gói vay vốn ngân hàng với ưu đãi về lãi suất, kỳ hạn trả,... để đảm bảo những đối tượng này có đủ điều kiện tham gia làm du lịch.

Đột phá về sản phẩm

Sản phẩm du lịch chủ đạo của Quảng Ngãi được xác định là du lịch biển, đảo. Trong đó tập trung khai thác, phát triển du lịch tại đảo Lý Sơn, biển Mỹ Khê, biển Sa Huỳnh gắn với hình thành một số khu nghỉ dưỡng biển cao cấp để đáp ứng nhu cầu của phân khúc thị trường khách có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày. Đây cũng là định hướng quan trọng để nâng tầm thương hiệu du lịch Quảng Ngãi với những sản phẩm đẳng cấp, chất lượng, có sức cạnh tranh cao.

Đối với du lịch sinh thái tại một số địa phương có tài nguyên du lịch tự nhiên đặc sắc như: Minh Long (gắn với Thác Trắng), Bình Sơn (gắn với rừng ngập mặn Bàu Cá Cái), Trà Bồng (gắn với núi Cà Đam, thác Cà Đú); Ba Tơ (gắn với thảo nguyên Bùi Hui, hồ Núi Ngang, thác Cao Muôn);... cần ưu tiên phát triển những sản phẩm du lịch gắn với khám phá, trải nghiệm thiên nhiên, giáo dục môi trường... Trong quá trình khai thác cần tôn trọng tính nguyên bản của tài nguyên tự nhiên, không phá rừng, xẻ núi, phá vỡ cảnh quan, không đánh đổi tài nguyên tự nhiên cho phát triển du lịch bằng mọi giá.

Hình thành các sản phẩm du lịch văn hóa đặc trưng, nổi trội như: tham quan các di tích cổ gắn với Trường Lũy Quảng Ngãi và di chỉ khảo cổ Sa Huỳnh; thăm lại chiến trường xưa, tham quan và nghe những câu chuyện kể về lịch sử cách mạng hào hùng của dân tộc trên đất Quảng gắn với di tích chiến thắng Vạn Tường, khu di tích khởi nghĩa Ba Tơ, khu chứng tích Sơn Mỹ, địa điểm hi sinh của anh hùng lực lượng vũ trang nhân dân Đặng Thùy Trâm...; trải nghiệm du lịch cộng đồng gắn với tìm hiểu văn hóa của cộng đồng bản địa và các làng nghề truyền thống như làng dệt thổ cẩm của người H'rê (Ba Tơ), làng gốm Mỹ Thiện (Bình Sơn), các làng nghề rèn (Mộ Đức), các làng nghề chế tác đá (Sơn Tịnh)...

Nhằm tạo điểm nhấn đột phá, Du lịch Quảng Ngãi nghiên cứu thử nghiệm và đưa vào khai thác một số sản phẩm du lịch mới như: du lịch công nghiệp tại Khu kinh tế mở Dung Quất (Bình Sơn), thủy điện Đăk Đrinh (Sơn Tây) và một số làng nghề truyền thống; du lịch xanh gần gũi với thiên nhiên, thân thiện với môi trường tại những địa phương có giá trị tài nguyên tự nhiên còn nguyên bản; du lịch đêm với việc hình thành một số tuyến phố đi bộ ở một số trung tâm thành phố, thị xã và khu, điểm du lịch tập trung đông khách du lịch như thành phố Quảng Ngãi, thị xã Đức Phổ và huyện đảo Lý Sơn.

Đột phá trong truyền thông, xây dựng thương hiệu và phát triển thị trường

Để tạo bước đột phá trong truyền thông và phát triển thị trường, Du lịch Quảng Ngãi cần triển khai nghiên cứu, phân tích thị trường khách quốc tế và nội địa bài bản; xây dựng kế hoạch marketing thực hiện truyền thông, quảng bá phù hợp với nhu cầu, đặc điểm của từng thị trường và từng phân khúc thị trường; hoàn thiện cơ sở dữ liệu Du lịch Quảng Ngãi để đảm bảo nguồn thông tin phục vụ công tác truyền thông, quảng bá; triển khai đồng bộ các phương pháp truyền thông truyền thống và phương pháp hiện đại phù hợp với từng thị trường cụ thể.

Quảng Ngãi cũng cần tăng cường tổ chức các sự kiện xúc tiến du lịch để tạo dựng hình ảnh và định vị thương hiệu của Du lịch Quảng Ngãi; đẩy mạnh liên kết với các địa phương trong vùng duyên hải Nam Trung Bộ, đặc biệt với Quảng Nam, Bình Định trong việc tổ chức các sự kiện xúc tiến du lịch vùng; tuyên truyền, nâng cao ý thức, trách nhiệm của cộng đồng và doanh nghiệp trong việc tạo lập môi trường du lịch văn minh, thân thiện, hiếu khách...

Đột phá trong phát triển đội ngũ nhân lực du lịch

Quảng Ngãi cần có cơ chế tuyển dụng và chế độ đãi ngộ phù hợp để thu hút và giữ chân người tài, người có năng lực, tâm huyết với ngành; thường xuyên tổ chức đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng, nâng cao nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý du lịch các cấp; chú trọng bồi dưỡng những kiến thức mới liên quan đến du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, du lịch bền vững và kỹ năng ngoại ngữ, tin học cần thiết để đáp ứng được yêu cầu công việc trong bối cảnh hội nhập quốc tế và tác động của cách mạng công nghiệp 4.0.

Đối với lực lượng lao động làm việc tại các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch, hộ gia đình làm du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Quảng Ngãi phối hợp với Tổng cục Du lịch, Hiệp hội Du lịch Việt Nam và các cơ sở đào tạo du lịch tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ cho người lao động; tổ chức đoàn cho người dân đi tham quan, học hỏi những mô hình du lịch cộng đồng thành công...■

*Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch