

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG DU LỊCH TỈNH QUẢNG NAM

SOLUTION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF QUANG NAM PROVINCE

Ngày nhận bài: 05/10/2018

Ngày chấp nhận đăng: 27/10/2018

Nguyễn Trường Sơn, Nguyễn Sơn Tùng

TÓM TẮT

Phát triển bền vững là một xu hướng và cũng là một yêu cầu của phát triển du lịch trong bối cảnh hiện nay. Phát triển bền vững du lịch góp phần đảm bảo sự cân bằng cho ngành du lịch của các quốc gia, địa phương trên cả ba yếu tố là môi trường, xã hội và kinh tế. Quảng Nam là một tỉnh có những thế mạnh đặc biệt về phát triển du lịch, sự phát triển của ngành du lịch đã tác động mạnh đến sự phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Tuy nhiên, kết quả phát triển du lịch chưa tương xứng với tiềm năng của Tỉnh. Bài viết sẽ phân tích thực trạng phát triển của ngành du lịch tại đây theo quan điểm bền vững, chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức và đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch theo hướng bền vững tại tỉnh Quảng Nam.

Từ khóa: Phát triển, bền vững, Du lịch, Quảng Nam, điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức, giải pháp.

ABSTRACT

In present, sustainable development is a trend and a requirement for developing tourism. Sustainable development of tourism contributes to the balance of national and local tourism on all three factors: environmental, social and economic. Quang Nam province has special strengths in tourism development, and it has strongly impacted the socio-economic development of the province. However, the growing rate of tourism development has not commensurated with the potential of the province. This article will analyze the current status of tourism development in a sustainable manner, pointing out the strengths, weaknesses, opportunities and challenges and propose some solutions for sustainable tourism development. in Quang Nam province.

Keywords: Development, Sustainability, Tourism, Quang Nam, strengths, weaknesses, opportunities, challenges, solutions.

1. Đặt vấn đề

Quảng Nam là vùng đất Địa Linh Nhân Kiệt, với tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú và đa dạng, tài nguyên du lịch văn hóa và nhân văn độc đáo và khác biệt, đây cũng là vùng đất tập trung hai di sản văn hóa thế giới nổi tiếng là Hội An và Mỹ Sơn, điều này làm cho Quảng Nam có sức hấp dẫn đặc biệt với du khách trong và ngoài nước.

Trong suốt từ khi tái lập tỉnh đến nay, du lịch luôn được xem là ngành mũi nhọn, được chính quyền Tỉnh tập trung mọi nguồn lực ưu tiên phát triển. Sự phát triển của ngành du lịch đã tạo sự tác động mạnh đến phát triển kinh tế và xã hội của địa phương. Thương hiệu du lịch Hội An được đánh giá cao với 34 danh hiệu được các tổ chức, tạp chí, trang

web du lịch bình chọn kể từ năm 2011 trở lại đây. Du lịch Quảng Nam cũng đã tạo được dấu ấn đậm nét trong lòng du khách và trên bản đồ du lịch khu vực. Tuy nhiên, phát triển du lịch một cách bền vững là cả chặng đường đầy cam go, thử thách, đòi hỏi sự nỗ lực thường xuyên và nhiều hơn nữa của chính quyền và người dân địa phương. Đã có khá nhiều nghiên cứu về phát triển du lịch địa phương tỉnh Quảng Nam, tuy nhiên còn khá vắng bóng những nghiên cứu về vấn đề này trên quan điểm phát triển du lịch bền vững. Bài viết tập trung đánh giá quá trình phát triển của du lịch Quảng Nam theo quan điểm bền vững, xác định những cơ hội và thách

Nguyễn Trường Sơn, Nguyễn Sơn Tùng, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

thức, điểm mạnh và điểm yếu để từ đó xác định các giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường tính bền vững trong phát triển du lịch tại đây.

2. Quan điểm về du lịch bền vững và phát triển du lịch bền vững

Phát triển du lịch theo hướng bền vững được coi là định hướng phát triển du lịch của nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) tại hội nghị về Môi trường và Phát triển của Liên hiệp quốc tại Rio de Janeiro năm 1992: “Du lịch bền vững là việc phát triển các hoạt động nhằm đáp ứng các nhu cầu hiện tại của khách du lịch và quan tâm đến người dân bản địa trong khi vẫn quan tâm đến việc bảo tồn và tôn tạo các nguồn tài nguyên cho phát triển du lịch trong tương lai. Du lịch bền vững sẽ có kế hoạch quản lý các nguồn tài nguyên nhằm thỏa mãn các nhu cầu về kinh tế, xã hội, thẩm mỹ của con người trong khi vẫn duy trì được sự toàn vẹn về văn hóa, đa dạng sinh học, sự phát triển của hệ sinh thái và các hỗ trợ cho cuộc sống con người”.

Theo Điều 4, Chương 1, Luật Du lịch Việt Nam năm 2005: “*Du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng được các nhu cầu hiện tại mà không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch của tương lai*”. Đây cũng là quan điểm chúng tôi sử dụng cho bài viết này.

Du lịch bền vững là một xu thế của thời đại, là mục tiêu đặt ra cho phát triển và có ý nghĩa quan trọng cả về mặt kinh tế, xã hội và môi trường trên phạm vi toàn cầu. Vào đầu những năm 1980, Liên hiệp Quốc tế Bảo vệ Thiên nhiên (Union internationale pour la Conservation de la nature-UICN) là tổ chức đã đề khởi khái niệm phát triển bền vững. Đến năm 1987, khái niệm này đã được Ủy ban Thế giới về Môi trường và Phát triển (Commission mondiale sur l'Environnement et le développement) định nghĩa: “*Phát triển bền vững là sự phát triển nhằm thỏa mãn các*

yêu cầu hiện tại nhưng không tổn hại cho khả năng của các thế hệ tương lai để đáp ứng yêu cầu của chính họ”. Từ lúc phức trình Brundtland được phổ biến (1987) cho tới nay, tổ chức Liên Hiệp Quốc đã triệu tập hai hội nghị quan trọng dành cho vấn đề Phát triển bền vững. Hội nghị Thượng đỉnh về Trái đất (Sommet de la Terre/Earth Summit) diễn ra năm 1992 tại Rio de Janeiro đã chính thức hóa sự đồng lòng thỏa thuận của các nước thành viên Liên Hiệp Quốc về một chương trình nghị sự Phát triển bền vững gọi là Agenda 21 (Action Plan for Sustainable Development for the 21st Century). Năm 2002, Hội nghị Thượng đỉnh Thế giới về Phát triển bền vững (Sommet mondial pour le développement durable/World Summit on Sustainable Development) tại Johannesburg đã xác định phải xúc tiến và thực hiện Agenda 21 và đã đề ra các mục tiêu cho thiên niên kỷ 21 [9]. Phát triển bền vững đã được các nghiên cứu tập trung vào hơn 500 tiêu chí. Trong đó, 67 tiêu chí có qui mô toàn cầu, 103 có qui mô quốc gia, 72 có qui mô bang hoặc tỉnh và 289 có qui mô địa phương hay thành phố. Đã có nhiều nghiên cứu trên thế giới và ở Việt Nam về phát triển du lịch bền vững. Rob Harris, Peter Williams and Tony Griffin [8] đã nghiên cứu về du lịch bền vững trong bối cảnh toàn cầu; Tavor H.B.Sofield cũng nghiên cứu nhiều nội dung về khả năng phát triển du lịch bền vững, đặc biệt tại một số điểm đến du lịch [10]; bên cạnh đó Robert W. Kates, Thomas M. Parris, Anthony A. Leiserowitz, Medlik S., Dunphy D., Griffith A., Benn S., Tinard Y.,... đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về phát triển bền vững và phát triển du lịch bền vững. Trong nước, các tác giả Nguyễn Đình Hoè, Vũ Văn Hiếu đã xuất bản công trình du lịch bền vững [4], Vũ Tuấn Cảnh và Phạm Trung Lương [2] nghiên cứu du lịch bền vững từ đó đưa ra quan điểm chiến lược của phát triển du lịch Việt Nam; Nguyễn Ngọc Sinh và Vũ Tuấn

Cảnh nghiên cứu an ninh môi trường cho phát triển bền vững [5]; bên cạnh đó các tác giả cũng nghiên cứu về du lịch bền vững ở nhiều góc độ khác nhau như Lê Huy Bá, Hồ Kỳ Minh, Trương Sĩ Quý, Nguyễn Thị Tú, Nguyễn Bá Lâm, Huỳnh Văn Đà,... Du lịch bền vững được hiểu là du lịch đáp ứng nhu cầu hiện tại của du khách và vùng du lịch mà vẫn đảm bảo những khả năng đáp ứng nhu cầu cho các thế hệ tương lai. Theo đó, du lịch bền vững được thống nhất như sau:

- Giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên và môi trường nhân văn, du lịch thân thiện với môi trường.

- Đảm bảo lợi ích nhiều mặt của cộng đồng dân cư địa phương, tăng thu nhập cho địa phương.

Có trách nhiệm về phát triển du lịch hôm nay và cả tương lai, vì vậy, du lịch bền vững đồng nghĩa với du lịch trách nhiệm.

Với cách tiếp cận trên, phát triển du lịch bền vững sẽ mang lại lợi ích cả về kinh tế, môi trường và xã hội cho địa phương điểm đến. Bài viết tập trung phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với du lịch Quảng Nam, từ đó đặt ra các vấn đề cần giải quyết và giải pháp phát triển du lịch Quảng Nam theo hướng bền vững. Phát triển du lịch Quảng Nam theo hướng bền vững có thể nghiên cứu theo nhiều nội dung khác nhau như nguyên tắc, mô hình, tiêu chí đánh giá,... Song trong khuôn khổ bài viết, người viết chỉ tập trung đề cập đến những vấn đề đặc thù nổi trội đối với du lịch Quảng Nam, chứ không nghiên cứu trải rộng các nội dung, với mong muốn đưa ra các ý kiến phù hợp nhất cho Quảng nam trong điều kiện hiện nay.

3. Đánh giá về sự phát triển du lịch của tỉnh Quảng Nam

Những năm gần đây, tỉnh Quảng Nam luôn quan tâm đến đầu tư hạ tầng cho phát triển du lịch, dịch vụ. Ngoài việc dùng nguồn

thu từ du lịch để đầu tư cho du lịch, tỉnh đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách ưu đãi, thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực dịch vụ. Nhờ đó, đến nay, đã có nhiều doanh nghiệp bỏ vốn xây dựng các khu du lịch, nghỉ dưỡng, khách sạn có quy mô lớn tại Hội An và các điểm du lịch của tỉnh, đáp ứng nhu cầu ăn ở, đi lại và sinh hoạt của du khách trong nước và quốc tế. Ngoài việc đầu tư xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng du lịch, nâng cấp tuyến đường huyết mạch từ Đô thị cổ Hội An lên di tích Mỹ Sơn và các điểm du lịch của tỉnh, Quảng Nam đã không ngừng đổi mới các hoạt động quảng bá sản phẩm du lịch, nhằm thu hút khách tham quan. Các sự kiện như: “Đêm phố cổ”, “Phố không có tiếng động cơ xe máy”, “Phố đi bộ”, “Sông xưa thuyền cổ”, “Đêm Cù Lao Chàm” cùng các hoạt động biểu diễn nghệ thuật cổ truyền... đã trở thành thương hiệu thu hút và giữ chân khách đến với Hội An và các điểm du lịch lân cận ở địa phương [10].

Về thị trường khách, Quảng Nam định hướng đẩy mạnh khai thác thị trường khách từ Châu Âu, Bắc Mỹ. Phát triển các thị trường tiềm năng như: Nga, Úc, Niu Di Lân, các nước ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản,... gắn với việc chú trọng thị trường khách du lịch nội địa. Trong từng giai đoạn, xác định một số thị trường du lịch trọng điểm nhằm định hướng quảng bá, xúc tiến du lịch đạt hiệu quả. Hiện tại, các thị trường châu Á được đánh giá là tiềm năng phát triển mạnh ở Quảng Nam. Thị trường Úc, Châu Âu và Bắc Mỹ chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng lượng khách quốc tế đến. Nga và Trung Quốc là những thị trường tiềm năng trong dài hạn. Quảng Nam đã không ngừng đổi mới các hoạt động quảng bá sản phẩm du lịch, nhằm thu hút khách tham quan. Các sự kiện như “Đêm phố cổ”, “Phố không có tiếng động cơ xe máy”, “Phố đi bộ”, “Sông xưa thuyền cổ”, “Đêm Cù Lao Chàm” cùng các hoạt động biểu diễn nghệ thuật cổ truyền... đã trở

thành thương hiệu thu hút và giữ chân khách đến với Hội An và các điểm du lịch lân cận ở địa phương.

Trong giai đoạn từ năm 1997 – 2016, số lượng khách du lịch đến Quảng Nam tăng lên rất nhanh, nhất là sau năm 2012, nhiều hãng lữ hành đã hợp tác với các công ty hàng không bắt đầu khai trương, tổ chức nhiều đường bay thẳng quốc tế tới sân bay Đà Nẵng, vì vậy lượng khách quốc tế từ thị trường giàu tiềm năng như Trung Quốc, Hàn Quốc... bắt đầu phát triển mạnh mẽ. Ngay cả trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế (năm 2008), số lượng khách du lịch đến Quảng Nam vẫn không hề giảm. Năm 2016 Quảng Nam đã đón tiếp trên 4 triệu du khách, trong đó 1,98 triệu khách quốc tế và 2,3 triệu khách trong nước [2].

Trong tổng số lượt khách đến Quảng Nam thì có đến 70% lượt khách có tham quan, đặc biệt lượt khách nội địa đến Quảng Nam có tham quan chiếm gần 80% lượt khách nội địa đến tỉnh. Cũng theo đó thì cơ cấu khách tham quan Quảng Nam đã có dịch chuyển giữa khách quốc tế và khách nội địa. Nếu năm 1997, tỷ lệ khách tham quan quốc tế chiếm khoảng 79% khách tham quan toàn tỉnh thì đến năm 2015, tỷ lệ này còn 49% trong khi đó thì tỷ lệ khách tham quan nội địa tăng từ 21% năm 1997 lên 51% năm 2015. Nhưng nhìn chung, cơ cấu khách tham quan của Quảng Nam ổn định và cân bằng giữa khách quốc tế và khách nội địa qua các năm. Điều này cho thấy các điểm tham quan của Quảng Nam không chỉ hấp dẫn khách quốc tế mà còn là điểm đến lý tưởng của khách nội địa. Đây là một tín hiệu tốt cho ngành du lịch của tỉnh bởi nó cho thấy sự hấp dẫn của các điểm du lịch của Quảng Nam.

Nhờ phát triển du lịch, lượng khách đến tham quan ngày càng tăng, đã góp phần giải quyết việc làm, tăng nguồn thu ngân sách và tạo ra sự chuyển dịch mạnh mẽ trong cơ cấu

kinh tế. Từ một tỉnh thuần nông, đến nay, tỷ trọng du lịch-dịch vụ chiếm 42%, công nghiệp chiếm 42% và nông nghiệp giảm xuống còn 16% trong GRDP [10].

Về sản phẩm du lịch, từ năm 2010 trở lại đây, bên cạnh những sản phẩm du lịch truyền thống đã có tiếng vang, Quảng Nam đã hình thành các điểm du lịch mới ở khu vực nông thôn phụ cận Hội An và miền núi phía Tây gắn với loại hình du lịch cộng đồng, các làng nghề truyền thống. Cũng theo xu hướng đó, loại hình lưu trú nhà dân homestay phát triển mạnh tại Hội An. Không gian du lịch Quảng Nam đang dần được mở rộng tới Điện Bàn (làng Triêm Tây, không gian nhà Việt Nam Vinahouse Space), Duy Xuyên (làng Trà Nhiêu, làng Mỹ Sơn), Đông Giang (làng Bờ Hông, làng Đơ Rông), Nam Giang (làng Zara). Với sự hoàn thành công trình Cầu Cửa Đại và Tượng đài Mẹ Việt Nam anh hùng, khu vực phía Nam đang đứng trước triển vọng phát triển các sản phẩm du lịch tìm hiểu lịch sử cách mạng, du lịch biển gắn với loại hình du lịch cộng đồng. Riêng Hội An đã mở nhiều đợt khảo sát, thăm dò nhu cầu của du khách, từ đó mạnh dạn đầu tư, mở thêm nhiều điểm du lịch và tung ra nhiều sản phẩm du lịch mới. Dịp cuối năm 2015, đầu năm 2016, Hội An đã tổ chức giới thiệu bộ sản phẩm du lịch (gồm 15 loại) được làm từ cây ngô đồng đỏ (mọc tại Cù Lao Chàm). Ngoài việc phối hợp với các doanh nghiệp trên địa bàn đưa ra các gói khuyến mại, kích cầu du lịch, Hội An còn tổ chức nhiều hoạt động văn hóa, văn nghệ, tổ chức vinh danh các đơn vị lữ hành có nhiều đóng góp lớn cho phát triển du lịch thành phố. Năm 2016, thành phố sẽ triển khai nhiều giải pháp nhằm thúc đẩy du lịch phát triển toàn diện. Không gian du lịch sẽ mở rộng ra ngoài khu phố cổ và các loại hình du lịch biển, du lịch sông, múa rối nước sẽ được đưa vào phục vụ du khách. Tuy nhiên, tính liên kết giữa các doanh nghiệp và giữa các doanh nghiệp với cộng đồng cư dân

còn lỏng lẻo. Sản phẩm du lịch Quảng Nam còn trùng lặp, chưa cuốn hút du khách là do các doanh nghiệp chưa bắt tay với nhau để tạo ra chuỗi sản phẩm du lịch độc đáo, hấp dẫn,... nên khó thu hút khách quay lại. Ngay cả Hội An cũng vậy, dù doanh nghiệp hoạt động tại đây khá đông, song nhiều năm gần đây, mỗi doanh nghiệp có giải pháp thu hút khách theo một kiểu, vì vậy đôi lúc làm cho du khách thấy nhàm chán.

Về xây dựng môi trường du lịch chuyên nghiệp

Thời gian qua, tỉnh Quảng Nam đã có nhiều nỗ lực đầu tư hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch, nâng cao chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật và chất lượng lao động, đẩy mạnh quảng bá xúc tiến du lịch, tăng cường đầu tư sản phẩm du lịch, tạo dựng được thương hiệu du lịch Quảng Nam góp phần thu hút khách du lịch đến với tỉnh, tạo môi trường du lịch thân thiện, chuyên nghiệp. Bước đầu, Quảng Nam đã áp dụng cho các điểm du lịch nổi tiếng như Hội An, Mỹ Sơn, Cù Lao Chàm và đã đạt được kết quả tốt. Tuy nhiên để phát triển bền vững, địa phương phải có tầm nhìn xa hơn trong quy hoạch, thu hút đầu tư. Ủy ban nhân dân tỉnh đã chỉ đạo các Ủy ban nhân dân huyện, thị xã, thành phố tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 19/CT-UBND ngày 21/11/2013 của Ủy ban nhân dân tỉnh về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách trên địa bàn, tập trung kiểm soát chặt chẽ công tác vệ sinh môi trường tại các điểm du lịch, tăng cường quản lý vỉa hè, lòng đường làm nơi buôn bán tự tập đông người gây mất trật tự, vệ sinh, cảnh quan đô thị. Đồng thời rà soát, sắp xếp, quy hoạch, bố trí khu điểm dịch vụ ẩm thực, mua sắm thành những khu dịch vụ tập trung để phục vụ khách. Riêng Thành phố Hội An đang quy hoạch lại các bãi đỗ xe, rà soát biển báo đỗ taxi, tạo mạng lưới an ninh cơ sở an toàn cho du khách. Phối hợp với các sở, ban

ngành liên quan xây dựng đề án phát triển du lịch Cù Lao Chàm thành khu du lịch quốc gia vào năm 2020.

Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Nam đã thông qua đề án hỗ trợ đầu tư cấp thiết hạ tầng du lịch tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2016-2020, với tổng nguồn vốn hơn 160 tỷ đồng. Theo đó, sẽ có khoảng 40 điểm, khu du lịch được hỗ trợ kinh phí xây dựng các công trình hạ tầng du lịch như: nhà đón tiếp, bãi đỗ xe, cầu tàu, nhà vệ sinh công cộng,...

Về hoạt động marketing

Thời gian qua, hoạt động marketing du lịch tỉnh Quảng Nam được Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh đã lập kế hoạch và triển khai thực hiện, tập trung vào nội dung hợp tác giữa một số doanh nghiệp được lựa chọn. Sự hợp tác trong hoạt động marketing giữa các tỉnh/thành phố trong con đường di sản Miền Trung đã được phát động, song sự phát triển rất hạn chế. Con đường di sản Miền Trung có mục tiêu kết nối các di sản thế giới tại Trung Bộ, bao gồm: Vườn quốc gia Phong Nha-Kẻ Bàng (Quảng Bình); cố đô Huế với hai di sản là Quần thể di tích Cố đô Huế và Nhã nhạc cung đình Huế; tỉnh Quảng Nam tham gia với hai di sản là: Thánh địa Mỹ Sơn và đô thị cổ Hội An. Cùng với hai di sản thế giới khác là cố đô Luang Prabang và quần thể Angkor Wat, chương trình này kết hợp thành một chương trình hợp tác du lịch lớn hơn là "Lào, Campuchia, Việt Nam: 3 quốc gia, một điểm đến". Các lễ hội và sự kiện ở Quảng Nam hầu như đều tiến hành hoạt động marketing độc lập, ít có sự gắn kết theo một tổng thể chung. Một số doanh nghiệp có quy mô lớn, công ty nước ngoài, đặc biệt là nhiều tập đoàn khách sạn cao cấp bắt đầu thực hiện marketing "Ven biển miền Trung Việt Nam". Nhiều chương trình khuyến mãi kích cầu du lịch "Ấn tượng Hội An 2016" cũng được các cơ sở kinh doanh

du lịch, dịch vụ áp dụng từ năm 2016 dành cho mọi du khách đến tham quan khu phố cổ Hội An và khu dự trữ sinh quyển thế giới Cù Lao Chàm. Cụ thể là chương trình tặng phiếu tham quan KPC cho khách lưu trú tại Hội An. Miễn, giảm vé tham quan khu khu dự trữ sinh quyển Cù Lao Chàm, giảm 30% giá vé tham quan đối với khách du lịch đăng ký tham gia chương trình “Đêm Cù Lao” vào tối thứ Bảy hằng tuần,... Như vậy, có thể nói, hoạt động marketing tập trung của tỉnh Quảng Nam chưa mang lại hiệu quả sâu rộng, chỉ gắn trực tiếp với các sự kiện hay các điểm du lịch nổi tiếng.

4. Đánh giá tính bền vững trong phát triển du lịch của tỉnh Quảng Nam

Với kết quả hoạt động trên, có thể rút ra những nhận định về thành công và hạn chế trong phát triển du lịch Quảng Nam trên giác độ bền vững như sau:

4.1. Những thành công

- Du lịch Quảng Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, tạo được những dấu ấn đậm nét đối với du khách trong và ngoài nước. Thương hiệu du lịch Hội An đã được biết đến một cách rộng rãi trên nhiều nước và nhiều châu lục. Điều này đã tạo ra sức hấp dẫn đặc biệt và thu hút ngày càng nhiều lượng du khách tới với Quảng Nam.

- Sự phát triển của du lịch đã tác động rất mạnh đến tăng trưởng kinh tế địa phương của tỉnh Quảng Nam. Tính bình quân, trong giai đoạn 2007 – 2017 cứ mỗi % tăng lên của doanh thu du lịch tạo nên 0.07% tăng lên của GRDP của địa phương [8]. So với các tỉnh có cùng điều kiện trong khu vực, nhất là so với Quảng Ngãi, Quảng Bình, Thừa Thiên Huế thì đây là còn số khá cao. Điều này chứng tỏ được vai trò mũi nhọn của du lịch trong sự phát triển kinh tế của địa phương.

- Sự phát triển của ngành du lịch đã tạo nhiều công ăn việc làm cho người dân địa

phương, đặc biệt làm sống lại nhiều ngành nghề truyền thống, nhiều tập quán sinh hoạt văn hóa tưởng đã mai một. Nhiều giá trị văn hóa mang đậm sắc thái vùng miền, các địa danh đi vào lịch sử, các trò chơi, diễn xướng, những phong tục, tín ngưỡng, nghi lễ; các loại hình nghệ thuật biểu diễn dân ca, hát múa, nhạc cụ... được hồi sinh, tạo nên sự đa dạng cho du lịch Quảng Nam.

- Sự phát triển của du lịch đã thúc đẩy mạnh mẽ việc thu hút đầu tư vào ngành du lịch và vào cơ sở hạ tầng của địa phương. Điều này đã làm thay đổi diện mạo nhiều vùng, nhất là ở vùng sâu, vùng xa. Cơ sở hạ tầng giao thông được đầu tư cải thiện, tạo thuận lợi trong tiếp cận các điểm đến du lịch của Quảng Nam. Nhiều cơ sở chất lượng cao như các khu du lịch: phố cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn, Bàng Than - Vũng An Hòa, Hòn Kẽm Đá Dừng, Trà Kiệu, Tháp Khương Mỹ,... đã được thay đổi và tạo ra sức thu hút mạnh mẽ khách du lịch cao cấp đến tham quan...

4.2. Những hạn chế làm giảm tính bền vững trong phát triển du lịch của Quảng Nam

Quảng Nam đã trở thành một điểm đến đông quá mức do du lịch phát triển, điều đó lâu dài sẽ làm tổn hại đến môi trường tự nhiên và văn hóa, đặc biệt là sự xuất hiện ngày càng nhiều đối tượng khách không phải cao cấp như khách Trung Quốc có thể ảnh hưởng đến mức độ chất lượng cung cấp dịch vụ [10].

- Lượng khách ngày một đông dẫn đến vấn đề quản lý du lịch đại chúng, Cù lao Chàm là một ví dụ điển hình, cơ sở vật chất tiện nghi xuống cấp, sức chứa bị vượt quá tải. Nếu không có biện pháp khắc phục thì điểm đến sẽ nhanh chóng xuống cấp, bước vào giai đoạn trì trệ suy thoái và đòi hỏi phải hồi phục lại.

- Cơ sở hạ tầng đường biển còn chưa tốt, cảng đã lâu chưa được đầu tư nâng cấp, hạn chế lượng khách du lịch tàu biển đến Quảng Nam. Xói mòn ven biển và kiểm soát phát triển ven biển cũng là điểm yếu của Quảng Nam, ảnh hưởng nghiêm trọng đến du lịch bởi tài nguyên tự nhiên hấp dẫn của Quảng Nam một phần là do các bãi biển tạo nên.

- Các chính sách, giải pháp phát triển du lịch Quảng Nam tập trung vào đô thị cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn và Cù lao Chàm, việc phân bổ du lịch ngoài Hội An và các điểm nổi tiếng rất hạn chế, dẫn đến sự phát triển du lịch còn lệch lạc, chưa phát huy được hết tiềm năng thế mạnh du lịch của nhiều nơi.

- Một số điểm du lịch nổi tiếng sau một thời gian phát triển đều đã gặp một số vấn đề cần phải thay đổi, khắc phục. Hội An liên quan đến vấn đề cần xác định mức giá vé chuẩn và xử lý nước thải,... Mỹ Sơn tồn tại vấn đề thời gian lưu trú rất ngắn, an toàn phòng cháy và phát triển doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ còn hạn chế,...

- Bên cạnh những điểm yếu ở trên, Quảng Nam còn có thể có nguy cơ chia rẽ trong cộng đồng dân cư giữa những người được hưởng lợi từ du lịch và những người không được hưởng lợi, thiếu sự đa dạng trong một số sản phẩm và cạnh tranh gay gắt, đưa du lịch đến các vùng xa xôi, và cần có các cơ sở vật chất mới để thu hút tăng trưởng,...

4.3. Những vấn đề đặt ra cho phát triển du lịch bền vững ở Quảng Nam

Du lịch đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Quảng Nam, tuy nhiên để phát triển bền vững, địa phương phải có tầm nhìn xa hơn trong quy hoạch, thu hút đầu tư và phải đảm bảo ngành du lịch hoạt động hiệu quả, giải quyết các yếu kém của sản phẩm, nghiên cứu nhu cầu về sản phẩm mới và đưa ra các nhóm sản phẩm, hoàn thiện marketing các sản phẩm dịch vụ du lịch.

- Để đảm bảo ngành du lịch hoạt động có hiệu quả bền vững cần bổ sung giá trị, tăng công suất phòng và tăng doanh thu, nâng cao các tiêu chuẩn cạnh tranh; Dừng phát triển quá mức, đảm bảo cung không vượt cầu bởi: $\text{Áp lực giảm giá} = \text{giảm lợi nhuận} = \text{giảm tiêu chuẩn}$; Doanh nghiệp hợp tác để giữ giá và nâng cao tiêu chuẩn cạnh tranh dịch vụ chứ không cạnh tranh giá; Cần có các sáng kiến để giải quyết tính mùa vụ; Đào tạo về quản lý doanh thu và marketing;...

- Giải quyết các yếu kém của sản phẩm cần tập trung vào quản lý du lịch nội địa/du lịch đại chúng; Bãi biển và bờ biển; Kiểm soát trật tự các điểm tham quan du lịch; Các lễ hội và sự kiện gắn với việc bán phòng cho du lịch; Tiếp tục cải thiện tại các điểm di sản thế giới; Đào tạo chuyên sâu về kỹ năng khách sạn, kỹ năng giao tiếp và ngoại ngữ; Đào tạo ngoài khách sạn – các ngành nghề khác trong chuỗi giá trị du lịch – lái xe, cảnh sát, cán bộ sân bay, phục vụ thuyền, quản lý bãi biển,...

Nghiên cứu nhu cầu về sản phẩm mới và đưa ra các nhóm sản phẩm mới: Chú trọng vào các đầu tư có khả năng quản lý số lượng lớn khách du lịch với tiêu chuẩn cao; Tìm kiếm phát triển phi lưu trú hiện nay để tăng cường sản phẩm; Khuyến khích và hỗ trợ nhiều hơn các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở cấp địa phương (lợi ích địa phương) – sản phẩm ban đêm, thuyền có chất lượng,... Phát triển các sản phẩm liên kết 3 tỉnh Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam; Các lễ hội và sự kiện vv... giải quyết tính mùa vụ (sử dụng cơ sở vật chất trong mọi thời tiết) và gắn với bán phòng cho du lịch; Sản phẩm không phụ thuộc vào thời tiết như mua sắm trong nhà và có thể thu hút số lượng lớn khách du lịch như các sự kiện thể thao; Tiếp tục mở rộng các sản phẩm di sản gắn các lễ hội với việc bán phòng cho du lịch, các bãi biển cần được quản lý tốt hơn, phát Du lịch nghỉ ngắn trong thành phố Hội An, bảo vệ cảnh quan và khuyến khích du lịch sinh thái

giá trị cao trong các vùng được bảo vệ, thay vì khuyến khích các resort lớn.

- Marketing sản phẩm dịch vụ du lịch: Chính sách marketing du lịch địa phương của Quảng Nam cần chú trọng giải quyết các vấn đề sau:

Sự phong phú và đa dạng của các sản phẩm chưa được thông tin một cách đầy đủ, cũng như sự độc đáo (di sản) và sự phong phú của sản phẩm cũng không được thông tin rộng rãi, điều này dẫn đến kết quả: tiềm năng du lịch không được phát huy tối đa, thời gian lưu trú ngắn.

Công tác truyền thông quảng bá chưa giới thiệu được Quảng Nam một điểm đến theo đúng nghĩa, đặc biệt cho khách nội địa (độc lập và khác biệt với Đà Nẵng). Điều này cũng dẫn đến thời gian lưu trú của du khách, đặc biệt là khách nội địa rất ngắn.

Phương pháp marketing lạc hậu, kỹ năng marketing hạn chế, điều này cũng dẫn đến kết quả là bỏ qua cơ hội, ít tin tưởng vào marketing của tỉnh.

Các tiêu chuẩn phục vụ không có tính cạnh tranh, điều này đang dẫn đến kết quả là ít khách du lịch quốc tế quay lại.

Một số hoạt động marketing không gắn liền đầy đủ với nhu cầu của các doanh nghiệp – kết quả: công suất sử dụng phòng thấp, lợi nhuận thấp, tiêu chuẩn thấp.

5. Một số giải pháp nhằm phát triển du lịch Quảng Nam theo hướng bền vững

Đẩy mạnh phát triển du lịch Quảng Nam theo hướng chuyên nghiệp với các điểm đến như Hội An, Mỹ Sơn và khai thác các vùng du lịch mới nhằm tạo sự đa dạng cho du lịch Quảng Nam đồng thời phát triển kinh tế cho các khu vực miền núi là định hướng tổng thể cho sự phát triển bền vững. Vì vậy, các giải pháp cần tập trung như sau:

- Hoàn thiện quy hoạch và công tác quản lý quy hoạch. Nghiên cứu khớp nối các quy hoạch du lịch với quy hoạch phát triển của các ngành, địa phương liên quan và phù hợp

với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Quảng Nam. Đặc biệt là quy hoạch phải gắn với phát huy đầy đủ các tài nguyên du lịch hiện có, không chỉ khai thác tập trung ở các điểm nổi tiếng như Hội An, Mỹ Sơn hay Cù lao Chàm mà còn phải có kế hoạch cụ thể để khai thác tài nguyên ở các địa bàn khác trong tỉnh như khu vực Nam Trà My, vùng nông thôn xứ Quảng bên dòng sông Thu Bồn,... Cụ thể theo 4 khu vực đã được quy hoạch: 1) Khu vực phát triển du lịch các di sản văn hóa - lịch sử; 2) Khu vực phát triển du lịch cộng đồng; 3) Khu vực phát triển du lịch văn hóa - lịch sử kết hợp thương mại, vui chơi giải trí; 4) Khu vực ưu tiên phát triển du lịch sinh thái kết hợp tìm hiểu bản sắc văn hóa các dân tộc. Đồng thời với việc lập, điều chỉnh quy hoạch, cần thực hiện nghiêm túc trong quản lý sau quy hoạch, thông qua thẩm định, kiểm tra, giám sát và các quy định chế tài nghiêm ngặt.

- *Đẩy mạnh thu hút đầu tư du lịch.* Đầu tư ngân sách cho công tác lập quy hoạch và đầu tư cơ sở hạ tầng các khu, điểm du lịch miền núi phía Tây Quảng Nam (dọc đường Hồ Chí Minh) như xây dựng một số làng văn hóa các dân tộc thiểu số ở Đông Giang, Nam Giang, Tây Giang, Trà My, Phước Sơn,... Tiếp tục xây dựng Hội An trở thành trung tâm du lịch của tỉnh có tầm cỡ quốc gia và khu vực với thế mạnh là du lịch văn hóa và du lịch biển đảo, tạo nguồn khách cho các cụm du lịch khác trong tỉnh. Đầu tư xây dựng Cù Lao Chàm trở thành đảo du lịch tổng hợp. Xây dựng Tam Kỳ trở thành hạt nhân du lịch ở phía Nam. Có cơ chế khuyến khích thu hút nhà đầu tư vào một số điểm du lịch tham quan ở miền núi. Thu hút một số nhà đầu tư nước ngoài của các quốc gia đang là thị trường khách trước mắt và lâu dài như: Nhật, Úc, Mỹ,... đầu tư vào các khu du lịch cao cấp dọc ven biển từ Điện Ngọc vào Kỳ Hà, thu hút đầu tư xây dựng một số khu giải trí, thể thao, khuyến khích các dự án vừa và nhỏ đầu tư ở khu vực ngoài tuyến ven biển nhằm thu hút khách nội địa.

- *Tăng cường liên kết giữa ba tỉnh Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng và Quảng Nam* là giải pháp quan trọng cho phát triển du lịch Quảng Nam.

Thúc đẩy các dự án phát triển chung: Liên kết đường sông Hội An – Đà Nẵng; Tuyến di sản vòng tròn (Hội An - Mỹ Sơn - đường mòn Hồ Chí Minh - Huế - Đà Nẵng); Du lịch nông thôn: khuyến khích liên kết với các cơ sở điều hành tour có trách nhiệm xuyên ranh giới các tỉnh; Du lịch có trách nhiệm trong các vùng được bảo vệ, khuyến khích các tour quan tâm đặc biệt; Bảo vệ bờ biển, quản lý bãi biển; Chiến lược marketing sân bay.

Đẩy mạnh các chương trình marketing chung cho 3 tỉnh: xây dựng website chuyên Marketing cho điểm đến 3 tỉnh có ứng dụng trên điện thoại di động; Thuê thiết kế Logo và Slogan; Trang website của mỗi tỉnh được link với trang website chung và được cập nhật thường xuyên; Xây dựng chiến dịch quảng bá tới các thị trường trọng điểm quốc tế như Nhật, Hàn Quốc,..., trong nước như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh; Xây dựng 1 bản kế hoạch marketing cho điểm đến miền trung; Tổ chức các sự kiện, các chiến dịch quảng bá cho mùa thấp điểm; Kế hoạch marketing nên giao cho một công ty marketing chuyên nghiệp thực hiện; Có cơ chế huy động quỹ cho kế hoạch marketing từ các doanh nghiệp, ngân sách nhà nước, các thành phần liên quan, các tổ chức phi chính phủ,...

Đẩy mạnh hợp tác công tư trong công tác marketing. Đạt được lòng tin của doanh nghiệp, hoạt động marketing chung nên do một công ty marketing chuyên nghiệp thực hiện, không phải là một trong số các tỉnh; Xây dựng chiến lược marketing chung tổng hợp với doanh nghiệp – nhấn mạnh nhiều hơn đến lợi điểm bán hàng độc nhất là di sản đối với các thị trường quốc tế; Cần phải tiếp thị đến các khách du lịch hiện nay để khuyến

khích lưu trú dài hơn; Có trang web và ứng dụng chuyên nghiệp có hình ảnh rất cần thiết để quảng bá sự phong phú và đa dạng của điểm đến Quảng Nam; Nêu bật sản phẩm mới, như các lễ hội và sự kiện (gắn với các hệ thống đặt khách sạn), du lịch nông thôn, sản phẩm di sản mới ,...

Thỏa thuận hợp tác đào tạo giữa các tỉnh. Ở cấp cơ sở đào tạo: Trao đổi các chương trình, tài liệu các khóa đào tạo về du lịch và khách sạn giữa các khoa du lịch và các trường cao đẳng nghề du lịch và khách sạn; Trao đổi về học tập, trao đổi giáo viên, hỗ trợ lẫn nhau bằng việc cung cấp giáo viên/đào tạo viên tốt; Trao đổi sinh viên; Chia sẻ về việc thực hiện các dự án hợp tác đào tạo được ký kết với các khách sạn và các công ty lữ hành theo yêu cầu của họ; Hợp tác đào tạo liên thông lên (từ cao đẳng lên đại học) và đào tạo liên thông xuống (đại học xuống cao đẳng, cao đẳng được coi là nơi thực hành các kỹ năng nghiệp vụ cho các giảng viên đại học); Có đề xuất chung để chuyển giáo dục chính trị thành nhận thức/ý thức chuyên môn và du lịch có trách nhiệm.

Ở cấp doanh nghiệp: Trao đổi hợp tác giữa các câu lạc bộ nghề nghiệp về hướng dẫn viên du lịch, khách sạn,... trong khuôn khổ của Hiệp hội Du lịch và Khách sạn của ba tỉnh; Tăng cường hợp tác hiệu quả với các cơ sở đào tạo như: đưa ra yêu cầu đào tạo, giới thiệu việc làm cho sinh viên trước và sau khi tốt nghiệp, tiến cử các quản lý đủ năng lực tham gia giảng dạy và hướng dẫn các kỹ năng chuyên môn trong các trường khách sạn và du lịch,...

- *Phát triển sản phẩm và thị trường du lịch.* Tiếp tục khai thác thế mạnh tiềm năng du lịch văn hóa, du lịch sinh thái để nâng cao chất lượng du lịch các địa phương hiện có. Xây dựng những sản phẩm mới mang tính đa dạng và phong phú gắn liền với nhiều loại hình văn hóa, biển đảo và khu vực phía tây

của tỉnh. Tập trung vào các loại hình du lịch: du lịch văn hoá - lịch sử, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch tham quan, nghiên cứu, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch MICE. Một số loại hình du lịch mới phát triển như du lịch MICE nhưng cần được đầu tư bởi khách tham dự thường có địa vị xã hội nhất định và khả năng chi trả tương đối cao, mặt khác hội nghị hội thảo là dịp tốt để tuyên truyền cho du lịch của tỉnh. Bên cạnh đó, cũng cần phân tích cơ cấu khách đến Quảng Nam để có định hướng phù hợp. Trong những năm qua cho thấy khách châu Âu, Bắc Mỹ chiếm phần lớn, khách Đông Nam Á chiếm số lượng ít, khách nội địa còn thấp so với các tỉnh. Trên cơ sở lợi thế sản phẩm du lịch Quảng Nam, đánh giá thị trường khách du lịch đang phát triển cần có những giải pháp tích cực nhằm duy trì thị trường truyền thống, mở rộng thị trường mới và đẩy mạnh khai thác thị trường nội địa.

- *Phát triển nguồn nhân lực du lịch.* Hiện trạng lực lượng lao động ngành du lịch Quảng Nam chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển, đa số lao động chưa nắm vững kiến thức văn hóa xã hội của địa phương, vì vậy cần xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực mang tính toàn diện của ngành trên cơ sở chiến lược chung toàn tỉnh. Tranh thủ nhiều nguồn hỗ trợ, nhiều kênh đào tạo theo phương châm xã hội hóa để đẩy mạnh việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Tiếp tục phối hợp với các trường mở các lớp bồi dưỡng ngắn hạn cho nhân viên làm việc tại các khu nghỉ mát, khách sạn, nhà hàng, các khu du lịch nhằm hướng đến một ngành du lịch chuyên nghiệp, có sức cạnh tranh.

- *Ngoài ra,* Quảng Nam cũng cần thực hiện cải cách hành chính trong lĩnh vực du lịch, thành lập ban quản lý du lịch tại một số khu vực trọng điểm để trực tiếp quản lý các dự án đầu tư phát triển, dự án tăng cường

năng lực quản lý ngành thuộc các nguồn ngân sách trung ương, tỉnh và tài trợ của các tổ chức quốc tế và triển khai các hoạt động du lịch có hiệu quả, an toàn và bền vững. Đẩy mạnh tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch, tổ chức road show tại một số thị trường mới như Hàn Quốc, ASEAN, Tây Âu, Mỹ,... Nâng cao hiệu quả của việc sử dụng công nghệ tin học nhằm tăng khả năng thu hút khách thông qua công thông tin điện tử tỉnh, qua trang web của Sở Du lịch, Thể thao và Du lịch. Phấn đấu thiết lập đại diện chính thức hoặc không chính thức của du lịch Quảng Nam tại các thị trường trọng điểm trong nước và nước ngoài. Tham mưu các giải pháp về xã hội hóa du lịch thông qua các cơ chế ưu đãi đầu tư, ưu đãi khai thác thị trường. Phát huy vai trò của người dân địa phương qua các hoạt động du lịch. Xây dựng các tuyến, điểm, khu du lịch an toàn làm cho du khách thật sự yên tâm khi đến du lịch ở Quảng Nam. Xây dựng môi trường du lịch lành mạnh, không có tình trạng ăn xin, chèo kéo du khách, hạn chế và đẩy lùi các tệ nạn xã hội,...

6. Kết luận

Một điểm đến du lịch thành công cần có: lãnh đạo, tầm nhìn chung, điều phối, định hướng thị trường, đầu tư về sản phẩm, về marketing, về đào tạo và không ngừng hoàn thiện. Thông qua việc tiếp tục đầu tư hoàn thiện các điểm đến, phát triển các loại hình du lịch mới hấp dẫn, song song với khai thác các di sản văn hóa và tài nguyên du lịch biển, đảo, quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn về du lịch cộng đồng ASEAN và xây dựng thương hiệu cho điểm đến du lịch Quảng Nam. Chắc chắn rằng, du lịch Quảng Nam sẽ mang lại cho vùng đất nhiều di sản văn hóa lợi ích cả về kinh tế, môi trường và xã hội để du lịch Quảng Nam phát triển một cách bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Báo Tài nguyên và Môi trường (2016), Quảng Nam: Đẩy mạnh phát triển du lịch.
- Cục Thống kê tỉnh Quảng Nam, Niên giám Thống kê tỉnh Quảng Nam năm 2014, 2016.
- Vũ Tuấn Cảnh và Phạm Trung Lương (2008), “Phát triển du lịch bền vững – Quan điểm chiến lược của phát triển du lịch Việt Nam” tại Hội nghị Phát triển bền vững, Hà Nội.
- Dự án EU (2014), Điều tra sơ bộ điểm đến du lịch.
- Nguyễn Đình Hoè - Vũ Văn Hiếu (2011), Du lịch bền vững, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
- Nguyễn Đình Hoè và Nguyễn Ngọc Sinh (2010), Đảm bảo an ninh môi trường cho phát triển bền vững, NXB Khoa học – Kỹ thuật, Hà Nội.
- Tổ điều phối vùng các tỉnh duyên hải miền Trung và UBND tỉnh Phú Yên (2011), Kỷ yếu hội thảo khoa học Liên kết phát triển du lịch các tỉnh duyên hải miền Trung.
- Viện nghiên cứu phát triển du lịch, Phát triển du lịch vùng kinh tế động lực miền Trung đến 2010 và định hướng đến năm 2020, Hà Nội.
- Nguyễn Trường Sơn; Đánh giá tác động trực tiếp của ngành du lịch đến tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Nam. Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Tác động của du lịch đến phát triển kinh tế xã hội tỉnh Quảng Nam”, tháng 8 năm 2018.
- UBND tỉnh Quảng Nam, Báo cáo tình hình phát triển kinh tế xã hội tỉnh Quảng Nam 2015, 2016, 2017.