

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TỈNH THANH HÓA TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Lê Thị Diệp¹

TÓM TẮT

Du lịch là ngành kinh tế có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Du lịch đã thực sự là hoạt động có ý nghĩa và tác động ngày càng tăng đối với đời sống con người. Phát triển sản phẩm du lịch là hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế xã hội của cả nước nói chung và Thanh Hóa nói riêng. Thời gian qua, Thanh Hóa đã có những bước phát triển đáng khích lệ, tăng trưởng du lịch đã có những đóng góp quan trọng vào công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa tỉnh nhà nói riêng và của cả nước nói chung. Tuy nhiên, do những hạn chế nhất định mà Thanh Hóa chưa phát huy hết tiềm năng và lợi thế về sản phẩm du lịch của mình. Trong bài viết này tác giả mong muốn đề xuất những giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Thanh Hóa trong thời gian tới.

Từ khóa: Du lịch, sản phẩm du lịch, phát triển sản phẩm du lịch, Thanh Hóa.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày nay, du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của các nước và sẽ trở thành động lực quan trọng thúc đẩy kinh tế thế giới. Trong những năm qua, ngành du lịch nước ta đã có những bước phát triển rõ rệt và đạt được những kết quả quan trọng. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đạt 10,2%/năm, khách du lịch nội địa đạt 11,8%/năm. Năm 2016, số lượng khách du lịch quốc tế đạt 10 triệu lượt người, tăng hơn 4,3 lần so với năm 2001; khách du lịch nội địa đạt 62 triệu lượt người; tăng 5,3 lần so với năm 2001; đóng góp trực tiếp ước đạt 6,8% GDP. Hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch ngày càng phát triển. Loại hình sản phẩm, dịch vụ du lịch ngày càng phong phú và đa dạng. Chất lượng và tính chuyên nghiệp từng bước được nâng cao. Lực lượng doanh nghiệp lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, tạo được một số thương hiệu có uy tín lớn ở trong nước và quốc tế.

Thanh Hóa là một tỉnh có nhiều tiềm năng phát triển du lịch. Các sản phẩm du lịch của Thanh Hóa đang dần được hình thành và ngày càng cải thiện trong đó phải kể đến các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng - tắm biển; du lịch tham quan các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh; du lịch sinh thái cộng đồng; du lịch sự kiện; du lịch mua sắm... Tuy nhiên, sự phát triển các sản phẩm du lịch của Thanh Hóa chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh vốn có của tỉnh. Chất lượng sản phẩm du lịch chưa cao, loại hình chưa thật sự phong phú, chưa có được những sản phẩm du lịch có giá trị gia tăng cao. Vấn đề đặt ra hiện nay là làm thế nào để phát huy tiềm năng và lợi thế sản phẩm du lịch của Thanh Hóa trước yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng nhằm đem lại hiệu quả kinh tế cao.

¹ Giảng viên khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

2. NỘI DUNG

2.1. Tổng quan về du lịch, sản phẩm du lịch và phát triển sản phẩm du lịch

2.1.1. Du lịch

Từ giữa thế kỷ 19, du lịch bắt đầu phát triển mạnh và ngày nay trở thành một hiện tượng kinh tế xã hội phổ biến. Nhiều nước lấy chỉ tiêu đi du lịch của dân cư là một trong những tiêu chí đánh giá chất lượng cuộc sống. Tuy nhiên, khái niệm “Du lịch” được hiểu rất khác nhau tại các quốc gia khác nhau và từ nhiều góc độ khác nhau.

Theo Liên hiệp quốc tế các tổ chức lữ hành chính thức (International Union of Official Travel Organization): “Du lịch được hiểu là hành động du hành đến một nơi khác với địa điểm cư trú thường xuyên của mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống...”.

Tại hội nghị Liên hiệp quốc về du lịch họp tại Rome - Italia (21/8 - 5/9/1963), các chuyên gia đưa ra định nghĩa về du lịch: “Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi ở thường xuyên của họ hay ngoài nước họ với mục đích hoà bình. Nơi họ đến lưu trú không phải là nơi làm việc của họ”.

Theo Tổ chức du lịch thế giới (World Tourism Organization): “Du lịch bao gồm tất cả mọi hoạt động của những người du hành tạm trú với mục đích tham quan, khám phá và tìm hiểu, trải nghiệm hoặc với mục đích nghỉ ngơi, giải trí, thư giãn cũng như mục đích hành nghề và những mục đích khác nữa trong thời gian liên tục nhưng không quá một năm ở bên ngoài môi trường sống định cư nhưng loại trừ các du hành mà có mục đích chính là kiếm tiền”.

Theo Điều 4, Chương I, Luật du lịch Việt Nam năm 2005, ban hành ngày 14/6/2005: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định” [3; tr.9].

Nhìn từ góc độ thay đổi về không gian của du khách: Du lịch là một trong những hình thức di chuyển tạm thời từ một vùng này sang một vùng khác, từ một nước này sang một nước khác mà không thay đổi nơi cư trú hay nơi làm việc.

Nhìn từ góc độ kinh tế: Du lịch là một ngành kinh tế, dịch vụ có nhiệm vụ phục vụ cho nhu cầu tham quan giải trí nghỉ ngơi, có hoặc không kết hợp với các hoạt động chữa bệnh, thể thao, nghiên cứu khoa học và các nhu cầu khác.

Để có quan niệm đầy đủ cả về góc độ kinh tế và kinh doanh của du lịch, khoa Du lịch và khách sạn (Trường Đại học Kinh tế Quốc dân) đã đưa ra định nghĩa: “Du lịch là một ngành kinh doanh bao gồm các hoạt động tổ chức hướng dẫn du lịch, sản xuất, trao đổi hàng hóa và dịch vụ của những doanh nghiệp nhằm đáp ứng các nhu cầu về đi lại, lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí, tìm hiểu và các nhu cầu khác của khách du lịch. Các hoạt động đó phải đem lại lợi ích kinh tế chính trị - xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và cho bản thân doanh nghiệp” [2; tr.19-20].

Như vậy, chúng ta thấy được du lịch là một hoạt động có nhiều đặc thù, bao gồm nhiều thành phần tham gia, tạo thành một tổng thể hết sức phức tạp. Nó vừa mang đặc điểm của ngành kinh tế vừa có đặc điểm của ngành văn hóa - xã hội.

2.1.2. Sản phẩm du lịch

Có nhiều khái niệm về sản phẩm du lịch, một trong những khái niệm đó là: “ Sản phẩm du lịch là sự kết hợp những dịch vụ và phương tiện vật chất trên cơ sở khai thác các tiềm năng du lịch nhằm cung cấp cho du khách một khoảng thời gian thú vị, một kinh nghiệm du lịch trọn vẹn và sự hài lòng” (Từ điển du lịch - Tiếng Đức NXB Berlin 1984).

Theo Điều 4, Chương I, Luật du lịch Việt Nam năm 2005, ban hành ngày 14/6/2005: “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch” [3; tr.10].

Theo cách hiểu khác: “Sản phẩm du lịch là các dịch vụ, hàng hóa cung cấp cho du khách, được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên, xã hội với việc sử dụng các nguồn lực: cơ sở vật chất, kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, một vùng hay một quốc gia nào đó [2; tr.31].

Như vậy sản phẩm du lịch bao gồm những yếu tố hữu hình (hàng hóa) và vô hình (dịch vụ) để cung cấp cho khách hay nó bao gồm hàng hóa, các dịch vụ và tiện nghi phục vụ khách du lịch.

Sản phẩm du lịch = Tài nguyên du lịch + Các dịch vụ và hàng hóa du lịch.

Ngoài những đặc điểm chung của hàng hóa thông thường, sản phẩm du lịch có đặc trưng sau: tính vô hình, tính tổng hợp, tính không thể dự trữ, tính không thể chuyển dịch, tính đồng thời của việc sản xuất và tiêu thụ, tính dễ dao động, tính không đàn hồi của cung, tính đàn hồi của cầu...

2.1.3. Phát triển sản phẩm du lịch

Phát triển sản phẩm du lịch hiện nay không chỉ chú trọng đến phát triển về quy mô, số lượng các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, dịch vụ du lịch...; kết hợp với sự tăng trưởng về doanh thu, số lượng khách du lịch cả trong và ngoài nước đến lưu trú mà còn chú trọng đến nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch, hoàn thiện các sản phẩm du lịch. Bên cạnh đó, phát triển sản phẩm du lịch cần quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực du lịch, công tác quản lý điểm đến.

Có rất nhiều nhân tố quan trọng liên quan đến phát triển sản phẩm du lịch tại điểm đến, đó là:

Sản phẩm du lịch không phải chỉ là một hoạt động được thực hiện riêng rẽ mà là một quá trình gắn kết với nhau của nhiều sản phẩm, hàng hóa do các chủ thể tại điểm đến cung cấp cho khách. Một sản phẩm du lịch trong một điểm đến là tập hợp của nhiều trải nghiệm mà khách có thể nhận được không chỉ là các cơ sở lưu trú để ở, các nhà hàng để ăn, uống, các điểm tham quan, các bảo tàng, công viên, nhà hàng, rạp chiếu phim, cửa hàng mua sắm... mà bao gồm cả các phương tiện vận chuyển, sự giao tiếp với cộng đồng dân cư, cách ứng

xử của các cấp chính quyền... Vì thế, phạm vi và quy mô của sản phẩm du lịch là những gì thu hút khách du lịch đến và phục vụ khách với chất lượng cao.

Chính sách phát triển tổng thể của một điểm đến du lịch phải được nằm trong các ưu tiên của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, vùng hoặc tỉnh, thành phố trong đó có ngành Du lịch. Việc xác định cơ hội phát triển sản phẩm du lịch phải phù hợp với các chiến lược này.

Phát triển sản phẩm du lịch phải được xác định dựa trên sự hiểu biết về thị trường du lịch, xu hướng và thị hiếu khách du lịch. Vì vậy, nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm và tiếp thị là một sự kết nối liên tục trong quá trình phát triển sản phẩm du lịch. Sự liên kết giữa thị trường và sản phẩm phải tuân theo các quy luật cơ bản của thị trường, đó là các quy luật cung - cầu, quy luật cạnh tranh và quy luật giá trị.

Phát triển sản phẩm du lịch có thể tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau

Các yếu tố thu hút và phục vụ khách bao gồm cơ sở hạ tầng (đường xá, điện nước, thông tin liên lạc, các loại phương tiện vận chuyển khách), cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ khách (các cơ sở lưu trú, ăn uống, giải trí, mua sắm...), nhân viên phục vụ và tiện nghi khác; đặc biệt là vấn đề tiếp thị, quảng cáo và xây dựng hình ảnh cho điểm đến.

Theo một hướng tiếp cận khác, phát triển sản phẩm du lịch bao gồm phát triển những điểm tham quan, các hoạt động và các dịch vụ đa dạng phục vụ khách.

Trong hai cách tiếp cận trên, cách thứ nhất đóng vai trò quyết định đến việc phát triển sản phẩm du lịch tại các điểm đến du lịch.

Mặt khác, phát triển sản phẩm du lịch của một điểm đến không chỉ phục vụ cho khách du lịch quốc tế, khách du lịch nội địa mà cả đáp ứng nhu cầu của cộng đồng dân cư xung quanh.

Phát triển sản phẩm du lịch là một quá trình mà trong đó các giá trị của một địa điểm cụ thể được sử dụng tối đa để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong nước, khách du lịch quốc tế và người dân địa phương.

2.2. Thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Thanh Hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

2.2.1. Tài nguyên du lịch tỉnh Thanh Hóa

2.2.1.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên

Tài nguyên du lịch biển: Thanh Hoá có bờ biển dài 102 km (từ cửa Càn, Nga Sơn đến Hà Nhữ, Tĩnh Gia); vùng lãnh hải rộng hơn 1,7 vạn km²; bờ biển tương đối bằng phẳng với nhiều cảnh quan đẹp như bãi biển Sầm Sơn, Hải Tiến, Hải Hòa... Các bãi biển có đặc điểm chung là rộng, bằng phẳng, độ dốc thoải, bãi cát trắng mịn, không có đá ngầm và nhiều khoáng chất khác có tác dụng chữa bệnh... rất phù hợp cho tắm biển và các hoạt động vui chơi giải trí biển.

Tài nguyên du lịch sinh thái: Với hơn 2/3 diện tích tự nhiên là đồi núi, tỉnh Thanh Hoá có tài nguyên rừng khá lớn, đóng vai trò hết sức quan trọng đối với việc phòng hộ đầu nguồn

và phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông, Pù Hu, Vườn quốc gia Bến En.

Tài nguyên du lịch sông, hồ, thác, suối nước nóng: Thanh Hóa có hệ thống sông ngòi dày đặc, nguồn cung cấp nước dồi dào. Ngoài 5 hệ thống sông chính cung cấp nước là sông Hoạt, sông Mã, sông Chu, sông Yên, sông Lạch Bạng tạo điều kiện hình thành các tuyến du lịch trên sông như du thuyền trên sông Mã. Ngoài ra, còn có 264 suối nhỏ và 1.760 hồ chứa lớn nhỏ khác nhau, tạo ra một mạng lưới thủy văn dày đặc và phân bố khá đều trên địa bàn tỉnh. Trong đó, các suối chủ yếu như: Suối Sim, suối Quanh, suối Xia, suối cá thần Cẩm Lương... cùng một số thác như: thác Ma Hao, thác Muôn, thác Hiêu, thác Mây, thác Voi... Cho đến nay Thanh Hóa đã có 02 địa điểm phát hiện được nước khoáng, nước nóng như: Chà Khót (Sơn Điện - Quan Sơn) và Yên Vực (Quảng Yên - Quảng Xương).

Tài nguyên du lịch hang động: Thanh Hóa có vùng núi đá vôi gắn liền với các truyền thuyết, di tích lịch sử văn hóa như động Từ Thức, động Long Quang, động Hồ Công... Ngoài ra, còn có một số hang động khác như hang con Moong, hang Ngọc, hang Ma... là những điểm du lịch ngày càng hấp dẫn du khách.

2.2.1.2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Thanh Hoá là miền đất có nền văn hoá lâu đời. Các nền văn hoá Đông Sơn, văn hoá Đa Bút... cùng với những địa danh gắn liền tên tuổi của các anh hùng hào kiệt, các danh nhân như Lê Hoàn, Lê Lợi, Lê Văn Hưu, Đào Duy Từ, Triệu Trinh Nương, Dòng họ Trịnh, dòng họ Nguyễn (thời kỳ Hậu Lê)... đã để lại nhiều dấu ấn trong lịch sử đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc Việt Nam. Trong đó, nhiều di tích đã được Nhà nước xếp hạng và đang được trùng tu, tôn tạo ở quy mô quốc gia như khu Lam Kinh, thành Nhà Hồ, thái miếu nhà Lê... Đây là những tài sản vô cùng quý giá, không chỉ có ý nghĩa lịch sử, giáo dục mà còn có thể khai thác phục vụ phát triển du lịch.

Đặc biệt Thanh Hoá có nền văn hoá đa dân tộc có ý nghĩa to lớn đối với du lịch. Mỗi dân tộc có những nền văn hoá đặc trưng riêng gồm cả văn hoá phi vật thể và văn hoá vật thể. Những thiết chế văn hoá xã hội truyền thống của từng dân tộc như: thiết chế Bản mường của người Thái dựa trên lãnh thổ công, thiết chế lang đạo của người Mường, thiết chế dòng họ của người H'Mông... những phong tục tập quán trong sản xuất, sinh hoạt và trong tín ngưỡng, hội hè... cùng với những món ăn đặc sản mang đậm nét của mỗi dân tộc là những tài nguyên du lịch nhân văn rất hấp dẫn đối với khách du lịch, nhất là các du khách quốc tế. Thêm vào đó, tinh thần mến khách và lòng nhiệt thành của con người Thanh Hoá cũng là nền tảng vững chắc cho ngành du lịch phát triển.

Các di tích lịch sử văn hóa vật thể: Theo số liệu thống kê, Thanh Hóa có 1.535 di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, trong đó có 3 di tích quốc gia đặc biệt, 1 di sản văn hóa thế giới được UNESCO công nhận. Các di tích văn hóa lịch sử của Thanh Hóa đều có giá trị phục vụ du lịch, trong đó tiêu biểu: Di tích văn hóa thế giới thành nhà Hồ, khu di tích lịch sử Lam Kinh, di tích khảo cổ hang con Moong, chiến khu Ba Đình, di tích khảo cổ Đông Sơn, di chỉ khảo cổ văn hóa Đa Bút, cụm di tích Sầm Sơn...

Các lễ hội truyền thống

Lễ hội tín ngưỡng: Lễ hội tưởng niệm ông tổ nghề đúc đồng Khổng Minh Không, lễ hội tưởng niệm tín ngưỡng thờ mẫu như lễ hội phố Cát, lễ hội đền Sòng...

Lễ hội văn hóa lịch sử: Lễ hội đền Bà Triệu, lễ hội Lam Kinh, lễ hội Lê Hoàn...

Lễ hội dân gian gắn với truyền thuyết: Lễ hội Từ Thức, lễ hội Mai An Tiêm, truyền thuyết Thần Độc Cước, Hòn Trống Mái, truyền thuyết ông Vồm, truyền thuyết Trạng Quỳnh...

Các sản phẩm thủ công truyền thống: Nghề đúc đồng ở làng Chè xã Thiệu Trung, Thiệu Hóa; nghề gốm gia dụng ở làng Vồm xã Thiệu Khánh, Thiệu Hóa; nghề dệt chiếu cói ở Nga Sơn; làng nghề nước mắm Ba Làng, Tĩnh Gia; làng du lịch văn hóa Năng Cát, Lang Chánh...

Các tài nguyên du lịch nhân văn khác như văn hóa phi vật thể với các làn điệu dân ca truyền thống của các dân tộc Kinh, Mường, Thái, H'Mông; những làn điệu dân ca tha thiết trữ tình như hò sông Mã, trò diễn Xuân Phả, múa sạp, múa xòe...

Ngoài ra Xứ Thanh còn là nơi có nguồn sản vật phong phú, đa dạng như chè Lam Phủ Quảng, bánh gai Tứ Trụ, bưởi Luận Văn, nem chua, bánh lá rặng bừa, dừa, cá mè sông Mực...

2.2.2. Thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Thanh Hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

Sản phẩm	Hoạt động	Thực trạng
1. Du lịch biển		
Sản phẩm nghỉ dưỡng biển truyền thống tại bãi biển Sầm Sơn, Hải Tiến, Hải Hòa, Nghi Sơn...	Tắm biển mùa hè, thưởng thức hải sản; thăm quan khu du lịch sinh thái Vạn Chài, thăm Thủy Tiên Cung, thăm Hòn Trống Mái, chùa Cô Tiên, đền Độc Cước, đi chợ hải sản...	Cảnh quan các bãi biển đã được quy hoạch lại với diện mạo mới khang trang, sạch đẹp hơn. Các dịch vụ cho khách du lịch đã được cải thiện nhiều. Lượng khách vào mùa hè thường quá tải, giá cả dịch vụ một số nơi không kiểm soát được.
Nghỉ dưỡng biển cao cấp tại FLC resort	Chơi golf, các hoạt động giải trí, spa, nghỉ dưỡng, hội nghị, hội thảo...	Là sản phẩm tích hợp đầy đủ, dịch vụ cao cấp, phục vụ khách quanh năm. Giá cả khá cao so với mức thu nhập trung bình của người dân.
2. Du lịch sinh thái		
Du lịch sinh thái kết hợp du lịch cộng đồng: thác Ma Hao, thác Mây, thác Voi...	Ngắm cảnh, tìm hiểu, thăm quan các khu du lịch sinh thái, thưởng thức ẩm thực địa phương...	Sản phẩm du lịch này phù hợp với nhóm khách hàng trẻ tuổi, khách phượt. Cơ sở lưu trú, hạ tầng giao thông còn thiếu, chưa đồng bộ. Chất lượng dịch vụ chưa có sự kiểm soát chặt chẽ.

Du lịch sinh thái thăm vườn quốc gia: Bến En, Pù Hu, Pù Luông...	Ngắm, tìm hiểu động thực vật, đi thuyền khám phá cảnh quan, picnic, thăm các bản...	Sản phẩm du lịch còn ít khai thác, chưa đa dạng, chưa hấp dẫn được du khách. Hạ tầng chưa đồng bộ để phục vụ các sản phẩm du lịch sinh thái cao cấp.
Du lịch sinh thái thăm suối cá Cẩm Lương.	Đi bộ, tham quan khu du lịch suối cá thần Cẩm Lương.	Sản phẩm du lịch có quy mô nhỏ, không đa dạng, thời gian tham quan ngắn, chưa có tính liên kết với các vùng du lịch nên không giữ chân được du khách.
3. Du lịch văn hóa		
Du lịch di sản	Thăm quan, tìm hiểu di sản văn hóa thế giới, cuộc sống cổ xưa, lịch sử...	Hoạt động tìm hiểu, tham quan sơ sài. Giới thiệu di sản thiếu sinh động, thiếu mô hình, phương thức tái hiện cuộc sống cổ xưa, thiếu tính hấp dẫn với du khách. Các dịch vụ hỗ trợ không nhiều, chưa có tính kết nối với các sản phẩm du lịch khác.
Du lịch tìm hiểu văn hoá, lịch sử	Thăm quan, tìm hiểu lịch sử tại các khu di tích. Tham gia các lễ hội truyền thống.	Đội ngũ hướng dẫn viên được đào tạo bài bản hơn, các lễ hội được tái hiện lại hấp dẫn du khách. Các dịch vụ hỗ trợ không nhiều, chưa có tính kết nối với các sản phẩm du lịch khác, không giữ chân được du khách.

2.2.3. Đánh giá thực trạng phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Thanh Hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

Sản phẩm	Hạn chế	Nguyên nhân
1. Du lịch biển	Hệ thống sản phẩm du lịch biển khá phong phú, song ít sản phẩm đạt chất lượng và có sức cạnh tranh cao. Sản phẩm du lịch đặc thù của từng vùng biển chưa được chú trọng phát triển.	Sự trùng lặp trong xây dựng phát triển sản phẩm du lịch giữa các vùng miền, các địa phương ven biển là khá phổ biến. Việc xây dựng chương trình cho khách chưa mang tính chuyên nghiệp, chưa thỏa mãn được sự mong đợi của khách.

2. Du lịch sinh thái	Công tác nghiên cứu, điều tra cơ bản và quy hoạch phát triển du lịch sinh thái còn hạn chế. Quy mô và hình thức hoạt động du lịch sinh thái còn đơn điệu, mờ nhạt; các hoạt động du lịch mang tính chất sinh thái hiện nay thực tế chỉ là du lịch thiên nhiên hay mang tính chất thiên nhiên. Chất lượng dịch vụ du lịch sinh thái còn nhiều hạn chế; các khâu tiếp thị, quảng bá còn yếu nên chưa thu hút được nhiều khách du lịch. Lợi ích từ hoạt động du lịch sinh thái còn ít, chưa hỗ trợ nhiều cho công tác bảo tồn và phát triển cộng đồng địa phương.	Sự hiểu biết về khái niệm du lịch sinh thái là một hạn chế lớn. Lực lượng quản lý tại các khu bảo tồn thiên nhiên thiếu cả về số lượng lẫn kiến thức chuyên môn về bảo tồn cũng như du lịch sinh thái. Các điểm du lịch sinh thái chưa được quy hoạch gây trở ngại cho việc phát triển du lịch sinh thái.
3. Du lịch văn hóa	Sức hấp dẫn của các điểm tài nguyên hình thành sản phẩm du lịch văn hóa chưa cao nên việc thúc đẩy sản phẩm du lịch văn hóa còn mờ nhạt. Một số hoạt động thăm quan, tìm hiểu bản sắc văn hóa dân tộc đã được khai thác, phát triển thành các sản phẩm du lịch đặc sắc có sức thu hút đối với khách quốc tế nhưng chưa tương xứng với tiềm năng. Du lịch văn hóa, lễ hội, giải trí chưa được đầu tư bài bản; việc gắn kết với các sản phẩm, dịch vụ đi kèm cũng như công tác tổ chức lễ hội còn nhiều hạn chế.	Việc đảm bảo khai thác, phát triển sản phẩm du lịch vừa phát huy, vừa bảo tồn các giá trị chưa được triển khai đồng đều và hiệu quả ở nhiều nơi chính vì vậy các sản phẩm du lịch vẫn mang tính đơn lẻ. Công tác đầu tư còn nhiều hạn chế, thiếu các dịch vụ cần thiết, chưa gắn trải nghiệm và tìm hiểu với bảo tồn các giá trị văn hóa, lịch sử. Công tác quảng bá du lịch chưa hiệu quả, chưa tạo được bản sắc riêng vốn có và khác biệt của sản phẩm du lịch văn hóa của Thanh Hóa so với các địa phương khác cũng như với các nước trên thế giới. Công tác đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho phát triển du lịch văn hóa chưa được quan tâm đúng mức.

2.3. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Thanh Hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

Với hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phong phú, Thanh Hóa hoàn toàn có thể phát triển sản phẩm du lịch đa dạng, hấp dẫn, thu hút thị trường, mang tính đặc trưng và cạnh tranh cao. Trên cơ sở đánh giá thực trạng phát triển sản phẩm du lịch Thanh Hóa, tác giả đề xuất một số giải pháp phát triển sản phẩm du lịch Thanh Hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

2.3.1. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch bằng tư duy đột phá

2.3.1.1. Sản phẩm du lịch biển

Đầu tư cho các hạng mục mới như công viên, khu vui chơi giải trí, đài phun nước... nhằm tạo diện mạo mới cho du lịch biển Thanh Hóa, tăng sức hấp dẫn với du khách.

Tổ chức các sự kiện lớn ở biển như: lễ hội âm nhạc ngoài trời, lễ hội bắn pháo hoa, biểu diễn nghệ thuật, các hoạt động thể thao bãi biển, các cuộc thi sắc đẹp... nhằm thu hút du khách đến tham dự, nghỉ dưỡng quanh năm.

Nghiên cứu các điều kiện để tổ chức các trò chơi mạo hiểm trên biển đáp ứng nhu cầu của du khách trong và ngoài nước.

Tổ chức các hoạt động về đêm như: khu chợ đêm, khu ẩm thực đêm, khu vui chơi giải trí... với sự quản lý chặt chẽ, quy mô, bài bản, đảm bảo an ninh trật tự và an toàn xã hội.

Đầu tư phát triển các khu nghỉ dưỡng sinh thái tại các bãi biển, có thể đầu tư khu nghỉ dưỡng kết hợp dịch vụ khám, chữa bệnh tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm du lịch biển.

Cải thiện sự thân thiện, hiếu khách trong từng loại hình dịch vụ, nâng cao nhận thức hướng dẫn nghiệp vụ cho các đơn vị kinh doanh dịch vụ.

2.3.1.2. Sản phẩm du lịch sinh thái

Nâng cấp hệ thống đường xá, cải thiện điều kiện hạ tầng, tiện nghi, dịch vụ. Lựa chọn các bản, các hộ để phát triển du lịch.

Đầu tư và thu hút đầu tư vào phát triển một số khu nghỉ dưỡng cao cấp gắn với trải nghiệm cộng đồng.

Xây dựng một số chòi vọng cảnh, hình thành các tuyến đi bộ, đi xe đạp tham quan rừng; các tuyến quan sát động, thực vật.

Đầu tư thêm hệ thống tàu, thuyền chất lượng cao phục vụ khách tham quan.

Bảo vệ nguyên vẹn hệ sinh thái vốn có, giữ gìn cảnh quan.

Nâng cao chất lượng đội ngũ thuyết minh viên.

2.3.1.3. Sản phẩm du lịch văn hóa

Đẩy mạnh nghiên cứu khảo cổ để bổ sung thêm tư liệu cho các di sản văn hóa, làm sống lên các thông tin, sự tưởng tượng và kích thích mong muốn tìm hiểu khám phá di sản, kéo dài thời gian tham quan.

Nâng cấp, mở rộng hệ thống giao thông đường bộ liên vùng tạo ra tính liên kết giữa các khu du lịch.

Duy trì đội văn nghệ tuồng, chèo cổ biểu diễn phục vụ du khách; tái hiện lại các lễ hội dân gian.

Đầu tư phát triển các mặt hàng truyền thống của địa phương là những sản phẩm thể hiện những đặc trưng của điểm du lịch.

Nâng cao năng lực thuyết minh, hướng dẫn của đội ngũ thuyết minh viên, tăng cường khả năng quản lý, tổ chức các hình thức trải nghiệm, tìm hiểu di sản văn hóa.

2.3.2. Giải pháp cơ chế, chính sách

Ưu tiên đầu tư nguồn lực cho phát triển sản phẩm du lịch biển và coi sản phẩm du lịch biển là sản phẩm du lịch mũi nhọn, hướng đến nâng cao đẳng cấp của sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch văn hóa. Kiểm soát chặt chẽ việc sử dụng, khai thác các tài nguyên du lịch: Xây dựng chính sách bảo tồn và tôn tạo các nguồn tài nguyên du lịch.

Xây dựng và ban hành các cơ chế chính sách ưu đãi, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu hút các nguồn vốn đầu tư vào cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch.

Tạo dựng các chính sách ưu tiên và hỗ trợ cộng đồng dân cư địa phương để tự đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch ở quy mô nhỏ và trung bình theo quy hoạch và định hướng chung của tỉnh, tập trung vào các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng.

Thiết lập chính sách ưu tiên đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch phục vụ cho việc phát triển các sản phẩm du lịch mũi nhọn theo hướng đạt chuẩn.

Nghiên cứu áp dụng các mô hình liên kết với các tỉnh Bắc Trung Bộ cũng như liên kết giữa khu vực Bắc Trung Bộ với các khu vực khác trong cả nước, với các nước láng giềng hoặc liên kết giữa Thanh Hóa với từng địa phương.

2.3.3. Giải pháp về nguồn nhân lực

Nâng cao chất lượng các cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch: tăng cường đầu tư trang thiết bị; cải tiến chương trình, bài giảng; tăng cường liên kết với các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước; tăng cường gắn kết giữa các cơ sở đào tạo với doanh nghiệp du lịch.

Tổ chức các hoạt động đào tạo, tập huấn nghiệp vụ cơ bản cũng như các kỹ năng, kiến thức cần thiết cho lao động du lịch; chuẩn hóa nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu hội nhập và nâng cao tính cạnh tranh cho sản phẩm du lịch.

Nâng cao nhận thức về phát triển sản phẩm du lịch cho cộng đồng.

2.3.4. Giải pháp quảng bá, xúc tiến du lịch

Xây dựng chiến lược thương hiệu du lịch Thanh Hóa thân thiện, hấp dẫn là giải pháp quan trọng trong nhóm giải pháp quảng bá, xúc tiến du lịch. Xây dựng kế hoạch quảng bá, xúc tiến ngắn hạn và dài hạn; thường xuyên cập nhật, bổ sung kế hoạch phù hợp với nhu cầu thị trường và thực tế phát triển sản phẩm du lịch địa phương. Điều tra, đánh giá thị trường và các thông tin phản hồi từ khách hàng, đối tác cũng như đánh giá hiệu quả của các hoạt động quảng bá, xúc tiến để có điều chỉnh, bổ sung phù hợp.

3. KẾT LUẬN

Thanh Hóa là tỉnh có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển các dòng sản phẩm du lịch phong phú, đặc sắc, độc đáo và có sức cạnh tranh với các địa phương trong cả nước cũng như với các nước trong khu vực và quốc tế. Tuy nhiên, trong những năm qua việc phát triển sản phẩm du lịch mới chỉ dừng lại ở việc khai thác tài nguyên du lịch và những yếu tố lợi thế sẵn có của địa phương. Nhiều sản phẩm còn trùng lặp, đơn điệu, thiếu sự độc đáo hấp dẫn du khách. Vì vậy, để giải quyết được những vấn đề trên Thanh Hóa cần phải huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực nhằm cung ứng các sản phẩm du lịch có tính cạnh tranh cao ở thị trường trong nước và quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa (2016), Quyết định số 290-QĐ/TU ngày 27/5/2016 của Ban chấp hành Đảng bộ Tỉnh khóa XVIII về việc ban hành “*Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016-2020*”.
- [2] Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2016), *Giáo trình Kinh tế Du lịch*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [3] Luật Du lịch (44/2005/QH11 ngày 15/06/2005) và Nghị định 92/2007/NĐ-CP ngày 01/06/2007 của Chính phủ về việc hướng dẫn chi tiết thi hành một số điều tại Luật Du lịch.
- [4] Ủy ban Nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2014), Kế hoạch số 45/KH-UBND ngày 25/4/2014 của UBND tỉnh Thanh Hóa ban hành “*Kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, thực hiện Chương trình hành động quốc gia về du lịch*”.
- [5] Ủy ban Nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2015), Quyết định 492/QĐ-UBND ngày 9/2/2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa phê duyệt “*Chiến lược phát triển Du lịch Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030*”.

DEVELOPING TOURISM PRODUCTS IN THANH HOA PROVINCE IN THE INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION

Le Thi Diep

ABSTRACT

Tourism is an interdisciplinary, interregional and highly socialized industry. Tourism has indeed been a significant and increasingly important activity for human life. Developing tourism product is an important strategy in the direction of socio-economic development of the whole country in general and Thanh Hoa in particular. In recent years, Thanh Hoa

province has made encouraging progress, tourism growth has made important contributions to the industrialization and modernization of the province in particular and the country in general. However, due to certain limitations, Thanh Hoa has not fully promoted its potential and advantages of tourism products. This article is intended to provide solutions to develop tourism products in Thanh Hoa province in the coming time.

Keywords: *Tourism, tourism products, tourism product development, Thanh Hoa.*