

CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH



KỶ YẾU HỘI THẢO

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA LOẠI HÌNH DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI Ở VIỆT NAM

iTDR



Hà Nội, ngày 22 tháng 8 năm 2024

MỤC LỤC

1	Báo cáo đề dẫn hội thảo <i>Nguyễn Quang Vinh, Viện NCPT Du lịch</i>	2
2	Xu hướng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới trên thế giới và ở Việt Nam <i>PGS.TS. Phạm Hồng Long, CN Khoa Du lịch, Đại học KHXHNV</i>	10
3	Nhu cầu và những yêu cầu cần thiết để phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam. <i>Nguyễn Thị Bích Ngọc, Phó giám đốc Sở VH TTDL Lâm Đồng</i>	20
4	Một số điểm đặc trưng liên quan đến du lịch gắn với tổ chức lễ cưới trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng <i>Nguyễn Thanh Vân, TP nghiệp vụ, Tổng công ty du lịch Hà Nội</i>	28
5	Hiện trạng và hướng phát triển sản phẩm du lịch phù hợp nhằm thu hút khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam <i>Trần Thị Minh Thương, PGD Công ty lữ hành Bảo Yến Travel</i>	33
6	Những thuận lợi và khó khăn trong việc phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam <i>TS. Đinh Đức Quang, Công ty APEC Mandala Wyndham Mũi Né</i>	39
7	Phát triển sản phẩm du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam - Cơ hội và thách thức trong bối cảnh cạnh tranh khu vực và quốc tế <i>Nghiêm Thu Thúy, Giám đốc Sale Emerald resort Ninh Bình</i>	44
8	Chia sẻ kinh nghiệm trong thu hút và phục vụ loại hình du lịch gắn với lễ cưới ở Việt Nam <i>ThS. Nguyễn Văn Dũng, Công ty Tổ chức sự kiện Á Châu</i>	49
9	Một số hàm ý về cơ chế chính sách, xúc tiến quảng bá, đảm bảo an ninh an toàn cho khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam <i>ThS. Trần Thị Mai Hương, Phòng QLXTDL, Cục Du lịch QGVN</i>	55
10	Phục dựng đám cưới truyền thống của người dân tộc thành sản phẩm du lịch phục vụ khách du lịch <i>TS. Phạm Thị Hải Yến, Trường ĐH Văn hóa Hà Nội</i>	60
11	Dự báo một số triển vọng thu hút thị trường khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam <i>TS. Phạm Lê Thảo, PTP QLLH, Cục du lịch Quốc gia Việt Nam</i>	65
12	Hiện trạng và giải pháp phát triển hạ tầng đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam <i>ThS. Phạm Diễm Hảo, Sở Du lịch Hà Nội</i>	73

BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO

“Xu hướng phát triển của loại hình du lịch gắn với lễ cưới ở Việt Nam”

Nguyễn Quang Vinh

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

Kính thưa các Quý vị đại biểu, các vị khách quý,

Như chúng ta đã biết, trong những năm gần đây, sản phẩm du lịch cưới được xem là chiến lược phát triển của nhiều quốc gia châu Á, nhất là Đông Nam Á, tận dụng ưu thế về tài nguyên tự nhiên biển đảo nhiệt đới, các giá trị văn hóa đặc sắc và chi phí tổ chức sự kiện hấp dẫn. Các điểm đến Thái Lan, Indonesia... và Việt Nam dần góp mặt trong danh sách những điểm đến cưới được lựa chọn bởi thị trường Bắc Mỹ, Châu Á - 02 thị trường cưới lớn nhất với giá trị ước đạt lần lượt là 28,8 tỉ USD và 23 tỉ USD. Du lịch gắn với tổ chức lễ cưới (Du lịch lễ cưới) được hiểu là một chuyến đi đến một điểm du lịch để thực hiện, hay tham dự lễ cưới hoặc các nghi lễ đám cưới như cầu hôn, đính hôn, chụp ảnh cưới, tuần trăng mật hay kỷ niệm ngày cưới, ngày dấu mốc của tình yêu - hôn nhân.... Điểm đến du lịch lễ cưới thường được lựa chọn là những nơi có phong cảnh thiên nhiên, môi trường, không gian, thiết kế đẹp hoặc có ý nghĩa nhất định đối với cuộc hôn nhân. Xu hướng tổ chức lễ cưới xa nhà kết hợp với du lịch, đang ngày càng thịnh hành với giới trẻ. Hình thức này được đánh giá có nhiều ưu điểm, thoát khỏi sự rườm rà của hôn lễ truyền thống, cắt giảm chi phí cũng như đảm bảo được tính riêng tư và tính thân mật của buổi tiệc.

Sở hữu nhiều thắng cảnh, bãi biển đẹp, khách sạn cao cấp, đa dạng các loại hình nghỉ dưỡng, dịch vụ tốt, giá cả hợp lý, nhiều không gian để tổ chức các buổi tiệc khác nhau mà không bị trùng lặp về cảnh quan và trang trí, Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có nhiều tiềm năng khai thác loại hình du lịch đám cưới. Các địa danh Việt Nam được đánh giá phù hợp với du lịch đám cưới như Phú Quốc, Đà Nẵng, Phan Thiết, Ninh Bình... Những nơi này không chỉ sở hữu thắng cảnh đẹp, đa dạng loại hình nghỉ dưỡng, chất lượng dịch vụ cao cấp mà còn mang đến nhiều hoạt động trải nghiệm thú vị. Du lịch đám cưới có thể là nhân tố quyết định, giúp Việt Nam nổi lên thành điểm đến quốc tế. Loại hình này cũng mang đến hiệu quả lớn về kinh tế và cộng đồng địa phương, do nhu cầu đa dạng về mặt tổ chức đòi hỏi rất nhiều bên tham gia. Mặc dù vậy, trong suốt nhiều năm qua, du lịch đám cưới ở Việt Nam vẫn chưa được chú trọng phát triển. Ấn Độ, Thái Lan và một số quốc gia khác trên thế giới đã quan tâm và phát triển loại hình du lịch đám cưới từ rất lâu và họ đã gặt hái được nhiều thành công đáng kể.

Để có thể cạnh tranh với ngành du lịch đám cưới của các quốc gia khác trong khu vực như Phuket của Thái Lan, Bali của Indonesia hay những điểm nổi danh trên thế giới như thành cổ ở Cappadocia (Thổ Nhĩ Kỳ), các bãi biển nhân tạo tại Abu Dhabi (UAE), lâu đài cổ ven hồ Como (Ý)..., Việt Nam còn nhiều điều phải làm hơn để có thể thu hút được thị trường tiềm năng này. Chúng ta cần phải thực hiện nghiên cứu đầy đủ, qua đó phân tích, đánh giá hiện trạng và xu hướng

phát triển của loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam trong những năm gần đây và trong thời gian tới, đề xuất kiến nghị, giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới tại Việt Nam.

Với lý do nêu trên, nhiệm vụ “**Xu hướng phát triển của loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam**” là nhiệm vụ rất cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

1. Đặc điểm, xu hướng của loại hình du lịch lễ cưới

1.1. Đặc điểm của du lịch lễ cưới

Du lịch lễ cưới sẽ có những đặc điểm khác với lễ cưới thông thường và hình thức đi du lịch thông thường:

Một số đặc điểm chung:

- Du lịch lễ cưới thường được tổ chức bởi các cặp đôi trẻ, có xu hướng du lịch thường xuyên và thích xê dịch;
- Thường được tổ chức bởi các cặp đôi có điều kiện kinh tế;
- Thường được tổ chức bởi các cặp đôi có nhu cầu tổ chức lễ cưới không chỉ một lần, có thể là có lần đầu tại địa phương họ, nhưng lần hai họ dành cho riêng mình hoặc một nhóm bạn bè thân thuộc, cùng sở thích;
- Một số nước phát triển du lịch lễ cưới phương xa, lễ cưới nhiều lần thường có phong tục tập quán tổ chức hơn một lần lễ cưới, ví dụ như Ấn Độ, Pakistan,...

Một số đặc điểm cụ thể:

- *Không gian tổ chức:* du lịch lễ cưới thường là các khu nghỉ dưỡng sang trọng, cảnh quan đẹp, ngoạn mục và hoành tráng; du lịch lễ cưới thường tổ chức ngoài trời, ven biển, trên bờ cát trắng, nắng vàng, hoặc trong các không gian đặc biệt như hang động, ven hồ, ven sông.... Họ thường thích không gian riêng tư, không lẫn khách khác và đặc biệt họ thường có xu hướng giữ kín thông tin.

- *Hình thức tổ chức:* Ngoài không gian ngoài trời là chủ yếu, du lịch lễ cưới thường tổ chức theo hình thức một sự kiện đặc biệt, có đầu tư về ý tưởng, có kịch bản, có thiết kế không gian,...

- *Chi phí:* Du lịch lễ cưới thường có chi phí lớn bởi thường số lượng đoàn sẽ đông hàng trăm người, di chuyển bằng máy bay và ở khách sạn, resort sang trọng, yêu cầu dịch vụ ăn uống đặc biệt, yêu cầu về tổ chức sự kiện phải sang trọng, cao cấp,...

- *Yêu cầu dịch vụ đặc biệt:* Khách Du lịch lễ cưới luôn yêu cầu tiện nghi, dịch vụ đặc biệt, không gian đặc biệt, ý tưởng độc đáo, thiết kế bài trí lạ mắt nhưng phải theo gu thẩm mỹ của chủ nhân. Họ không tiếc tiền bỏ ra nhưng họ yêu cầu những điều kiện mà các điểm đến, các doanh nghiệp phải sẵn sàng. Bên cạnh đó là những yêu cầu đặc biệt khác như ẩm thực phải theo yêu cầu, nguyên liệu thậm chí phải chuyên từ chính quốc sang để chế biến, đầu bếp là người của khách hàng gửi sang Việt Nam...Trang phục đạo cụ cũng phải theo ý tưởng của chủ nhân. Nhiều đám cưới chủ nhân chuyển toàn bộ trang phục đạo cụ sang Việt Nam.

1.2. Xu hướng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới trên thế giới

Theo ý kiến của các công ty/tập đoàn chuyên tổ chức các chuyến du lịch đám cưới, xu hướng chính của du lịch đám cưới gồm:

- Sự kiện nhỏ gọn hơn nhưng ngân sách lớn hơn

Nhiều cặp đôi bày tỏ lý do mong muốn tổ chức tiệc cưới nhỏ gọn hơn nhưng vẫn duy trì giữ nguyên ngân sách cho đám cưới. Nhiều cặp đôi chi tiêu cho việc trang trí đám cưới to lớn hơn và rộng rãi hơn. Cấu trúc trần nhà đồ sộ, hoa và cây cối trên cao mái vòm và cách bố trí sắp đặt sáng tạo là một trong số các thiết kế ấn tượng nhất trong các đám cưới.

Số lượng khách ít hơn (để có nhiều ngân sách nhiều hơn cho các yếu tố khác) cũng cho phép tạo nên các trải nghiệm cá nhân hóa hơn, vượt xa mức tiêu chuẩn.

Theo nhận xét của nhiều nhiếp ảnh gia và nhà quay phim đám cưới, nhiều cặp đôi đã tăng ngân sách cho việc chụp ảnh và quay phim. Họ muốn đầu tư nhiều hơn vào việc ghi lại khoảnh khắc đặc biệt của mình.

- Chương trình lễ cưới nhiều ngày

Lễ kỷ niệm kéo dài nhiều ngày, tạo cho khách và cặp đôi các trải nghiệm hơn một ngày. Đây là một yếu tố độc đáo khác của một đám cưới kết hợp với du lịch cho cả cặp đôi và khách mời của họ. Thông thường, một chuyến du lịch kết hợp đám cưới có thời gian trung bình là 3 ngày. Tiệc chiêu đãi trước đám cưới nhằm mục đích chào đón các vị khách và giới thiệu cho khách sự chân thực của điểm đến. Chương trình sau đám cưới nhằm mục đích kết thúc chuyến du lịch đám cưới bằng một buổi chia tay và trải nghiệm ẩm thực.

- Lễ cưới ngoài trời và sự độc đáo

Xu hướng mà chúng ta đã thấy trong vài năm qua sẽ tiếp tục giữ vững. Không gian thoáng đãng, bữa tiệc ngoài trời dẫn đến nhu cầu về các địa điểm tổ chức phải có sự linh hoạt ngoài trời, đồng thời buộc các nhà tổ chức đám cưới phải sáng tạo hơn với việc trang trí không gian ngoài trời. Đặc biệt sau đại dịch COVID -19, với mối quan tâm nhiều hơn về an toàn cho khách mời và tạo tính khác lạ, các cặp đôi đang lựa chọn những địa điểm biệt lập và độc đáo như địa điểm tổ chức đám cưới ở nông thôn hoặc lâu đài hoặc đám cưới trên đảo - nơi có đủ điều kiện để tổ chức lễ cưới riêng tư với những người thân yêu và bạn bè của mình. Những hòn đảo xa xôi của Hy Lạp hay những lâu đài tư nhân ở châu Âu ngày càng được đặt để tổ chức đám cưới nhiều hơn. Hiện nay, các khách sạn tổ chức đám cưới đang cung cấp dịch vụ mua đứt lại toàn bộ tài sản để đảm bảo sự an toàn và biệt lập. Điều này diễn giải rõ thêm về khái niệm “Thuê một khách sạn”.

- Hôn nhân đồng tính

Việc hợp pháp hóa hôn nhân đồng tính thể hiện một bước tiến rõ ràng trong việc chấp nhận những người đồng tính nữ và đồng tính nam. Đến thời điểm tháng 6 năm 2024, tổng cộng có 37 quốc gia và vùng lãnh thổ đã hợp pháp hóa hôn nhân

đồng tính (với đầy đủ hoặc gần như toàn bộ quyền cho các cặp vợ chồng, giống như các cuộc hôn nhân khác giới). Các quốc gia này chủ yếu ở khu vực châu Âu, châu Mỹ, châu Đại Dương. Theo UNWTO, khi nói về hôn nhân bình đẳng, đây là hiện tượng tương đối mới, hầu như chỉ có ở các nước phát triển và là một giấc mơ vẫn còn xa vời đối với người đồng tính ở những quốc gia bị phân biệt đối xử nghiêm trọng.

Điều này đã giúp mở rộng đối tượng mục tiêu tới các đám cưới kết hợp du lịch của các cặp đôi đồng tính với tiềm năng kinh doanh mạnh mẽ. Năm 2017, theo nghiên cứu của Knot và Q.Digital, 35% đồng tính nam và 29% đồng tính nữ ở Hoa Kỳ đã tổ chức đám cưới tại điểm đến cách xa nơi cư trú. Nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ chưa công nhận hôn nhân đồng tính vì vậy các cặp đôi đồng giới có xu hướng ra nước ngoài tổ chức đám cưới của mình. Nhiều chuyên gia trong ngành du lịch Trung Quốc cho biết mặc dù hôn nhân cùng giới không được chính thức công nhận tại Trung Quốc nhưng các cặp đôi tại nước này đã chọn tổ chức lễ cưới ở châu Âu hoặc Mỹ. Có một điều cần lưu ý rằng các cặp đôi đồng giới thường được coi là có nền tảng tài chính vững chắc hơn vì đa phần trong số họ có "thu nhập kép và không có con" (DINK).

- Lễ cưới “bỏ trốn”

Đám cưới “bỏ trốn” cũng là một xu hướng vì việc lên kế hoạch sẽ dễ dàng hơn so với một đám cưới truyền thống. Nó cung cấp phạm vi cá nhân hóa tối đa vì chỉ có một cặp đôi và họ có thể có thực hiện mọi thứ theo sở thích của mình. Việc lập kế hoạch và khung thời gian ngắn hơn, mọi thứ diễn ra nhanh chóng và thay đổi nhanh chóng. Đã qua rồi cái thời các cặp đôi phải mất hơn một năm để lên kế hoạch trước cho đám cưới một cách chu đáo. Những cặp đôi này đưa ra quyết định khi đang di chuyển và có thể hoàn tất mọi việc vào phút cuối. Ngay cả các nhà tổ chức đám cưới cũng đang cung cấp các dịch vụ với sự tùy chọn linh hoạt nhất có thể để thích ứng với những thay đổi.

- Lễ cưới thân thiện với môi trường

Xu hướng này phản ánh sở thích của người tiêu dùng trong các lễ kỷ niệm hướng tới bền vững, thể hiện qua sự lựa chọn của các cặp đôi trong việc kết hợp các yếu tố thân thiện với môi trường lồng ghép vào trong đám cưới. Những địa điểm tự nhiên thu hút được sự quan tâm của thị trường du lịch đám cưới. Đơn cử, theo một cuộc khảo sát về các đám cưới chắc chắn sẽ tổ chức năm 2022 của Theknot, một công ty tổ chức đám cưới có trụ sở tại Hoa Kỳ, 70% các cặp đôi nhất trí rằng nếu họ dự định tổ chức hôn lễ vào năm 2022, đám cưới sẽ bao gồm các hoạt động và trang trí thân thiện với môi trường như mua các mặt hàng đã qua sử dụng hoặc được tái chế, sử dụng các mặt hàng giấy tái chế và giảm thiểu việc sử dụng nhựa dùng một lần. Một phần ba số cặp đôi cho rằng các nhà cung cấp và tổ chức đám cưới nên chủ động hơn trong việc cung cấp các giải pháp thân thiện với môi trường.

- Lễ cưới tiếp theo (lễ cưới được tổ chức nhiều nơi)

Trong giai đoạn COVID -19 hoặc trong những điều kiện chưa thuận tiện, nhiều cặp đôi chỉ có thể tổ chức một buổi lễ hợp pháp hoặc một buổi tiệc chiêu đãi nhỏ và sau đó họ dự định tổ chức một lễ kỷ niệm lớn hơn vào các năm sau với bạn bè và gia đình. Hoặc họ có thể tổ chức đám cưới nhiều lần ở các địa điểm khác nhau như nơi định cư và quê hương của cô dâu, chú rể hay địa điểm thuận tiện và dễ dàng tiếp cận để các gia đình liên quan tụ họp lại với nhau.

- Lễ cưới lần thứ hai

Du lịch đám cưới là một lựa chọn rất phổ biến cho cuộc hôn nhân thứ hai. Theo một nghiên cứu Destination wedding outlook market 2023 - 2033 của Arabiaweddings, một phần ba số đám cưới kết hợp du lịch là cuộc hôn nhân thứ hai. Có nhiều lý do, một trong số đó là do sự lựa chọn, con cái, sự thân mật trước lúc cưới, muốn điều gì đó khác biệt và họ đã có một đám cưới truyền thống trước đây rồi.

- Lễ cưới do cặp đôi tự chi trả ngày càng tăng

Xu hướng đám cưới do cô dâu/chú rể chi trả chứ không phải từ bố mẹ chi trả cho con cái. Cũng theo nghiên cứu Destination wedding outlook market 2023 - 2033 của Arabiaweddings, gần 60% các cặp đôi tổ chức tiệc cưới sẽ tự chi trả chi phí đám cưới.

2. Xu hướng phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

Xu hướng tổ chức lễ cưới hiện đại đã không còn bị gò bó và giới hạn trong các không gian nhất định. Những người trẻ hiện đại, sáng tạo đã lựa chọn tổ chức tiệc cưới của mình tại bất cứ nơi nào yêu thích. Đó là lý do để xu hướng lễ cưới kết hợp du lịch ngày càng nở rộ. Sự kết hợp giữa lễ cưới và du lịch thường được tổ chức ở các khu nghỉ dưỡng - nơi có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và thơ mộng. Điều này khiến cho việc di chuyển đến địa điểm cần nhiều thời gian để thu xếp, cho nên tiệc cưới sẽ rất hạn chế khách mời. Người đến dự đa phần là người trong gia đình hoặc bạn bè thân thiết khiến lễ cưới cũng trở nên đặc biệt hơn, bởi nó được cá nhân hóa nhiều hơn.

Tổ chức tiệc cưới tại khu du lịch không chỉ tạo ấn tượng bởi hình thức tổ chức tiệc cưới mới lạ, độc đáo, các đôi uyên ương còn có cơ hội sở hữu những bức ảnh tuyệt vời. Với phong nền tự nhiên không cần sắp đặt là bãi biển xanh, bờ cát trắng hay ánh hoàng hôn tím lãng mạn, bất cứ thời điểm nào trong ngày bạn đều có thể sở hữu những bức ảnh cưới lung linh, riêng biệt.

Với hình thức tổ chức đám cưới ở xa nơi cư trú, thay vì chọn các khách sạn hay sảnh tiệc cưới gần nhà, những người chủ tiệc, gia đình cô dâu chú rể cùng các khách mời sẽ đến một địa điểm du lịch trong nước hoặc nước ngoài để cử hành hôn lễ và nghỉ dưỡng.

Với nhiều tiềm năng phát triển, du lịch lễ cưới đang được xác định là thị trường ngách hấp dẫn của ngành công nghiệp không khói của Việt Nam với các xu hướng như sau:

2.1. Xu hướng thị trường

Bên tổ chức chính của du lịch lễ cưới là gia đình hai bên cô dâu chú rể, thường có điều kiện về tài chính, có thu nhập ở mức trên trung bình, cao và rất cao. Phân khúc thị trường này tuy chưa nhiều nhưng rất tiềm năng, nhiều trường hợp là những người nổi tiếng trong nước, các tỷ phú, lãnh đạo các tập đoàn lớn, các KOL, những người nổi tiếng trong xã hội, giới thượng lưu trên thế giới nên có khả năng chi trả cao nhưng rất khó tính, đòi hỏi cao và yêu cầu đối tác thực hiện là những đơn vị, cá nhân tổ chức sự kiện chuyên nghiệp. Hiện nay, nhu cầu du lịch cưới rất đa dạng, không chỉ diễn ra một lần trong đời như trước kia mà có thể là dịp tổ chức kỷ niệm ngày cưới, đám cưới vàng, đám cưới bạc, lễ đính hôn...

Khách tham dự đa dạng, có thể là doanh nhân, chính khách, nghệ sỹ, người nổi tiếng hay người lao động tự do nhưng hầu hết đều là những người có quan hệ thân thiết với người tổ chức. Khách du lịch lễ cưới có thể đến từ nhiều vùng miền khác nhau, gồm nhiều quốc gia khác nhau nhưng phần đông những người dự chung một sự kiện sẽ có ngôn ngữ giao tiếp, văn hóa, tôn giáo tương đương. Việc cung ứng dịch vụ cần nghiên cứu kỹ nhu cầu đặc điểm, sở thích của khách. Việc tổ chức thành công sự kiện sẽ góp phần quan trọng để tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu về điểm đến với các thị trường du lịch tiềm năng khác hoặc là tiền đề để mở rộng thị trường.

Các đoàn khách du lịch cưới thường đông (từ vài chục đến vài trăm hoặc vài nghìn khách), lưu lại tại điểm đến lâu hơn đối tượng khách du lịch khác, mức chi cho mỗi khách thường cao hơn khách đi tour bình thường, nhiều khoản chi vào thời điểm trước và sau khi diễn ra sự kiện. Ban tổ chức thường đặt dịch vụ ở cơ sở lưu trú du lịch 4 - 5 sao/cao cấp, tour thiết kế chuyên biệt theo yêu cầu..., nhiều trường hợp thuê bao toàn bộ khách sạn nên doanh thu nhìn chung cao hơn so với tour thông thường.

Khách sử dụng nhiều loại trang phục sang trọng, rục rỡ và đồ trang sức quý.

Đối với khách du lịch cưới giá cả không quan trọng bằng chất lượng dịch vụ cung ứng hoàn hảo và sáng tạo. Các cặp vợ chồng và gia đình họ thường sẵn sàng chi số tiền lớn cho sự kiện quan trọng nhất đời mình. Do vậy, kinh doanh du lịch cưới sẽ giúp đơn vị nâng cao doanh thu và khả năng tổ chức, phục vụ khách.

Nhiều đối tượng khách du lịch cưới được mời miễn phí chuyến đi. Do vậy, những khách tham dự có khả năng chi trả cao có thể dành nguồn tài chính của mình để chi phí cho các dịch vụ bổ sung đặc biệt là mua sắm hàng hóa nếu như điểm đến đó có nhiều sản phẩm thỏa mãn nhu cầu mua sắm.

2.2. Xu hướng lựa chọn địa điểm du lịch cưới

Con người đang ngày càng phải đối diện với nhiều yếu tố chủ quan và khách quan về sự tồn tại và phát triển mang lại nhiều áp lực, ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống cũng như hiệu quả công việc; bên cạnh đó sự tiêu thụ quá mức tài nguyên, thiên tai ô nhiễm dịch bệnh ngày càng nhiều, ảnh hưởng đến sức khỏe, nhu cầu giải tỏa căng thẳng, duy trì và tăng cường sức khỏe ngày một gia tăng. Thị trường của du lịch cưới có xu hướng chọn nơi có lợi cho sức khỏe và môi trường, có thể chăm sóc sức khỏe, nên ưu tiên những nơi có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và khí hậu tốt, không khí trong lành không bị ô nhiễm.

Xu hướng tổ chức lễ cưới kết hợp du lịch đang nổi lên ở những điểm đến du lịch có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp, đặc biệt các bãi biển và vùng núi nhận được sự quan tâm đặc biệt của nhóm những người nổi tiếng trong nước và giới thượng lưu, siêu giàu trên thế giới.

Bên cạnh đó, sự mới lạ và danh tiếng của điểm đến cũng là tiêu chí quan trọng để các đôi vợ chồng đưa ra quyết định lựa chọn nơi tổ chức lễ cưới.

2.3. Xu hướng chương trình du lịch cưới

Lễ cưới là sự kiện trọng đại trong cuộc đời mỗi người nên việc tổ chức thường được lên kế hoạch từ sớm, trước từ vài tháng đến cả năm.

Trong chương trình, các sự kiện hôn lễ, tiệc chiêu đãi là trung tâm, do đó tham quan điểm đến trở thành hoạt động bên lề trước hoặc sau khi diễn ra sự kiện chính. Với đặc trưng này, các tuyến, điểm tham quan của khách chủ yếu là những điểm du lịch phổ biến, những nơi có danh lam thắng cảnh đẹp, di sản nổi tiếng.

Loại hình này thường có biến động về số lượng và dịch vụ phụ thuộc vào quy mô, tính chất quan trọng của đám cưới và số lượng khách tham dự. Khách chủ yếu tập trung vào sự kiện chính. Các sự kiện bên lề có thể phát sinh và biến động nên cần những phương án dự phòng.

Bên cạnh sử dụng các dịch vụ ăn uống, lưu trú, mua sắm tại nơi tổ chức cưới, không ít khách còn có kế hoạch kéo dài chuyến đi để có trải nghiệm du lịch sâu sắc hơn tại điểm đến.

2.4. Xu hướng về thời gian du lịch cưới

Trong bối cảnh cuộc sống có nhiều áp lực, bận rộn, đặc biệt những người nổi tiếng và những doanh nhân thời gian rất eo hẹp, việc lựa chọn thời gian cho sự kiện cưới được cân nhắc cẩn trọng.

Thời gian tổ chức thường từ 2 đến 5 ngày. Tuy nhiên cũng có những sự kiện kéo dài trên một tuần, đặc biệt là những sự kiện tổ chức ở nước ngoài.

Thời gian dành cho hoạt động tham quan ngắn, chương trình hoạt động bận rộn chắt chẽ với nhiều bên tham gia tổ chức.

Du lịch lễ cưới có tính mùa vụ rõ rệt, phần lớn diễn ra vào dịp cuối năm, cuối tuần hoặc các kỳ nghỉ lễ. Việc tổ chức du lịch lễ cưới thường được lên kế hoạch trước một thời gian dài, do đó phát triển du lịch lễ cưới có thể khắc phục tính mùa vụ của điểm đến, khai thác hiệu quả hơn các cơ sở vật chất sẵn có.

Hội thảo **“Xu hướng phát triển của loại hình du lịch gắn với lễ cưới ở Việt Nam”** nhằm xin ý kiến của các chuyên gia, nhà khoa học, nhà quản lý, doanh nghiệp kinh doanh du lịch, đơn vị tổ chức sự kiện, các liên chi hội Du lịch về hiện trạng và xu hướng của loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới, đề xuất một số kiến nghị, giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam.. Hội thảo tập trung vào những nội dung chính như sau:

- Hiện trạng và xu hướng phát triển của loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam trong những năm gần đây và trong thời gian tới.
- Đề xuất một số kiến nghị, giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới tại Việt Nam.

Trong quá trình chuẩn bị Hội thảo, Ban Tổ chức đã nhận được 12 bài tham luận của các nhà quản lý đại diện cho các cơ quan QLNN về du lịch ở TW và địa phương; các chuyên gia, các nhà nghiên cứu từ các trường đại học, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên toàn quốc. Ban Tổ chức thật sự cảm kích trước sự quan tâm đồng đạo và nhiệt tình của các nhà khoa học, nhà quản lý, các doanh nghiệp, và cơ sở đào tạo về du lịch...

Với ý nghĩa đề xuất, gợi mở những ý tưởng mới, sáng tạo trong việc thúc đẩy phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới tại Việt Nam, Ban Tổ chức mong muốn quý vị đại biểu tham dự hội thảo hôm nay bằng kinh nghiệm và nhiệt huyết của mình, tích cực tham gia thảo luận, đóng góp ý kiến, sáng kiến và gợi ý cho những nội dung và vấn đề đề cập trên.

Ban Tổ chức xin trân trọng cảm ơn các nhà khoa học, nhà quản lý, các doanh nghiệp đã gửi bài cho Hội thảo; trân trọng cảm ơn các đại biểu đã đến tham dự hội thảo. Xin chúc Quý vị đại biểu sức khỏe, thành công và hạnh phúc.

Xin trân trọng cảm ơn./.

XU HƯỚNG DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI TRÊN THẾ GIỚI VÀ Ở VIỆT NAM

PGS.TS Phạm Hồng Long

TS. Bùi Nhật Quỳnh

ThS. Ngô Việt Anh

*Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,
ĐH Quốc gia Hà Nội*

1. Đặt vấn đề

Đám cưới là sự kiện quan trọng trong đời đối với nhiều người trên thế giới. Đó là lễ kỷ niệm của một đời người thường được tổ chức hoành tráng với sự tham gia của hàng trăm người hay là một buổi tụ tập thân mật của gia đình và bạn bè. Các dịch vụ tổ chức tiệc cưới đang bùng nổ trên thị trường. Các cặp đôi tổ chức đám cưới ở những địa điểm mà họ không sống, thường là những địa điểm xa lạ, mới hoặc nổi tiếng ở nước ngoài. Du lịch gắn với lễ cưới là một trong những lĩnh vực mới mẻ trong ngành du lịch. Đó là xu hướng rất phổ biến ở nhiều quốc gia trên thế giới.

Du lịch cưới, còn được gọi là du lịch kết hôn hoặc đám cưới đích đến, là một xu hướng phát triển nhanh chóng trên toàn cầu, với mức tăng 400% trong thập kỷ qua (Paramita, 2008). Hình thức du lịch thích hợp này liên quan đến các cặp đôi tổ chức lễ cưới ở xa nơi cư trú của họ, thường là ở những địa điểm kỳ lạ như Tuscany, Ý hoặc El Gouna, Ai Cập, được thúc đẩy bởi mối liên kết tình cảm và mong muốn về tính xác thực và đồng sáng tạo (Giovanna, 2015; Dalia, 2017). Tác động tài chính của các đám cưới ở nước ngoài, cùng với các xu hướng mới nổi về đám cưới sáng tạo, du ngoạn, xanh và LGBTQ+, đang định hình thị trường du lịch cưới, đòi hỏi phải tiếp thị chuyên biệt và cung cấp sản phẩm để phục vụ cho phân khúc khách du lịch độc đáo này (Jaclyn, 2013). Do vậy, việc nghiên cứu về du lịch gắn với tổ chức lễ cưới là một trong những xu hướng nghiên cứu mới mẻ và nhu cầu thực tiễn

2. Tổng quan nghiên cứu

Du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ngày càng được quan tâm và thu hút các nhà nghiên cứu, điều này tạo ra một hướng nghiên cứu mới trong bối cảnh quản lý sự kiện và du lịch sự kiện (Getz, 2008). Đám cưới có thể được coi là thuộc phạm trù tôn giáo hay một sự kiện dân sự, hoặc một sự kiện riêng tư (Goldbatt, 2002). Đám cưới có thể được diễn ra ở các địa điểm nằm ngoài quê hương của cô dâu và chú rể (Daniels & Loveless, 2007).

Du lịch cưới hay còn gọi là đám cưới điểm đến là việc các cặp đôi tổ chức lễ cưới tại địa điểm du lịch mà mình không cư trú. Đám cưới bao gồm toàn bộ các dịch vụ và du khách sử dụng các dịch vụ này đang đóng góp vào giá trị kinh tế

của khu vực đó. Là một loại hình du lịch sự kiện, sản phẩm cốt lõi của du lịch cưới hỏi là tạo ra những trải nghiệm giải trí nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Lễ cưới có thể được coi là buổi giới thiệu sản phẩm (Witt & Com, 2006). Tổ chức du lịch Caribe (2008) định nghĩa du lịch đám cưới là "Các chuyến đi quốc tế mà khách du lịch thực hiện để kết hôn hoặc tổ chức lễ cưới".

Tương tự như các loại hình du lịch khác, du lịch gắn với tổ chức lễ cưới đã có những tác động trực tiếp và gián tiếp đến kinh tế của điểm đến (Daniels & Loveless, 2007).

Các ảnh hưởng trực tiếp là nhà cung cấp bán hàng hoá và dịch vụ trực tiếp cho cô dâu và chú rể, những người cần tổ chức đám cưới và khách mời khi họ đến điểm đến. Tác động gián tiếp là kết quả của việc mua hàng của các nhà cung cấp trực tiếp, chẳng hạn như hàng hoá từ các công ty khác. Những tác động phát sinh từ chi tiêu của người nhận trực tiếp và gián tiếp do thu nhập của họ tăng lên mà du lịch dựa trên đám cưới mang lại cho điểm đến.

Hơn nữa, các tác động và lợi ích khác về mặt xã hội, môi trường và quảng bá điểm đến mang lại những lợi ích tăng thêm cho điểm đến. Việc các nhà tổ chức sự kiện lễ cưới khai thác các giá trị của địa phương, bản sắc, di sản địa phương, quảng bá thực phẩm,... là yếu tố thúc đẩy quảng bá danh tiếng, nâng cao nhận thức về thương hiệu điểm đến, hình ảnh điểm đến đến các thực khách đến dự các sự kiện lễ cưới (Bowdin và cộng sự, 2006; Daniels & Loveless, 2007). Cuối cùng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới tạo ra những hiệu ứng triển lãm “show casing effect” (Gabe và cộng sự, 2006), hiệu ứng này đề cập đến khả năng khách quay lại thăm địa điểm tổ chức đám cưới với tư cách là khách du lịch độc lập hoặc giới thiệu địa điểm đó cho bạn bè và người thân thông qua các hình thức khác nhau như trực tiếp, hoặc các lời giới thiệu, hình ảnh, video tại lễ cưới được đăng tải trên mạng xã hội (Del Chiappa, 2013).

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết phân tích và tổng hợp những công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài về các hoạt động du lịch gắn với tổ chức lễ cưới. Nguồn dữ liệu thứ cấp phục vụ cho bài viết được thu thập thông qua các chương sách, báo cáo, bài báo, bài phát biểu, bài viết đăng trên các tạp chí trong và ngoài nước về xu hướng, các yếu tố ảnh hưởng, lợi ích, vai trò của phát triển du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam và trên thế giới, cùng với các số liệu thống kê có liên quan. Phương pháp phân tích và đánh giá các tài liệu thứ cấp giúp tập hợp được nguồn tài liệu phong phú liên quan đến bài viết, phục vụ cho việc nghiên cứu, phân tích, đánh giá về xu hướng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới.

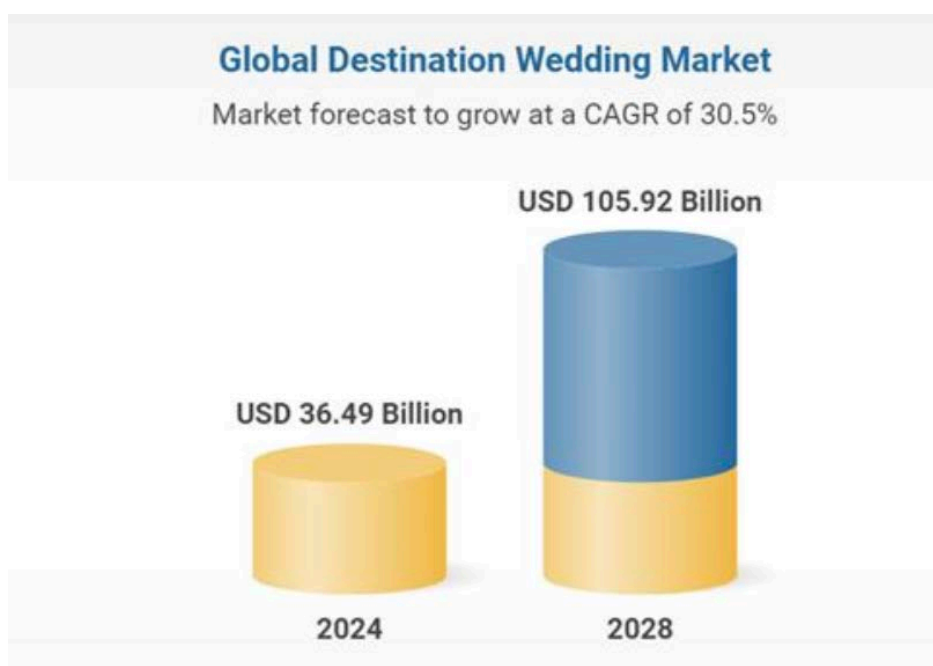
4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Xu hướng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới trên thế giới

Theo Báo cáo Thị trường điểm đến tổ chức lễ cưới (2024), quy mô thị trường đám cưới điểm đến đã tăng theo cấp số nhân trong những năm gần đây. Thị trường

sẽ tăng từ 27,64 tỷ USD vào năm 2023 lên 36,49 tỷ USD vào năm 2024 với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 32,0%. Sự tăng trưởng quan sát được trong giai đoạn lịch sử có thể là do mong muốn ngày càng tăng về những trải nghiệm độc đáo, nâng cao khả năng chi trả cho du lịch, ảnh hưởng của phương tiện truyền thông xã hội đến xu hướng du lịch, sự gia tăng du lịch đám cưới và sức hấp dẫn của các điểm đến văn hóa và kỳ lạ.

Dự kiến sẽ có sự tăng trưởng trong giai đoạn dự báo do mong muốn duy trì tính độc quyền trong trải nghiệm đám cưới, một loạt các lựa chọn điểm đến mở rộng, chuyển hướng sang các cuộc tụ họp thân mật hơn, tăng cường tập trung vào tính bền vững trong ngành cưới và sự phục hồi kinh tế toàn cầu được dự đoán trước.



Hình 1. Biểu đồ tăng trưởng thị trường tiệc cưới toàn cầu

(Nguồn: *Global Destination Wedding Markert, 2024*)

Việc sử dụng rộng rãi phương tiện truyền thông xã hội đang thúc đẩy thị trường tổ chức lễ cưới tại các điểm đến du lịch. Nền tảng xã hội đóng một vai trò quan trọng trong việc lập kế hoạch và truyền thông đám cưới, ảnh hưởng đến cách các cặp đôi lên kế hoạch và ghi lại ngày đặc biệt của họ.

Lễ cưới ở điểm đến du lịch thường kéo dài đến các chuyến đi hưởng tuần trăng mật ở quốc gia được chọn, quốc gia mà chi tiêu du lịch ghi nhận mức chi tiêu trung bình là 8.200 USD cho tuần trăng mật tại thị trường Hoa Kỳ. Phần lớn khách và thành viên gia đình tham dự đám cưới cũng kéo dài chuyến đi của họ tại điểm đến, điều này góp phần tăng thêm chi tiêu du lịch và nghỉ qua đêm.

Ở Nam Phi, du lịch cưới đang ngày càng được ưa chuộng, đặc biệt là ở Gauteng, với các cụm địa điểm tổ chức đám cưới riêng biệt thu hút cả người tiêu dùng trong nước và quốc tế, góp phần vào lợi nhuận và khả năng cạnh tranh của thị trường thích hợp này (Jayne và cộng sự, 2015).

Ở Ấn Độ, du lịch gắn với tổ chức lễ cưới được coi là một ngành công nghiệp mang lại lợi nhuận rất cao. Năm 2020, theo báo cáo của Bộ Du lịch Ấn Độ, ngành công nghiệp đám cưới được định giá khoảng 458 tỷ Crore Rupee. Du lịch gắn với tổ chức lễ cưới là một yếu tố chính đóng góp cho sự phát triển của ngành công nghiệp lễ cưới ở Ấn Độ. Các cặp đôi thường lựa chọn Ấn Độ là điểm đến để tổ chức các lễ cưới xa hoa và lộng lẫy. Điểm thu hút chính đối với nhiều cặp đôi quốc tế và khách du lịch là những điểm đến tuyệt đẹp và các nghi lễ xa hoa trong đám cưới. Với doanh thu ước tính là 50.000 Corore rupee và tốc độ tăng trưởng trung bình là 25%, Ấn Độ đang trên đà trở thành một trong những điểm đến du lịch gắn với tổ chức lễ cưới hàng đầu thế giới (Saxana, 2021).

Ở Trung Quốc, các lễ cưới truyền thống đã là điều quan trọng trong văn hoá Trung Quốc. Tuy nhiên, xu hướng ngày càng có nhiều cặp đôi Trung Quốc lựa chọn kết hôn ở nước ngoài, họ sẵn sàng chi một khoản tiền lớn để tổ chức lễ cưới ở những điểm đến du lịch nổi tiếng. Các cặp đôi Trung Quốc có xu hướng quan tâm đến các quốc gia, điểm đến ở vùng Caribe, những chuyến đi kèm điểm dừng chân ở Hoa Kỳ, các vùng biển như Phuket, Prague, New Zealand hoặc Pháp, Ý. Đảo Bali của Indonesia được cho là điểm nóng không chỉ dành cho các cặp đôi Trung Quốc. Hòn đảo này là nơi phổ biến để tổ chức các lễ cưới, thậm chí còn thuận tiện hơn đối với người Trung Quốc vì không quá xa, các dịch vụ như chụp ảnh, quay video, làm tóc, trang điểm, tổ chức lễ cưới đều rất thuận tiện thông qua các công ty môi giới. Theo dự báo, thị trường du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Trung Quốc sẽ tăng trưởng rất nhanh với hơn 50 triệu người Trung Quốc (khoảng 3,5% dân số) có khả năng chi trả cho những đám cưới, tuần trăng mật ở nước ngoài (Oliver, 2023).

Tại Singapore, nước này đã từng bước nhận thấy tiềm năng trong thị trường du lịch gắn với tổ chức lễ cưới cho các cặp đôi Ấn Độ. Tổng cục Du lịch Singapore (STB) đã mở rộng phạm vi tiếp cận của mình để nắm bắt thị trường du lịch lễ cưới ở Ấn Độ. Singapore là điểm đến du lịch MICE, du lịch biển, họ muốn hướng đến việc mở rộng sức hấp dẫn như một điểm đến cho đám cưới. Singapore sẵn sàng cung cấp các dịch vụ cưới, chụp ảnh trước đám cưới cho đến tuần trăng mật. Singapore đã ký kết nhiều thoả thuận hợp tác với các công ty môi giới lễ cưới, các nhà cung cấp Ấn Độ như Wedding Sutra,...trong việc thu hút khách du lịch đến Singapore tổ chức lễ cưới (Travel Mail, 2023).

Tại Indonesia, đảo du lịch nổi tiếng Bali được coi là thiên đường tổ chức lễ cưới cho các cặp đôi. Bali nổi tiếng về tổ chức lễ cưới tốt nhất thế giới cùng với Tuscany và Como ở Ý. Bộ Du lịch và Kinh tế sáng tạo Indonesia cho biết xu hướng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ngày càng trở nên hấp dẫn đối với khách du

lich quốc tế, đặc biệt là Ấn Độ. Các cặp đôi Ấn Độ lựa chọn Bali với các yếu tố về cảnh quan thiên nhiên, văn hoá, đặc biệt là về chi phí. Những lễ cưới của các cặp đôi Ấn Độ ở Bali thường có chi phí rẻ hơn đối với các lễ cưới được tổ chức trong nước. Khách du lịch Ấn Độ đến và mong muốn tổ chức lễ cưới ở Bali đứng thứ hai chỉ sau khách du lịch Úc (Imelda, 2024).

Theo nhiều trang web đám cưới khác nhau và nhà tổ chức đám cưới quốc tế nổi tiếng Sarah Haywood, các xu hướng chính trong năm 2024-2025 được xác định như sau:

Các bữa tiệc chào mừng và sự kiện chia tay

Những trải nghiệm thay thế và những bữa tiệc độc đáo tại đám cưới điếm đến đã xuất hiện (bao gồm cả quy định về trang phục của khách dự đám cưới), nhưng những sự kiện thú vị, xuất hiện và hiện diện này đang ngày càng trở nên phổ biến hơn tại các sự kiện đám cưới điếm đến. Các lựa chọn phổ biến ở Thụy Sĩ bao gồm bữa tối chào mừng trên du thuyền trên hồ và ném thử pho mát chính thống tại các nhà hàng kiểu nhà gỗ Thụy Sĩ.

Hòa nhập văn hóa

Tổ chức đám cưới điếm đến du lịch đi kèm với nhiều đặc quyền, giống như thêm một chút nét tinh tế về văn hóa vào ngày đặc biệt của các cặp đôi. Nắm bắt những truyền thống đa dạng và hỗ trợ tài năng địa phương, hoặc thậm chí gây bất ngờ cho khách hàng của bạn bằng những món quà chào mừng độc đáo từ các nhà cung cấp. Các truyền thống văn hóa phổ biến ở Thụy Sĩ bao gồm việc dùng sừng núi cao để giải trí, ném pho mát, tặng rượu vang địa phương làm quà cưới,...

Danh sách khách mời thân mật

Đám cưới điếm đến được biết đến với danh sách khách mời ít hơn; các cặp đôi tổ chức đám cưới mong muốn tạo ra những kỷ niệm và trải nghiệm thân mật nhất với những vị khách đã chọn và các thành viên trong gia đình. Theo kỷ lục của SCIB vào năm 2023, các cặp đôi ở Mỹ tổ chức lễ kỷ niệm với 30-50 khách, trong khi cô dâu và chú rể Ấn Độ tổ chức đám cưới lớn với 150-300 khách khi họ ở Thụy Sĩ.

Lễ kỷ niệm nhiều ngày

Theo xác nhận của nhiều nhà tổ chức đám cưới tại điếm đến du lịch, người ta có thể quan sát thấy rằng mọi cặp cô dâu chú rể và khách mời của họ thường lưu trú ba đêm tại xứ sở Wizerland. Trong thời gian này, các nhà tổ chức cũng giúp họ tham gia nhiều hoạt động du lịch, tham quan, vui chơi giải trí tại điếm đến, tăng thêm giá trị đáng kể cho trải nghiệm chung của họ. Điều này làm gia tăng khả năng thu hút nhiều cặp đôi và khách du lịch hơn, đóng góp vào sự phát triển của thị trường du lịch của điếm đến du lịch.

Thời gian linh hoạt

Mặc dù cần phải nghiên cứu và chuẩn bị rất nhiều để lên kế hoạch cho một đám cưới điếm đến nhưng thời gian đặt chỗ ngày càng ngắn hơn và nhiều cặp đôi muốn hình dung giấc mơ của mình trong một khoảng thời gian ngắn. Trong khi thời hạn đặt trước 12 tháng vẫn là tiêu chuẩn, nhà tổ chức đám cưới quốc tế nổi tiếng Sarah Haywood đã thực hiện một số đám cưới ở Hồ Como và miền Nam nước Pháp trong thời gian dài hơn chỉ 4 tháng trong giai đoạn 2022-2023.

Hướng đến khung cảnh ngoài trời giữa thiên nhiên

Mặc dù có rất nhiều địa điểm và khách sạn lâu đời, sang trọng phù hợp để tổ chức lễ cưới nhưng các cặp đôi có xu hướng tổ chức đám cưới tại điểm đến du lịch gần gũi với khung cảnh thiên nhiên và được tổ chức ngoài trời. Các nghi lễ mang tính biểu tượng, tiệc chiêu đãi đồ uống và trong nhiều trường hợp hơn là tiệc cưới được tổ chức trong khung cảnh ngoài trời tuyệt đẹp.

Lễ cưới hướng tới sự bền vững

Các lễ cưới thân thiện với môi trường ở những địa điểm tự nhiên thu hút được sự chú ý trên thị trường tổ chức lễ cưới. Xu hướng này phản ánh sở thích của người tiêu dùng đối với các lễ kỷ niệm bền vững, thể hiện qua sự lựa chọn của các cặp đôi trong việc kết hợp các yếu tố thân thiện với môi trường vào đám cưới của họ. Ví dụ: theo một cuộc khảo sát về đám cưới thực tế năm 2022 của Theknot, 1/3 số cặp đôi tin rằng các nhà cung cấp nên chủ động hơn trong việc cung cấp các giải pháp thân thiện với môi trường (ví dụ: các nhà cung cấp sử dụng hộp đựng đồ ăn và dao kéo có thể tái chế cho bữa ăn của đoàn của họ).

4.2. Xu hướng du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

Tại Việt Nam, khái niệm du lịch gắn với tổ chức lễ cưới bắt đầu được nhắc đến nhiều kể từ khi một đôi vợ chồng tỷ phú người Ấn Độ quyết định chọn Phú Quốc (Kiên Giang) để tổ chức lễ cưới vào tháng 3/2019, với sự chứng kiến của 700 khách mời đến từ nhiều quốc gia. JW Marriott Phú Quốc, nơi diễn ra lễ cưới “triệu đô” này sau đó đã trở thành địa điểm du lịch cưới của nhiều cặp vợ chồng thuộc giới thượng lưu, và suốt 5 năm liên tiếp (2019-2023) chiến thắng ở hạng mục “Khu nghỉ dưỡng tổ chức tiệc cưới sang trọng hàng đầu thế giới” của World Travel Awards - giải thưởng được ví như Oscar của ngành du lịch (Việt Anh, 2024).

Cùng với Phú Quốc, Đà Nẵng cũng đang chứng minh là điểm đến nổi trội của Việt Nam về du lịch cưới. Từ đầu năm 2024 đến nay, Đà Nẵng liên tiếp đón giới siêu giàu Ấn Độ đến tổ chức đám cưới. Tháng 1 là hôn lễ tại Sheraton Grand Danang, quy mô gần 500 thượng khách, nhân viên phục vụ, huy động toàn bộ 258 phòng lưu trú; tháng 2 là đám cưới tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa với 200 thượng khách; đầu tháng 3 là lễ thành hôn tại Danang Marriot Resort and Spa với hơn 400 khách mời, sử dụng 650 phòng lưu trú. Cũng trong tháng 2, một cặp vợ chồng Ấn Độ khác đã gây bất ngờ khi thực hiện “siêu đám cưới” tại Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh) cùng hơn 600 khách mời.

Không chỉ hút khách quốc tế, du lịch gắn với tổ chức lễ cưới còn đang trở thành xu hướng được nhiều người nổi tiếng trong nước quan tâm. Đây là những tín hiệu tích cực cho thấy triển vọng lớn của phân khúc thị trường đầy tiềm năng này; đồng thời cũng khẳng định Việt Nam có đầy đủ lợi thế để phát triển du lịch cưới với nhiều bờ biển đẹp, hệ thống di sản phong phú, những khu nghỉ dưỡng cao cấp, ẩm thực đa dạng, con người thân thiện, cơ sở hạ tầng và dịch vụ ngày càng được đầu tư có chiều sâu... Cùng với Phú Quốc, Đà Nẵng, Hạ Long, nhiều điểm đến khác như Nha Trang, Hội An, Sa Pa, Đà Lạt... cũng là những địa điểm lý tưởng để tổ chức du lịch cưới.

Dù còn khá mới mẻ, nhưng dễ nhận thấy, du lịch gắn với tổ chức lễ cưới có thể mang đến nguồn lợi không nhỏ cho ngành kinh tế xanh Việt Nam, bởi đối tượng du khách lựa chọn hình thức du lịch kết hợp tổ chức hôn lễ thường là những người có điều kiện tài chính, sẵn sàng chi số tiền lớn cho sự kiện quan trọng nhất đời mình. Hơn nữa, đám cưới của các cặp vợ chồng người nước ngoài thường có sự tham gia của hàng trăm khách mời đến từ nhiều nơi trên thế giới. Bên cạnh sử dụng các dịch vụ lưu trú, ăn uống, mua sắm tại nơi được chọn tổ chức cưới, không ít người trong số họ còn có kế hoạch kéo dài chuyến đi để có những trải nghiệm du lịch sâu sắc hơn. Chưa kể, thông qua các hình ảnh lung linh được nhiều thương khách dự cưới chia sẻ trên mạng xã hội, hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Việt Nam cũng có cơ hội được quảng bá, lan truyền rộng rãi.

Những năm gần đây, sản phẩm du lịch gắn với tổ chức lễ cưới được nhiều quốc gia châu Á, nhất là các nước Đông Nam Á chú trọng phát triển, nhờ tận dụng ưu thế về tài nguyên thiên nhiên, văn hóa và chi phí tổ chức hợp lý. Không chỉ có cơ hội nhờ sự tăng trưởng du lịch cưới nói chung của khu vực, Việt Nam còn có lợi thế từ sự quan tâm của nhiều thị trường khách tiềm năng như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, nhất là Ấn Độ - quốc gia có giá trị thị trường cưới đạt hơn 45 tỷ USD năm 2022 và ước tính sẽ đạt 100 tỷ USD năm 2025. Xác định đây là thị trường vàng cần khai thác, những điểm đến có thế mạnh về tài nguyên du lịch gắn với lễ cưới cưới ở nước ta cần tập trung nhiều nguồn lực để thúc đẩy phân khúc này như Đà Nẵng, Phú Quốc, Hạ Long,...

4.3. Một số định hướng phát triển du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

Thứ nhất, cần nghiên cứu các thị trường du lịch gắn với tổ chức lễ cưới tiềm năng như Ấn Độ, Trung Quốc, Hàn Quốc,... Trong đó, cần tập trung nghiên cứu thị hiếu, nhu cầu của các cặp đôi trong việc tổ chức lễ cưới, như nhu cầu tổ chức sang trọng, xa hoa ở những bãi biển đẹp của Việt Nam như Phú Quốc, Đà Nẵng, Hạ Long, hay các tiệc cưới đơn giản với chi phí rẻ, tiết kiệm trong các không gian văn hoá truyền thống ở Hội An, Huế,... Từ đó các nhà quản lý, các công ty du lịch nắm bắt nhu cầu để cung cấp các sản phẩm du lịch gắn với tổ chức lễ cưới phù hợp. Đặc biệt, cần nghiên cứu các yếu tố đặc trưng trong lễ cưới của các cặp đôi đến từ các quốc gia, mỗi lễ cưới mang một đặc trưng riêng biệt mà các nhà tổ

chức, các điểm đến cần nắm bắt được để mang đến những trải nghiệm đáng nhớ cho các cặp đôi.

Thứ hai, xúc tiến quảng bá du lịch gắn với tổ chức lễ cưới: Để thu hút thị trường khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới cần tăng cường công tác xúc tiến quảng bá điểm đến du lịch trên nhiều phương tiện truyền thông đặc biệt là truyền thông mạng xã hội thông qua các sự kiện lễ cưới của các cặp đôi quốc tế được tổ chức ở Việt Nam. Tổ chức các hoạt động quảng bá đến các thị trường tiềm năng như Ấn Độ, Hàn Quốc, Trung Quốc,... nhằm thu hút thị trường giàu tiềm năng này.

Thứ ba, nghiên cứu phát triển ẩm thực phù hợp trong tổ chức lễ cưới. Trong các lễ cưới, ẩm thực là một trong những yếu tố rất quan trọng. Do vậy, các nhà cung cấp, nhà tổ chức cần nghiên cứu ẩm thực một cách kỹ lưỡng với từng thị trường. Các món ăn được phục vụ theo nhu cầu của các cặp đôi, và vừa mang các yếu tố truyền thống đặc trưng văn hoá của quốc gia các cặp đôi, và cần lồng ghép các món ăn Việt, văn hoá ẩm thực Việt Nam trong các buổi tiệc nhằm quảng bá văn hoá ẩm thực của Việt Nam. Để làm được điều này, cần có những nghiên cứu sâu về ẩm thực của các quốc gia, và thiết kế các thực đơn tiệc cưới phù hợp với chi phí phù hợp trong tổ chức các sự kiện tiệc cưới quốc tế ở Việt Nam.

Thứ tư, xây dựng giá dịch vụ tổ chức lễ cưới phù hợp. Vấn đề về giá là một trong những yếu tố được nhiều cặp đôi lựa chọn khi tổ chức lễ cưới ở nước ngoài. Một bộ phận các cặp đôi Ấn Độ, Trung Quốc,... sẵn sàng chi trả rất cao cho các tiệc cưới xa hoa, lộng lẫy, nhưng cũng có một bộ phận rất lớn các cặp đôi cân nhắc yếu tố về giá. Các tiệc cưới được tổ chức với chi phí hợp lý, các phần lễ, trang trí tiết kiệm và tập trung vào ý nghĩa của sự kiện tiệc cưới là những yếu tố quan trọng cần được các nhà cung cấp, nhà tổ chức sự kiện quan tâm, xây dựng chiến lược trong tương lai.

Thứ năm, tăng cường liên kết giữa các điểm đến du lịch gắn với tổ chức lễ cưới. Các điểm đến du lịch cần tăng cường liên kết trong hoạt động du lịch gắn với tổ chức lễ cưới, đồng thời cần liên kết chặt chẽ với các nhà tổ chức cưới trong và ngoài nước trong xây dựng các chương trình lễ cưới kết hợp nghỉ dưỡng, du lịch, tham quan.

Thứ sáu, đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ tổ chức lễ cưới. Các điểm đến du lịch, các nhà cung cấp cần xây dựng đa dạng hơn các sản phẩm dịch vụ tổ chức lễ cưới như tổ chức trong khách sạn, tổ chức ở các bãi biển, hay các địa điểm gần gũi với thiên nhiên, các địa điểm mang đậm nét văn hoá đặc trưng,... Đồng thời, các dịch vụ khác như chụp ảnh cưới, tuần trăng mật, tiệc tùng, nghỉ dưỡng của quan khách,... cần được xây dựng chương trình và cung cấp các dịch vụ đến các cặp đôi. Đồng thời, không ngừng nâng cao chất lượng các cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch gắn với tổ chức lễ cưới như khách sạn, các khu nghỉ dưỡng, nhà hàng,... nhằm đáp ứng các nhu cầu của khách du lịch ngày càng gia tăng.

Thứ bảy, đào tạo nhân lực phục vụ tổ chức lễ cưới. Nhân lực phục vụ tổ chức lễ cưới ngày càng đòi hỏi những yêu cầu cao hơn. Các lễ cưới hiện đại được tổ chức theo nhiều hình thức khác nhau, do vậy nhân lực cần có kiến thức chuyên sâu trong việc tổ chức các sự kiện lễ cưới. Cần đào tạo, trang bị cho các nhân sự các kiến thức chuyên sâu về tổ chức sự kiện như thiết kế, trang trí, chụp ảnh, quay phim, trang phục,... nhằm nâng cao chất lượng của du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam.

5. Kết luận

Du lịch gắn với tổ chức lễ cưới là thị trường tiềm năng để phát triển ở Việt Nam. Mặc dù, việc phát triển du lịch gắn với tổ chức lễ cưới còn chậm hơn so với các nước trong khu vực như Thái Lan, Indonesia, Singapore,... nhưng Việt Nam có nhiều lợi thế trong việc phát triển loại hình du lịch còn khá mới mẻ này. Các lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng, khả năng tiếp cận, chi phí hợp lý, nhân lực dồi dào,... sẽ là những yếu tố thuận lợi để Việt Nam xây dựng các chiến lược trong thu hút thị trường giàu tiềm năng này. Xu hướng du lịch tiệc cưới đã và đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới, đặc biệt ở khu vực Châu Á. Các quốc gia như Ấn Độ, Trung Quốc, Hàn Quốc,... là những thị trường giàu tiềm năng, và có mức độ chi trả cho các dịch vụ tổ chức lễ cưới ở nước ngoài. Do vậy, để thực sự phát triển được loại hình này, cần có những kế hoạch cụ thể và thực hiện các giải pháp đồng bộ với sự tham quan của các bên liên quan, đi đến và nhà cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng gia tăng của các cặp đôi đi du lịch kết hợp tổ chức lễ cưới.

Tài liệu tham khảo

- Bowdin, G., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., & McDonnel, I. (2006). *Events management* (2nd ed.). Oxford: Elsevier
- Caribbean Tourism Organization. (2008). *Wedding and Honeymoons*. www.Onecaribbean.org/content/files/weddings.pdf.
- Dalia, A. (2017). Egypt Wedding Tourism destinations: A new Tourism Demand Motivator, The case of El Gouna. doi: 10.21608/THALEXU.2017.47783
- Daniels, M., & Loveless, C. (2007). *Wedding planning & management*. Oxford: Elsevier.
- Del Chiappa, G. (2013). Internet versus travel agencies: The perception of different groups of Italian online buyers. *Journal of Vacation Marketing*, 19, 55-66.
- Gabe, T., Lynch, C., & McConnon, J. (2006). Likelihood of cruise ship passenger return to a visited port: The case of Bar Harbor, Maine. *Journal of Travel Research*, 44(3), 281-287.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.

Giovanna, B. (2015). Celebrating the family abroad: the wedding tourism experience. *Annals of leisure research*, doi: 10.1080/11745398.2015.1064774

Global Destination Wedding Markert. (2024). [https://www.researchandmarkets.com/reports/5766664/destination-wedding-global-market-report - ~:text=The destination wedding market size,\(CAGR\) of 32.0%25](https://www.researchandmarkets.com/reports/5766664/destination-wedding-global-market-report-~:text=The%20destination%20wedding%20market%20size,(CAGR)%20of%2032.0%25).

Goldbatt, J. (2002). *Special events: Twenty-first century global event management*. New York, NY: Wiley.

Imelda. (2024). Bali is the Second Most Popular wedding destination in the world, truy cập ngày 14/7/2024, tại: <https://www.socialexpat.net/bali-is-the-second-most-popular-wedding-destination-in-the-world/>

Jaclyn, B. (2013). Now and Forever: Growth, Impacts and Future Evolution of Wedding Tourism.

Jayne, M., Rogerson., Z, Wolfaardt. (2015). Wedding tourism in South Africa: an exploratory analysis.

Oliver. (2023). Chinese wedding tourism, truy cập ngày 14/7/2024, tại: <https://chinesetouristagency.com/chinese-want-get-married-abroad/>

Paramita, S. (2008). Wedding Tourism and India. doi: 10.12727/AJTS.3.2

Saxana. (2021). Wedding tourism in India, truy cập ngày 14/7/2024, tại: <https://www.womenentrepreneursreview.com/viewpoint/entrepreneur/wedding-tourism-in-india-nwid-1164.html>

Travel Mail. (2023). Singapore Tourism board and Wedding Sutra Partner to promote Singapore as a leading destination for weddings, truy cập ngày 14/7/2024, tại: <https://travelmail.in/singapore-tourism-board-and-weddingsutra-partnership/>

Việt Anh. (2024). Đưa Việt Nam thành điểm đến du lịch cưới của khu vực và thế giới, truy cập ngày 14/7/2024, tại: <https://nhandan.vn/dua-viet-nam-thanh-diem-den-du-lich-cuoi-cua-khu-vuc-va-the-gioi-post811590.html>

Witt, L. D. & Com, H.B. (2006). *Key Success Factors for Managing Special Events: The Case of Wedding Tourism*. <http://www.worldcat.org/title/key-success-factors-for-managing-special-events-the-caseof-wedding-tourism/oclc/164117614>.

Nhu cầu và những yêu cầu cần thiết để phát triển loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Lâm Đồng & Khoa du lịch, Trường Đại học Đà Lạt

Lễ cưới, hôn nhân, đặc biệt trong văn hóa Á Đông, là một sự kiện đáng chú ý và mang tính nền tảng trong cuộc đời của một người trưởng thành. Hiện nay, giới trẻ có yêu cầu cao về việc tổ chức tiệc cưới, họ đầu tư tiền bạc và thời gian không chỉ cho phần lễ và tiệc chiêu đãi, mà còn cho cả album cưới vì họ xem đó như công cụ để khẳng định trạng thái mới của mình. Để có được một album đẹp, họ không ngần ngại chi rất nhiều tiền cho chuyến du lịch trước đám cưới kéo dài vài ngày. Để thu hút nhóm khách hàng này, các điểm đến phải phát triển theo hướng lãng mạn hóa. Phân tích của chúng tôi nhằm ghi nhận về ranh giới mong manh giữa xu hướng lãng mạn hóa và sự hào nhoáng hóa của các điểm đến.

1. Một số nhu cầu cần thiết để phát triển loại hình du lịch lễ cưới

Tuần trăng mật và du lịch trăng mật trên thế giới, đặc biệt, sự du nhập tập quán phương Tây này vào Việt Nam xứng đáng được phân tích để nghiên cứu diễn tiến của nó theo thời gian. Sau đó, chúng tôi sẽ nghiên cứu sản phẩm du lịch trước ngày cưới, được coi là một trong những xu hướng mới của cô dâu và chú rể Việt Nam hiện nay, trên cơ sở quan sát thực tế ở Đà Lạt và các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc được thực hiện với các cơ sở kinh doanh cung cấp dịch vụ, và với những cặp đôi trẻ đã sử dụng dịch vụ, nhằm nêu bật sự kitsch hóa một điểm đến lãng mạn và từ đó, gợi lên những thông điệp ẩn sau quy trình này.

Thuật ngữ “tuần trăng mật”, bắt nguồn từ danh từ “*honeymoon*” trong tiếng Anh, xuất hiện lần đầu tiên vào năm 1546, trong quyển sách về thành ngữ của John Heywood (Bulcroft et al., 1999; Melchior-Bonnet và Salles, 2009). Cách diễn đạt này ám chỉ tháng hạnh phúc đầu tiên sau khi kết hôn của cặp đôi, thường được kết hợp với một chuyến du lịch trăng mật. Vào thế kỷ 18, chuyến đi này có mục đích chính là thăm nhà chồng/nhà vợ sau khi kết hôn (Venayre, 2007). Từ thế kỷ 19, du lịch trăng mật không còn giới hạn trong việc về thăm quê hương của cô dâu, chú rể, các cặp vợ chồng trẻ bắt đầu có những chuyến đi xa để tận hưởng khoảng thời gian vui vẻ mang tính riêng tư. Vào những năm 1870, tại châu Âu, những điểm đến mệnh danh là lãng mạn đã đáp ứng nhu cầu mạnh mẽ này: “*Miền Nam nước Pháp và Ý giữ vị trí tiên phong. Những cái tên như: Florence, Venice, Verona, Capri, Rome, Naples, đã nhanh chóng trở thành các điểm đến được ưa thích trong một thời gian dài*” (Venayre, 2007). Dựa trên xu hướng đó, một điểm đến dành cho các chuyến du lịch trăng mật thường được căn cứ vào các tiêu chí

rập khuôn như sau: trời xanh, nắng ấm, bãi biển và khí hậu ôn hòa, vì các tiêu chí này tương ứng với giai đoạn khởi đầu của đời sống hôn nhân. Chính vì vậy, các hòn đảo thường được các trang web du lịch giới thiệu là điểm đến lãng mạn như: Maldives, Santorini, Seychelles, Bali, Bora Bora, Hawaii,... Năm 2022, Việt Nam cũng được tạp chí “*Travel and Leisure*” của Mỹ bình chọn là một trong 12 điểm đến lý tưởng cho tuần trăng mật với giá phải chăng

Theo một cuộc khảo sát quốc tế do tạp chí *Zankyou* thực hiện vào năm 2012, trên mẫu khảo sát gồm 12 000 cô dâu và chú rể, hầu hết là người châu Âu đi du lịch trăng mật ở nước ngoài, bằng cách tự tổ chức hoặc thông qua một công ty lữ hành. Cụ thể, người Hà Lan đứng đầu trong số các dân tộc được khảo sát với 99% đi du lịch trăng mật ở nước ngoài. Người Pháp đứng ở vị trí thứ hai với 94%, trong đó 28% ưu tiên đi các nước ở châu Á; tiếp theo là người Anh (93%), người Bồ Đào Nha (91%), người Tây Ban Nha (90%), người Đức (90%) và người Ý (86%). Hoạt động này cung cấp nguồn lực kinh tế cho các điểm đến. Chẳng hạn, năm 2015, theo cơ quan quan sát hôn nhân ở nước ngoài, du lịch hôn nhân đã mang lại 400 triệu euro cho Ý, so với 350 triệu euro vào năm 2014. Cơn gió tài chính tạo ra sự cạnh tranh giữa các điểm đến trong việc xây dựng hình ảnh “lãng mạn” nhất, nhằm khai thác thị trường sinh lời này.

Tạo ra một loại bản sắc du lịch mới cho điểm đến: Kể từ khi được xây dựng, Đà Lạt thường xuyên được so sánh với hình ảnh của một thành phố Pháp, thậm chí là cả một “Paris thu nhỏ” cũng đã từng được nhắc tới. Lợi dụng sự so sánh ấy, các nhà đầu tư đã nhấn mạnh yếu tố này trong việc xây dựng và trang trí các khu du lịch. Hơn nữa, tiếp thị và truyền thông lại tiếp tục củng cố hình ảnh phương Tây, thậm chí khẳng định nó như một loại di sản địa phương. Nhờ đó, Đà Lạt đã trở thành điểm thay thế lý tưởng để các cô dâu chú rể Việt Nam có thể dễ dàng thực hiện ước mơ của mình. “Đối tượng khách hàng này không đòi hỏi khắt khe, họ dễ dàng chấp nhận những bản sao như một hình ảnh hấp dẫn về một Đà Lạt có biệt danh là “Paris thu nhỏ” mà họ không cho là “sự lừa dối”, mà để thay thế cho chuyến du lịch đến Paris quá đắt đỏ. Đà Lạt vì thế đóng vai trò là “đối tượng chuyển tiếp”, giúp khách hàng hài lòng với bối cảnh và điều kiện thực tế của họ”.

Ngày nay, không bằng lòng chỉ là hình ảnh một “Paris thu nhỏ”, Đà Lạt được định hướng trở thành một điểm đến “toàn cầu”, thể hiện bằng lối trang trí và mô phỏng đa dạng của các khu, điểm du lịch (phong cách Hàn Quốc, Nhật Bản, thậm chí cả Mông Cổ). Sự ôm đồm về mặt phong cách làm hài lòng khách hàng. Theo quan điểm của chúng tôi, điều này nhắm trúng vào tâm lý của các cô dâu trẻ, có xu hướng quan tâm đến số lượng nhiều hơn chất lượng. Một album cưới gồm nhiều phong cách rõ ràng sẽ tốt hơn album cưới một phong cách. Sở thích

này cũng giống với thói quen mặc đồ trong ngày cưới: thay vì đầu tư tiền bạc để sở hữu một chiếc váy độc đáo mà mình sẽ lưu giữ lại làm kỷ niệm, các cô dâu thích đi thuê để có thể phô trương váy áo càng nhiều càng tốt.

Kích thích chủ nghĩa tiêu dùng: Mục tiêu chính của việc thương mại hóa một điểm đến là kích thích chủ nghĩa tiêu dùng để tối đa hóa lợi nhuận. Kinh doanh du lịch được coi là một cách tích hợp “*các cơ hội do xã hội tiêu dùng mang lại*”. Đặc biệt, trong thị trường du lịch lãng mạn, việc tiêu dùng này mang lại lợi nhuận tối đa vì các cặp đôi có tâm lý hào phóng hơn so với ngày thường. Ngoài album cưới – sản phẩm chính – họ còn bị thu hút bởi danh sách các sản phẩm “đính kèm” trong chuyến du lịch trước ngày cưới: các trò chơi, các hoạt động xoay quanh cùng một chủ đề, chưa kể đến các ki-ốt, các cửa hàng lưu niệm với mục đích khuyến khích khách hàng móc hầu bao. Quá trình hào phóng hóa đã trở thành một chiến lược thương mại và thậm chí cả chính trị, bởi vì nó khuyến khích khách hàng trả tiền bằng cách “mê hoặc” họ vào một thế giới “thiên đường”, nơi mà tất cả mỗi người, cùng với hoàng tử quyền rũ hay công chúa yêu kiều của đời mình, cùng đạt được một « Happy-End ».

Bầu không khí êm dịu – công cụ quản lý hiệu quả: Trên tổng thể, một điểm đến lãng mạn có thể thu hút nhiều loại khách du lịch, không chỉ bởi các cặp đôi tham dự các sự kiện hôn nhân "chính thức" như đám cưới và tuần trăng mật, chụp ảnh cưới, kỷ niệm ngày cưới, chia tay độc thân... mà còn bởi những người muốn có trải nghiệm tình dục và/hoặc lãng mạn trong một chuyến đi ngắn. Chúng tôi xin mạn phép trích dẫn: các tour du lịch tình dục ở Amsterdam, Praha hay Bangkok trong nghiên cứu của (Staszak, 2012), và công trình của (Laporte, 2003) về sự phát triển loại hình du lịch tình dục dành cho những phụ nữ trẻ phương Tây đến các nước phía Nam như Jamaica, Barbados và Ecuador. Ngoài ra, đối với một số điểm đến có luật hôn nhân lỏng lẻo, khách du lịch có thể nhân cơ hội để tổ chức đám cưới giả (Amaya Schaeffer, 2018). Để loại bỏ sự phức tạp của các loại hình du lịch gắn liền với chủ nghĩa lãng mạn, bầu không khí nhẹ nhàng sinh ra bởi quá trình hào nhoáng hóa điểm đến là một trong những mục tiêu của chính quyền thành phố trong việc quản lý điểm đến, đặc biệt là trong việc chọn lọc loại khách du lịch.

2. Đà Lạt - điểm đến lãng mạn lý tưởng cho các cặp đôi sắp cưới

Đà Lạt là một cao nguyên có khí hậu ôn hòa nằm trong lòng môi trường nhiệt đới, được xây dựng và phát triển sau khi Alexandre Yersin phát hiện ra những ưu điểm của nó vào năm 1893. Nhờ sự tương đồng về khí hậu và cảnh quan với Pháp, Paul Doumer đã chọn Đà Lạt để xây dựng một khu nghỉ dưỡng trên núi, nhằm giải quyết các vấn đề sức khỏe của người châu Âu gây ra bởi nắng nóng

miền nhiệt đới (Berjoan, 1944; Demay, 2013; Jennings và Larcher-Goscha, 2013; Jennings, 2003, 2011). Với 5 bản quy hoạch do các nhà quy hoạch đô thị Pháp vạch ra từ năm 1905 đến 1944 (Jennings, 2007), thành phố được phát triển bằng cách kết hợp các yếu tố quan trọng, bao gồm: hồ nhân tạo, không gian xanh, khách sạn, nhà thờ, và phải kể đến một số lượng lớn biệt thự và một nhà ga xe lửa. Trong Thế chiến thứ hai, người Pháp đã có thể trải qua các kỳ nghỉ và thỏa nỗi nhớ quê hương nhờ vào “bản sao” này.

Ngày nay, Đà Lạt vẫn là nơi nghỉ dưỡng lý tưởng cho du khách Việt Nam. Đặc biệt, từ vài thập niên gần đây, sự thơ mộng và lãng mạn đã trở thành bản sắc du lịch của thành phố. Các phương tiện truyền thông và marketing đóng vai trò quan trọng trong việc gắn hình ảnh điềm đến vào việc định hướng suy nghĩ của khách du lịch. Nhiều biệt danh đã được đặt ra để ưu ái gọi Đà Lạt, như: “thành phố ngàn hoa”, “thành phố lãng mạn”, “thành phố buồn”, thậm chí là một “Paris thu nhỏ”. Bởi vì Paris được biết đến như một trong những điềm đến lãng mạn nhất thế giới, cho nên, “Paris thu nhỏ” cũng phải như vậy. Biệt danh cuối cùng này xem chừng rất hiệu quả trong việc quảng bá du lịch ở cấp quốc gia và cả quốc tế, đến nỗi tạp chí *Bangkok Post* của Thái Lan đã sử dụng thuật ngữ “*Paris thu nhỏ*” để mô tả Đà Lạt và hai lần giới thiệu đây là điềm đến không thể bỏ qua khi đến Việt Nam vào năm 2016 và 2018.

Nhờ vào chiến lược quảng bá này, Đà Lạt đã trở thành điềm đến của các cặp tình nhân, đặc biệt là các cặp đôi có ý định làm album cưới hoặc hưởng tuần trăng mật tại đó. Mới đây, vào tháng 8 năm 2022, trang *Booking.com* đã bình chọn nơi đây vào Top 6 điềm đến lãng mạn nhất thế giới. Vô hình trung, những khuyến nghị này trở thành nguồn tham khảo đáng tin cậy cho các cặp đôi trẻ trong việc lựa chọn điềm đến.

Ngay từ những năm 1950, hình ảnh lãng mạn của Đà Lạt đã được xây dựng một cách thành công trong việc thu hút các cặp đôi. Mười năm trở lại đây, chúng tôi đã quan sát thấy sự phân khúc trong việc lựa chọn khách hàng mục tiêu. Các cặp đôi – khách hàng chính của Đà Lạt – được chia làm ba nhóm, mỗi nhóm được hướng đến một sản phẩm riêng: các cặp tình nhân (du lịch lãng mạn), cô dâu chú rể (du lịch trăng mật) và những cặp đôi sắp cưới (du lịch lãng mạn trước ngày cưới để làm album cưới). Trong khuôn khổ của chủ đề nghiên cứu, chúng tôi sẽ tập trung vào nhóm khách hàng thứ ba.

“*Pre-wedding timer*” là sản phẩm du lịch trước ngày cưới được đặc biệt thiết lập dành cho các cô dâu chú rể tương lai có nhu cầu đi du lịch và tạo album ảnh cưới cho mình. Tên gọi này xuất phát từ công ty du lịch lữ hành *Dalat Trip* – một trong những đơn vị tiên phong cung cấp loại hình sản phẩm này tại Đà Lạt.

Nhóm khách hàng đã thực hiện album cưới của mình: nguồn gốc ban đầu, diễn đàn nhằm mục đích chia sẻ kinh nghiệm, ý kiến hoặc đơn giản là giới thiệu một studio cụ thể mà khách hàng đã sử dụng dịch vụ và cảm thấy hài lòng. Chúng tôi đã chọn nhóm khách này để thực hiện các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc vì ý kiến của họ có thể cho phép chúng tôi hiểu rõ hơn về kỳ vọng và trải nghiệm của họ đối với sản phẩm. Một mô tả chi tiết sẽ được làm rõ hơn trong phần kết quả của các cuộc phỏng vấn dưới đây.

Nhóm khách hàng tương lai: họ tham gia để tìm hiểu mọi thứ liên quan đến chủ đề này theo mong muốn và mong đợi của chính mình: các câu hỏi về ngân sách, studios, phong cách chụp ảnh, v.v.

Một số lượng lớn các studio: chúng tôi đã thống kê được khoảng 60 studio tham gia diễn đàn để quảng bá dịch vụ của mình. Ví dụ đơn cử, với câu hỏi đơn giản của một vị khách hàng tương lai hỏi về việc chọn studio, ngay lập tức thu hút hàng trăm lượt comment, hầu hết đến từ các studio. Ngoài ra, các studio cũng sử dụng dịch vụ quảng cáo trả phí của trang web để tăng khả năng hiển thị và tương tác với khách.

Các studio chụp ảnh cưới: chủ yếu chuyên về khâu chuẩn bị (quần áo, trang điểm), dàn dựng và chụp ảnh. Một buổi chụp ảnh có thể kéo dài một hoặc hai ngày. Trong khi các hoạt động khác như giải trí, lưu trú, ăn uống... đều do khách hàng tự tổ chức. Tuy nhiên, một số studio cũng cung cấp trọn gói theo yêu cầu của khách.

Trong vai cô dâu tương lai, chúng tôi liên hệ với 5 studio được đánh giá khá tốt bởi diễn đàn nhằm xin báo giá trọn gói 3 ngày 2 đêm, bao gồm lưu trú, ăn-uống, chụp ảnh và hai chuyến tham quan những địa danh tiêu biểu của Đà Lạt. Hai studio đã gửi cho chúng tôi bảng báo giá: 25 triệu đồng (khoảng 1 000 EUR) từ *Julio Studio* và 40 triệu đồng (tức khoảng 1 600 EUR) từ *Benny Studio*; ba studio còn lại không cung cấp sản phẩm trọn gói này. Biết rằng, giá trung bình của một buổi chụp album cưới đơn thuần trong một ngày có giá khoảng 7-8 triệu đồng (300-350 EUR). Điều này có nghĩa là, một chuyến du lịch trọn gói sẽ đắt đỏ hơn nhiều so với một chuyến đi do cá nhân tự tổ chức. Đây là lý do tại sao, ngoài những buổi chụp ảnh thực hiện bởi studio, các cặp đôi có ngân sách khiêm tốn lại thích tự tổ chức chuyến du lịch của mình.

- *Công ty lữ hành:* nếu các cặp đôi người Việt có mức sống trung bình khá độc lập trong việc tổ chức chuyến đi để tiết kiệm ngân sách thì các cặp đôi khá giả, thường đều là người nước ngoài và/hoặc cặp đôi Việt – nước ngoài lại thích phó thác cho công ty lữ hành về nội dung chụp album cưới và các hoạt động vui chơi khác của chuyến đi. Vì lý do đó, các công ty du lịch mới đề ra các tour du

lich trọn gói. Có cơ hội tiếp xúc vào năm 2017, giám đốc *Dalat Trip*, công ty tiên phong trong lĩnh vực du lịch lãng mạn, đã mô tả cho chúng tôi về sản phẩm của mình. Cụ thể như sau:

- Tour du lịch kéo dài từ 2 đến 3 ngày.
- Giá cả dao động khoảng 350 USD/người, tương đương 700 USD/cặp đôi (giá tham khảo năm 2017).
- Sản phẩm bao gồm:
 - Lưu trú trong khách sạn 4 sao;
 - Ngày đầu tiên, khách hàng được nhân viên của công ty đón tại sân bay và đưa về khách sạn; khách được đưa đi chọn lựa trang phục cho buổi chụp ảnh vào ngày hôm sau, sau đó ăn tối và nghỉ ngơi;
 - Ngày thứ hai, khách hàng có thể lựa chọn 1-3 địa điểm, ví dụ : các đồi trà, café, Ga Đà Lạt, hồ Tuyền Lâm, Suối Vàng, các Dinh Bảo Đại... (nhìn chung, sẽ có khoảng 20 shoots hình tại các địa điểm này)
 - Ngày cuối cùng, khách hàng vui chơi tự do, nhận album và rời Đà Lạt.
- Vào thời điểm đó (2017), các cặp đôi người Việt, chủ yếu đến từ Sài Gòn và Hà Nội, là khách hàng chính của sản phẩm này. Ngoài ra, công ty cũng có cả khách nước ngoài đến từ Thái Lan, Singapore và thậm chí là châu Âu.
- Phong cách chụp ảnh cưới đa dạng, hoặc truyền thống, hoặc hiện đại, hoặc pha trộn cả hai phong cách.

Bảng so sánh giữa gói dịch vụ « *Pre-wedding timer* » và gói chụp ảnh cưới đơn thuần

Nội dung	Pre-wedding timer (album + du lịch)	Gói chụp album cưới đơn thuần (chỉ có album cưới)
Thời gian	2-3 ngày, thậm chí nhiều hơn	Một ngày duy nhất
Ngân sách	25-30 triệu VND (khoảng 1 000 – 1 200 EUR)	7-8 triệu VND (khoảng 300-350 EUR)
Số lượng địa điểm chụp ảnh	3-6 địa điểm (tùy theo từng gói dịch vụ)	1-3 địa điểm tối đa
Sản phẩm cuối cùng	Nhận ngay album khi chuyên du lịch kết thúc	Album cưới sẽ được gửi đến sau

Nguồn: Tác giả sưu tập, tổng hợp

Về việc lựa chọn điểm đến Đà Lạt vì đây là điểm đến mang tính biểu tượng đánh dấu các cột mốc quan trọng cho mối quan hệ của mình (lần đầu gặp mặt, chuyển đi đầu tiên với tư cách là tình nhân...). Điểm lựa chọn thứ 2 cho thành phố này vì hình ảnh thơ mộng và lãng mạn được các trang web du lịch đăng tải. Điều này khẳng định vai trò của truyền thông và tiếp thị trong việc gắn hình ảnh (ở đây là thơ ca và chủ nghĩa lãng mạn) cho điểm đến.

Tất cả người tham gia đều lựa chọn phương án chụp ngoài trời để tận dụng tối đa vẻ đẹp của phong cảnh Đà Lạt. Thiên nhiên là chủ đề yêu thích của các cặp đôi trẻ, ví dụ: bên bờ hồ, trong rừng thông, lúc bình minh và/hoặc hoàng hôn, trên đỉnh núi để săn mây... Ngoài ra, vintage và “hoài niệm thời quá khứ” cũng được các studio gợi ý và/hoặc khách hàng yêu cầu vì thành phố này được người Pháp phát hiện và xây dựng từ thời Thuộc địa. Các di tích lịch sử văn hóa như Nhà ga Đà Lạt, Trường Trung học Yersin, Nhà thờ Saint Nicolas và tất cả các biệt thự Pháp cổ đều được giới thiệu cho chủ đề này. Đặc biệt, các cặp đôi đã chọn *hanbok* làm trang phục cưới vì theo họ, Đà Lạt là thành phố lãng mạn và điều này khiến họ liên tưởng đến khung cảnh trong các bộ phim lãng mạn Hàn Quốc. Thật vậy, trong xu hướng gần đây, từ 7-8 năm nay, xuất hiện các nền văn hóa ngoại lai trong việc hình thành các khu, điểm du lịch ở Đà Lạt, như: *Cổng trời Bali*, *Con đường Hàn Quốc* ở trang trại Mộc Trà và đặc biệt là *Mongo Land* khánh thành vào năm 2022 đã nhanh chóng thu hút sự chú ý của các cặp đôi trẻ để thực hiện album ảnh cưới cho mình. Mặc dù những chủ đề trên vẫn xoay quanh sự lãng mạn (chủ đề chính), nhưng sự ôm đồm này đã biến Đà Lạt thành một điểm đến hoàn toàn hào nhoáng.

Ví dụ cụ thể: về *Thung lũng Tình Yêu* ở Đà Lạt. Đây là một trong những điểm du lịch đầu tiên được thành lập vào khoảng năm 1930, lúc ban sơ, chỉ là một địa điểm nghỉ ngơi lãng mạn ở giữa rừng thông bên rìa một hồ nước tự nhiên rộng lớn mà những đôi tình nhân thường xuyên lui tới vì vẻ đẹp và không gian xanh của nơi này. Vì lý do đó mà điểm du lịch được mệnh danh là “*Thung lũng tình yêu*”. Để củng cố bản sắc đã được chứng nhận, các yếu tố hấp dẫn mới đã được tạo ra bằng cách đưa vào một số tiểu cảnh về chủ nghĩa lãng mạn và tình yêu, có thể kể đến: vườn hoa hồng rộng 13 200m², mê cung “tình yêu” hình trái tim, cây cầu tình yêu với tông màu tím và cánh đồng hoa oải hương tím.... Điều này đã đạt được sự thành công nhất định, vì đây vẫn là một trong những địa điểm không thể bỏ qua của các cặp đôi. Việc dàn dựng các tiểu cảnh đã trở thành một yếu tố quan trọng của quá trình hào nhoáng hóa mà chúng tôi vừa đề cập. Lúc đầu, khu du lịch chỉ xoay quanh chủ đề lãng mạn, chúng tôi xếp nó ở mức độ « hào nhoáng ngọt ». Trong lĩnh vực du lịch, hào nhoáng ngọt chỉ dừng ở mức độ về việc sử dụng màu sắc tươi sáng và các chủ đề nhẹ nhàng trong trang trí (tình yêu, ước mơ, hạnh

phúc, v.v.). Thông điệp ngọt ngào của hào nhoáng này chính là dẫn dụ khách hàng của mình (các cặp đôi) đến một thế giới ngây thơ hoặc thiên đường. Kể từ năm 2015, *Vallée de l'Amour* đã trải qua một sự thay đổi đáng kể, mở rộng từ 80 lên 125 ha. Nhiều tiểu cảnh khác nhau đã được xây dựng nên, và dần rời xa chủ đề ban đầu: một khu rừng nhỏ với các động vật hoang dã giả tạo, một thế giới thu nhỏ gồm 30 công trình kiến trúc nổi tiếng thế giới (Tháp Eiffel, Tháp Pisa, Kim tự tháp, v.v.), một bảo tàng tượng sáp của những người nổi tiếng như: Albert Einstein, Madonna, Cristiano Ronaldo, Donald Trump và các nhân vật tưởng tượng (cướp biển Caribe Jack Sparrow, Captain America, v.v.) nhằm đa dạng hóa các chủ đề chụp ảnh. Trên thực tế, việc ôm đồm các vật nhân tạo đã hoàn toàn biến sự lãng mạn thành sự hào nhoáng hóa

TÀI LIỆU THAM KHẢO

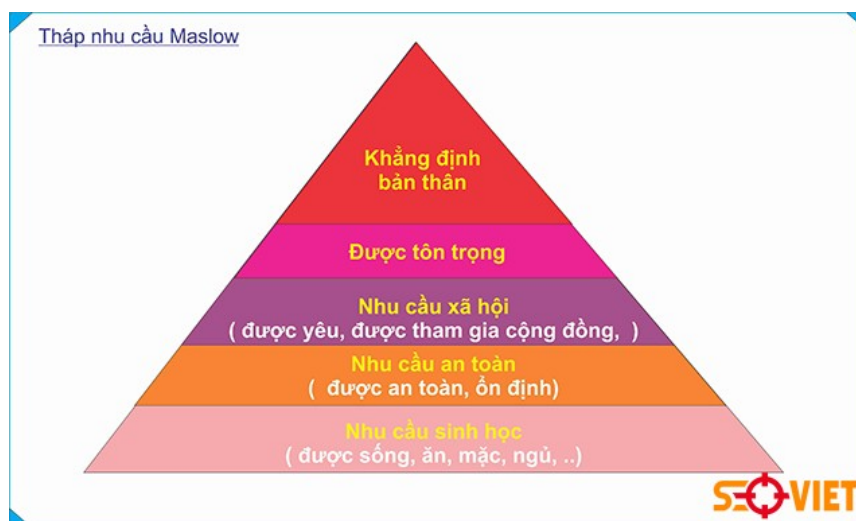
1. <https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/honeymoon-destinations/honeymoons-on-a-budget>
2. <https://www.zankyou.fr/p/chiffres-ziwo-2012-mariages-monde-46010>
3. Báo cáo hoạt động kinh doanh du lịch của khu du lịch thung lũng tình yêu

Một số điểm đặc trưng liên quan đến du lịch gắn với tổ chức lễ cưới trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng

Nguyễn Thanh Vân
Trưởng phòng nghiệp vụ - Tổng công ty du lịch Hà Nội

Theo Maslow thì nhu cầu cơ bản của con người được phân thành 5 bậc :

1. Nhu cầu sinh lý (Physiological Needs)
2. Nhu cầu an toàn (Safety Needs)
3. Nhu cầu xã hội (Love and Belonging Needs)
4. Nhu cầu tôn trọng (Esteem Needs)
5. Nhu cầu tự khẳng định (Self-Actualization Needs)



Trong đó Nhu cầu được thể hiện bản thân (Self-Actualization Needs) là cấp độ cao nhất trong tháp nhu cầu Maslow, biểu thị sự thăng tiến và phát triển cá nhân đạt đến đỉnh cao. Vị trí này xuất hiện khi 4 cấp bậc kia đã được thỏa mãn, tuy nhiên có một sự khác biệt so với 4 nhu cầu trước đó, đó là nó không xuất hiện từ sự thiếu hụt mà bắt nguồn từ chính những mong muốn phát triển và đầy đủ của mỗi người.

Nhu cầu thể hiện bản thân thường ở những người đã có những thành tựu, thành công nhất định trong cuộc sống. Khi muốn được người khác thấy được trí tuệ, tiềm năng và sự phát triển của mình, họ sẽ làm mọi việc để thỏa mãn đam mê cũng như tìm kiếm được những giá trị thực của bản thân.

Khi chúng ta tìm hiểu một cách nghiêm túc nhu cầu thứ 5 của Maslow thì chúng ta nhận thấy đây là một nhóm khách hàng sẽ sử dụng những sản phẩm dịch

vụ đẳng cấp, khác biệt và là nhóm đối tượng khách hàng của loại hình du lịch đặc biệt là Du lịch gắn liền với lễ cưới. Lễ cưới là một dịp trọng đại trong cuộc đời của mỗi con người, dù là ai ở hoàn cảnh nào cũng sẽ cố gắng làm tốt nhất có thể cho đám cưới của mình hoặc người thân để đảm bảo đám cưới là hoàn hảo nhất trong khả năng của mình.

Đặc trưng của nhóm khách hàng lựa chọn đám cưới du lịch dù họ ở Việt Nam hay trên thế giới thì một đặc điểm chung họ đều là những người có điều kiện về kinh tế và sẵn sàng chi số tiền lớn cho đám cưới của mình hoặc người thân của mình.

Sau khi dịch Covid qua đi thì sự thay đổi trong cuộc sống, trong thói quen, và đặc biệt là thói quen du lịch của khách hàng cũng thay đổi và đặc biệt nổi lên xu thế du lịch cưới trên toàn thế giới và Việt Nam cũng là một trong những đất nước có sự phát triển theo cấp số nhân của du lịch cưới. Tuy Du lịch cưới là địa hạt còn mới mẻ nhưng có thể dễ dàng nhận thấy du lịch cưới mang đến nguồn lợi không lồ do số lượng dịch vụ sản phẩm để cung cấp cho một đám cưới du lịch trước, trong, và sau thời gian diễn ra lễ cưới là rất lớn vì ngoài cô dâu chú rể và gia đình 2 bên thì lượng người tham dự thì mỗi đám cưới vô cùng đông đúc từ: khách mời đến đội ngũ cung cấp dịch vụ hậu cần phục vụ cho đám cưới và những người tham gia đám cưới.

Theo một nghiên cứu do Ernst&Young và Deloitte (2 trong 4 công ty kiểm toán lớn nhất toàn cầu) thực hiện thì ngành tổ chức tiệc cưới (wedding industry) toàn cầu trị giá khoảng 400 tỷ USD, trong đó riêng Ấn Độ đã chiếm thị phần đáng kể 50 tỷ USD ước tính đạt 100 tỷ USD năm 2025.

TTG Asia (ấn phẩm chuyên về hoạt động kinh doanh lữ hành, hàng không nổi tiếng trên thị trường du lịch châu Á - Thái Bình Dương) ngày 6/10 dẫn lời ông Rajeev Jain - nhà sáng lập kiêm giám đốc điều hành hãng Rashi Entertainment India - cho biết:

"Đám cưới ở Ấn Độ bao gồm khối công việc khổng lồ, thường liên quan đến đặt khoảng 500 phòng mỗi đêm. Đồng thời bất chấp giá thuê khách sạn, thuê nghệ sĩ biểu diễn và giá các nhu yếu phẩm tăng vọt thời hậu COVID-19, giới nhà giàu Ấn Độ vẫn tiếp tục đổ tiền đầu tư cho hôn lễ trong mơ của mình hoặc con cháu họ. Với khoảng 25% chi phí dành cho việc thuê địa điểm, khách sạn, ăn uống và các dịch vụ khác".

Trong năm 2022, một số cô dâu chú rể nổi tiếng trong số những "con nhà siêu giàu châu Á" đã chọn các điểm đến du lịch đám cưới ở châu Âu. Có cặp đôi thuê chuyên bay đưa khách sang châu Âu, thuê thuyền Gondola chở khách đi khắp Venice, Italy và "tư nhân hóa" cả một quảng trường để tổ chức tiệc do đầu bếp "được gắn sao Michelin" đảm nhiệm.

Một hôn lễ hoành tráng khác kéo dài 3 ngày ở Monaco thậm chí còn khiến quảng trường Casino ở Monte Carlo "đóng cửa" với du khách tham quan ngày

5/11/2022, khi hàng trăm khách mời chứng kiến các nghi thức truyền thống được cặp đôi minh tinh Bollywood Ayesha và Nick (CEO và người sáng lập một hãng thực phẩm) thực hiện.

Tại khu vực Đông Nam Á, bên cạnh Thái Lan và Malaysia, Việt Nam cũng đang nổi lên là một điểm đến du lịch đám cưới thu hút nhiều du khách Ấn Độ nói chung và các cặp đôi siêu giàu Ấn Độ nói riêng tới tổ chức "đám cưới trong mơ". Bên cạnh các nguồn khách từ nước ngoài tới Việt Nam tổ chức tiệc cưới thì những năm gần đây các điểm du lịch nổi tiếng của Việt Nam cũng đang trở thành những điểm được lựa chọn để tổ các cô dâu chú rể Việt Nam là những doanh nhân hay các bạn trẻ hoạt động trong các lĩnh vực giải trí, văn hóa tổ chức những bữa tiệc cưới mang đậm dấu ấn cá nhân của mình có thể kể đến như đám cưới của Ông Cao Thắng và Đông Nhi ở Phú Quốc với 500 khách mời với 1000 nhân sự phục vụ, hay Anh Tú - Diệu Nhi ở Movenpick Phan Thiết với 250 khách mời, .

Đa số các đám cưới đều được lựa chọn tổ chức ở những địa điểm du lịch nổi tiếng nơi có sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và cơ sở vật chất hiện đại sang trọng và đầy đủ dịch vụ. Mỗi một tiệc cưới diễn ra sẽ kéo theo sự cung cấp dịch vụ cho từ vài chục thậm chí đến cả nghìn người trong một khoảng thời gian ít nhất từ 2 đến 3 ngày vì đặc trưng của du lịch cưới là đám cưới được tổ chức xa nơi sinh sống hàng ngày của Cô dâu chú rể cũng như khách mời, vì vậy họ bắt buộc phải di chuyển đến địa điểm cưới ít nhất 1 ngày và ở lại ít nhất 1 đêm cho tiệc cưới. Việc này đưa lại nguồn doanh thu khổng lồ từ ; vận chuyển, ăn uống, khách sạn, lưu trú, vui chơi giải trí. Ngoài đội ngũ khách mời thì đội ngũ hậu cần dịch vụ đi kèm để phục vụ đám cưới cũng là một nguồn doanh thu lớn của địa điểm được diễn ra đám cưới. Để trang trí cho tiệc cưới chính nhiều đám cưới phải bao trọn sảnh cưới trước đó 3-4 ngày với đội ngũ phục vụ đông đảo. Điển hình như đám cưới du lịch đầu tiên của giới siêu giàu Ấn Độ được tổ chức ở Đảo Ngọc Phú Quốc từ ngày 7 đến 10/3 là phần tiệc cưới được tổ chức tại khách sạn 5 sao JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay, Phú Quốc với sự tham gia của 600 khách mời và hơn 100 người là diễn viên, nghệ sĩ và phục vụ đến từ quê hương Phật giáo.

Dù là sản phẩm còn khá mới mẻ nhưng có thể nhận thấy du lịch cưới mang lại nguồn lợi không nhỏ cho ngành kinh tế. Như đã phân tích ở trên , những du khách lựa chọn hình thức du lịch kết hợp cưới là những người có điều kiện tài chính, sẵn sàng chi số tiền lớn cho sự kiện quan trọng trong đời.

Ngoài nguồn doanh thu và lợi ích trực tiếp từ việc phục vụ đám cưới thì các địa điểm được lựa chọn còn có nguồn doanh thu gián tiếp từ việc quảng bá hình ảnh của địa điểm tổ chức thông qua các kênh thông tin truyền thông đưa tin về đám cưới du lịch . Vì đa số những cô dâu chú rể, người thân và bạn bè trong các đám cưới du lịch đều có thể được đến từ nhiều nơi trên thế giới, đa số họ là người có tầm ảnh hưởng không những trong nước mà còn nhiều người có tầm ảnh hưởng sâu rộng trên trường quốc tế. Nhất cử nhất động của họ đều được truyền thông

theo sát và đưa tin cũng như những thông tin họ chia sẻ trên mạng xã hội cũng luôn luôn được chào đón. Vì vậy vô hình chung hình ảnh đất nước con người và địa điểm được họ lựa chọn tổ chức đám cưới cũng như đến tham dự đám cưới cũng sẽ được lợi ích kép cả về doanh thu và truyền thông. Ngoài ra với sức hút của người nổi tiếng cũng sẽ tạo sức hút và làn sóng (trend) cho các fan hâm mộ được đến thăm quan nơi người nổi tiếng đã tổ chức đám cưới. Chính vì vậy đây sẽ là nguồn khách hàng tiềm năng vô giá cho những địa điểm được lựa chọn là nơi tổ chức các đám cưới du lịch.

Việt Nam là đất nước có nguồn tài nguyên thiên nhiên và lịch sử vô cùng phong phú để có thể trở thành thiên đường về các sản phẩm du lịch cưới: lễ cưới dưới hoàng hôn, lễ cưới trên du thuyền, lễ cưới trước biển, lễ cưới trên núi, lễ cưới trong các hang động tự nhiên, lễ cưới phục dựng các lễ cưới thời xưa tại các cung điện cổ

Nói về tài nguyên thiên nhiên thì Việt Nam nằm trong bán đảo Đông Dương, thuộc khu vực Đông Nam Á. Đường biên giới đất liền giáp với Trung Quốc là 1.281km, với Lào 2.130km và với Campuchia 1.229km; đường bờ biển dài 3444km thông ra Vịnh Bắc Bộ, Biển Đông và Vịnh Thái Lan.

Bờ biển Việt Nam dài 3.260km, từ tỉnh Quảng Ninh đến tỉnh Kiên Giang, với các vùng biển và thềm lục địa, trung bình cứ 100km đất liền thì có 1km bờ biển với vài nghìn đảo lớn nhỏ, Biển Đông là một trong những khu vực có tầm quan trọng chiến lược đối với các nước thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương, châu Mỹ và nhiều quốc gia trên thế giới.

Vùng biển nước ta có điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên thuận lợi cho phát triển nhiều loại hình du lịch. Đất nước Việt Nam chạy dài trên 15 vĩ độ địa lý nhưng lại hẹp về chiều ngang, khí hậu phân hóa, phong phú về tập quán dân tộc, bờ biển dài có nhiều bãi cát rộng, vũng, vịnh, hang động tự nhiên đẹp, các dãy núi đá vôi vươn ra sát bờ biển tạo nhiều cảnh quan thiên nhiên sơn thủy rất đa dạng, các bán đảo và các đảo lớn nhỏ liên kết với nhau thành một quần thể du lịch hiếm có trên thế giới, tiêu biểu là quần thể núi và hang động đá vôi ở Vịnh Hạ Long đã được UNESCO xếp hạng là di sản thiên nhiên của thế giới.

Một số bãi biển đẹp của các tỉnh như là: Trà Cổ (Quảng Ninh), Quan Lạn (Quảng Ninh), Thanh Lân (Quảng Ninh), Cát Cò (Hải Phòng), Đồ Sơn (Hải Phòng), Sầm Sơn (Thanh Hóa), Cửa Lò (Nghệ An), Cửa Hội (Nghệ An), Thiên Cầm (Hà Tĩnh), Đá Nhảy (Quảng Bình), Cửa Tùng (Quảng Trị), Lăng Cô (Thừa Thiên Huế), Mỹ Khê (Đà Nẵng), Quy Nhơn (Bình Định), Nha Trang (Khánh Hòa), Ninh Chữ (Ninh Thuận), Mũi Né (Bình Thuận), Bãi Trước (Vũng Tàu), Bãi Sau (Vũng Tàu), Phú Quốc (Kiên Giang)... Bãi biển là yếu tố rất quan trọng đối với phát triển du lịch biển ở một xứ sở nhiệt đới, đặc biệt là bãi biển nhỏ nhưng gắn với hải đảo hoang sơ, các vùng biển tĩnh lặng như ở quần đảo Cát Bà (Hải Phòng). Mỗi bãi biển đều có những nét đẹp và lợi thế riêng, thu hút du khách trong và ngoài nước. Nằm trong vùng nhiệt đới,

ấm nóng quanh năm nên vùng ven biển và hải đảo nước ta quanh năm chan hòa ánh nắng mặt trời, cùng với các bãi cát trắng mịn trải dài ven sóng.

Với sự phát triển đồng bộ, hiện đại về hạ tầng giao thông hệ thống đường cao tốc, các sân bay quốc tế được xây mới, nâng cấp, cải tạo tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển của du khách tới điểm tổ chức lễ cưới, các hệ thống khách sạn, resort, du thuyền được xây dựng, đóng mới sang trọng lịch sự và được quản lý bởi các công ty quản lý chuyên nghiệp khiến nhiều tỉnh thành Việt Nam ngày càng trở thành địa điểm yêu thích để các cặp đôi tổ chức đám cưới như: Phú Quốc, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Nha Trang.... Nhiều tỉnh thành đã chủ động định hướng trở thành điểm thu hút khách du lịch cưới thường xuyên như Đà Nẵng đã thông bố thông điệp”Nơi khởi nguồn hạnh phúc- Where happiness begins” trong kế hoạch truyền thông, tiếp thị cho điểm đến cưới Đà Nẵng giai đoạn 2024-2025.

Tuy nhiên bên cạnh những ưu thế nổi bật về địa điểm thì Việt Nam còn thiếu các nhà tổ chức tiệc cưới chuyên nghiệp là đơn vị tư vấn lập kế hoạch, cũng chưa có nhiều những nhà hàng lớn chuyên biệt hoặc tổ chức có đủ khả năng kết nối để đáp ứng nhu cầu về ẩm thực cao cấp của khách hàng mà mới chỉ dừng lại ở nơi cung cấp địa điểm cưới. Đây là những yếu điểm mà nếu muốn biến Việt Nam trở thành điểm đến nổi bật cho du lịch cưới thì chúng ta cần nhanh chóng thay đổi.

Hiện trạng và hướng phát triển sản phẩm du lịch phù hợp nhằm thu hút khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

***Trần Thị Minh Thương
Phó tổng giám đốc công ty du lịch Bảo Yến***

Xu hướng lễ cưới kết hợp du lịch hay còn gọi là lễ cưới phương xa (Destination Wedding) đã có từ lâu trên thế giới, hiện đang ngày càng phổ biến tại Việt Nam. Quảng Ninh với lợi thế về cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp cùng nhiều khu nghỉ dưỡng hiện đại, đẳng cấp đang trở thành điểm đến hấp dẫn được nhiều cặp đôi ở cả trong và ngoài nước lựa chọn tổ chức lễ cưới, với mong muốn có một kỷ niệm ngày cưới thật riêng biệt, đáng nhớ.

1. Xu hướng du lịch lễ cưới hiện nay

Xu hướng tổ chức lễ cưới hiện đại đã không còn bị gò bó và giới hạn trong các không gian nhất định. Những người trẻ hiện đại, sáng tạo đã lựa chọn tổ chức tiệc cưới của mình tại bất cứ nơi nào yêu thích. Đó là lý do để xu hướng lễ cưới kết hợp du lịch ngày càng nở rộ. Sự kết hợp giữa lễ cưới và du lịch thường được tổ chức ở các khu nghỉ dưỡng - nơi có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và thơ mộng. Điều này khiến cho việc di chuyển đến địa điểm cần nhiều thời gian để thu xếp, cho nên tiệc cưới sẽ rất hạn chế khách mời. Người đến dự đa phần là người trong gia đình hoặc bạn bè thân thiết khiến lễ cưới cũng trở nên đặc biệt hơn, bởi nó được cá nhân hóa nhiều hơn.

Tổ chức tiệc cưới tại khu du lịch không chỉ tạo ấn tượng bởi hình thức tổ chức tiệc cưới mới lạ, độc đáo, các đôi uyên ương còn có cơ hội sở hữu những bức ảnh tuyệt vời. Với phong nền tự nhiên không cần sắp đặt là bãi biển xanh, bờ cát trắng hay ánh hoàng hôn tím lãng mạn, bất cứ thời điểm nào trong ngày bạn đều có thể sở hữu những bức ảnh cưới lung linh, riêng biệt.

Việt Nam những năm gần đây có sự phát triển đồng bộ, hiện đại về hạ tầng giao thông, nhiều tuyến cao tốc giúp kết nối, rút ngắn thời gian di chuyển giữa các tỉnh với các địa phương trong nước, có Cảng tàu nước sâu đón được nhiều tàu hạng sang của Quốc tế có thể cập cảng Việt Nam, nhiều Cảng hàng không đã và đang đưa vào sử dụng. Đồng thời, với việc sở hữu 235 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 77.895 buồng và 354 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 47.502 buồng, gần nhiều tàu lưu trú nghỉ đêm với rất nhiều cảnh thiên nhiên đẹp ở cả trên núi hay bãi biển khiến du lịch lễ cưới Việt Nam ngày càng trở thành địa điểm được yêu thích để các cặp đôi tổ chức du lịch lễ cưới, thêm vào đó là hệ thống các resort cao cấp với những tên tuổi lớn trên thế giới nằm trải dài trên toàn quốc Việt Nam.

Những con số lễ cưới đã phân nào minh chứng cho xu hướng du lịch này ngày càng phát triển và mở rộng cụ thể như:

Tại Việt Nam, khái niệm “du lịch cưới” bắt đầu được nhắc đến nhiều kể từ khi một đôi vợ chồng tỷ phú người Ấn Độ quyết định chọn Phú Quốc (Kiên Giang) để tổ chức lễ cưới vào tháng 3/2019, với sự chứng kiến của 700 khách mời đến từ nhiều quốc gia. JW Marriott Phú Quốc, nơi diễn ra lễ cưới “triệu đô” này sau đó đã trở thành địa điểm du lịch cưới của nhiều cặp vợ chồng thuộc giới thượng lưu, và suốt 5 năm liên tiếp (2019-2023) chiến thắng ở hạng mục “Khu nghỉ dưỡng tổ chức tiệc cưới sang trọng hàng đầu thế giới” của World Travel Awards - giải thưởng được ví như Oscar của ngành du lịch.

Cùng với Phú Quốc, Đà Nẵng cũng đang chứng minh là điểm đến nổi trội của Việt Nam về du lịch cưới. Từ đầu năm 2024 đến nay, Đà Nẵng liên tiếp đón giới siêu giàu Ấn Độ đến tổ chức lễ cưới. Tháng 1 là hôn lễ tại Sheraton Grand Danang, quy mô gần 500 thượng khách, nhân viên phục vụ, huy động toàn bộ 258 phòng lưu trú; tháng 2 là lễ cưới tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa với 200 thượng khách; đầu tháng 3 là lễ thành hôn tại Danang Marriot Resort and Spa với hơn 400 khách mời, sử dụng 650 phòng lưu trú. Cũng trong tháng 2, một cặp vợ chồng Ấn Độ khác đã gây bất ngờ khi thực hiện “siêu lễ cưới” tại Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh) cùng hơn 600 khách mời.

Du lịch lễ cưới thường diễn ra trong khoảng thời gian từ 2-3 ngày, với khả năng chi trả cao của du khách. Vì vậy, xu hướng du lịch này hứa hẹn mở ra những cơ hội mới cho du lịch Quảng Ninh.

Không chỉ hút khách quốc tế, du lịch cưới còn đang trở thành xu hướng được nhiều người nổi tiếng trong nước quan tâm. Đây là những tín hiệu tích cực cho thấy triển vọng lớn của phân khúc thị trường đầy tiềm năng này; đồng thời cũng khẳng định Việt Nam có đầy đủ lợi thế để phát triển du lịch cưới với nhiều bờ biển đẹp, hệ thống di sản phong phú, những khu nghỉ dưỡng cao cấp, ẩm thực đa dạng, con người thân thiện, cơ sở hạ tầng và dịch vụ ngày càng được đầu tư có chiều sâu... Cùng với Phú Quốc, Nha Trang, Hội An, Đà Nẵng, Hạ Long – Quảng Ninh, Lào Cai... là những địa điểm lý tưởng để tổ chức du lịch cưới.

Du lịch lễ cưới dù còn khá mới mẻ, nhưng dễ nhận thấy, du lịch lễ cưới có thể mang đến nguồn lợi không nhỏ cho ngành du lịch Việt Nam, bởi đối tượng du khách lựa chọn hình thức du lịch kết hợp tổ chức hôn lễ thường là những người có điều kiện tài chính, sẵn sàng chi số tiền lớn cho sự kiện quan trọng nhất đời mình. Hơn nữa, lễ cưới của các cặp vợ chồng người nước ngoài thường có sự tham gia của hàng trăm khách mời đến từ nhiều nơi trên thế giới.

Bên cạnh sử dụng các dịch vụ lưu trú, ăn uống, mua sắm tại nơi được chọn tổ chức cưới, không ít người trong số họ còn có kế hoạch kéo dài chuyến đi để có những trải nghiệm du lịch sâu sắc hơn. Chưa kể, thông qua các hình ảnh lung linh được nhiều thượng khách dự cưới chia sẻ trên mạng xã hội, hình ảnh đất nước, con người, văn hóa Việt Nam cũng có cơ hội được quảng bá, lan truyền rộng rãi.

Với bản thân cô dâu, chú rể, khi tổ chức lễ cưới mang đến sự thỏa mãn cảm xúc cùng những ấn tượng khó quên, họ cũng sẽ không ngần ngại quay trở lại Việt Nam nhiều lần trong đời vào những dịp kỷ niệm ngày cưới hay bất kỳ thời điểm nào phù hợp để ôn lại kỷ niệm đẹp. Rõ ràng, phát triển du lịch lễ cưới mang tới lợi ích kép về cả doanh thu và truyền thông, giúp thu hút nhiều du khách hơn.

Những năm gần đây, sản phẩm du lịch cưới được nhiều quốc gia châu Á, nhất là các nước Đông Nam Á trong đó có Việt Nam đang chú trọng phát triển, nhờ tận dụng ưu thế về tài nguyên thiên nhiên, văn hóa và chi phí tổ chức hợp lý.

Không chỉ có cơ hội nhờ sự tăng trưởng du lịch lễ cưới nói chung của khu vực, Việt Nam còn có lợi thế từ sự quan tâm của nhiều thị trường khách tiềm năng như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, nhất là Ấn Độ - quốc gia có giá trị thị trường cưới đạt hơn 45 tỷ USD năm 2022, 2023 và ước tính sẽ đạt 100 tỷ USD năm 2025.

2. Định hướng sản phẩm du lịch lễ cưới Việt Nam

2.1. Du lịch trăng mật

Du lịch trăng mật hay hưởng tuần trăng mật có nghĩa là kỳ nghỉ thư giãn ghi lại những khoảnh khắc đầu tiên của bước đường đầu tiên mà 2 bạn đến với nhau sau khi cưới. Một chuyến du lịch thật nồng nàn, lãng mạn và thư giãn sẽ làm tinh thần cả 2 sáng khoái hơn. Từ đó giúp cho 2 bạn thêm hiểu nhau hơn. Việc lựa chọn địa điểm thích hợp hưởng tuần trăng mật là điều rất quan trọng mà các cặp đôi cần lên lịch trước. Địa điểm để đi du lịch trăng mật sẽ là nơi mà 2 người muốn đến và thật sự phù hợp với khoản tiền 2 bạn có. Nếu nhà bạn ở quê thì việc kết hợp đi hưởng tuần trăng mật cùng với chuyến đi về quê thăm họ hàng 2 bên gia đình cũng là lựa chọn rất thú vị.

Bên cạnh đó, lựa chọn đi trăng mật cùng các hãng du lịch cũng là một quyết định không tồi. Thông thường, các hãng du lịch sẽ có những tour trăng mật đầy lãng mạn dành cho cặp đôi, và các dịch vụ này thường đã bao gồm giá khách sạn, lịch trình vui chơi, sự kiện riêng tư cho cả hai ... Hai bạn chỉ việc lựa chọn gói du lịch trăng mật phù hợp với ngân sách cá nhân.

2.2. Giới trẻ đi du lịch cùng người yêu

Để lưu giữ những thời khắc thanh xuân tươi đẹp, nhiều bạn trẻ hiện nay chọn cách đi du lịch cùng nửa còn lại của mình. Hành trình trải nghiệm tuyệt vời tại những vùng đất, với những con người, những nền văn hóa mới mà cặp đôi cùng nhau đi qua, sẽ là kỷ niệm đẹp trong tuổi thanh xuân của họ. Họ cùng check-in ở khắp nơi, cũng như không ngại dành cho nhau các cử chỉ thể hiện tình yêu lãng mạn. Đó không chỉ là cơ hội khám phá những miền đất mới, mà còn là dịp để ghi dấu kỷ niệm của tình yêu, tuổi trẻ.

Nếu du lịch độc hành giúp hiểu hơn bản ngã của chính mình thì xê dịch cùng nửa kia là khúc nhạc thăng hoa cho tình yêu đôi lứa. Tuổi trẻ là quãng thời gian đẹp nhất của đời người. Nó không chỉ gắn liền với khát vọng, đam mê, những bước chân đi không mệt mỏi, mà còn gắn với tình yêu đôi lứa. Hành trình lãng mạn nhất chính là lúc hai người yêu nhau cùng nắm tay đi tới cùng trời cuối đất, hay dắt nhau qua những trải nghiệm của thời thanh xuân rạo rực.

Người ta nói rằng khi còn trẻ, hãy cứ đi và yêu. Và tình yêu đôi khi đơn giản là giây phút vòng tay ôm nhau thật chặt ở một chốn xa lạ.

2.3. Lễ cưới dưới nước

Việt Nam có vị trí địa lý chiến lược thuận lợi về biển - đảo. Lãnh thổ đất liền của Việt Nam được bao bọc bởi bờ biển trải dài trên 3.200 km theo 3 hướng: Đông, Nam và Tây Nam với diện tích vùng biển rộng trên 1 triệu km². Vùng biển ven biển có 2.773 hòn đảo lớn nhỏ các loại, với diện tích khoảng 1.700km², trong đó có 3 đảo có diện tích lớn hơn 100km², 23 đảo có diện tích lớn hơn 10km², 82 đảo có diện tích lớn hơn 1km² và hàng nghìn đảo chưa có tên. Việt Nam có hệ thống đảo ven bờ rất thuận lợi cho việc phát triển loại hình du lịch lễ cưới đặc biệt hơn nữa là lễ cưới dưới nước. Lễ cưới dưới nước tuy diễn ra trong thời gian ngắn, chỉ khoảng 30 phút, nhưng đòi hỏi sự chuẩn bị khá công phu. Từ việc huấn luyện những kỹ thuật lặn cần thiết để các đôi uyên ương có đủ tự tin khi thực hiện nghi thức cưới dưới nước, tâm lý khi ở dưới nước và đặc biệt phải đảm bảo an toàn tuyệt đối cho toàn bộ êkíp lặn. Điều quan trọng hơn cả chính là đã tạo nên giây phút thật ấn tượng và khó quên nhất các đôi uyên ương, bởi sự mới mẻ, độc đáo và cũng là lễ cưới tập thể dưới lòng đại dương lần đầu tiên của Việt Nam... Trong làn nước trong xanh, chiếc công hoa với tám biển “Underwater Wedding” chính là nơi diễn ra lễ cưới. Tại đây, các đôi uyên ương sẽ cùng nhau trao nhau nhẫn cưới và những nụ hôn nồng nàn thắm thiết. Sau đó, tay trong tay, lượn quanh các khóm san hô, đùa giỡn cùng những chú cá xinh xắn nhiều màu sắc.

Điển hình lễ cưới ở đảo Hòn Mun - Khánh Hòa với đặc tính là một vịnh kín gió, với hàng ngàn loài cá, và san hô nhiều màu sắc, đây chính là nơi lý tưởng nhất để phát triển loại hình du lịch biển. Đó cũng chính là lý do trung tâm lặn biển

Vinadive - chi nhánh Vietravel Nha Trang - với hệ thống thiết bị hỗ trợ hiện đại vào bậc nhất hiện nay cùng với các chuyên gia lặn biển Việt Nam và nước ngoài nhiều kinh nghiệm, đã không ngừng giới thiệu hàng loạt các sản phẩm du lịch hấp dẫn và đạt chất lượng cao tại vùng biển xinh đẹp và nhiều tiềm năng này.

Loại hình “*Lễ cưới dưới nước*” là một hình thức còn khá mới lạ nhưng hứa hẹn đầy hấp dẫn đối với du khách Việt Nam, được trải qua những giờ phút thiêng liêng của lễ cưới trong một môi trường và trạng thái hết sức đặc biệt mà không phải bất kỳ ai có thể thực hiện, đây chính là một yếu tố quan trọng mà Vietravel tin tưởng rằng đây sẽ là một hình thức sản phẩm tour du lịch cuốn hút du khách trong thời gian sắp tới.

Mục tiêu trên hết của Vietravel thông qua chương trình này là mong muốn cung cấp cho du khách thêm một loại hình du lịch hấp dẫn nữa, cũng như góp phần ngày một đa dạng hóa hơn nữa các loại hình du lịch đang có mặt tại Việt Nam, nhằm thu hút sự quan tâm của đông đảo du khách trong và ngoài nước đến với những điểm du lịch nổi tiếng Việt Nam, vốn có cảnh quan thiên nhiên đi kèm với các dịch vụ du lịch không thua kém các quốc gia phát triển về ngành du lịch trong khu vực.

2.4. Du lịch lễ cưới thông qua các phương tiện vận chuyển

+ Du lịch lễ cưới đường hàng không: Nếu người Mỹ đã từng chấn động với lễ cưới trên đỉnh núi Seneca cao gần 300m của Ewing và Antonie Hodge Ewing, người Trung Quốc từng sốt với lễ cưới trong rừng sâu chú rể Zhang Hua và cô dâu Peng Yu, hay lễ cưới dưới lòng đại dương của cặp đôi ở Tế Nam ngày 19/6 vừa qua... thì hôm nay, lễ cưới của cặp uyên ương trên máy bay VietjetAir tại Việt Nam vào sáng 9/12/2012, một cặp đôi trẻ đã bí mật chọn chuyến bay khai trương đường bay từ Thủ Đô Hà Nội đến thành phố Đà Lạt mộng mơ của VietjetAir để tổ chức lễ cưới thật lãng mạn và độc nhất vô nhị từ trước đến nay. Các hành khách trên chuyến bay bất ngờ, thú vị và đã cùng chúc phúc cho đôi uyên ương.

+ Lễ cưới của hai nhân viên đường sắt trên tàu hỏa ở TP Đà Lạt – Trại Mát đánh dấu sự ra đời của dịch vụ tổ chức sự kiện trên những chuyến tàu lửa trong toàn mạng lưới đường sắt Việt Nam. Đây là ý tưởng mới của ngành đường sắt Việt Nam. Việc tổ chức lễ cưới này đánh dấu sự ra đời của dịch vụ tổ chức lễ cưới trên những chuyến tàu lửa trong toàn mạng lưới đường sắt nước ta. Trên toàn mạng lưới đường sắt Việt Nam với 3.143km, đi qua 34 tỉnh, thành phố, tiến tới ngành được sát đều tổ chức được. Trong tương lai ngành đường sắt sẽ có thể tổ chức phòng tân hôn trên tàu phục vụ khách du lịch. Có thể đi từ tỉnh này sang tỉnh khác, đi từ Bắc vào Nam, qua nhiều vùng miền trong cả nước.

+ Xu hướng chọn cưới xanh, làm lành với mẹ thiên nhiên trên du thuyền: Lễ cưới độc nhất vô nhị, hạn chế số lượng khách mời, ảnh cưới đẹp như phim, trắng mật lý tưởng và không gian tiệc tùng sáng tạo là 5 lý do để du khách cân nhắc việc tổ chức lễ cưới trên du thuyền.

Lễ cưới độc nhất vô nhị, hạn chế số lượng khách mời, ảnh cưới đẹp như phim, trắng mật lý tưởng và không gian tiệc tùng sáng tạo là 5 lý do để du khách cân nhắc việc tổ chức lễ cưới trên du thuyền.

Lễ cưới có thể nói là một cái kết viên mãn của mọi cuộc tình. Và được tổ chức lễ cưới trên du thuyền trong vòng tay yêu thương của gia đình và những người bạn thân chính là giấc mơ của mọi cô gái. Vừa kết hợp cuộc vui vừa kết hợp du lịch ngắm cảnh và trải nghiệm.

Kết luận

Xu hướng tổ chức lễ cưới hiện đại đã không còn bị gò bó và giới hạn trong các không gian nhất định. Những người trẻ hiện đại, sáng tạo đã lựa chọn tổ chức tiệc cưới của mình tại bất cứ nơi nào yêu thích. Đó là lý do để định hướng sản phẩm du lịch lễ cưới kết hợp du lịch ngày càng nở rộ. Sự kết hợp giữa lễ cưới và du lịch thường được tổ chức ở các khu nghỉ dưỡng - nơi có cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và thơ mộng. Du lịch lễ cưới thường diễn ra trong khoảng thời gian từ 2 - 10 ngày, với khả năng chi trả cao của du khách. Vì vậy, xu hướng du lịch này hứa hẹn mở ra những cơ hội mới cho ngành Du lịch. Với lợi thế tài nguyên thiên nhiên phong phú, nhiều bãi biển đẹp, khí hậu nắng ấm quanh năm, có nhiều sản vật thiên nhiên ban tặng, hạ tầng du lịch được đầu tư phát triển, đường bay thẳng thuận lợi, thủ tục nhập xuất cảnh đơn giản, con người nồng hậu, mến khách... Việt Nam đang nổi lên là điểm đến hấp dẫn với những du khách nước ngoài nhất là du lịch tổ chức sự kiện, lễ cưới.

NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI Ở VIỆT NAM

TS. Đinh Đức Quang

Công ty APEC Mandala Wyndham Mũi Né, Bình Thuận

1. Những thuận lợi trong việc phát triển loại hình du lịch gắn với lễ cưới ở Việt Nam

Việt Nam có những lợi thế đặc biệt về vị trí địa lý kinh tế và chính trị. Nằm ở trung tâm Đông Nam Á, lãnh thổ Việt Nam vừa gắn liền với lục địa vừa thông rộng với đại dương, có vị trí giao lưu quốc tế thuận lợi cả về đường biển, đường sông, đường sắt, đường bộ và đường không. Đây là tiền đề rất quan trọng trong việc mở rộng và phát triển du lịch quốc tế.

Việt Nam có vị trí địa lý chiến lược thuận lợi về biển, đảo. Lãnh thổ đất liền của Việt Nam được bao bọc bởi bờ biển trải dài trên 3.200 km theo 3 hướng: Đông, Nam và Tây Nam với diện tích vùng biển rộng trên 1 triệu km². Vùng biển ven biển có 2.773 hòn đảo lớn nhỏ các loại, với diện tích khoảng 1.700km², trong đó có 3 đảo có diện tích lớn hơn 100km², 23 đảo có diện tích lớn hơn 10km², 82 đảo có diện tích lớn hơn 1km² và hàng nghìn đảo chưa có tên. Việt Nam có hệ thống đảo ven bờ rất thuận lợi cho việc phát triển loại hình du lịch lễ cưới (tuần trăng mật, tổ chức đính hôn, tiệc chia tay độc thân, kỉ niệm ngày ghi nhớ của các cặp đôi yêu nhau, cưới nhau...)

Việt Nam có 3.260km ven biển với hàng trăm các bãi biển nằm ven bờ rất đẹp và nên thơ thuận lợi cho khai thác du lịch lễ cưới mà không phải quốc gia nào cũng có. Các bãi tắm nổi tiếng từ Bắc đến Nam có thể kể đến như Trà Cổ, Hạ Long, Đồ Sơn, Cát Bà, Sầm Sơn, Cửa Lò, Thiên Cầm, Lăng Cô, Đà Nẵng, Nha Trang, Cà Ná, Mũi Né, Vũng Tàu, Hà Tiên, Phú Quốc...

Đặc biệt vùng biển Hạ Long (Hạ Long - Cát Bà) là kỳ quan thiên nhiên được UNESCO ba lần công nhận là Di sản Thiên nhiên thế giới vào các năm 1994 và 2000, 2023 bởi những giá trị ngoại hạng mang tính toàn cầu về cảnh quan thiên nhiên và địa chất, địa mạo. Bên cạnh đó, 3 vịnh là Hạ Long, Nha Trang, Lăng Cô được công nhận là thành viên của Câu lạc bộ Các vịnh đẹp nhất thế giới.

Hệ thống đảo ven bờ được các hãng thông tin, tạp chí, cẩm nang du lịch uy tín trên thế giới bình chọn với các danh hiệu ấn tượng và hấp dẫn khách du lịch như: biển Đà Nẵng từng được tạp chí Forbes (Mỹ) bình chọn là một trong 6 bãi biển đẹp nhất hành tinh; bãi Dài ở Phú Quốc đã đứng đầu trong số 5 bãi biển đẹp và sạch trên thế giới trong cuộc bình chọn dài ngày mang tên "Hidden Beaches" của hãng tin ABC News; Côn Đảo là một trong những điểm đến ấn tượng nhất Đông Nam Á do tạp chí New York Times chọn. Đặc biệt, Côn Đảo nằm trong top 20 hòn đảo bí ẩn nhất thế giới do tạp chí du lịch Travel and Leisure (Mỹ) bình chọn và là 1 trong 10 hòn đảo bí ẩn và tốt nhất thế giới để hưởng một kỳ nghỉ lãng mạn do cẩm nang du lịch quốc tế Lonely Planet (Anh) bầu chọn. Hệ thống đảo

ven bờ này đang được rất nhiều các cặp đôi lựa chọn làm nơi tổ chức lễ cưới ghi dấu kỉ niệm quan trọng nhất của cuộc đời của mình.

Là quốc gia trong vùng nhiệt đới, nhưng Việt Nam có nhiều điểm có thể tổ chức lễ cưới khu vực vùng núi mang dáng dấp ôn đới như những đô thị nhỏ ở châu Âu như: Sa Pa, Tam Đảo, Bạch Mã, Bà Nà, Đà Lạt... Các điểm nghỉ mát này thường ở độ cao trên 1000m so với mặt biển. Thị trấn Sa Pa hấp dẫn với những biệt thự cổ kính và những công trình hiện đại nằm xen giữa các vườn đào và hàng sa mu xanh ngắt. Đặc biệt, tuyến đường Sa Pa nằm trong danh sách 10 con đường mòn tuyệt vời nhất khắp thế giới dành cho du khách thích đi bộ nhẹ nhàng vào ban ngày do nhà xuất bản sách hướng dẫn du lịch Lonely Planet công bố. Con đường này sẽ đưa bạn hòa nhập vào cuộc sống bản địa giữa những cánh đồng lúa bậc thang và các ngôi làng gần đó. Hơn nữa, những thửa ruộng bậc thang tuyệt đẹp trải dài theo những sườn núi, quanh co theo những cung đường nơi đây đã được tạp chí Travel and Leisure của Mỹ công bố là một trong 7 thửa ruộng bậc thang đẹp, kỳ vĩ nhất Châu Á và thế giới. Thành phố Đà Lạt là nơi nghỉ mát lý tưởng nổi tiếng với rừng thông, thác nước và vô số loại hoa. Khách du lịch tới Đà Lạt còn bị quyến rũ bởi những âm hưởng trầm hùng, tha thiết của tiếng đàn Tơ rung và công chiêng Tây Nguyên trong những đêm văn nghệ.

Với bề dày lịch sử 4.000 năm, Việt Nam còn giữ được nhiều di tích kiến trúc có giá trị trong đó còn lưu giữ được nhiều di tích cổ đặc sắc với dáng vẻ ban đầu như: Chùa Một Cột, Chùa Kim Liên, Chùa Tây Phương, Đình Tây Đằng và Đình Chu Quyến (Hà Nội), Tháp Phổ Minh (Nam Định), Chùa Keo (Thái Bình), Chùa Bút Tháp và Đình Bảng (Bắc Ninh), Tháp Chàm (các tỉnh ven biển miền Trung) và kiến trúc cung đình Huế, chùa Khmer ở khu vực Bạc Liêu, Sóc Trăng với những phong cách kiến trúc vô cùng độc đáo, thu hút được rất nhiều giới trẻ đến chụp ảnh cưới, làm lễ hằng thuận ở chùa...

Tài nguyên du lịch văn hoá của Việt Nam phong phú với lịch sử hàng ngàn năm dựng nước và giữ nước. Hệ thống di tích lịch sử, văn hoá, cách mạng phong phú với nhiều di tích được công nhận là di sản văn hoá thế giới như Hoàng Thành Thăng Long, Thành Nhà Hồ, Cố đô Huế, Hội An, Mỹ Sơn, Nhã nhạc cung đình Huế, Không gian văn hóa Công Chiêng Tây Nguyên, Ca trù, hát Xoan... Bên cạnh đó, nhiều nghề thủ công truyền thống với kỹ năng độc đáo, nhiều lễ hội gắn liền với các sinh hoạt văn hoá, văn nghệ dân gian đặc sắc của cộng đồng 54 dân tộc cùng với những nét riêng, tinh tế của nghệ thuật ẩm thực được hòa quyện, đan xen trên nền kiến trúc phong cảnh có giá trị triết học phương Đông, đã tạo cho du lịch Việt Nam nói chung và loại hình du lịch lễ cưới nói riêng có nhiều điều kiện khai thác thế mạnh về văn hóa-lịch sử.

Đa dạng tổng thu từ du lịch lễ cưới: Với rất nhiều điều kiện thuận lợi, việc phát triển du lịch đám cưới hứa hẹn đem lại cho ngành du lịch Việt Nam nguồn lợi không nhỏ.

Khách lựa chọn tour du lịch kết hợp tổ chức hôn lễ thường có kinh tế khá dư dả và sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho đám cưới của mình. Khách du lịch quốc tế, nhiều khách đến từ Ấn Độ, Âu Mỹ.... có thể trả số tiền lên đến hàng triệu USD cho sự kiện quan trọng nhất của mình. Thông thường, mỗi cặp đôi tổ chức đám cưới ở nước ngoài thường mời 100-200 khách đi cùng (gia đình, bạn bè thân thiết của cô dâu chú rể, của gia đình, bạn bè làm ăn...) tới dự. Các khách mời sẽ phải ăn uống, lưu trú, sử dụng dịch vụ tại điểm đến trong lễ cưới. Chưa kể, nhiều người trong số họ lựa chọn đến sớm hoặc ở lại thêm để tham quan, khám phá các điểm du lịch nổi tiếng ở đây.

Lượng khách có thể thu hút được từ du lịch lễ cưới không hề nhỏ. Do đó, thông qua du lịch đám cưới, Việt Nam cũng có thể quảng bá được nét đẹp văn hóa, ẩm thực, cảnh quan thiên nhiên, danh lam thắng cảnh... với bạn bè quốc tế. Những hình ảnh được chụp lại, trải nghiệm trực tiếp của khách nước ngoài sẽ là kênh quảng bá tuyệt vời, chân thực nhất để khách nước ngoài biết đến du lịch Việt Nam.

Kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch: Xu hướng chung của các khách sạn thông thường là thời gian đặt phòng thường không cố định, ngắn dài tùy vào nhóm đối tượng, và chúng thường rất đa dạng. Ngược lại, với các khách sạn chuyên tổ chức lễ cưới, khách đặt phòng thường thuê phòng nhiều hơn, lâu hơn để đáp ứng nhu cầu chuẩn bị cho hôn lễ, và tiện chỗ nghỉ cho khách mời. Hơn nữa, các lễ cưới thường được lên kế hoạch từ trước, do đó, bạn có thể nhận được đặt phòng trong vài năm tới, cho phép khách sạn lập kế hoạch từ trước, và tài chính ổn định hơn rất nhiều. kiếm những địa điểm cưới đặc biệt và đáng nhớ, nơi mang đến trải nghiệm cá nhân hóa. Việc tiếp thị địa điểm tổ chức tiệc cưới cho phép bạn cung cấp một thứ gì đó đặc biệt và khác biệt, đây có thể là chiến lược bán hàng thú vị đối với các cặp đôi đang tìm kiếm một địa điểm tổ chức tiệc cưới để tạo sự khác biệt cho riêng mình. Đồng thời đối với các khu du lịch, điểm du lịch có sự khác biệt này sẽ thu hút được nhiều sự chú ý của khách du lịch hơn.

Tăng độ phủ và nhận diện thương hiệu: Việc tổ chức lễ cưới của đơn vị mình có thể mang lại cơ hội tiếp cận và tiếp thị truyền miệng nhiều hơn. Các cặp đôi hạnh phúc và khách của họ thường có xu hướng chia sẻ trải nghiệm của họ trên mạng xã hội, để đánh dấu một trải nghiệm tích cực mà họ vừa mới tham gia. Những bài viết, tin bài như vậy là miễn phí, tiếp cận tự nhiên nhiều hơn và có khả năng tạo ra nhiều đơn hàng của đơn vị mình hơn trong tương lai.

Tạo ấn tượng tích cực, xây dựng tệp khách hàng trung thành: Xây dựng mối quan hệ với các cặp đôi chọn tổ chức tiệc cưới tại đơn vị của mình có thể dẫn đến việc kinh doanh lặp lại và lâu dài. Các cặp đôi hạnh phúc có thể chọn quay lại vào những ngày kỷ niệm, ghi dấu kỉ niệm tình yêu của họ hoặc giới thiệu địa điểm của bạn cho bạn bè và gia đình của họ, tạo nên tệp khách hàng trung thành bền vững hơn.

Ẩm thực Việt Nam ở vị trí cao trong bản đồ ẩm thực thế giới TasteAtlas Với số điểm trung bình 4,44/5 do các chuyên gia ẩm thực, đầu bếp và khách quốc tế đánh giá, ẩm thực Việt Nam đứng thứ 22 trong bảng xếp hạng 100 nền ẩm thực ngon nhất thế giới 2023 của chuyên trang ẩm thực danh tiếng thế giới TasteAtlas.

2. Một số khó khăn trong việc phát triển loại hình du lịch gắn với lễ cưới ở Việt Nam

Thị trường khách du lịch lễ cưới: Thị trường du lịch lễ cưới ở Việt Nam bị lệ thuộc vào một số thị trường nguồn; phân khúc thị trường khách có khả năng chi tiêu cao, lưu trú dài ngày chiếm tỷ trọng thấp; Thị trường khách nguồn của loại hình du lịch lễ cưới mới chỉ lệ thuộc vào thị trường khách Ấn Độ, Trung Đông, Việt Kiều; Còn với thị trường khách du lịch lễ cưới nội địa mới thu hút được khách ở một số thành phố lớn như Hà Nội, TP. HCM (nơi có thị trường dân đông đúc, trật hẹp muốn tìm kiếm điểm tổ chức lễ cưới rộng rãi, riêng tư...)

Về sản phẩm du lịch lễ cưới: Sản phẩm du lịch lễ cưới còn khá đơn điệu - sản phẩm du lịch mới chỉ là làm theo đơn đặt hàng từ khách hàng, ý tưởng từ khách hàng là chủ yếu, các địa phương trên toàn quốc có sản phẩm lễ cưới thì trùng lặp và giá trị gia tăng thấp, chất lượng dịch vụ chưa đồng đều.

Công tác xúc tiến quảng bá du lịch lễ cưới chưa tạo được nhiều đột phá. Mới xúc tiến thị trường lễ cưới ở một số nước như Ấn Độ, Hàn, Nhật, nhóm khách Trung Đông, hay là khách Việt Kiều... Ngân sách dành cho xúc tiến quảng bá còn về loại hình du lịch này chưa được quan tâm nhiều, hầu hết các doanh nghiệp vừa trải qua đại dịch Covid19 – tài chính còn khá eo hẹp, hiệu quả còn hạn chế, vẫn thể hiện chưa thực sự chuyên nghiệp, chưa ứng dụng công nghệ mạnh mẽ trong xúc tiến, quảng bá du lịch.

Nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch lễ cưới: Nguồn nhân lực thiếu về số lượng và yếu về chất lượng, cơ cấu bất hợp lý, nguồn nhân lực có thể tổ chức các sự kiện du lịch lễ cưới chưa đáp ứng kịp thời trước sự phát triển của thị trường khách lễ cưới (thị trường khách du lịch lễ cưới là thị trường khó tính, có khả năng chi trả cao, đòi hỏi một cách tỷ mỉ, chu đáo từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng...). Bên cạnh đó, trong đại dịch Covid 19 vừa qua, nhiều lao động du lịch chất lượng cao đã bỏ nghề, chuyển đổi nghề sang lĩnh vực khác để có thu nhập – sau khi có thu nhập ở nơi khác cao hơn họ không muốn quay lại làm việc trong ngành du lịch nữa, việc làm trong 2 năm vừa qua là vấn đề lớn mà ngành du lịch phải giải quyết để phục hồi trong cả ngắn hạn và dài hạn.

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là một trong những cản trở lớn trong lĩnh vực du lịch lễ cưới: Hãng hàng không Việt Nam cần nghiên cứu để có những chuyến bay thẳng từ Việt Nam đến các nước có nhu cầu tổ chức lễ cưới cao như Ấn Độ, Ả Rập, Trung Đông... để thuận tiện hơn trong việc di chuyển của khách du lịch; đồng thời chú ý đến hệ thống tuyến bay nội địa trong nước để kết nối các điểm đến một cách thuận lợi nhất có thể cho khách. Thủ tục là Visa, hộ chiếu cần nhanh gọn, tránh làm mất nhiều thời gian của khách du lịch. Hệ thống các cơ sở

lưu trú du lịch đạt tiêu chuẩn tổ chức lễ cưới cần phải chủ động nâng cấp, phát triển thêm nhiều dịch vụ du lịch để phục vụ khách lễ cưới một cách tốt nhất có thể. Hệ thống Cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phát triển nhanh nhưng số cơ sở lưu trú chất lượng cao còn ít, đặc biệt ở một số địa bàn trọng điểm; thiếu các cơ sở vui chơi giải trí hiện đại, quy mô lớn; chưa hình thành được hệ thống các khu du lịch lễ cưới mang tầm cỡ lớn với thương hiệu nổi bật.

Cạn kiệt ý tưởng để setup lễ cưới:

Không chỉ việc tổ chức lễ cưới mà bất cứ một ngành nghề nào cũng cần đến sự sáng tạo và ý tưởng mới. Tuy nhiên, đối với việc tổ chức lễ cưới – nhất là những lễ cưới của các cặp đôi nổi tiếng, hay có tiếng nói trong xã hội sự đòi hỏi về cái mới, cái độc đáo là khát khe, và không có sự trùng lặp với các lễ cưới đã tổ chức trước là một trong những yêu cầu rất khó đối với đơn vị tổ chức tour du lịch lễ cưới..

Để tìm ra được những ý tưởng mới khi làm chương trình du lịch lễ cưới mà vẫn đảm bảo được việc truyền tải thông điệp nội dung mà khách hàng yêu cầu không phải là dễ dàng. Một trung tâm chuyên tổ chức sự kiện lớn hay một bãi biển đẹp, một hòn đảo, hay một khu du lịch, điểm du lịch hàng năm phải tổ chức nhiều lễ cưới. Do đó sự cạn kiệt về ý tưởng là điều khó tránh. Tuy nhiên, nhờ khó khăn này mà chúng ta mới có thể đánh giá được công ty có những ý tưởng sáng tạo, độc đáo là chuyên nghiệp, thành công, và sẽ được đánh giá cao.

Các đối thủ cạnh tranh trong việc tổ chức chương trình lễ cưới cao hơn Việt Nam: Ví dụ như các nước trong khu vực thì Thái Lan cũng, Singapore Malaisia... cũng là những nước có sự lựa chọn của rất nhiều các cặp đôi nổi tiếng trên thế giới chọn để tổ chức lễ cưới của mình, đồng thời các dịch vụ đi kèm của những nước bạn cũng được đánh giá cao hơn Việt Nam. Cơ sở vật chất kỹ thuật cao hơn rất nhiều như giao thông, cơ sở lưu trú, dịch vụ vui chơi giải trí, mua sắm... Nghiên cứu và đánh giá các đối thủ cạnh tranh để hiểu rõ điểm mạnh và điểm yếu của họ, từ đó phát triển chiến lược cạnh tranh tốt hơn đối với thị trường khách du lịch lễ cưới./.

Phát triển sản phẩm du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam Cơ hội và thách thức trong bối cảnh cạnh tranh khu vực và quốc tế

Emeralda resort Ninh Bình

I. Mở đầu

Kính thưa quý vị đại biểu,

Trong bối cảnh ngành du lịch và tổ chức sự kiện đang ngày càng phát triển, Emeralda Resort Ninh Bình nổi lên như một điểm đến độc đáo và hấp dẫn cho các cặp đôi muốn tổ chức lễ cưới. Với vị trí đặc địa gần khu bảo tồn Vân Long, nằm trong vùng di sản đặc trưng của Ninh Bình, khu nghỉ mang đến sự kết hợp hoàn hảo giữa du lịch, nghỉ dưỡng, hội nghị và tổ chức tiệc cưới. Tuy nhiên, bên cạnh những điểm mạnh nổi bật, mô hình cưới tại đây cũng phải đối mặt với một số thách thức cần được khắc phục. Bài tham luận hôm nay sẽ trình bày về các điểm mạnh và thách thức của mô hình cưới tại Emeralda Resort Ninh Bình, nhằm cung cấp cái nhìn tổng quan và định hướng phát triển cho tương lai.

II. Điểm mạnh

1. Vị trí địa lý và không gian độc đáo

Emeralda Resort Ninh Bình nằm gần khu bảo tồn thiên nhiên Vân Long, một trong những khu vực có cảnh quan thiên nhiên đẹp và độc đáo nhất Việt Nam. Vị trí này không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho việc chụp ảnh cưới mà còn mang đến trải nghiệm du lịch kết hợp lý tưởng cho các cặp đôi và khách mời. Khung cảnh thiên nhiên hùng vĩ và thanh bình của vùng di sản này chắc chắn sẽ làm tăng thêm sự trang trọng và lãng mạn cho lễ cưới.



Kỷ yếu Hội thảo: “Xu hướng phát triển của loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam”
Chủ nhiệm Nhiệm vụ: Nguyễn Quang Vinh



2. Không gian tổ chức đa dạng

Khu nghỉ có nhiều khu vực ngoài trời rộng rãi và thoáng mát như hồ bơi, hai sân cỏ lớn cùng với khu sảnh tiệc trong nhà. Các không gian này không chỉ linh hoạt trong việc tổ chức các nghi thức và tiệc cưới mà còn mang lại cảm giác thoải mái và gắn gũi với thiên nhiên cho các cặp đôi và khách mời.





3. Phong cách làng quê Bắc Bộ

Một điểm nhấn đặc biệt của Emerald Resort Ninh Bình là phong cách kiến trúc làng quê Bắc Bộ Việt Nam. Khu vực lễ tân được mô phỏng như một ngôi đình làng với vật liệu gỗ và mái ngói cong. Phong cách này không chỉ tạo nên sự độc đáo mà còn mang đến cảm giác ấm cúng, truyền thống, làm nổi bật lên sự khác biệt so với các địa điểm tổ chức tiệc cưới hiện đại.





4. Kinh nghiệm tổ chức lễ cưới

Emeralda Resort Ninh Bình đã có nhiều kinh nghiệm trong việc tổ chức các lễ cưới cho cả khách Việt Nam và nước ngoài. Kinh nghiệm này giúp khu nghỉ đáp ứng được các yêu cầu đa dạng của khách hàng, từ việc thiết kế lễ cưới theo phong cách truyền thống đến hiện đại, từ quy mô nhỏ gọn đến hoành tráng.

5. Gói cưới đa dạng

Khu nghỉ cung cấp các gói cưới kèm theo nhiều tiện ích hấp dẫn như spa, nhà hàng, tour du lịch, và voucher ưu đãi. Những dịch vụ này không chỉ giúp các cặp đôi có một lễ cưới hoàn hảo mà còn mang đến những trải nghiệm tuyệt vời trong suốt thời gian lưu trú tại khu nghỉ.



III. Thách thức

1. Chưa là lựa chọn ưu tiên hàng đầu

Tuy khu nghỉ tọa lạc trong khu bảo tồn Vân Long, nhưng so với danh thắng khác ở Ninh Bình như Tràng An, Tam Cốc, Hang Múa,... thì đầm Vân Long vẫn chưa được tỉnh chú trọng quảng bá nên chưa được nhiều du khách biết đến.

Thứ 2, So với các điểm đến khác như biển ví dụ Đà Nẵng, Phú Quốc hay khu vực cao nguyên như Sapa, Đà Lạt,... Ninh Bình chưa phải là lựa chọn ưu tiên hàng đầu của nhiều cặp đôi khi tổ chức lễ cưới. Điều này có thể do thiếu thông tin và quảng bá về mô hình cưới tại Ninh Bình.

2. Chi phí đi lại

Đối với khách ở Hà Nội thì điểm đến Ninh Bình là một điểm đến có chi phí đi lại hợp lý.

Tuy nhiên, với vị trí của khu nghỉ tại Ninh Bình có thể dẫn đến chi phí đi lại cao hơn so với nhóm du khách quốc tế và đến từ những tỉnh thành khác ở miền Nam.

3. Quảng bá chưa đủ mạnh

Hiện tại, tỉnh Ninh Bình chưa đẩy mạnh quảng bá về mô hình cưới, dẫn đến việc nhiều cặp đôi và các nhà tổ chức sự kiện chưa biết đến hoặc chưa hiểu rõ về tiềm năng của khu nghỉ Emeraldalda Resort.

4. Thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa tỉnh, các nhà tổ chức sự kiện cưới cùng các khu nghỉ dưỡng trong tỉnh.

Hiện tại ở tỉnh chưa có sự liên kết với các nhà tổ chức sự kiện cưới (wedding planners) trong khu vực để cùng tổ chức một vài buổi khảo sát các khu nghỉ dưỡng có mô hình tổ chức tiệc cưới, điều này hạn chế khả năng tiếp cận với các cặp đôi và làm giảm đi sự linh hoạt trong việc thiết kế và tổ chức các lễ cưới.

IV. Kết luận

Emeraldalda Resort Ninh Bình có nhiều tiềm năng để trở thành một điểm đến lý tưởng cho các cặp đôi muốn tổ chức lễ cưới. Với những điểm mạnh về vị trí, không gian, phong cách và kinh nghiệm tổ chức, khu nghỉ có thể mang đến những trải nghiệm tuyệt vời và đáng nhớ. Tuy nhiên, để phát triển bền vững và thu hút nhiều khách hàng hơn, cần có những biện pháp cải thiện về trang thiết bị, quảng bá, và liên kết với các nhà tổ chức sự kiện. Chúng tôi tin rằng với sự nỗ lực và định hướng đúng đắn, mô hình cưới tại Emeraldalda Resort Ninh Bình nói riêng và ở tỉnh nói chung sẽ ngày càng phát triển và được nhiều người biết đến.

Xin cảm ơn quý vị đã lắng nghe!

Chia sẻ kinh nghiệm trong thu hút và phục vụ loại hình du lịch gắn với lễ cưới ở Việt Nam

ThS. Nguyễn Văn Dũng
Công ty Tổ chức sự kiện Á Châu

Theo Destination Wedding Global Market Report 2023 thị trường cưới toàn cầu đang có mức tăng trưởng khá ấn tượng với khoảng 32,8% mỗi năm. Tổng giá trị thị trường năm 2023 ước đạt hơn 101 tỷ USD và tăng đến 134 tỉ vào năm 2027. Theo DPW Congress, từ năm 2022 khu vực châu Á Thái Bình Dương đóng góp quan trọng trong thị trường cưới toàn cầu với 40,52%, mức tăng trưởng hàng năm đạt 16,48%.

1. Đánh giá thực trạng tiềm năng thu hút du lịch lễ cưới ở Đà Nẵng

- Du lịch cưới tại Đà Nẵng là sản phẩm mới được hình thành và đang trong giai đoạn khởi động dựa trên nền tảng các hệ thống cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng biển cao cấp được quản lý bởi nhiều thương hiệu hàng đầu thế giới như Accor, IHG, Hilton..., các bãi biển đẹp, không gian tiệc cưới sang trọng, đẳng cấp, riêng tư, văn hóa ẩm thực đa dạng và đặc trưng, dịch vụ phụ trợ chuyên nghiệp... Cùng với Bali (Indonesia), Phuket (Thái Lan), Boracay (Philippines), Langkawi (Malaysia) hay Phú Quốc, Nha Trang, Phan Thiết tại Việt Nam, Đà Nẵng là điểm đến đang được các thị trường khách du lịch cưới quốc tế quan tâm, tìm hiểu và lựa chọn tổ chức sự kiện đáng nhớ trong đời.

- Theo thông tin tổng hợp dữ liệu thứ cấp từ các khách sạn và công ty sự kiện trên địa bàn thành phố, khách du lịch cưới chiếm tỷ trọng còn khá thấp trong tổng cơ cấu khách du lịch đến Đà Nẵng, bình quân có 90 -100 sự kiện cưới/01 năm với tổng lượng khách tham dự các sự kiện cưới từ 20.000 – 24.000 khách du lịch cưới/01 năm, ước doanh thu của các đơn vị khách sạn/ sự kiện ước từ 200 – 300 triệu/01 sự kiện cưới.

Cơ cấu thị trường khách

Qua kết quả khảo sát về thực trạng du lịch cưới Đà Nẵng do Sở Du lịch thực hiện trong năm 2023 cho thấy:

- 80% các nhà cung ứng dịch vụ cưới tại Đà Nẵng hướng đến cả 2 nhóm đối tượng là khách quốc tế và nội địa,
- 8,3% nhà cung ứng chú trọng duy nhất thị trường quốc tế
- 11,1% các nhà cung ứng chú trọng riêng thị trường nội địa

Lý do khách du lịch chọn Đà Nẵng tổ chức lễ cưới

- Phong cảnh đẹp
- Chi phí rẻ
- Thương hiệu thành phố đáng sống
- Biển và dịch vụ phù hợp
- Thương hiệu và đẳng cấp của các resort

2. Đánh giá chung về điểm đến du lịch lễ cưới ở Đà Nẵng

Điểm mạnh

- Vị trí địa lý, giao thông thuận lợi;
- Đa dạng trong phong cách cưới;
- Hệ thống cơ sở vật chất đa dạng ;
- Đa dạng các điểm tham quan, vui chơi, giải trí;
- Chất lượng dịch vụ hàng đầu;
- Chi phí lưu trú hợp lý, đủ sức cạnh tranh.

Điểm yếu

- Bất lợi về thời tiết từ tháng 8 đến tháng 2 năm sau;
- Thiếu đơn vị tổ chức đám cưới chuyên nghiệp ;
- Đường bay quốc tế đến Đà Nẵng còn hạn chế;
- Quy định về visa, nhập cảnh đối với đoàn khách đông;
- Các đơn vị chưa có định hướng khai thác lâu dài ;
- Các đám cưới có tính tôn giáo đặc thù (như đám cưới đạo hồi) cần đầu tư, trang bị thêm cơ sở vật chất, trang thiết bị, vật dụng..

Cơ hội

Thu hút lượng lớn khách cao cấp, khách có khả năng chi tiêu cao và lưu trú dài ngày, từ 3 – 7 ngày;

- Tạo sản phẩm du lịch mới cho điểm đến, tăng cường quảng bá du lịch Đà Nẵng, phát huy danh hiệu “Điểm đến sự kiện và lễ hội hàng đầu châu Á”;
- Thu hút các doanh nghiệp, tập đoàn lớn tăng cường đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng trong lĩnh vực phục vụ du lịch cưới

Thách thức

- Sự cạnh tranh lớn giữa các điểm đến du lịch cưới trong khu vực;
- Áp lực đối với việc nhập cảnh của các đoàn khách lớn;
- Chính sách Visa của Việt Nam còn hạn chế;
- Sự thiếu hụt đối với nguồn nhân lực tại chỗ cùng các dịch vụ phụ trợ cưới;
- Quyết định lựa chọn địa điểm cưới phụ thuộc vào các cặp đôi.

Các hoạt động đã triển khai để thu hút khách du lịch lễ cưới đến Đà Nẵng

- Quảng bá du lịch cưới Đà Nẵng tại Hội chợ SATTE Ấn Độ 2023 & 2024.
- Tham dự Wedding Excellence Awards, 2023 tại Ấn Độ
- Khảo sát, đánh giá tiềm năng của thị trường cũng như khả năng đáp ứng của Đà Nẵng đối với lĩnh vực du lịch cưới năm 2023.

- Tổ chức Tọa đàm: “Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch cưới Thành phố Đà Nẵng” (15/12/2023).

3. Mục tiêu phát triển du lịch lễ cưới của Đà Nẵng

Đối với thị trường khách du lịch nội địa

Định vị thị trường khách: Đà Nẵng trở thành địa điểm cưới nội địa hàng đầu Việt Nam.

Khách hàng mục tiêu: Tập trung thu hút các cặp đôi có thu nhập cao, người nổi tiếng từ các thành phố lớn và có đường bay trực tiếp.

Đối với thị trường khách du lịch Quốc tế

Định vị thị trường khách: Từng bước đưa Đà Nẵng trở thành điểm đến du lịch cưới được yêu thích

Khách hàng mục tiêu: Các cặp đôi đến từ Ấn Độ và Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản).

Các cặp đôi là Việt kiều, cặp đôi có cô dâu hoặc chú rể là người nước ngoài.

4. Một số kinh nghiệm thu hút khách du lịch lễ cưới đến Đà Nẵng

4.1. Các hoạt động xúc tiến quảng bá

- Công tác truyền thông: Ra mắt chuyên trang du lịch cưới Đà Nẵng wedding.danangfantasticity.com

- Xây dựng video chuyên đề về du lịch cưới

- Quảng bá thông qua người nổi tiếng, nghệ sĩ, KOLs

- Quảng bá trên báo, tạp chí, đài truyền hình và các trang mạng xã hội

4.2. Công tác xúc tiến quảng bá:

Giới thiệu du lịch cưới Đà Nẵng tại các hoạt động xúc tiến, quảng bá trong nước và quốc tế

- Đối với thị trường khách du lịch lễ cưới trong nước:

+ Hội chợ VITM Hà Nội;

+ Hội chợ ITE Hồ Chí Minh.

- Đối với thị trường khách du lịch lễ cưới Quốc tế:

+ Hội chợ SATTE Ấn Độ;

+ Hội chợ ITE&MICE Hong Kong;

+ Các chương trình roadshow tại Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Đài Loan (Trung Quốc), Malaysia, Philippines, Thái Lan, Indonesia ...

+ Tổ chức đón đoàn wedding planners/presstrip nội địa và quốc tế từ thị trường trọng điểm.

+ Tích cực tham gia các triển lãm cưới trong nước và quốc tế.

+ Dự kiến phối hợp The Capture Factoring thực hiện dự án chương trình truyền hình thực tế Ấn Độ dành cho các cặp đôi hẹn hò tại Đà Nẵng dự kiến từ ngày 20/6 – 13/7/2024.

4.3. Đăng cai tổ chức các sự kiện lễ cưới quốc tế, trong nước

- Xúc tiến đăng cai tổ chức Sự kiện DWP Congress tại Đà Nẵng.
- Mời các NTK chuyên về thời trang cưới tổ chức show trình diễn, triển lãm trang phục cưới.
- Tổ chức sự kiện cưới “Danang – Where happiness begins”.
- Tổ chức Hội nghị/Hội thảo chuyên đề về du lịch cưới.

4.4. Tạo ra các công trình, điểm nhấn cho du lịch lễ cưới.

- Khảo sát, lựa chọn các địa điểm mang tính đặc trưng
- Định hướng truyền thông các điểm check –in sẵn có của Đà Nẵng phù hợp trở thành địa điểm cầu hôn, chụp ảnh cưới
- Đầu tư, xây dựng mới các điểm check-in phù hợp với chủ đề cưới.

4.5. Phát triển nhân lực, công nghệ du lịch lễ cưới

Tăng cường sự liên kết với các Hội nghề nghiệp trong đào tạo nhân lực du lịch cưới.

Bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tổ chức sự kiện, chế biến ẩm thực, đặc biệt là ẩm thực Ấn Độ.

Bổ sung kiến thức về văn hóa, lịch sử của Đà Nẵng và đào tạo ngoại ngữ cho đội ngũ hướng dẫn, thuyết minh viên du lịch.

Khuyến khích việc nghiên cứu, áp dụng các công nghệ cưới hiện đại, phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của thị trường.

4.6. Mở rộng hợp tác phát triển du lịch lễ cưới

Xây dựng cộng đồng các wedding planner

Tiếp tục kết nối với Quảng Nam, Thừa Thiên Huế xây dựng sản phẩm dịch vụ, tour tham quan đặc trưng.

Khuyến khích sự hợp tác, liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp khách sạn, lữ hành, kinh doanh du lịch của Đà Nẵng với các tỉnh khu vực miền Trung.

Xây dựng các gói sản phẩm kích cầu du lịch cưới hàng năm.

5. Xây dựng một số chương trình thí điểm kế hoạch thu hút du lịch lễ cưới trên địa bàn TP. Đà Nẵng

Sự kiện cưới (đám cưới, kỷ niệm ngày cưới...) tại Đà Nẵng đáp ứng các điều kiện

5.1. Mức 1: Từ 50 – 100 khách/tiệc, lưu trú ít nhất: 25 đêm phòng.

Được hỗ trợ miễn phí các dịch vụ sau:

- Hiện thị thông tin chào đón tại Sân bay Quốc tế Đà Nẵng;
- Hoa tươi chào đón cô dâu, chú rể
- Bảng hashtag chào đón tại sân bay hoặc khách sạn.
- Sản phẩm bộ nhận diện du lịch cưới Đà Nẵng.
- Tư vấn thủ tục thông quan hàng hóa.
- Tặng vé trải nghiệm dịch vụ tại các điểm tham quan

5.2. Mức 2: Từ 100 – 200 khách/tiệc, lưu trú ít nhất: 50 đêm phòng.

Được nhận các dịch vụ ở Mức 1 và được lựa chọn thêm 01 trong các nội dung sau:

- (1) Biểu diễn nghệ thuật truyền thống Việt Nam trong tiệc cưới (tối đa 60 phút).
- (2) Pháo sáng phun điện/kim tuyến.
- (3) Gói dịch vụ bay flycam trong tiệc cưới chính.
- (4) Trải nghiệm city tour Đà Nẵng bằng xích lô dành cho 10 người

5.3. Mức 3: Trên 200 khách/tiệc, lưu trú ít nhất: 100 đêm phòng.

Được tặng 01 đêm phòng tân hôn tại khách sạn 5 sao trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

• Được nhận các dịch vụ như Mức 1 và được lựa chọn thêm 02 trong số các nội dung sau:

- (1) Biểu diễn nghệ thuật truyền thống Việt Nam trong tiệc cưới (tối đa 60 phút).
- (2) Pháo sáng phun điện/kim tuyến.
- (3) Gói dịch vụ bay flycam trong tiệc cưới chính.
- (4) Trải nghiệm city tour Đà Nẵng bằng xích lô dành cho 10 người.
- (5) Chương trình khảo sát của đoàn tiền trạm, gồm phương tiện di chuyển, tourguide, phòng ở.

5.4. Chương trình đặc biệt

Tặng 01 phút trình diễn pháo sáng phun điện trong sự kiện cưới

Và các dịch vụ gồm:

• Được tặng 01 đêm phòng tân hôn tại khách sạn 5 sao trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

• Được nhận các dịch vụ như Mức 1 và được lựa chọn thêm 02 trong số các nội dung sau:

- (1) Biểu diễn nghệ thuật truyền thống Việt Nam trong tiệc cưới (tối đa 60 phút).
- (2) Pháo sáng phun điện/kim tuyến.
- (3) Gói dịch vụ bay flycam trong tiệc cưới chính.
- (4) Trải nghiệm city tour Đà Nẵng bằng xích lô dành cho 10 người.
- (5) Chương trình khảo sát của đoàn tiền trạm./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo hoạt động kinh doanh du lịch Đà Nẵng qua các năm.
2. Kế hoạch: *Phát triển du lịch cưới và chương trình thí điểm thu hút khách du lịch cưới đến Đà Nẵng giai đoạn 2024 – 2025. Sở du lịch Đà Nẵng năm 2024.*
3. facebook.com/officialdanangtourism
4. www.wedding.danangfantasticity.com
5. www.danangfantasticity.com

MỘT SỐ HÀM Ý VỀ CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH, XÚC TIẾN QUẢNG BÁ, ĐẢM BẢO AN NINH, AN TOÀN CHO KHÁCH DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI Ở VIỆT NAM.

*Th.s Trần Thị Mai Hương - Chuyên viên chính, Phòng QLXTDL,
Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam*

I. THỰC TRẠNG LOẠI HÌNH DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI Ở VIỆT NAM

Du lịch kết hợp với tổ chức đám cưới hay còn gọi là Du lịch đám cưới đang trở thành xu hướng “hot” với nhiều cặp đôi trẻ, đặc biệt là giới thượng lưu trên thế giới hiện nay. Hình thức này cũng hứa hẹn đem lại cho ngành Du lịch Việt Nam nguồn lợi không nhỏ.

Ngay từ đầu năm 2024, Đà Nẵng tung bừng đón các cặp đôi Ấn Độ đến tổ chức đám cưới xa hoa. Cô dâu Kashmira và chú rể Inderdeep đã chọn thành phố Đà Nẵng làm nơi tổ chức lễ cưới, từ ngày 19 - 21/1 với gần 500 thượng khách, nhân viên phục vụ. Hơn 1 tấn nguyên vật liệu, trang phục, đạo cụ được chuyển từ Ấn Độ sang. Cặp đôi đã thuê toàn bộ 258 phòng nghỉ tại khách sạn Sheraton Grand Da Nang để phục vụ cho các khách mời. Còn cô dâu Kulvin Kaur và chú rể Dilip Bhagwan đã tổ chức đám cưới tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa từ ngày 2 - 4/2 với hơn 200 thượng khách. Từ ngày 29/2 - 2/3, cô dâu Heena Paryani và chú rể Bhisham Ramchandani tổ chức lễ cưới với hơn 400 thượng khách, 650 phòng lưu trú tại resort 5 sao Danang Marriot Resort and Spa. Các cặp đôi tổ chức đám cưới truyền thống Ấn Độ với nhiều nghi thức cưới long trọng. Gần 1.000 khách mời quốc tế cho 3 đám cưới, mỗi đám cưới kéo dài 3 - 4 ngày, tổng lượng phòng khách sạn phục vụ cho 3 đám cưới đạt hơn 1000 đêm phòng, lưu trú tại các resort đẳng cấp quốc tế tại Đà Nẵng.

Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh) cũng đã là nơi tổ chức đám cưới trên du thuyền 5 sao với sự chứng kiến của 400 thượng khách cho một cặp đôi người Ấn Độ. 100 nhân viên tổ chức sự kiện, đầu bếp, nghệ sĩ Ấn Độ mang theo nguyên vật liệu phục vụ lễ cưới được chuyển từ Ấn Độ đến Quảng Ninh. Một đám cưới hàng triệu đô khác của cặp đôi tỷ phú người Ấn Độ diễn ra tại Phú Quốc (Kiên Giang) năm 2019 trong 7 ngày liên tục. Cô dâu, chú rể đã thuê 2 chiếc máy bay bay thẳng từ Ấn Độ sang Phú Quốc để chuẩn bị đám cưới. Theo ý tưởng của cô dâu Kaabia Grawal, không gian tiệc cưới lấy cảm hứng từ biển cả bao la, được trang hoàng thật lộng lẫy, sang trọng nhưng vẫn toát lên vẻ tinh tế, lãng mạn như một câu chuyện cổ tích có thực. Đặc biệt, sân khấu chính của buổi tiệc được bố trí ngay trước bãi biển Bãi Kem êm đềm, thơ mộng khiến không gian đám cưới thêm phần lãng mạn. Nghi lễ của đám cưới được thực hiện trang trọng với nhiều hoạt động ấn tượng và một bữa tiệc âm nhạc có sự góp mặt của nhiều nghệ sĩ nổi tiếng đến từ đất nước sông Hằng.

Với lợi thế tài nguyên thiên nhiên phong phú, nhiều bãi biển đẹp, hạ tầng du lịch được đầu tư phát triển, nhiều đường bay thẳng thuận lợi, thủ tục nhập xuất cảnh đơn giản, con người nồng hậu, mến khách..., Việt Nam đang nổi lên là điểm đến hấp dẫn với những du khách nước ngoài, nhất là du lịch tổ chức sự kiện, đám cưới. Không chỉ ở Phú Quốc

(Kiên Giang), nhiều địa danh nổi tiếng khác của Việt Nam như: Nha Trang (Khánh Hòa), Đà Nẵng, Hạ Long (Quảng Ninh), Hội An (Quảng Nam)... đều là những điểm đến lý tưởng với nhiều du khách quốc tế. Du lịch đám cưới hứa hẹn đem lại cho ngành Du lịch Việt Nam nguồn lợi không nhỏ. Bởi du khách quốc tế lựa chọn tour du lịch kết hợp tổ chức hôn lễ thường có điều kiện tài chính và sẵn sàng chi tiêu cho đám cưới của mình. Nhiều khách đến từ Ấn Độ, Âu Mỹ... có thể trả số tiền lên đến hàng triệu USD cho sự kiện quan trọng bậc nhất đời mình.

II. CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH XÚC TIẾN QUẢNG BÁ CHO LOẠI HÌNH DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI Ở VIỆT NAM

Với tiềm năng và lợi thế như phân tích ở trên, Việt Nam cần có cơ chế, chính sách phù hợp để thu hút và đẩy mạnh loại hình du lịch này phát triển trong thời gian tới. Một trong những cơ chế chính sách cần chú trọng là xúc tiến quảng bá loại hình du lịch này ở các thị trường mục tiêu.

Loại hình du lịch lễ cưới có những đặc điểm đặc thù như sau:

1. Tính cá nhân hóa cao: Du lịch lễ cưới thường được thiết kế theo yêu cầu và sở thích riêng của cặp đôi, từ địa điểm phong cách trang trí, đến các hoạt động kèm theo.

2. Địa điểm đặc biệt: Các địa điểm tổ chức lễ cưới thường là những nơi có cảnh quan đẹp, lãng mạn hoặc có ý nghĩa đặc biệt với cặp đôi, chẳng hạn như bãi biển, khu nghỉ dưỡng cao cấp, hoặc các địa điểm du lịch nổi tiếng.

3. Dịch vụ trọn gói: Loại hình du lịch này thường bao gồm nhiều dịch vụ đi kèm như chỗ ở, ẩm thực, nhiếp ảnh, trang điểm, tổ chức sự kiện và các hoạt động giải trí cho khách mời.

4. Quy mô và chi phí: Du lịch lễ cưới có thể tổ chức với quy mô lớn hoặc nhỏ tùy thuộc vào ngân sách của cặp đôi. Chi phí cho một lễ cưới tại địa điểm du lịch thường cao hơn so với lễ cưới truyền thống do bao gồm nhiều dịch vụ cao cấp và chi phí di chuyển.

5. Thời gian và kế hoạch: Việc tổ chức lễ cưới tại địa điểm du lịch yêu cầu sự chuẩn bị và kế hoạch kỹ lưỡng về thời gian, từ việc chọn ngày, đặt chỗ, đến việc thông báo cho khách mời và sắp xếp hành trình.

6. Trải nghiệm kết hợp: Du lịch lễ cưới thường kết hợp giữa lễ cưới và tuần trăng mật, giúp cặp đôi tiết kiệm thời gian và chi phí khi có thể tận hưởng ngay sau khi lễ cưới kết thúc.

7. Khách mời quốc tế: Với cặp đôi có khách mời từ nhiều quốc gia, du lịch lễ cưới tại điều kiện thuận lợi để mọi người gặp gỡ và trải nghiệm du lịch cùng nhau.

8. Yếu tố pháp lý: Cần bảo đảm các thủ tục pháp lý liên quan đến việc tổ chức lễ cưới ở một quốc gia khác, bao gồm giấy tờ hôn nhân, visa, và các quy định liên quan đến tổ chức sự kiện.

Những đặc điểm này giúp du lịch lễ cưới trở thành một lựa chọn hấp dẫn cho các cặp đôi muốn tạo ra kỷ niệm đáng nhớ và đặc biệt cho ngày trọng đại của mình. Với những đặc điểm riêng biệt đó, chính sách xúc tiến quảng bá loại hình du lịch lễ cưới có thể bao gồm những biện pháp sau:

1. Chiến lược tiếp thị đa kênh: Sử dụng các kênh tiếp thị trực tuyến (website, mạng xã hội, email marketing) và ngoại tuyến (triển lãm, sự kiện) để tiếp cận đối tượng khách hàng mục tiêu.

2. Tăng cường hợp tác chặt chẽ giữa đơn vị tổ chức sự kiện, công ty lữ hành và khách sạn: Xây dựng các gói dịch vụ kết hợp giữa du lịch và lễ cưới, hợp tác với các đối tác cung cấp dịch vụ như khách sạn, resort, nhà hàng và các công ty tổ chức sự kiện.

3. Quảng bá qua người ảnh hưởng (influencers) và người nổi tiếng: Mời các người ảnh hưởng và người nổi tiếng tham gia trải nghiệm và chia sẻ về dịch vụ du lịch lễ cưới trên các nền tảng mạng xã hội để tăng sự nhận diện và uy tín.

4. Tạo nội dung hấp dẫn: Sản xuất các video, bài viết, hình ảnh về các địa điểm tổ chức lễ cưới, các câu chuyện tình yêu và trải nghiệm của các cặp đôi để thu hút sự quan tâm của khách hàng.

5. Khuyến mãi và ưu đãi: Cung cấp các chương trình khuyến mãi, ưu đãi đặc biệt cho các cặp đôi đặt dịch vụ trong thời gian nhất định hoặc theo mùa du lịch.

6. Tham gia tổ chức các triển lãm du lịch và cưới: Địa phương, doanh nghiệp có nhu cầu đẩy mạnh loại hình dịch vụ du lịch này cần tích cực tham gia các hội chợ du lịch, triển lãm cưới quốc tế để giới thiệu và quảng bá dịch vụ du lịch lễ cưới của địa phương.

7. Xây dựng website chuyên biệt: Tạo website chuyên về du lịch lễ cưới với đầy đủ thông tin, hình ảnh, video và các gói dịch vụ dễ dàng tìm kiếm và liên hệ.

8. Hỗ trợ thủ tục pháp lý: Cung cấp dịch vụ hỗ trợ thủ tục pháp lý, giấy tờ cần thiết cho cặp đôi tổ chức lễ cưới tại nước ngoài, giúp họ yên tâm và tin tưởng hơn.

9. Tăng cường hợp tác quốc tế: Hợp tác với các tổ chức du lịch quốc tế, đại sứ quán, và các đối tác nước ngoài để mở rộng thị trường và thu hút khách hàng quốc tế.

10. Đào tạo nhân lực: Đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, có kinh nghiệm và kỹ năng trong việc tổ chức và phục vụ lễ cưới, đảm bảo chất lượng dịch vụ cao.

Bên cạnh đó, việc xác định thị trường mục tiêu phù hợp cho các hoạt động xúc tiến quảng bá là bài toán mà địa phương và doanh nghiệp cần đưa ra lời giải để tránh đầu tư xúc tiến quảng bá dàn trải, lãng phí. Ấn Độ là một thị trường mục tiêu điển hình cho loại hình du lịch lễ cưới ở Việt Nam. Du lịch kết hợp đám cưới

đang được yêu thích tại Ấn Độ trong khoảng 10 năm qua. Người dân Ấn Độ đang muốn đến các nước khác để tổ chức đám cưới. Việt Nam có thể là một lựa chọn cho họ. Việt Nam có ưu thế về giá cả, chi phí một tour du lịch kết hợp đám cưới tại Việt Nam có thể còn rẻ hơn chi phí tổ chức ngay tại Ấn Độ. Việt Nam được yêu thích nhờ sở hữu nhiều danh lam thắng cảnh, món ăn ngon và được tiếp đón chu đáo...

Sau khi xác định được thị trường mục tiêu, việc nghiên cứu, tìm hiểu về thói quen, văn hóa và sở thích của khách trong thị trường mục tiêu đóng vai trò quan trọng. Nhiều người Ấn Độ, đặc biệt là thế hệ trẻ, chú trọng tổ chức đám cưới đơn giản, thân thiện với môi trường thay vì những đám cưới tốn kém như trước. Mọi thứ trong bữa tiệc từ đồ ăn đến đồ trang trí, trang phục cô dâu hay thậm chí là đồ trang sức đều lấy chất liệu thân thiện với môi trường như gỗ rừng, hoa tươi, cây cỏ...

III. CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH ĐẢM BẢO AN TOÀN, AN NINH CHO LOẠI HÌNH DU LỊCH GẮN VỚI TỔ CHỨC LỄ CƯỚI Ở VIỆT NAM

Bên cạnh cơ chế, chính sách về xúc tiến, quảng bá cho loại hình du lịch lễ cưới, cơ chế chính sách đảm bảo an toàn, an ninh cho du khách trong toàn bộ sự kiện cũng cần đặc biệt quan tâm, chú trọng.

1. Quy định pháp lý rõ ràng: Xây dựng và ban hành các quy định pháp lý cụ thể về việc tổ chức lễ cưới tại các địa điểm du lịch, đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn và an ninh.

2. Giám sát và kiểm tra định kỳ: Thực hiện các cuộc kiểm tra định kỳ tại các địa điểm tổ chức lễ cưới để đảm bảo tuân thủ các quy định về an toàn, vệ sinh và an ninh.

3. Tăng cường hợp tác với các cơ quan chức năng: Đơn vị tổ chức sự kiện cần tăng cường phối hợp giữa các cơ quan chức năng như công an, y tế, và các đơn vị liên quan để đảm bảo an ninh trật tự và ứng phó kịp thời với các tình huống khẩn cấp.

4. Đào tạo nhân viên an ninh: Đào tạo nhân viên an ninh, bảo vệ có kỹ năng và kinh nghiệm trong việc xử lý các tình huống khẩn cấp, đảm bảo an toàn cho khách mời và cặp đôi.

5. Hệ thống cảnh báo và cứu hộ: Trang bị hệ thống cảnh báo sớm và các thiết bị cứu hộ tại các địa điểm tổ chức lễ cưới, đặc biệt là ở những nơi có nguy cơ cao như bãi biển, khu vực núi đồi.

6. Bảo hiểm sự kiện: Khuyến khích hoặc yêu cầu các cặp đôi mua bảo hiểm sự kiện để bảo vệ tài chính trong trường hợp có sự cố bất ngờ xảy ra.

7. Cơ sở hạ tầng và trang thiết bị an toàn: Đảm bảo cơ sở hạ tầng và trang thiết bị tại địa điểm tổ chức lễ cưới đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn, bao gồm hệ thống phòng cháy chữa cháy, cứu hộ y tế, và an ninh.

8. Kế hoạch ứng phó khẩn cấp: Xây dựng và thực hiện các kế hoạch ứng phó khẩn cấp cho các tình huống như thiên tai, hỏa hoạn, tai nạn, hoặc các sự cố an ninh khác.

9. Thông tin và hướng dẫn an toàn: Cung cấp thông tin và hướng dẫn cụ thể về an toàn cho cặp đôi và khách mời trước và trong suốt quá trình tổ chức lễ cưới.

10. Giám sát sức khỏe và y tế: Đảm bảo có đội ngũ y tế sẵn sàng tại chỗ và có kế hoạch giám sát sức khỏe khách mời, đặc biệt trong bối cảnh dịch bệnh.

11. Quyền lợi và bảo vệ dữ liệu cá nhân: Bảo vệ quyền lợi và dữ liệu cá nhân của cặp đôi và khách mời, đảm bảo không tiết lộ thông tin cá nhân mà không có sự đồng ý. Những cơ chế chính sách này giúp tạo ra một môi trường an toàn và an ninh cho loại hình du lịch lễ cưới, mang lại sự yên tâm và hài lòng cho cặp đôi và khách mời.

Việt Nam sở hữu nhiều bãi biển đẹp, được đầu tư cơ sở vật chất mạnh trong những năm qua. Nếu được quảng bá rộng hơn, Việt Nam sẽ được nhiều cặp đôi trẻ từ các nước khác nhau trên thế giới lựa chọn làm địa điểm tổ chức đám cưới. Thông qua du lịch đám cưới, Việt Nam cũng có thể quảng bá được nét đẹp văn hóa, ẩm thực, cảnh quan thiên nhiên, danh lam thắng cảnh... với bạn bè quốc tế. Những hình ảnh, trải nghiệm trực tiếp của khách nước ngoài sẽ là kênh quảng bá tuyệt vời, chân thực nhất để bạn bè quốc tế biết đến du lịch Việt Nam tươi đẹp.

Phục dựng đám cưới truyền thống của người dân tộc thành sản phẩm du lịch phục vụ khách du lịch

TS. Phạm Thị Hải Yến - Trường Đại học Văn hóa Hà Nội

Trong thời gian vừa qua, nhằm đa dạng hóa nhiều sản phẩm du lịch phục vụ khách du lịch, nhiều địa phương phục dựng những đám cưới truyền thống của cộng đồng bà con dân tộc, phục dựng đám cưới truyền thống, như đám cưới Dao ở xã Hà Lâu, đám cưới Sán Dìu ở xã Hải Lạng (Tiên Yên), đám cưới Sán Chỉ ở xã Lục Hồn (Bình Liêu). Đám cưới của bà con người K’Ho (Lâm Hà, Lâm Động)

Ngày nay, các huyện đều chú trọng đến việc phát triển du lịch, do vậy các đám cưới được phục dựng nhằm tạo ra sản phẩm du lịch. Bởi thị hiếu của du khách thường thích thú tìm hiểu những nét phong tục độc đáo, lạ mà địa phương mình không có.

Bởi qua nhiều năm cuộc sống hòa nhập, hầu hết các đám cưới của người dân tộc thiểu số đều mang những nét giống đám cưới người Kinh. Một lý do đơn giản là để bớt rườm rà, vì cuộc sống hiện tại, các khu vực đô thị đều chật chội, giao thông đông đúc, lớp trẻ lại thích sống nhanh nên đều lựa chọn lối sống hiện đại hơn. Bởi nếu một đám rước dâu, cô dâu ngồi trong kiệu để một đám người khênh trên đường rất kèn cồng và mất thời gian, nhất là khi nhà cô dâu ở cách xa nhà chú rể (có khi phải mất mấy ngày nếu cô dâu ở tỉnh khác). Do vậy, đám cưới rước dâu với xe hơi đời mới vẫn được lớp trẻ ưu tiên hàng đầu.

Thế nhưng khi lễ cưới của người dân tộc thiểu số được phục dựng là sản phẩm du lịch thì càng giữ được nét bản sắc độc đáo của văn hóa truyền thống thì du khách càng thích. Do vậy, dù đã được phục dựng nhưng một vài đám cưới cũng dừng ở mức độ để tổ chức trong các lễ hội và trở thành sản phẩm du lịch thì xem ra vẫn là hợp lý hơn. Bởi nếu là đám cưới thật diễn ra trong đời thường, thì chắc khách du lịch cũng không đến bởi khi ấy họ sẽ suy nghĩ khác, đám cưới phải có mời đàn hoàng mới đến, nếu không mời thì đến làm gì. Thế nhưng nếu là đám cưới phục dựng thì du khách lại đến xem nhiệt tình, thậm chí lại còn chen chúc để xem mặt cô dâu chú rể, tuy họ biết rằng đó là cô dâu chú rể phục dựng.

Một số ví dụ cụ thể của việc phục dựng lễ cưới của cộng đồng dân tộc phục vụ phát triển dân tộc



Đám cưới truyền thống của người Sán Dìu được phục dựng lại ở xã Hải Lạng (Tiên Yên).



Đám cưới của người Sán Chi được phục dựng tại xã Lục Hồn (Bình Liêu) trong Tuần Văn hóa - Du lịch Bình Liêu 2020 thu hút nhiều du khách

(1) Chỉ riêng ở xã Hà Lôu, huyện Tiên Yên, là nơi đầu tiên phục dựng đám cưới của người Dao, nhưng nhiều bà con đã áp dụng luôn vào trong cuộc sống thật của mình, bởi xem ra nó gọn nhẹ và gần gũi với cuộc sống hiện nay của người Dao hơn.

Hà Lôu có tới hơn 71% là người dân tộc Dao, hiện bà con nơi đây vẫn giữ được nhiều phong tục truyền thống của người Dao, trong đó có đám cưới Dao. Trong Lễ hội Văn hóa, Thể thao dân tộc Dao xã Hà Lôu lần thứ nhất năm 2018, lần đầu tiên tái hiện lễ rước dâu của đồng bào dân tộc Dao.

Anh Sẩn Chi Năm, thôn Khe Lẹ, xã Hà Lôu, là người thường giữ vai trò ông mối trong các đám cưới Dao, chia sẻ: Các đôi uyên ương người Dao cũng thường tổ chức đám cưới vào dịp cuối năm và đầu năm mới.

(2) Thôn Khe Lẹ, xã Hà Lôu nơi có 100% là người dân tộc Dao sinh sống dự kiến được xây dựng thành mô hình Homestay để du khách khi đến Hà Lôu có thể lưu trú. Bởi Hà Lôu có chợ phiên không chỉ có người Dao đến từ các thôn Bản của Hà Lôu và các xã của huyện Tiên Yên, mà còn thu hút cả bà con các dân tộc đến từ các xã của TP Hạ Long (Hoành Bồ cũ), huyện Bình Liêu và các huyện Đình Lập, Lộc Bình của tỉnh Lạng Sơn sang mua bán trao đổi hàng hóa. Do vậy đám cưới Dao cũng đã trở thành sản phẩm du lịch ở Hà Lôu, trước mắt là với những người đến dự đám cưới người Dao trên địa bàn xã.

Trước khi tổ chức hôn nhân, đôi trai gái có một thời gian tìm hiểu nhau, thông qua gia đình tiến hành tổ chức 4 nghi lễ như: Lễ dạm ngõ, lễ hỏi hay còn gọi là lễ “tấp pi ầu”, lễ “ăn gánh” hay còn gọi là lễ “làm sách đỏ” và cuối cùng là lễ cưới. Lễ làm sách đỏ được coi là lễ ban đầu và quyết định công việc cuối cùng tiến tới hôn lễ. Khi đôi bên đã thuận, nhà trai mang một đôi gà đến nhà ông mối để chuẩn bị sắp lễ thường vào lúc chiều tối. Ông mối xem chân gà để chứng kiến hạnh phúc đôi trai gái, rồi ông mối làm sách đỏ giống như hôn thư được cộng đồng phê chuẩn quyết định ngày cưới chính thức. Sau đó hai bên gia đình giao ước quyết định ngày cưới.

Vào ngày cưới, cô dâu mặc trang phục của dân tộc mình, đó là bộ đẹp nhất và cầu kỳ nhất. Điều quan trọng là bộ trang phục phải do chính tay cô dâu thêu cho mình trước khi lấy chồng. Ngoài ra, cô dâu còn có thêm một chiếc khăn thêu độc đáo, một chiếc mũ đội đầu thêu hoa văn có rùa bốn bên và chiếc khăn che mặt được thêu bằng những sợi chỉ sặc sỡ. Như vậy, qua đám cưới Dao theo nghi lễ cổ truyền, người dân còn phát huy thêm nghề thêu thổ cẩm của mình, để phát huy bản sắc dân tộc.

(3) Lễ cưới được tái hiện làm 2 phần, phần 1 làm tại căn nhà rông truyền thống của già làng Duân Jai K’Bat (đã mất) để lại làm nhà sinh hoạt cộng đồng cho tổ dân phố. Đây là đám cưới được thực hiện theo đúng các nghi lễ truyền thống cha ông của đồng bào K’ho, nhằm để cho bà con trong khu vực chứng kiến, ghi nhớ lại để bảo tồn 1 cách chính xác nhất phong tục tập quán của cha ông để lại. Phần 2 cũng các nghi lễ đó, nhưng được biểu diễn trên sân khấu ngoài sân bên cạnh đó để tất cả các du khách và nhân dân trong khu vực được xem và tìm hiểu về lễ cưới của một dân tộc thiểu số tại địa phương.

Đối với đồng bào dân tộc K’Ho - một trong 47 dân tộc anh em sống trên mảnh đất Lâm Đồng, theo chế độ mẫu hệ, thì đám cưới (Lễ Tom Bau) là một sự kiện quan trọng bậc nhất trong cuộc đời; do đó, việc xem xét, lựa chọn ý trung nhân rất kỹ càng. Tự do hôn nhân, nên một khi cô gái đã thích chàng trai nào đó, thì sẽ chủ động yêu cầu cha mẹ đến dạm hỏi.

Khi đôi trai gái đã đồng ý thì việc dạm hỏi và xin cưới đều do nhà gái đứng ra lo liệu và thường là ông cậu của nhà gái chủ trì. Những lễ vật thách cưới thường là trâu, chiêng, chóe, rượu cần và nhẫn bạc, chuỗi hạt... Nếu nhà trai thách cưới quá cao, thì nhà gái sẽ xin nợ và trả sau một vài năm, khi kinh tế gia đình đã ổn định.

Người K’Ho khi có ý định tổ chức lễ cưới chồng cho đôi trai gái, thường không phải xem ngày lành tháng tốt, mà cứ ấn định vào một khoảng thời gian nhất định để không ảnh hưởng đến công việc lao động sản xuất. Và tất cả những nghi thức liên quan đến lễ dạm hỏi và lễ cưới đều được tiến hành vào ban đêm.

Lễ cưới sẽ được nhà trai tổ chức trước. Lúc này nhà gái phải mang của hồi môn tới nhà trai và đón rể. Nhà trai sẽ đón cô dâu và cho cô dâu ngồi ở một vị trí trang trọng giữa gian nhà chính. Nhưng trước khi vào nhà, cô dâu sẽ phải tiến hành nghi thức rửa chân. Nghi lễ này mang ý nghĩa cô dâu phải giữ gìn sự trong sạch, là người phụ nữ đoan chính.

Trong lễ cưới của người K’Ho đều có nghi lễ ném ruột gà. Đây có thể coi là việc quan trọng nhất trong đám cưới để công nhận đôi trẻ đã chính thức thành vợ thành chồng. Từ nay, họ sẽ được tự do đi lại giữa hai bên gia đình... Lễ cưới thường kéo dài trong 1 ngày 1 đêm tại nhà gái, do ông cậu lớn nhất trong gia đình nhà gái hoặc già làng đứng ra tổ chức.

Nếu như trong lễ cưới, bên nhà trai ăn uống linh đình, thì về bên nhà gái, mọi thủ tục được tối giản, nhất là những gia đình điều kiện kinh tế khó khăn, vì những gì giá trị nhất đã đem sang nhà trai trả lễ “thách cưới” rồi. Do vậy, nhà gái chỉ tổ chức mời khách khứa khi nào kinh tế ổn định. Có khi vài năm sau họ mới tổ chức đám cưới. Tuy nhiên, dù là nhà trai hay nhà gái thì trong lễ cưới cũng không thể thiếu những chén rượu cần...

Mặc dù sống ngay giữa thị trấn hiện đại, nhưng từ trước đến nay, bà con dân tộc K’ho trong khu vực này vẫn tổ chức đám cưới theo phong tục truyền thống của cha ông. Vì là dân tộc theo chế độ mẫu hệ, nên đám cưới của người K’ho khác rất nhiều so với những dân tộc khác. Nhà gái cưới chồng cho con, sau lễ cưới chủ rể phải đến ở rể tại nhà gái.

Tái hiện “Lễ cưới của người K’Ho” là hoạt động nằm trong chuỗi các hoạt động hưởng ứng Tuần lễ vàng du lịch tỉnh Lâm Đồng lần thứ 2 năm 2023. Và sang năm 2024 việc phục dựng lại lễ cưới này vẫn diễn ra trong tuần lễ vàng du lịch của tỉnh Lâm Đồng diễn ra từ 31/5 đến 5 tháng 6 năm 2024. Hoạt động này vẫn thu hút được rất nhiều sự chú ý của khách du lịch khi đến tuần lễ du lịch của tỉnh. Đây cũng là nhiệm vụ bảo tồn các giá trị văn hóa, giữ gìn các phong tục quý báu và quảng bá vẻ đẹp truyền thống của người K’Ho hướng tới phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương.



Đám cưới Dao ở thôn Khe Lẹ, xã Hà Lâu (Tiên Yên).



Ngày cưới, nhà gái sang trao lễ vật xin cưới rể. Nhà trai cũng trao tín vật... của lễ cưới người K’Ho Lâm Hà, Lâm Đồng.

Mục đích chính của cuộc tái hiện đám cưới của người dân tộc này là muốn bảo tồn văn hóa của đồng bào và làm du lịch cộng đồng. Mặc dù đến nay, bà con đều tổ chức đám cưới theo phong tục truyền thống, nhưng mỗi nơi làm 1 khác và đang bị mai một theo cuộc sống hiện đại. Để tổ chức cuộc tái hiện này, đơn vị đã phải tập hợp ý kiến của rất nhiều già làng trong các bản làng, để tổ chức một cách chính xác nhất những nghi thức của 1 đám cưới theo truyền thống trước đây. Đây là đám cưới tổ chức một cách đầy đủ nhất theo phong tục truyền thống với cả các bài cúng còn lưu giữ, để lấy làm 1 chuẩn mực cho bà con tổ chức các đám cưới cho con cháu sau này...

Phục dựng Lễ cưới truyền thống của người cộng đồng người dân tộc nhằm giới thiệu cho du khách, khán giả hiểu biết về các nghi thức trong đám cưới của người dân tộc với những nét đẹp của người dân tộc trong lễ hội, phong tục tập quán; giới thiệu một số làn điệu dân ca, công chiêng, các nhạc cụ truyền thống,

dân vũ...; khâu hóa nhằm tạo điều kiện cho du khách dễ hiểu, nhưng việc phát triển phải phù hợp với phong tục, tập quán của người dân tộc.

Để tổ chức tái hiện lễ cưới của người người dân tộc, người làm du lịch, người tham gia phục dựng lại lễ cưới cũng đã tham vấn nhiều ý kiến của nhiều già làng, người có uy tín am hiểu phong tục, tập quán của người dân tộc trên địa bàn; từ đó, tái hiện một cách chính xác nhất và đầy đủ nhất những nghi thức của một đám cưới truyền thống. Việc tái hiện lễ cưới của người bản làng dân tộc không những góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của họ mà còn quảng bá vẻ đẹp văn hóa người họ hướng đến phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://baolamdong.vn/van-hoa-nghe-thuat/202304/tai-hien-le-cuoi-cua-nguoi-kho-sre-o-lam-ha-c7b0888/>.
2. <https://cand.com.vn/Chuyen-dong-van-hoa/doc-dao-le-bat-chong-cua-nguoi-kho-o-lam-dong-i697575/>.
3. Báo cáo về việc tổ chức tuần lễ vàng du lịch năm 2023 của Sở VH TTDL Lâm Đồng.
4. <https://dichvucong.quangninh.gov.vn/Default.aspx?tabid=121&ctl=ndetail&mid=511&nid=96742>

Dự báo một số triển vọng thu hút thị trường khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

*TS. Phạm Lê Thảo - Phó Trưởng phòng Quản lý lễ hành
Th.S Nguyễn Thanh Nga, CVC Phòng Quản lý lễ hành
Cục du lịch Quốc gia Việt Nam*

1. Cơ sở lý thuyết

Du lịch dựa trên đám cưới có thể được định nghĩa là các luồng du lịch phát sinh từ việc tham gia vào các đám cưới được tổ chức ở một địa điểm khác với nơi cô dâu và chú rể, hoặc chỉ một trong số họ sinh sống (Daniels và Loveless 2007). Một kiểu tổ chức đám cưới khác là khi sự kiện diễn ra tại quê hương của cô dâu hoặc chú rể và khách mời từ những nơi khác đến. Thị trường du lịch cưới hỏi được tạo thành từ tổ chức hôn lễ, lễ đính hôn, lễ đính ước (Major và McLeay 2010). (1)

Một khái niệm khác, Du lịch cưới có thể hiểu là hình thức tổ chức đám cưới phương xa, thay vì chọn các khách sạn hay sảnh tiệc cưới gần nhà, cô dâu, chú rể cùng các khách mời sẽ đến một điểm du lịch trong nước hoặc nước ngoài để cử hành hôn lễ và nghỉ dưỡng. (7)

Đám cưới là sự kiện đặc biệt, đại diện cho một phần của du lịch sự kiện và do đó, đám cưới ở điểm đến không chỉ dựa trên lễ cưới mà còn dựa trên các khía cạnh du lịch khác như đi tham quan du lịch, chỗ ở của khách, ăn uống và giải trí.

Thị trường ngách tổ chức đám cưới ở điểm đến tác động tích cực cho ngành du lịch tổ chức sự kiện, thể hiện vai trò quan trọng trong việc nâng cao tính cạnh tranh và sức hấp dẫn của tổ chức điểm đến. (4)

Du lịch gắn liền với tổ chức đám cưới là 1 trong 3 hình thức du lịch gắn liền với lễ cưới: (1) du lịch sau đám cưới - du lịch hưởng tuần trăng mật - xuất hiện từ thế kỷ 19 tại châu Âu, (2) du lịch trước đám cưới – mới xuất hiện những năm 2000 do sự phát triển của các nền tảng xã hội đã làm phát sinh nhu cầu tạo ra những album ảnh lãng mạn trình chiếu tại đám cưới. Vì vậy, các cặp đôi đã đi du lịch trước đám cưới để tạo ra những album ghi lại thời khắc hạnh phúc và lãng mạn. Hình thức du lịch thứ 3: du lịch kèm theo tổ chức lễ cưới và trăng mật mới xuất hiện những năm gần đây và được công chúng chú ý hơn sau đại dịch COVID-19 khi sự riêng tư cần được tuân thủ tuyệt đối.

2. Sự hình thành các hình thức du lịch gắn liền với đám cưới ở Việt Nam

Lễ cưới truyền thống của Việt Nam thường có 5 lễ: (1) Lễ dạm ngõ: Đây là một trong những nghi lễ quan trọng đầu tiên trong nghi lễ đám cưới truyền thống, gia đình hai bên chọn ngày đẹp để gặp gỡ, nhà trai đặt vấn đề để cho phép con cháu hai bên đi lại, tìm hiểu đề hướng tới hôn nhân; (2) Lễ ăn hỏi: Lễ ăn hỏi còn được gọi là lễ đính hôn. Đây là sự thông báo chính thức về việc nhà trai xin cưới

và nhà gái hứa gả con gái cho nhà trai; (3) Lễ Xin Dâu: đại diện nhà trai đem tráp lễ gồm trầu cau và rượu đến nhà gái, họ nhà trai đặt lễ vật lên bàn thờ tổ tiên của nhà gái rồi thắp hương. Thủ tục này mang ý nghĩa là nhà trai xin phép tổ tiên nhà gái để được đón dâu về nhà; (4) Lễ Rước Dâu: mẹ chú rể sẽ chuẩn bị một mâm quả xin dâu, thực hiện lễ xin dâu, trao tráp cho mẹ cô dâu và ra về; (5) Lễ vu quy: nhà gái tổ chức lễ đón rể và gả con về nhà chồng; (6) Lễ thành hôn: nhà trai tổ chức lễ đón dâu; (7) Lễ lại mặt: hai vợ chồng sẽ đem lễ vật về gia đình nhà gái để cúng gia tiên cũng như thăm hỏi bố mẹ vợ. Tuy nhiên, sau lễ cưới, ngoài việc về thăm nhà gái một thời gian ngắn để tỏ lòng thành kính với tổ tiên, các cặp đôi mới cưới không hề có tuần trăng mật hay du lịch đám cưới.

Việc đi nghỉ tuần trăng mật sau đám cưới bắt đầu xuất hiện ở Việt Nam khi giới nhà giàu du nhập phong tục cưới và trăng mật của người Pháp và châu Âu. Phải đến những năm 2000, việc đi hưởng tuần trăng mật mới ngày càng trở nên phổ biến với mọi tầng lớp xã hội.

Gần đây, với sự phát triển của các nền tảng xã hội như facebook, instagram..., với nhu cầu trình chiếu với khách đến dự lễ cưới những bức hình đẹp, lãng mạn, các cặp đôi đã thay đổi thú tự du lịch gắn liền với lễ cưới, thay vì 1 chuyến đi lãng mạn sau đám cưới là 1 chuyến đi du lịch lãng mạn trước đám cưới để ghi lại những thời khắc đẹp, hạnh phúc bên nhau tại những nơi có khung cảnh đẹp.

Đối với hình thức du lịch gắn liền với tổ chức lễ cưới và tuần trăng mật, khi văn hóa Mỹ du nhập nước ta, các gia đình có điều kiện, thuộc loại giàu, có bắt đầu có xu hướng tổ chức lễ cưới tại địa điểm du lịch. Hình thức du lịch gắn liền với tổ chức lễ cưới và tuần trăng mật được chú ý hơn khi đại dịch COVID-19 xảy ra, giới siêu giàu của Ấn Độ, Mỹ... lựa chọn Việt Nam là địa điểm tổ chức đám cưới và du lịch cho gia đình, người thân và bạn bè.

Trên thế giới, tổ chức cưới hỏi đã trở thành một ngành công nghiệp, đã hình thành chuỗi cung ứng du lịch đám cưới với sự tham gia của các công ty đa quốc gia.(3)

3. Đặc điểm của du lịch gắn liền với đám cưới

a) Đặc điểm của du lịch trước đám cưới và du lịch sau đám cưới

Thuật ngữ “tuần trăng mật” xuất hiện lần đầu tiên vào năm 1546 trong Châm ngôn của John Heywood và đề cập đến tháng đầu tiên và là tháng hạnh phúc nhất của một cặp đôi sau lễ cưới, sau đó là chuyến đi sau lễ cưới. Vào thế kỷ 18, mục đích của chuyến đi là thăm nhà chồng sau đám cưới (Venayre, 2007). Từ thế kỷ 19 trở đi, tuần trăng mật không còn bị giới hạn ở quê hương nữa và các cặp vợ chồng trẻ bắt đầu đi du lịch xa hơn để tận hưởng khoảng thời gian hạnh phúc bên nhau. Vào khoảng những năm 1870, những điểm đến “lãng mạn” ở châu Âu đã đáp ứng được nhu cầu mạnh mẽ này: “Miền Nam nước Pháp và Ý giữ vị trí đầu bảng trong danh sách lựa chọn của các cặp đôi. Một số ít các điểm đến như:

Florence, Venice, Verona, Capri, Rome và Naples đã trở thành những điểm đến phổ biến nhất trong một thời gian dài” (Venayre, 2007). Do những thay đổi này, những điểm đến cho tuần trăng mật hiện dựa trên sự kết hợp của các khuôn mẫu: mặt trời, bầu trời xanh, bãi biển và khí hậu ôn hòa, tất cả những đặc điểm này đều tương ứng với những ngày đầu của cuộc sống hôn nhân. Vì lý do này, các trang web du lịch thường giới thiệu các hòn đảo như Maldives, Santorini, Seychelles, Bali, Bora Bora và Hawaii là những điểm đến lãng mạn. Năm 2022, Việt Nam cũng được tạp chí Travel and Leisure của Mỹ chọn là một trong 12 điểm đến hưởng tuần trăng mật lý tưởng cho những người có ngân sách eo hẹp. (2)

Những lý do khiến du khách đi hưởng tuần trăng mật ở nước ngoài bao gồm: (10)

+ Cặp đôi đang tìm kiếm một trải nghiệm đặc biệt xa nơi ở thường ngày của họ để kỷ niệm ngày cưới.

+ Vị trí mong muốn: Đối với nhiều người, tuần trăng mật là sự kiện chỉ có một lần trong đời và việc lựa chọn địa điểm thường là một quyết định mang tính cá nhân và đầy cảm xúc. Du lịch đến một địa điểm được nhiều người mong muốn là động lực mạnh mẽ cho khách du lịch hưởng tuần trăng mật.

b) Đặc điểm của du lịch gắn liền với tổ chức lễ cưới và tuần trăng mật

Hai hình thức du lịch trước đám cưới và du lịch sau đám cưới gắn liền với sự riêng tư, lãng mạn. Hình thức du lịch gắn liền với tổ chức lễ cưới và tuần trăng mật gắn liền với sự gắn kết gia đình, người thân và bạn bè. Với những đặc điểm này, hai hình thức du lịch trước đám cưới và du lịch sau đám cưới thu hút cả những khách hàng ở mọi tầng lớp xã hội, hình thức du lịch còn lại: Du lịch gắn liền với tổ chức lễ cưới và tuần trăng mật thu hút khách hàng giàu có và siêu giàu.

Theo Micallef (2017), đám cưới được cho là trải nghiệm sự kiện chỉ có một lần trong đời, nơi các cặp đôi sẵn sàng chi trả những chi phí vượt xa chi phí thông thường để tạo ra một sự kiện độc đáo. Điều này thúc đẩy các cặp đôi lựa chọn những địa điểm lộng lẫy và nghĩ ra những cách tiếp cận độc quyền cho ngày đặc biệt của họ. Tuy nhiên những chuẩn mực này đang thay đổi, theo Settheewongsakun (2019), kết hôn ở nước ngoài là một cách để tiết kiệm tiền. Một số cặp đôi quyết định tổ chức đám cưới ở điểm đến du lịch nước ngoài nhỏ hơn đám cưới nếu tổ chức trong nước. Như Chadiha, Leber và Veroff (1998) đã nêu khi một cặp đôi mong muốn lên kế hoạch tổ chức một đám cưới ở điểm đến, họ có mục tiêu là tổ chức một đám cưới thân mật, độc đáo, đáng nhớ và cuối cùng là giá cả phải chăng hơn về mặt chi phí. (Peste và cộng sự, 2017).(4)

Đặc điểm của các cặp đôi lựa chọn kiểu đám cưới này như sau:

- Những cặp đôi có ngân sách eo hẹp và không muốn tổ chức một đám cưới đắt tiền hoặc cầu kỳ;

- Các cặp đôi trong đám cưới thứ hai đang tìm kiếm điều gì đó khác biệt so với bình thường;

- Các cặp đôi tổ chức lễ cưới theo cách nhỏ gọn. Đôi khi, cặp đôi đang nghỉ tại một khu nghỉ dưỡng và tiệc cưới của họ được tổ chức tại khu nghỉ dưỡng bên cạnh để mang lại sự riêng tư cho mọi người.

- Các cặp đôi đang có ý định tổ chức một tiệc cưới hoành tráng và muốn thuê bao trọn gói một khu nghỉ dưỡng nào đó. (4)

Tổ chức Du lịch Nam Thái Bình Dương đúc kết được các lý do khách du lịch lựa chọn tổ chức đám cưới ở nước ngoài bao gồm: (10)

+ Cặp đôi tìm kiếm đám cưới yên tĩnh ở nước ngoài.

+ Cặp đôi kết hôn lần thứ hai và không đòi hỏi sự kiện lớn.

+ Tiết kiệm chi phí. Ở những thị trường du lịch gần có chặng bay ngắn, đám cưới ở nước ngoài thường có thể rẻ hơn so với tổ chức đám cưới ở quốc gia nơi các cặp đôi sinh sống.

+ Vị trí mong muốn: Lựa chọn được địa điểm tổ chức buổi lễ và các khía cạnh khác của sự kiện (chụp ảnh, chiêu đãi) như ý muốn.

Như vậy có 2 thái cực trong lựa chọn du lịch cưới, 1 trường phái theo lối tiết kiệm chi phí, không tổ chức đám cưới tại quê nhà mà lựa chọn tổ chức đám cưới ở nước ngoài để vừa đảm bảo sự riêng tư vừa tiết kiệm chi phí so với đám cưới truyền thống. Thái cực ngược lại là lựa chọn tổ chức đám cưới hoành tráng, độc đáo và xa hoa.

Do đó, điều quan trọng là các điểm đến phải phát triển các gói du lịch cưới hấp dẫn, có khả năng đáp ứng nhu cầu cần thiết của các cặp đôi quan tâm đến loại hình đám cưới này. Không chỉ các công ty du lịch nên tập trung vào việc tạo ra các gói hấp dẫn mà các công ty tổ chức tiệc cưới, công ty tổ chức sự kiện cũng cần chú trọng. Bằng cách này, họ sẽ có cơ hội tự quảng bá các sản phẩm, dịch vụ tổ chức đám cưới, chẳng hạn như trang trí, âm nhạc, phục vụ ăn uống, tiệc độc thân, chụp ảnh, quay video, đưa đón, chỗ ở, mua sắm tại các cửa hàng địa phương, đổi tiền, thuê ô tô, nhà hàng, giải trí hoặc hướng dẫn viên ... (4)

4. Thực trạng của du lịch gắn liền với đám cưới

Du lịch đám cưới trở thành một xu hướng toàn cầu, có mức độ tăng trưởng 75% trong vài năm qua. Điều này cho thấy thị trường này, đặc biệt là thị trường tổ chức đám cưới ở điểm đến, đang chứng tỏ có sự phát triển cực kỳ tích cực trên toàn cầu và trở thành một chủ đề phù hợp trong du lịch sự kiện. (4)

Du lịch đám cưới đang bùng nổ và một số điểm đến - chẳng hạn như Hawaii, Caribe, Mexico, Thái Lan, Fiji, Jamaica, New Zealand và Ý - hiện đang định vị mình cho thị trường béo bở này. Theo International Journalism Observatory, 8% trong số 44 triệu khách du lịch đến Ý là để kết hôn, hưởng tuần trăng mật hoặc kỷ

niệm ngày cưới. Công dân Anh đã tham gia 45.000 đám cưới ở nước ngoài vào năm 2005, với mức chi tiêu bình quân đầu người là 12.000 USD. (1)

Theo một cuộc khảo sát quốc tế do tạp chí Zankyou thực hiện năm 2012, đã khảo sát 12.000 cô dâu và chú rể, hầu hết người châu Âu, dành tuần trăng mật ở nước ngoài bằng hình thức tự tổ chức hoặc thuê công ty lữ hành. Trong đó, người Hà Lan đứng đầu danh sách với 99% cặp đôi đi trăng mật ở nước ngoài; người Pháp đứng thứ hai với 94%, trong đó 28% đi châu Á; tiếp theo là người Anh (93%), người Bồ Đào Nha (91%), người Tây Ban Nha (90%), người Đức (90%) và người Ý (86%). Hoạt động này đã mang lại cho các điểm đến những lợi ích to lớn về kinh tế, cụ thể đã tạo ra 400 triệu euro ở Ý vào năm 2015, so với 350 triệu euro vào năm 2014. Chính vì lợi ích tài chính này đã tạo ra sự cạnh tranh giữa các điểm đến để tạo hình ảnh lãng mạn nhất ở nước Ý để có thể thâm nhập vào thị trường kinh tế du lịch béo bở này. (2)

Trong 5 năm trở lại đây, các nước ASEAN cũng đã chọn du lịch đám cưới như là một chiến lược để thu hút khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch Ấn Độ với khả năng tổ chức đám cưới lớn và hoành tráng. Bản thân Ấn Độ, từ năm 2023, Bộ Du lịch của Ấn Độ đã tung ra chiến dịch quảng bá du lịch cưới để giữ chân đám cưới của chính người dân Ấn Độ và thu hút khách du lịch từ mọi nơi trên thế giới đến Ấn Độ làm đám cưới.

Theo Báo cáo mới nhất của Skift Research với chủ đề “Kết hôn ở nước ngoài: Quy mô thị trường du lịch đám cưới ở Ấn Độ”, Ngành công nghiệp đám cưới toàn cầu đang trải qua một sự thay đổi đáng chú ý khi ngày càng có nhiều cặp đôi Ấn Độ lựa chọn các điểm đến quốc tế. Cuộc khảo sát của Skift Research cho thấy xu hướng này đã tạo ra một thị trường phát triển mạnh, ước tính chi tiêu cho du lịch nước ngoài là 1,9 tỷ USD (159,6 tỷ Rupee Ấn Độ). Hầu hết các cặp đôi mới cưới tổ chức đám cưới ở điểm đến quốc tế trong năm qua đều nghiêng về những đám cưới có kinh phí cao, trung bình khoảng 200.000 USD (18 triệu Rupee Ấn Độ). Dữ liệu khảo sát cho thấy rằng 97% người Ấn Độ chọn tổ chức đám cưới ở các điểm đến quốc tế trong năm qua đã thuê một người tổ chức đám cưới. Mặc dù số lượng đám cưới của người Ấn Độ ở nước ngoài chỉ chiếm chưa đến 1% tổng số đám cưới nhưng những sự kiện xa hoa này lại chiếm hơn 5% tổng lượng du lịch quốc tế của Ấn Độ (5)

Dự báo, sẽ có khoảng 1,2 đến 1,5 triệu lượt khách từ Ấn Độ sử dụng các dịch vụ du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo (MICE), điểm đến đám cưới và mức chi cho nhóm sản phẩm du lịch này có thể vượt mức 1,5 tỉ USD (6)

Thị trường cưới hỏi Ấn Độ còn có tiềm năng rất lớn do Ấn Độ là quốc gia có giá trị thị trường cưới đạt hơn 45 tỷ USD năm 2022 và ước tính sẽ đạt 100 tỷ USD năm 2025. (8)

Tại Việt Nam, du lịch cưới đã bắt đầu nhen nhóm xuất hiện từ đầu những năm 2000 khi những người nổi tiếng của công chúng như: Hoa hậu Hà Kiều Anh tổ chức đám cưới ở resort Evason Hideaway, ở bán đảo Ninh Vân, Nha Trang

năm 2007; Top 5 Hoa hậu Thế giới Việt Nam 2010 Phan Thị Lý đã tổ chức đám cưới tại Evason Ana Mandara ở Nha Trang năm 2012. Tuy nhiên, phải đến năm 2019, khái niệm “du lịch cưới” bắt đầu được nhắc đến nhiều khi một đôi vợ chồng tỷ phú người Ấn Độ quyết định chọn Phú Quốc (Kiên Giang) để tổ chức lễ cưới vào tháng 3/2019, với sự chứng kiến của 700 khách mời đến từ nhiều quốc gia. JW Marriott Phú Quốc, nơi diễn ra lễ cưới “triệu đô” này sau đó đã trở thành địa điểm du lịch cưới của nhiều cặp vợ chồng thuộc giới thượng lưu, và suốt 5 năm liên tiếp (2019-2023) chiến thắng ở hạng mục “Khu nghỉ dưỡng tổ chức tiệc cưới sang trọng hàng đầu thế giới” của World Travel Awards - giải thưởng được ví như Oscar của ngành du lịch. (7)

Dù là thị trường còn khá mới mẻ, nhưng dễ nhận thấy, du lịch cưới có thể mang đến nguồn lợi không nhỏ cho ngành kinh tế xanh Việt Nam, bởi đối tượng du khách lựa chọn hình thức du lịch kết hợp tổ chức hôn lễ thường là những người có điều kiện tài chính, sẵn sàng chi số tiền lớn cho sự kiện quan trọng nhất đời mình. (7) Hơn nữa, đám cưới thường có sự tham gia của hàng trăm khách mời sẽ sử dụng các dịch vụ ăn uống, lưu trú, đi lại và tham quan sau đám cưới.

Điểm lại các đám cưới tại các điểm du lịch của Việt Nam đã được giới truyền thông chú ý trong thời gian qua:

Thời gian	Nhân vật	Địa điểm	Lượng khách
Năm 2019	Cặp đôi thuộc giới siêu giàu Ấn Độ	Phú Quốc (Kiên Giang)	700 khách mời đến từ nhiều quốc gia
Năm 2020	Người mẫu Xuân Lan	khu nghỉ dưỡng Premier Village Danang Resort	50 khách mời là gia đình và bạn bè thân thiết của cô dâu, chú rể, trong đó có nhiều nghệ sĩ showbiz
Năm 2022	Anh Tú - Diệu Nhi	resort ở Phan Thiết, Bình Thuận	250 khách mời, đều là bạn bè, đồng nghiệp trong showbiz
Năm 2023	Puka và Gin Tuấn Kiệt	khu nghỉ dưỡng Alma (khu vực Bãi Dài, huyện Cam Lâm)	200 khách
Năm 2023	John Phạm	bãi biển Nha Trang	80 khách dự tiệc cưới đến từ nhiều nước trên thế giới đã có một tuần nghỉ dưỡng, tham quan tại Khánh Hòa
Năm 2024	Cặp đôi thuộc giới siêu giàu Ấn Độ	Sheraton Grand Danang	500 khách mời đến từ nhiều quốc gia
Năm 2024	Cặp đôi thuộc giới siêu giàu Ấn Độ	Hyatt Regency Danang Resort and Spa	200 khách mời đến từ nhiều quốc gia

Năm 2024	Cặp đôi thuộc giới siêu giàu Ấn Độ	Danang Marriot Resort and Spa	400 khách mời đến từ nhiều quốc gia
Năm 2024	Cặp đôi thuộc giới siêu giàu Ấn Độ	Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh)	600 khách mời đến từ nhiều quốc gia

5. Dự báo của du lịch gắn liền với đám cưới và triển vọng thu hút thị trường khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

Theo Destination Wedding Global Report 2023, thị trường du lịch cưới thế giới đang phát triển vượt bậc với mức tăng trưởng khoảng 32,8% mỗi năm, và tổng giá trị thị trường ước đạt hơn 101 tỷ USD năm 2023, tăng lên 134 tỷ USD vào năm 2027. Riêng khu vực châu Á - Thái Bình Dương đóng góp 40,52% trong thị trường cưới toàn cầu và mức tăng trưởng hàng năm đạt 16,48%. Cùng với Indonesia, Thái Lan, Maldives, Ấn Độ, Việt Nam nổi lên như một điểm đến cưới hấp dẫn trong khu vực này, Việt Nam nổi lên như một điểm đến cưới hấp dẫn trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương. (11)

Quan phân tích thực trạng ở phần 4 cho thấy, Việt Nam không chỉ thu hút khách quốc tế, du lịch cưới còn đang trở thành xu hướng được nhiều người nổi tiếng trong nước quan tâm.

Đây là những tín hiệu tích cực cho thấy triển vọng lớn của phân khúc thị trường đầy tiềm năng này; đồng thời cũng khẳng định Việt Nam có đầy đủ lợi thế để phát triển du lịch cưới. Việt Nam có triển vọng thu hút thị trường khách du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam sau đây:

1. Sun, sand and sea (mặt trời, bầu trời xanh, bãi biển và khí hậu ôn hòa): Việt Nam có bờ biển dài 3260 km, có nhiều bờ biển đẹp, vịnh đẹp được mệnh danh là bãi biển đẹp nhất thế giới, vịnh đẹp nhất thế giới (Bãi Đầm Trầu, Côn Đảo - trang du lịch Travel&Leisure, 2022; 3 vịnh biển Việt Nam dưới đây đã vinh dự lọt vào danh sách câu lạc bộ vịnh biển đẹp nhất thế giới: Vịnh Hạ Long, Vịnh Lăng Cô; Vịnh Nha Trang)... Vì vậy, Việt Nam đáp ứng tổ chức đám cưới lãng mạn, thơ mộng, gần gũi với thiên nhiên và riêng tư.

2. Việt Nam là đất nước có nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc với hệ thống di sản phong phú, trong đó có 8 di sản vật thể và 15 di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO công nhận... Việt Nam đáp ứng nhu cầu tổ chức các tour du lịch đám cưới đậm chất văn hóa.

3. Việt Nam có những khách sạn và khu nghỉ dưỡng cao cấp, nhiều năm liền được các tạp chí du lịch nổi tiếng trên thế giới bình chọn là khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp khu vực và thế giới. Vì vậy, Việt Nam đáp ứng nhu cầu tổ chức các đám cưới xa hoa, lộng lẫy và độc đáo.

4. Việt Nam được đánh giá là nơi tổ chức đám cưới, tour du lịch chất lượng cao với giá hợp lý, cạnh tranh so với các nước trong khu vực và so với chính thị trường gửi khách. Vì vậy, Việt Nam đáp ứng nhu cầu tổ chức đám cưới đối với các cặp đôi có kinh phí hạn chế.

5. Ẩm thực của Việt Nam đa dạng, con người Việt Nam thân thiện, cơ sở hạ tầng và dịch vụ ngày càng được đầu tư có chiều sâu, hệ sinh thái du lịch cưới đang dần hoàn thiện... là một trong những lý do thu hút khách du lịch cưới hỏi. Vì vậy, Việt Nam đáp ứng nhu cầu tổ chức đám cưới cho các loại khách du lịch có văn hóa, tín ngưỡng khác nhau.

6. Ngày có càng nhiều đường bay thẳng nối các điểm du lịch của Việt Nam với các thị trường gửi khách quan trọng của Việt Nam như các nước Đông Bắc Á, Ấn Độ, châu Âu, châu Úc, châu Mỹ... Bên cạnh đó, thủ tục nhập xuất cảnh ngày càng tạo điều kiện thuận lợi hơn. Đây cũng là yếu tố then chốt để thu hút khách du lịch cưới hỏi có đường bay thuận tiện tới Việt Nam tổ chức.

Với lợi thế trên của Việt Nam, Việt Nam có triển vọng thu hút du lịch cưới từ các thị trường Ấn Độ, Đông Bắc Á, châu Âu, châu Úc, châu Mỹ.

7. Cùng với xu hướng của khách du lịch cưới quốc tế, khách du lịch Việt Nam cũng dần hình thành xu hướng tổ chức lễ cưới ở địa điểm du lịch.

Hiện nay, Việt Nam đang thu hút nhiều khách du lịch Ấn Độ đến tổ chức lễ cưới. Các lễ cưới này đều có chi phí tổ chức cao, được tổ chức hoành tráng. Tuy nhiên, đây mới là một phần rất nhỏ của số lượng người Ấn Độ tổ chức đám cưới ở nước ngoài. Để thu hút số lượng lớn du khách Ấn Độ cũng như các thị trường tiềm năng khác đến Việt Nam tổ chức đám cưới, cần đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá sản phẩm du lịch cưới, hoàn thiện hệ sinh thái tổ chức du lịch cưới, đầu tư bài bản và chuyên nghiệp dịch vụ tổ chức lễ cưới cho du khách quốc tế và cần có chính sách đặc thù khác đối với từng đoàn khách.

Du lịch đám cưới cũng giống các loại hình du lịch khác, đem lại các giá trị tích cực cho nền kinh tế đồng thời đem đến những tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Do đó, để du lịch cưới phát triển bền vững, cần có kế hoạch phát triển du lịch cưới bài bản và áp dụng các nguyên tắc của du lịch bền vững./.

Tài liệu tham khảo:

1. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01669-6_219-1
2. <https://doi.org/10.4000/viatourism.10621>
3. https://www.jfc.it/documenti/dicono_di_noi/2020/202001_1_albergo_61_gennaio-marzo_2020.pdf
4. <https://www.researchgate.net/publication/357485459>
5. <https://skift.com/2024/04/10/tying-the-knot-abroad-market-sizing-indian-wedding-tourism-new-skift-research/>
6. <https://baovanhoa.vn/du-lich/viet-nam-la-diem-den-ly-tuong-de-to-chuc-cac-su-kien-lon-84305.html>
7. <https://nhandan.vn/dua-viet-nam-thanh-diem-den-du-lich-cuoi-cua-khu-vuc-va-the-gioi-post811590.html>

Hiện trạng và giải pháp phát triển hạ tầng cơ bản đáp ứng loại hình du lịch gắn với tổ chức lễ cưới ở Việt Nam

Phạm Diễm Hảo
Sở Du lịch Hà Nội

1. Tiềm năng để phát triển du lịch lễ cưới Việt Nam

Du lịch đám cưới (tour du lịch kết hợp với tổ chức đám cưới) đang trở thành xu hướng hot cho các cặp đôi trẻ trên thế giới hiện nay.

Du lịch đám cưới đem về nguồn lợi khổng lồ cho các quốc gia như Thổ Nhĩ Kỳ, Jamaica, Pháp, Italy... Ở Đông Nam Á, Thái Lan cũng dự kiến thu về gần trăm triệu USD trong năm 2022 nhờ du lịch đám cưới. Có nhiều lý do để Việt Nam cũng nên phát triển loại hình du lịch đặc biệt này.

Việt Nam có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch đám cưới. với lợi thế về vị trí địa lý, Việt Nam sở hữu đường biển trải dài với những bãi biển đẹp ấn tượng. Không ít trong số chúng được công nhận là một trong những bãi biển đẹp nhất thế giới, rất thích hợp để tổ chức đám cưới lãng mạn.

Bên cạnh đó, dải đất hình chữ S cũng sở hữu nhiều cảnh quan thiên nhiên, nhân tạo khiến thế giới phải trầm trồ như vịnh Hạ Long, hang Sơn Đoòng, phố cổ Hội An, cố đô Huế, đảo ngọc Phú Quốc... cho du khách thoải mái lựa chọn địa điểm tổ chức hôn lễ và du lịch trước/sau đám cưới.

Việt Nam đón lượng lớn khách du lịch nước ngoài hàng năm và phần đầu trở thành điểm đến hút khách hàng đầu Châu Á nên sở hữu các địa điểm nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí đẳng cấp quốc tế. Song song với các khu nghỉ dưỡng hạng sang, cũng có nhiều địa điểm lưu trú giá cả phải chăng, phù hợp với nhu cầu và điều kiện của nhiều loại du khách.

Âm thực phong phú, giá cả phải chăng cũng là điểm cộng lớn khi du lịch đám cưới ở Việt Nam. Ngoài ra, Việt Nam cũng thu hút bởi nền văn hóa phong phú, với nhiều sự kiện, lễ hội hấp dẫn của người dân địa phương. Âm thực Việt với nhiều món ăn nổi tiếng thế giới cũng là điểm cộng giúp nước ta trở thành điểm đến lý tưởng cho du lịch đám cưới. Với rất nhiều điều kiện thuận lợi, việc phát triển du lịch đám cưới hứa hẹn đem lại cho ngành du lịch Việt Nam nguồn lợi không nhỏ.

Đầu tiên, khách lựa chọn tour du lịch kết hợp tổ chức hôn lễ thường có kinh tế khá dư dả và sẵn sàng chi tiêu mát tay cho đám cưới của mình. Tại nước ngoài, nhiều khách đến từ Ấn Độ, Âu Mỹ... có thể trả số tiền lên đến hàng triệu USD cho sự kiện quan trọng nhất đời mình.

Thông thường, mỗi cặp đôi tổ chức đám cưới ở nước ngoài thường mời 100-200 khách tới dự. Các khách mời sẽ phải ăn uống, lưu trú, sử dụng dịch vụ tại điểm đến trong lễ cưới. Chưa kể, nhiều người trong số họ lựa chọn đến sớm hoặc ở lại thêm để tham quan, khám phá các điểm du lịch nổi tiếng ở đây. Vì thế,

lượng khách có thể thu hút được từ du lịch đám cưới không hề nhỏ. Doanh thu từ hoạt động du lịch của họ tại đây có thể bù đắp được phần nào thiếu hụt từ khách du lịch Trung Quốc không thể đến Việt Nam vì đại dịch trong thời gian này.

Thông qua du lịch đám cưới, Việt Nam cũng có thể quảng bá được nét đẹp văn hóa, ẩm thực, cảnh quan thiên nhiên, danh lam thắng cảnh... với bạn bè quốc tế. Những hình ảnh được chụp lại, trải nghiệm trực tiếp của khách nước ngoài sẽ là kênh quảng bá tuyệt vời, chân thực nhất để khách nước ngoài biết đến du lịch Việt Nam.

Việt Nam đang từng bước xúc tiến đầu tư, quảng bá loại hình du lịch đám cưới. Cụ thể, cuối tháng 9 vừa qua, đoàn công tác TP Đà Nẵng đã đến thăm và làm việc tại Ấn Độ nhằm đẩy mạnh xúc tiến các hoạt động hợp tác về đầu tư, du lịch, thương mại, trong đó có du lịch đám cưới.

2. Hiện trạng hạ tầng phục vụ phát triển du lịch lễ cưới

2.1. Hạ tầng giao thông

Hệ thống giao thông: Hệ thống giao thông của Việt Nam những năm qua đều đã được cải thiện rõ rệt cả về hạ tầng và phương tiện vận chuyển, đặc biệt là việc nâng cấp, mở rộng các sân bay, cảng biển, hệ thống đường bộ, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch. Hiện có 1.214 km đường cao tốc hiện trạng và 865 km đang xây dựng, 24.321 km đường quốc lộ, mật độ hệ thống quốc lộ nói chung của cả nước đã tiệm cận đến mật độ phù hợp theo khuyến cáo của JICA. Có 3.315km đường sắt; 286 bến cảng/96 km bến thủy nội địa; 278 bến cảng biển trong đó có 03 cảng trung chuyển và cửa ngõ quốc tế; 22 cảng hàng không, gồm 13 Cảng hàng không quốc nội và 9 Cảng hàng không quốc tế,...

Tuy nhiên, giao thông đường thủy và đường sắt còn chậm thay đổi, không theo kịp yêu cầu phát triển du lịch. Điển hình là sự phát triển các cảng biển chuyên dụng về du lịch còn chậm, cản trở đến loại hình du lịch tàu biển là một trong những xu thế phát triển du lịch hiện nay, giao thông đường sắt chậm đổi mới nên chưa theo kịp yêu cầu của phát triển du lịch.

Chất lượng giao thông chưa đồng bộ, các khu vực miền núi, vùng cao, vùng sâu vùng xa còn nhiều tuyến đường chưa đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật, gây mất an toàn cho khách du lịch khi tham gia giao thông, đồng thời gia tăng thời gian di chuyển tới điểm đến do chất lượng đường giao thông xấu. Dịch vụ trên tuyến chưa đồng bộ (trạm dừng, nghỉ, cung cấp xăng dầu, bảo dưỡng sửa chữa...).

Trong giai đoạn phát triển mới với những định hướng phát triển mới về đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường hàng không đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, hạ tầng giao thông sẽ đáp ứng đầy đủ nhu cầu phát triển ngày càng cao của du lịch.

2.2 Cơ sở vật chất kỹ thuật ngành phục vụ du lịch lễ cưới

Cục Du lịch quốc gia (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) cho biết, năm 2023, ngành du lịch Việt Nam đạt và vượt xa mục tiêu về đón khách du lịch đặt ra từ đầu năm, đặc biệt là khách quốc tế đạt 12,6 triệu lượt, cao gấp gần 3,5 lần năm 2022. Cùng với sự phục hồi ấn tượng đó, thị trường du lịch trong nước đã tăng thêm 1.175 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế, 3.709 hướng dẫn viên và khoảng 3.000 cơ sở lưu trú du lịch so với năm 2022.

Cụ thể về doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế, năm 2023 Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã thẩm định 1.400 hồ sơ cấp mới, cấp đổi và rút giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế cho các doanh nghiệp (tăng 309 hồ sơ so với năm 2022), trong đó cấp mới 1.001 giấy phép, cấp đổi 309 giấy phép, cấp lại 05 giấy phép và thu hồi 85 giấy phép.

Đến hết năm 2023, cả nước có 38.000 cơ sở lưu trú du lịch với hơn 780.000 buồng, tăng 3.000 cơ sở so với năm 2022. Có 247 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 80.896 buồng (tăng 26 cơ sở với 6.579 buồng) và 368 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 50.716 buồng (tăng 28 cơ sở với 5.014 buồng). Về cơ sở lưu trú du lịch, năm 2023 Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã ban hành 164 quyết định công nhận xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch đạt tiêu chuẩn từ 4-5 sao (tăng 97 quyết định so với năm 2022), trong đó thẩm định mới cho 54 cơ sở và thẩm định lại 110 cơ sở.

Với đường bờ biển dài, khí hậu nhiệt đới, Việt Nam đang dần trở thành thiên đường nghỉ dưỡng, bởi nhiều resort được báo chí nước ngoài bình chọn tốt nhất khu vực và thế giới. Những resort đã tạo được tiếng vang lớn với khách du lịch trong nước và quốc tế, trong đó có khách du lịch lễ cưới như: InterContinental Danang Sun Peninsula Resort, JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay Resort & Spa, Four Seasons Resort The Nam Hai, Zannier Hotels Bãi San Hô, Anantara Quy Nhơn, Six Senses Côn Đảo, Six Senses Ninh Van Bay, Hyatt Regency Danang Resort and Spa, Ana Mandara Cam Ranh...

Đáng lưu ý, các cơ sở lưu trú chủ yếu là xếp hạng 3 sao hoặc không xếp hạng. Các cơ sở xếp hạng cao cấp chỉ chiếm tỷ trọng thấp, trong đó, xếp hạng 5 sao chiếm 10,7%; hạng 4 sao chiếm 6,6% cho thấy hạn chế trong năng lực cấp dịch vụ du lịch cao cấp tới các khách du lịch có thu nhập cao từ Châu Âu, Mỹ...

Tính đến hết năm 2023, cả nước có 4.069 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế, tăng thêm 1.175 doanh nghiệp so với năm 2022. Trong tổng số 4.069 doanh nghiệp có 1.276 doanh nghiệp cổ phần, 38 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, 2.749 công ty TNHH và 06 doanh nghiệp tư nhân.

Về hướng dẫn viên du lịch, năm 2023, Sở Văn hoá - Thể thao và Du lịch/Sở Du lịch các tỉnh, thành phố trên toàn quốc đã cấp 6.069 thẻ hướng dẫn viên, trong đó cấp mới 2.211 thẻ, cấp đổi 3.821 thẻ và cấp lại 37 thẻ hướng dẫn viên du lịch.

Như vậy, cả nước hiện có 37.397 hướng dẫn viên du lịch đã được cấp thẻ (tăng 3.709 hướng dẫn viên so với năm 2022), trong đó có 21.642 hướng dẫn viên quốc tế, 13.881 hướng dẫn viên nội địa và 1.874 hướng dẫn viên tại điểm.

Không chỉ mở rộng về quy mô, chất lượng, dịch vụ tại các điểm đến trong nước ngày càng được khẳng định. Nhiều điểm đến đã được vinh danh. Điển hình như mới đây, Giải thưởng Readers Choice Awards (Giải bạn đọc bình chọn) lần thứ 17 đã vinh danh Phú Quốc xếp thứ 6/10 đảo tốt nhất châu Á - Thái Bình Dương, TP. Hồ Chí Minh xếp thứ 10/10 thành phố tốt nhất khu vực, cùng 5 khách sạn trong Thành phố được vinh danh...

Trước đó, trong số 25 điểm đến nổi tiếng nhất thế giới do du khách từ khắp nơi trên thế giới của trang web du lịch Tripadvisor bình chọn cho năm 2023, TP. Hà Nội ở vị trí 17/25. Ở hạng mục 25 khách sạn tốt nhất thế giới, khách sạn Lotte Hotel Hà Nội đứng thứ 13/25...

Theo các chuyên gia về du lịch, sự vinh danh các điểm đến, trong đó có dấu ấn rất lớn của hạ tầng du lịch đã cho thấy tầm quan trọng của vấn đề này với sự phát triển của ngành du lịch. “Không chỉ là giải thưởng, đó còn là sự ghi nhận của bạn bè quốc tế đối với du lịch Việt Nam, cũng như khẳng định thương hiệu, vị thế của du lịch Việt”.

3. Một số rào cản trong phát triển du lịch lễ cưới Việt Nam

Có thể thấy, hệ thống điểm đến ngày càng mở rộng, cùng với các dự án phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật trên phạm vi cả nước đã tạo diện mạo mới cho đất nước và làm tiền đề cho du lịch lễ cưới ở Việt Nam phát triển. Tuy nhiên, để đạt mục tiêu đến năm 2030, du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, theo Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị, ngành du lịch nói chung và hoạt động du lịch lễ cưới nói riêng vẫn còn nhiều việc phải làm.

Thực tế, những năm gần đây, cơ sở hạ tầng du lịch của Việt Nam đã được đầu tư đáng kể. Tuy nhiên, chùng đó vẫn chưa đủ để giải quyết tình trạng hàng không quá tải, đường bộ kẹt cứng, cảng biển phục vụ du khách thiếu hụt trầm trọng, thiếu cảng biển có thể cập được những tàu lớn, hạng sang... Tiếp đến là số lượng khách sạn, cơ sở lưu trú đạt chuẩn ở các địa phương chưa tương xứng với yêu cầu của khách lễ cưới, đặc biệt là khách du lịch lễ cưới hạng sang. Rồi hệ thống dừng nghỉ (trạm dừng nghỉ) trên đường tới các địa điểm du lịch ở Việt Nam còn mang tính tự phát, mạnh ai nấy làm, chưa được quy hoạch đồng bộ.

Hệ thống cơ sở nhà hàng, đầu bếp, yêu cầu về việc chế biến món ăn theo yêu cầu của các quốc gia, đặc biệt là các quốc gia có những yêu cầu khác biệt hơn về ẩm thực như (các nước Trung Đông, Hồi giáo...) cũng là những rào cản lớn khi khách du lịch lựa chọn lễ cưới tại Việt Nam.

Sự quá tải, thiếu đồng bộ của chỉ số hạ tầng dịch vụ, cũng chính là nguyên nhân sâu xa khiến chỉ số tác động kinh tế - xã hội của du lịch còn thấp, do đó mà có thể những khách du lịch hạng sang muốn lựa chọn điểm đến Việt Nam tổ chức lễ cưới thì họ cũng phải suy nghĩ lại. Theo các chuyên gia, kết quả xếp hạng của WEF cũng phản ánh du lịch Việt Nam đang thiếu các chiến lược phát triển trong

việc thúc đẩy du lịch bền vững, lâu dài cũng như chính sách đầu tư cho du lịch, đặc biệt là du lịch lễ cưới còn hạn chế.

Công tác quản lý với các chính sách ưu tiên cho du lịch, đặc biệt là du lịch lễ cưới mặc dù đã cải thiện nhưng vẫn còn những điểm lạc hậu so với các nước trong khu vực và thế giới. Vấn đề xúc tiến, tuyên truyền, quảng bá du lịch lễ cưới còn chưa được thực hiện một cách bài bản và chú trọng, cũng còn nhiều bất cập... Tất cả những yếu tố kể trên trở thành rào cản lớn khiến cho tỷ lệ khách du lịch lễ cưới lựa chọn Việt Nam để tổ chức lễ cưới, hoặc quay lại các điểm tham quan, nghỉ dưỡng lần hai, lần ba để kỉ niệm ngày trọng đại trọng cuộc đời của họ và có quay trở lại thì còn khá khiêm tốn.

4. Một số giải pháp phát triển hạ tầng phục vụ du lịch lễ cưới ở Việt Nam

4.1. Một số giải pháp đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông góp phần đáp ứng nhu cầu phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2030

(1) Giải pháp quy hoạch cơ sở hạ tầng giao thông gắn với phát triển du lịch lễ cưới: Thực hiện nghiêm túc các quy hoạch đã được phê duyệt, đảm bảo phát triển hệ thống hạ tầng giao thông đồng bộ và bền vững, các kế hoạch đề ra phải được bố trí vốn và triển khai thực hiện đúng lộ trình.

(2) Giải pháp về công nghệ thông tin trong quản lý, khai thác cơ sở hạ tầng giao thông gắn với các khu vực, vùng phát triển du lịch; Tích hợp các công nghệ tiên tiến trong quản lý và khai thác dịch vụ vận tải, nâng cao hiệu quả hoạt động và phục vụ khách du lịch; Xây dựng và ứng dụng hệ thống công nghệ thông tin trong các sân bay, cảng biển, nhà ga, giúp quản lý và khai thác hạ tầng một cách hiệu quả nhất.

(3) Giải pháp huy động nguồn lực đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông: Khuyến khích đầu tư từ thành phần kinh tế khác nhau, bao gồm cả vốn nhà nước và vốn tư nhân, nhằm xây dựng và nâng cấp hạ tầng giao thông. Đặc biệt, phát huy tối đa vai trò và nguồn lực của địa phương trong đầu tư cơ sở hạ tầng kết nối với hạ tầng quốc gia (đường cao tốc, cảng biển, sân bay...) để tạo ra hệ thống giao thông đồng bộ, liên hoàn thúc đẩy du lịch phát triển.

- Tập trung sử dụng vốn nhà nước vào các công trình trọng điểm quốc gia có tính “động lực, lan tỏa” để thu hút đầu tư từ các thành phần kinh tế khác vào các dự án hạ tầng của địa phương, vùng.

- Tập trung tối đa nguồn lực từ nhà nước và các thành phần kinh tế khác để phát triển hạ tầng, đặc biệt là tại các khu vực trọng điểm du lịch chuyên tổ chức lễ cưới, hoặc các điểm du lịch có tiềm năng tổ chức lễ cưới.

(4) Giải pháp đầu tư hạ tầng giao thông gắn với vùng du lịch đặc biệt vùng có tài nguyên du lịch phục vụ lễ cưới tiêu biểu Việt Nam: Tập trung đầu tư nâng cấp các cảng hàng không quốc tế, sân bay, nhà ga, cảng bến như: sân bay Điện Biên, Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Côn Đảo, Phú Quốc..... để góp phần giảm quá tải về khách, đặc biệt là trong mùa cưới của khách du lịch.

- Ưu tiên đầu tư vào các khu vực và dự án có khả năng thu hút lượng khách du lịch lễ cưới lớn (khu vực ven biển, hải đảo...), góp phần giải quyết các điểm nghẽn trong hạ tầng giao thông - du lịch lễ cưới.

4.2. Một số giải pháp phát triển hạ tầng khác

Các doanh nghiệp cần cùng nhau khai thác tốt nhất cơ hội; nhận diện, hóa giải khó khăn; khai thác hiệu quả điều kiện tự nhiên, các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc thành sản phẩm du lịch lễ cưới đặc sắc, hấp dẫn. Các dịch vụ cũng cần thường xuyên được đổi mới, sáng tạo; công tác quảng bá cần tích cực, có trọng tâm, trọng điểm, đi theo xu thế của thời đại về chuyên đổi số, chuyên đổi xanh trong việc tổ chức tour du lịch lễ cưới.

Song song đó, cũng cần quy hoạch lại tổng thể các điểm du lịch, khu du lịch có thể kinh doanh loại hình du lịch lễ cưới, nhằm hạn chế ô nhiễm môi trường thiên nhiên. Ngoài ra, việc đổi mới sản phẩm du lịch lễ cưới, bảo đảm nguồn nhân lực chất lượng, hoàn thiện chính sách phát triển du lịch lễ cưới bền vững cũng là những vấn đề được đặt ra. Nhưng có lẽ giải pháp căn cơ, quan trọng nhất vẫn là cơ chế, chính sách, hành lang pháp lý sao cho thật sự thông thoáng và phù hợp, bảo đảm sự cân bằng, hài hòa giữa phát triển du lịch lễ cưới với bảo vệ môi trường và bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống.

Việt Nam có nhiều tiềm năng, lợi thế trong du lịch biển, có đường bờ biển dài nhưng hiện nay lại quá ít cảng tàu khách chuyên dụng đặc biệt là khách lựa chọn hình thức tổ chức lễ cưới trên các du thuyền. Đây là điều thiệt thòi cho du lịch. Tuy mỗi năm số lượng tàu khách, khách tổ chức lễ cưới có thể không nhiều như các cảng tàu hàng, nhưng cần ưu tiên cảng chuyên dụng mới có thể thu hút các tàu khách du lịch phục vụ du lịch lễ cưới, nếu chưa có điều kiện đầu tư cảng chuyên biệt, ít nhất các cảng tổng hợp phải có những phân khu riêng cho bến tàu khách chuyên phục vụ khách du lịch, khách du lịch lễ cưới sẽ có đòi hỏi cao hơn

Các cảng đón khách du lịch, khách du lịch lễ cưới tàu biển chủ yếu là cảng: Hòn Gai, Hải Phòng, Chân Mây, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang, Vũng Tàu, Sài Gòn, Côn Đảo, Phú Quốc.

Quy hoạch phát triển hệ thống cảng biển Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 cũng đã định hướng đầu tư cảng chuyên dụng tàu khách tại nhiều khu vực như Lạch Huyện, Nam Đồ Sơn (Hải Phòng), khu bến Bắc Vân Phong, Cam Ranh (Khánh Hòa)... Do đó ngành Du lịch Việt Nam cần chú ý đến thị trường khách du lịch, khách du lịch lễ cưới khi đến Việt Nam bằng đường tàu biển này./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo số liệu thống kê về kết quả hoạt động kinh doanh du lịch của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam qua các năm.
2. Báo cáo về tình hình đầu tư cơ sở hạ tầng giao thông Việt Nam giai đoạn 2015 - 2023, của Viện Chiến lược phát triển chính sách giao thông Việt Nam.



Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

Địa chỉ: 58 Kim Mã, Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: 024.37343131 * Fax: 024.38489377

Website: www.itdr.org.vn