

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

TÀI LIỆU HỒI THẢO

ĐỊNH HƯỚNG
PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH
KHẮC PHỤC TÍNH MÙA VỤ
KHU VỰC VEN BIỂN BẮC TRUNG BỘ

Hà Nội, 24/9/2024

MỤC LỤC

Trang

TÍNH MÙA VỤ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI VÙNG BIỂN BẮC TRUNG BỘ: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP	1
--	---

Ths. Hoàng Đạo Bảo Cẩm - CN. Phạm Văn Dương

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch

“BIỂN MÙA ĐÔNG KHÔNG LẠNH”: KHAI THÁC CÁC HOẠT ĐỘNG DU LỊCH MÙA ĐÔNG TẠI CÁC TỈNH KHU VỰC BẮC TRUNG BỘ	40
---	----

PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng - Trưởng Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghệ Đông Á

PHÂN TÍCH TIỀM NĂNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH MỚI NHẪM GIẢM THIỂU TÍNH MÙA VỤ TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH BIỂN TẠI NGHỆ AN	48
---	----

Sở Du lịch Nghệ An

ĐỀ XUẤT MỘT SỐ SẢN PHẨM DU LỊCH NHẪM KHẮC PHỤC TÍNH MÙA VỤ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI VÙNG BIỂN BẮC TRUNG BỘ	55
---	----

TS. Vũ Văn Tuyên - Giám đốc, Công ty Travelogy Việt Nam

PHÂN TÍCH TIỀM NĂNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH MỚI NHẪM GIẢM THIỂU TÍNH MÙA VỤ TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH BIỂN TẠI QUẢNG BÌNH	64
--	----

Sở Du lịch Quảng Bình

TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TRÁI MÙA TẠI CÁC KHU VỰC VEN BIỂN VÙNG BẮC TRUNG BỘ	69
--	----

Ông Nguyễn Đức Hùng - Giám đốc, Công ty Indochina Journey

TIỀM NĂNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH BIỂN TẠI THANH HÓA	72
---	----

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

TÍNH MÙA VỤ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI VÙNG BIỂN BẮC TRUNG BỘ: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP

*Báo cáo tóm tắt nhiệm vụ
Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch*

1. Một số vấn đề lý luận về tính mùa vụ trong du lịch

1.1 Khái niệm

Tính mùa vụ (*Seasonality*) trong du lịch được hiểu là sự biến động theo chu kỳ của lượng du khách đến một điểm du lịch hoặc quốc gia, do tác động của các yếu tố như thời tiết, kỳ nghỉ, các sự kiện văn hóa và nhu cầu của thị trường khách.

Trên thế giới, theo Butler (1994), tính mùa vụ du lịch được định nghĩa là: "*Sự biến đổi tạm thời về lượng khách du lịch, thu nhập và chi tiêu trong suốt một năm, có liên quan đến yếu tố thời gian và những sự kiện trong năm.*"¹

Allan M. Williams & Gareth Shaw (1991) cho rằng: "*Tính mùa vụ là xu hướng tập trung hoạt động du lịch vào một khoảng thời gian nhất định trong năm, dẫn đến sự biến động theo mùa của nhu cầu du lịch.*"²

Tom Baum & Svend Lundtorp (2001) định nghĩa: "*Tính mùa vụ là sự biến đổi định kỳ và có thể dự đoán được trong hoạt động du lịch, ảnh hưởng đến cung và cầu trong ngành du lịch.*"³

Tại Việt Nam, tính mùa vụ trong hoạt động du lịch là một trong những chủ đề được quan tâm cả về phương diện học thuật và thực tiễn, song các công trình nghiên cứu riêng cho vấn đề này không nhiều, chủ yếu được lồng ghép trong các nghiên cứu chung về du lịch.

Nghiên cứu đầu tiên và bài bản nhất cho đến bây giờ là nghiên cứu của Viện NCPT Du lịch trong đề tài "Nghiên cứu ảnh hưởng của tính mùa vụ du lịch đến hoạt động du lịch ở Việt Nam" của tác giả Nguyễn Thăng Long và Phạm Lê Thảo thực hiện năm 1998. Theo tài liệu này: "*Tính mùa vụ du lịch được hiểu là sự mất cân đối về không gian trong một khoảng thời gian nhất định trong năm, thể hiện ở các khía cạnh của các yếu tố như số lượng khách, chi tiêu của du khách, các phương tiện giao thông, lao động và tính hấp dẫn*".

Theo Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2008) thì tính thời vụ du lịch là sự dao động lặp đi lặp lại đối với "Cung" và "Cầu" của các dịch vụ và hàng hóa du lịch trong một không gian cụ thể như một hiện tượng của du lịch và được thể hiện ở sự

¹ Theo Butler (1994), tính mùa vụ được định nghĩa là: "Sự biến đổi tạm thời về lượng khách du lịch, thu nhập và chi tiêu trong suốt một năm, có liên quan đến yếu tố thời gian và những sự kiện trong năm."

² Williams, A. M., & Shaw, G. (1991). *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*. Belhaven Press.

³ Baum, T., & Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in Tourism*. Pergamon.

thay đổi số lượng khách, mức chi tiêu của khách, lao động trong du lịch và tính hấp dẫn của điểm du lịch. Thời vụ du lịch là khoảng thời gian của một chu kỳ kinh doanh, mà tại đó có sự tập trung cao nhất của cung và cầu du lịch.

Hiểu rõ tính mùa vụ có thể giúp các nhà quản lý du lịch, chính quyền địa phương và các bên liên quan trong việc xây dựng chiến lược phù hợp để giảm thiểu tác động tiêu cực và tận dụng cơ hội từ tính mùa vụ.

1.2 Bản chất

Bản chất của tính mùa vụ trong du lịch thường được miêu tả là hiện tượng **biến động theo chu kỳ** của hoạt động du lịch. Tính mùa vụ trong du lịch liên quan đến việc tập trung hoạt động du lịch vào các khoảng thời gian cụ thể trong năm, dẫn đến sự mất cân bằng về nhu cầu và cung cấp dịch vụ.

Butler (1994) nhấn mạnh rằng tính mùa vụ là sự mất cân bằng thời gian trong hoạt động du lịch, được thể hiện qua số lượng du khách, lưu lượng giao thông, chi tiêu, và mức độ sử dụng các dịch vụ. Yếu tố mùa vụ có thể bị ảnh hưởng bởi các điều kiện tự nhiên (như khí hậu) và xã hội (như kỳ nghỉ học).⁴

Theo Allan M. Williams & Gareth Shaw (1991), bản chất của tính mùa vụ trong du lịch được mô tả là sự tập trung thời gian của các hoạt động du lịch vào một phần nhất định trong năm, tạo ra sự bất cân xứng về cầu và cung, dẫn đến những biến động lớn trong doanh thu và việc làm.⁵

Còn theo Tom Baum & Svend Lundtorp (2001), bản chất của tính mùa vụ trong du lịch là hiện tượng có chu kỳ và dễ đoán trước, xuất phát từ các yếu tố như khí hậu, lịch học, các sự kiện văn hóa. Điều này làm cho cầu và cung trong ngành du lịch không ổn định trong suốt năm.⁶

Theo Phạm Trung Lương, tính mùa vụ trong du lịch Việt Nam phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên (như thời tiết theo mùa) và các yếu tố văn hóa, xã hội (chế độ lao động, nghỉ ngơi), tạo ra sự biến động lớn về số lượng du khách và doanh thu.⁷

Tổng kết lại, Bản chất của tính mùa vụ trong du lịch là sự mất cân đối về thời gian và không gian trong hoạt động du lịch, gây ra bởi các yếu tố tự nhiên (như khí hậu) và xã hội (như lịch học, lễ hội). Điều này dẫn đến sự biến động lớn trong nhu cầu và cung cấp dịch vụ, tạo ra thách thức cho ngành du lịch trong việc duy trì ổn định lượng khách và doanh thu trong suốt cả năm.

⁴ Butler, R. W. (1994). Seasonality in Tourism: Issues and Implications. In A. V. Seaton (Ed.), *Tourism: The State of the Art* (pp. 332-339). Chichester: John Wiley & Sons.

⁵ Williams, A. M., & Shaw, G. (1991). *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*. Belhaven Press.

⁶ Baum, T., & Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in Tourism*. Pergamon.

⁷ Phạm Trung Lương (2000). *Du lịch Việt Nam: Những vấn đề lý luận và thực tiễn*. Nhà xuất bản Giáo dục.

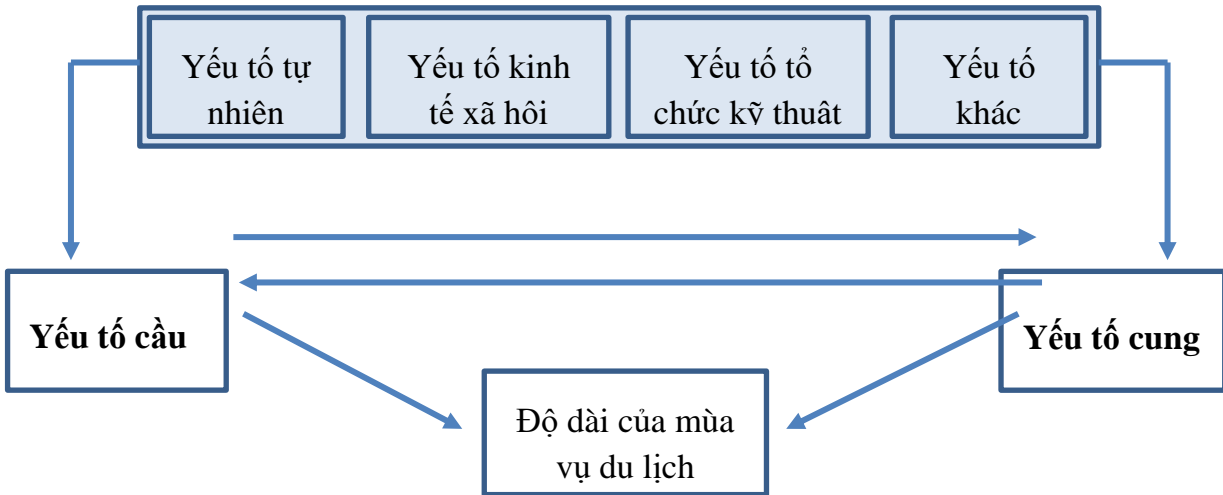
1.3 Các đặc điểm của tính mùa vụ du lịch

Thời gian và chỉ số của mùa du lịch là không cố định. Chúng thay đổi dưới tác động của nhiều yếu tố và có những đặc điểm chung như sau:

- Tính mùa vụ du lịch xuất hiện ở tất cả các quốc gia và các vùng,
- Một vùng, một quốc gia có thể có 1, 2 hoặc nhiều mùa du lịch phụ thuộc vào loại hình du lịch và các yếu tố liên quan khác.
- Cường độ của mùa du lịch không đồng đều trong các tháng của năm. Thời gian, thời gian mà cường độ mạnh nhất gọi là mùa chính, thời gian mà cường độ nhỏ hơn gọi là trước mùa, cường độ bổ sung sự kéo dài mùa chính là sau mùa và phần còn lại gọi là ngoài mùa hay mùa chết.
- Ở các nước du lịch phát triển thông thường mùa du lịch dài hơn và cường độ của mùa du lịch chính có thể yếu hơn. Ở các nước mới phát triển mùa du lịch ngắn hơn và có cường độ mạnh hơn.
- Cường độ và độ dài của mùa du lịch là không tương đồng giữa các loại hình du lịch. Trong mùa du lịch chính, loại hình du lịch chữa bệnh có thời gian kéo dài hơn đồng thời có cường độ yếu hơn. Du lịch nghỉ dưỡng được đặc trưng bởi cường độ cao hơn và thời gian ngắn hơn.
- Cường độ và thời gian của mùa du lịch phụ thuộc vào cơ cấu của thị trường khách du lịch lưu trú của các điểm đến khác nhau. Các trung tâm du lịch thanh niên có mùa du lịch ngắn và sôi động hơn so với các trung tâm du lịch phục vụ khách du lịch lứa tuổi trung niên.
- Cường độ và thời gian của mùa du lịch phụ thuộc vào đặc điểm hệ thống cơ sở lưu trú. Các cơ sở lưu trú có chất lượng dịch vụ cao, tiện nghi hiện đại, chẳng hạn như các resort, thường có giá bán cao nhưng sẽ thu hút khách du lịch quanh năm, giảm thiểu tình trạng mùa vụ. Ngược lại, các khách sạn bình dân, số lượng phòng nhiều nhưng thường có giá thấp, có khả năng tiếp nhận lượng khách lớn, phù hợp với du lịch đại chúng.

1.4 Các yếu tố hình thành tính mùa vụ du lịch

Tính mùa vụ là hoạt động du lịch không được liên tục trong năm do chịu sự tác động của các yếu tố từ con người, thiên nhiên. Việc tìm hiểu rõ các yếu tố tác động, cơ chế tác động là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp khắc phục tính mùa vụ, góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động du lịch.



Nguồn: Giáo trình kinh tế du lịch

Yếu tố tự nhiên: khí hậu, thời tiết là nhân tố chủ yếu quyết định đến tính mùa vụ trong kinh doanh du lịch, khí hậu tác động lên cả cung và cầu trong du lịch. Các loại hình du lịch như du lịch nghỉ biển, du lịch nghỉ núi, du lịch thể thao núi là những loại hình chịu tác động rất lớn từ yếu tố khí hậu.

Yếu tố kinh tế xã hội: Các yếu tố xã hội cũng có tác động lớn tới tính mùa vụ như chế độ lao động, nghỉ phép, lịch học tập, nghỉ hè của học sinh sinh viên, các kỳ thi chính, tập quán, thói quen... của những thị trường chủ yếu là những yếu tố có ảnh hưởng lớn đến tính mùa vụ du lịch.

Yếu tố mang tính tổ chức kỹ thuật: Khả năng sẵn sàng đón tiếp khách du lịch như yếu tố về chất lượng và cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, hạ tầng có ảnh hưởng đến tính mùa vụ của hoạt động du lịch.

Yếu tố mang tính tâm lý: yếu tố về một và sự bất chước, hành vi đi du lịch của du khách bị chi phối bởi nhiều hành vi khác, như hiện tượng đám đông tạo sự tò mò cũng như sự hiếu kỳ của du khách đối với điểm đến hay một sản phẩm du lịch.

Tính mùa vụ du lịch cũng có thể được phân tích dựa trên cặp phạm trù cung - cầu.

Yếu tố cầu:

Sự tập trung của "Cầu du lịch" vào mùa du lịch chính được hình thành bởi yếu tố kinh tế - xã hội và tâm lý, trước hết liên quan đến phân khúc thị trường chính của sản phẩm/điểm đến du lịch.

Với việc thu nhập được cải thiện, phân khúc thị trường khách có mức thu nhập trung bình phát triển mạnh về số lượng, khả năng chi trả và nhu cầu đi du lịch, nghỉ ngơi. Đây là phân khúc thị trường có tác động mạnh tới tính mùa vụ với những lý do chính như sau:

- Đáp ứng được nhu cầu đi du lịch, nghỉ ngơi với điều kiện khí hậu thích hợp nhất, ít rủi ro nhất.

- Thời gian đi du lịch phù hợp nhất đối với các thành viên trong gia đình cũng như trong nhóm, đoàn. Điều này cũng làm giảm chi phí chuyến đi khi đi du lịch theo đoàn/nhóm quy mô lớn hơn.

- Tập quán, thói quen đi du lịch vào từng thời gian trong năm của thị trường, như “đi nghỉ hè” đối với thị trường nội địa.

Gần đây, ngành du lịch quan tâm nhiều hơn tới những thị trường ít chịu ảnh hưởng của các kỳ nghỉ phép năm và kỳ nghỉ của học sinh như thị trường người cao tuổi, khách du lịch công vụ...

Yếu tố thời gian rồi có nhiều thay đổi tích cực trong thời gian gần đây như việc giảm giờ làm trong tuần, gia tăng số ngày nghỉ phép, ngày nghỉ lễ, các biến động về cơ cấu xã hội theo độ tuổi, giảm tỷ lệ nhóm gia đình có con trong độ tuổi đến trường... Chế độ đãi ngộ đối với công nhân, người lao động cũng ngày càng được cải thiện cũng đóng góp thúc đẩy phát triển du lịch và phần nào giảm bớt tác động của yếu tố cung tới tính mùa vụ du lịch.

Tồn tại một yếu tố khác ảnh hưởng đến sự tập trung của “Cầu du lịch”:

Thói quen/truyền thống, mốt, phong trào... là những yếu tố tác động tương đối mạnh lên “Cầu du lịch” và ít bị ảnh hưởng bởi các nguyên nhân và bối cảnh kinh tế, tự nhiên. Các yếu tố này có biến đổi theo thời gian nhưng tốc độ thay đổi thường tương đối chậm.

Ở Việt Nam tác động của yếu tố phong tục truyền thống, thói quen lên tính mùa vụ du lịch rất mạnh mẽ và thể hiện hết sức rõ nét đối với du lịch lễ hội và du lịch biển.

Trên thế giới, du lịch mùa thấp điểm đã trở thành hiện tượng tại Châu Âu, Mỹ, Úc... những năm gần đây và dần trở thành xu hướng. Tránh đám đông và giá cả mùa cao điểm, cũng như tác động của biến đổi khí hậu, đều sẽ là những yếu tố góp phần vào nhu cầu du lịch trái mùa. Xu hướng này có thể sẽ còn tiếp tục kéo dài và có những tác động nhất định đến xu hướng đi du lịch trái mùa ở Việt Nam.

Yếu tố Cung

Khả năng đáp ứng nhu cầu của khách du lịch là yếu tố có ảnh hưởng đến độ dài của mùa vụ du lịch thông qua “Cung du lịch”. Cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và cách thức tổ chức hoạt động trong cơ sở du lịch cũng có ảnh hưởng lớn đến việc phân bố các nhu cầu có khả năng thanh toán theo thời gian. Việc phân bố hợp lý các hoạt động vui chơi giải trí, các sản phẩm bổ trợ cũng có ảnh hưởng nhất định đến việc khắc phục sự tập trung của các luồng khách du lịch.

Chính sách giá cả, các hoạt động tuyên truyền quảng cáo cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến vấn đề nêu trên. Khả năng cung ứng hàng hoá, dịch vụ có chất lượng cao với giá cả hợp lý, điều kiện đi lại thuận tiện, kết hợp với các sự kiện đặc biệt sẽ là yếu tố thu hút khách du lịch vào quãng thời gian ngoài mùa du lịch chính.

Điều kiện tự nhiên, xã hội và tài nguyên du lịch cũng ảnh hưởng đến tính mùa vụ du lịch thông qua việc tác động mạnh lên Cung trong du lịch. Nếu ở một khu vực chỉ có điều kiện phát triển du lịch biển thì mùa vụ du lịch sẽ ngắn hơn so với khu vực khác vừa có thể phát triển du lịch biển vừa kết hợp với du lịch chữa bệnh, du lịch văn hoá... độ dài của mùa vụ du lịch ở một lãnh thổ phụ thuộc nhiều vào loại hình du lịch chính của lãnh thổ đó.

1.5 Tác động của mùa vụ đến hoạt động du lịch

Tính mùa vụ có ảnh hưởng tiêu cực đối với ngành du lịch nói riêng và đến sự phát triển kinh tế xã hội của các địa phương nói chung.

Tính mùa vụ có thể có tác động tiêu cực đến tất cả các thành phần của hoạt động du lịch như tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, hạ tầng, lao động ngành du lịch và khách du lịch. Mùa du lịch ngắn là nguyên nhân của việc phần lớn các cơ sở vật chất kỹ thuật cũng như lao động chuyên ngành chỉ được sử dụng có hiệu quả trong một quãng thời gian nhất định trong năm, dẫn đến việc tăng chi phí cố định và giá thành của hàng hoá, dịch vụ. Điều này làm giảm khả năng xây dựng một chính sách giá mềm dẻo, gây khó khăn cho công tác tổ chức và giảm khả năng cạnh tranh. Không những thế, nó còn hạn chế các khả năng của du khách trong việc tìm ra một chỗ nghỉ thích hợp trong thời gian mong muốn. Tính mùa vụ còn đem lại sự tập trung cao của du khách trong một thời gian nhất định đối với các phương tiện vận chuyển, gây ách tắc giao thông ở các điểm du lịch, làm mất đi sự tiện lợi trong quá trình di chuyển, lưu trú và làm giảm chất lượng phục vụ và tạo nên sức ép về môi trường đối với các tài nguyên du lịch.

Tác động đến công tác tổ chức quản lý và hiệu quả kinh doanh:

Tính mùa vụ gây khó khăn cho việc tổ chức hoạt động kinh doanh của ngành du lịch. Lượng khách tăng lên đột ngột với số lượng lớn trong mùa du lịch đồng nghĩa với việc các nhu cầu cần được đáp ứng của du khách tăng lên rất cao. Các nhà tổ chức, quản lý gặp nhiều khó khăn trong việc xây dựng sản phẩm, tour, cung cấp dịch vụ cũng như kiểm soát giá cả và chất lượng của các sản phẩm, dịch vụ. Tình trạng mất cân đối nghiêm trọng cung cầu thường dẫn giảm chất lượng sản phẩm và ảnh hưởng không nhỏ đến hình ảnh, thương hiệu điểm đến. Công tác quản lý môi trường, bảo đảm an ninh, an toàn cho du khách cũng gặp nhiều thách thức do tính mùa vụ du lịch.

Kết cấu hạ tầng là yếu tố quan trọng để thực hiện hoạt động du lịch cần được các địa phương và ngành quan tâm đầu tư. Tuy nhiên trong bài toán kinh tế đối với các công trình hạ tầng, thông thường công suất thiết kế không được tính toán đối với nhu cầu tăng vọt vào thời kỳ cao điểm để đảm bảo tính khả thi về kinh tế, do vậy việc quá tải hệ thống hạ tầng tại một số thời điểm nhất định là không thể tránh khỏi gây ra những hệ lụy về giao thông, môi trường...

Việc mất cân đối trong khai thác, sử dụng các công trình cơ sở vật chất du lịch, điển hình như cơ sở lưu trú, ăn uống là tác động có thể thấy rõ của tính mùa vụ của hoạt

động du lịch. Sử dụng mãn tải hoặc quá tải các công trình gây ảnh hưởng tới tuổi thọ công trình, tuy vậy các công trình khi không được sử dụng cũng bị xuống cấp nhanh chóng. Khi đó chi phí khấu hao, bảo trì bảo dưỡng đều gia tăng, ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh cũng như năng lực cạnh tranh của điểm đến.

Một tác động lớn của tính mùa vụ là tới đội ngũ lao động. Việc duy trì ổn định đội ngũ lao động là hết sức quan trọng nhằm đảm bảo và cải thiện chất lượng nguồn nhân lực, yếu tố đặc biệt quan trọng đối với chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Đối với những trường hợp tính mùa vụ không quá khắc nghiệt, việc duy trì ổn định đội ngũ lao động là khả thi. Tính mùa vụ gia tăng hơn thì sự linh hoạt để đáp ứng nhu cầu thị trường đối với nhu cầu nguồn nhân lực phần nào có thể được đáp ứng bằng các lao động thời vụ với việc bố trí các tác nghiệp giản đơn, tổ nhóm ghép với những nhân nhượng nhất định về chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên khi tính mùa vụ trở nên cực đoan thì chất lượng và cả số lượng lao động du lịch là một vấn đề hết sức nan giải.

Tác động đến tài nguyên và môi trường du lịch:

Sức chứa của các đối tượng du lịch là hữu hạn, vượt quá ngưỡng thì sẽ dẫn tới tình trạng quá tải. Sự quá tải, đặc biệt trong thời gian kéo dài ảnh hưởng tới tài nguyên, môi trường du lịch, cũng như chất lượng trải nghiệm của du khách.

Các tác động đến kinh tế - xã hội:

Do tính mùa vụ có tác động trực tiếp đến hoạt động du lịch, do vậy cũng có ảnh hưởng lớn đến kinh tế - xã hội của điểm đến. Vào mùa du lịch, khi lượng khách tăng vọt, việc tăng giá nói chung, đặc biệt là lương thực, thực phẩm là khó tránh khỏi gây ra tác động tới cả du khách cũng như người dân địa phương.

Lượng khách quá lớn tập trung trong một thời gian ngắn khiến cho việc đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách gặp nhiều khó khăn. Thêm vào đó, để đáp ứng nhu cầu gia tăng đột biến, các cơ sở dịch vụ có tính chất “mùa vụ” cũng phát triển mạnh mẽ dẫn tới những thách thức không nhỏ đối với công tác quản lý. Ngoài ra, khi đó các hiện tượng buôn bán chộp giật, tệ nạn xã hội cũng có thể gia tăng.

Tác động đến bản thân du khách:

Tính mùa vụ du lịch không chỉ là thách thức với hoạt động của các doanh nghiệp mà còn có thể mang lại nhiều phiền toái cho du khách trong tất cả các hoạt động của chuyến du lịch như tham quan, đặt phòng khách sạn, giao thông, ăn uống, tham gia các hoạt động vui chơi giải trí. Giá cả gia tăng cũng là một tác động đối với du khách bên cạnh vấn đề môi trường vào mùa du lịch với tình trạng quá tải cũng không thể được đảm bảo.

Hiện tượng tập trung cao lượng khách trong mùa du lịch trên một không gian hữu hạn đã làm giảm giá trị trải nghiệm của du khách. Lượng khách tăng cao dẫn đến lượng rác thải từ mọi nguồn gia tăng theo, gây ô nhiễm môi trường, làm giảm giá trị của đối tượng du lịch và ảnh hưởng đến sức khỏe của du khách.

Hơn thế nữa, khi khách du lịch tập trung với mật độ cao thì loại tệ nạn xã hội nhằm vào du khách như trộm cắp, cướp giật cũng gia tăng, các rủi ro trong du lịch mà nạn nhân là các khách du lịch là một hiện thực.

Ngược lại với mùa du lịch, ở thời gian ngoài mùa du lịch chính thì đa số các cơ sở kinh doanh cầm chừng, thu hẹp phạm vi các loại hình dịch vụ, giảm lao động, khiến cho du khách đi du lịch trong thời gian này khó có thể có được những dịch vụ đáp ứng các nhu cầu của mình nhất là nhu cầu đối với các dịch vụ bổ sung.

Tuy nhiên, không thể phủ nhận là mặc dù chịu nhiều tác động tiêu cực do tính mùa vụ thì du lịch, mặc dù chỉ theo mùa, vẫn mang lại những đóng góp quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương điểm đến.

2. Tóm tắt hiện trạng phát triển hệ thống sản phẩm và tính mùa vụ trong hoạt động du lịch tại vùng biển Bắc Trung Bộ:

2.1 Tóm tắt hiện trạng phát triển hệ thống sản phẩm du lịch các tỉnh khu vực Bắc Trung Bộ

- Du lịch tắm biển, nghỉ dưỡng biển: Đây là loại hình du lịch phổ biến nhất hiện nay, đặc biệt đối với các tỉnh phía Bắc của Vùng, thu hút hầu hết các đối tượng khách du lịch và chiếm tỉ lệ cao nhất trong tổng số khách du lịch nội địa của cả vùng. Du lịch tắm biển thường chỉ tập trung vào mùa hè ở những khu du lịch biển như Sầm Sơn, Hải Tiến (Thanh Hóa), Cửa Lò (Nghệ An), Thiên Cầm (Hà Tĩnh), Bãi Đá Nhảy, Nhật Lệ (Quảng Bình), Cửa Tùng, Cửa Việt (Quảng Trị), Thuận An, Lăng Cô (Thừa Thiên-Huế)... ở những khu du lịch này thường đông khách về mùa hè và hầu như không có khách trong mùa Đông.

- Du lịch về nguồn, tham quan tìm hiểu lịch sử-cách mạng: các tỉnh Bắc Trung Bộ là địa bàn tập trung nhiều di tích chiến tranh, cách mạng có giá trị đặc biệt. Trong đó phải kể đến: Xuân Sơn, Nhật Lệ, đường 20 Quyết thắng, địa đạo Vịnh Mốc, thành cổ Quảng Trị, cầu Hiền Lương, đường 9-Khe Sanh, đường mòn Hồ Chí Minh... những di tích này góp phần hình thành nên một bảo tàng sinh động về cuộc đấu tranh cách mạng anh dũng giành độc lập của dân tộc Việt Nam, cùng với đó là các lễ hội cách mạng đặc sắc, có giá trị tinh thần lớn lao để phát triển loại hình du lịch tham quan - hồi tưởng, du lịch hoài niệm chiến trường xưa.

- Du lịch di sản, tham quan-nghỉ dưỡng: Loại hình này chủ yếu diễn ra ở các điểm danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử đặc biệt quan trọng như di sản văn hoá thế giới thành nhà Hồ (Thanh Hóa), kinh đô cổ ở Huế với hệ thống các điểm di tích văn hóa, lịch sử, các lăng tẩm của 13 đời vua nhà Nguyễn (Thừa Thiên-Huế)... Loại hình du lịch này thường thu hút đối tượng khách du lịch là những người lớn tuổi. Loại hình du lịch này có thể diễn ra quanh năm, tuy nhiên vào những tháng giá rét hoặc mưa cũng hạn chế khả năng đi lại của du khách.

- Du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng: mặc dù có nhiều tiềm năng, tuy nhiên hiện

nay du lịch sinh thái chưa phát triển ở Bắc Trung Bộ. Du lịch sinh thái hiện nay chủ yếu mới chỉ là các hoạt động tham quan hang động đơn thuần ở Phong Nha, vườn quốc gia Bạch Mã. Gần đây, du lịch cộng đồng Pù Luông (Thanh Hóa), Pù Mát (Nghệ An) cũng có những thành tựu phát triển mạnh mẽ.

- Du lịch lễ hội-tín ngưỡng: Trong những năm gần đây khách du lịch lễ hội - tín ngưỡng phát triển nhanh. Đối tượng chính của loại hình du lịch này là những người lớn tuổi, những người buôn bán kinh doanh... Mùa du lịch lễ hội- tín ngưỡng thường tập trung vào những tháng sau Tết Nguyên đán khi mà ở khắp nơi diễn ra các lễ hội, đồng thời vào thời gian này thương trường bớt biến động nên các nhà kinh doanh buôn bán thường đi đền chùa, lễ hội để cầu may, cầu phúc v.v...

- Du lịch khám phá đảo ven bờ: toàn dải ven biển Miền Trung và khu vực Bắc Trung Bộ nói riêng hiện có một số đảo nhỏ có thể khai thác phát triển du lịch. Có thể kể ra những địa điểm có tiềm năng như hòn Mê (Thanh Hóa), đảo Yên (Hà Tĩnh), đảo Ngư (Nghệ An), Cồn Cỏ (Quảng Trị), đảo Ngọc (Thừa Thiên-Huế)... Tuy nhiên phần lớn các đảo này có diện tích rất nhỏ, nguồn nước ngọt hạn chế, nên việc đầu tư khai thác còn hạn chế.

- Du lịch chữa bệnh, phục hồi sức khỏe: loại hình du lịch này thường tập trung ở những nơi có nguồn nước khoáng nóng với mục đích nghỉ ngơi và chữa bệnh. Một số điểm nước khoáng có giá trị trong vùng như nước khoáng nóng Giang Sơn-Đô Lương (Nghệ An), Sơn Kim-Hương Sơn (Hà Tĩnh), Bang-Lệ Thủy (Quảng Bình), Thanh Tân-Phong Điền, A Roàng-A Lưới, Mỹ An, Thanh Phước (Thừa Thiên - Huế)... đều có thể khai thác trở thành những sản phẩm du lịch chữa bệnh có giá trị.

Một số nhận xét chung về tiềm năng, hiện trạng hệ thống sản phẩm du lịch khu vực Bắc Trung Bộ:

Du lịch khu vực Bắc Trung Bộ trong những năm qua đã có bước phát triển nhất định, nhưng kết quả kinh doanh du lịch của các tỉnh trong vùng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng. Các sản phẩm chính hiện nay chủ yếu vẫn phát triển theo hướng khai thác theo mùa vụ, chưa có nhiều nỗ lực toàn diện để phát triển sản phẩm khác phục tính mùa vụ du lịch. Các hoạt động du lịch trong khu vực này vẫn còn mang tính nhỏ lẻ, manh mún, thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa các địa phương và chưa có sự gắn kết cần thiết giữa các điểm du lịch.

Khu vực Bắc Trung Bộ có nhiều tiềm năng du lịch, với 9 di sản thế giới được UNESCO công nhận, bao gồm cả di sản văn hóa và thiên nhiên, cả vật thể và phi vật thể. Hệ thống hang động Phong Nha – Kẻ Bàng, đặc biệt là hang Sơn Đoòng và hang Én, có giá trị lớn trong việc xây dựng sản phẩm du lịch và thương hiệu điểm đến cho vùng. Cố đô Huế đã tạo dựng được hình ảnh, thương hiệu cho Huế về sản phẩm di sản và du lịch lễ hội, được thị trường trong nước và quốc tế đánh giá cao. Hệ thống tài nguyên du lịch như con đường huyền thoại Hồ Chí Minh có giá trị lịch sử to lớn, không chỉ đối với Việt Nam mà còn trên toàn thế giới. Tài nguyên du lịch tự nhiên, văn hóa

rất đa dạng và phong phú là lợi thế để khu vực Bắc Trung Bộ phát triển đa dạng các loại hình sản phẩm du lịch, là cơ sở quan trọng để khu vực khai thác du lịch quanh năm, bền vững.

Khu vực Bắc Trung Bộ giữ vị trí rất quan trọng trong hệ thống phát triển tour và tuyến du lịch của Việt Nam, nằm ở trung tâm, dễ tiếp cận từ cả các cửa ngõ phía Bắc và phía Nam, và nằm trên tuyến hành lang Đông - Tây kết nối với Lào, Thái Lan và Myanmar. Đặc biệt là trong giai đoạn hiện nay, hạ tầng đường bộ cao tốc đã dần hoàn thiện, đường hàng không, đường sắt và đường biển ngày càng có nhiều cải thiện rất thuận lợi. Tuy nhiên, sản phẩm du lịch của vùng vẫn còn phát triển rời rạc, thiếu sự liên kết, chuỗi giá trị du lịch chưa được định hình chắc chắn, làm giảm tính hấp dẫn và hiệu quả của sản phẩm du lịch. Những hạn chế trong chuỗi giá trị du lịch, cùng với hệ thống cơ sở hạ tầng hỗ trợ chưa hoàn thiện, đã khiến sản phẩm du lịch trở nên đơn điệu, không tạo được ấn tượng mạnh mẽ trong lòng du khách, dẫn đến hiệu quả kinh doanh chưa cao.

Khu vực Bắc Trung Bộ đang thiếu vốn đầu tư cho phát triển du lịch: nguồn vốn đầu tư cho du lịch hiện tại còn rất hạn chế so với các vùng khác, và thiếu sự đầu tư tập trung cho các khu du lịch tầm cỡ. Điều này dẫn đến chất lượng sản phẩm chưa cao và khả năng cạnh tranh thấp. Hầu hết các địa phương trong vùng có năng lực xây dựng sản phẩm và xúc tiến quảng bá còn yếu, ngoại trừ Huế. Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch không đồng đều giữa các địa phương, cơ sở vật chất kỹ thuật, hạ tầng dịch vụ còn thiếu và yếu gây cản trở cho việc phát triển hạ tầng du lịch.

Biến đổi khí hậu và các thảm họa tự nhiên như bão, lũ lụt, lở đất thường xuyên ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động du lịch, đe dọa nguồn tài nguyên du lịch của vùng. Sản phẩm du lịch của vùng mang tính mùa vụ rõ rệt, đặc biệt là du lịch biển, với hoạt động du lịch chủ yếu từ tháng 12 đến tháng 6 năm sau. Mặc dù các sản phẩm du lịch như tham quan di sản, di tích lịch sử - văn hóa, và du lịch làng nghề... có thể giúp hạn chế tính mùa vụ, nhưng việc xây dựng sản phẩm vẫn chưa được đầu tư sâu, thiếu hấp dẫn, và thiếu các sản phẩm truyền thống làm quà lưu niệm cho du khách.

Sự trùng lặp trong sản phẩm du lịch khiến sức hút du khách đến khu vực Bắc Trung Bộ còn yếu. Du lịch biển tại các tỉnh trong vùng không có sự khác biệt rõ rệt, khó tạo ra sự khác biệt giữa các khu du lịch biển, trong khi hạn chế về quy hoạch, quản lý, và vốn đầu tư là những rào cản lớn trong việc tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm du lịch. Đầu tư cho công tác xúc tiến quảng bá du lịch chưa đúng mức, chưa tập trung, chưa liên tục, chưa có sự hợp tác, liên kết toàn vùng trong việc xúc tiến quảng bá du lịch của toàn vùng như một điểm đến thống nhất. Do vậy, mặc dù có nhiều tài nguyên du lịch có giá trị, sản phẩm du lịch của vùng hiện vẫn chưa được khai thác hiệu quả, hầu như không thu hút được nhiều khách quốc tế, lượng khách từ khu vực phía Nam đến vùng cũng rất hạn chế.

Về tính chất, sản phẩm du lịch còn đơn sơ, chủ yếu dựa vào khai thác giá trị tài nguyên tự nhiên sẵn có như bãi biển và vườn quốc gia, cùng với các di sản như cố đô,

thành cỗ, di tích lịch sử. Về dịch vụ, các dịch vụ chính và hỗ trợ vẫn còn đơn điệu, kết nối giữa các địa phương và điểm đến còn rời rạc, chương trình du lịch thường ngắn ngày do sản phẩm trùng lặp, chưa có sự kết nối chặt chẽ giữa các điểm đến của nhiều địa phương. Về chất lượng, phần lớn chỉ đáp ứng được thị trường nội địa, ngoại trừ Huế, ở phân khúc tiêu dùng trung bình trở xuống. Sản phẩm du lịch của vùng có giá trị gia tăng thấp, thiếu thương hiệu, chu kỳ sống ngắn, và khó tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Hơn nữa, sản phẩm du lịch mang tính mùa vụ rất cao, chủ yếu tập trung vào mùa hè với du lịch biển.

Với những đánh giá khái quát nêu trên, hệ thống sản phẩm du lịch khu vực Bắc Trung Bộ những năm qua tuy có nhiều sự chuyển biến tích cực, đặc biệt ở một số địa phương như Thanh Hóa, Nghệ An, Quảng Bình. Tuy nhiên, các sản phẩm du lịch hiện tại chủ yếu mang tính mùa vụ, nhiều dịch vụ và điểm đến đã trở nên quá quen thuộc, các sản phẩm không được tái đầu tư, làm mới, không thực sự hấp dẫn du khách. Sự kết nối giữa các điểm đến trong vùng chưa chặt chẽ để tạo ra các tour du lịch hấp dẫn. Đây là thời điểm thích hợp để tái đầu tư, tái cơ cấu, đa dạng hóa thị trường và sản phẩm, làm mới sản phẩm hiện có trong toàn vùng. Cần đặc biệt chú trọng việc mở rộng không gian phát triển về hướng Tây, đặc biệt là các dòng sản phẩm có thể khai thác quanh năm, giúp khắc phục tính mùa vụ như du lịch văn hóa, lịch sử, di sản, tâm linh, sinh thái, nông nghiệp, ẩm thực, khôi phục sức khỏe, trải nghiệm thiên nhiên với các dịch vụ ăn uống, lưu trú chất lượng cao, chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp, thể thao, vui chơi, giải trí trong nhà...

3. Đánh giá tính mùa vụ trong phát triển du lịch tại vùng biển Bắc Trung Bộ

Thanh Hóa và Khu du lịch Sầm Sơn

Thanh Hóa có tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng, cả tài nguyên tự nhiên và văn hóa. Hệ thống hạ tầng, cơ sở vật chất ngày càng được đầu tư phát triển, đặc biệt hệ thống giao thông đường bộ được quan tâm, chú trọng trong những năm qua là một thuận lợi không nhỏ đối với phát triển du lịch. Thế mạnh du lịch nghỉ dưỡng biển so với các tỉnh duyên hải Bắc Bộ và lợi thế về vị trí so với các tỉnh Bắc Trung Bộ tạo điều kiện cho du lịch Thanh Hóa phát triển mạnh mẽ trong những năm qua, cả trước và sau đại dịch.

Có thể thấy tốc độ tăng trưởng của các chỉ tiêu cơ bản của tỉnh đều cao hơn mức trung bình của cả nước.

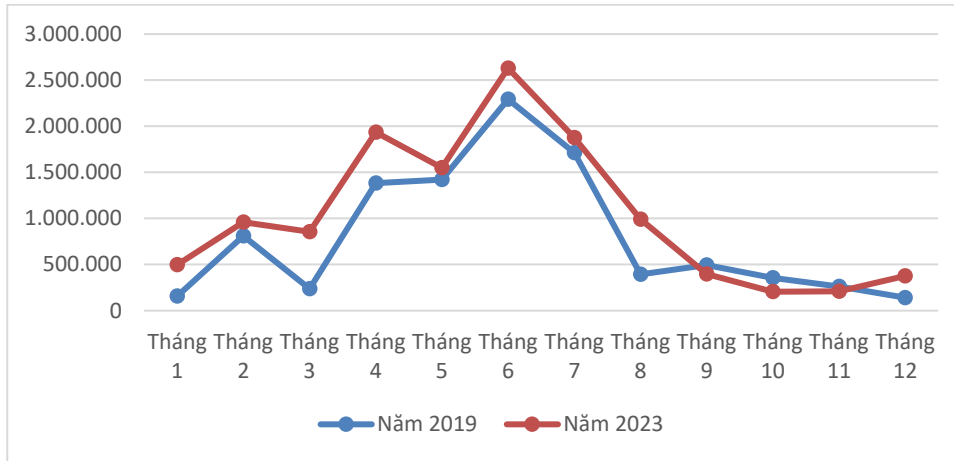
Sau đại dịch, Thanh Hóa là một trong những địa phương phục hồi và tiếp phát triển mạnh nhất trong cả nước. Năm 2023 toàn tỉnh đón 11.868.800 lượt khách nội địa (bằng 123% so với 2019), 616.200 lượt khách quốc tế (bằng 205% so với năm 2019) và tổng thu từ du lịch đạt 24.500 tỷ đồng (bằng 169% so với năm 2019).

Một đặc điểm rõ nét của du lịch Thanh Hóa là thị trường nội địa là chủ đạo. Mặc dù tỷ trọng thị trường khách nội địa có giảm nhưng không đáng kể, từ mức gần 99% vào năm 2011 xuống 97,54% vào năm 2016, 96,98% vào năm 2019 và 95% vào năm 2023.

Với du lịch nghỉ dưỡng biển là sản phẩm chủ đạo, ngoài ra cũng chịu ảnh hưởng

của mùa Đông lạnh, ẩm và gần như toàn bộ thị trường du lịch của tỉnh là khách du lịch nội địa, tính mùa vụ của du lịch Thanh Hóa là rất cao.

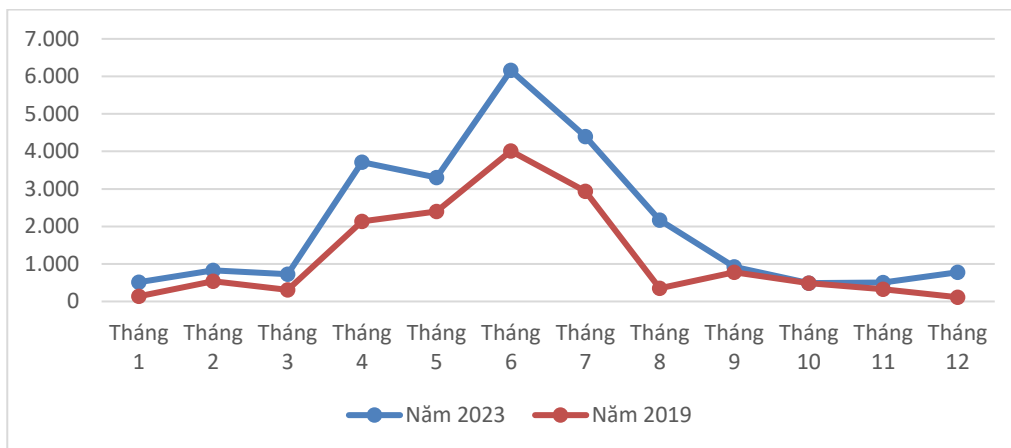
Biểu đồ sau cho thấy năm 2019 và năm 2023 là 2 năm trước và sau đại dịch, tính mùa vụ của du lịch Thanh Hóa được thể hiện hết sức rõ nét.



Biểu đồ 1: Lượng khách đến Thanh Hóa theo từng tháng trong năm 2019 và 2023

Các số liệu thống kê cho thấy, năm 2019, lượng khách đến Thanh Hóa tập trung chủ yếu trong 4 tháng (các tháng 4,5,6,7), chiếm 70,1% tổng lượng khách. Doanh thu du lịch của Thanh Hóa phân bổ tương ứng theo mùa vụ, tập trung vào các tháng 4,5,6,7, chiếm 79,1%.

Bước sang năm 2023, tình hình mùa vụ trong hoạt động du lịch Thanh Hóa đã được cải thiện. Số lượng khách du lịch vào tháng 8 vẫn tương đối cao nhưng tổng lượng khách đến Thanh Hóa từ tháng 4 cho đến hết tháng 8 cũng đã giảm xuống còn 72% tổng lượng khách của cả năm.



Biểu đồ 2: Tổng thu từ khách du lịch của Thanh Hóa theo từng tháng trong năm 2019 và năm 2023

Với sự tập trung cao của khách du lịch vào 4 tháng Hè (từ tháng 4 đến tháng 7), tổng thu từ khách du lịch trong khoảng thời gian này chiếm tới 79% tổng thu của cả năm 2019 và 71,7% của cả năm 2023.

Tính mùa vụ của du lịch Thanh Hóa có thể được lý giải rõ ở các góc độ “Cung” và “Cầu” của thị trường. Ở góc độ “Cung”, hiện nay, ngoại trừ thành phố Thanh Hóa và phần nào là ở khu vực Nghi Sơn, nơi tập trung các hoạt động phát triển kinh tế, giao thương, thì phần lớn hoạt động du lịch, nhất là đối với khách du lịch có sử dụng dịch vụ lưu trú tập trung ở dải ven biển (Sầm Sơn, Hải Tiến và gần đây là Nghi Sơn) với sản phẩm chủ đạo là du lịch nghỉ dưỡng biển. Du lịch cộng đồng phát triển mạnh ở khu vực Pù Luông tuy nhiên tỷ trọng so với cả tỉnh còn nhỏ. Các khu vực có nhiều tiềm năng khác như Lam Kinh, thành nhà Hồ, Bến En... vẫn chỉ là các điểm tham quan trong ngày.

Ở phía “Cầu”, thị trường khách du lịch nội địa là chủ yếu (trên 95%) cũng là yếu tố rất quan trọng dẫn đến tính mùa vụ của du lịch Thanh Hóa.

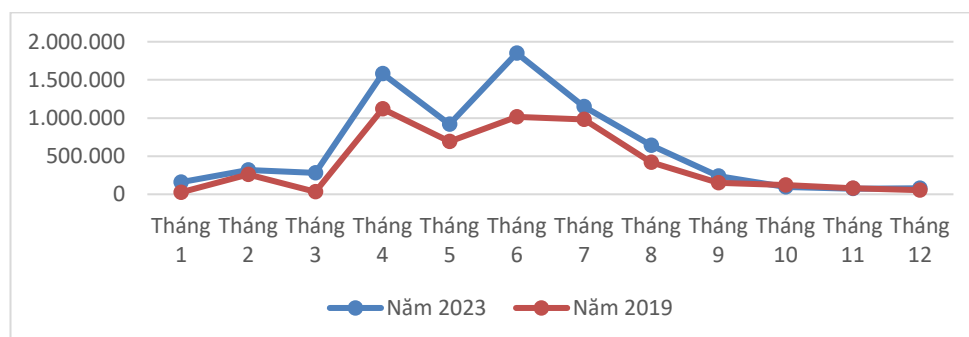
Mặc dù Thanh Hóa đã bước đầu có những chuyển biến về “tính mùa vụ” nhưng nhìn chung du lịch biển vẫn đóng vai trò chủ đạo với tất cả những hạn chế về điều kiện khai thác của sản phẩm này. Cần nhấn mạnh rằng, du lịch biển là loại hình du lịch dựa vào tự nhiên, do đó, tính mùa vụ thường thể hiện ở mức cao nhất và rất khó khắc phục.

Đối với Khu du lịch Sầm Sơn

Để phân tích thêm tính mùa vụ của du lịch Thanh Hóa, Sầm Sơn được lựa chọn để phân tích sâu hơn do hạn chế về số liệu và quy mô, phạm vi của nhiệm vụ.

Khu du lịch Sầm Sơn là một trong những khu du lịch biển quan trọng nhất của Thanh Hóa nói riêng và miền Bắc nói chung. Bãi biển đẹp, lịch sử phát triển và khoảng cách tới Hà Nội và các tỉnh phía Bắc là những điều kiện thuận lợi của du lịch Sầm Sơn, góp phần đưa Sầm Sơn trở thành điểm đến quan trọng nhất của tỉnh Thanh Hóa. Năm 2016 du lịch Sầm Sơn chiếm 67% lượng khách và đóng góp 46% tổng thu từ du lịch của toàn tỉnh; tỷ lệ này giảm xuống 51% và 32% vào năm 2019 nhưng đến năm 2023 lại tăng lên tương ứng đến 67% và 58%.

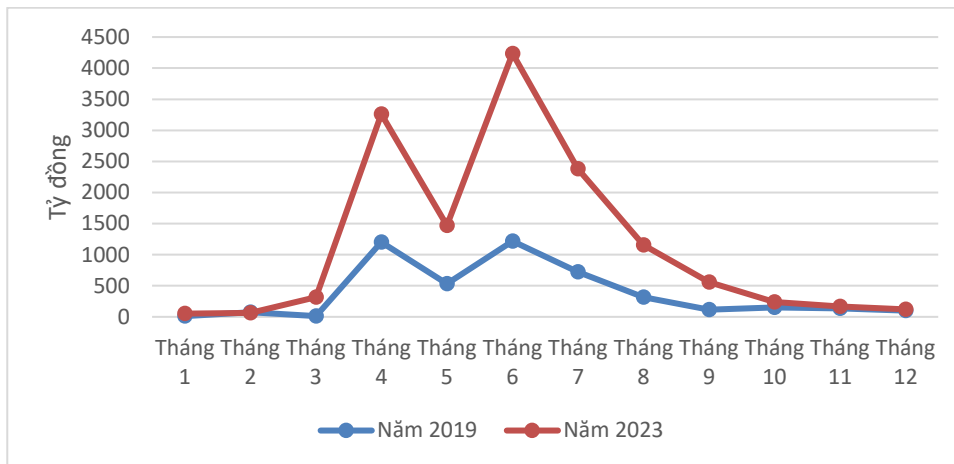
Tuy nhiên, Sầm Sơn cũng là một trong những điểm đến mà tính mùa vụ được thể hiện rõ nhất, thậm chí ở mức độ cực đoan và với vai trò quan trọng như vậy thì Sầm Sơn cũng là nguyên nhân chủ yếu của tính mùa vụ của du lịch Thanh Hóa.



Biểu đồ 3: Khách du lịch của Sầm Sơn theo từng tháng (2019 và 2023)

Biểu đồ trên cho thấy khách du lịch đến Sầm Sơn chủ yếu trong các tháng từ tháng 4 đến tháng 8, trong đó cao điểm là các tháng 4 và tháng 6, 7. Các tháng 11, 12 và 1 lượng khách rất thấp.

Với lượng khách tập trung vào các tháng Hè, tổng thu từ du lịch của những tháng này cũng đóng vai trò quyết định đối với thành tích cả năm của du lịch Sầm Sơn. Năm 2019, tổng thu từ du lịch từ tháng 4 đến hết tháng 8 chiếm gần 87% tổng thu của cả năm thì đến năm 2023 tỷ lệ này lên tới trên 89%.



Biểu đồ 4: Tổng thu từ du lịch qua các tháng của Sầm Sơn

Đứng ở góc độ “Cung du lịch”, sản phẩm chủ đạo chung của Sầm Sơn là tắm biển và nghỉ dưỡng biển, các sản phẩm khác chỉ đóng vai trò thứ yếu, mang tính hỗ trợ cho sản phẩm chính. Do vậy thời tiết có ảnh hưởng rất lớn đến sản phẩm này và là một trong những yếu tố then chốt của tính mùa vụ du lịch Sầm Sơn.

Nhìn từ “Cầu du lịch”, thị trường nội địa, đặc biệt là thị trường các tỉnh thành phía Bắc, là thị trường chủ yếu của Sầm Sơn, với những đặc điểm của phân khúc thị trường nghỉ dưỡng, tắm biển nội địa như đã phân tích, là yếu tố chính của tính mùa vụ du lịch Sầm Sơn.

Với tính mùa vụ hết sức cực đoan, công suất sử dụng buồng phòng của Sầm Sơn rất cao vào những tháng Hè, thậm chí đạt gần 100% vào các ngày cuối tuần trong thời kỳ này, nhưng tính trung bình cả năm chỉ đạt khoảng 20%. Khảo sát, phỏng vấn tại địa phương cho thấy chỉ một số ít cơ sở lưu trú hoạt động quanh năm (như FLC, Vạn Chài), còn lại phần lớn các khách sạn, cơ sở lưu trú, đặc biệt là các cơ sở có quy mô trung bình và nhỏ, loại hình cơ sở lưu trú phổ biến, điển hình của điểm đến này hoàn toàn đóng cửa từ tháng 9 tới đầu tháng 4 năm sau. Thiết kế và mô hình vận hành của đại đa số các cơ sở lưu trú cũng thích ứng cao độ với mức độ cực đoan của tính mùa vụ du lịch và chỉ cung cấp các dịch vụ ăn nghỉ cho khách với đặc thù chính là: tập trung với số lượng rất lớn vào mùa cao điểm và dừng hoàn toàn hoạt động vào mùa thấp điểm.

Thực trạng này có ảnh hưởng trực tiếp tới đội ngũ lao động du lịch của Sầm Sơn. Khảo sát, phỏng vấn cho thấy tỷ lệ lao động thời vụ là rất cao ở phần lớn các cơ sở lưu trú của Sầm Sơn. Ở một số khu resort cao cấp thì đội ngũ lao động về cơ bản được duy trì (tỷ lệ lao động thời vụ thấp) nhưng thu nhập của người lao động bị ảnh hưởng. Yếu tố này dẫn tới khó khăn trong việc huy động, tuyển dụng lao động vào mùa cao điểm, cũng như duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ.

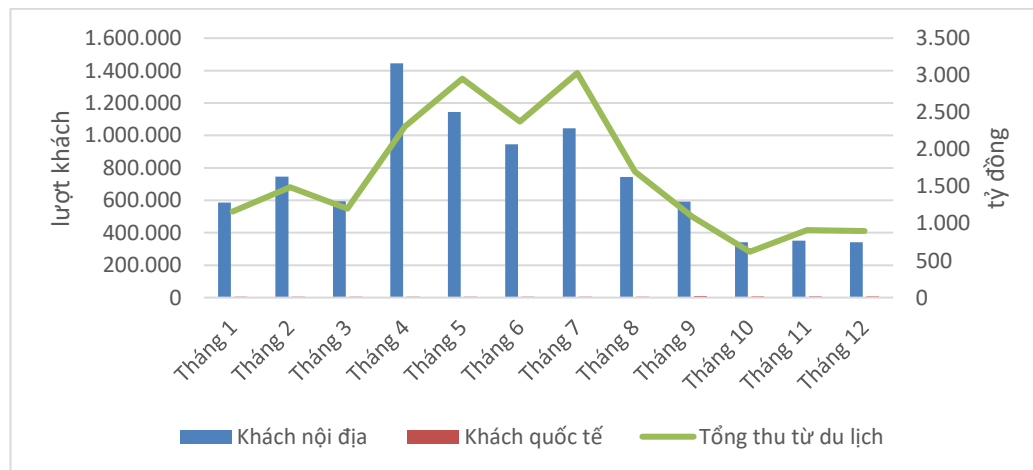
Do tác động của yếu tố khí hậu và đặc trưng của loại hình sản phẩm du lịch chủ đạo nên khu du lịch Sầm Sơn có tính mùa vụ rất rõ rệt và sâu sắc. Tuy nhiên, tài nguyên du lịch của Sầm Sơn rất phong phú và đa dạng, nếu có các biện pháp khai thác một cách hợp lý tài nguyên và tiềm năng, đa dạng hóa sản phẩm du lịch kết hợp các chính sách ưu đãi cũng như quyết tâm của chính quyền, doanh nghiệp và người dân thì mức độ tác động của mùa vụ sẽ giảm bớt, hiệu quả đầu tư, kinh doanh du lịch cũng như chất lượng sản phẩm, thương hiệu điểm đến sẽ được cải thiện đáng kể.

Nghệ An và Khu du lịch Cửa Lò

Nghệ An nằm ở vị trí trung tâm khu vực Bắc Trung Bộ của Việt Nam; nằm trên tuyến giao thông đường sắt, đường bộ xuyên Việt, có quốc lộ 1A và đường Hồ Chí Minh đi qua, có sân bay, cảng biển, đồng thời là một trong những cửa ngõ quan trọng của tuyến hành lang kinh tế Đông Tây nối liền Myanmar - Thái Lan - Lào - Việt Nam với biển Đông qua các cửa khẩu Nậm Cắn, Thanh Thủy.

Đó là lợi thế rất quan trọng để mở rộng quan hệ hợp tác giao lưu kinh tế và phát triển du lịch với các nước trong khu vực. Nghệ An cũng có nhiều tiềm năng du lịch về thiên nhiên, văn hóa, lịch sử, lễ hội truyền thống, là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch hiệu quả và bền vững. Tuy nhiên, hiện tại, tính mùa vụ trong hoạt động du lịch tại địa phương này cũng khá rõ nét.

Tương tự như Thanh Hóa, một đặc điểm nổi bật của du lịch Nghệ An là sự mất cân đối trong cơ cấu thị trường giữa khách nội địa và quốc tế. Tỷ trọng thị trường khách nội địa rất cao và có xu hướng gia tăng, từ mức gần 96,7% vào năm 2011 lên 97,74% vào năm 2016, 97,78% vào năm 2019 và gần như tuyệt đối ở mức 99,07% vào năm 2023.



Biểu đồ 5: Thống kê khách du lịch và tổng thu từ du lịch Nghệ An năm 2023

Ở góc độ “Cung du lịch”, sự mất cân đối khác dễ nhận thấy của du lịch Nghệ An thể hiện trong cơ cấu sản phẩm du lịch. Du lịch biển hiện là loại hình du lịch chủ đạo, mang lại nguồn thu lớn (chiếm trên 50% lượng khách). Tuy nhiên, như đã phân tích, với bản chất là loại hình du lịch dựa vào tự nhiên, việc khai thác loại hình du lịch này phụ thuộc lớn vào điều kiện tự nhiên, đặc biệt là điều kiện thời tiết, khí hậu. Nghệ An

có điều kiện khí hậu khắc nghiệt, mùa đông lạnh, các hiện tượng thời tiết đặc biệt như gió mùa Đông Bắc, bão, lũ... là những yếu tố tiêu cực đối với hoạt động du lịch biển.

Trong khi đó, tài nguyên du lịch sinh thái, cộng đồng phân bố tập trung ở khu vực miền núi Nghệ An, nơi có địa hình phức tạp, thường xuyên chịu ảnh hưởng nặng nề của biến đổi khí hậu như lũ ống, lũ quét, mưa lũ, ngập úng xảy ra kéo dài phá vỡ cảnh quan, xâm hại đến hệ sinh thái các khu bảo tồn, khu du lịch sinh thái làm giảm độ hấp dẫn của các điểm đến du lịch, giao thông đi lại khó khăn... hạn chế nhu cầu đi du lịch của khách du lịch.

Các số liệu thống kê cho thấy, năm 2023, lượng khách đến Nghệ An tập trung nhiều trong 5 tháng (các tháng 4,5,6,7,8), chiếm 59,77% tổng lượng khách. Doanh thu du lịch của Nghệ An phân bổ tương ứng theo mùa vụ, tập trung vào các tháng 4,5,6,7,8 chiếm 62,7%.

Có thể thấy, những nhân tố bất lợi từ tự nhiên, và sự mất cân đối trong cơ cấu sản phẩm (Cung du lịch) kết hợp với sự mất cân đối trong cơ cấu thị trường khách (Cầu du lịch) là những nhân tố chính hình thành nên tính mùa vụ trong hoạt động du lịch của Nghệ An.

Để khắc phục tính mùa vụ trong du lịch biển, tỉnh Nghệ An đã có nhiều động thái khắc phục như chủ động làm mới các sản phẩm và dịch vụ, khai thác những điểm nhấn như Quảng trường biển, phố đi bộ, các chương trình biểu diễn nghệ thuật đường phố tại Quảng trường Bình Minh, thị xã Cửa Lò, cùng với tour du lịch Đảo Ngư.

Đồng thời, tỉnh tổ chức nhiều sự kiện văn hóa, lễ hội, nghệ thuật độc đáo tại các bãi biển Cửa Lò, Biển Quỳnh, góp phần phong phú hóa sản phẩm du lịch biển. Bên cạnh đó, Nghệ An chú trọng đầu tư khai thác du lịch sinh thái, nông nghiệp thân thiện với môi trường tại các huyện đồng bằng và miền núi, giúp giảm tải sức ép tại các điểm du lịch biển vào mùa cao điểm, đồng thời tăng tính liên kết giữa các điểm đến, tạo điều kiện kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

Tỉnh cũng đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng và vật chất du lịch, ưu tiên đầu tư vào hệ thống giao thông kết nối các khu du lịch biển Cửa Lò, cùng với việc nâng cấp cơ sở hạ tầng thiết yếu như đường nội khu, bãi đỗ xe, hệ thống thu gom và xử lý rác thải, nước thải, cấp nước sạch và điện, biển báo, cây xanh, vườn hoa...

Nhờ những nỗ lực này, tính mùa vụ trong du lịch Nghệ An đã có xu hướng giảm. Việc phân biệt giữa mùa cao điểm và mùa thấp điểm trở nên mờ nhạt hơn, trong khi nhu cầu du lịch của du khách đã có sự thay đổi. Theo đánh giá của Sở Du lịch, lượng khách và doanh thu trong mùa thấp điểm năm 2023 tăng khoảng 20-25% so với những năm trước, góp phần tạo bước đà cho ngành du lịch phát triển bền vững.

Đối với Khu du lịch biển Cửa Lò

Cửa Lò là một trong những bãi tắm đẹp của Việt Nam. Tuy nhiên, giống như Sầm Sơn và các khu du lịch biển khác tại Bắc Trung Bộ, do chịu sự chi phối của khí hậu và thời tiết nên hoạt động du lịch tại Cửa Lò hầu như chỉ diễn ra vào mùa hè (từ đầu tháng 5 đến

cuối tháng 8). Thời gian còn lại hầu như các khách sạn, nhà hàng phải đóng cửa, có một số ít hoạt động cầm chừng gây lãng phí cơ sở vật chất và nguồn nhân lực.

Khi mùa mưa bão ở thị xã Cửa Lò bắt đầu thì cũng là lúc ngành du lịch thể hiện rõ tính mùa vụ của mình. Bãi biển thưa thớt người, phần lớn các khu du lịch thường được xây dựng phù hợp với đón khách ngoài trời trở nên lặng lẽ, các khách sạn, nhất là khách sạn ven biển liên tục thông báo sụt giảm công suất phòng. Các công ty du lịch tại đây thường ví von gọi tháng 9 đến tháng 12 là mùa “ngồi chơi xơi nước”, vì hầu hết lượng khách nội địa gần như đã dồn chương trình du lịch của mình vào mùa hè, còn mùa khách quốc tế lại chưa bắt đầu. Ở nhiều hãng lữ hành, lượng khách đăng ký tour du lịch đến Cửa Lò sụt giảm nghiêm trọng.

Hàng năm, do ảnh hưởng của thời tiết, hoạt động tắm biển chỉ diễn ra khoảng 3 - 4 tháng hè (từ đầu tháng 5 đến đầu cuối tháng 8 dương lịch), những tháng còn lại do thường xuyên mưa, bão, giá lạnh, áp thấp nhiệt đới... nên các cơ sở lưu trú gần như bỏ trống, chỉ có một số khách sạn lớn như Vinpearl Cửa Hội, Sài Gòn Kim Liên, Hạ Long, Hòn Ngự, Khách sạn Xanh... còn hoạt động nhưng công suất sử dụng rất thấp.

Hiện nay, Thị xã Cửa Lò không có số liệu thống kê lượng khách du lịch và doanh thu theo tháng. Tuy nhiên, ghi nhận qua buổi làm việc trực tiếp với Phòng Văn hóa Thông tin (UBND Thị xã Cửa Lò) cho thấy, mùa cao điểm trong hoạt động du lịch chủ yếu diễn ra trong 3 tháng, từ khoảng 15/5 – 15/8 hàng năm. Trong đó, đỉnh điểm của tính mùa vụ diễn ra từ khoảng 10/6-20/7 hàng năm. Lượng khách và doanh thu du lịch trong 3 tháng hè, cũng theo ước tính của Phòng Văn hóa Thị xã, chiếm tương ứng trên 90% tổng lượng khách du lịch và doanh thu trong năm. Đối với ngày cuối tuần trong mùa cao điểm, công suất phòng trung bình thường xuyên đạt từ 95-100% và khoảng 70% đối với các ngày còn lại trong tuần. Một tour du lịch điển hình của khách du lịch nội địa đến Cửa Lò thường là 3 ngày 2 đêm, tiếp theo là tour du lịch 2 ngày một đêm và rất ít tour du lịch dài ngày hơn. Thời gian lưu trú trung bình trong mùa cao điểm của khách là 2,2 ngày.

Tính mùa vụ khiến việc làm của người lao động không ổn định, dẫn tới sự thay đổi về công việc, việc nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên bị hạn chế. Cơ sở vật chất kỹ thuật ít được sử dụng trong năm nên tỉ trọng các chi phí cố định quy định trong giá thành của dịch vụ hàng hóa tăng lên. Điều đó làm giảm khả năng áp dụng chính sách giá linh hoạt, gây khó khăn cho tổ chức du lịch.

Ngoài ra, vào mùa cao điểm du lịch luôn xảy ra tình trạng quá tải giao thông và dịch vụ. Điều đó làm giảm chất lượng phục vụ khách du lịch. Sau mùa du lịch, lượng khách đến Cửa Lò giảm xuống đột ngột, hoạt động du lịch bị ảnh hưởng lớn, kéo theo các ngành kinh tế và dịch vụ có liên quan cũng bị ảnh hưởng theo.

Hà Tĩnh và Khu du lịch biển Thiên Cầm

Hà Tĩnh có nguồn tài nguyên du lịch khá đa dạng, có bờ biển dài 137km với nhiều bãi tắm đẹp, hấp dẫn như Thiên Cầm, Xuân Thành, Cửa Sót; là vùng đất có nhiều danh lam, thắng cảnh nổi tiếng như núi Hồng - sông La, hồ Kẻ Gỗ, hồ Ngàn Trươi -

Cẩm Trang, rừng Vũ Quang, suối Nước Sốt - Sơn Kim, quần thể khu du lịch sinh thái Hải Thượng Lãn Ông, Hoàn Sơn Quan, thác Vũ Môn, đảo nổi Xuân Giang...

Bên cạnh đó, Hà Tĩnh là quê hương của nhiều danh nhân gắn với di tích lịch sử - văn hoá như di tích Đại thi hào Nguyễn Du, di tích Hải Thượng Lãn Ông Lê Hữu Trác, đền thờ Vua Mai Hắc Đế, đền thờ Chiêu Trưng Đại Vương - Lê Khôi,...

Hà Tĩnh cũng là vùng đất nổi danh với đời sống văn hoá dân gian hết sức phong phú được phản ánh qua các làn điệu dân ca, ví dặm, qua lễ hội, làng nghề thủ công... như: Hát Ví, hát Giặm, hát phường vải Trường Lưu và Trường Nga, ca trù Cổ Đạm, múa sắc bùa (ở Kỳ Anh, Đức Thọ, Hương Khê), hò chèo cạn ở Cẩm Nhượng, hò Thạch Khê. Đặc biệt là dân ca Ví - Giặm Nghệ Tĩnh đã được UNESCO vinh danh là văn hoá phi vật thể đại diện cho nhân loại, “Mộc bản Trường học Phúc Giang” được UNESCO công nhận là Di sản Ký ức thế giới khu vực Châu Á - Thái Bình Dương...

Tuy nhiên, ngành du lịch của Hà Tĩnh dù có nhiều cố gắng nhưng vẫn chậm phát triển hơn hầu hết các tỉnh trong khu vực Bắc Trung Bộ. Cũng giống như các tỉnh khác trong vùng, trong thời gian qua, du lịch Hà Tĩnh gặp phải nhiều tác động bất lợi bởi thời tiết, sự cố môi trường biển, đại dịch COVID-19...

Về điều kiện thời tiết khí hậu, Hà Tĩnh có điều kiện khí hậu khá tương đồng với Thanh Hóa, Nghệ An. Nằm trong vùng nhiệt đới gió mùa, các yếu tố thời tiết bất lợi như mưa bão, lũ lụt, hạn hán đã hạn chế đến các hoạt động du lịch, đặc biệt là đối với du lịch biển (một năm chỉ khai thác được 3- 4 tháng).

Khảo sát, đánh giá về hiện trạng phát triển du lịch của Hà Tĩnh của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch cho thấy sự phát triển du lịch của tỉnh này có nhiều đặc điểm tương đồng với các tỉnh Thanh Hóa và Nghệ An. Đó là sự mất cân đối trong cơ cấu sản phẩm du lịch và thị trường du lịch, cụ thể:

Ở góc độ cầu du lịch, phần lớn lượng du khách đến Hà Tĩnh hiện nay là khách du lịch nội địa. Khách nội địa đến Hà Tĩnh chủ yếu từ Hà Nội chiếm 30%, các tỉnh đồng bằng sông Hồng và miền núi phía Bắc chiếm 4,2%, từ các tỉnh lân cận như Nghệ An, Quảng Bình chiếm 50%, từ các tỉnh phía Nam (chủ yếu là Thành phố Hồ Chí Minh) chiếm 15,8%. Khách du lịch nội địa đến có thể chia thành các loại chính như sau:

- + Khách nghỉ dưỡng biển, tắm biển chiếm khoảng 30%;
- + Khách du lịch công vụ kết hợp đi du lịch (du lịch thương mại, công vụ) chiếm gần 25% (gồm nhân viên nhà nước đi công tác; đối tượng kinh doanh; công nhân; sinh viên học sinh/tham quan, học tập);
- + Khách tham quan các di tích lịch sử - văn hóa, tâm linh 30%;
- + Du lịch sinh thái, thưởng thức cảnh quan tự nhiên chiếm 15%.

Hà Tĩnh hầu như không thu hút được khách du lịch quốc tế. Thị trường khách du lịch quốc tế lớn nhất của Hà Tĩnh là: Lào (40%), Thái Lan (30%), Trung Quốc (20%), thị trường Châu Âu và các thị trường khác chiếm khoảng 10% còn lại. Nhìn chung,

khách du lịch đến từ thị trường Lào và Thái Lan có chung mục đích là tắm biển, nghỉ dưỡng, tham quan các di tích lịch sử - văn hóa; khách đến từ Trung Quốc, châu Âu và các thị trường còn lại chủ yếu là đi vì mục đích công vụ.

Có thể nhận thấy, với điều kiện cách xa các thị trường nguồn và Hà Tĩnh có vị trí địa lý và giao thông không thuận lợi so với một số tỉnh (không có sân bay, ga tàu xa trung tâm tỉnh lỵ) cùng với các đặc điểm của thị trường khách như vậy càng làm tác động mạnh hơn đến tính mùa vụ. Hơn thế nữa, Hà Tĩnh cũng không có nhiều lợi thế cạnh tranh trong khu vực, do là vùng đệm, trung gian giữa các tỉnh Nghệ An và Quảng Bình có điều kiện thuận lợi hơn về phát triển du lịch.

Ở góc độ Cung du lịch, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, cộng đồng được cho là các sản phẩm du lịch trọng điểm của tỉnh. Đây là loại hình du lịch chủ đạo, mang lại nguồn thu lớn của tỉnh. Tuy nhiên, việc khai thác loại hình du lịch này lại phụ thuộc lớn vào điều kiện tự nhiên, đặc biệt là điều kiện khí hậu. Các sản phẩm du lịch biển phần lớn chỉ hoạt động được trong khoảng thời gian từ tháng 3 đến tháng 9 trong năm. Các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng phần lớn nằm ở khu vực phía tây do đó điều kiện khí hậu khắc nghiệt trong năm (nắng nóng, mưa nhiều) dẫn đến thời gian khai thác cũng hết sức hạn chế. Hệ thống hạ tầng du lịch phát triển rất chậm, từ hạ tầng giao thông, hệ thống cơ sở lưu trú, hạ tầng dịch vụ bổ trợ như khu mua sắm, vui chơi giải trí, các thiết chế văn hóa, hệ thống doanh nghiệp lưu hành...không phát triển nhanh như Thanh Hóa và Nghệ An.

Ngoài ra, tác động bất lợi từ các yếu tố tự nhiên đến hoạt động du lịch là rất lớn. Các hiện tượng biến đổi khí hậu đã tác động trực tiếp làm cho mực nước biển dâng làm thu hẹp cái bãi tắm, các hệ sinh thái có giá trị du lịch, xâm lấn vào đất liền gây sạt lở, sụt lún, hư hỏng, xuống cấp hạ tầng giao thông, các cơ sở vật chất kinh doanh du lịch, làm giảm không gian bãi tắm ở các khu du lịch ven biển như Khu du lịch Xuân Thành (huyện Nghi Xuân), Khu du lịch biển Thạch Hải (huyện Thạch Hà), Lộc Hà (huyện Lộc Hà), Khu du lịch Thiên Cầm (huyện Cẩm Xuyên), biển Kỳ Xuân (huyện Kỳ Anh) và Kỳ Ninh (thị xã Kỳ Anh)...các yếu tố này đã gây hạn chế khả năng khai thác du lịch biển để đón khách quanh năm.

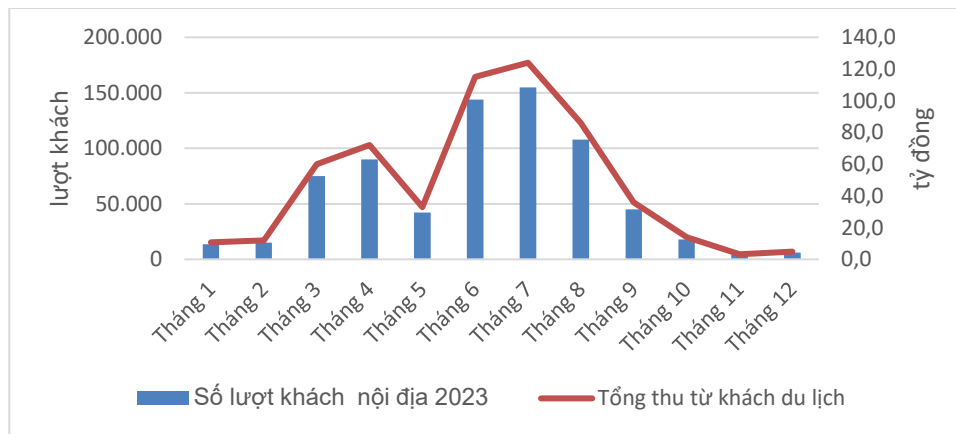
Năng lực cạnh tranh của sản phẩm du lịch Hà Tĩnh còn thấp so với mặt bằng chung của cả nước và khu vực, hiện nay đứng vị trí 5/6 trong các tỉnh khu vực Bắc Trung Bộ. Sản phẩm du lịch còn đơn giản, sức cạnh tranh chưa cao, chất lượng dịch vụ còn thấp, chưa khai thác và phát huy được tiềm năng để phát triển du lịch. Tại các khu, điểm du lịch còn thiếu các loại hình dịch vụ bổ sung và khai thác các giá trị văn hóa phi vật thể như dân ca Ví Giặm, ca Trù, các lễ hội để thu hút và tăng chi tiêu của khách du lịch. Đặc sản địa phương được giới thiệu cho khách du lịch chưa đáp ứng yêu cầu về hình thức, bao bì, nhãn mác.

Do ảnh hưởng của tính mùa vụ, sự cạnh tranh không lành mạnh trong du lịch vẫn còn nhiều, phát triển du lịch thiếu bền vững. Doanh thu về hoạt động du lịch và đóng góp vào ngân sách tỉnh còn ở mức thấp.

Đối với Khu du lịch Thiên Cầm

Để đánh giá chi tiết tính mùa vụ trong du lịch biển của Hà Tĩnh, Thiên Cầm được chọn làm điển hình để phân tích.

Thiên Cầm nổi tiếng với những bãi biển hoang sơ, trong lành, và là một trong những điểm đến quan trọng nhất của tỉnh Hà Tĩnh nhờ lợi thế tự nhiên này. Với vị trí thuận lợi, ở tương đối ở giữa các trung tâm du lịch phía Bắc và Nam, cùng với những bãi biển đẹp và môi trường thiên nhiên chưa bị khai thác quá mức, Thiên Cầm ngày càng thu hút đông đảo du khách. Năm 2023, Thiên Cầm đón khoảng 21% tổng lượng khách của tỉnh, tuy vậy, chỉ đóng góp hơn 8% vào tổng thu từ du lịch



Biểu đồ 7: Số lượt khách nội địa đến Khu du lịch Thiên Cầm năm 2023

Hiện nay, tính mùa vụ vẫn là một trong thách thức lớn nhất đối với du lịch Thiên Cầm. Biểu đồ trên cho thấy, lượng khách du lịch đến đây tập trung chủ yếu vào mùa hè, từ tháng 3 đến tháng 8, với cao điểm là các tháng 6, 7 và 8. Ngược lại, vào các tháng 10, 11, 12, 1 và 2, lượng khách giảm mạnh. Điều này chứng tỏ du lịch Thiên Cầm phụ thuộc rất nhiều vào thời tiết, đặc biệt là trong những tháng thuận lợi cho các hoạt động tắm biển và nghỉ dưỡng.

Chính vì sự tập trung cao vào các tháng hè, tổng thu từ du lịch trong thời gian này chiếm vai trò quyết định đối với kết quả cả năm của Thiên Cầm. Trong năm 2023, doanh thu từ tháng 3 đến tháng 8 chiếm gần 80% tổng thu cả năm. Sản phẩm du lịch chủ lực của Thiên Cầm là tắm biển và nghỉ dưỡng biển, trong khi các sản phẩm du lịch khác chỉ đóng vai trò hỗ trợ, chưa đủ sức tạo điểm nhấn riêng biệt.

Do tính mùa vụ rõ rệt, công suất sử dụng buồng phòng tại Thiên Cầm đạt gần 100% vào các tháng cao điểm như tháng 6 và 7; trong khi vào mùa thấp điểm, công suất này chỉ đạt từ 5-10% (ghi nhận từ báo cáo của địa phương năm 2023). Phần lớn các khách sạn, nhà nghỉ và homestay thường đóng cửa từ tháng 9 đến đầu tháng 3 năm sau, chỉ một số rất ít cơ sở lưu trú hoạt động quanh năm. Điều này gây ảnh hưởng đáng kể đến doanh thu và chất lượng dịch vụ, cũng như việc duy trì và nâng cao chất lượng đội ngũ lao động trong ngành du lịch.

Nhìn chung, du lịch biển Thiên Cầm đang đối mặt với rất nhiều thách thức,

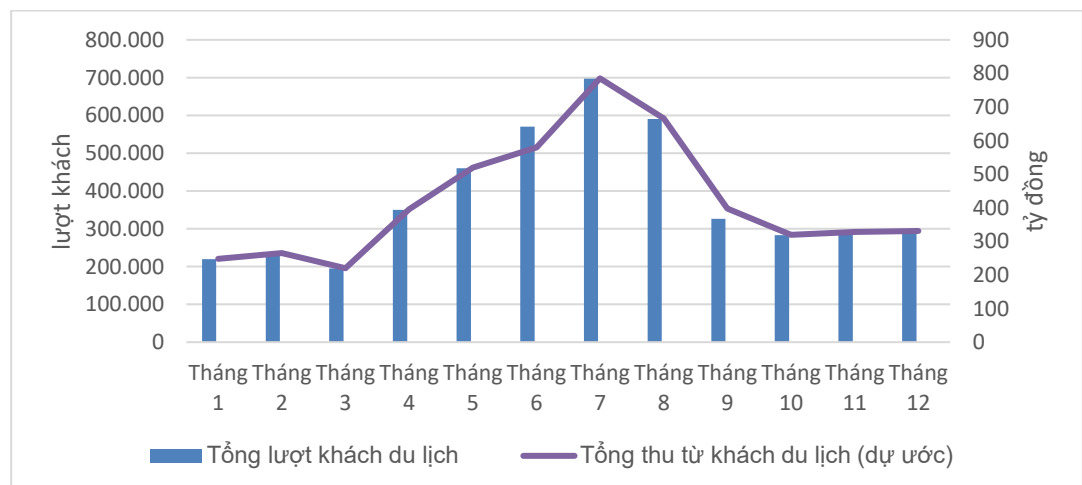
không chỉ từ tính mùa vụ do yếu tố thời tiết khắc nghiệt, cực đoan, là các nguyên nhân khách quan, mà hệ thống sản phẩm du lịch còn đơn điệu và chủ yếu phục vụ thị trường nội địa, du lịch đại trà (mass tourism) với mức chi tiêu ở phân khúc trung bình thấp, mà còn từ sự cạnh tranh gay gắt với các điểm đến khác trong khu vực như Sầm Sơn, Cửa Lò. Hơn thế nữa, khoảng cách với các thị trường phía Bắc xa hơn, hệ thống hạ tầng giao thông kém phát triển hơn, khiến những thách thức trong khắc phục những bất lợi từ tính mùa vụ của du lịch Thiên Cầm đã khó lại càng thêm khó.

Quảng Bình

Tỉnh Quảng Bình được thiên nhiên ưu ái với nguồn tài nguyên du lịch đa dạng và giàu có, từ các kỳ quan thiên nhiên đến những di sản văn hóa độc đáo. Nổi bật nhất là hệ thống hang động kỳ vĩ tại Phong Nha - Kẻ Bàng, trong đó có hang Sơn Đoòng - hang động lớn nhất thế giới, đã đưa Quảng Bình trở thành điểm đến hấp dẫn với du khách yêu thích khám phá và mạo hiểm. Bên cạnh đó, Quảng Bình còn sở hữu những bãi biển tuyệt đẹp như Nhật Lệ, Bảo Ninh, Đá Nhảy và các khu rừng nguyên sinh rộng lớn, tạo điều kiện lý tưởng cho du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng.

Về hạ tầng, Quảng Bình đã và đang được đầu tư phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là hệ thống giao thông đường bộ và hàng không, giúp nâng cao khả năng tiếp cận cho du khách từ các vùng khác đến và khách quốc tế. Vị trí chiến lược trên hành lang Đông - Tây không chỉ kết nối Quảng Bình với các tỉnh Bắc Trung Bộ mà còn mở rộng giao thương với Lào và các nước trong khu vực, tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển.

Trong hơn một thập kỷ qua, du lịch Quảng Bình đã ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể. Tuy nhiên, cũng giống như các tỉnh khác trong vùng, ngành du lịch tỉnh vẫn đang phải đối mặt với nhiều thách thức lớn từ thời tiết khắc nghiệt, biến đổi khí hậu và nước biển dâng, các sự cố môi trường biển, và tác động của đại dịch COVID-19.



Biểu đồ 8: Lượng khách và tổng thu du lịch Quảng Bình năm 2023

Về tính mùa vụ, theo các số liệu thống kê năm 2023, du khách đến Quảng Bình chủ yếu là khách nội địa, chiếm khoảng 93-95% tổng lượng khách, trong khi khách quốc tế chỉ chiếm từ 5-7%.

Mùa du lịch cao điểm diễn ra từ tháng 4 đến tháng 8, và đặc biệt đông đúc trong các tháng 6, 7 và 8 do trùng với kỳ nghỉ hè của học sinh, khi các gia đình thường tổ chức các chuyến đi du lịch. Trong thời gian này, các điểm đến du lịch thường xuyên xảy ra tình trạng quá tải và “cháy phòng”. Ngược lại, mùa thấp điểm rơi vào những tháng mùa mưa bão, từ tháng 9 trở đi, khi thời tiết không thuận lợi cho các hoạt động du lịch ngoài trời.

Đối với du khách quốc tế, mùa cao điểm thường từ tháng 10 đến tháng 4, tập trung nhiều tại khu vực Phong Nha - Kẻ Bàng, mặc dù có lợi thế về cảng hàng không, nhưng số lượng khách quốc tế vẫn còn khá khiêm tốn so với tiềm năng của tỉnh.

Khi bước vào mùa thấp điểm, nhiều nhà hàng, khách sạn và tour du lịch tại Quảng Bình chỉ hoạt động cầm chừng hoặc phải tạm ngưng. Điều này dẫn đến nhiều khó khăn trong việc duy trì kinh doanh, đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng và ổn định dịch vụ cho mùa sau. Tổng thu từ du lịch của Quảng Bình chủ yếu tập trung vào mùa Hè, chiếm hơn 70% doanh thu của cả năm, cho thấy sự phụ thuộc lớn vào tính mùa vụ và sự phân bổ thu nhập chưa đồng đều quanh năm.

Tuy nhiên, qua trao đổi, làm việc trực tiếp với Sở Du lịch có thể thấy, ngành du lịch đã và đang có nhiều động thái rất tích cực để “sống chung” với tính mùa vụ, từng bước khắc phục những tác động bất lợi. Hiện ngành du lịch tỉnh đang đồng hành cùng với doanh nghiệp đẩy mạnh các hoạt động quảng bá với nội dung đa dạng, chuyên biệt cho các thị trường mục tiêu để thu hút khách đến đến cả năm theo từng nhóm sản phẩm. Quảng bá mọi điểm đến gắn với sản phẩm thích ứng thời tiết và hướng đến các thị trường khách quốc tế, thị trường ngách với các sản phẩm du lịch đặc thù ngoài mùa cao điểm. Hiện nay, tỉnh đã có nhiều hỗ trợ doanh nghiệp trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm du lịch để thích ứng với tính mùa vụ. Cụ thể là đầu tư hạ tầng kỹ thuật, giảm miễn tiền thuế đất, đào tạo nhân lực, tiếp cận mở rộng thị trường, ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số... Tập trung cho doanh nghiệp, người dân tạo nhiều hàng hóa, sản phẩm và thị trường khách trong nước và quốc tế, để có lượng khách đến trong cả năm phù hợp với điều kiện khí hậu thời tiết. Từ đó giảm dần thời gian thấp điểm, từ tháng 10 đến tháng 3 hằng năm.

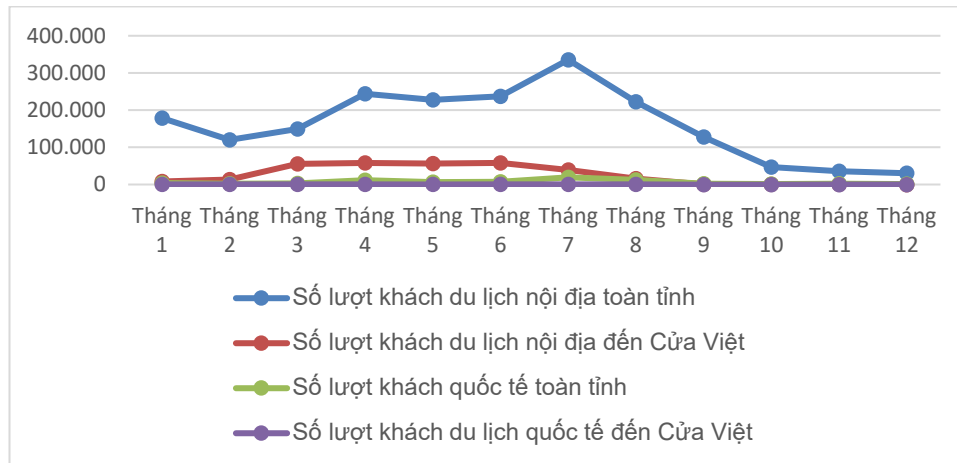
Với tiềm năng du lịch phong phú và đa dạng, Quảng Bình hoàn toàn có khả năng phát triển các sản phẩm du lịch đa dạng hơn để khắc phục tính mùa vụ, nâng cao hiệu quả kinh tế và ổn định phát triển du lịch bền vững.

Quảng Trị và Khu du lịch Cửa Việt

Nhắc đến Quảng Trị, chúng ta thường ấn tượng về vùng đất khắc nghiệt, “gió Lào, cát trắng”, bên cạnh đó, Quảng Trị còn có nhiều điểm du lịch biển rất đẹp như đảo Cồn Cỏ, biển Cửa Việt, ...

Bên cạnh tài nguyên du lịch biển, Quảng Trị cũng có hệ thống tài nguyên du lịch rất đa dạng và phong phú với hơn 600 di tích, cụm di tích lịch sử cách mạng và danh thắng, trong đó 479 di tích được công nhận di tích cấp tỉnh, 33 di tích và cụm di tích

được công nhận là di tích cấp quốc gia, 4 di tích và cụm di tích được công nhận là di tích cấp quốc gia đặc biệt quan trọng (Thành cổ Quảng Trị; Cụm di tích Đồi bờ Hiền Lương - Bến Hải; Đường 9 - Khe Sanh, đường mòn Hồ Chí Minh huyền thoại; Địa đạo Vịnh Mốc). Đây cũng là vùng đất giàu lịch sử, văn hóa với rất nhiều lễ hội, trong đó có những lễ hội dân gian đã được hình thành từ xa xưa như Lễ hội bài chòi, Lễ hội Ariêu ping... thu hút đông đảo du khách.



Biểu đồ 9: Lượng khách du lịch đến Quảng Trị và Cửa Việt năm 2023

Về tính mùa vụ, Biểu đồ trên cho thấy rõ sự biến động số lượng khách du lịch nội địa và quốc tế đến Quảng Trị nói chung và Cửa Việt nói riêng theo từng tháng trong năm 2023. Qua biểu đồ, chúng ta có thể rút ra một số nhận xét sau:

Số lượng khách du lịch cả nội địa và quốc tế đến Quảng Trị đều có sự biến động theo mùa, tăng cao vào các tháng mùa cao điểm mùa hè (tháng 6,7,8) và giảm mạnh vào các tháng mùa thấp điểm vào mùa đông (tháng 11,12,1,2), tính mùa vụ thể hiện rất rõ rệt.

Đối với trọng điểm du lịch Cửa Việt, là một trong những điểm đến thu hút khách du lịch tại Quảng Trị, tuy nhiên số lượng khách du lịch đến đây chỉ chiếm một phần nhỏ (khoảng 15%) so với tổng số khách du lịch đến toàn tỉnh năm 2023.

Ở phía Cầu du lịch, sự mất cân đối trong cơ cấu khách là một trong những nguyên nhân dẫn đến tính mùa vụ cao của du lịch Quảng Trị. Số lượng khách du lịch nội địa đến Quảng Trị luôn cao hơn nhiều so với khách du lịch quốc tế trong tất cả các tháng trong năm 2023, chiếm khoảng 96,35% lượng khách. Tỷ trọng này còn mất cân đối hơn ở khu du lịch Cửa Việt, lượng khách nội địa chiếm tới gần 100% trong năm 2023. Không chỉ mất cân đối giữa cơ cấu khách du lịch nội địa và quốc tế, lượng khách nội địa cũng mất cân đối cơ cấu vùng miền, Quảng Trị chủ yếu thu hút khách du lịch ở Hà Nội và các tỉnh khu vực phía Bắc và các tỉnh lân cận trong vùng.

Ở góc độ Cung du lịch, hệ thống sản phẩm du lịch mới ở gian đoạn đầu phát triển, vẫn còn non trẻ, có thể nói là chưa theo kịp sự phát triển chung của Vùng cũng như cả nước. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm du lịch Quảng Trị rất thấp so với mặt bằng chung của khu vực, theo đánh giá hiện nay đứng vị trí cuối cùng trong các tỉnh

khu vực Bắc Trung Bộ. Hệ thống sản phẩm du lịch đơn giản, sức cạnh tranh chưa cao, chất lượng dịch vụ còn thấp.

Quảng Trị có nhiều bãi biển rất đẹp, dễ tiếp cận nhưng chưa thu hút được du khách do chất lượng dịch vụ, cơ sở lưu trú còn thấp, thiếu các hoạt động bổ trợ, vui chơi, giải trí... để giữ chân du khách lâu hơn. Mặt khác, phần lớn diện tích khu vực bờ biển dành cho các mục đích kinh tế ngoài du lịch như cảng, năng lượng, công nghiệp, đô thị... Hiện nay, tại các điểm di tích phần lớn mới chỉ phục vụ việc tham quan, trong khi hệ thống sản phẩm dịch vụ đi kèm để du khách tiêu dùng, mua sắm còn rất hạn chế. Ngoài nguồn thu bán vé vào các di tích, hầu như không có thêm nguồn thu thêm nào.

Nhìn chung, du lịch Quảng Trị đang phải đối mặt với rất nhiều thách thức từ tính mùa vụ du lịch, không chỉ từ các yếu tố khách quan như thời tiết khắc nghiệt, mà còn ở các nguyên nhân chủ quan, nội tại của ngành du lịch như hệ thống sản phẩm du lịch, hệ thống dịch vụ bổ trợ sơ sài, sức cạnh tranh thấp trong khi gặp phải sự cạnh tranh khốc liệt từ các tỉnh trong khu vực Bắc Trung Bộ.

Đối với Khu du lịch Cửa Việt

Để đánh giá về tính mùa vụ trong hoạt động du lịch biển của Quảng Trị, nhóm nghiên cứu chọn Khu du lịch Cửa Việt là điển hình để phân tích sâu hơn.

Cửa Việt là một trong những bãi biển đẹp nhất của tỉnh Quảng Trị, với bãi cát trắng mịn trải dài, nước biển trong xanh và hệ sinh thái đa dạng. Nơi đây không chỉ là một điểm đến du lịch biển hấp dẫn mà còn mang trong mình những giá trị lịch sử và văn hóa đặc biệt.

Nhìn chung, cũng giống như Sầm Sơn, Cửa Lò, Thiên Cầm và khu du lịch biển khác thuộc khu vực Bắc Trung Bộ, Khu du lịch Cửa Việt cũng chịu ảnh hưởng của khí hậu nhiệt đới gió mùa. Tính mùa vụ trong du lịch của các địa điểm này thể hiện rõ nét, với mùa cao điểm tập trung vào các tháng hè (tháng 5, 6, 7, 8) và mùa thấp điểm rơi vào các tháng mùa đông (tháng 11, 12, 1, 2). Thậm chí, tính mùa vụ của khu du lịch Cửa Việt có sự thể hiện có phần cực đoan hơn so với Sầm Sơn và Cửa Lò.

Chính vì sự tập trung cao vào các tháng hè, tổng thu từ du lịch trong thời gian này chiếm vai trò quyết định đối với kết quả cả năm của Cửa Việt. Trong năm 2023, doanh thu từ tháng 4 đến tháng 7 chiếm gần 72,3% tổng thu cả năm. Hệ thống sản phẩm du lịch của Cửa Việt hầu như chưa phát triển. Khách du lịch đến với Cửa Việt chủ yếu là tham quan, ngắm biển và thưởng thức hải sản, dịch vụ lưu trú của khu du lịch rất kém, cơ sở vật chất nghèo nàn và lạc hậu. Do vậy, tổng thu từ du lịch của Cửa Việt rất thấp, chỉ đạt 130 tỷ năm 2023, con số này còn chưa bằng 1% tổng thu từ du lịch của khu du lịch Sầm Sơn.

Do tính mùa vụ rõ rệt, công suất sử dụng buồng phòng tại Cửa Việt đạt đỉnh điểm gần 70% vào dịp nghỉ lễ cuối tháng 4, các tháng cao điểm như tháng 5, 6, 7 và 8 thì công suất trung bình cũng chỉ đạt trên 50%. Trong khi vào mùa thấp điểm, công suất này chỉ đạt từ 5-10% (ghi nhận từ báo cáo của địa phương năm 2023). Phần lớn các

khách sạn, nhà nghỉ và homestay thường đóng cửa từ tháng 9 đến đầu đầu tháng 3 năm sau. Điều này gây ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu và chất lượng dịch vụ, cũng như việc duy trì và nâng cao chất lượng đội ngũ lao động trong ngành du lịch.

Một trong những nguyên nhân chủ yếu là do hệ thống sản phẩm du lịch biển của Cửa Việt nói riêng, Quảng Trị nói chung chưa phát triển. Hệ thống sản phẩm du lịch biển có phần tương đồng với Thanh Hóa và Nghệ An nhưng khả năng cạnh tranh lại kém hơn. Bên cạnh đó, do điều kiện giao thông chưa thực sự thuận lợi, đặc biệt là đường cao tốc, nên việc di chuyển từ miền Bắc, là thị trường rất quan trọng, đến Quảng Trị mất nhiều thời gian hơn so với các tỉnh khác. Ngoài ra, các tỉnh như Thanh Hóa, Nghệ An đã đầu tư khá nhiều vào phát triển hạ tầng du lịch, với sự xuất hiện của nhiều khách sạn lớn, khu nghỉ dưỡng cao cấp, các trung tâm thương mại và dịch vụ hiện đại cùng các khu vui chơi giải trí nên khả năng kéo dài mùa du lịch tốt hơn đáng kể so với Quảng Trị.

Như đã phân tích, với tính mùa vụ hết sức cực đoan, công suất sử dụng buồng phòng của Cửa Việt rất cao vào những tháng Hè, lên đến gần 70% nhưng vào mùa thấp điểm chỉ đạt trên dưới 5%. Thực trạng này không những kéo theo sự biến động rất mạnh về doanh thu du lịch mà còn có ảnh hưởng trực tiếp tới đội ngũ lao động du lịch của Cửa Việt. Khảo sát, phỏng vấn cho thấy tỷ lệ lao động thời vụ rất cao ở phần lớn các cơ sở lưu trú của Cửa Việt. Khu du lịch này còn rất nhiều việc phải làm để vượt qua được những tác động bất lợi của tính mùa vụ trong hoạt động du lịch.

Thừa Thiên Huế và Khu du lịch biển Lăng Cô - Cảnh Dương

Dữ liệu từ các năm 2023, 2019 và 2016 cho thấy sự phân hóa rõ rệt giữa mùa vụ của thị trường khách quốc tế và nội địa trong hoạt động du lịch tại Thừa Thiên Huế.

Thị trường khách nội địa chiếm tỷ trọng lớn (63,13% năm 2023) trong tổng số lượng khách du lịch của Thừa Thiên Huế và cho thấy tính mùa vụ rất rõ nét. Khách nội địa chủ yếu tập trung vào mùa hè, từ tháng 4 đến tháng 8. Cụ thể, các tháng 6 và 7 luôn là đỉnh điểm với lượng khách cao nhất, nhưng sự chênh lệch giữa tháng 6,7 và các tháng 4,5,8 không quá lớn.

Sự gia tăng này được thúc đẩy bởi các kỳ nghỉ hè của học sinh, sinh viên, và các gia đình có thời gian nghỉ dưỡng dài ngày. Ngoài ra, đây cũng là thời gian diễn ra nhiều sự kiện văn hóa, lễ hội và các hoạt động vui chơi giải trí tại các khu du lịch ở Thừa Thiên Huế.

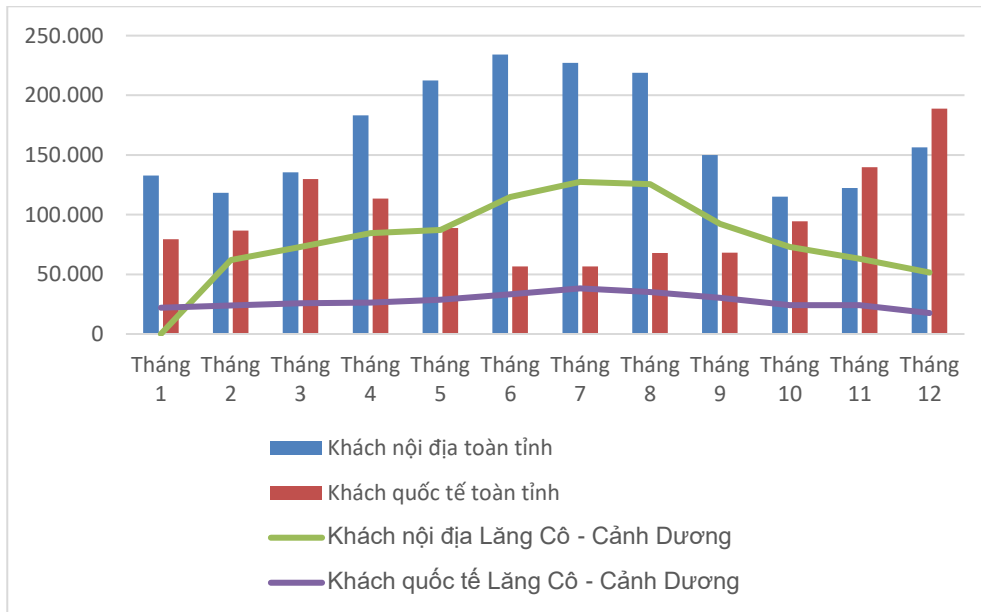
Khách nội địa giảm mạnh vào các tháng mùa đông và đầu xuân, đặc biệt là từ tháng 9 đến tháng 12. Các tháng 10, 11, 12 thì lượng khách mỗi tháng chỉ hơn 100 ngàn lượt khách, chỉ tương đương 50% so với các tháng cao điểm. Sự giảm sút này là do thời tiết khắc nghiệt của khu vực miền Trung vào mùa đông, với mưa bão và gió lạnh, làm cho các hoạt động du lịch ngoài trời không thuận lợi.

Khác với thị trường khách nội địa, thị trường khách quốc tế đến Huế có xu hướng phân bố đều hơn trong năm, tuy nhiên vẫn chịu ảnh hưởng nhất định bởi yếu tố mùa vụ.

Điều đặc biệt là mùa cao điểm của khách quốc tế đến Thừa Thiên Huế thường từ tháng 10 đến tháng 4 năm sau. Khi đó, thời tiết ở Thừa Thiên Huế vẫn còn mát mẻ và phù hợp cho việc khám phá các di sản văn hóa, lịch sử. Ví dụ, vào các tháng này, lượng khách quốc tế đến Huế đạt mức cao, nhất là vào dịp lễ hội Festival Huế thường tổ chức vào tháng 4, thu hút du khách quốc tế đến tham dự các hoạt động văn hóa, nghệ thuật đặc sắc.

Khách quốc tế giảm nhiều vào các tháng hè và vào các tháng mưa bão, đặc biệt từ tháng 6 đến tháng 9. Thời tiết lúc này khá nóng và khô, làm hạn chế các hoạt động du lịch ngoài trời, trong khi du lịch văn hóa, di sản ở Huế cũng gặp nhiều trở ngại do các di tích và điểm tham quan lịch sử có thể bị ảnh hưởng bởi mưa bão.

Nhìn chung, khách nội địa có tính mùa vụ rất rõ ràng, với mùa cao điểm tập trung vào mùa hè và mùa thấp điểm kéo dài từ mùa thu đến mùa đông, trong khi đó, khách quốc tế có mùa vụ ít rõ rệt hơn và có xu hướng mùa vụ ngược với khách nội địa. Mùa cao điểm của khách nội địa lại trùng với mùa thấp điểm của khách quốc tế và ngược lại.



Biểu đồ 10: Chỉ tiêu khách du lịch đến Thừa Thiên Huế và Lăng Cô – Cảnh Dương

Tổng thu từ du lịch của Thừa Thiên Huế phân bổ tương ứng với lượng khách. Các tháng mùa cao điểm (tháng 4 đến tháng 8) có doanh thu tăng mạnh, nhờ lượng khách đổ về để tham gia các lễ hội và sự kiện đặc biệt, cùng với các hoạt động tham quan di tích và du lịch biển. Trong khi đó, vào các tháng mùa đông và mùa mưa bão (tháng 10, 11), doanh thu du lịch giảm đáng kể. Ví dụ, doanh thu từ tháng 4 đến tháng 8 của năm 2023 chiếm khoảng 62,7% tổng doanh thu du lịch, nhưng vào mùa thấp điểm, tỷ lệ này giảm xuống rõ rệt.

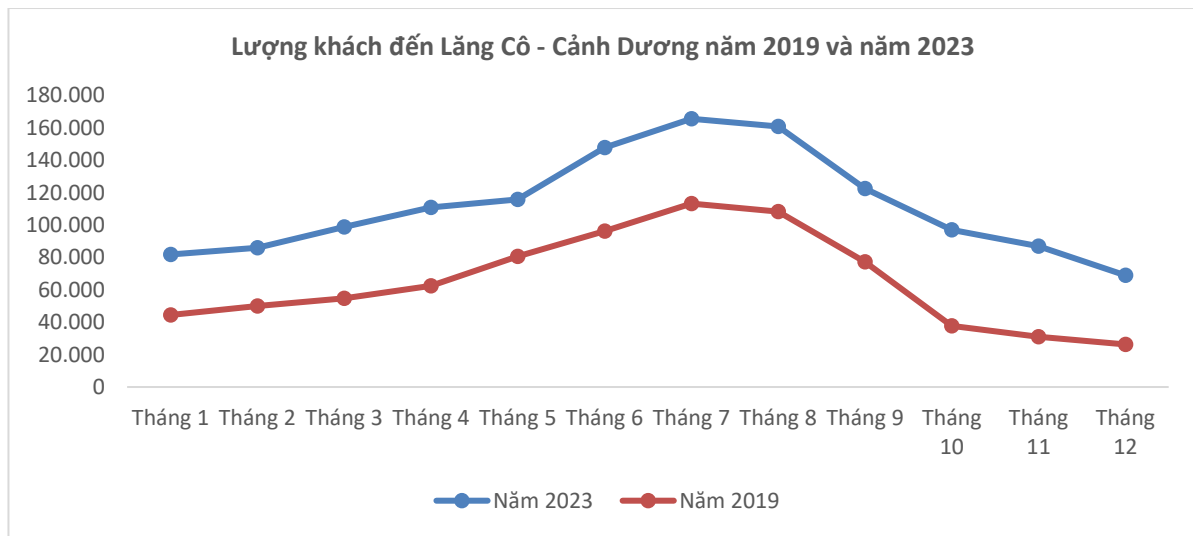
Đối với khu du lịch Lăng Cô – Cảnh Dương

Để phân tích thêm tính mùa vụ của du lịch Thừa Thiên Huế, đặc biệt là đối với du lịch biển, Lăng Cô – Cảnh Dương được lựa chọn để phân tích sâu hơn.

Khu du lịch Lăng Cô – Cảnh Dương là một trong những khu du lịch biển quan trọng nhất của Thừa Thiên Huế, là một trong các Khu du lịch được định hướng trở thành khu du lịch quốc gia và trở thành điểm đến hàng đầu của miền Trung

Năm 2016 du lịch Lăng Cô - Cảnh Dương chiếm 8,2% lượng khách và đóng góp 7% tổng thu từ du lịch của toàn tỉnh; năm 2019 tỷ trọng khách tăng lên 16,2% nhưng tổng thu giảm còn 5% vào năm 2019 nhưng đến năm 2023 lại tăng lên rất cao tương ứng đến 42.3% và 15,1%.

Có thể thấy, Lăng Cô cũng là một trong những điểm đến mà tính mùa vụ được thể hiện tương đối rõ.



Biểu đồ 12: Lượng khách du lịch đến khu du lịch Lăng Cô – Cảnh Dương năm 2019 và 2023

Biểu đồ trên cho Lượng khách du lịch tăng mạnh vào các tháng hè (tháng 6, 7, 8) ở cả hai năm 2023 và 2019, cho thấy mùa hè là mùa cao điểm du lịch. Đây có thể do thời tiết thuận lợi cho các hoạt động ngoài trời, tắm biển và nghỉ dưỡng.

Lượng khách du lịch giảm mạnh vào các tháng mùa đông (tháng 10, 11, 12) ở cả hai năm. Các tháng mùa xuân (tháng 1, 2) có lượng khách tương đối thấp so với mùa hè, nhưng cao hơn so với mùa đông.

Với lượng khách tập trung vào các tháng Hè, tổng thu từ du lịch của những tháng này cũng đóng vai trò quyết định đối với thành tích cả năm của du lịch Sầm Sơn. Năm 2019, tổng thu từ du lịch từ tháng 4 đến hết tháng 8 chiếm gần 59% tổng thu của cả năm thì đến năm 2023 tỷ lệ này giảm còn 53,9% nhưng vẫn là mức tương đối cao.

Giống như các khu du lịch ven biển khác trong khu vực, sản phẩm chủ đạo chung của Lăng Cô – Cảnh Dương là tắm biển và nghỉ dưỡng biển, các sản phẩm khác chỉ đóng vai trò thứ yếu, mang tính bổ trợ cho sản phẩm chính. Do vậy thời tiết có ảnh hưởng rất lớn đến sản phẩm này và là một trong những yếu tố then chốt của tính mùa vụ du lịch Lăng Cô – Cảnh Dương.

Thị trường nội địa là thị trường chủ yếu của Lăng Cô - Cảnh Dương khi chiếm tới gần 77% (năm 2023) và những đặc điểm của phân khúc thị trường nghỉ dưỡng, tắm biển nội địa cũng là yếu tố chính của tính mùa vụ du lịch của khu du lịch này.

Với tính mùa vụ khá rõ rệt, công suất sử dụng buồng phòng của Lăng Cô – Cảnh Dương thường rất cao vào những tháng Hè, thậm chí đạt trên 90% vào các ngày cuối tuần trong thời kỳ này nhưng tính trung bình cả năm chỉ đạt dưới 30%. Khảo sát, phỏng vấn tại địa phương cho thấy không rất ít cơ sở có hoạt động quanh năm, đa số chỉ hoạt động cầm chừng vì phần lớn các khách sạn, cơ sở lưu trú, đặc biệt là các cơ sở có quy mô trung bình và nhỏ, loại hình cơ sở lưu trú phổ biến, điển hình của điểm đến này hoàn toàn đóng cửa từ tháng 9 tới đầu tháng 4 năm sau.

Thực trạng này có ảnh hưởng trực tiếp tới đội ngũ lao động du lịch của Lăng Cô – Cảnh Dương. Khảo sát, phỏng vấn cho thấy tỷ lệ lao động thời vụ là rất cao ở phần lớn các cơ sở lưu trú của khu du lịch này.

Do tác động của yếu tố khí hậu và đặc trưng của loại hình sản phẩm du lịch chủ đạo nên khu du lịch Lăng Cô – Cảnh Dương có tính mùa vụ khá rõ rệt.

Xếp loại mức độ ảnh hưởng của tính mùa vụ đến các tỉnh và một số điểm đến ven biển

Việc so sánh, xếp hạng mức độ ảnh hưởng của tính mùa vụ đối với các tỉnh cũng như các khu du lịch ven biển vùng Bắc Trung Bộ là công việc rất phức tạp. Tuy nhiên, để có cái nhìn tổng quan hơn, nhóm nghiên cứu thấy rằng sự so sánh mang tính tương đối giữa các địa phương, điểm đến là cần thiết. Việc phân loại, xếp loại mức độ ảnh hưởng của tính mùa vụ dựa trên những căn cứ sau:

- Dữ liệu thống kê về lượng khách du lịch, tổng thu du lịch, công suất sử dụng buồng lưu trú theo tháng.

- Dựa trên phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tính mùa vụ, phân tích tác động của mùa vụ đến một số khía cạnh như: quản lý, CSHT&CSVCKTDL, kinh tế xã hội, du khách, tài nguyên và môi trường...của các tỉnh và các khu du lịch.

- Sự đa dạng về sản phẩm, dịch vụ ngoài mùa cao điểm.

- Khoảng cách địa lý tới thị trường Hà Nội và các tỉnh khu vực phía Bắc.

- Dựa trên quan sát thực địa và phỏng vấn sâu các doanh nghiệp lữ hành và lưu trú tại tất cả các tỉnh trong khu vực.

Các tỉnh chịu ảnh hưởng nặng của tính mùa vụ:

Quảng Bình, Hà Tĩnh, Quảng Trị: thời gian khai thác du lịch vụ chính dưới 90 ngày, ba tỉnh này thường xuyên chịu ảnh hưởng của bão lũ, điều kiện tự nhiên khắc nghiệt, hệ thống sản phẩm dịch vụ nghèo nàn, cơ cấu thị trường mất cân đối, hạ tầng du lịch chưa phát triển, kéo dài mùa vụ là thách thức rất lớn. Trong ba tỉnh, Quảng Bình chịu ảnh hưởng nhẹ hơn, Hà Tĩnh có mức độ nặng nhất.

Các tỉnh chịu ảnh hưởng trung bình:

Nghệ An, Thanh Hóa: thời gian khai thác du lịch vụ chính khoảng 90 – 150 ngày, hai tỉnh này có hệ thống sản phẩm đa dạng hơn, cơ sở lưu trú tốt hơn, gần thị trường phía Bắc hơn, có nhiều nguồn lực đầu tư hơn, có tiềm năng kéo dài mùa vụ hơn. So với Nghệ An thì Thanh Hoá chịu tác động mùa vụ ít hơn.

Tỉnh chịu ảnh hưởng nhẹ nhất:

Thừa Thiên Huế có hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng, từ văn hóa, lịch sử đến biển đảo, lượng khách đến đây luôn ổn định quanh năm, đặc biệt là khách quốc tế. Cùng với đó, hạ tầng du lịch ở Huế cũng phát triển hơn so với các tỉnh lân cận trong khu vực.

So sánh một số khu du lịch

Các khu du lịch chịu ảnh hưởng rất nặng của tính mùa vụ:

Cửa Việt, Lăng Cô – Cảnh Dương, Thiên Cầm: Tính mùa vụ ở cả 3 Khu du lịch này rất rõ rệt, lượng khách tập trung chủ yếu vào mùa hè với duy nhất loại hình du lịch biển, thời gian mùa du lịch dưới 90 ngày. Do gần Hà Nội hơn nên Thiên Cầm có mức độ ảnh hưởng ít hơn hai khu còn lại.

Các Khu du lịch chịu ảnh hưởng tương đối nặng

Sầm Sơn, Cửa Lò: Đây là hai khu du lịch mang nhiều đặc điểm của đô thị du lịch biển, gần thị trường Hà Nội, có quy mô lớn hơn, có hệ thống hạ tầng du lịch, sản phẩm, dịch vụ đa dạng, đồng bộ, đã thu hút được nhiều dự án đầu tư tương đối lớn. Đây là hai khu du lịch chịu ảnh hưởng của tính mùa vụ ít hơn 3 Khu du lịch trên. Trong cả 5 khu du lịch, Sầm Sơn chịu ảnh hưởng ít nhất, thời gian mùa du lịch dài nhất, nhiều hơn đáng kể so với tất cả các khu du lịch còn lại.

Đánh giá chung về tính mùa vụ tại vùng biển Bắc Trung Bộ

Mùa vụ du lịch được hình thành dưới tác động của nhiều yếu tố như điều kiện vị trí địa lý, thời tiết, khí hậu; tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn; cơ sở hạ tầng cho phát triển du lịch; chính sách phát triển du lịch, điều kiện kinh tế xã hội và thị trường du lịch. Một số các yếu tố tác động chủ yếu lên cầu, một số khác tác động chủ yếu lên cung, có yếu tố lại tác động lên cả hai thành phần của thị trường du lịch.

Việc nghiên cứu, nhận diện các yếu tố, ảnh hưởng và vai trò của các yếu tố tác động đến tính mùa vụ trong du lịch tại khu vực ven biển Bắc Trung Bộ sẽ cho phép chúng ta xây dựng được chính sách phát triển ngành và vùng hợp lý, có những giải pháp nhằm giảm bớt tác động bất lợi của các nhân tố, đồng thời kéo dài mùa vụ du lịch.

- Trước hết, về nguyên nhân khách quan, du lịch biển là một loại hình du lịch dựa vào tự nhiên, vì vậy, tính thời vụ trong du lịch biển là một hiện tượng phổ biến và khách quan ở tất cả các nước, các vùng có hoạt động du lịch biển và là đặc điểm khí hậu không thể thay đổi được, khu vực Bắc Trung Bộ phải chấp nhận, sống chung và khắc phục.

Với mùa mưa kéo dài làm cho lượng khách đến vùng sụt giảm mạnh, đặc biệt là du lịch biển mới chỉ khai thác được một mùa (hầu hết là từ tháng 3 đến tháng đầu tháng 9). Từ cuối tháng 9 đến tháng 12 là thời gian mà vùng biển miền Trung thường có những trận bão lớn, biển không còn trong xanh, hiền hòa nữa, do vậy mà lượng khách du lịch giảm xuống. Ngoài ra, khu vực Bắc Trung Bộ còn có mùa đông lạnh không phù hợp với cách khai thác du lịch tập trung vào hoạt động tắm biển, nghỉ dưỡng biển hiện nay của các cơ sở, đơn vị kinh doanh du lịch. Đặc điểm khí hậu này đã gây thiệt hại không chỉ với ngành du lịch mà còn ảnh hưởng đến kinh tế - xã hội của toàn vùng và nó là nguyên nhân chính gây nên tính mùa vụ cho du lịch miền Trung và miền Bắc.

Do đặc điểm vị trí địa lý, địa hình dẫn đến sự phân hoá điều kiện khí hậu nên mùa vụ ở các điểm du lịch biển trong khu vực có sự khác nhau về thời gian, độ dài và cả tính chất, dẫn đến ảnh hưởng của mùa vụ đến hoạt động du lịch cũng có đôi chút khác biệt

Ở Thanh Hóa và Nghệ An, khí hậu có mùa đông lạnh hơn với nhiệt độ thấp và gió mùa đông bắc khô hanh, nên hoạt động nghỉ dưỡng và tắm biển vào mùa này không thể diễn ra. Mùa xuân nhiệt độ vẫn thấp, mưa phùn nhiều, còn mùa thu thường có bão và áp thấp nhiệt đới. Do đó, hoạt động du lịch biển tại các khu du lịch như Sầm Sơn (Thanh Hóa) và Cửa Lò (Nghệ An) chỉ thuận lợi phát triển trong mùa hè, từ tháng 5 đến tháng 8. Mùa du lịch ngắn, kéo dài 3-4 tháng, khiến cho các khu du lịch biển ở đây thường quá tải và giá dịch vụ tăng cao trong thời gian này. Thời gian còn lại trong năm, hoạt động du lịch biển ngừng trệ, gây khó khăn cho việc kinh doanh và đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng.

Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị và Thừa Thiên Huế có khí hậu ôn hòa hơn, với nhiệt độ cao đều hơn trong năm và chịu ảnh hưởng của gió mùa đông bắc khô lạnh ít hơn. Mùa hè kéo dài từ tháng 5 đến tháng 9 là thời gian thuận lợi nhất cho du lịch biển. Mùa mưa từ tháng 10 đến tháng 4 năm sau, nhưng mưa thường tập trung vào buổi chiều dưới hình thức mưa rào, nên hoạt động du lịch biển vẫn có thể diễn ra vào buổi sáng và trưa. Các khu du lịch biển như Thiên Cầm (Hà Tĩnh), Đồng Hới (Quảng Bình), Cửa Việt (Quảng Trị) và Lăng Cô – Cảnh Dương (Thừa Thiên Huế) có thể thu hút du khách quanh năm.

- Xét từ góc độ Cầu du lịch, sự mất cân đối trong cơ cấu thị trường khách là nguyên nhân chính dẫn đến tính mùa vụ trong hoạt động du lịch tại các tỉnh vùng biển Bắc Trung Bộ.

Độ dài thời gian và cường độ mùa vụ du lịch của các khu du lịch biển Bắc Trung Bộ phụ thuộc nhiều vào cơ cấu của thị trường khách. Ngoại trừ Thừa Thiên Huế có cơ cấu khách khá cân bằng, cơ cấu thị trường khách hiện nay của các tỉnh còn lại chủ yếu là khách nội địa, nhiều tỉnh có tỷ trọng khách nội địa đạt trên 95%. Do mất cân đối trong cơ cấu thị trường khách, hoạt động du lịch ở các tỉnh vùng biển Bắc Trung Bộ còn phụ thuộc rất lớn vào thói quen đi du lịch vào mùa hè của khách nội địa, cụ thể:

+ Các tháng 1, 2, 3 và 4: là khoảng thời gian trước mùa vụ chính cho nên lượng du khách đến đây còn ít hơn mùa chính và cường độ hoạt động du lịch của các địa phương, các khu du lịch biển cũng yếu hơn. Tuy nhiên sang tháng 4 thì lượng khách tăng khá nhanh, cường độ hoạt động tương đối mạnh nhưng còn ở mức chưa cao. Do lúc này lượng học sinh, sinh viên và giáo viên ở các trường của các khu vực lân cận còn chưa được nghỉ hè và lại đang trong thời kỳ thi cử, cho nên lượng khách du lịch đến đây chủ yếu là vào các ngày nghỉ cuối tuần, du lịch trong ngày. Hai ngày lễ 30/4 và 1/5 cùng những ngày cuối tuần liền kề là những ngày đỉnh điểm, lượng khách rất đông.

+ Vào tháng 5, 6, 7 và 8: khách du lịch tăng nhanh và cường độ hoạt động đạt đến mức cao nhất vào tháng 6, 7. Do lúc này lượng học sinh, sinh viên và giáo viên đã và đang được nghỉ hè nên họ có rất nhiều thời gian rỗi để tổ chức các chuyến du lịch của mình. Đặc biệt vào tháng 7 các học sinh sau khi đã thi tốt nghiệp và thi vào đại học xong, họ muốn được nghỉ ngơi sau những ngày tháng học tập vất vả và họ có rất nhiều thời gian rỗi để đi du lịch. Ngoài ra, vào thời gian này, lượng khách du lịch lưu trú tại các cơ sở lưu trú cũng tăng lên cả về số lượng khách và số ngày nghỉ của khách.

Đây cũng là thời điểm các công ty, các doanh nghiệp, các cơ quan và các tổ chức kinh tế - xã hội cũng thường tổ chức cho các cán bộ công nhân viên của mình đi nghỉ dưỡng để phục hồi sức khỏe, chuẩn bị cho các hoạt động sản xuất kinh doanh mới, các chu kỳ kinh doanh mới... Chính vì vậy mà thời gian này lượng khách tập trung đến các khu du lịch biển trong vùng rất đông, công suất ghi nhận tại các cơ sở lưu trú thường xuyên đạt mức 100%. Nhiều cơ sở lưu trú bị quá tải hoạt động.

+ Tháng 9, 10 và 11: lượng khách du lịch bắt đầu có xu hướng giảm do lúc này lượng học sinh, sinh viên bước vào năm học mới, giáo viên đã bắt đầu giảng dạy nên thời gian rỗi sẽ ít đi dẫn đến lượng du khách giảm. Bên cạnh đó, điều kiện khí hậu không thuận lợi cho kinh doanh du lịch của cho nên khách đi du lịch có xu hướng giảm khá nhanh.

+ Tháng 12: là tháng gần với ngày Tết cổ truyền của cả dân tộc nên hoạt động của con người trở nên sôi nổi hơn. Chính vì vậy, người dân ít có thời gian rảnh rỗi cho các hoạt động du lịch và lượng khách đi du lịch theo loại hình nghỉ dưỡng, tắm biển là rất ít. Ngoài ra, đây là khoảng thời gian mà Bắc Trung Bộ đang là mùa đông, khí hậu trở nên lạnh giá không thuận lợi cho việc đi du lịch.

+ Mùa du lịch phụ thuộc vào thời gian rỗi của khách du lịch nên tính mùa vụ còn thể hiện ngay cả trong các ngày trong tuần. Các ngày nghỉ cuối tuần ở các khu du lịch lượng khách tăng đáng kể, còn các ngày khác trong tuần thường vắng khách hơn. Trong một số khu du lịch, lượng khách chủ yếu tập trung vào cuối tuần, đôi khi các khu du lịch không đáp ứng đủ nhu cầu của khách, nhưng trong các ngày khác trong tuần hầu như không có khách.

Ngoài ra, sự mất cân đối trong cơ cấu thị trường khách còn thể hiện ngay trong cơ cấu khách du lịch nội địa. Hầu hết khách nội địa đến khu vực Bắc Trung Bộ là khách

từ Hà Nội, các tỉnh phía Bắc, khách nội tỉnh và các tỉnh lân cận, khách phía Nam chiếm tỷ trọng thấp. Do đó, những khu du lịch biển nằm xa thị trường nguồn thì tính mùa vụ càng rõ nét hơn. Thời gian khai thác mùa du lịch càng ngắn lại theo hướng từ Bắc và Nam, Sầm Sơn dài hơn Cửa Lò và thời gian càng ngắn lại ở Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị.

- Ngoài những tác động bất lợi từ điều kiện tự nhiên như thời tiết, khí hậu là yếu tố khách quan, xét từ góc độ Cung du lịch, cách thức khai thác tài nguyên du lịch, phát triển du lịch là những nguyên nhân chủ quan quan trọng dẫn đến tính mùa vụ trong hoạt động du lịch tại vùng biển Bắc Trung Bộ.

Nhìn chung, trừ tỉnh Thừa Thiên Huế có lợi thế di sản văn hóa thế giới, có sân bay quốc tế Phú Bài và gần Đà Nẵng, Hội An nên lượng khách nước ngoài và trong nước có thể thu hút ổn định quanh năm, còn lại đều rất khó khăn khi mùa đông đến.

Hầu hết các khu du lịch biển miền Trung đều thể hiện rất rõ nét tính mùa vụ trong sự biến động rất mạnh các chỉ tiêu như lượng khách, doanh thu du lịch, công suất sử dụng buồng và số lượng lao động, theo từng tháng.

Với cách thức khai thác tài nguyên du lịch tương đối đơn giản, hệ thống sản phẩm của các tỉnh trong vùng bị mất cân đối về cơ cấu. Loại hình du lịch biển với các hoạt động tham quan, tắm biển, nghỉ dưỡng biển là chủ đạo, trong khi không có nhiều sản phẩm, dịch vụ bổ sung, hỗ trợ cao cấp. Với cách thức khai thác tài nguyên như vậy chỉ phù hợp với dòng khách du lịch đại trà (mass tourism), khả năng chi trả thấp, là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến tính mùa vụ trong hoạt động du lịch biển tại khu vực Bắc Trung Bộ bị đẩy lên một cách cực đoan.

Ngoài ra, do tính chất sản phẩm du lịch biển ở các khu du lịch không có nhiều sự khác biệt nên đối với những khu du lịch biển nằm xa thị trường nguồn, hạn chế về tiếp cận về giao thông thì tính mùa vụ trong du lịch cũng thể hiện rõ hơn. Sầm Sơn, Cửa Lò là hai khu du lịch nằm tương đối gần thị trường Hà Nội và các tỉnh vùng ĐBSH nên mùa vụ chính dài hơn đôi chút so với khu du lịch biển ở phía nam như Thiên Cầm, Nhật Lệ, Cửa Việt.

Nhận xét sâu hơn nguyên nhân dẫn tới tính mùa vụ từ góc độ Cung du lịch của các tỉnh khu vực Bắc Trung Bộ, dễ thấy:

- Mặc dù nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn của khu vực Bắc Trung Bộ phong phú, đa dạng nhưng chưa được khai thác, phát triển thành hệ thống sản phẩm du lịch độc đáo, đặc sắc. Đây vừa là thách thức nhưng cũng là khoảng trống để các tỉnh khu vực Bắc Trung Bộ phát triển đa dạng sản phẩm, dịch vụ, đặc biệt là các sản phẩm có thể khai thác quanh năm.

Ngoại trừ Sầm Sơn, Cửa Lò đã thu hút được nhiều nhà đầu tư lớn xây dựng các tổ hợp du lịch khép kín có thể khai thác quanh năm, các trọng điểm du lịch biển của các tỉnh còn lại mới chỉ đầu tư xây dựng và tôn tạo được một số khu du lịch, khai thác theo mùa vụ. Phần lớn các địa phương tập trung vào sản phẩm du lịch biển truyền thống như

tắm biển, nghỉ dưỡng biển, vốn là các sản phẩm bị chi phối bởi yếu tố tự nhiên như thời tiết, khí hậu. Thiếu sự đa dạng về sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm phù hợp với mùa thấp điểm. Cả vùng đều có chung thế mạnh về sản phẩm du lịch biển, tuy vậy cần có chiến lược phát triển sản phẩm phù hợp với đặc điểm tài nguyên biển ở mỗi nơi.

- Hệ thống cơ sở lưu trú, CSVCKTDL được đầu tư, xây dựng theo hướng thích nghi cao độ với tính mùa vụ, chu kỳ kinh doanh ngắn, chi phí vận hành cao gây khó khăn cho nỗ lực kéo dài mùa vụ cũng như hướng đến việc khai thác quanh năm.

Ngoại trừ một số trọng điểm du lịch như Sầm Sơn, Cửa Lò, vùng biển Bắc Trung Bộ khác hầu như chưa có các nhiều khu resort, khách sạn cao cấp với các dịch vụ phong phú, đa dạng, chất lượng cao. Số lượng cơ sở lưu trú của của vùng tuy tăng nhanh, nhưng phần lớn có quy mô nhỏ, và trung bình, với chất lượng không cao. Sự phân bố về địa lý, mật độ... chưa hợp lý.

- Số lượng dịch vụ chưa đa dạng, Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch chưa cao, sản phẩm dịch vụ bổ sung cho loại hình du lịch biển nghèo nàn, dẫn đến khó khăn cho việc kéo dài mùa vụ.

Hầu hết các khu du lịch biển còn thiếu các trang thiết bị tắm biển cao cấp để phục vụ khách tắm nắng, tắm biển, và các sản phẩm du lịch phụ trợ khác. Dịch vụ lữ hành chủ yếu dừng ở nỗ lực đáp ứng nhu cầu của khách vào mùa cao điểm. Chưa có nhiều các công trình vui chơi giải trí trong nhà, dẫn đến khó khăn trong việc mở rộng thời gian khai thác vụ chính và du lịch trái mùa trước những diễn biến bất lợi của thời tiết, khí hậu.

Bên cạnh đó, hệ thống sản phẩm phụ thuộc chủ yếu vào tài nguyên du lịch biển, chưa có nhiều sản phẩm du lịch độc đáo mang tính đặc trưng tạo được dấu ấn riêng cho du lịch của từng địa phương, từng khu du lịch. Một số di tích văn hóa chưa được tôn tạo hoặc đã tôn tạo nhưng chưa đúng mức, chưa thực sự tạo được bản sắc riêng để thu hút du khách. Những yếu tố này khiến sản phẩm du lịch, hình ảnh điểm đến không hấp dẫn, cũng là nguyên nhân làm trầm trọng hơn tính mùa vụ du lịch.

- Hạn chế trong quảng bá, xúc tiến hình ảnh điểm đến dẫn đến khoảng trống trong nhận thức của du khách về một khu vực Bắc Trung Bộ có thể đi “du lịch quanh năm”, “du lịch bốn mùa”.

Mặc dù công tác xúc tiến, quảng bá du lịch đạt được những kết quả nhất định và đang từng bước đẩy mạnh xúc tiến ở các thị trường du lịch trọng điểm, tham gia các sự kiện du lịch, hội chợ, hội thảo du lịch. Tuy nhiên, ngoại trừ Sầm Sơn - Thanh Hóa, không có nhiều điểm đến du lịch biển trong có hoạt động xúc tiến du lịch quanh năm, bốn mùa. Khảo sát cho thấy, các địa phương chưa nắm bắt được nhu cầu của thị trường vào mùa thấp điểm.

Bên cạnh đó, do thiếu nguồn lực, đặc biệt là ngân sách nên quy mô và chất lượng các hoạt động xúc tiến, phát triển du lịch còn hạn chế, công tác quảng bá hình ảnh du lịch các địa phương trong khu vực chưa được thực hiện liên tục để tiếp cận và khai thác

mở rộng thị trường trong đó có thị trường mùa thấp điểm.

- Một số địa phương đã tổ chức nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội vào mùa thấp điểm để thu hút du khách nhưng còn mang nặng tính hình thức, chưa hiệu quả.

Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ du lịch phụ thuộc vào mức độ phát triển và kinh nghiệm kinh doanh của các tỉnh, các địa phương và các nhà kinh doanh du lịch. Kinh nghiệm kinh doanh khắc phục mùa vụ du lịch biển cũng rất quan trọng.

Trong đó, việc tổ chức các nhiều sự kiện văn hóa, thể thao, lễ hội được nhiều địa phương triển khai việc kích cầu du lịch hàng năm như các Festival du lịch biển, Lễ hội mở cửa biển, các cuộc thi ẩm thực, các chương trình nghệ thuật biểu diễn...

Tuy nhiên, theo phản ánh của các doanh nghiệp địa phương, nhiều sự kiện vẫn còn mang nặng tính hình thức và chưa đạt được hiệu quả như mong đợi. Đa phần các sự kiện do UBND huyện đứng ra tổ chức theo hình thức huy động vốn xã hội hóa từ các doanh nghiệp. Các sự kiện này thiếu sự liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp về chuyên môn, thiếu sự liên kết giữa các địa phương, ban ngành và chưa được xây dựng thành một chuỗi sự kiện có chủ đề xuyên suốt, tạo được ấn tượng và thu hút du khách quay trở lại. Nhiều sự kiện chỉ tập trung vào hình thức, thiếu sự đầu tư vào nội dung và chất lượng, các hoạt động trong sự kiện còn khá đơn điệu, lặp lại qua các năm.

- Các doanh nghiệp du lịch đã hoàn toàn thích nghi với hoạt động kinh doanh theo mùa, chưa chủ động tìm kiếm các giải pháp để thay đổi.

Để khắc phục tính mùa vụ, các doanh nghiệp trong ngành du lịch ngoài việc phát triển các sản phẩm dịch vụ khai thác quanh năm, cải tạo, nâng cao chất lượng cơ sở vật chất, cần chú trọng đặc biệt tới các chính sách về sản phẩm, giá bán vào mùa thấp điểm. Cả bên cung và bên cầu cần phải gặp nhau trong các tháng thấp điểm là thách thức nhưng cũng là cơ hội. Ví dụ vào các tháng mùa đông thì các chính sách giá sẽ phải rất đặc biệt. Chính sách sản phẩm cũng tương tự.

Qua khảo sát cho thấy, giá cả dịch vụ du lịch ở một số khu du lịch có giảm trong mùa thấp điểm nhưng còn cứng nhắc, đặc biệt là các dịch vụ cơ bản như lưu trú, ăn uống. Các chương trình khuyến mãi, giảm giá vào mùa thấp điểm chưa thực sự hấp dẫn để thu hút du khách. Các doanh nghiệp du lịch trong vùng chưa có sự kết nối chặt chẽ để cùng nhau xây dựng các sản phẩm du lịch mới, hấp dẫn.

Bên cạnh đó, các hoạt động quảng bá du lịch vào mùa thấp điểm chưa được đầu tư mạnh mẽ, dẫn đến ít người biết đến. Cuối cùng, qua trao đổi thông tin với các doanh nghiệp du lịch cho thấy, họ đã quen với việc kinh doanh theo mùa, chưa chủ động tìm kiếm các giải pháp để thay đổi.

- Xu hướng du lịch quanh năm đang ngày càng trở nên phổ biến trên toàn thế giới. Điều này tạo ra cả cơ hội và thách thức đối với các điểm đến du lịch, đặc biệt là vùng biển Bắc Trung Bộ.

Vùng biển Bắc Trung Bộ cần có Chiến lược tổng thể, dài hạn để khắc phục tính

mùa vụ cao hiện nay, là yếu tố then chốt quyết định sự phát triển du lịch bền vững của khu vực trong dài hạn.

Cần phải cải thiện cung du lịch, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch vào mùa thấp điểm. Việc nói rộng thời gian hoạt động và kinh doanh du lịch ở các khu du lịch biển có ý nghĩa quan trọng, giúp cho du lịch khu vực khắc phục được những yếu kém cơ bản hiện nay là kinh doanh du lịch có hiệu quả kinh tế thấp, tác động xấu đến môi trường tự nhiên và xã hội. Để kéo dài thời gian du lịch, khu vực Bắc Trung Bộ phải tìm giải pháp mở rộng các loại hình du lịch ít phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên, khí hậu như du lịch văn hóa hay sinh thái...

Về phía cầu, cần phải cơ cấu lại thị trường khách theo hướng tăng tỷ trọng của khách du lịch quốc tế. Đối với thị trường khách nội địa cần phải đẩy mạnh khai thác các dòng khách có nhiều thời gian rảnh rỗi, có khả năng du lịch vào mùa thấp điểm như khách công vụ, hưu trí...

Tóm tắt một số kinh nghiệm quốc tế trong khắc phục, giảm nhẹ những tác động tiêu cực từ tính mùa vụ trong hoạt động du lịch

Các khu du lịch biển ở Địa Trung Hải

Ở khu vực Địa Trung Hải, các điểm du lịch biển tại Tây Ban Nha, Ý và Hy Lạp nổi tiếng với các bãi biển và cảnh quan đẹp, thu hút lượng lớn khách du lịch vào mùa hè. Tuy nhiên, vào mùa đông, khi thời tiết trở nên lạnh hơn, du lịch biển ở đây thường rơi vào tình trạng vắng khách, gây ra sự biến động lớn trong hoạt động kinh tế của các ngành liên quan đến du lịch.

Để khắc phục vấn đề này, các quốc gia đã triển khai nhiều biện pháp khác nhau, trong đó tập trung vào việc phát triển các sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh về văn hóa và lịch sử, họ cũng tổ chức các lễ hội nghệ thuật và sự kiện quốc tế vào mùa thấp điểm. Ở Tây Ban Nha, thành phố Barcelona đã phát triển các tour du lịch tập trung vào kiến trúc và lịch sử, đặc biệt là các công trình của kiến trúc sư nổi tiếng Antoni Gaudí. Các tour này được tổ chức quanh năm, thu hút du khách đến tham quan bất kể thời tiết. Ngoài ra, các lễ hội quốc tế như La Tomatina (lễ hội cà chua) hay các sự kiện nghệ thuật lớn đã được tổ chức vào mùa thấp điểm để tạo thêm động lực cho du khách đến thăm. Kết quả là số lượng khách du lịch vào mùa đông đã tăng lên đáng kể, với lượng khách ngoài mùa cao điểm tăng từ 20% đến 30%, giúp kéo dài mùa du lịch và phân bổ đều lượng khách hơn.

Thành phố du lịch biển Gold Coast, Úc

Gold Coast, một thành phố ven biển nổi tiếng tại Úc, từng phải đối mặt với tình trạng mùa du lịch không đều đặn, với lượng khách đổ dồn vào mùa hè. Vào mùa đông, thành phố gần như vắng bóng du khách, ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp du lịch.

Để giải quyết tính mùa vụ, Gold Coast đã phát triển các loại hình du lịch mới

không phụ thuộc vào tình hình thời tiết và có thể khai thác quanh năm... Cụ thể, bên cạnh việc phát triển các hoạt động du lịch sinh thái như khám phá các khu rừng nhiệt đới và vườn quốc gia, họ mạnh tay đầu tư vào các khu nghỉ dưỡng cao cấp với dịch vụ chăm sóc sức khỏe và spa nhằm phục vụ đối tượng khách du lịch cao cấp. Những khu nghỉ dưỡng này không phụ thuộc vào thời tiết, nên chúng đã trở thành lựa chọn phổ biến cho du khách muốn nghỉ ngơi vào mùa đông.

Đồng thời, Gold Coast cũng đã triển khai các chiến dịch quảng cáo rầm rộ trên các phương tiện truyền thông quốc tế, nhắm đến thị trường Trung Quốc và Nhật Bản – những quốc gia trong thời gian gần đây có xu hướng đi du lịch vào mùa đông. Chính sách hạ giá phòng và dịch vụ trong mùa thấp điểm cũng được áp dụng rộng rãi. Các khách sạn và khu nghỉ dưỡng thường đưa ra mức giảm giá lên đến 30-40% để kích cầu du lịch trong thời gian này. Các chiến lược này không chỉ giúp duy trì lượng khách du lịch vào mùa đông, mà còn cải thiện tỷ lệ lấp đầy khách sạn, từ mức dưới 40% lên tới 60%, tạo ra doanh thu ổn định hơn cho khu vực.⁸

Miami, Hoa Kỳ

Tại Miami, Hoa Kỳ, một trong những điểm đến du lịch biển nổi tiếng nhất, tính mùa vụ cũng là một thách thức lớn. Trong khi mùa đông thu hút rất đông du khách đến nghỉ dưỡng, mùa hè nóng ẩm thường khiến lượng khách sụt giảm. Để đối phó, Miami đã đầu tư vào phát triển các hoạt động giải trí trong nhà và tổ chức nhiều sự kiện thể thao quốc tế. Ngoài việc tập trung vào phát triển các khu mua sắm và các trung tâm giải trí trong nhà, thành phố còn tổ chức các sự kiện âm nhạc và nghệ thuật quốc tế vào mùa hè, thu hút đông đảo du khách trẻ tuổi.

Miami đã sử dụng chiến lược giá ưu đãi khá hiệu quả. Trong những tháng mùa hè, nhiều khách sạn và khu nghỉ dưỡng tại Miami áp dụng chính sách giảm giá sâu cho các dịch vụ lưu trú, ăn uống và giải trí. Các gói du lịch kết hợp (combo) với giá ưu đãi đặc biệt được giới thiệu, kết hợp các sự kiện âm nhạc và lễ hội địa phương. Một phần quan trọng của chiến lược này là chiến dịch "Miami Summer Deals," cung cấp các gói khuyến mãi sâu cho dịch vụ lưu trú và giải trí, kết hợp với các sự kiện văn hóa để thúc đẩy lượng khách. Các khách sạn và khu nghỉ dưỡng tại đây giảm giá mạnh trong mùa hè, với mức ưu đãi lên đến 40%, giúp duy trì công suất lưu trú trung bình ở mức rất cao, lên đến 70-75%.⁹

Bài học kinh nghiệm

Từ những nghiên cứu điển hình này có thể thấy, rất nhiều chiến lược được đã được sử dụng để giải quyết các tác động bất lợi của tính thời vụ. Cả ở cấp độ điểm đến

⁸ <https://australiantravel.org/blogs/gold-coast-tourism/the-seasonal-impact-on-gold-coasts-tourism-industry>

⁹ <https://www.miamiandbeaches.com/destination-miami>

và doanh nghiệp, có một số chiến lược chung được áp dụng, bao gồm:

Định giá đúng, chẳng hạn như thay đổi giá theo mùa; định giá để thu hút một thị trường mục tiêu;

Đa dạng hóa các điểm thu hút – chẳng hạn như giới thiệu các sự kiện đặc biệt và phát triển các ưu đãi dành cho một thị trường mục tiêu cụ thể;

Đa dạng hóa thị trường – chẳng hạn như nhắm đến các thị trường khác nhau cho các mùa khác nhau; và

Cần sự hỗ trợ lớn từ phía nhà nước (chính phủ, địa phương, các cơ quan du lịch).

Việc đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, bao gồm du lịch văn hóa, du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng cao cấp... là những hướng đi cần thiết để thu hút khách quanh năm. Ngoài ra, việc tổ chức các lễ hội văn hóa, thể thao quốc tế vào mùa thấp điểm cũng là cách hữu hiệu để duy trì sự quan tâm của du khách. Đặc biệt, triển khai chiến lược giảm giá và các chiến dịch quảng bá rộng rãi sẽ giúp kích cầu du lịch, giảm sự phụ thuộc vào mùa cao điểm và đảm bảo sự ổn định về kinh tế cho ngành du lịch và các ngành liên quan.

4. Giải pháp và kiến nghị

4.1. Đề xuất một số sản phẩm khắc phục tính mùa vụ của du lịch vùng biển Bắc Trung Bộ

Với đặc điểm của tài nguyên, các điều kiện phát triển du lịch và thị trường, việc khắc phục tính mùa vụ của du lịch vùng biển Bắc Trung Bộ có thể thực hiện theo hướng đa dạng hóa sản phẩm với các sản phẩm khác không liên quan trực tiếp với tắm biển và các hoạt động gắn với mặt biển cũng như phát triển các sản phẩm có thể khai thác quanh năm.

Với định hướng chính này, một số dòng sản phẩm có thể đề xuất bao gồm:

- Du lịch sự kiện, lễ hội
- Du lịch vui chơi giải trí, thể thao
- Du lịch chữa bệnh / chữa lành, chăm sóc sức khỏe
- Du lịch gắn với văn hóa địa phương (nghề thủ công, trải nghiệm homestay...)
- Du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm
- Du lịch văn hóa lịch sử
- Du lịch tâm linh, tín ngưỡng, tôn giáo

4.2. Đề xuất các giải pháp phát triển du lịch khắc phục tính mùa vụ

4.2.1. Giải pháp về sản phẩm du lịch, bao gồm những giải pháp chính sau:

- Kéo dài mùa chính:

- + Nâng cao mức độ sẵn sàng đón tiếp khách trong cả năm của khu vực Bắc Trung

Bộ, theo từng tỉnh, huyện và từng khu du lịch.

+ Đề xuất và phát huy hiệu quả các kích thích kinh tế (khuyến mại, chính sách thuế, phí...), đặc biệt, cần có chính sách giá bán và các gói sản phẩm linh hoạt với từng nhóm khách hàng trong mùa thấp điểm.

+ Thông tin, quảng bá hiệu quả các sản phẩm và các chính sách ưu đãi đến đúng nhóm khách hàng mục tiêu.

- Đa dạng hóa sản phẩm: căn cứ tài nguyên và nhu cầu của thị trường, các địa phương, doanh nghiệp cùng với người dân nỗ lực, sáng tạo trong việc đa dạng hóa hệ thống sản phẩm du lịch bên cạnh những sản phẩm cốt lõi hiện có.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm hiện có thông qua việc cải thiện chất lượng dịch vụ, cơ sở vật chất, đặc biệt chú trọng vấn đề môi trường do môi trường là một yếu tố quan trọng của chất lượng sản phẩm du lịch.

- Phát triển sản phẩm xanh, bền vững: phát triển các sản phẩm xanh, bền vững vừa góp phần cải thiện chất lượng môi trường, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch vừa có đóng góp tích cực vào việc cải thiện, nâng cao hình ảnh, thương hiệu du lịch.

- Chú trọng khai thác các giá trị văn hóa, lịch sử của địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch.

- Tăng cường hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng do khả năng thích ứng cao của mô hình này đối với tính mùa vụ.

- Nghiên cứu, đẩy mạnh phát triển các hoạt động du lịch đêm phù hợp với điều kiện của từng địa phương cũng như nhu cầu, thị hiếu của khách du lịch.

4.2.2. Giải pháp về thị trường du lịch:

- Phát triển thị trường khách du lịch quốc tế để khắc phục tình trạng mất cân đối cơ cấu thị trường là một trong những yếu tố chủ yếu của du lịch biển vùng Bắc Trung Bộ

- Đa dạng hóa thị trường khách nội địa với những sản phẩm mới.

- Xây dựng và thực hiện chiến lược, chương trình quảng bá, xúc tiến phù hợp hướng tới hình ảnh du lịch Bắc Trung Bộ đa dạng, không chỉ là du lịch biển và có thể đi du lịch quanh năm.

4.2.3. Giải pháp về quy hoạch và tổ chức không gian du lịch

- Mở rộng không gian quy hoạch du lịch và tăng cường công tác liên kết vùng trong quy hoạch để mở rộng phạm vi hoạt động du lịch cả về không gian và thời gian.

- Tận dụng tối đa chức năng lưu trú của các khu du lịch biển đối với các khu, điểm du lịch khác trong quy hoạch du lịch để hạn chế “khủng hoảng thừa” cơ sở lưu trú trong mùa thấp điểm.

- Tổ chức không gian kiến trúc - cảnh quan du lịch theo hướng thích ứng trong

sự biến đổi và phát triển du lịch.

- Tiếp tục hoàn thiện quy hoạch liên quan phát triển du lịch biển khu vực Bắc Trung Bộ theo hướng Kinh tế tuần hoàn.

- Quy hoạch các khu vui chơi, giải trí, thể thao, các khu tổ chức sự kiện, bảo tàng, nhà hát, các công viên văn hóa, công viên chủ đề v.v... trong các khu du lịch ven biển để tăng cường thu hút khách quanh năm.

- Nghiên cứu phát triển các tổ hợp du lịch có thể đón khách du lịch tàu biển ở những khu vực phù hợp.

Một số kiến nghị ban đầu:

Chính quyền địa phương, cơ quan quản lý du lịch cần xác định việc khắc phục tính mùa vụ vừa là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu, trước mắt, vừa là nhiệm vụ có tính chiến lược, lâu dài đối với mục tiêu phát triển bền vững ngành du lịch cũng như kinh tế - xã hội của địa phương.

Việc nghiên cứu, đề xuất và thực thi những chính sách ưu đãi đối những nhà đầu tư, dự án tổ hợp lớn với hệ thống dịch vụ hoàn chỉnh có thể khai thác, phục vụ quanh năm là hết sức quan trọng và là bước đi ban đầu, là đòn bẩy cho những nỗ lực khắc phục tính mùa vụ của hoạt động du lịch.

Có chính sách cụ thể khuyến khích các sản phẩm mang tính sáng tạo cao để đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, từ đó phát triển mở rộng thị trường du lịch đồng thời tạo điều kiện cho việc kéo dài mùa du lịch và phát triển các hoạt động du lịch trái mùa.

Có cơ chế, chính sách thu hút cộng đồng, tạo điều kiện để người dân địa phương trực tiếp tham gia đầu tư cho các hoạt động phát triển du lịch nhằm tạo việc làm, ổn định đời sống của người dân. Chú trọng phát triển mô hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái nông nghiệp công nghệ cao, du lịch homestay... để không chỉ góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch ven biển, giúp người dân địa phương có thêm thu nhập, mà còn góp phần bảo vệ các nguồn tài nguyên du lịch, bảo tồn và phát triển các làng chài, làng nghề, bảo đảm an ninh ở vùng ven biển và hạn chế được khủng hoảng thừa về cơ sở vật chất kỹ thuật trong những mùa thấp điểm.

“BIỂN MÙA ĐÔNG KHÔNG LẠNH”
KHAI THÁC CÁC HOẠT ĐỘNG DU LỊCH MÙA ĐÔNG TẠI CÁC TỈNH
BẮC TRUNG BỘ NHẪM KHẮC PHỤC TÍNH MÙA

PGS.TS. Nguyễn Đức Thắng

Trưởng Khoa Du lịch, Trường Đại học Công Nghệ Đông Á;

Tổng Thư ký Liên chi hội Đào tạo Du lịch Việt Nam

Tóm tắt: Một trong những đặc điểm của sản phẩm du lịch là tính thời vụ. Tính thời vụ, mùa vụ trong du lịch ảnh hưởng rất lớn đến quá trình phát triển du lịch của một quốc gia, một vùng hay một địa phương, một điểm đến. Vùng du lịch Bắc Trung Bộ là một trong những vùng du lịch chịu ảnh hưởng bởi tính mùa vụ rõ rệt nhất với mùa đông lạnh và mùa hè nắng nóng. Vậy làm thế nào để biến mùa đông không lạnh và biến mùa hè mát mẻ hơn, đó là câu hỏi rất khó để giải đáp triệt để. Hầu hết các điểm đến, địa phương, vùng du lịch bị ảnh hưởng bởi thời tiết, khí hậu như vùng Bắc Trung Bộ đều chỉ có thể hoạt động du lịch biển tối đa 4,5 tháng hè. Các tháng còn lại làm gì để giải quyết bài toán hóc búa này thì chúng ta phải bàn thảo nhiều để có thể tìm ra các giải pháp tối ưu. Bài viết này sử dụng phương pháp định tính, dựa trên các tài liệu sơ cấp, thứ cấp và trải nghiệm khoa học, thực tiễn để nêu lên những điểm mạnh, điểm hạn chế như là rào cản, đồng thời đề xuất gợi ý định hướng trong bối cảnh hiện nay về khắc phục tính thời vụ của du lịch biển Bắc Trung Bộ.

Từ khóa: Du lịch biển, thời vụ, mùa vụ, mùa đông, rào cản, sản phẩm.

1. Đặt vấn đề

Việt Nam, với 3260km bờ biển, là quốc gia có tiềm năng phát triển du lịch biển rất lớn. Xét về mặt địa hình, khí hậu, Việt Nam được xem là quốc gia bán đảo, nơi tiếp xúc giữa nhiều hệ thống tự nhiên đã tạo cho vùng ven biển có sự đa dạng về cảnh quan, thuận lợi cho phát triển du lịch biển. Theo thống kê của một số tổ chức quốc tế, Việt Nam đứng thứ 27 trong số 156 quốc gia trên thế giới có biển với 125 bãi biển mà hầu hết là các bãi tắm đẹp, là 1 trong 12 quốc gia có các vịnh đẹp nhất thế giới là vịnh Hạ Long và vịnh Nha Trang. Thực tế, du lịch biển Việt Nam còn được hưởng lợi với nhiều vịnh, nhiều đảo, làm gia tăng giá trị. Nhiều vịnh của nước ta được xếp là các vịnh biển đẹp nhất châu Á, đẹp nhất thế giới với nhiều giải thưởng uy tín được trao nhiều năm qua. Các thành phố biển như Hạ Long, Cát Bà, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Phan Thiết, Nha Trang, Vũng Tàu, Phú Quốc được ca ngợi là những điểm đến hấp dẫn trên nhiều khía cạnh bởi nhiều giải thưởng khác nhau.

Du lịch biển là loại hình du lịch khai thác các nguồn tài nguyên biển, trên bề mặt biển và ven biển như các bãi biển, các đảo ven biển, các vùng biển có phong cảnh đẹp, những giá trị nhân văn trong không gian ven bờ bãi mặt biển và loại hình du lịch này phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên, đặc biệt là điều kiện khí hậu. Sự kết hợp giữa điều kiện thuận lợi của khí hậu với các điều kiện khác là tiềm năng du lịch to lớn đối với sự phát triển du lịch biển.

Các vùng biển Việt Nam, đặc biệt là duyên hải Nam Trung Bộ và Nam Bộ, nắng đẹp, dồi dào cát trắng lại có sự kết tụ các yếu tố cảnh quan của núi rừng, đồng bằng, bờ biển, biển, đảo, cùng với các yếu tố văn hóa-xã hội biển đặc sắc đã tạo tiềm năng du lịch biển, đảo rất to lớn. Vào mùa hè, tất cả các bãi biển từ Bắc vào Nam đều nhộn nhịp và đông khách, đa phần là khách nội địa bởi tính đặc thù mùa vụ gắn với kỳ nghỉ của học sinh sinh viên. Vào mùa đông, bắt đầu có sự phân tách trong du lịch biển một cách rõ nét. Đối với hoạt động du lịch biển Việt Nam, đa số khách đi du lịch với mục đích nghỉ dưỡng kết hợp tắm biển, nên mỗi mùa sẽ đem lại những trải nghiệm nghỉ dưỡng khác nhau. Nó là nguyên nhân chủ yếu tạo nên tính thời vụ trong hoạt động du lịch biển ở Việt Nam, có ảnh hưởng rất lớn đến các hợp phần trong tổ chức lãnh thổ du lịch và tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của điểm đến.

Trong khi đó, vùng biển Bắc Trung Bộ lại có những đặc thù. Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế là những địa phương trực tiếp nằm trong vùng du lịch Bắc Trung Bộ và chịu ảnh hưởng rõ rệt bởi khí hậu. Chính vì vậy, việc nghiên cứu ảnh hưởng của khí hậu đến tính thời vụ trong hoạt động du lịch biển ở Việt Nam nói chung và tại vùng du lịch Bắc Trung Bộ nói riêng không chỉ có ý nghĩa về mặt lý luận mà còn có ý nghĩa về thực tiễn, góp phần tích cực vào sự phát triển du lịch của vùng này.

2. Tính thời vụ, mùa vụ du lịch - Seasonality in tourism

Thực tế, nếu xét theo từ gốc tiếng Anh của tính thời vụ hay mùa vụ thì đều là Seasonality in tourism, do đó, ta có thể dùng từ nào cũng được. Tuy nhiên, theo khía cạnh kinh tế và thị trường cung cầu thì chúng ta nên dùng từ “Thời vụ”. Còn theo khía cạnh lập đi lập lại, chu kỳ trong du lịch chúng ta có thể dùng cả hai từ thời vụ hoặc mùa vụ. Trong khuôn khổ bài viết này, tôi sẽ dùng song song cả hai, trong đó ưu tiên dùng từ *tính thời vụ* nhiều hơn vì liên quan nhiều hơn tới các hoạt động kinh doanh du lịch biển dù chúng ta vẫn quen gọi là khắc phục tính mùa vụ.

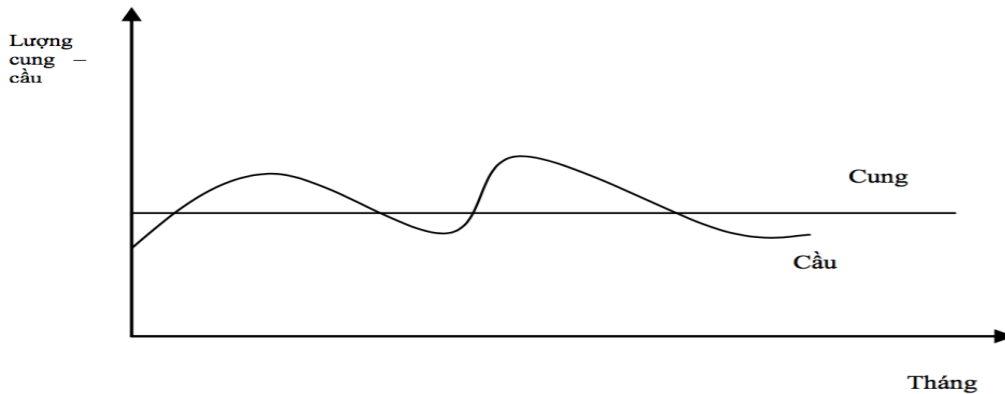
Hơn nữa, thời vụ liên quan, bao hàm rộng hơn, nó bao gồm các khoảng thời gian có tính chu kỳ mà đôi khi khoảng thời gian đó không có yếu tố khí hậu, thời tiết. Ví dụ: Khoảng thời gian nghỉ hè, khoảng thời gian nghỉ lễ 2/9, 30/4, nghỉ Tết Nguyên Đán, khoảng thời gian nghỉ đông của người châu Âu,... Còn mùa vụ thì thường được hiểu gắn với thời tiết, khí hậu, mùa màng, vụ mùa nhiều hơn. Ví dụ: mùa đông, mùa hè, mùa lúa chín, mùa hoa anh đào,... Tuy nhiên, cả hai luôn có các điểm chung và theo tôi, chúng ta có thể dùng hai thuật ngữ này trong du lịch cho cả phạm trù khoảng thời gian và mùa vụ, khí hậu thời tiết.

Xét theo khía cạnh thị trường và kinh doanh du lịch thì: *“Thời vụ du lịch là khoảng thời gian của một chu kỳ kinh doanh, mà tại đó có sự tập trung cao nhất của cung và cầu du lịch”*.

Xét về khía cạnh không gian, khu vực: *“Thời vụ trong du lịch là quy luật có tính phổ biến ở tất cả các nước và các vùng có hoạt động du lịch. Một nước hoặc một vùng*

có thể có một hay nhiều thời vụ”. Tính thời vụ trong du lịch là **những biến động được lặp đi lặp lại hằng năm** giữa cung và cầu các dịch vụ hàng hóa du lịch dưới tác động của một trong những nhân tố xác định. Bản chất của tính thời vụ du lịch là sự dao động có tính chu kỳ trong năm của mối quan hệ “cung” và “cầu” du lịch và được đặc trưng bởi cường độ, độ dài và tần số của mùa vụ du lịch. Cường độ của mùa du lịch chính là độ tập trung khách trong một khoảng thời gian ở mùa du lịch.

Nhìn chung, tính thời vụ du lịch tại một đơn vị lãnh thổ nào đó là tập hợp các biến động có tính chu kỳ theo thời gian trong năm của “cung” và “cầu” du lịch.



Biểu đồ: Biến động cung cầu trong thời vụ du lịch

Tại một số điểm đến, *cung du lịch* ổn định nhưng do tính thời vụ, *cầu du lịch* biến động theo mùa nên thiếu ổn định và tạo nên các quãng như biểu đồ nêu trên. Khi xem xét tính thời vụ của một khu vực, một đất nước nào đó cần chú ý đến những loại hình du lịch được kinh doanh tại đó là gì. Mỗi một loại hình du lịch có một đặc điểm khác nhau vì vậy thời vụ du lịch cũng diễn ra khác nhau. Vì thế, tính thời vụ của một vùng sẽ là tập hợp các dao động theo mùa của cung và cầu các loại hình du lịch được phát triển ở đó. Sự chênh lệch về thời gian giữa các loại hình du lịch và cường độ biểu hiện của từng loại chính là nguyên nhân tạo ra đường cong thể hiện các dao động thời vụ du lịch của toàn bộ hoạt động du lịch.

Ví dụ, ở Tây Ban Nha, vào mùa hè có nhiều vùng họ khai thác tính thời vụ theo hướng rất đặc biệt, đó là bên cạnh việc đón hàng chục triệu khách quốc tế đến đất nước Địa Trung Hải này vào mùa hè thì người dân Tây Ban Nha cũng có khái niệm “mùa hè đóng cửa” rất thú vị. Đó là tháng 8 hàng năm, nhiều gia đình người dân đất nước này đã dành thời gian để đi du lịch, họ đóng cửa lại và lên đường. Đó chính là một trong những đặc trưng của một quốc gia mà cùng trong thời điểm tháng hè, họ đón khách Inbound đến với họ và dân của họ lại trở thành khách outbound.

3. Làm thế nào để khắc phục tính mùa vụ để “biển Bắc Trung bộ mùa đông không lạnh?”

Tính mùa vụ với mùa đông lạnh tại vùng du lịch Bắc Trung Bộ làm cản trở tiến trình bình thường của hoạt động du lịch trong năm và gây ra hàng loạt ảnh hưởng tiêu cực về kinh tế-xã hội, tổ chức và kỹ thuật. Độ dài mùa du lịch là khoảng thời gian mà

ở đó số lượng khách đến còn đủ để duy trì công suất sử dụng buồng phòng trên mức độ tối thiểu đối với khu du lịch, còn tần số mùa du lịch là số lần xuất hiện mùa du lịch trên một phạm vi lãnh thổ trong một năm. Với đặc điểm mang tính bản chất đó, chúng ta thấy rằng tính mùa vụ trong du lịch biển Bắc Trung Bộ chỉ là khoảng thời gian tối đa 4 tháng: Tháng 5,6,7,8.

Đối với hoạt động du lịch biển miền Bắc, miền Trung Việt Nam, đa số khách đi du lịch với mục đích nghỉ dưỡng kết hợp tắm biển là những loại hình du lịch chủ yếu của hoạt động du lịch biển vì vào mùa hè, khoảng thời gian du lịch biển lý tưởng nhất cũng là mùa du lịch để du khách nghỉ dưỡng, giải trí. Đây là những loại hình du lịch phụ thuộc và chịu ảnh hưởng mạnh mẽ nhất của các điều kiện tự nhiên, đặc biệt là điều kiện khí hậu. Trên thực tế, những điểm, khu du lịch biển ở những nơi có điều kiện khí hậu phân hóa sâu sắc theo thời gian trong năm, thì tính thời vụ trong hoạt động du lịch ở nơi đó cũng rõ rệt và mùa du lịch thường trùng với mùa khí hậu thuận lợi cho hoạt động du lịch.

Tại Bắc Trung Bộ, thực tế, trong khoảng thời gian từ tháng 8,9,10 là khoảng thời gian mưa, bão, lũ nên là trở ngại không nhỏ cho hoạt động du lịch. Trong hoạt động du lịch biển, các điều kiện khí hậu thuận lợi nhất được du khách ưa thích là số ngày mưa ít, số giờ nắng trung bình trong ngày cao, nhiệt độ không khí trung bình trong ngày không cao lắm và nhiệt độ nước biển điều hòa. Đến tháng 9, học sinh sinh viên trở lại học tập thì mùa du lịch biển ở miền Bắc và Bắc Trung Bộ cũng khép lại ở phân khúc khách du lịch chỉ có thể đi vào mùa hè. Tháng 11, gió mùa Đông Bắc về thì sự thay đổi khí hậu theo mùa và các hiện tượng thời tiết đặc biệt như gió mùa Đông Bắc, bão, áp thấp nhiệt đới, lũ lụt,...là những nhân tố tạo nên tính thời vụ trong hoạt động du lịch biển, thậm chí gây trở ngại cho hoạt động du lịch biển.

Đặc điểm du lịch biển Bắc Trung Bộ

Chúng ta phân tích một chút về đặc điểm du lịch biển, tính mùa vụ du lịch biển Bắc Trung Bộ để từ đó tìm ra những vấn đề có thể khắc phục phần nào:

- Tính thời vụ trong du lịch biển là một hiện tượng phổ biến và khách quan ở tất cả các nước, các vùng có hoạt động du lịch và là đặc điểm khí hậu không thể thay đổi tại Bắc Trung Bộ nên phải chấp nhận, sống chung và khắc phục.

- Tính thời vụ có thể dự đoán trước được bởi tính chu kỳ, lặp đi lặp lại nên cũng là cơ sở để chúng ta đánh giá, nhìn nhận và khắc phục những tháng mùa đông lạnh còn lại bằng những giải pháp khác nhau.

- Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ du lịch biển Bắc Trung bộ ngắn nhưng các loại hình du lịch khác lại có thể khai thác quanh năm nên là cơ sở tốt để bù lấp, khóa lấp cho các tháng mùa đông.

- Cường độ của thời vụ du lịch biển Bắc Trung Bộ rất cao vào mùa hè kéo theo thời gian của chu kỳ kinh doanh du lịch biển cũng phải cao dẫn tới vấn đề bất cập, sức chứa, và cần có giải pháp cân bằng để các điểm đến có thể giảm tải mùa hè, tăng vào mùa đông.

- Xu hướng du lịch hiện nay của thế giới là đi du lịch quanh năm, tại Việt Nam cũng đang nằm trong xu thế đó. Cần có giải pháp cho cơ chế vận hành quanh năm để có thể có lượng khách quanh năm.

- Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ du lịch phụ thuộc vào mức độ phát triển và kinh nghiệm kinh doanh của các quốc gia du lịch, điểm du lịch và các nhà kinh doanh du lịch. Kinh nghiệm kinh doanh khắc phục thời vụ du lịch biển cũng rất quan trọng.

- Độ dài thời gian và cường độ thời vụ du lịch phụ thuộc vào cơ cấu của khách đến vùng du lịch. Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ du lịch phụ thuộc vào các cơ sở lưu trú chính. Cả bên cung và bên cầu phải gặp nhau trong các tháng mùa đông là thách thức nhưng cũng là cơ hội. Ví dụ vào các tháng mùa đông thì các chính sách giá sẽ phải rất đặc biệt. Chính sách sản phẩm cũng tương tự.

Một số giải pháp khắc phục:

Sau khi phân tích các đặc điểm rất cơ bản trên của tính mùa vụ du lịch biển Bắc Trung Bộ, theo tôi, nên tập trung giải quyết khắc phục để có “biên mùa đông không lạnh” như sau:

a. Phát huy tối đa những thuận lợi hiện nay về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật vùng này đang có:

+ Cơ sở hạ tầng: Vùng này có nhiều sân bay, có cả sân bay quốc tế như Phú Bài, Vinh, Đồng Hới, Thường Xuân thuận lợi để có các đường bay thẳng để đón khách trong và ngoài nước. Vùng này có nhiều cảng biển có thể đón các tàu du lịch; vùng này có hệ thống đường cao tốc, quốc lộ từ Hà Nội vào, từ Đà Nẵng ra, tương đối đồng bộ. Các hạ tầng khác phục vụ phát triển du lịch như các thành phố, các khu đô thị biển đều đã và đang phát triển mạnh mẽ và lợi thế là đều nằm ven biển.

+ Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch: Đây là vùng du lịch có hệ thống CSVCKTDL ngày càng đồng bộ. Hệ thống cơ sở lưu trú, dịch vụ ăn uống, doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển phát triển mạnh. Nhiều địa phương của vùng đã có các khu nghỉ dưỡng ven biển cao cấp, resort 4-5 sao với hệ thống dịch vụ bổ sung khá tốt.

Đó là những thuận lợi mà vùng du lịch Bắc Trung Bộ đã có được dù còn rất nhiều những thách thức phải giải quyết. Cần phát huy thật tốt những điều kiện hiện nay và phát triển du lịch đa dạng hơn, nhiều sản phẩm hơn.

b. Thay đổi tư duy, nhận thức về du lịch biển mùa đông của cả nhà đầu tư, chính quyền địa phương và du khách.

Đây là vấn đề rất quan trọng. Lâu nay, nhận thức của chúng ta, tư duy của chúng ta về du lịch biển mùa đông mặc định là bị tính mùa vụ chi phối và chỉ khai thác 3-4 tháng. Vậy thì vùng du lịch Bắc Trung Bộ phải giải bài toán thay đổi nhận thức, để du khách sẽ không bị mặc định là chỉ đi đến các vùng biển của vùng này vào mùa hè. Phải bắt đầu từ đâu thì theo tôi là bắt đầu từ chính các nhà đầu tư và nhà quản lý du lịch 6 tỉnh. Nếu cơ quan quản lý nhà nước về phát triển du lịch mà cũng luôn cho rằng rất khó

để tháo gỡ thì doanh nghiệp đầu tư du lịch cũng khó xoay sở. Doanh nghiệp đầu tư muốn địa phương giúp đa dạng hóa sản phẩm, những thứ nằm ngoài khả năng của doanh nghiệp đầu tư, mà địa phương không mặn mà thì rất khó. Ví dụ, các nhà đầu tư khu nghỉ dưỡng FLC tại Sầm Sơn và Đồng Hới đều đã tạo nên một hệ sinh thái chuẩn 5 sao, có cả các tiện ích dịch vụ bổ sung đi kèm như sân Golf, một số dịch vụ giải trí, tổ chức event, MICE,... nhưng thiếu sự kết nối mang tính đột phá của địa phương để tạo nên các sản phẩm hấp dẫn khác thu hút khách trong mùa đông thì các resort đó cũng khó.

Khi nào đồng bộ được cả hai bên, hỗ trợ nhau tạo ra chuỗi giá trị du lịch thì du khách mới nhận thức được là các địa phương Bắc Trung Bộ hấp dẫn họ đến với biển cả trong mùa đông.

Khi đó, nhận thức chung của du khách sẽ là: *“Không phải cứ đi du lịch biển là phải tắm biển, chỉ có nghỉ dưỡng tắm biển, mà còn rất nhiều giá trị khác đem lại. Muốn vậy thì phải tạo hệ thống chuỗi giá trị du lịch quanh năm, phải đa dạng hóa sản phẩm du lịch không gian biển và bờ bãi biển, vùng văn hóa ven biển và gần khu vực biển”*.

c. Từng bước kéo dài từ 3 tháng đến 5,6 tháng và đến quanh năm

Tinh thần là để “biển mùa đông không lạnh” thì phải hội tụ nhiều yếu tố nên các địa phương cũng phải làm từng bước. Bắt đầu là tìm cách kéo dài thời gian du lịch biển từ 3 tháng hè đến 5,6 tháng trước và sau mùa du lịch hè. Sau đó, làm thật tốt khâu tạo chuỗi giá trị, đa dạng sản phẩm để có thể tiến tới kinh doanh du lịch biển quanh năm.

Tại vùng du lịch Bắc Trung Bộ, trừ tỉnh Thừa Thiên Huế có lợi thế di sản văn hóa thế giới có lượng khách du lịch quanh năm, còn lại đều rất khó khăn khi mùa đông đến. Huế có sân bay quốc tế Phú Bài, gần Đà Nẵng, Hội An nên lượng khách nước ngoài và trong nước luôn ổn định quanh năm, kể cả mùa đông. Thậm chí các tháng 11,12,1,2 lượng khách quốc tế còn đông nhất trong năm. Du khách đến Huế du lịch vào mùa đông vẫn ở các khu nghỉ dưỡng ven biển nhưng mục đích không phải để tắm biển mà chủ yếu là để đi khám phá di sản văn hóa cùng các sản phẩm du lịch khác tại không gian ven biển và không gian thành phố Huế. Và chỉ có Huế là không gặp nhiều khó khăn trong mùa đông đối với du lịch biển vì họ có các giá trị du lịch văn hóa nổi trội hơn du lịch biển.

Các tỉnh còn lại cũng có nhiều sản phẩm du lịch khai thác quanh năm nhưng ít có lợi thế như Huế. Năm 2023, Thanh Hóa đã truyền thông slogan du lịch tỉnh mình là “Thanh Hóa – Hương sắc bốn mùa”. Thông điệp trên cũng chính là điều mà Thanh Hóa muốn du khách trong nước biết rằng, đến với xứ Thanh không chỉ có du lịch biển Sầm Sơn vào mùa hè mà còn có nhiều sản phẩm du lịch khác hấp dẫn, trải đều 4 mùa. Bên cạnh đó, Thanh Hóa đã quyết tâm hình thành nhiều sản phẩm du lịch mới, đặc biệt là du lịch nghỉ dưỡng ven biển, golf, du lịch thể thao kết hợp giải trí để kéo dài thời gian du lịch hè lên **5 tháng/ 1 năm**. Đây là nỗ lực rất tích cực của ngành du lịch địa phương này. Và tất nhiên, những khu nghỉ dưỡng cao cấp như FLC Sầm Sơn hay khu giải trí Sun World Sầm Sơn vô cùng ủng hộ chủ trương và những việc làm thiết thực của ngành

du lịch Thanh Hóa. Họ sẽ đồng hành để thay đổi tư duy và giúp kéo dài thời gian du lịch biển.

Các tỉnh còn lại cũng nên tư duy như vậy để kéo dài được thời gian du lịch biển. Trong từng công đoạn đó các tỉnh có chiến lược của riêng mình, liên kết vùng, tiểu vùng và đầu tư CSHT, CSVCKTDL, xây dựng sản phẩm du lịch.

d. Tạo lập Chuỗi giá trị du lịch và sản phẩm du lịch mùa đông vùng du lịch Bắc Trung bộ

d1, Liên kết vùng, tiểu vùng:

Bắc Trung Bộ là vùng có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch với các bãi biển đẹp như: Sầm Sơn (Thanh Hóa), Cửa Lò (Nghệ An), Nhật Lệ (Quảng Bình), Cửa Tùng (Quảng Trị), Thuận An, Lăng Cô (Thừa Thiên – Huế)...; nhiều cảnh quan thiên nhiên đặc sắc như: sông Hương, phá Tam Giang, cầu Hai (Thừa Thiên – Huế), núi Thiên Cầm, hồ Kẻ Gỗ (Hà Tĩnh)...; các khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia: Bến En (Thanh Hóa), Pù Huông, Pù Mát (Nghệ An), Vũ Quang, Kẻ Gỗ (Hà Tĩnh), Phong Nha – Kẻ Bàng (Quảng Bình), Bạch Mã (Thừa Thiên – Huế)...; những di tích lịch sử, văn hóa, di tích cách mạng, kiến trúc có giá trị: Quê Bác, Ngã ba Đồng Lộc, Kinh thành Huế, đường mòn Hồ Chí Minh hay địa đạo Vịnh Mốc, nghĩa trang Trường Sơn, căn cứ Cồn Tiên, Thành cổ Quảng Trị... Nơi đây còn là quê hương của nhiều lễ hội độc đáo như: lễ hội Lam Kinh (Thanh Hóa), lễ hội đèn Cuông (Nghệ An), lễ hội điện Hòn Chén (Thừa Thiên – Huế); các lễ hội độc đáo của ngư dân ven biển, đặc biệt Festival Huế được tổ chức định kỳ 2 năm một lần đã trở thành một sự kiện văn hóa mang tầm quốc tế được nhiều du khách trong và ngoài nước quan tâm.

Khu vực này còn là nơi tập trung 3 di sản thế giới được UNESCO công nhận là Thành nhà Hồ, Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng, Quần thể di tích cố đô Huế và nhiều di sản văn hóa phi vật thể thế giới như Nhã nhạc cung đình Huế, dân ca Ví Giặm, Ca trù,... cùng nhiều di sản tư liệu trong chương trình ký ức thế giới. Đây cũng là quê hương của nhiều danh nhân nổi tiếng Việt Nam như: Hồ Chí Minh, Nguyễn Du, Phan Bội Châu, Trần Phú, Võ Nguyên Giáp, Lê Duẩn...; các vua nhà Lê, nhà Hồ, nhà Nguyễn, chúa Nguyễn, chúa Trịnh...

Bên cạnh đó, Bắc Trung Bộ là nơi cư trú của 25 dân tộc khác nhau với kho tàng văn hóa dân gian phong phú, đa dạng, trong đó nổi bật là các điệu hò sông nước đặc trưng như: hò sông Mã (Thanh Hoá), hò ví dặm (Nghệ Tĩnh), hò khoan (Quảng Bình), hò mái nhì (Quảng Trị) và hò Huế.

Đây là vùng du lịch mà bản sắc văn hóa ven biển hết sức đặc sắc. Văn hóa ẩm thực không gian biển, văn hóa làng nghề truyền thống, văn hóa lễ hội mang bản sắc riêng.

Các hoạt động liên kết vùng hay tiểu vùng, tạo chuỗi giá trị du lịch của vùng này đã được triển khai mạnh mẽ thời gian qua. Tour du lịch “*hành trình di sản miền Trung*” chính là một trong những sản phẩm du lịch mà du khách trong và ngoài nước rất thích. Chương trình đã tạo ra chuỗi giá trị du lịch mà không đâu có được. Tuy vậy, cần phải

liên kết tạo chuỗi giá trị du lịch biển để biển mùa đông không lạnh hoặc để du lịch biển được kéo dài thời gian du lịch hè hơn.

d2, Xây dựng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch biển và không gian ven biển

Muốn kéo dài thời gian du lịch biển để khắc phục tính mùa vụ thì các địa phương Bắc Trung Bộ cần tập trung giải quyết những vấn đề sau: Xây dựng các sản phẩm du lịch bổ sung, hấp dẫn để du khách đến du lịch tại vùng biển vào mùa đông. Liên kết sản phẩm du lịch nội vùng, ngoại vùng điểm du lịch. Truyền thông quảng bá du lịch biển vào cả mùa đông để du khách quen dần với việc mùa đông đến vùng này vẫn đi du lịch biển được.

- Đẩy mạnh du lịch văn hóa ẩm thực biển và không gian vùng biển;
- Đẩy mạnh một số sản phẩm du lịch mới như du lịch đám cưới, du lịch MICE và du lịch giải trí sự kiện.
- Phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp nông thôn ven biển, du lịch làng nghề trong không gian biển.
- Phát triển du lịch văn hóa lễ hội, dân ca dân vũ, trò chơi dân gian.
- Phát triển du lịch văn hóa tâm linh, du lịch gắn với các di tích lịch sử cách mạng.

Trong số các tỉnh trên, Quảng Bình với dải đất hẹp miền Trung, vào mùa đông hoàn toàn có thể đẩy mạnh các sản phẩm trên kết hợp liên kết vùng, tiểu vùng, rồi lấy du lịch khám phá hang động là trụ cột để thu hút khách trong và ngoài nước. Du khách vẫn nghỉ dưỡng tại các khu nghỉ dưỡng ven biển, nhưng kết hợp du lịch hang động thuận lợi vì khoảng cách địa lý rất gần. Quảng Trị thì nên kết nối cùng Huế để phát triển một số sản phẩm du lịch biển gắn với điểm mạnh quanh năm vùng đất này có thể khai thác là du lịch tâm linh, du lịch về nguồn gắn với các di tích lịch sử cách mạng.

Tài liệu tham khảo

1. *Giáo trình Tổng quan du lịch*, ThS. Ngô Thị Diệu An, 2014, NXB Đà Nẵng
2. *Sách Du lịch cộng đồng*, Bùi Thị Hải Yến (chủ biên); NXB Giáo dục, 2020.
3. *Giáo trình Nhập môn du lịch*, PGS.TS Trần Đức Thanh, PGSTS Phạm Hồng Long, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội, 2022.
4. Nguyễn Đức Thắng, *Phát huy giá trị di sản văn hóa qua việc xây dựng Chuỗi giá trị du lịch tại Việt Nam*, Tạp chí Văn hóa học, 2023.

PHÂN TÍCH TIỀM NĂNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH MỚI NHẪM GIẢM THIỂU TÍNH MÙA VỤ TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH BIỂN TẠI NGHỆ AN

Sở Du lịch Nghệ An

1. Tiềm năng du lịch biển Nghệ An

1.1. Điều kiện chung

Biển Nghệ An được giới hạn từ vĩ độ 18⁰46'-19⁰17' vĩ độ Bắc và từ 105⁰36'-108⁰49' kinh độ Đông. Bờ biển dài 82 km, chạy suốt từ Quỳnh Lập (Quỳnh Lưu) vào đến Cửa Hội (TX. Cửa Lò), có 6 cửa lạch (Lạch Cờn, Lạch Quèn, Lạch Thơi, Lạch Vạn, Cửa Lò, Cửa Hội). Nghệ An có hai hòn đảo là đảo Ngư và đảo Mát.

Vùng ven biển Nghệ An bao gồm 05 huyện, thành, thị: thành phố Vinh, thị xã Cửa Lò và các huyện: Nghi Lộc, Diễn Châu, Quỳnh Lưu với diện tích 1.386,73km², chiếm 8,4% diện tích tự nhiên toàn tỉnh, là địa bàn nằm trên tuyến đường sắt, đường bộ xuyên Việt: quốc lộ 1A; có sân bay Vinh, cảng biển (Cửa Lò, Cửa Hội...) thuận lợi cho hợp tác và giao lưu kinh tế thương mại, du lịch trong nước và quốc tế. Đặc biệt, từ vùng biển Nghệ An có thể mở các tuyến đường thủy đi đến các trung tâm du lịch lớn trong nước và quốc tế (đi Đồ Sơn, Hạ Long hoặc vào Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Hội An...; đi đảo Hải Nam Trung Quốc, Phu Quạt- Thái Lan...).

Vùng biển và ven biển Nghệ An có địa hình trung bình thấp. Từ Quỳnh Lưu đến Bắc Cửa Lò có địa hình khá phức tạp, với các dãy núi đá trầm tích chạy sát bờ biển, có đường bờ khúc khuỷu, lồi lõm, dạng vòng cung với nhiều đồi núi, bán đảo nhỏ nhô ra như: Hòn Cầu (Diễn Hải-Diễn Châu), Mũi Rồng (Nghi Thiết-Nghi Lộc), đảo Lan Châu (Cửa Lò)... Vùng Nam Cửa Lò đến Cửa Hội có địa hình bờ đơn giản và bằng phẳng hơn.

Vùng ven biển Nghệ An cùng chịu sự tác động trực tiếp của gió mùa Tây-Nam khô và nóng (từ tháng 3 đến tháng 7) và gió mùa Đông Bắc lạnh, ẩm ướt (từ tháng 11 đến tháng 3 năm sau), có biên độ dao động nhiệt lớn (cao nhất là 38⁰c và thấp nhất là 7⁰c), nhiệt độ trung bình hàng năm khoảng 24,0⁰c đến 25,5⁰c;

Với vị trí là vùng trọng điểm kinh tế của tỉnh với các khu kinh tế Đông Nam, khu công nghiệp Hoàng Mai, Nam Cẩm, Bắc Vinh, Cửa Lò và các khu công nghiệp nhỏ khác nên kinh tế các vùng ven biển tiếp tục phát triển trên nhiều lĩnh vực. Năng lực sản xuất được nâng lên thúc đẩy tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Nhiều ngành kinh tế chủ chốt phát triển với tốc độ cao như nông nghiệp, công nghiệp, xây dựng cơ bản, du lịch... đã góp phần giảm bớt số hộ thiếu đói, số hộ nghèo trong xã hội.

Vùng ven biển Nghệ An có mạng lưới giao thông phát triển đa dạng về đường bộ, đường sắt, đường sông, sân bay, cảng biển và đang tiếp tục được đầu tư nâng cấp, tạo điều kiện đi lại cho nhân dân và khách du lịch.

Hầu hết các địa phương vùng ven biển đã có nguồn điện lưới quốc gia. Một số xã, phường có hệ thống nước sạch cung cấp cho sinh hoạt và phục vụ khách du lịch; Hệ thống bưu điện, bưu cục phát triển, chất lượng dịch vụ ngày càng được nâng cao, đảm bảo cung cấp các dịch vụ bưu chính, viễn thông cho nhân dân và khách du lịch.

1.2. Tài nguyên vùng biển Nghệ An

a) Tài nguyên du lịch tự nhiên

Đọc theo bờ biển Nghệ An có nhiều khu rừng tái sinh, rừng ngập mặn, rừng phi lao xanh tốt, cảnh quan thiên nhiên đẹp, không khí trong lành tạo thuận lợi để xây dựng các khu du lịch nghỉ dưỡng (Resort), khu du lịch sinh thái, công viên... Các bãi biển thoải thoải, cát mịn, nước trong, sóng biển hiền hòa. Đặc biệt cách Cửa Lò 04 km là Đảo Ngư, có cảnh quan thiên nhiên đẹp, rừng cây xanh tốt, không khí trong lành.

Bên cạnh đó, vùng ven biển Nghệ An còn có nhiều danh thắng đẹp, hấp dẫn như: Lâm viên núi Quyết, rừng Bần Hưng Hòa, Hồ Xuân Dương, Hồ Khe Gỗ, Lèn Hai Vai, Hồ Vực Máu...

b) Tài nguyên du lịch nhân văn

Tài nguyên di sản văn hóa vật thể:

Vùng ven biển Nghệ An có trên 324 di tích lịch sử văn hóa, chiếm 31% tổng số di tích danh thắng toàn tỉnh, trong đó có 50 di tích đã được xếp hạng cấp quốc gia và cấp tỉnh. Nhiều di tích đã trở thành điểm du lịch hấp dẫn như: đền Hồng Sơn, Chùa Càn Linh, núi Quyết, Phụng Hoàng - Trung Đô, đền thờ vua Quang Trung, di tích thành Cổ Vinh, đền Ông Hoàng Mười (TP.Vinh), chùa Ngư, đền Vạn Lộc (Cửa Lò), đền thờ Cương Quốc công Nguyễn Xý (Nghị Lộc), Đền Cuông (Diễn Châu), Đền Cờn, đình làng Quỳnh Đôi, di chỉ khảo cổ học Quỳnh Văn (Quỳnh Lưu)...

Tài nguyên di sản văn hóa phi vật thể:

Cùng với các di tích lịch sử văn hóa, vùng ven biển Nghệ An có nhiều lễ hội dân gian, truyền thống. Các lễ hội còn lưu giữ được những nét văn hóa riêng từng vùng miền, tái hiện lại những phong tục, tập quán gắn với cuộc sống của người dân vùng biển, có sức hấp dẫn, thu hút khách du lịch như: lễ hội đền Hồng Sơn, lễ hội chùa Càn Linh, lễ hội đền thờ Ông Hoàng Mười, Lễ hội đền Vạn Lộc, Lễ hội đền thờ Cương Quốc công Nguyễn Xý, lễ hội đền Cuông; lễ hội đền Cờn... lễ cầu ngư của cư dân vùng biển và một số lễ hội mới như : lễ hội văn hóa-du lịch Cửa Lò, lễ hội đền thờ vua Quang Trung. Cùng với các lễ hội tại các địa bàn ven biển còn lưu giữ những làn điệu dân ca hò vè, hát ví dặm, ca trù...

Đặc biệt, vùng ven biển Nghệ An có nhiều đặc sản và món ăn ngon, hấp dẫn khách du lịch như: tôm, cua, ghẹ, mực nháy, cà pháo Nghi Lộc, cháo Lươn Vinh, cam Xã Đoài, nước mắm Vạn Phần... nhiều làng nghề truyền thống, như: nghề mây tre đan ở xã Nghi Phong (Nghị Lộc), nghề đóng thuyền Trung Kiên (Nghị Thiết-Nghị Lộc), nghề làm muối ở các huyện Quỳnh Lưu, Diễn Châu...

Tài nguyên du lịch biển Nghệ An phong phú, đa dạng với nhiều danh lam thắng cảnh đẹp, nhiều di tích lịch sử văn hóa, di tích cách mạng, công trình kiến trúc, lễ hội, phong tục tập quán, làng nghề... Tại đây có thể xây dựng các khu, điểm du lịch biển lớn, hiện đại tầm cỡ quốc gia, quốc tế với các sản phẩm du lịch hấp dẫn có sức cạnh tranh như: du lịch tắm biển, nghỉ dưỡng; du lịch sinh thái; du lịch văn hóa tín ngưỡng; du lịch tham quan, nghiên cứu; Du lịch hội nghị, hội thảo (Mice); du lịch thể thao...

Tuy vậy, mặc dù tài nguyên du lịch nhiều nhưng khả năng khai thác còn hạn chế; Hệ thống đường giao thông đến các điểm du lịch chưa đồng bộ, ảnh hưởng đến việc tổ chức các chương trình du lịch. Một số di tích lịch sử, văn hóa đang bị xuống cấp, nhưng chưa được trùng tu tôn tạo.

II. Thực trạng phát triển du lịch biển Nghệ An

2.1. Kết quả đã đạt được

a) Khách du lịch và thị trường khách:

Cùng với sự phát triển của du lịch toàn tỉnh, lượng khách đến các điểm du lịch vùng ven biển tăng nhanh với tốc độ tăng trưởng nhanh chóng, chiếm 50% lượng khách du lịch đến tỉnh Nghệ An.

Nguồn khách du lịch nội địa chủ yếu đến từ Hà Nội và các tỉnh phía Bắc (chiếm 50%-55%). Số còn lại là khách nội tỉnh, khách từ thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía nam.

Nguồn khách du lịch quốc tế chủ yếu đến từ thị trường các nước Lào, Thái Lan, Trung Quốc và một số nước thuộc khối ASEAN (chiếm 67%-75%). Số còn lại là khách đến từ thị trường Hàn Quốc, Nhật Bản, các nước châu Âu, châu Mỹ...

b) Doanh thu du lịch:

Doanh thu du lịch biển luôn chiếm tỷ trọng lớn trong doanh thu du lịch toàn tỉnh tương ứng với số lượng khách đến Nghệ An

2.2. Các loại hình và sản phẩm du lịch đang khai thác:

- Du lịch tắm biển, nghỉ dưỡng.
- Du lịch tắm biển, nghỉ dưỡng kết hợp với thưởng thức văn hóa ẩm thực, mua sắm.
- Du lịch tham quan các di tích văn hóa, lịch sử, danh lam thắng cảnh.
- Du lịch tham quan làng nghề.
- Du lịch văn hóa-lễ hội.
- Du lịch MICE
- Du lịch tắm biển kết hợp các hoạt động thể thao trên biển

III. Tính mùa vụ trong hoạt động du lịch

3.1. Những nhân tố tác động đến sự hình thành đến tính mùa vụ du lịch

Tính thời vụ trong du lịch luôn tồn tại bởi tác động của một tập hợp gồm nhiều nhân tố, đó là các nhân tố tự nhiên, văn hóa, kinh tế - xã hội, tổ chức, tâm lý, kỹ thuật... Trong nhóm nhân tố mang tính tự nhiên, khí hậu (thời tiết, biến đổi khí hậu) là nhân tố chính ảnh hưởng đến tính thời vụ trong du lịch, cụ thể:

Nguyên nhân tự nhiên

Điều này đề cập đến những thay đổi trong môi trường tự nhiên của chúng ta thúc đẩy sự thay đổi trong du lịch trong suốt cả năm. Những thay đổi này bao gồm khí hậu, mùa và thời tiết trong suốt cả năm. Ví dụ, mùa hè có nhiều ánh sáng mặt trời hơn, nhiệt độ ấm hơn và lượng mưa ít hơn, thuận lợi hơn cho du khách và do đó gây ra sự gia tăng

đột biến về số lượng khách du lịch.

Nguyên nhân thể chế

Nguyên nhân thể chế đề cập đến tính theo mùa trong du lịch chịu ảnh hưởng của một số yếu tố xã hội nhất định khiến lượng khách du lịch tăng hoặc giảm vào một số thời điểm nhất định trong năm. Ví dụ, một nguyên nhân thể chế là kỳ nghỉ học, khi học sinh nghỉ học. Một nguyên nhân thể chế khác là mùa thể thao khi các sự kiện thể thao lớn như giải đấu Golf hoặc World Cup diễn ra. Tất cả các sự kiện này đều thu hút một lượng lớn khách du lịch đến các điểm đến, do đó là nguyên nhân của du lịch theo mùa.

Đối với Nghệ An, tác động đến các loại hình du lịch như:

- *Du lịch biển*: Đây là loại hình du lịch chủ đạo, mang lại nguồn thu lớn của tỉnh Nghệ An (chiếm trên 50% lượng khách du lịch toàn tỉnh). Tuy nhiên, việc khai thác loại hình du lịch này lại phụ thuộc lớn vào điều kiện tự nhiên, đặc biệt là điều kiện khí hậu. Nghệ An nằm ở khu vực Bắc Trung Bộ, có điều kiện khí hậu khắc nghiệt, mùa đông lạnh, các hiện tượng thời tiết đặc biệt như gió mùa Đông Bắc, bão, áp thấp nhiệt đới, lũ lụt,... là những nhân tố gây trở ngại cho hoạt động du lịch biển.

- *Du lịch sinh thái, cộng đồng*: Tài nguyên du lịch sinh thái, cộng đồng phân bố tập trung ở khu vực miền núi Nghệ An nơi có địa hình phức tạp, thường xuyên chịu ảnh hưởng nặng nề của biến đổi khí hậu như lũ ống, lũ quét, mưa lũ, ngập úng xảy ra kéo dài phá vỡ cảnh quan, xâm hại đến hệ sinh thái các khu bảo tồn, khu du lịch sinh thái làm giảm độ hấp dẫn của các điểm đến du lịch, giao thông đi lại khó khăn... hạn chế nhu cầu đi du lịch của khách du lịch.

3.2. Tác động ảnh hưởng của tính thời vụ trong du lịch

Việc làm và sử dụng tài nguyên: Khi có nhiều khách du lịch, một số nơi có thể không có đủ điều kiện để phục vụ khách du lịch như: khách sạn, đồ ăn, nước uống. Điều này có thể làm tăng giá và gây hại cho môi trường. Khi có ít khách du lịch, những sản phẩm này không được sử dụng nhiều và những người làm việc trong lĩnh vực du lịch có thể thiếu việc làm, thậm chí không có việc làm.

Quá nhiều áp lực lên điểm du lịch: Trong thời gian mùa cao điểm, có thể có quá nhiều khách du lịch. Điều này có thể gây khó khăn cho cuộc sống của người dân địa phương và gây hại cho môi trường. Đường sá và các tiện ích có thể quá tắc nghẽn, khách du lịch không thể trải nghiệm trọn vẹn các dịch vụ và tiện ích ở điểm đến, bên cạnh đó cuộc sống thường ngày của người dân cũng chịu ảnh hưởng do cầu quá nhiều và cung hạn chế. Áp lực lên môi trường cũng hết sức lớn do các yếu tố về xả thải, ô nhiễm môi trường không khí, tiếng ồn...

Vấn đề về kinh tế: Những nơi phụ thuộc nhiều vào du lịch có thể gặp vấn đề về kinh tế. Người dân có thể kiếm được rất nhiều tiền trong mùa cao điểm, nhưng kinh tế đó dễ tụt tại cả năm. Điều này có thể rất ảnh hưởng nếu người dân không kiếm đủ tiền trong thời gian bận rộn vào mùa cao điểm. Chính lý do này cũng là nguyên nhân gây lên tình trạng giá cả leo thang ở những khu, điểm du lịch có tính chất mùa vụ cao như du lịch biển.

Khách du lịch không có điều kiện trải nghiệm hết các dịch vụ tiện ích tại nơi đến: Khi một nơi quá đông đúc, khách du lịch có thể không hài lòng do thực tế trải nghiệm với kỳ vọng của khách khi đến điểm đến. Đó có thể là xếp hàng dài và quá nhiều người sử dụng các dịch vụ được cung cấp hạn chế với thời gian lâu, điều này có thể dẫn đến xu hướng khách du lịch có thể không muốn quay lại vào kỳ nghỉ tiếp theo.

Cạnh tranh và giá cả: Trong thời gian cao điểm, các địa điểm du lịch cạnh tranh gay gắt để thu hút du khách và trong thời gian thấp điểm, họ có thể giảm giá đáng kể để thu hút du khách. Tình trạng này có thể khó quản lý về lâu dài và gây ra sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

nó và mang đến cho khách du lịch trải nghiệm thú vị mọi lúc.

3.3. Một số hoạt động thích ứng khắc phục tính mùa vụ trong du lịch ở Nghệ An

- *Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch:* Để khắc phục tính mùa vụ đối với hoạt động du lịch biển, tỉnh Nghệ An đã tích cực tìm cách làm mới nhiều sản phẩm dịch vụ du lịch biển và đưa vào khai thác như: Quảng trường biển, phố đi bộ, các hoạt động biểu diễn nghệ thuật đường phố (tại Quảng trường Bình Minh, thị xã Cửa Lò); tour du lịch Đảo Ngư,... Bên cạnh đó, tổ chức nhiều sự kiện văn hóa, lễ hội, nghệ thuật độc đáo, ấn tượng ở bãi biển Cửa Lò, Biển Quỳnh, ... góp phần làm phong phú thêm sản phẩm du lịch biển. Ngoài ra, tỉnh cũng quan tâm đầu tư khai thác phát huy các lợi thế về các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, du lịch canh nông thân thiện với môi trường tại các huyện đồng bằng và miền núi... nhằm giảm tải sức chứa tại các khu du lịch biển vào mùa cao điểm và tăng cường tính liên kết, hỗ trợ của các điểm đến du lịch sinh thái, cộng đồng nhằm kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch.

- *Đẩy mạnh hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất du lịch theo hướng đồng bộ, thích ứng với các biến đổi khí hậu:* Ưu tiên bố trí vốn ngân sách tỉnh đầu tư, nâng cấp, mở rộng các tuyến đường giao thông quan trọng kết nối các khu, điểm du lịch biển Cửa Lò hệ thống hạ tầng thiết yếu (gồm đường giao thông nội khu, trung tâm đón tiếp, bãi đỗ xe, hệ thống thu gom và xử lý rác thải, nước thải, hệ thống cấp nước sạch, công trình cấp điện, biển báo, biển chỉ dẫn nội bộ, cây xanh, vườn hoa...) tại các khu, điểm du lịch biển.

Nhờ những hoạt động tích cực trên, tính mùa vụ trong du lịch Nghệ An có phần giảm xuống, việc phân biệt mùa du lịch cao điểm và mùa du lịch thấp điểm đã không còn rõ nét, do nhu cầu du lịch của khách đã có sự thay đổi. Lượng khách và doanh thu vào mùa du lịch thấp điểm của Nghệ An đã tăng lên đáng kể, khoảng 20-25% so với những năm trước đây, bước đầu đã dần thu hút lượng khách đến tham quan trải nghiệm, khám phá, nghỉ dưỡng...

IV. Một số giải pháp nhằm khắc phục tính mùa vụ trong hoạt động du lịch của tỉnh Nghệ An

4.1. Giải pháp chung

Để khắc phục tính mùa vụ, kéo dài thời gian lưu trú, thu hẹp khoảng cách giữa mùa du lịch cao điểm và thấp điểm cần có những giải pháp thiết thực như:

Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Một là, Đa dạng hoá các sản phẩm du lịch, giảm tải sức ép cho những sản phẩm du lịch được xem là thế mạnh. Mở rộng loại hình du lịch ít phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên và không mang tính mùa vụ như: du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe, du lịch vui chơi giải trí, du lịch sân golf, du lịch MICE (du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện, du lịch khen thưởng)...; phát triển các sản phẩm du lịch trải nghiệm hướng tới đối tượng thích sự riêng tư, muốn tự mình khám phá, học hỏi; củng cố và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch biển đảm bảo lợi thế cạnh tranh, sản phẩm mũi nhọn, đa dạng các dịch vụ du lịch trên biển như: đua thuyền buồm, lướt ván, mô tô nước, dù bay... tổ chức các khu phố mua sắm, phố ẩm thực đêm để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách và nhân dân; chú trọng phát triển du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp... để kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch nói chung, khách du lịch quốc tế nói riêng.

Hai là, Đầu tư, nâng cấp, mở rộng các tuyến đường giao thông quan trọng, nâng cao khả năng kết nối các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh, đặc biệt là các tuyến đường kết nối từ đường chính, đường quốc lộ vào các khu du lịch biển, du lịch sinh thái cộng đồng và di tích lịch sử văn hóa; đầu tư hoàn thiện cơ sở hạ tầng kỹ thuật tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh (đường kết nối; đường nội bộ, trung tâm đón tiếp, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh, hệ thống nước sạch, điện chiếu sáng, biển báo, biển chỉ dẫn, cây xanh, vườn hoa...) nhằm tăng tính kết nối, giảm thiểu thời gian di chuyển giữa các điểm du lịch.

Ba là, đẩy nhanh tiến độ triển khai và đưa vào hoạt động các dự án đầu tư du lịch khu nghỉ dưỡng cao cấp với quy mô lớn, hệ thống dịch vụ đồng bộ, có chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch đặc biệt là khách du lịch quốc tế như: Dự án khu vui chơi giải trí Cửa Hội (do Công ty cổ phần Vinpearl làm chủ đầu tư), Khu Du lịch Bãi Lữ,....

Bốn là, tiếp tục đẩy mạnh công tác quảng bá, xúc tiến đầu tư có trọng điểm, thu hút các doanh nghiệp có kinh nghiệm và tiềm lực đầu tư các dự án đầu tư kinh doanh du lịch, trọng tâm là các dự án phát triển 03 loại hình du lịch chính là du lịch biển, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng nhằm hình thành các trung tâm nghỉ dưỡng biển kết hợp với vui chơi giải trí cao cấp, hiện đại; hình thành các khu nghỉ dưỡng (resort) kết hợp hội nghị, hội thảo, bổ sung các dịch vụ hỗ trợ phù hợp với tính chất nghỉ dưỡng sinh thái như dịch vụ chăm sóc sức khỏe, phục hồi chức năng, dịch vụ làm đẹp...

Năm là, Tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến sản phẩm du lịch lợi thế của tỉnh, đẩy nhanh công tác chuyển đổi số vào hoạt động du lịch trên các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Zalo, Tiktok, Instagram ... Lựa chọn, tham gia có chọn lọc vào các hoạt động, sự kiện du lịch trong và ngoài nước để tăng cường hơn nữa việc quảng bá du lịch Nghệ An tới du khách trong và ngoài nước.

Đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch

Đa dạng hóa các ưu đãi hấp dẫn quanh năm hoặc được thiết kế các chương trình đặc biệt cho mùa thấp điểm trong đó gia tăng các giá trị văn hóa truyền thống, văn hóa ẩm thực của cộng đồng bản địa.

Tạo ưu đãi theo mùa như đưa ra mức giá chiết khấu, sự kiện độc quyền hoặc gói sản phẩm hoặc khuyến mãi đặc biệt cho mùa thấp điểm trên cơ sở hợp tác với các doanh nghiệp địa phương để tạo ra các gói hấp dẫn.

Nhắm mục tiêu vào các thị trường khác nhau và quan tâm đến vào thị trường địa phương hoặc khách du lịch trong khu vực trong mùa thấp điểm.

Sử dụng tiếp thị kỹ thuật số để duy trì khả năng hiển thị và sự quan tâm trong suốt cả năm. Điều này bao gồm các chiến dịch truyền thông xã hội, tiếp thị qua email và quảng cáo trực tuyến trên các nền tảng xã hội.

Thiết lập quan hệ đối tác với các doanh nghiệp địa phương và các công ty lữ hành khác để tạo ra dịch vụ du lịch đa dạng với giá cả phù hợp trong mùa thấp điểm.

4.2. Giải pháp về sản phẩm

Vùng ven biển Nghệ An có nhiều các làng nghề truyền thống thuận lợi cho việc phát triển loại hình du lịch trải nghiệm, tham quan làng nghề, du khảo đồng quê... Vì vậy trong mùa thấp điểm, việc kết hợp khai thác các làng nghề truyền thống, trải nghiệm văn hóa của cộng đồng bản địa sẽ là hướng đi giúp giảm tính mùa vụ ở du lịch biển. Xây dựng các chương trình trải nghiệm cuộc sống của người dân như: tour câu cá; hướng dẫn du khách tự đánh bắt hải sản bằng các dụng cụ thô sơ, tự nướng cá, nướng gà bằng củi; Dịp cuối năm có sản phẩm “ăn Tết truyền thống cùng ngư dân” với các hoạt động như cùng đi chợ Tết, gói và luộc bánh chưng với người dân. Khoảng từ tháng 1 - tháng 3 hàng năm

Phát triển loại hình Du lịch MICE : Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch ở các vùng ven biển của Nghệ An thương đối đầy đủ với các điều kiện tốt để phục vụ các hội nghị, hội thảo lớn. Vì vậy, địa phương cũng như doanh nghiệp tiếp tục quan tâm đến loại hình du lịch này để khai thác tập trung vào những tháng thấp điểm trong năm (Tháng 10 đến tháng 3 của năm sau).

Đầu tư, phát triển các loại hoạt động thể thao trên biển như : Bóng chuyền bãi biển, dù lượn, cano... Nghiên cứu các loại hình du lịch thăm đảo Ngư, đảo Mất đồng thời đầu tư các dịch vụ tiện ích để phục vụ khách du lịch trong những chuyến tham quan trải nghiệm.

Tổ chức các sự kiện lớn có sự tham gia của đông đảo nhân dân và du khách như : Các sự kiện đua xe đạp, chạy vì sức khỏe cộng đồng, các liên hoan, hội chợ ẩm thực ở miền biển...

V. Kiến nghị, đề xuất

Kính đề nghị Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch kiến nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xây dựng chính sách, cơ chế hỗ trợ du lịch các tỉnh Bắc miền Trung vào những tháng cuối năm.

Kính đề nghị Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch hỗ trợ, giúp đỡ tỉnh ghệ An nghiên cứu xây dựng giải pháp khắc phục tính mùa vụ trên địa bàn. Tổ chức các Hội nghị, Hội thảo, Chương trình lớn tại Nghệ An vào những tháng cuối năm.

ĐỀ XUẤT MỘT SỐ SẢN PHẨM DU LỊCH NHẪM KHẮC PHỤC TÍNH MÙA VỤ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI VÙNG BIỂN BẮC TRUNG BỘ

TS. Vũ Văn Tuyên

Giám đốc, Công ty lữ hành Travelogy Việt Nam

TÓM TẮT

Tính mùa vụ là một trong những hạn chế ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch. Để khắc phục điểm yếu này, các doanh nghiệp du lịch phải tạo nên những sản phẩm du lịch khác biệt, đồng thời tăng cường liên kết hoạt động kinh doanh du lịch với các địa phương khác. Những năm gần đây, du lịch được xác định là ngành kinh tế quan trọng của vùng Bắc Trung Bộ, du lịch tạo ra nhiều công ăn việc làm và thu nhập cho người dân. Tuy nhiên, cũng như nhiều địa phương trong vùng duyên hải Bắc Trung Bộ thường hoạt động du lịch chủ yếu dựa vào du lịch biển, do vậy du lịch của vùng còn mang nặng tính mùa vụ, dẫn tới nghịch cảnh: Mùa Hè thiếu phòng, mùa Đông... chờ khách. Trước thực trạng này, bài viết phân tích, đánh giá về hiện trạng sản phẩm du lịch của vùng gây ra tính mùa vụ, đồng thời đề xuất một số sản phẩm du lịch khác có thể làm giảm tính mùa vụ tại vùng và có các phương án chuẩn bị các chương trình khuyến mãi mới nhằm thu hút du khách trong thời gian thấp điểm.

Từ khóa: Tiềm năng; du lịch biển; tính mùa vụ; sản phẩm du lịch giảm thiểu tính mùa vụ.

1. Đặc điểm tài nguyên phát triển sản phẩm du lịch của vùng Bắc Trung Bộ.

Bắc Trung Bộ có bờ biển dài hơn 650km (chiếm khoảng 20% tổng chiều dài bờ biển Việt Nam), với nhiều bãi tắm trải dài cát trắng, biển xanh được ví như “nàng tiên biển” thuận lợi cho phát triển du lịch biển. Cùng với biển thì thiên nhiên ở phía tây, hệ thống hang động và rừng nguyên sinh đã tạo nên thế mạnh du lịch sinh thái, du lịch khám phá trải nghiệm nổi tiếng cho khu vực. Trong đó, Quảng Bình được mệnh danh là “vương quốc hang động”, với hệ thống hơn 300 hang động đã được khám phá mang lại cho du khách sự ngạc nhiên và vô cùng thú vị. Điển hình của loại hình du lịch khám phá- sản phẩm du lịch tiêu biểu của vùng Bắc Trung Bộ là tua du lịch “Khám phá hang động lớn nhất thế giới-hang Sơn Đoòng” ở Quảng Bình.

Ở khu vực Bắc Trung Bộ, bên cạnh nhiều di sản văn hóa thế giới thì đây là địa bàn tập trung nhiều di tích chiến tranh, cách mạng có giá trị đặc biệt tạo nên thế mạnh riêng có trong phát triển du lịch tham quan di sản và du lịch về nguồn. Các di tích lịch sử đã góp phần hình thành nên một bảo tàng sinh động về cuộc đấu tranh cách mạng của dân tộc, có giá trị tinh thần lớn lao để phát triển loại hình du lịch tham quan, du lịch hoài niệm chiến trường xưa. Ngành du lịch sáu tỉnh trong vùng đã chủ động tổ chức đón khách du lịch, ký kết hợp tác với các đoàn Farmtrip trong và ngoài nước.

Theo Cục Du lịch QGVN, các tỉnh Bắc Trung Bộ đã tổ chức được bộ máy phối hợp chung trong xây dựng chiến lược và phát triển sản phẩm du lịch cụm liên kết gồm: Nghệ An, Thanh Hóa, Hà Tĩnh; Quảng Bình, Quảng Trị và Thừa Thiên Huế. Trên cơ sở liên kết, bước đầu đã hình thành chuỗi sản phẩm du lịch có tính liên vùng dựa trên kết hợp giữa sản phẩm du lịch các địa phương trong vùng. Điển hình chuỗi sản phẩm du lịch liên vùng “Con đường di sản miền trung”, “Con đường sinh thái, văn hóa tâm linh bắc miền trung gắn với du lịch có trách nhiệm và bền vững” nhằm khai thác tối đa lợi thế của từng địa phương, tạo sức hút với khách du lịch.

Một số vấn đề đặt ra đối với phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ

Nhìn chung, Du lịch vùng Bắc Trung Bộ trong những năm qua đã có bước phát triển khá, tuy nhiên kết quả đạt được chưa thực sự tương xứng với tiềm năng du lịch. Thu hút đầu tư du lịch ở nhiều tỉnh trong vùng đã được cải thiện, song các hoạt động du lịch của vùng còn ở dạng nhỏ lẻ, thiếu liên kết, chưa có được sự hợp tác chặt chẽ giữa các địa phương trong vùng làm cho sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và thiếu tính cạnh tranh. Du lịch đã tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người dân địa phương trong vùng, tuy nhiên, nguồn nhân lực du lịch của hầu hết các tỉnh trong vùng nhìn chung còn hạn chế về chất lượng và thiếu chuyên nghiệp.

Việc phát triển thương hiệu, xúc tiến quảng bá còn nhiều hạn chế, thiếu chuyên nghiệp. Phát triển du lịch của vùng đang trong tình trạng “mạnh ai, nấy làm, thiếu sự góp sức, chia sẻ của các địa phương trong vùng làm giảm thế mạnh và giá trị sản phẩm du lịch. Các dịch vụ du lịch ít được đổi mới, quá lệ thuộc vào một số thị trường quen thuộc nên dễ gặp rủi ro khi có biến động. Bên cạnh đó, nhiều địa phương chưa có biện pháp khắc phục tính mùa vụ trong hoạt động du lịch nên hiệu quả hoạt động du lịch chưa cao.

Về tiếp cận điểm đến, hệ thống giao thông trong vùng đã được quan tâm đầu tư, hai tuyến đường quan trọng đi qua vùng là: Quốc lộ 1A và đường Hồ Chí Minh đã được đầu tư nâng cấp, giảm thiểu thời gian đi lại cho du khách. Hệ thống đường sắt kết nối với các trung tâm lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Nha Trang, Thành Phố Hồ Chí Minh nên thuận lợi cho khách du lịch đến các điểm du lịch trong vùng. Tuy nhiên, nhìn chung giao thông đường bộ còn thiếu đồng bộ, hệ thống đường sắt còn lạc hậu do thiếu nguồn lực đầu tư nên hạn chế không nhỏ đến lựa chọn của du khách khi có ý định sử dụng phương tiện này.

Giao thông đường biển chưa phát triển do thiếu đầu tư, đặc biệt hệ thống hạ tầng phục vụ phát triển du lịch như cảng biển du lịch...cảng Chân Mây của Thừa Thiên Huế cũng chỉ mới đón một số chuyến tàu du lịch do các tàu biển quốc tế cập cảng, còn hầu hết các cảng biển trong vùng như cảng Vũng Áng, Nghi Sơn, Cửa Việt chưa được khai thác phục vụ phát triển du lịch.

Bắc Trung Bộ có 4 cảng hàng không, trong đó có hai cảng hàng không quốc tế đó là: Cảng hàng không Phú Bài (Thừa Thiên - Huế), cảng hàng không Vinh và 2 cảng

hàng không nội địa là Thọ Xuân (Thanh Hóa) và Đồng Hới (Quảng Bình). Các cảng hàng không trong vùng hầu hết chưa có tuyến bay quốc trực tiếp mà chỉ thông qua cảng hàng không Nội Bài và Tp Hồ Chí Minh, nên cũng hạn chế khả năng tiếp cận của điểm đến. Mặt khác, giờ bay còn chưa thuận lợi, hoặc là quá sớm hoặc quá muộn, nên chưa phù hợp cho việc đi lại của khách du lịch đến vùng.

Sản phẩm du lịch của vùng có tính mùa vụ rất rõ nét, đặc biệt là tại các khu du lịch biển như Sầm Sơn, Cửa Lò, Thiên Cầm, Cửa Tùng, Cửa Việt, Lăng Cô ở Huế... Ngoài ra, đây là vùng thường xuyên chịu tác động lớn từ thiên tai như bão, lũ lụt, lở đất ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động du lịch của vùng.

Các loại hình dịch vụ vui chơi giải trí của vùng Bắc Trung Bộ còn hạn chế và ít được đầu tư. Hiện nay, chỉ các trung tâm du lịch lớn trong vùng như Huế, Vinh, Phong Nha – Kẻ Bàng, Hà Tĩnh và Sầm Sơn có đầu tư cho loại hình du lịch này còn hầu hết các điểm du lịch khác hầu như chưa có, do đó du khách dễ bị nhàm chán, thiếu sự hấp dẫn du khách.

Ô nhiễm môi trường, đặc biệt môi trường nước biển đã và đang trở thành vấn đề nghiêm trọng đối với nhiều địa phương, trong đó có vùng Bắc Trung Bộ. Năm 2016, thảm họa biển miền Trung do ảnh hưởng môi trường nghiêm trọng từ khu công nghiệp Formosa Hà Tĩnh đã tác động rất mạnh tới lượng khách du lịch đến 3 tỉnh gồm Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị. Do đó, vấn đề môi trường cũng đã trở thành những thách thức lớn trong quá trình phát triển du lịch của vùng.

2. Đề xuất một số sản phẩm du lịch mới nhằm giảm thiểu tính mùa vụ trong hoạt động du lịch biển vùng Bắc Trung Bộ.

Trên cơ sở hiện trạng và một số vấn đề đặt ra đối với phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ nêu trên thì việc phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ thời gian tới nên tập trung thực phát triển một số sản phẩm mới dưới đây nhằm hạn chế tính mùa vụ trong vùng. Cụ thể:

2.1. Định hướng khách hàng mục tiêu theo mùa

Tính mùa vụ ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách và cả chất lượng phục vụ khách hàng, khó khăn trong thu hút khách mùa thấp điểm và đảm bảo chất lượng dịch vụ trong mùa cao điểm. Do đó xác định đúng đối tượng khách hàng mục tiêu trong từng mùa vụ du lịch là điều kiện tiên đề để vùng du lịch Bắc Trung Bộ có thể chủ động được các nguồn lực và chiến lược hành động phù hợp đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng, đem lại sự hài lòng cho khách hàng, điều kiện để phát triển du lịch bền vững cho vùng.

Qua đánh giá thực trạng khách du lịch đến với du lịch biển Vùng Bắc Trung Bộ nói riêng và du lịch vùng Bắc Trung Bộ nói chung, tính mùa vụ du lịch thể hiện rõ trong năm những năm qua thuộc vào 4 thời điểm. Cụ thể như sau:

Bảng 1: Tình trạng khách du lịch đến du lịch biển vùng Bắc Trung Bộ theo tháng trong năm.

Tháng	Tình trạng khách du lịch	Nguyên nhân
12, 1, 2,	Mùa thấp điểm, chủ yếu là khách du lịch Châu Âu đi du lịch nghỉ dưỡng và chôn rết.	Đang mùa đông, tết Nguyên Đán nên có ít khách du lịch trong nước và châu Á.
3, 4, 5	Mùa cao điểm, khách du lịch chủ yếu là châu Âu, ngoài ra châu Mỹ, châu Á cũng có một số lượng đáng kể.	Mùa du lịch lễ hội ở dần đều các tỉnh trong vùng, đặc biệt là lễ hội áo dài Huế.
6, 7, 8	Mùa cao điểm, đủ tất cả thể loại khách.	Đây là mùa du lịch biển, lợi thế của vùng là có bờ biển kéo dài và đẹp.
9, 10, 11	Mùa thấp điểm, ít khách	Đây là mùa mưa bão nên có rất ít khách du lịch

Nguồn: Tác giả phân tích qua số liệu khách đến Doanh nghiệp lữ hành Travelogy

Để khắc phục được vấn đề mùa vụ ảnh hưởng lên kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần định hướng rõ đối tượng khách hàng mục tiêu theo từng mùa vụ du lịch, căn cứ theo nhu cầu, sở thích và khả năng khác nhau của từng nhóm khách hàng này khách hàng mục tiêu cần định hướng theo mùa du lịch cụ thể như sau:

Bảng 2: Kế hoạch hành động marketing thị trường khách tiềm năng trong mùa thấp điểm

Tháng	Khách hàng mục tiêu	Hoàng động Marketing
12, 1, 2,	- Khách du lịch nghỉ dưỡng Châu Âu như Pháp, Canada, Nga,... - Khách du lịch hội nghị, hội thảo	- Đây là mùa du lịch thấp điểm, nên các hành động marketing cần hướng đến đó là tập trung vào quảng cáo và khuyến mãi, tung ra các gói sản phẩm trọn gói có kèm cách dịch vụ khuyến mãi hấp dẫn. - Đảm bảo chất lượng dịch vụ, nâng cao sự hài lòng của khách hàng.
3, 4, 5	- Khách du lịch yêu thích lễ hội châu Âu, Á - Khách du lịch hội nghị hội thảo	- Đây là mùa du lịch cao điểm nên hành động marketing cần tập trung vào công tác đảm bảo chất lượng phục vụ, nâng cao sự hài lòng cho khách hàng. - Tạo ra các tours tham quan lễ hội tổ chức đưa đón chu đáo cho khách.
6, 7, 8	- Khách du lịch yêu thích tắm biển và leo núi - Khách du lịch hội nghị hội thảo	- Hành động marketing tập trung vào quảng cáo, khuyến mãi, đảm bảo chất lượng phục vụ mùa cao điểm.
9, 10, 11	- Khách du lịch nhàn rỗi, như người già, về hưu, có thu nhập khiêm tốn. - Khách du lịch đi làm ăn kinh doanh (đi quanh năm). Hành động marketing tập trung vào hoạt động quảng cáo, tung ra các gói sản phẩm khuyến mãi với mức giá hấp dẫn nhất đồng thời phải đảm bảo chất lượng dịch vụ để mang lại sự hài lòng cho khách hàng. - Khách du lịch hội nghị hội thảo	- Hành động marketing tập trung vào hoạt động quảng cáo, tung ra các gói sản phẩm khuyến mãi với mức giá hấp dẫn nhất đồng thời phải đảm bảo chất lượng dịch vụ để mang lại sự hài lòng cho khách hàng.

Nguồn: Tác giả nghiên cứu

Như vậy việc định hướng khách hàng mục tiêu theo từng mùa vụ cụ thể sẽ giúp các nhà quản lý chủ động hơn trong công tác chuẩn bị các hành động marketing phù hợp, đáp ứng trên cả sự mong đợi của khách hàng và nâng cao tính cạnh tranh trên thị trường du lịch từng mùa vụ cụ thể sẽ giúp các nhà quản lý chủ động hơn trong công tác chuẩn bị các hành động marketing phù hợp, đáp ứng trên cả sự mong đợi của khách hàng và nâng cao tính cạnh tranh trên thị trường du lịch.

1.2. Phát triển đa dạng loại hình du lịch nhằm giảm thiểu tính mùa vụ du lịch trong vùng



Sơ đồ: Sản phẩm du lịch chủ đạo của vùng

Nguồn: Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045

Trong Quy hoạch “Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 509/QĐ-TTg ngày 13/6/2024 cũng đã định hướng những sản phẩm chủ đạo của vùng Bắc Trung Bộ và DHNTB như sau:

Nhìn vào sơ đồ đề xuất sản phẩm du lịch chủ đạo của vùng ta thấy được sản phẩm du lịch biển đảo của vùng BTB cũng chỉ là một tổng 6 sản phẩm chủ đạo của vùng, ngoài ra trong vùng còn có 5 sản phẩm khác, và các loại sản phẩm du lịch này có thể khác thác được chủ yếu quanh năm. Cụ thể:

Du lịch MICE - Du lịch MICE là loại hình du lịch tập trung vào việc lập kế hoạch và chương trình du lịch liên quan tới các cuộc gặp (M)eeting (gặp mặt, cuộc họp); (I)ncentive (khen thưởng); (C)onference (hội nghị, hội thảo); (E)vent (sự kiện, triển lãm). Du lịch MICE là hoạt động du lịch kết hợp với hội thảo, hội nghị, khen thưởng, sự kiện... và hoạt động du lịch MICE cũng thường được các công ty tổ chức dành cho nhân viên, đối tác, khách hàng. loại hình du lịch kết hợp sự kiện, hội nghị, hội thảo là một trong những sản phẩm đang được các khách sạn, trung tâm hội nghị lớn trên địa bàn vùng quan tâm. Vùng du lịch BTB với hàng loạt các sản phẩm nổi bật như du lịch sự kiện: Festival Áo dài (Huế), sắp tới có chủ đề: "Di sản Văn hóa với hội nhập và phát

triển", Festival Huế 2024 sẽ được tổ chức với các hoạt động liên tục, kéo dài trong suốt năm; lễ hội Lam Kinh (Thanh Hóa), lễ hội đèn Công (Nghệ An), lễ hội điện Hòn Chén (Thừa Thiên – Huế); đặc biệt Festival Huế được tổ chức định kỳ 2 năm một lần đã trở thành một sự kiện văn hóa mang tầm quốc tế được nhiều du khách trong và ngoài nước quan tâm...; du lịch công vụ gắn với các cuộc họp, hội nghị, hội thảo, tổng kết, khen thưởng của các bộ ngành, cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tổ chức tại các tỉnh trong vùng với nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng đẳng cấp, có khả năng đáp ứng nhu cầu ăn nghỉ, hội họp của hàng nghìn khách du lịch công vụ....

Caravan là loại hình du lịch bằng xe ô tô riêng theo đường bộ: Với phương tiện cá nhân, đoàn xe có thể di chuyển khắp nơi trong nước hoặc sang nước bạn, khám phá nhiều quốc gia trên thế giới. Hiện nay, caravan đang trở thành xu hướng du lịch mới, phù hợp với nhóm bạn có cùng sở thích khám phá những vùng đất mới lạ. Vùng xây dựng những tour caravan “Khám phá cung đường miền Tây Nghệ An” nhằm đưa khách du lịch về Nghệ An vào các mùa trong năm; Tour Caravan hành tình kết nối duyên hải miền Trung. Vào mùa Đông du khách có thể tổ chức các tour caravan chinh phục đỉnh PuXaiLaiLeng để săn mây từ sáng đến tối với những khung cảnh tuyệt đẹp; chiêm ngưỡng cảnh đẹp các vườn đào, vườn mận ở vùng cao trong vùng...

Xây dựng và khai thác sản phẩm “Con đường di sản miền Trung”: Phối hợp với Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam tổ chức chương trình du lịch về nguồn, xây dựng và khai thác chương trình du lịch 1 ngày ăn cơm 3 nước (Việt Nam, Lào, Thái Lan). Chương trình giới thiệu du lịch 3 tỉnh tại Lào, Thái Lan với slogan “Ba địa phương, một điểm đến, nhiều trải nghiệm” cùng nhiều video clip, ấn phẩm, vật phẩm quảng bá du lịch chung...

Du lịch khai thác các tour, tuyến đi các khu di tích lịch sử-văn hóa, danh lam thắng cảnh và trải nghiệm các giá trị văn hóa di sản phi vật thể bước đầu được các đơn vị lữ hành xây dựng và thực hiện có hiệu quả, thu hút du khách trong và ngoài nước. Nổi bật là Khu di tích Quốc gia đặc biệt Kim Liên (Nghệ An) trong chỉ bảy ngày nghỉ Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 đã đón hơn bốn vạn lượt du khách đến tham quan, chiêm bái quê hương Chủ tịch Hồ Chí Minh. Khu du lịch chùa Hương Tích (Hà Tĩnh) trong ngày khai hội đầu năm (mùng 6 Tết) cũng đã đón hơn 23.000 lượt du khách về lễ Phật, tham quan văn cảnh. Trước đó, trong dịp Tết Nguyên đán, địa danh “Hoan Châu đệ nhất danh lam” này đã đón hơn hai vạn lượt du khách. Nhã nhạc cung đình Huế (Huế), theo báo cáo của Sở Du lịch; trong đó khách quốc tế ước đạt 821.290 lượt, tăng hơn 42,6% so với cùng kỳ năm trước; khách nội địa ước đạt 1.128.961 lượt, tăng 14,2% so với cùng kỳ năm trước.

Phát triển sản phẩm du lịch theo hướng TTX và bền vững: Phát triển sản phẩm du lịch theo hướng TTX và bền vững là xu hướng chiến lược chung của các doanh nghiệp trong nước cũng như nước ngoài. Để đảm bảo phát triển theo hướng TTX và bền vững cần phải có những định hướng chiến lược lâu dài cơ bản sau:

- Tăng cường mối quan hệ hợp tác trong du lịch:

Kinh doanh du lịch là một ngành đặc biệt, sản phẩm du lịch không chỉ do một doanh nghiệp nào đó độc quyền sản xuất ra, mà nó là một chuỗi các hoạt động liên kết hợp tác của các doanh nghiệp trong ngành. Sự hài lòng của khách hàng không chỉ do một doanh nghiệp tạo ra mà là toàn bộ chuỗi các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi dịch vụ đó. Bởi vậy liên kết trong kinh doanh du lịch là một điều tất yếu và cần thiết để đảm bảo thu hút khách, nâng cao sự thỏa mãn cho khách hàng và gây dựng lòng trung thành cho khách hàng. Các doanh nghiệp cần mở rộng mối quan hệ liên kết hợp tác với các bên liên quan cụ thể:

+ Liên kết hợp tác với các công ty lữ hành để giới thiệu quảng bá và bán phòng cho khách. Để tăng khả năng cạnh tranh cần phải duy trì mối quan hệ tốt với các đối tác này, tung ra các gói sản phẩm khuyến mại, các chính sách ưu tiên đặc biệt dành cho các công ty lữ hành truyền thống. Tích cực mở rộng thị trường nước ngoài, tìm các đối tác mới để thu hút khách hàng mới thông qua tham gia hội chợ thương mại du lịch quốc tế, quảng cáo, hoạt động truyền thông và quan hệ công chúng.

+ Liên kết hợp tác với các công ty vận tải, hàng không để quảng bá sản phẩm và thu hút khách, tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển của du khách, đưa ra các mức giá ưu đãi thu hút khách.

+ Liên kết hợp tác với chính quyền sở và ban ngành liên quan: Hoạt động du lịch muốn phát triển theo hướng TTX và bền vững cần phải đi đôi với việc đảm bảo an ninh trật tự, giữ gìn bảo vệ môi trường và phát triển cộng đồng. Do đó doanh nghiệp cần phải thiết lập được mối quan hệ tốt với các sở ban ngành liên quan, tăng cường công tác đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm, đảm bảo an ninh trật tự, công tác từ thiện và thực hiện các chiến lược xanh vì hòa bình và môi trường như tổ chức các hội thảo miễn phí như tình nguyện xanh, ngày hội không hút thuốc,... Điều này vừa là một hình thức quảng cáo gián tiếp, đồng thời làm tăng uy tín của thương hiệu doanh nghiệp đối với các nhà chức trách, các đối tác trong ngành và khách hàng mục tiêu.

- Tăng cường thu hút đầu tư mở rộng phạm vi kinh doanh.

Thu hút đối tác đầu tư, tận dụng công nghệ khoa học vào quản lý, phương pháp quản lý tiên tiến của nước ngoài,... Là điều kiện cần thiết để nâng cao khả năng cạnh tranh thu hút khách và mang lại sự phát triển bền vững lâu dài cho doanh nghiệp.

- Chủ động công tác đào tạo chiêu mộ nhân viên.

Nhân viên là khách hàng bên trong tổ chức có liên hệ trực tiếp và thường xuyên tiếp cận với các sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp. Làm thỏa mãn sự mong đợi của khách hàng nội bộ chính là đang làm thỏa mãn chính mình, là kênh truyền thông vô giá của doanh nghiệp trong việc quảng bá thương hiệu và gia tăng chất lượng dịch vụ cảm nhận cho khách hàng bên ngoài tổ chức.

Do vậy doanh nghiệp lữ hành cần nắm rõ được tầm quan trọng của đội ngũ nhân viên của mình để chủ động phương pháp đào tạo, nâng cao chất lượng chuyên môn, thực hiện các chính sách khích lệ nhân viên để góp phần vào việc xây dựng resort ngày

càng thu hút được nhiều đối tượng khách hàng mới và lôi cuốn được sự quay trở lại của khách hàng cũ.

Ngoài ra, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị phục vụ du lịch, quy hoạch các điểm, xúc tiến quảng bá cho du lịch biển và bảo vệ tài nguyên du lịch biển...nhằm làm giảm cường độ của thời vụ du lịch, kéo dài thời gian mùa du lịch trong năm.

Sự phân hóa khí hậu theo mùa và theo lãnh thổ dọc dải ven biển Việt Nam tạo nên sự khác nhau về đặc điểm và tính chất của thời vụ du lịch biển. Điểm đồng nhất trong thời vụ du lịch biển ở Việt Nam là có một mùa đông khách và một mùa vắng khách.

Tại các khu du lịch biển miền Bắc, tính thời vụ có sự phân hóa rõ nét nhất và được biểu hiện thông qua độ dài mùa du lịch ngắn và cường độ dao động lớn. Tại các khu du lịch biển miền Nam, tính thời vụ du lịch biển hiện không rõ nét, mùa du lịch diễn ra quanh năm, biên độ dao động giữa mùa đông khách và ít khách không lớn.

Tính thời vụ dù sâu sắc hay không sâu sắc thì đều có ảnh hưởng tiêu cực đến du lịch. Nó ảnh hưởng đến tất cả các hợp phần của hệ thống lãnh thổ du lịch như tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, lao động trong du lịch, khách du lịch và mức độ tác động đến môi trường.

2. Kết luận

Tính thời vụ trong du lịch là phổ biến ở tất cả các nước và các vùng hoạt động du lịch. Tính thời vụ dù sâu sắc hay không sâu sắc thì đều có ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động kinh doanh du lịch. Vùng du lịch Bắc Trung Bộ dưới tác động ảnh hưởng của tính thời vụ du lịch thực tế đã gặp nhiều khó khăn trong việc thu hút khách mùa thấp điểm, sử dụng các nguồn lực chưa hết công suất, phát huy năng lực của nhân công, cũng như khó khăn trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ, đáp ứng sự mong đợi của khách hàng, lựa chọn nhóm khách hàng mục tiêu. Nghiên cứu đã đề xuất một số sản phẩm du lịch và nghiên cứu thị trường khách theo mùa của vùng nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực của tính thời vụ du lịch gây ra cho vùng Bắc Trung Bộ, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho doanh nghiệp lữ hành và để thu hút tốt hơn lượng khách đến. Đồng thời, đây sẽ là những cơ sở quan trọng giúp vùng xem xét đưa ra định hướng chiến lược đúng đắn trong tương lai, gia tăng tính cạnh tranh trên thị trường, đảm bảo phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS.TS Nguyễn Văn Đính, PGS.TS Trần Minh Hòa, Giáo trình Kinh tế du lịch, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân, 2008.
2. Phạm Thị Hương, luận văn thạc sĩ “Các giải pháp hạn chế tính mùa vụ của hoạt động du lịch biển Cửa Lò”, 2011.
3. TS. KTS Nguyễn Thu Hạnh, dự án "Phát triển sản phẩm du lịch từ mưa, bão, lụt tại miền Trung Việt Nam", 2012.
4. PGS.TS Lưu Văn Nghiêm, Marketing du lịch, Nhà xuất bản đại học kinh tế quốc dân, 2008.
5. Cục du lịch QGVN, năm 2024. Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045.
6. Báo cáo về hoạt động du lịch của các tỉnh trong vùng du lịch Bắc Trung Bộ qua các năm.

PHÂN TÍCH TIỀM NĂNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC SẢN PHẨM DU LỊCH MỚI NHẪM GIẢM THIỂU TÍNH MÙA VỤ TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH BIỂN TẠI QUẢNG BÌNH

Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình

Tóm tắt: Bài viết nghiên cứu phân tích, đánh giá tiềm năng, lợi thế, thực trạng phát triển du lịch biển của Quảng Bình thời gian qua. Đánh giá chung những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân hạn chế, trong đó chủ yếu là nguyên nhân do tính thời vụ của du lịch, từ đó làm cơ sở đề xuất giải pháp xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch nhằm hạn chế tính thời vụ trong phát triển du lịch biển của tỉnh Quảng Bình.

Từ khóa: Tiềm năng; du lịch biển; tính mùa vụ; giảm thiểu tính mùa vụ

1. Đặt vấn đề

Quảng Bình là một trong những địa phương được đánh giá cao về tiềm năng và giàu tài nguyên phát triển du lịch ở Việt Nam. Trong đó, nổi bật là Di sản thiên nhiên thế giới Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng với diện tích hơn 120.000 ha, được UNESCO hai lần công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới vào năm 2003 và năm 2015 với các tiêu chí về địa chất, địa mạo, đa dạng sinh học và cảnh quan môi trường, đây cũng là Di sản đầu tiên trong khu vực Đông Nam Á đạt 3 trên 4 tiêu chí dành cho một Di sản thiên nhiên thế giới. Không chỉ vậy, Quảng Bình có dải cát ven biển dài hơn 116km với nhiều bãi tắm đẹp, hoang sơ, nước trong cát mịn; nhiều loại hải sản tươi ngon, độc đáo; các khu suối nước nóng mang nhiều nguyên tố vi lượng quý hiếm tốt cho sức khỏe như suối nước nóng Bang, suối nước nóng Phúc Trạch, suối nước nóng Ngư Hóa... Bên cạnh đó, Quảng Bình còn là vùng đất văn vật, nổi bật với nhiều di tích văn hóa lịch sử, những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể lưu giữ.

Trên cơ sở tiềm năng, lợi thế du lịch, tỉnh Quảng Bình đã xây dựng và phát triển các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch mạo hiểm, du lịch biển..., trong đó loại hình du lịch mạo hiểm đã từng bước trở thành thương hiệu nổi bật của ngành du lịch tỉnh. Ngược lại, mặc dù có tiềm năng lớn, nhưng loại hình du lịch biển của Quảng Bình vẫn chưa thực sự phát triển tương xứng, chưa thu hút số lượng lớn du khách trong nước, quốc tế và gặp khó khăn do tác động của tính thời vụ.

Để nghiên cứu tiềm năng, thực trạng và làm cơ sở đề đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm du lịch biển trong thời gian tới góp phần hạn chế tính thời vụ của du lịch Quảng Bình nói chung và du lịch biển nói riêng, nội dung “Phân tích tiềm năng và đề xuất các sản phẩm du lịch mới nhằm giảm thiểu tính mùa vụ trong hoạt động du lịch biển tại Quảng Bình” được lựa chọn nghiên cứu trong bài viết này.

2. Phân tích tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch biển

Quảng Bình là tỉnh ven biển miền Trung, có chiều dài đường bờ biển trên 116 km, có 6/8 huyện, thị xã, thành phố giáp biển với khu vực biển nằm gần trung tâm của 06 huyện, thị xã, thành phố.

Bờ biển trải dài, nhiều cồn cát trắng mịn, cao, rộng mênh mông cùng nhiều bãi biển đẹp, giữ được nét hoang sơ, nước trong, cát mịn như: Vũng Chùa - Đảo Yến, Đá Nhảy, Quang Phú, Nhật Lệ, Bảo Ninh, Hải Ninh, Ngư Thủy..., kết nối thuận lợi với các trung tâm du lịch của tỉnh, Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng... Đây là lợi thế để tỉnh Quảng Bình xây dựng, phát triển các tổ hợp nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí cao cấp cũng như phù hợp phát triển các sản phẩm du lịch trượt cát, đi ô tô địa hình trên đồi cát, phục vụ được số lượng lớn du khách và nhiều đối tượng khách du lịch khác nhau.

Vùng biển Quảng Bình thuộc khu vực Vịnh Bắc Bộ, có 5 cửa sông, thêm lục địa rộng với ngư trường rộng lớn, hải sản tươi ngon, đa dạng; có các đảo Hòn La, Hòn Gió, Hòn Chùa, Hòn Nồm, Hòn Cỏ. Vịnh Hòn La với diện tích mặt nước 4 km², độ sâu trên 15m, là điều kiện thuận lợi phát triển cảng biển du lịch, đón các tàu biển du lịch quốc tế cũng như có cơ hội phát triển các sản phẩm du lịch khám phá, trải nghiệm biển đảo.

Không chỉ có tài nguyên du lịch tự nhiên, vùng ven biển tỉnh Quảng Bình còn có hệ thống di tích lịch sử, danh thắng, điểm đến văn hóa gắn với Đèo Ngang, đèo Lý Hòa, cửa biển Nhật Lệ... và các lễ hội truyền thống mang đậm bản sắc miền biển như lễ hội “Lục niên cảnh độ” (xã Bảo Ninh, thành phố Đồng Hới); Lễ cầu ngư ở làng Lý Hòa (huyện Bố Trạch), ở xã Hải Ninh (huyện Quảng Ninh)..., trong đó có Lễ hội Cầu ngư xã Cảnh Dương là Di sản văn hóa phi vật thể cấp Quốc gia.

Ngoài ra, tỉnh Quảng Bình là cửa ngõ phía Đông thông ra biển của vùng Trung Lào, Đông Bắc Thái Lan và Myanmar qua Quốc lộ 12A kết hợp với Quốc lộ 1A, đường Hồ Chí Minh 2 nhánh Đông, Tây, đường sắt Bắc - Nam chạy dọc theo chiều dài của tỉnh, có cảng hàng không Đồng Hới, cảng nước sâu Hòn La, đường sắt Bắc - Nam... đã tạo cho Quảng Bình có vị trí chiến lược quan trọng trong đảm bảo an ninh quốc phòng của đất nước; có điều kiện trở thành đầu mối trung chuyển quan trọng trong nước, khu vực và thế giới.

3. Thực trạng phát triển du lịch biển

Du lịch Quảng Bình trong những năm qua đã có sự phát triển mạnh mẽ, đặc biệt, sau hơn 2 năm chịu ảnh hưởng nặng nề của dịch Covid-19, ngành du lịch tỉnh đã đạt được những kết quả phục hồi đáng ghi nhận. Năm 2018, số lượt khách du lịch đạt trên 3,5 triệu lượt khách, tổng doanh thu từ khách du lịch đạt gần 4.000 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2010 - 2018 về lượt khách đạt trên 22% và về doanh thu du lịch đạt trên 25%; năm 2019 đạt 5 triệu lượt khách, trong đó có 350.000 lượt khách quốc tế, tổng doanh thu từ khách du lịch đạt gần 5.600 tỷ đồng.

Từ cuối năm 2019, ngành du lịch chịu tác động của dịch Covid-19, khi tình hình dịch cơ bản được kiểm soát, tỉnh Quảng Bình đã triển khai quyết liệt các giải pháp để bứt phá ngành du lịch, khẳng định thương hiệu “Quảng Bình - Điểm đến an toàn, hấp dẫn và khác biệt”. Số lượt khách du lịch năm 2023 đạt hơn 4,5 triệu lượt khách, gấp 2,14 lần so với cùng kỳ năm 2022, trong đó, khách nội địa đạt gần 4,4 triệu lượt khách, gấp 2,11 lần so với cùng kỳ năm trước, khách quốc tế đạt hơn 118 nghìn lượt khách, gấp 3,5 lần so với cùng kỳ năm trước. Tổng thu từ khách du lịch đạt gần 5.100 tỷ đồng, gấp 2,1 lần so với cùng kỳ năm 2022. Trong 9 tháng đầu năm 2024, số lượt khách du

lịch dự ước đạt hơn 4,2 triệu lượt khách, tăng 16,3% so với cùng kỳ năm trước, trong đó, khách nội địa dự ước đạt hơn 4,1 triệu lượt khách, tăng 16% so với cùng kỳ, khách quốc tế dự ước đạt hơn 117.000 lượt khách, tăng 31,5% so với cùng kỳ năm 2023. Tổng thu từ khách du lịch ước đạt hơn 4.800 tỷ đồng, tăng 18,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Bên cạnh sự tăng trưởng của các chỉ tiêu phát triển du lịch, thương hiệu du lịch Quảng Bình tiếp tục được khẳng định thông qua sự hài lòng của du khách và sự đánh giá cao của các tổ chức, tạp chí du lịch trong nước, quốc tế.

Từ thực tiễn cho thấy, du lịch biển là một trong những loại hình du lịch góp phần quan trọng vào sự phát triển du lịch tỉnh Quảng Bình thời gian qua, cụ thể: Thúc đẩy tăng nhanh số lượt khách du lịch đến Quảng Bình, số lượt khách du lịch chọn loại hình du lịch biển chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số lượt khách đến Quảng Bình qua các năm; đa dạng hóa sản phẩm du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách; thúc đẩy công tác quy hoạch, thu hút đầu tư phát triển du lịch, đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch; tạo thêm nhiều việc làm, nâng cao đời sống cho người dân khu vực ven biển. Ngoài ra, du lịch biển của tỉnh đã đạt một số kết quả quan trọng như:

Hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch ven biển đã được đầu tư xây dựng nhằm khai thác tiềm năng du lịch biển trên địa bàn tỉnh và kết nối các trung tâm du lịch của tỉnh. Các dự án đầu tư tổ hợp nghỉ dưỡng, giải trí, các cơ sở lưu trú, các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch ven biển trên địa bàn tỉnh đã được triển khai, đặc biệt là các dự án động lực, có khả năng thu hút số lượng lớn khách du lịch như dự án khu du lịch nghỉ dưỡng ven biển Vũng Chùa - Đảo Yến; sân golf Bảo Ninh - Trường Thịnh; sân golf FLC Quảng Bình; dự án điện gió B&T; các dự án khách sạn nghỉ dưỡng ven biển Wyndham, Fusion, Pullman, Melia; Vinpearl, Dolce Peninsula... Toàn tỉnh hiện có 532 cơ sở lưu trú đang hoạt động với 8.475 phòng, 16.200 giường, trong đó các cơ sở lưu trú chất lượng cao, cơ sở lưu trú từ 3 sao và tương đương trở lên chủ yếu tập trung ở thành phố Đồng Hới và các khu vực du lịch biển phụ cận. Số lượng các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch ở ven biển ngày càng tăng lên. Tính đến năm 2023, trên địa bàn tỉnh có gần 40 sản phẩm, điểm tham quan du lịch đã được phê duyệt đề án hoặc cho phép khai thác thử nghiệm, trong đó có 02 điểm du lịch địa phương được công nhận là bãi tắm biển Bảo Ninh và bãi tắm biển Nhật Lệ.

Nguồn nhân lực du lịch tại các điểm tham quan du lịch biển, các cơ sở lưu trú, kinh doanh dịch vụ du lịch ven biển trên địa bàn ngày càng được nâng cao về chất lượng và tăng lên về số lượng thông qua việc tham gia các khóa tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ hàng năm.

Tuy nhiên, bên cạnh các kết quả đạt được, du lịch biển tỉnh Quảng Bình vẫn tồn tại khó khăn, hạn chế. Các hoạt động du lịch biển của tỉnh chủ yếu tập trung trong thời gian ngắn và tạm dừng từ tháng 8 do ảnh hưởng của khí hậu, tính thời vụ của du lịch. Trong mùa thấp điểm, tại các điểm tham quan du lịch ven biển, các hoạt động du lịch gần như bị ngưng trệ. Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch khu vực ven biển đã được đầu tư nhưng cần tiếp tục hoàn thiện để đáp ứng được nhu cầu phát triển du lịch trong thời gian tới. Một số dự án đầu tư xây dựng các cơ sở lưu trú chất lượng cao ở ven biển còn

chậm tiến độ. Hạ tầng cầu cảng (bến cảng, cầu cảng, bến neo đậu...) còn thiếu nên việc đón tàu du lịch quốc tế, khai thác hoạt động du lịch ngắm cảnh trên du thuyền... chưa được triển khai. Sản phẩm du lịch biển chưa thực sự phong phú, đa dạng, chủ yếu là sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng kết hợp tắm biển. Số lượng cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch khu vực ven biển mặc dù đã tăng lên nhưng số cơ sở đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch còn ít nên việc xây dựng chuỗi dịch vụ cao cấp gặp khó khăn. Các dịch vụ phụ trợ như trung tâm thương mại, khu vui chơi, giải trí, mua sắm, ẩm thực... còn thiếu.

Một trong những nguyên nhân chính trong khó khăn, hạn chế của du lịch biển tỉnh Quảng Bình là tính mùa vụ của hoạt động du lịch biển. Mùa hè là khoảng thời gian cao điểm nhưng ngược lại, mùa đông là mùa thấp điểm của du lịch biển đảo, thời tiết diễn biến bất thường. Tỉnh Quảng Bình là một trong những địa phương chịu ảnh hưởng của mưa bão vào cuối năm. Điều này gây khó khăn cho việc tổ chức, quản lý các hoạt động du lịch, kinh doanh, đầu tư và nâng cấp các cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch.

4. Giải pháp đề xuất

Quy hoạch tỉnh Quảng Bình thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 được phê duyệt tại Quyết định số 377/QĐ-TTg ngày 12/4/2023 của Thủ tướng Chính phủ, trong đó xác định hệ thống các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh với các sản phẩm du lịch đặc trưng, cụ thể như thành phố Đồng Hới và các khu vực du lịch biển phụ cận với loại hình du lịch cao cấp gắn với biển - nghỉ dưỡng... Để tiếp tục khai thác hiệu quả tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch, phù hợp định hướng, quy hoạch, việc triển khai đồng bộ các giải pháp từ cơ chế, chính sách, hỗ trợ đầu tư, phát triển sản phẩm du lịch, xây dựng văn hóa du lịch, nâng cao chất lượng, số lượng nguồn nhân lực, ứng dụng khoa học và công nghệ là cần thiết. Tuy nhiên, bài viết sẽ tập trung đề xuất giải pháp về xây dựng và phát triển một số sản phẩm du lịch đặc trưng, thích ứng thời tiết, khắc phục tính thời vụ của hoạt động du lịch biển như sau:

Phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch khu vực ven biển theo hướng đồng bộ, hiện đại, theo tiêu chí tăng trưởng xanh, đô thị thông minh, trong đó tập trung thu hút các nhà đầu tư triển khai xây dựng và đưa vào khai thác các dự án quy mô về cơ sở lưu trú cao cấp, khu vui chơi giải trí trọng điểm, đồng thời rà soát, đôn đốc các dự án chậm tiến độ hoàn thiện đầu tư đưa vào khai thác nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách và phát triển loại hình du lịch MICE trên quy mô lớn, góp phần khắc phục tính thời vụ của du lịch, mang lại hiệu quả kinh tế.

Hỗ trợ đầu tư hoàn thiện cảng biển du lịch nhằm triển khai các hoạt động liên quan đến du lịch biển đảo ở Hòn La, đón các tàu biển du lịch quốc tế đến Quảng Bình và kết nối với các sản phẩm du lịch hàng động, du lịch văn hóa lịch sử từ tháng 11 hàng năm trong chương trình du lịch tại Quảng Bình. Thực tế, thị trường khách quốc tế chiếm tỷ trọng lớn trong các sản phẩm du lịch hàng động, du lịch mạo hiểm khám phá thiên nhiên của tỉnh vào thời điểm cuối năm.

Xây dựng các bảo tàng, trung tâm văn hóa biển nhằm gìn giữ giá trị tài nguyên biển đảo gắn với hoạt động du lịch về tham quan, học tập, nghiên cứu khoa học, đồng thời có ý nghĩa truyền thông, giới thiệu tài nguyên du lịch biển đảo của Việt Nam và

tỉnh Quảng Bình nói riêng để mọi người thêm tự hào, yêu biển và cùng chung tay bảo vệ môi trường biển.

Gắn kết du lịch biển với không gian văn hóa miền biển, các di tích lịch sử, danh thắng, lễ hội, làng nghề ven biển trong xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch văn hóa lịch sử, tìm hiểu văn hóa địa phương, tham gia trải nghiệm hoạt động của các làng chài biển trên địa bàn tỉnh.

Đưa y dược cổ truyền vào phục vụ khách du lịch, kết nối với các dịch vụ dịch vụ tại các cơ sở lưu trú cao cấp ven biển nhằm đa dạng hóa dịch vụ trong loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng. Vào mùa thấp điểm, thời tiết mưa bão, du khách vẫn có thể đến Quảng Bình với loại hình du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe, trải nghiệm các dịch vụ cao cấp tại các cơ sở lưu trú ven biển.

Tổ chức sự kiện, lễ hội quy mô, đặc sắc về ẩm thực biển Quảng Bình với đa dạng hải sản, nổi tiếng tươi, ngon, chất lượng, về các hoạt động nghệ thuật đặc sắc của cư dân vùng cư dân ven biển Quảng Bình với các điệu biển như hò khoan, hò đẩy thuyền, hò kéo lưới, hò khoan - chèo cạn, múa bông, hò đưa linh... nhằm xây dựng sản phẩm du lịch hấp dẫn, khác biệt trong năm, đồng thời tạo liên kết phát triển du lịch vùng, miền.

Du lịch biển tỉnh Quảng Bình thời gian qua đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận nhưng vẫn còn đó nhiều khó khăn, thử thách và chưa thực sự khai thác hiệu quả tiềm năng, lợi thế. Một trong những nguyên nhân chủ yếu là tác động của tính thời vụ, ảnh hưởng của thiên tai, biến đổi khí hậu. Tuy nhiên, trong thời gian tới, ngành du lịch Quảng Bình sẽ tiếp tục nỗ lực vượt qua khó khăn, thích ứng với biến đổi khí hậu, tính thời vụ của du lịch để khẳng định thương hiệu du lịch biển của tỉnh Quảng Bình trên bản đồ du lịch Việt Nam và từng bước vươn ra khu vực, thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh (2020), *Chương trình hành động số 01-CTr/TU về phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, giai đoạn 2021 - 2025*.

[2] Hồ An Phong (2021), *Khai thác và phát triển bền vững tài nguyên du lịch hang động trên địa bàn tỉnh Quảng Bình*, Nhiệm vụ khoa học và công nghệ cấp tỉnh Quảng Bình.

[3] Tạ Hòa Phương (2019), *Nghiên cứu, đánh giá những giá trị địa di sản (geoheritages) nổi bật, ngoại hạng của Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng nhằm đẩy mạnh phát triển du lịch*, Nhiệm vụ khoa học và công nghệ cấp tỉnh Quảng Bình.

[4] Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 377/QĐ-TTg về phê duyệt quy hoạch tỉnh Quảng Bình thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*.

[5] Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Bình (2020), *Kế hoạch số 117/QĐ-UBND về thực hiện Chương trình hành động số 01-CTr/TU ngày 09/12/2020 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, giai đoạn 2021 - 2025*.

TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TRÁI MÙA TẠI CÁC KHU VỰC VEN BIỂN VÙNG BẮC TRUNG BỘ

Ông Nguyễn Đức Hùng

Giám đốc, Công ty Indochina Journey

1. Đặc điểm tài nguyên phát triển sản phẩm du lịch của vùng Bắc Trung Bộ.

Bắc Trung Bộ có bờ biển dài hơn 650km (chiếm khoảng 20% tổng chiều dài bờ biển Việt Nam), với nhiều bãi tắm trải dài cát trắng, biển xanh được ví như “nàng tiên biển” thuận lợi cho phát triển du lịch biển. Cùng với biển thì thiên nhiên ở phía tây, hệ thống hang động và rừng nguyên sinh đã tạo nên thế mạnh du lịch sinh thái, du lịch khám phá trải nghiệm nổi tiếng cho khu vực. Trong đó, Quảng Bình được mệnh danh là “vương quốc hang động”, với hệ thống hơn 300 hang động đã được khám phá mang lại cho du khách sự ngạc nhiên và vô cùng thú vị. Điển hình của loại hình du lịch khám phá- sản phẩm du lịch tiêu biểu của vùng Bắc Trung Bộ là tua du lịch “Khám phá hang động lớn nhất thế giới-hang Sơn Đoòng” ở Quảng Bình.

Ở khu vực Bắc Trung Bộ, bên cạnh nhiều di sản văn hóa thế giới thì đây là địa bàn tập trung nhiều di tích chiến tranh, cách mạng có giá trị đặc biệt tạo nên thế mạnh riêng có trong phát triển du lịch tham quan di sản và du lịch về nguồn. Các di tích lịch sử đã góp phần hình thành nên một bảo tàng sinh động về cuộc đấu tranh cách mạng của dân tộc, có giá trị tinh thần lớn lao để phát triển loại hình du lịch tham quan, du lịch hoài niệm chiến trường xưa. Ngành du lịch sáu tỉnh trong vùng đã chủ động tổ chức đón khách du lịch, ký kết hợp tác với các đoàn Farmtrip trong và ngoài nước, Tổ chức các tour MICE... nhằm khai thác tối đa lợi thế của từng địa phương, tạo sức hút với khách du lịch.

Bắc Trung Bộ còn nhiều tiềm năng phát triển du lịch:

Vùng Bắc Trung Bộ có vị trí giao thông thuận lợi, tập trung nhiều khu nghỉ dưỡng quy mô... và nổi tiếng với các di sản thế giới.

Vùng Bắc Trung Bộ vừa có rừng, có biển, sông ngòi, đồng lúa. Riêng đối với lĩnh vực du lịch, đây là khu vực tập trung nhiều khu nghỉ dưỡng quy mô lớn, cũng là nơi nổi tiếng với các di sản thế giới, có nhiều cộng đồng dân cư thuộc các sắc tộc khác nhau sinh sống, hình thành nhiều tài nguyên nhân văn đa dạng và độc đáo có thể đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khách.

Với các tỉnh Bắc Trung Bộ, du lịch không chỉ là ngành kinh tế mũi nhọn mà còn là cầu nối để giao lưu văn hóa, kết nối với các địa phương do đó các liên kết vùng quan trọng để trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm. Sau mở cửa, ngành du lịch đã phục hồi mạnh mẽ với sản phẩm dịch vụ được nâng cao, đào tạo nhân lực cải thiện và các sản phẩm du lịch được phát triển đặc sắc hơn.

Bắc Trung Bộ cũng là một trong những điểm đến quan trọng của quốc gia. Hứa hẹn nhiều tiềm năng để chúng ta khai thác khách du lịch đến với các địa danh nổi tiếng của khu vực Bắc Trung Bộ.

2. Tóm tắt tình hình thực tế

Tính mùa vụ là một trong những hạn chế ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch. Để khắc phục điểm yếu này, các doanh nghiệp du lịch phải tạo nên những sản phẩm du lịch khác biệt, đồng thời tăng cường liên kết hoạt động kinh doanh du lịch với các địa phương khác. Những năm gần đây, du lịch được xác định là ngành kinh tế quan trọng của vùng Bắc Trung Bộ, du lịch tạo ra nhiều công ăn việc làm và thu nhập cho người dân. Tuy nhiên, cũng như nhiều địa phương trong vùng duyên hải Bắc Trung Bộ thường hoạt động du lịch chủ yếu dựa vào du lịch biển, do vậy du lịch của vùng còn mang nặng tính mùa vụ, dẫn tới nghịch cảnh: “Mùa Hè thiếu phòng, mùa Đông... chờ khách”, tình trạng “No dồn đói góp”...

Khắc phục tính thời vụ trong kinh doanh du lịch : “ No dồn đói góp “

Du lịch là ngành dịch vụ có những đặc thù không giống các ngành kinh tế khác. Tính thời vụ là một đặc điểm nổi bật, ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của các DN du lịch. Mùa hè thiếu phòng, mùa đông... ngồi chờ

Đó là tình trạng chung của các khách sạn (KS), khu du lịch (resort): lúc thì không đủ phòng cho khách đến lưu trú, có khi phải đặt trước cả tháng, lúc khác thì ế ẩm không có khách, phải giảm giá phòng và tiến hành nhiều biện pháp khuyến mãi để thu hút khách. Kinh doanh KS thường chia thành hai mùa rõ rệt: mùa cao điểm và mùa thấp điểm. Ngoài ra, có khoảng thời gian giao thời giữa hai mùa, có thể xô dịch và thay đổi qua từng năm.

Mùa cao điểm kinh doanh KS thường vào mùa hè, từ tháng 5 đến hết tháng 8. Thời gian này, khách nội địa đi tham quan, du lịch khá đông, đặc biệt các KS ven biển hầu như không còn phòng trống. Ngoài ra, trong gian đoạn tháng cao điểm nhất của mùa hè (thường là tháng 6) , khi học sinh các trường phổ thông bắt đầu nghỉ hè , các cơ sở lưu trú thu hút một lượng lớn khách du lịch và xảy ra tình trạng “cháy phòng”, tuy nhiên chỉ trong thời gian ngắn từ 4 đến 8 tuần...

Mùa thấp điểm khoảng từ tháng 09 đến tháng 2 năm sau, thời gian này thường trùng với mùa mưa bão nên lượng khách du lịch đến lưu trú khá thấp. Thực ra trong lữ hành thì đây là mùa khách quốc tế, tuy nhiên lượng khách quốc tế lưu trú thường chiếm tỷ lệ thấp, chỉ tập trung tại các khách sạn từ 3 sao trở lên với số lượng ít, nên nhìn chung đây là mùa thấp điểm trong kinh doanh KS.

3. Các giải pháp khắc phục tính thời vụ:

Để hạn chế bớt các tác động bất lợi của tính thời vụ trong kinh doanh du lịch, các cơ quan quản lý Nhà nước cũng như DN cần xây dựng chiến lược và đặt ra kế hoạch cụ thể để khắc phục.

Các cơ quan quản lý Nhà nước thực hiện các biện pháp hỗ trợ DN xúc tiến du lịch trong thời gian thấp điểm. Tăng cường tổ chức các giải thi đấu thể dục thể thao, các hoạt động văn hóa, văn nghệ toàn quốc và quốc tế, thiết kế nhiều chương trình Du lịch

kết hợp công tác như : tour MICE , Hội thảo chuyên đề tại các khu nghỉ dưỡng, du lịch sức khoẻ... tại các khu vực ven biển vùng Bắc Trung Bộ.... trong thời gian từ tháng 9 đến tháng 2 năm sau để thu hút khách. Giảm bớt việc tổ chức các hoạt động trong thời gian cao điểm. Ngoài ra, cần tổ chức các hoạt động quảng bá tại các thị trường nước ngoài và hai đầu đất nước chuẩn bị đón đầu mùa du lịch. Hỗ trợ các DN trong việc tổ chức các khóa đào tạo nguồn nhân lực vào mùa thấp điểm từ các nguồn kinh phí của Trung ương và địa phương, tuyển dụng lao động mới, đặc biệt là nguồn lao động có chất lượng, chuyên môn cao.

Các Doanh nghiệp du lịch cần nỗ lực khai thác thị trường, tăng cường tìm kiếm, khai thác, quảng bá nguồn khách du lịch công vụ, các hội nghị, hội thảo của các cơ quan, ban, ngành, các công ty trên toàn quốc. Các Khách sạn phải có các biện pháp tiếp thị, khuyến mãi trong mùa thấp điểm, giảm giá hoặc thực hiện các biện pháp khuyến mãi cho các hoạt động.

Trong thời gian vắng khách, cần tổ chức nâng cấp KS, bổ sung các dịch vụ phụ trợ, đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao trình độ phục vụ tại đơn vị mình. Ngoài ra, các đơn vị cần thực hiện nhiều biện pháp nhằm tiết kiệm chi phí trong mùa vắng khách, tuy nhiên cũng cần bảo đảm mức lương tối thiểu cho người lao động để giữ nguồn nhân lực, Tổ chức cho CBCNV đi tham quan, học tập tại các địa phương khác tùy theo Ngân sách của Đơn vị, để người lao động có thêm kiến thức, trải nghiệm thực tế tại các địa phương khác, sau đó về áp dụng , hướng dẫn cho đồng nghiệp của mình, chắc chắn sẽ rất bổ ích và thiết thực nhằm nâng cao năng suất và chất lượng phục vụ, để đem lại kết quả cao nhất và bền vững.

TIỀM NĂNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH BIỂN TẠI THANH HÓA

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

1. Tiềm năng phát triển du lịch biển

Thanh Hoá là tỉnh có miền núi, vùng cao, biên giới, vùng đồng bằng và vùng biển như một đất nước Việt Nam thu nhỏ, có vị trí chiến lược quan trọng, nằm trên trục đường giao thông đường bộ và đường sắt xuyên Việt, có đường thông sang Lào, có cửa khẩu quốc tế, cảng biển, cảng hàng không quốc tế. với ưu thế nổi trội trong khu vực về nguồn tài nguyên thiên nhiên và nhân văn phong phú, đặc trưng, có giá trị quốc gia và quốc tế.

Trên địa bàn tỉnh hiện có trên 1.500 di tích lịch sử văn hóa, danh thắng; trong đó có 856 di tích đã được xếp hạng, gồm: 01 di sản văn hóa thế giới (Thành Nhà Hồ), 05 di tích danh thắng cấp quốc gia đặc biệt (Lam Kinh, Đền Bà Triệu, Đền Lê Hoàn, thắng cảnh Sầm Sơn), 139 di tích cấp quốc gia, 711 di tích xếp hạng cấp tỉnh, 08 bảo vật quốc gia và 18 di sản văn hóa phi vật thể...; nhiều hang động và di sản thiên nhiên độc đáo như: động Trường Lâm, động Tiên Sơn, hang Từ Thức, hang Con Moong, thác Ma hao, thác Hiêu, vườn quốc gia Bến En, khu Bảo tồn thiên nhiên Pù Luông, Pù Hu, suối cá Cẩm Lương...

Đặc biệt, với 102 km đường bờ biển tương đối bằng phẳng, có nhiều bãi cát vàng mịn, nước biển trong, sóng lớn, nồng độ muối vừa phải, phù hợp với sức khỏe con người...; kết hợp cùng với quần thể các đảo, cửa lạch đã tạo nên những bãi tắm, cảnh quan đẹp nổi tiếng như: Núi Trường Lệ, biển Sầm Sơn, thành phố Sầm Sơn; biển Hải Tiến, huyện Hoằng Hóa (biển Sầm Sơn - Hải Tiến thuộc danh mục các địa điểm tiềm năng phát triển khu du lịch quốc gia); biển Hải Hoà, Bãi Đông, thị xã Nghi Sơn, khu vực ven biển huyện Quảng Xương... Đây là những nhân tố thuận lợi để địa phương khai thác để khai thác, phát triển loại hình du lịch biển, một trong 03 sản phẩm du lịch mũi nhọn của tỉnh (cùng với du lịch văn hóa, lịch sử tâm linh và du lịch sinh thái cộng đồng).

2. Thực trạng khai thác hoạt động du lịch biển

Xác định được vai trò then chốt của du lịch biển trong phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển du lịch của tỉnh nói riêng, để khắc phục yếu tố mùa vụ trong năm, thời gian qua tỉnh Thanh Hóa đã chủ động triển khai thực hiện và ban hành nhiều chủ trương, chính sách nhằm phát huy lợi thế phát triển du lịch biển như: Chiến lược phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030; Đề án phát triển sản phẩm du lịch mũi nhọn đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030; Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020, 2021 - 2025... Trong đó, ưu tiên việc lập quy hoạch, tập trung nguồn lực đầu tư cơ sở hạ tầng, các tuyến giao thông trọng điểm, có tính kết nối cao đã và đang được triển khai nhằm hình thành hệ thống giao thông đồng bộ, hiện đại đảm bảo tính kết nối toàn diện giữa khu vực ven biển và vùng phụ cận.

Giai đoạn 2019 - 2023, đã triển khai lập 13 quy hoạch phát triển các khu, điểm du

lịch ven biển (trong đó có 07 quy hoạch đã được phê duyệt); 17 dự án đầu tư cơ sở hạ tầng được triển khai với tổng dự toán trên 10.500 tỷ đồng (trong đó có 09 dự án hoàn thành); thu hút 10 dự án đầu tư kinh doanh du lịch với tổng vốn đăng ký khoảng 20.000 tỷ đồng, nâng tổng số dự án đầu tư kinh doanh du lịch biển trên địa bàn lên 58 dự án, với tổng vốn đăng ký gần 118.000 tỷ đồng. Trong đó, có các dự án đầu tư tổ hợp dịch vụ, vui chơi giải trí quy mô lớn, có chất lượng cao như: Quần thể Khu du lịch nghỉ dưỡng và sân golf FLC; Quảng trường biển, trực cảnh quan lễ hội thành phố Sầm Sơn; công viên nước Sầm Sơn; Khu du lịch sinh thái biển và nghỉ dưỡng Linh Trường... đi vào hoạt động đã làm thay đổi toàn bộ diện mạo, vị thế, chất lượng dịch vụ du lịch.

Bên cạnh đó, để khắc phục tính mùa vụ đối với hoạt động du lịch biển, tỉnh Thanh Hóa đã đa dạng hóa, làm mới nhiều sản phẩm dịch vụ du lịch biển và đưa vào khai thác như: Thường xuyên tổ chức đa dạng các hoạt động, các chương trình nghệ thuật và chuỗi sự kiện độc đáo hấp dẫn: các chương trình nghệ thuật chào mừng lễ hội du lịch biển, lễ hội Carnival đường phố, lễ hội thả diều, lễ hội bia, chương trình nghệ thuật thứ 7 hàng tuần, diễu hành xe phân khối lớn, phố đi bộ, chợ đêm, làng bích họa, chương trình biểu diễn nhạc nước, giải golf, bóng chuyền, bóng bàn, cầu lông, quần vợt, đua thuyền, dù lượn, tour du lịch đảo Nẹ, đảo Mê...; đặc biệt sự kiện Liên Hoan Văn hoá Âm thực Xứ Thanh 2024 đã tạo hiệu ứng, tạo sức cạnh tranh sản phẩm du lịch, thu hút đông đảo khách du lịch.

Một số sản phẩm dịch vụ du lịch biển cao cấp mới được đưa vào khai thác như: (1) Quảng trường biển và trực cảnh quan lễ hội thành phố Sầm Sơn, nằm giáp tuyến đường ven biển Hồ Xuân Hương, thành phố Sầm Sơn có tổng mức đầu tư gần 1.500 tỷ đồng, có sức chứa lên đến 10.000 người. Quảng trường biển được đầu tư hiện đại, đồng bộ, có không gian văn hóa, nghệ thuật, có công trình cảnh quan, kiến trúc đặc sắc để tổ chức các hoạt động lễ hội, vui chơi giải trí ngoài trời, các hoạt động văn hóa đa dạng từ truyền thống dân gian đến trình diễn nghệ thuật quốc tế hiện đại; (2) Công viên nước Sunworld đưa vào khai thác (giai đoạn 1), với thiết kế độc đáo và các trò chơi hiện đại sẽ tạo ra một không gian vui chơi giải trí mới mẻ, hướng tới du lịch bốn mùa, góp phần đưa du lịch Thanh Hóa phát triển mạnh mẽ; (3) Khai trương khu nghỉ dưỡng Flamingo Linh Trường: Ra mắt tuyến phố lễ hội lớn với hàng loạt dịch vụ đa dạng, đầy đủ 5 xu hướng nghỉ dưỡng: Check in - Ăn chơi - Shopping - Sành điệu - Lễ hội (lễ diễu hành xe cổ, lễ hội dù lượn, lễ hội âm nhạc, lễ hội xiếc, ảo thuật...). Flamingo Ibiza Hải Tiến đã trở thành một điểm check in và tham quan tuyệt vời thu hút đông đảo du khách;

Nhờ khai thác tốt các tiềm năng, lợi thế du lịch biển... du lịch biển Thanh Hóa đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Giai đoạn 2019 - 2023, tổng lượt khách đến các khu du lịch biển ước đạt trên 31.000.000 lượt khách, tốc độ tăng trưởng ước đạt 6,5%/năm; tổng thu du lịch tại các khu du lịch biển ước đạt 56.352 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng ước đạt khoảng 16,6%/năm. Đến nay, sản phẩm du lịch biển đã từng bước tạo dựng được thương hiệu nổi trội tại khu vực phía Bắc và Bắc miền Trung, cơ bản đáp ứng được nhu cầu đa dạng của các phân khúc thị trường khách du lịch từ trung đến cao

cấp.

3. Một số giải pháp phát triển du lịch biển trong thời gian tới

Để thu hẹp khoảng cách giữa mùa du lịch cao điểm và thấp điểm đối với hoạt động du lịch biển, thời gian tới, tỉnh Thanh Hóa cần tập trung triển khai một số giải pháp thiết thực như:

Một là, thực hiện có hiệu quả Quy hoạch tỉnh Thanh Hóa thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2025, Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2025, Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2021 - 2025, trong đó tập trung xây dựng sản phẩm du lịch biển thực sự hấp dẫn, văn minh, hiện đại, sôi động, trở thành sản phẩm du lịch có quy mô, sức cạnh tranh, khả năng thu hút khách, phù hợp với nhu cầu và xu hướng thị trường, có khả năng đóng góp cao cho tổng thu về du lịch của tỉnh cũng như thúc đẩy phát triển các dòng sản phẩm du lịch khác; thu hút và phát triển bền vững về lượt khách, giảm dần tính mùa vụ trong hoạt động du lịch biển. Trong đó, tập trung phát triển ba trung tâm du lịch biển chính dọc theo bờ biển là khu vực Hải Tiến - Linh Trường - Hoàng Phụ, huyện Hoàng Hóa, thành phố Sầm Sơn và huyện Quảng Xương, trung tâm Hải Hòa và Quần đảo Hòn Mê.

Hai là, Đa dạng hoá các sản phẩm du lịch, giảm tải sức ép cho những sản phẩm du lịch được xem là thể mạnh. Mở rộng loại hình du lịch ít phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên và không mang tính mùa vụ như: du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe, du lịch vui chơi giải trí, du lịch sân golf, du lịch MICE (du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện, du lịch khen thưởng)...; phát triển các sản phẩm du lịch trải nghiệm hướng tới đối tượng thích sự riêng tư, muốn tự mình khám phá, học hỏi; củng cố và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch biển đảm bảo lợi thế cạnh tranh, sản phẩm mũi nhọn, đa dạng các dịch vụ du lịch trên biển như: đưa thuyền buồm, lướt ván, mô tô nước, dù bay... tổ chức các khu phố mua sắm, phố ẩm thực đêm để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách và nhân dân; chú trọng phát triển du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp... để kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch nói chung, khách du lịch quốc tế nói riêng.

Ba là, Tiếp tục đầu tư, nâng cấp, mở rộng các tuyến đường giao thông quan trọng, nâng cao khả năng kết nối các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh, đặc biệt là các tuyến đường kết nối từ đường chính, đường quốc lộ vào các khu du lịch biển, di tích lịch sử văn hóa; đầu tư hoàn thiện cơ sở hạ tầng kỹ thuật tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh (đường kết nối; đường nội bộ, trung tâm đón tiếp, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh, hệ thống nước sạch, điện chiếu sáng, biển báo, biển chỉ dẫn, cây xanh, vườn hoa...)... nhằm tăng tính kết nối, giảm thiểu thời gian di chuyển giữa các điểm đến du lịch.

Bốn là, đẩy nhanh tiến độ triển khai và đưa vào hoạt động các dự án đầu tư du lịch khu nghỉ dưỡng cao cấp với quy mô lớn, hệ thống dịch vụ đồng bộ, có chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch đặc biệt là khách du lịch quốc

tế như: Khu đô thị nghỉ dưỡng khoáng nóng tại xã Quảng Yên, huyện Quảng Xương của Công ty Cổ phần Tập đoàn Mặt Trời; Khu phức hợp khách sạn, trung tâm thương mại tại xã Quảng Nham, huyện Quảng Xương của Công ty Cổ phần ORG; Dự án Flamingo Linh Trường Khu B, xã Hoàng Trường, huyện Hoàng Hóa của Công ty Cổ phần Flamingo Holding Group; Dự án Khu du lịch Hoàng Phụ (huyện Hoàng Hóa); Dự án Khu du lịch sinh thái Tân Dân, thị xã Nghi Sơn của Công ty Cổ phần Tập đoàn T&T...

Năm là, tiếp tục đẩy mạnh công tác quảng bá, xúc tiến đầu tư có trọng điểm, thu hút các doanh nghiệp có kinh nghiệm và tiềm lực đầu tư các dự án đầu tư kinh doanh du lịch, trọng tâm là các dự án phát triển 03 loại hình du lịch chính là du lịch biển, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng nhằm hình thành các trung tâm nghỉ dưỡng biển kết hợp với vui chơi giải trí cao cấp, hiện đại; hình thành các khu nghỉ dưỡng (resort) kết hợp hội nghị, hội thảo, bổ sung các dịch vụ hỗ trợ phù hợp với tính chất nghỉ dưỡng sinh thái như dịch vụ chăm sóc sức khỏe, phục hồi chức năng, dịch vụ làm đẹp... tại khu du lịch biển Sầm Sơn, Hoàng Phụ, ven biển huyện Quảng Xương, khu đảo Mê - Nghi Sơn...

Sáu là, đẩy mạnh chương trình kích cầu du lịch nội địa phục hồi ngành du lịch; đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch với thông điệp “Du lịch Thanh Hoá - hương sắc bốn mùa”. Tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến sản phẩm du lịch biển đảo gắn với nhiều phân khúc thị trường khác nhau. Lựa chọn, tham gia có chọn lọc vào các hoạt động, sự kiện du lịch trong và ngoài nước để tăng cường hơn nữa việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Thanh Hoá tới du khách trong và ngoài nước. Đẩy mạnh liên kết khu vực đồng bằng sông Hồng, Khu vực Bắc Miền Trung xây dựng các sản phẩm du lịch chung như: Du lịch biển, du lịch di sản văn hóa...

Có thể nói, du lịch biển đang là dòng sản phẩm được đông đảo du khách trong nước, quốc tế lựa chọn. Hy vọng rằng, với nguồn lực sẵn có cùng với định hướng chiến lược và thực thi những giải pháp trên đây, du lịch biển Thanh Hóa sẽ có những bước khởi sắc, chuyển mình tích cực, khai thác hiệu quả, bền vững tài nguyên du lịch dần đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, một trong trung tâm du lịch của cả nước.



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