PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐƯỜNG BỘ TRÊN TUYẾN HÀNH LANG KINH TẾ ĐÔNG TÂY: TIẾP CẬN THỰC TIỄN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

THE DEVELOPMENT OF OVERLAND TOUR PRODUCT ON EAST WEST ECONOMIC CORRIDOR : REALITY APPROACH AND THE IMPLICATIONS FOR POLICY

Ngày nhận bài: 05/11/2018

Ngày chấp nhận đăng: 04/01/2019

Lê Thế Giới, Cao Trí Dũng

TÓM TẮT

Hành lang Kinh tế Đông Tây (HLKTĐT) có ý nghĩa to lớn về nhiều mặt kinh tế - xã hội. HLKTĐT đã góp phần thu hẹp khoảng cách phát triển và tăng cường liên kết giữa vùng này với những khu vực khác trong ASEAN cũng như với các nước trong khu vực và trên thế giới, đồng thời giúp hỗ trợ sự phát triển về kinh tế công-nông nghiệp, du lịch, giúp tạo việc làm, tăng thêm thu nhập cho người dân tại các khu vực biên giới và nông thôn. Trong các lĩnh vực này, du lịch có thể được coi là một trong những hướng đi quan trọng nhất, phù hợp với tiềm năng, thế mạnh của từng địa phương trên tuyến cũng như nhu cầu ngày càng cao của du khách. Theo đó, du lịch đường bộ sẽ là loại hình du lịch thích hợp nhất trên tuyến Hành lang Kinh tế Đông Tây. Với nhu cầu cấp thiết về mặc thực tiễn và trên cơ sở một số nội dung lý thuyết về phát triển du lịch đường bộ, bài viết đi sâu nghiên cứu thực trạng phát triển du lịch đường bộ trên tuyến Hành lang kinh tế Đông Tây và một số rào cản cho sự phát triển loại hình du lịch đường bộ trên Hành lang Kinh tế Đông Tây để từ đó có những hàm ý chính sách phát triển loại hình du lịch đường bộ trên HLKTĐT trong thời gian đến.

Từ khóa: Du lịch đường bộ; Hành lang Kinh tế Đông Tây.

ABSTRACT

East West Economic Corridor (EWEC) has a great significance in many socio-economic aspects. EWEC contribute to shorten the development gap and strengthen the incorporation between this region with other regions in ASEAN as well as in Asia and over the world, along with the support to develop the industry, agriculture, tourism, help create jobs, increase income for people in border and rural areas. In these areas, tourism can be considered as one of the most important directions, in line with the potential and strengths of each locality on the route as well as the increasing demand of tourists, and overland tourism is the best type of tourism products for EWEC. With an urgent need for practicality and on the basis of some theoretical contents on overland tourism development, the article delves into the current situation of overland tourism development on the EWEC and some barriers to the development of the type of overland products on the EWEC so that there are implications for the development of overland tourism on EWEC in the coming time.

Keywords: Overland tourism; East West Economic Corridor.

1. Đặt vấn đề

Nghiên cứu về du lịch đường bộ, một số nghiên cứu trên thế giới đã đi sâu phân tích các ưu điểm và nhược điểm của du lịch đường bộ. Du lịch đường bộ mang đến những lợi thế cho khách du lịch về kiểm soát tốc độ đi tốt hơn (mặc dù tốc độ chậm hơn so với đường hàng không và du lịch đường sắt); kiểm soát tốt hơn hành trình; sự thoải mái thường lớn hơn và chi phí thấp hơn. Nhưng ngược lại, du lịch đường bộ thường có sức chở thấp hơn so với các hình thức vận tải khác. Du lịch đường bộ cũng có mức độ an toàn tương đối thấp, như được phản ánh trong số liệu thống kê tai nạn giao thông của Úc, và xu hướng tai nạn giao thông và tử vong đường bộ thường tăng cao vào các kỳ nghỉ (Woodley, 2002). Các nghiên cứu khác về phát triển tuyến du lịch đường bộ

Lê Thế Giới, Cao Trí Dũng, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

(Miossec, 1977; Fagence, 1991; Lew, 1991; Greffe, 1994; Gunn, 2002) cũng cho rằng phát triển tuyến du lịch đường bộ mang lại một loạt các hoạt động du lịch hấp dẫn và từ đó thúc đẩy cơ hội kinh doanh du lịch thông qua việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ phụ trợ.

Tuy nhiên, trái với sự phong phú trong kho tài liệu nghiên cứu về sản phẩm du lịch đường bộ, các nghiên cứu về phát triển du lịch trên HLKTĐT, nhìn chung, vẫn còn khá ít ỏi và chủ yếu đi sâu nghiên cứu về thực nghiệm. Có thể kể đến công trình nghiên cứu của Thitirat Panbamrungkij (2012) phần nào cũng đã đề cập đến tiềm năng to lớn trong phát triển du lịch nói chung trên HLKTĐT, dựa vào nguồn tài nguyên du lịch phong phú cả về tự nhiên và nhân văn, tuy nhiên tiềm năng này vẫn chưa được khai thác hợp lý do thiếu đi cơ sở hạ tầng, cơ sở dịch vụ cần thiết và đặc biệt là các hỗ trợ khách du lịch trong việc tìm kiếm thông tin điểm đến. Ngoài ra, nghiên cứu của Hồ Việt và các cộng sự (2009), đã trình bày rất cụ thể về phát triển du lịch trên tuyến HLKTĐT bao gồm cơ sở lý luận và thực tiễn, thực trạng kinh tế - xã hội, tài nguyên du lịch và khai thác du lịch tại các địa phương trên tuyến, trên cơ sở đó đưa ra một số phương hướng và giải pháp khai thác có hiệu quả tiềm năng và lợi thế của vùng.

Với nhu cầu về mặt thực tiễn, các công trình nghiên cứu về phát triển sản phẩm du lịch đường bộ trên HLKTĐT còn khá hạn chế, bài viết sẽ góp phần làm rõ thực trạng phát triển du lịch đường bộ trên tuyến HLKTĐT để từ đó có những hàm ý chính sách phát triển trong thời gian đến.

2. Nội dung phát triển du lịch đường bộ

Phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch đường bộ: Về cơ bản, sản phẩm du lịch đường bộ cũng là một sản phẩm du lịch, do đó sẽ tuân thủ các tiêu chí về phát triển sản phẩm, đó là:

- Sản phẩm, dịch vụ du lịch được phát triển theo hướng bền vững và có trách nhiệm, đảm bảo (i) Bền vững về mặt tài nguyên và môi trường, (ii) bền vững về văn hóa, (iii) bền vững về kinh tế (Dự án Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ, 2015).

- Sản phẩm, dịch vụ du lịch cần đảm bảo tính đặc thù và đặc sắc để tạo nét khác biệt so với vùng miền khác.

- Sản phẩm, dịch vụ du lịch được phát triển phải phù hợp với không gian của tuyến đường du lịch đường bộ và xem xét đến sự hợp nhất giữa các tài nguyên du lịch và bố trí không gian trên tuyến đường du lịch đường bộ.

- Sản phẩm, dịch vụ du lịch có tính liên kết trên toàn tuyến du lịch đường bộ: Liên kết và phát triển sản phẩm du lịch chính là liên kết tài nguyên du lịch để xâu chuỗi thành con đường du lịch cho một sản phẩm du lịch (Pyo Won-Jeung, 2008).

Phát triển thị trường khách du lịch đường bộ:

- Việc phân khúc thị trường sẽ giúp người cung ứng có thể lựa chọn ra một số thị trường nhất định gọi là thị trường mục tiêu để việc cung ứng hàng hóa du lịch thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng thuộc đoạn thị trường đã chọn.

- Về đối tượng khách du lịch đường bộ, thị trường khách du lịch đường bộ chủ yếu là các khách trẻ, có sức khỏe tốt và ưa thích các loại hình du lịch khám phá, thám hiểm (adventure tourism), đồng thời chủ yếu cũng là các đối tượng khách có thu nhập trung bình hoặc thấp bởi loại hình du lịch đường bộ tương đối rẻ, các chi tiêu cho dịch vụ lưu trú, ăn uống và đi lại không cao như các loại hình du lịch khác. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn của du khách sử dụng du lịch đường bộ gồm: yếu tố bên ngoài và yếu tố bên trong. Yếu tố bên ngoài bao gồm điều kiện kinh tế, thu nhập của du khách, thậm chí là

yếu tố thời tiết đã được chứng minh là có tác động trực tiếp vào mô hình du lịch và sự lựa chọn của du khách (Dermott và cộng sự, 2001). Trong thực tế, các yếu tố bên ngoài như thu nhập và điều kiện kinh tế là yếu tố quan trọng tác động đến du khách để lựa chọn các chuyến du lịch đường bộ (Taylor và cộng sự, 2001; Dermott và cộng sự, 2001). Bên cạnh đó, các yếu tố bên ngoài có ảnh hưởng tiêu cực đến sự chọn lựa của du khách là: mức giá tương đối của các loại hình du lịch khác, sự thiếu các tiện ích cần thiết của các điểm đến du lịch đường bộ, sự thiếu thông tin hoặc thông tin sai lệch của điểm đến (Taylor và cộng sự, 2001). Các yếu tố bên trong ảnh hưởng đến sự chọn lựa của du khách bao gồm: mong muốn của du khách và động cơ của du khách.

Xúc tiến, quảng bá sản phẩm du lịch: Xúc tiến, quảng bá sản phẩm, dịch vụ là một trong những nội dung cơ bản của marketing hỗn hợp (Marketing - Mix). Quảng bá sản phẩm du lịch là nỗ lực của một doanh nghiệp, một địa phương, một vùng, một miền hay ngành kinh tế của một quốc gia nhằm tạo ra và duy trì hình ảnh sản phẩm của một ngành có lợi cho việc kinh doanh trước công chúng ở thị trường mục tiêu. Quảng bá du lịch thực chất là những hoạt động có tính chất tuyên truyền, khuyếch trương một cách trực tiếp và gián tiếp các ưu thế vốn có và sẽ có để khai thác tối đa tiềm năng của ngành du lịch, doanh nghiệp du lịch nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao nhất theo mục tiêu chiến lược đề ra bằng các biện pháp và các công cụ lựa chọn cụ thể, mà công cụ chính của nó là quảng cáo, xúc tiến bán, quan hệ công chúng, bán hàng cá nhân và marketing trực tiếp. Trong hoạt động du lịch, xúc tiến du lịch đóng vai trò quan trọng như là chất xúc tác, đòn bẩy để phát triển du lịch, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của từng địa phương, từng quốc gia.

Khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực: Việc huy động các nguồn lực về vốn, nhân lực… cùng với việc thực thi các cơ chế, chính sách và sử dụng nguồn nhân lực trong phát triển du lịch đường bộ có ý nghĩa quyết định đối với sự thành công của tuyến du lịch đường bộ. Việc thiết kế các tuyến du lịch đường bộ cần được nghiên cứu kỹ lưỡng về thị trường du lịch đường bộ mục tiêu, nhằm tạo ra sự tăng trưởng tiếp tục về số lượng du khách đến tham quan các khu vực và các tuyến đường du lịch đường bộ. Những tuyến đường du lịch này cần được thực hiện kết hợp với chương trình phát triển vùng, khu vực và quốc gia; đồng thời được xây dựng phù hợp với nguồn lực sẵn có và tạo ra của địa phương. Nguồn lực của cộng đồng địa phương kết hợp sự quản lý của chính quyền được sử dụng hiệu quả và bền vững sẽ đạt được những mục tiêu của phát triển du lịch đường bộ. Thêm vào đó, kinh phí cho việc cải thiện cơ sở hạ tầng du lịch địa phương là một yếu tố quan trọng trong sự thành công của khu vực. Sự hợp tác giữa các ngành khác nhau của khu vực tư nhân và các đối tác có vai trò quan trọng trong phát triển du lịch đường bộ như các nhà chức trách địa phương, các tổ chức liên chính phủ và Chính phủ các vùng, khu vực, quốc gia sẽ tạo nên nên tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của sản phẩm du lịch đường bộ.

Liên kết phát triển du lịch đường bộ:

- Liên kết xác định tài nguyên điểm đến: Xác định tài nguyên cốt lõi từng địa phương, các tài nguyên tạo sự khác biệt cho điểm đến, các tài nguyên có thể phối hợp để tạo sản phẩm chung trên tuyến.

- Liên kết xác định nguồn khách: Tùy thuộc vào đặc điểm tài nguyên và thế mạnh về cơ sở hạ tầng, dịch vụ mà mỗi địa phương nhắm đến một số nguồn khách riêng. Khi hợp tác cùng khai thác trên tuyến đường bộ thì cần có hoạt động liên kết để xác định

nguồn khách tiềm năng lâu dài phù hợp với tài nguyên và hạ tầng trên toàn tuyến.

- Liên kết xây dựng sản phẩm chung: Ngoài những sản phẩm du lịch riêng của từng điểm đến thì du lịch đường bộ xuyên quốc gia đòi hỏi phải có sự liên kết tạo sản phẩm chung, đặc biệt là các sản phẩm trọn gói trên toàn tuyến nhằm tăng sức hấp dẫn đối với thị trường khách.

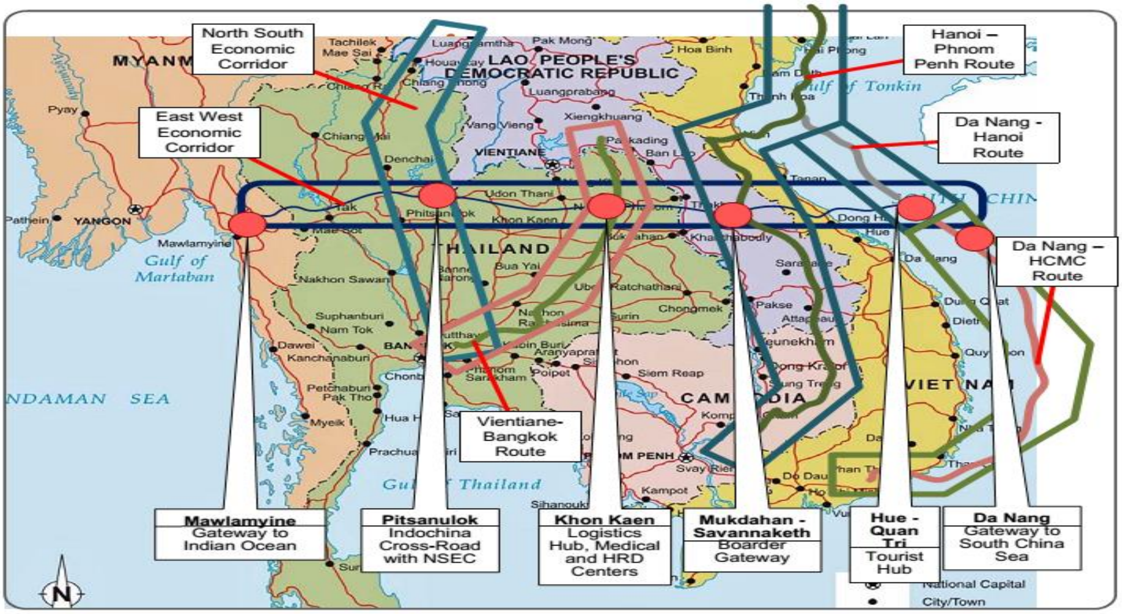
- Liên kết trong hoạt động quảng bá, xúc tiến: Cần có sự hợp tác liên kết phối hợp nguồn lực chung trong hoạt động xúc tiến quảng bá vào các thị trường khách chính, hơn là các nỗ lực riêng lẻ của từng địa phương.

3. Thực trạng phát triển loại hình du lịch đường bộ trên Hành lang Kinh tế Đông Tây

3.1. Cơ sở hạ tầng du lịch đường bộ

Hệ thống giao thông 1.450km đường bộ được coi là xương sống của HLKTĐT góp phần hình thành và phát triển các hành lang kinh tế, thương mại, du lịch trên tuyến.

***Hình** 1. Hệ thống giao thông đường bộ trên HLKTĐT*



Nguồn: Montague Lord, 2009

Kết quả từ khảo sát 49 doanh nghiệp du lịch hoạt động trên tuyến HLKTĐT và 295 khách du lịch trên tuyến cho thấy, các du khách và doanh nghiệp du lịch hoạt động trên HLKTĐT đều có đánh giá khá tốt về cơ sở vật chất - hạ tầng của điểm đến này. Trong đó, theo các doanh nghiệp, phương tiện vận chuyển tại địa phương được đánh giá tốt nhất (3,89 điểm), trong khi cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ được đánh giá kém nhất (3,25 điểm) tuy nhiên vẫn nằm trên mức trung bình. Đối với du khách, chất lượng cung ứng dịch vụ internet và chất lượng cung cấp điện nước được đánh giá tốt nhất (4,1 điểm) trong khi cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ vẫn là tiêu chí được đánh giá kém nhất (3,65 điểm). Qua đó, có thể thấy rằng, để phát triển du lịch đường bộ trên tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây, cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ là tiêu chí cần ưu tiên cải thiện hơn hết trong thời gian đến.

3.2. Sản phẩm, dịch vụ du lịch đường bộ

* Về lữ hành

Đến nay, đã có rất nhiều công ty lữ hành khai thác và hưởng lợi từ nguồn khách đến với HLKTĐT, chủ yếu là các công ty ở Khu

vực Isan, Bangkok, Chiang Mai (Thái Lan), Savanakhet, Champasak (Lào), Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng (Việt Nam). Đã hình thành nhiều nhóm công ty khai thác nguồn khách đường bộ, nguồn khách caravan, phía Việt Nam thậm chí còn hình thành Câu lạc bộ các doanh nghiệp đón khách Thái Lan đường bộ trực thuộc Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, qui định rõ chỉ có những công ty tham gia vào Câu lạc bộ này mới đủ điều kiện đón khách Thái Lan tại các cửa khẩu đường bộ. Các công ty lữ hành đã đóng một vai trò rất quan trọng trong việc định hướng, xúc tiến nguồn khách, tạo sản phẩm, chuẩn hóa hệ thống cung ứng dịch vụ… trên HLKTĐT.

** Về sản phẩm*

Do đặc thù về hạ tầng giao thông, vì vậy loại hình du lịch đường bộ là phổ biến nhất trên tuyến. Đường sắt và đường thủy gần như chưa có hoặc chưa khai thác được, chỉ có thể sử dụng phương tiện đường sắt để kết nối các trung tâm khách như: Yangon, Bangkok, Chiang Mai, Hà Nội, TP Hồ Chí Minh… vào các địa phương như: Mawlamyine, Sukhothai, Phitsanulok, Khon Kaen, Quảng Trị, Huế, Đà Nẵng. Đường hàng không thì chủ yếu dựa vào các sân bay trung tâm như Răng Gun, Chiang Mai, Bangkok, Viên Chăn, Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng… Các sản phẩm du lịch đường bộ còn khá đơn điệu, chủ yếu tập trung lưu trú ở một số trung tâm như Mukdahan, Savanakhet, Huế, Đà Nẵng…, các địa phương khác chỉ đi ngang qua, ngày lưu trú bình quân trên tuyến rất ngắn; sản phẩm du lịch chủ yếu là: Văn hóa lịch sử, sinh thái và nghỉ biển, trên 3 hình thức là: Xe caravan (tự lái), xe của các công ty lữ hành và xe công cộng.

Trên tuyến vẫn chưa hình thành được các sản phẩm du lịch theo chủ đề chung toàn tuyến. Phía Việt Nam đã có Con đường di sản Miền Trung rất hấp dẫn, tuy nhiên chưa mở rộng qua Lào, Thái Lan, Miến Điện.

Các sản phẩm dành cho nhóm gia đình tự lái xe, khách lẻ đi bằng mô tô, xe buýt, xe chất lượng cao… chủ yếu hình thành tại điểm đến gồm: Khách sạn/nhà nghỉ, nhà hàng ăn uống, điểm tham quan, điểm vui chơi, mua sắm… Các sản phẩm này trên tuyến chủ yếu mới ở mức cơ bản, trừ các trung tâm du lịch đã hình thành như Sukhothai, Khon Kaen, Huế, Đà Nẵng.

Các sản phẩm vui chơi, giải trí, mua sắm trên tuyến còn rất sơ sài, mới dừng lại ở công viên khủng long (Mukdahan, Savanakhet), vườn quốc gia (Mawlamyine, Phitsanulok, Phechabun, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng), casino (Savanakhet, Đà Nẵng), các quán bia, quán bar, karaoke, vũ trường, massage, các chợ, siêu thị địa phương…, chưa có các dịch cụ vui chơi giải trí, mua sắm theo chiều sâu, thực sự thu hút và giữ chân du khách như: Công viên nước, chợ đêm, phố đi bộ, các chương trình biểu diễn nghệ thuật, chương trình đường phố, các khu mua sắm tập trung, các dịch vụ buổi tối trên sông…

** Về lưu trú và ẩm thực*

Hệ thống dịch vụ lưu trú trên tuyến tính đến thời điểm này có thể đã đáp ứng được nhu cầu của nguồn khách thu nhập thấp (Tây ba lô, buôn bán nhỏ, thăm thân…) do hầu hết các địa phương đều gia tăng đáng kể lượng phòng từ 1-3 sao, homestay, hostel. Tuy nhiên, khách sạn hạng sang trên tuyến phân bố chưa đồng đều, phía Miến Điện chỉ có khách sạn 4 sao, chưa có 5 sao, Savanakhet chỉ có 1 khách sạn 5 sao (là casino Savan Vegas, chủ yếu phục vụ khách đánh bạc đến từ Thái Lan), chỉ có một số địa phương tập trung nguồn khách lớn có nhiều khách sạn 4-5 sao như Sukhothai, Khon Kaen, Huế, Đà Nẵng.

Hệ thống nhà hàng trên tuyến chỉ đáp ứng ở mức phục vụ các nhu cầu cơ bản, trừ một

số trung tâm du lịch (Sukhothai, Khon Kean, Huế, Đà Nẵng). Các nhà hàng này chủ yếu phục vụ các đoàn khách du lịch, phân bố đều trên tuyến, đặc biệt là khu vực Mukdahan, Savanakhet, Mường Phìn, Lao Bảo, Đông Hà. Tại các trung tâm du lịch, số lượng và chất lượng các nhà hàng là đáp ứng được hầu hết các nhu cầu.

** Về dịch vụ du lịch*

Nhìn chung các sản phẩm, dịch vụ du lịch trên HLKTĐT đáp ứng được nhu cầu của du khách, tuy nhiên dưới góc nhìn của các doanh nghiệp đang hoạt động trên tuyến này thì cần phát triển thêm các hoạt động vui chơi giải trí. Kết quả từ khảo sát cho thấy, các dịch vụ hỗ trợ như dịch vụ bưu chính viễn thông (điện thoại, internet) và dịch vụ ATM, đổi tiền, thanh toán thẻ… được các doanh nghiệp du lịch đánh giá tốt nhất; trong khi đó, sự đa dạng và phong phú của hoạt động vui chơi giải trí được đánh giá kém nhất, tuy nhiên số điểm vẫn ở trên mức trung bình.

Về giá cả các dịch vụ du lịch của các điểm đến trên tuyến, các du khách đều đánh giá từ mức khá tốt trở lên. Tuy nhiên, khảo sát cũng chỉ ra rằng mức chi tiêu của du khách tại điểm đến này phần lớn là dưới 300 USD/ngày (65,7%). Điều này cho thấy, trong thời gian đến cần nâng cao giá trị gia tăng của các dịch vụ du lịch trên tuyến HLKTĐT để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng cao cũng như nâng cao mức chi tiêu của du khách.

3.3. Thị trường khách du lịch đường bộ

Mặc dù các quốc gia trên tuyến có sự tăng trưởng mạnh mẽ về nguồn khách trong những năm qua, nhưng một số địa phương trên tuyến lại được coi là vùng trũng trong phát triển du lịch quốc gia, trừ Sukhothai, Khon Ken (Thái Lan), Savanakhet (Lào) do có nguồn khách đi ngang qua, Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng (Việt Nam). Các địa phương còn lại có lượng khách đến thấp.

***Bảng 1**. Số lượng khách du lịch đến các địa phương trên tuyến HLKTĐT*

Quốc gia	Địa phương	Lượng khách quốc tế đến năm 2017 (Người)	So với cả nước (%)	So với năm 2016 (%)
Myanmar	Mawlamyine	151.000	4,31	+19
	Myawaddy	36.000	1,02	+22
Thái Lan	Tak	290.000	0,81	+11
	Sukhothai	1.450.000	4,10	+9
	Phitsanulok	594.000	1,68	+8
	Phetchabun	496.000	1,40	+9
	Khon Kaen	1.270.000	3,59	+12
	Kalasin	370.000	1,05	+14
	Mukdahan	464.000	1,31	+11
Lào	Savanakhet	937.000	19,5	+8
Việt Nam	Quảng Trị	164.000	1,27	+13
	Thừa Thiên Huế	850.000	6,59	+12
	Đà Nẵng	2.310.000	17,90	+39

Nguồn: Tổng cục du lịch và tính toán của tác giả

Như vậy, mức đóng góp của các địa phương trên tuyến trong tổng nguồn khách quốc gia quá thấp, chủ yếu từ 1% đến 5%, chỉ có một số địa phương cao hơn 5% là Savanakhet (19,5%), Thừa Thiên Huế (6,59%) và Đà Nẵng (17,90%). Điều này đặt ra một nhiệm vụ hết sức bức thiết trong việc thu hút các nguồn khách đến quốc gia mình đến với khu vực HLKTĐT, bên cạnh việc khai thác các nguồn khách trực tiếp.

3.4. Nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch

Đối với đội ngũ quản lý Nhà nước, phần lớn nhân lực quản lý du lịch trên tuyến chưa được đào tạo bài bản về du lịch, đặc biệt ở các địa phương thuộc Miến Điện, Lào. Vì vậy, nhận thức trong phát triển du lịch bền vững, trong xác định sản phẩm địa phương, định vị nguồn khách, triển khai các hoạt động xúc tiến, kiểm soát các dịch vụ trên tuyến, trình độ ngoại ngữ… còn nhiều hạn chế.

Đối với hệ thống cung ứng dịch vụ, nguồn nhân lực ở các thành phố lớn như Khon Kean, Sukhothai, Huế, Đà Nẵng đã cơ bản đáp ứng được yêu cầu của các loại hình khách, các địa phương còn lại nhân lực rất dồi dào về số lượng nhưng phần đông chưa qua đào tạo, thiếu chuyên môn nghiệp vụ, thái độ, ngoại ngữ, chỉ có thể phù hợp với qui mô dịch vụ nhỏ, lẻ, phục vụ cho khách ba lô, thu nhập thấp là chủ yếu.

Trong hệ thống dịch vụ trên tuyến, thực trạng nhân lực của đội ngũ hướng dẫn viên và lái xe là rất đáng quan tâm. Do đặc thù của chương trình du lịch đường bộ liên quốc gia là thời gian trên xe rất nhiều, vì vậy chất lượng của đội ngũ hướng dẫn và lái xe ảnh hưởng rất quyết định đến sự hài lòng của du khách.

Một điểm sáng về nguồn nhân lực là lực lượng cán bộ ở các công ty lữ hành khai thác khách trên tuyến. Các công ty này đã nhanh chóng xây dựng đội ngũ và triển khai công tác chào bán, kết nối, giới thiệu sản phẩm và điều hành khách. Hầu hết các công ty lữ hành có thương hiệu trên tuyến đều tham gia khai thác nguồn khách đường bộ, kể cả một số công ty nước ngoài, góp phần làm tăng tính chuyên nghiệp của hoạt động khai thác.

3.5. Thực trạng liên kết phát triển loại hình du lịch đường bộ

Một trong những nội dung cơ bản nhất của phát triển loại hình du lịch đường bộ trên tuyến Hành lang kinh tế Đông Tây là liên kết các Chính phủ, các cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch (Tổng cục du lịch), các địa phương trên tuyến và các đơn vị cung ứng dịch vụ, các công ty lữ hành. Đây lại là hoạt động thời gian qua còn rất yếu, chưa đi vào thực chất, chưa triển khai hướng dẫn chi tiết. Cụ thể như sau:

- Về liên kết tạo và triển khai khung pháp lý, chưa hình thành đồng bộ các khung pháp lý, hoặc đã hình thành nhưng việc triển khai hướng dẫn thực hiện còn rất lúng túng, chưa đi vào thực chất liên kết, còn tạo ra rào cản lớn cho phát triển du lịch trên tuyến.

- Về liên kết ở cấp Chính phủ, các nước đã thống nhất thiết lập cơ chế tổ chức Hội nghị Thứ trưởng Ngoại giao thường niên. Trước Hội nghị này sẽ có họp Hội nghị các quan chức cao cấp (SOM) và các cuộc họp chuyên gia về từng lĩnh vực cụ thể. Tuy vậy, các hoạt động này có ý nghĩa về mặt nhận thức nhiều hơn là việc tạo ra những liên kết cụ thể về mặt sản phẩm - thị trường.

- Về liên kết trong quản lý Nhà nước ở các địa phương, đã có sự hợp tác ký kết giữa Quảng Trị - Savanakhet - Mukdahan, Huế - Phitsanulok, Đà Nẵng - Khon Kean. Tuy nhiên, các liên kết này còn khá lỏng lẻo, cơ bản chỉ là định hướng các công ty lữ hành trao đổi khách, riêng Quảng Trị - Savanakhet - Mukdahan thì đã có thỏa thuận nội dung tạo điều kiện cho phương tiện vận chuyển khách du lịch, đồng bộ hóa các thủ tục ở 2 cặp cửa

khẩu (nhưng đến nay vẫn chưa áp dụng). Các địa phương của Miến Điện (Mawlamyine, Myawaddy) thì hầu như tham gia vào bất cứ hoạt động hợp tác nào, cửa khẩu đường bộ tại Myawaddy vẫn chưa miễn thị thực cho công dân ASEAN (chỉ miễn ở các cửa khẩu sân bay) gây khó khăn cho việc triển khai sản phẩm du lịch trên tuyến.

- Về liên kết tạo sản phẩm chung và định vị nguồn khách, nội dung này gần như chưa được triển khai ở cấp quản lý Nhà nước. Các địa phương trên tuyến mạnh ai nấy làm, tự hình thành các sản phẩm địa phương (trừ Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng và Khon Kean - Phitchabun, Phitsanulok, Sukhothai). Chỉ có các công ty lữ hành tự kết nối các điểm đến trên tuyến để tạo thành sản phẩm, chưa có sự tham gia hỗ trợ của các địa phương trong việc xác định thế mạnh và điểm khác biệt về tài nguyên để phối hợp thành sản phẩm chung. Chưa hình thành các sản phẩm chuyên đề, các sản phẩm theo chủ đề chung trên toàn tuyến. Phía Việt Nam đã có sản phẩm chủ đề qua 3 địa phương là chương trình Hành trình di sản nhưng vẫn chưa được phát triển toàn tuyến. Nguồn khách trên tuyến vẫn chưa có sự nghiên cứu chi tiết để xác định đâu là các nguồn khách chính, xếp theo thứ tự ưu tiên, đâu là nguồn khách sẽ khai thác trong ngắn hạn và dài hạn.

- Công tác liên kết tuyên truyền về quá trình hợp tác kinh tế giữa các nước nằm dọc HLKTĐT còn nhiều hạn chế. Đội ngũ cán bộ làm công tác đối ngoại và hội nhập kinh tế quốc tế của một số địa phương vừa thiếu về số lượng và yếu về trình độ chuyên môn, ngoại ngữ. Công tác thông tin đối ngoại vẫn còn mang tính vụ việc và chưa có một định hướng, một chiến lược rõ ràng, cụ thể; hiểu biết về thị trường thế giới và luật pháp quốc tế của các doanh nghiệp, của địa phương còn hạn chế.

4. Một số rào cản cho sự phát triển loại hình du lịch đường bộ trên Hành lang Kinh tế Đông Tây

Về cơ sở hạ tầng du lịch đường bộ: Từ cửa khẩu Lao Bảo về tới Cảng Đà Nẵng (Đường 9 và quốc lộ 1A) có khoảng 30 thị trấn, đường hẹp, mật độ xe máy lưu thông cao. Nhiều điểm, chốt giao thông quy định tốc độ trung bình khoảng 30km/h đã làm hạn chế tốc độ vận chuyển hành khách, mất nhiều thời gian cho lưu thông trên tuyến đường này.

Về phương tiện vận tải du lịch, các doanh nghiệp du lịch chủ yếu sử dụng xe của Lào để vận chuyển khách Thái Lan về tham quan Việt Nam và ngược lại đưa khách Việt Nam tham quan Lào và Thái Lan. Các phương tiện tay lái bên phải của Thái Lan và phương tiện của Việt Nam vào Thái Lan rất ít, trừ một số đoàn caravan và thủ tục xin phép mất nhiều thời gian. Phía Lào đang áp dụng hạn chế xe chạy không của Việt Nam vào Lào đón khách (đón khách phải có giấy phép của Sở Du lịch và Công an du lịch Savannakhet). Điều này gây khó khăn, cản trở cho việc kinh doanh vận chuyển khách du lịch. Đặc biệt, do sự khác biệt về tay lái (thuận và nghịch) giữa Việt Nam, Lào, Miến Điện với Thái Lan nên việc sử dụng 1 xe du lịch vận chuyển khách suốt hành trình là rất khó khăn, đẩy chi phí vận chuyển lên cao. Việc đưa khách Caravan (xe tự lái) của Thái Lan đi ôtô tay lái nghịch vào Việt Nam phải chờ xin phép, thực hiện các thủ tục tạm nhập tái xuất xe tốn nhiều thời gian và chi phí. Từ tháng 6/2009, hiệp định về xe tay lái nghịch trên toàn tuyến HLKTĐT được vào lãnh thổ của nhau có hiệu lực. Nhưng, cho đến nay, việc thực hiện hiệp định vẫn còn nhiều vướng mắc, khiến lượng xe từ Thái Lan, Lào vào Việt Nam vẫn còn hạn chế. Ngược lại, không ít doanh nghiệp Việt Nam đưa khách vào Thái Lan và ngược lại đã phải đổi xe ở biên giới Lào - Thái, chấp nhận mất thêm chi phí còn hơn những nhiêu khê khi phải xin các loại giấy phép. Quy định “Một điểm dừng,

một lần kiểm tra" chỉ mới áp dụng riêng cho hàng hóa.

Về thủ tục nhập xuất cảnh cho khách du lịch:

- Việc kiểm tra vẫn còn phải tiến hành ở cả hai bên cửa khẩu, cho cả hai cặp cửa khẩu những ngày đầu và cuối chương trình (Ví dụ Mukdahan - Savanakhet, Densavan - Lao Bảo cho chương trình khách từ Thái Lan vào Đà Nẵng - Huế), làm cho du khách rất mất thời gian và mệt mỏi. Ngoài ra, các chủ trương, chính sách và thủ tục xuất nhập cảnh vẫn còn nhiều bất cập.

- Phí và lệ phí tại các cặp Cửa khẩu cũng chưa thống nhất, mức thu mỗi loại phí cũng khác nhau. Giờ làm việc tại các cặp cửa khẩu Mukdahan - Savannakhet; Lao Bảo - Dansavanh hiện tại không thống nhất.

- Tờ khai phương tiện qua cửa khẩu cũng không thống nhất: Tại cửa khẩu Lào - Thái Lan chỉ cần 6 thông tin cần thiết; nhưng tại các cửa khẩu giữa Việt Nam - Lào thì tờ khai có đến 45 thông tin. Những bất cập này, các địa phương trên HLKTĐT không phải không biết, nhưng vẫn chưa có những biện pháp khắc phục một cách đồng bộ giữa các địa phương và các nước trên tuyến hành lang này. Tờ khai phương tiện xuất cảnh nhập cảnh tại cửa khẩu Lao Bảo có quá nhiều mục phải kê khai và còn rườm rà, tốn nhiều thời gian (02-04 giờ) trong khi phía Thái Lan sử dụng những tờ khai đơn giản hơn. Nội dung tờ khai hải quan đối với hàng hóa xuất nhập khẩu, quá cảnh và phương tiện vận tải tạm nhập, tái xuất còn chưa thống nhất tại cả ba nước. Ngay ở phía Việt Nam, đoạn đường từ Thành phố Đà Nẵng đến Lao Bảo khoảng 260 km, nhưng mất tới 5-6 tiếng đồng hồ đi xe ô tô, do thời gian "chết" tại các trạm thu phí, quy định hạn chế tốc độ, lại phải thêm 1 tiếng nữa để làm thủ tục tại cửa khẩu Lao Bảo - Dansavanh... là những rào cản ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động du lịch trên tuyến Hành lang kinh tế Đông Tây.

Về liên kết phát triển loại hình du lịch đường bộ:

- Phát triển liên vùng giữa các nước trong khu vực, tiềm năng kinh tế của HLKTĐT được cộng đồng quốc tế thừa nhận. Tuy nhiên trong tiến trình hợp tác kinh tế giữa các nước thuộc HLKTĐT giai đoạn: 1998 - 2010, đã bộc lộ nhiều hạn chế cần khắc phục và thực trạng này vẫn chưa có những chuyển biến theo hướng tích cực mặc dù đã được nhìn thấy từ phía các ngành và địa phương có liên quan. Cho đến năm 2010, hợp tác kinh tế giữa các địa phương và các nước thuộc HLKTĐT vẫn còn nhiều rào cản nhất là những vướng mắc do cơ chế không tương thích của từng quốc gia, khiến HLKTĐT chưa thể thông thoáng thật sự.

- Nhìn chung, tính đồng bộ và cơ chế phối hợp giữa các địa phương trên toàn tuyến Hành lang kinh tế Đông Tây vẫn còn thấp và thiếu. Các Hiệp định giao thông xuyên biên giới vẫn còn hiệu lực nhưng chưa hoàn thiện và đầy đủ. Thực chất hợp tác trên Hành lang kinh tế Đông Tây là hợp tác giữa các đối tác yếu - yếu, khả năng bổ sung cho nhau, về lý thuyết là to lớn song việc hiện thực hóa các khả năng này là rất khó khăn. Trong khi đó, những mục tiêu đưa ra đối với HLKTĐT lớn, bao gồm nhiều lĩnh vực hợp tác phát triển từ văn hóa đến kinh tế thương mại, đặc biệt là du lịch, nhưng hoạt động đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng sao cho tương xứng giữa các vùng để có thể nối với nhau và đồng bộ hóa các quy định pháp luật lại là một vấn đề.

5. Một số hàm ý chính sách phát triển loại hình du lịch đường bộ trên Hành lang Kinh tế Đông Tây

5.1. Phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở dịch vụ phục vụ du lịch

Hạ tầng giao thông đường bộ sẽ là điều kiện quan trọng nhất để phát triển loại hình du lịch đường bộ trên Hành lang Đông Tây.

Để đáp ứng các yêu cầu về tuyến đường, cần đầu tư công tác quy hoạch du lịch toàn tuyến và quy hoạch du lịch từng vùng tại các quốc gia. Có thể thiết kế tuyến đường chính xuất phát từ Myawaddy (Myanma) → Measot → Tak → Phitsanulok (vườn quốc gia Lang Sang) → Sukhothai (cố đô đầu tiên của Thái) → Khon Kean (vườn quốc gia) → Kalasin (Phật đàn Phu pot) → Kuchinarai (bảo tàng khủng long) → Mukdahan (vườn quốc gia Phu Pha Thoep, chợ Đông Dương, vườn quốc gia Muck, cầu Hữu Nghị 2 vượt sông Mekong) → Savannakhet (đô thị cổ, chùa Ing Hang, trung tâm giải trí Savan Vegas, làng Seno) → Mường Phìn → Dansavanh → Lao Bảo (khu thương mại miễn thuế, Khe Sanh, cầu Dakrong, làng dân tộc Cơ tu) → Đông Hà (tỉnh Quảng Trị, nghĩa trang Trường Sơn, thành cổ Quảng Trị) → Cố đô Huế → Khu vực Lăng Cô, Bạch Mã, Cảnh Dương → Hầm Hải Vân → Thành phố Đà Nẵng → Hội an (di sản thế giới) → Mỹ Sơn (di sản thế giới).

Bên cạnh đó, phát triển 4 tuyến đường phụ bao gồm:

(1) Tuyến phụ 1 xuất phát từ Khon Kaen → Udon Thani → Nong Khai → Cầu Hữu Nghị 1 → Vientiane → Muang Pakxan → Cửa khẩu cầu treo → Vinh (khu di tích Hồ Chí Minh, đại thu hào Nguyễn Du) → Hà Tĩnh (chùa Hương Tích, biển Thiên Cầm).

(2) Tuyến phụ 2 xuất phát từ Khon Kaen → Kalasin → Sakhon Nakhon → Nakhon Phanom (làng Hữu Nghị Việt Thái, khu di tích Hồ Chí Minh) → Cầu Hữu Nghị 3 → Bến Đợi → Muang Khăm Muộn → Chalo (di sản thế giới Phong Nha Kẻ Bàng) → Thành phố Đồng Hới (biển Nhật Lệ).

(3) Tuyến phụ 3 xuất phát từ Khon Kaen →Roi Et → Yasothon → Ubon Ratchathani → Pakse (cao nguyên Boloven, đồn điền cao su, tỉnh lớn thứ 3 của Lào, thác lớn nhất của Đông Nam Á, di sản văn hóa thế giới Wat Phu) → Tỉnh Sekong (các nhà máy thủy điện Việt Lào) → Cửa khẩu Dakoc → Hội An, Mỹ Sơn → Đà Nẵng (bãi biển Đà Nẵng, Hội An).

(4) Tuyến phụ 4 xuất phát từ Khon Kaen → Roi Et → Ubon Ratchathani → Pakse (cao nguyên Boloven, đồn điền cao su, tỉnh lớn thứ 3 của Lào, thác lớn nhất của Đông Nam Á → Atôpư → Cửa khẩu Bờ Y (chia làm 2 nhánh). Nhánh 1: Cửa khẩu Bờ Y → khu du lịch sinh thái Măng đen → Quảng Ngãi (khu kinh tế Dung Quất, bảo tàng văn hóa Sa Huỳnh, bãi biển Mỹ Khê/Sa Huỳnh). Nhánh 2: Cửa khẩu Bờ Y → Kon Tum → Pleiku (thủy điện Gia Ly) → Quy Nhơn (khu kinh tế Nhơn Hội) → Tuy Hòa.

Song song với việc phát triển các tuyến đường, cần đẩy mạnh phát triển các cơ sở hạ tầng hướng đến sự tiện ích cho du khách.

Đối với các cơ sở dịch vụ phục vụ du lịch, kiến nghị các cơ quan quản lý Nhà nước, cơ quan xúc tiến đầu tư địa phương, các nhà đầu tư và cộng đồng doanh nghiệp quan tâm đến những nội dung sau:

- Quy hoạch các điểm tham quan gắn với tài nguyên du lịch, đầu tư theo hướng gìn giữ các giá trị sinh thái để khai thác du lịch lâu dài, có tính đến lợi ích của cộng đồng địa phương, đặc biệt là các khu rừng nguyên sinh, khu bảo tồn quốc gia, khu rừng đặc dụng, khu sinh thái đầm phá… ở Mawlamyine (Miến Điện), Phetchabun, Phitsanulok, Tak (Thái Lan), Savanakhet (Lào), Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng (Việt Nam).

- Để đảm bảo phục vụ lượng khách du lịch đang ngày càng tăng, mỗi quốc gia cần thống nhất tiêu chuẩn của các đơn vị vận chuyển về phương tiện, con người, năng lực.. để lựa chọn các đơn vị có năng lực vận chuyển khách (giá cả hợp lý, đảm bảo an toàn và thoải mái cho khách). Có thể xem xét việc thành lập công ty vận chuyển khách

quốc tế trên cơ sở liên kết giữa các công ty vận chuyển khách của các quốc gia.

- Khuyến khích đầu tư vào phát triển cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch như các khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, các trung tâm vui chơi giải trí, siêu thị phục vụ khách du lịch… đặc biệt đối với những địa phương có hạ tầng dịch vụ kém phát triển như: Mawlamyine, Myawaddy (Miến Điện), Kalasin, Tak (Thái Lan), Savanakhet (Lào), Quảng Trị (Việt Nam), trong đó ưu tiên kêu gọi đầu tư vào những điểm dừng gắn với tài nguyên du lịch trên đường như: Seno, Mường Phìn (Savanakhet), Lao Bảo, Khe Sanh (Quảng Trị).

5.2. Liên kết phát triển du lịch

Liên kết là nội hàm quan trọng nhất để có thể nhanh chóng phát triển loại hình du lịch đường bộ trên tuyến Hành lang Kinh tế Đông Tây. Thực tế cho thấy loại hình du lịch đường bộ xuyên quốc gia không thể phát triển được với chỉ những nỗ lực cục bộ, manh mún, nhỏ lẻ của từng địa phương. Cần có cam kết mạnh mẽ của các bên liên quan trong liên kết các nguồn lực, thúc đẩy loại hình sản phẩm này phát triển. Cụ thể là:

- Liên kết cấp Chính phủ và các tổ chức quốc tế:

+ Đầu tiên là các Chính phủ phải nhanh chóng hoàn thiện khung pháp lý hỗ trợ cho việc phát triển loại hình du lịch đường bộ nói riêng và phát triển các hoạt động thương mại, giao thông, dịch vụ nói chung trên Hành lang Kinh tế Đông Tây. Trong đó, chủ yếu tập trung vào chính sách miễn thị thực khối ASEAN, hoặc miễn thị thực trong ACMECS (Thái Lan, Miến Điện, Lào, Campuchia, Việt Nam); chính sách đồng bộ hóa thủ tục ở các cặp cửa khẩu đường bộ trên tuyến; hoàn chỉnh việc triển khai và hướng dẫn thực hiện Hiệp định vận tải xuyên biên giới trong khu vực Tiểu vùng sông Mê Kông (GMS-CBTA), trong đó qui định rõ việc cho phép lưu thông xe tay lái nghịch, đồng bộ hóa giấy phép lái xe, giấy phép liên vận quốc tế…; đơn giản hóa thủ tục nhập xuất cảnh cho người, phương tiện, hàng hóa; đẩy mạnh chính sách mở cửa bầu trời; qui định chi tiết và hướng dẫn thi hành Thỏa thuận công nhận nghề du lịch trong ASEAN (MRA-TP)….

+ Liên kết vùng không thể thiếu một ban điều phối hỗ trợ liên kết, cụ thể cần một tổ chức Điều phối Du lịch của Hành lang kinh tế Đông Tây bao gồm đại diện cấp cao từ các Bộ, Ban, Ngành thuộc Chính phủ, các tổ chức du lịch của mỗi quốc gia thuộc khu vực. Đặc biệt Ban điều phối này phải có vai trò trung gian kết nối, phối hợp tổ chức và tài trợ hoạt động của các tổ chức phi chính phủ, trong đó có vai trò đặc biệt quan trọng của Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB). Tổ chức này tập trung chính vào các hỗ trợ sáng kiến hợp tác tiểu khu vực trong lĩnh vực du lịch dựa trên việc quảng bá Hành lang kinh tế Đông Tây như một điểm đến duy nhất, xây dựng quy hoạch phát triển cơ sở hạ tầng hỗ trợ du lịch một cách đồng bộ, xây dựng các chương trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thống nhất giữa các địa phương, phát triển đối thoại hợp tác giữa khu vực công và tư, và tạo điều kiện cho các dòng khách du lịch, vốn, và lao động dịch chuyển trong khu vực tiểu vùng.

+ Liên kết giữa các Tổng cục du lịch, các cơ quan xúc tiến du lịch để cùng triển khai công tác xúc tiến quản bá tạo hình ảnh chung cho tuyến du lịch đối với khách hàng tiềm năng bằng việc cùng tổ chức các sự kiện giới thiệu tiềm năng du lịch cùng nghiên cứu đưa ra sản phẩm tuyên truyền, những chương trình quảng cáo chung… Bên cạnh đó cần xúc tiến thành lập một Ủy ban phối hợp giữa các cơ quan xúc tiến để kết nối và điều hành các hoạt động.

+ Việc hình thành Hiệp hội Du lịch của tuyến hành lang kinh tế Đông Tây với sự tham gia của các Hiệp hội Du lịch các địa phương, các quốc gia có thể thúc đẩy sự liên kết trong khai thác tài nguyên và phát triển dịch vụ du lịch ở các nước để tạo ra các sản phẩm có chất lượng, thu hút ngày càng đông khách du lịch cho tuyến du lịch.

+ Thực hiện liên kết trong công tác đào tạo nguồn nhân lực phát triển du lịch giữa các trường đại học, cao đẳng, trường dạy nghề của cả 4 nước, ưu tiên đào tạo ngôn ngữ, hướng dẫn viên, văn hóa giao tiếp. Hỗ trợ các chương trình trao đổi sinh viên, giáo viên và hợp tác nghiên cứu khoa học.

- Liên kết giữa các cơ quan quản lý du lịch địa phương: Tăng cường tạo lập các mối liên kết phát triển du lịch với các nước bạn, nhằm phát triển hệ thống cơ chế chính sách hỗ trợ du lịch một cách đồng bộ; Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp về các thủ tục hành chính, bố trí đất đai ổn định để sản xuất, kinh doanh, giải quyết kịp thời và thỏa đáng các vướng mắc, kiến nghị của doanh nghiệp.

- Liên kết trong cộng đồng doanh nghiệp trên tuyến: Các công ty lữ hành liên kết với nhau và với cơ quan quản lý du lịch địa phương nhằm tạo ra những sản phẩm hấp dẫn, có sức cạnh tranh với thị trường. Liên kết giữa các công ty lữ hành trong hoạt động khai thác nhằm tạo sự ổn định của hệ thống dịch vụ sử dụng, mức giá cạnh tranh với các điểm đến khác, liên tục có sự phối hợp trong vấn đề tạo ra sản phẩm chung cũng như việc nghiên cứu đổi mới sản phẩm. Hướng đến việc tạo ra các nhóm công ty liên kết nhằm tổ chức khai thác khách một cách chuyên nghiệp, tạo sức mạnh chung cho việc khai thách khách du lịch. Bên cạnh đó, các công ty lữ hành liên kết với đơn vị cung ứng dịch vụ để tạo ra những sản phẩm có chất lượng ổn định với mức giá cạnh tranh nhằm hỗ trợ công tác khai thác.

5.3. Bảo tồn tài nguyên và cải thiện môi trường du lịch

* Đảm bảo quy hoạch gắn với bảo vệ tài nguyên du lịch và môi trường

Một trong những điểm khác biệt thu hút du khách trên tuyến Hành lang Đông Tây là hệ sinh thái phong phú, tài nguyên nhân văn đặc sắc. Vì vậy, kiến nghị các Chính phủ và cơ quan quản lý địa phương trên tuyến phải quy hoạch và bảo vệ chặt chẽ các loại tài nguyên du lịch, bố trí ngân sách thích đáng cho việc bảo vệ môi trường; bảo vệ, tôn tạo, trùng tu di tích, đảm bảo khai thác lâu dài và bền vững tài nguyên du lịch trên tuyến.

Lồng ghép các vấn đề môi trường vào quy hoạch phát triển kinh tế xã hội của các địa phương trên Hành lang Đông Tây và các hoạt động phát triển du lịch, dịch vụ trên tuyến. Cần đặc biệt quan tâm đến vấn đề bảo vệ tài nguyên, môi trường; đầu tư thích đang cho các hoạt động giữ gìn cảnh quan môi trường, trồng cây xanh, đảm bảo vệ sinh, xử lý rác thải... Xây dựng nhà vệ sinh tại các trạm dừng, khu du lịch, di sản sẽ có tác dụng lớn trong việc đảm bảo các khu vực này ở trong trạng thái sạch đẹp.

Các dự án phát triển kinh tế xã hội trên Hành lang Đông Tây dự kiến sẽ được triển khai rầm rộ trong thời gian tới. Vì vậy, các Chính phủ và địa phương trên tuyến khi cấp phép phải đảm bảo sự tồn tại lâu dài của tài nguyên du lịch và môi trường tự nhiên, không để các dự án khi triển khai ảnh hưởng đến sự phát triển bền vũng của điểm đến, trong đó có bền vững về môi trường.

* Hoàn thiện hệ thống quy định và các biện pháp bảo vệ môi trường

Kiến nghị các quốc gia trên Hành lang Đông Tây phải rà soát và hoàn chỉnh hệ thống khung pháp lý làm cơ sở cho việc bảo vệ tài nguyên du lịch, bảo vệ môi trường tự nhiên, môi trường kinh doanh và tạo điểm đến an toàn cho du khách.

Cần tính toán mức độ ảnh hưởng qua lại giữa môi trường và hoạt động du lịch đối với từng khu vực cụ thể, từng môi trường khác nhau.

Hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp quy về quản lý tài nguyên môi trường; xây dựng và ban hành tiêu chuẩn ngành về thiết kế và xây dựng các công trình du lịch phù hợp với cảnh quan, môi trường.

Tăng cường biện pháp quản lý trong xây dựng, phát triển và kinh doanh du lịch; chú trọng xử lý chất thải ở các khách sạn, các điểm du lịch, khu du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các công nghệ thân thiện với môi trường. Xử lý nghiêm đối với doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường.

* Tuyên truyền, giáo dục, nâng cao ý thức trách nhiệm và xã hội hóa việc bảo vệ tài nguyên, môi trường

Phát động phong trào bảo vệ tài nguyên, môi trường trong cộng đồng, xây dựng điểm đến đạt tiêu chuẩn môi trường. Huy động người dân tham gia bảo vệ tài nguyên, môi trường; duy trì phát triển các phong trào cộng đồng bảo vệ môi trường. Tăng cường giáo dục môi trường trong các trường học; tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao ý thức tự giác bảo vệ tài nguyên, môi trường.

Tăng cường nguồn lực và đa dạng hoá nguồn vốn đầu tư bảo vệ tài nguyên, môi trường, huy động các nguồn vốn ODA, vốn từ các chương trình hợp tác quốc tế, vốn từ nguồn thu phí môi trường và đóng góp từ các tổ chức phi chính phủ đầu tư cho hoạt động bảo vệ tài nguyên, môi trường.

** Tạo môi trường môi trường kinh doanh bình đẳng cho doanh nghiệp và môi trường an ninh, an toàn cho du khách*

Tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho doanh nghiệp du lịch hoạt động và phát triển bền vững. Kiến nghị Chính phủ các quốc gia trên tuyến sớm sửa đổi, ban hành Luật Du lịch và các văn bản hướng dẫn thực hiện cho phù hợp với hình tình mới, đặc biệt trong xu thế cách mạng 4.0. Đẩy mạnh phối hợp giữa các ngành, chính quyền địa phương để đơn giản hóa thủ tục, đặc biệt là thủ tục xuất nhập cảnh, hải quan, nâng cao nghiệp vụ đón tiếp cho nhân viên tại cửa khẩu. Giảm thiểu, bãi bỏ các giấy phép, thủ tục tổ chức các loại hình du lịch mới cho khách du lịch.

Một trong những yếu tố cơ bản tạo nên sức hút của các địa phương trên tuyến là việc tạo ra một môi trường an ninh, an toàn, thân thiện, mến khách. Đây là chính là đặc thù riêng trên tuyến khi mà nhóm giá trị này đang dần được hình thành. Miến Điện, Thái Lan, Lào đều có đặc điểm nhân chủng học là rất thân thiện, mến khách. 3 địa phương ở Việt Nam là Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng đã bước đầu tạo được thiện cảm du khách về điểm đến ít có chèo kéo, bu bám, chặt chém…. Chính vì vậy, kiến nghị các địa phương trên tuyến cùng phối hợp tạo nên kế hoạch hành động chung, xây dựng Hành lang Đông Tây thành thương hiệu là Hành lang Hữu nghị, an toàn, thân thiện, mến khách.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Báo Thương Mại điện tử, ngày 8-5-2010, *EWEC: Mục tiêu và Động lực*

Bộ ngoại giao Việt Nam, Thông tin kinh tế, *Chương trình hợp tác Tiểu vùng Mê Công mở rộng (GMS).*

Dermott, B. & Associates. (2000). “The Productive Marketing Approach”, *Unpublished research prepared for Tourism Queensland.*

Dự án Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ, 2015.

Fagence, M., (1991): "Rural tourism and the small country town", *Tourism Recreation Research*, 16(1), 34–43.

Greffe, X., (1994): "Is rural tourism a lever for economic and social development?", *Journal of Sustainable Tourism*, 7(2), 23–40.

Gunn, C.A. (2002): *Tourism Planning: Basics, Concepts, and Cases*, 4th edn, Routledge, New York.

Hồ Việt (2009), *Cơ sở khoa học và giải pháp khai thác có hiệu quả tiềm năng và lợi thế phát triển du lịch trên tuyến hành lang kinh tế Đông Tây (EWEC)*, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Lew, A., (1991): "Scenic roads and rural development in the US", *Tourism Recreation Research*, 16 (2), 23–30.

Miossec, J. M., (1977): Unmodele de l'espace touristique, in M. Oppermann, and K.S. Chon (Eds.), *Tourism in Developing Countrie*, International Thomson Business Press, London.

Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) (2016), *Regional Workshop on Strategic Priorities for The 10 - year GMS Tourism Sector Strategy*.

Nguyễn Thu Huyền, (2012), *Nghiên cứu chương trình du lịch trên tuyến Hành lang kinh tế Đông Tây của các công ty lữ hành tại thành phố Đà Nẵng*, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Pyo Won-Jeung (2008), "A Study on the Development of Interlinkage Tourism of Cities in Gangwon Province", The Graduate School Kwandong University.

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2011-2016), *Báo cáo thường niên của các của các tỉnh thành trên tuyến hành lang kinh tế Đông Tây*.

Taylor, Nelson, and Sofres (2001), "Strategic Insights into the over 50s Motoring HolidayMarket", *Unpublished research prepared for Tourism Queensland.*

Thitirat Panbamrungkij (2012), *An application of Geography Information System for supporting tourism development along the Southeast Asian East-West Economic Corridor*, PhD Thesis, Vienna University

Woodley, B. (2002), "Human despair behind road toll", *The Australian Monday January*, 7(4), pp. 1-5.