

## Tiếp cận chuỗi giá trị du lịch tỉnh Bình Thuận: Tiếp cận từ phân tích chi tiêu của du khách

**Lê Hồng Ngọc**

*Viện Địa lý nhân văn*

*Email liên hệ: ngoclh.gm@gmail.com*

**Tóm tắt:** Bình Thuận là một địa phương ven biển Nam Trung Bộ có nhiều tiềm năng phát triển du lịch. Việc thúc đẩy chuỗi giá trị du lịch tỉnh Bình Thuận là một định hướng chiến lược nhằm khai thác các lợi thế của địa phương này. Tuy nhiên, ngành du lịch của tỉnh Bình Thuận mới chỉ ở bước đầu phát triển, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19 diễn ra dẫn đến nhiều vấn đề tồn tại trong việc phát triển chuỗi giá trị du lịch của địa phương. Bài viết này tập trung khái quát tình hình phát triển du lịch và phân tích chuỗi giá trị du lịch của tỉnh Bình Thuận từ năm 2009 đến nay, qua đó khái quát toàn cảnh du lịch và hàm ý một số vấn đề về phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Thuận.

**Từ khóa:** du lịch, tỉnh Bình Thuận, chuỗi giá trị du lịch

### **A value chain approach to tourism in Binh Thuan: An analysis of tourist expenditure**

**Abstract:** Binh Thuan is a coastal province in the South Central Coast of Vietnam with great potential for tourism development. Promoting tourism value chain in the province is a strategic direction to make use of its advantages. Nevertheless, Binh Thuan tourism is only at the early stage of development; especially, during COVID-19, the province has to address numerous obstacles to strengthening the locality's tourism value chain. The article examines the status of the province's tourism development and analyzes its tourism value chain since 2009 until present, thereby helping address challenges of the province's tourism promotion.

**Keywords:** tourism, Binh Thuan Province, tourism value chain

**Ngày nhận bài:** 13/04/2021

**Ngày duyệt đăng:** 15/10/2021

### **1. Đặt vấn đề**

Bình Thuận là một tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ có vị trí địa lý thuận lợi trong phát triển kinh tế như nằm ở giữa tam giác du lịch thành phố Hồ Chí Minh - Vũng Tàu - Đà Lạt - Nha Trang, cách thành phố Hồ Chí Minh 200 km về phía Bắc và thành phố Nha Trang 250 km về phía Nam; nằm trên các Quốc lộ 1A, Quốc lộ 28 nối liền với Tây Nguyên và tuyến đường sắt Bắc - Nam (Lê Thông, 2006). Bình Thuận có đường bờ biển dài 192 km với nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp, tài nguyên tự nhiên và các hệ sinh thái trên địa bàn tỉnh có sự đa dạng cao với hai khu dự trữ thiên nhiên Núi Ông và Tà Káu, có nhiều mỏ nước khoáng và vũng vịnh, có nguồn lợi hải sản giàu có bậc nhất cả nước với nhiều loài có giá trị kinh tế cao. Ngoài ra, văn hóa địa phương có sự đa dạng với nhiều công trình kiến trúc nghệ thuật, di tích văn hóa - lịch sử, danh lam thắng cảnh nổi bật, nhiều lễ hội và làng nghề là những yếu tố thu hút du khách đến với địa phương (Đình Văn Thiên và các cộng sự, 2010).

Nhờ có những lợi thế này, trong thời gian qua, ngành du lịch Bình Thuận đã cung cấp nhiều sản phẩm du lịch đặc thù như du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, du lịch tham quan nghiên cứu các hệ sinh vật và các di tích văn hóa - lịch sử, du lịch thể thao trên biển, du lịch văn hóa - lễ hội... tạo ra nguồn thu không nhỏ và tăng đều qua các năm cho ngân sách tỉnh. Tuy nhiên, việc khai thác và phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Thuận mới chỉ ở giai đoạn khởi phát và chưa thành hệ thống (Lưu Thanh Tâm, 2015) với thời gian lưu trú của du khách ngắn, số lượt khách và doanh thu du lịch còn khiêm tốn so với các địa phương khác trong vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và các vùng khác.

Đảng bộ tỉnh Bình Thuận đã khẳng định du lịch là một trong ba trụ cột của kinh tế địa phương gắn với xây dựng chuỗi giá trị trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới (theo Nghị quyết số 06-NQ/ĐH ngày 16/10/2020 của Đảng bộ tỉnh Bình Thuận tại Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Bình Thuận lần thứ XIV nhiệm kỳ 2020 - 2025). Việc thúc đẩy chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận không chỉ hướng đến sự phát triển của ngành du lịch tỉnh mà còn kết nối chuỗi giá trị du lịch hướng vào cộng đồng và các ngành, lĩnh vực khác như nông nghiệp, dược phẩm...

Do đó, việc nghiên cứu phát triển chuỗi giá trị du lịch tỉnh Bình Thuận là điều cần thiết nhằm xác định các lợi thế cạnh tranh về du lịch của tỉnh, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch... Qua đó, thu hút nhiều du khách hơn và kéo dài thời gian lưu trú của du khách, hướng đến sự phát triển của ngành du lịch nói riêng cũng như phát triển kinh tế nói chung trên địa bàn tỉnh Bình Thuận. Nguồn dữ liệu nghiên cứu được sử dụng số liệu từ các cuộc điều tra hàng năm về chi tiêu khách du lịch của Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận trong giai đoạn 2009 - 2019, thực tiễn năm 2020 và các tháng đầu năm 2021 của địa phương.

## **2. Cơ sở lý luận tiếp cận chuỗi giá trị du lịch**

Chuỗi giá trị là thuật ngữ được nhà kinh tế học M. Porter đưa ra vào năm 1985. Về cơ bản, chuỗi giá trị là một tập hợp các hoạt động của doanh nghiệp trong một quá trình sản xuất và phân phối từ đầu vào đến đầu ra được tổ chức và quản lý bởi các chủ thể có liên quan. Việc nghiên cứu chuỗi giá trị cho phép xác định các chủ thể tham gia vào quá trình sản xuất và phân phối, các liên kết giữa các chủ thể, mức độ tham gia vào chuỗi của các chủ thể và giá trị gia tăng được tạo ra trong từng công đoạn trong chuỗi.

Ngày nay, chuỗi giá trị đã trở thành một đặc trưng mới của nền kinh tế hiện đại và là nhân tố tái cấu trúc toàn bộ hoạt động sản xuất, cung ứng hàng hóa và dịch vụ (Đinh Thị Thanh Long, 2015), cũng như là một phương pháp phân tích ngành hướng đến sự phát triển ổn định và bền vững (Ngô Thị Phương Lan và Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2020). Đây cũng là một cách tiếp cận rộng rãi trong nghiên cứu về các ngành kinh tế, bao gồm cả các ngành sản xuất hàng hóa và cung ứng dịch vụ. Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp mang tính liên ngành và liên vùng, đóng vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế nhờ vào sự tham gia của nhiều chủ thể có tính liên kết rộng rãi với hầu hết các ngành và lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế.

Tuy nhiên, du lịch cũng là một ngành đặc thù. Do đó, chuỗi giá trị du lịch có sự khác biệt. Nếu như các chuỗi giá trị sản phẩm hữu hình (như nông sản, dệt may, điện tử...) có thể được xác định bằng một chuỗi theo thứ tự và sản phẩm chỉ di chuyển một lần và lần lượt qua các mắt xích (GTZ, 2007), chuỗi giá trị du lịch là một tập hợp các chủ thể tiếp cận và sử dụng các nguồn lực đầu vào để tạo ra giá trị thông qua các công đoạn cung ứng sản phẩm du lịch cho du khách (Hawkins và Nikolova, 2005) và rất khó để định lượng hay xác định trình tự do nhiều

hoạt động của du khách (lưu trú, ăn uống, di chuyển, giải trí...) có sự lặp lại. Nói cách khác, chuỗi giá trị du lịch không có một mô hình cố định mà chỉ là sự mô tả tương tác của các chủ thể đối với người tiêu dùng là du khách.

Bên cạnh đó, việc cung ứng dịch vụ du lịch có sự khác biệt khi khách hàng là du khách phải di chuyển đến điểm đến và tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ tại điểm đến. Chính vì đặc thù đó, chuỗi giá trị du lịch mang tính “theo chân du khách” khi thường bắt đầu với mắt xích di chuyển của du khách và việc lập bản đồ chuỗi giá trị du lịch chỉ có thể được hình dung như một “danh sách” những khoản mục mà du khách tiêu dùng. Thông qua việc lập bản đồ chuỗi giá trị du lịch, sự hiện diện và mối quan hệ tương tác giữa các yếu tố trong chuỗi được mô hình hóa, thể hiện được cái nhìn tổng quan về toàn bộ chuỗi giá trị du lịch.

Do chuỗi giá trị du lịch bám theo các nhu cầu của du khách trong suốt hành trình, việc phân tích chuỗi giá trị du lịch có thể được thực hiện thông qua phân tích các khoản chi tiêu của du khách nhằm xác định các công đoạn và giá trị tạo ra trong từng mắt xích của chuỗi (FIAS, 2006), qua đó phác thảo sơ bộ bản đồ chuỗi giá trị du lịch. Các công trình của FIAS (2006), M. Christian và cộng sự (2011), McEwen và Bennett (2010), và OECD (2019) đã chỉ ra rằng theo phương pháp phân tích chuỗi giá trị du lịch từ phía cầu dựa trên chi tiêu của du khách, các mắt xích của chuỗi tương ứng với các khoản chi tiêu du lịch bao gồm: Lưu trú (tiền thuê phòng), ăn uống, vận chuyển (tiền đi lại), tham quan (chi phí tham quan), giải trí (chi dịch vụ văn hóa, thể thao), mua sắm (chi mua sắm hàng hóa, quà lưu niệm), y tế (chi phí y tế) và khác (chi khác).

### **3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

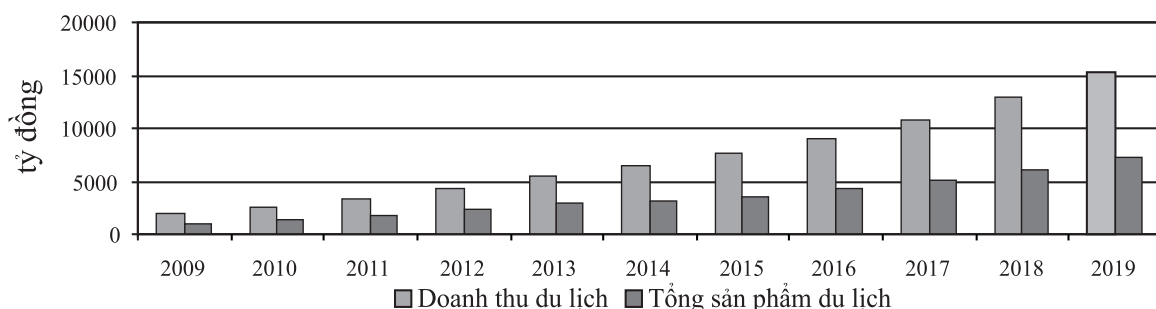
#### **3.1. Khái quát thực trạng phát triển du lịch của tỉnh Bình Thuận**

Về doanh thu du lịch: Trong những năm gần đây, ngành du lịch Bình Thuận đã khởi sắc. Theo số liệu của Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận, trong giai đoạn 2009 - 2019, doanh thu du lịch của tỉnh tăng từ 5.475 tỷ đồng lên 15.201 tỷ đồng. Tổng sản phẩm du lịch trên địa bàn tỉnh tăng từ 979 tỷ đồng (chiếm 4,9% tổng sản phẩm của địa phương) lên 7.180 tỷ đồng (chiếm 9,7% tổng sản phẩm của địa phương).

Trong tháng 1/2020, các đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh đã tích cực chuẩn bị phục vụ du khách trong dịp Tết Nguyên đán. Tuy nhiên, dịch bệnh COVID-19 xảy ra trên toàn quốc từ trước Tết Nguyên đán kéo dài cho đến hết năm 2020 và sang năm 2021 đã tác động mạnh mẽ đến tình hình du lịch của tỉnh. Du lịch là ngành bị ảnh hưởng nghiêm trọng nhất đối với các địa phương trên cả nước, trong đó có tỉnh Bình Thuận. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 đã và đang gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến mọi mặt kinh tế - xã hội của tỉnh, du lịch Bình Thuận gặp nhiều khó khăn do việc thực hiện các biện pháp phòng chống dịch.

Mặc dù trong các tháng cuối năm 2020 và đầu năm 2021, các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch đã từng bước mở cửa trở lại và tâm lý của du khách cũng đã bớt lo ngại nhờ vào việc các địa phương đã khống chế được dịch, tình hình hoạt động du lịch tại tỉnh Bình Thuận vẫn còn giảm sâu so với các năm trước. Theo Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận, trong năm 2020 so với cùng kỳ năm trước, doanh thu từ hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh đạt 9.400 tỷ đồng (giảm 38,2%), đón tiếp 3.295.120 lượt khách (giảm 48,6%), trong đó có 3.123.800 lượt khách nội địa (giảm 44,5%) và 71.240 lượt khách quốc tế (giảm 77,9%).

**Hình 1. Doanh thu du lịch và tổng sản phẩm du lịch của Bình Thuận trong giai đoạn 2009 - 2019**

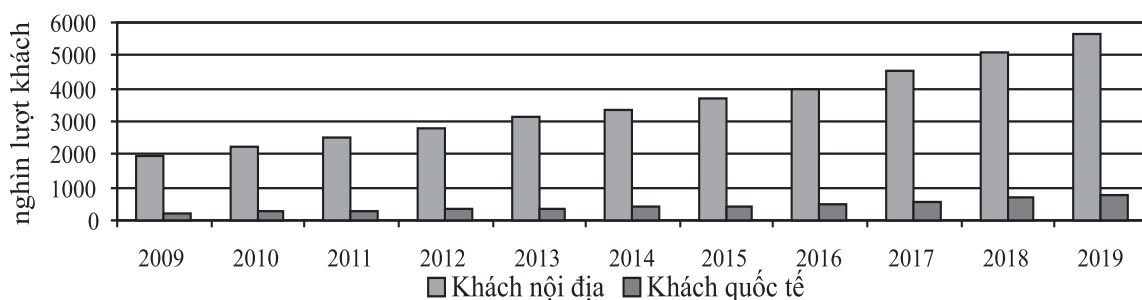


*Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020)*

Về lượng khách: Số lượt khách phục vụ trong giai đoạn này cũng tăng từ 2.200.106 lượt khách lên 6.406.913 lượt khách, trong đó tỷ trọng khách quốc tế tăng từ 10,1% lên 12,1%. Trong 5 năm 2014 - 2019, số lượt khách phục vụ tăng 70,1% với mức tăng bình quân hàng năm là 11,2%.

Trong năm 2021, ngành du lịch Bình Thuận tiếp tục phải đối mặt với nhiều tác động tiêu cực do diễn biến phức tạp của đại dịch COVID-19. Lượng du khách nội địa và quốc tế bị sụt giảm mạnh, đặc biệt là du khách quốc tế do việc hạn chế đi lại và dừng đón khách quốc tế. Tuy nhiên, hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh vẫn có nhiều dấu hiệu khả quan. Lũy kế quý I năm 2021, toàn tỉnh đã đón 1.031.053 lượt khách, bao gồm 1.019.617 lượt khách nội địa và 11.436 lượt khách quốc tế, đem lại doanh thu 2.254 tỷ đồng (giảm 35,5% so với cùng kỳ năm trước). Khách nội địa chủ yếu là khách trong tỉnh và đến từ một số tỉnh lân cận chưa phát hiện dịch bệnh, trong khi khách quốc tế chủ yếu là người nước ngoài làm việc tại Việt Nam.

**Hình 2. Số lượt khách phục vụ trên địa bàn Bình Thuận trong giai đoạn 2009 - 2019**



*Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020)*

Về cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch: Trong cùng thời kỳ, số cơ sở lưu trú tăng từ 456 cơ sở với 8.424 buồng và 15.184 giường lên 1.135 cơ sở với 17.950 buồng và 34.660 giường. Số lao động ngành du lịch tăng từ 12.130 người lên 28.500 người. Quy mô vốn của ngành du lịch tăng từ 5.578 tỷ đồng lên 38.000 tỷ đồng.

Nhìn chung, trong giai đoạn 2009 - 2019, du lịch Bình Thuận trên đà phát triển mạnh mẽ với thị trường du khách (năm 2019, du khách Trung Quốc chiếm 27,0%, Nga 24,0%, Hàn Quốc 14,9%...) và các sản phẩm du lịch (du lịch biển đảo, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa...) đa dạng, doanh thu du lịch và số lượt du khách tăng, ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng

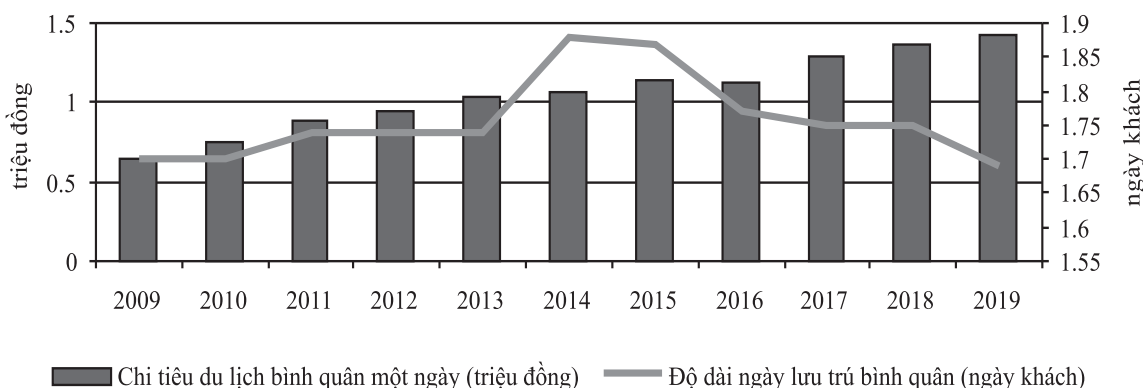
sản phẩm của địa phương. Các khu, tuyến và điểm du lịch ngày càng được hoàn thiện và mở rộng. Bên cạnh Khu du lịch quốc gia Mũi Né đã được phê duyệt quy hoạch tổng thể, nhiều dự án đầu tư xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch đã và đang được triển khai trên địa bàn tỉnh như siêu thành phố biển du lịch nghỉ dưỡng NovaWorld Phan Thiết, khu nghỉ dưỡng Queen Pearl Mũi Né, khu biệt thự Acenza Villas... hay đường cao tốc Dầu Giây - Phan Thiết và sân bay Phan Thiết đã đưa tỉnh trở thành “thỏi nam châm” thu hút các nhà đầu tư để phát triển du lịch.

Tuy nhiên, trong bối cảnh đại dịch diễn biến phức tạp, các chính sách kích cầu du lịch của cả nước và địa phương gặp nhiều khó khăn trong việc triển khai, việc di chuyển bị gián đoạn dẫn đến việc du khách hủy tour và các dịch vụ đặt trước, các điểm đến du lịch bị đóng cửa, các lễ hội và sự kiện du lịch bị hủy bỏ... Các cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành là đối tượng chịu ảnh hưởng nặng nề nhất. Hầu hết các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh đã phải hoạt động cầm chừng hoặc tạm ngừng kinh doanh do tác động của đại dịch, áp dụng nhiều biện pháp tạm thời như cắt giảm lao động, giảm lương lao động, cho lao động nghỉ không lương, cho lao động nghỉ luân phiên, giãn giờ làm việc...

### 3.2. Chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận giai đoạn 2009 - 2019

Trong giai đoạn 2009 - 2019, trong khi chi tiêu bình quân một ngày của du khách đến Bình Thuận có xu hướng tăng đều (từ 0,641 triệu đồng lên 1,425 triệu đồng), độ dài ngày lưu trú bình quân của du khách có sự biến động (tăng trong giai đoạn 2009 - 2014 từ 1,70 ngày khách lên 1,88 ngày khách và giảm mạnh kể từ năm 2015 xuống còn 1,69 ngày khách năm 2019). Như vậy trong 10 năm từ 2009, bình quân một du khách đến Bình Thuận không ở trên địa bàn tỉnh quá 2 ngày và có xu hướng giảm thời gian du lịch. Ngoài ra, khách quốc tế có thời gian lưu trú bình quân dài hơn khách nội địa: Trong khi khách nội địa có độ dài ngày lưu trú bình quân khoảng 1,6 ngày, khách quốc tế có độ dài ngày lưu trú bình quân dài gấp đôi (khoảng trên 3 ngày).

**Hình 3. Độ dài ngày lưu trú bình quân và chi tiêu bình quân một ngày của du khách đến Bình Thuận giai đoạn 2009 - 2019**

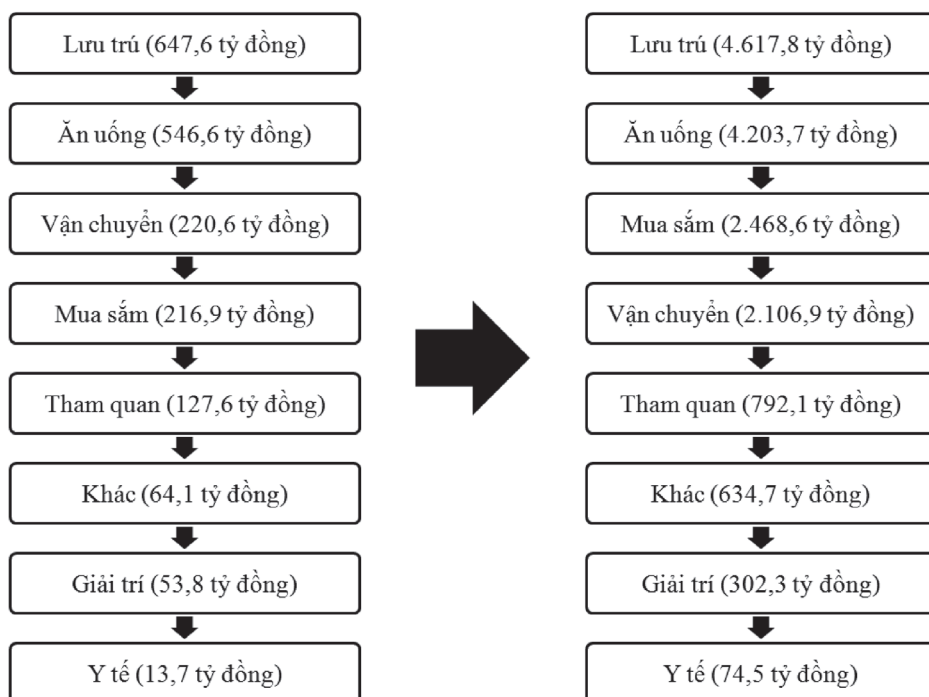


*Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020)*

Từ năm 2009 đến năm 2019, tổng giá trị được tạo ra trong chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận đã tăng mạnh từ 1.890,9 tỷ đồng lên 15.200,8 tỷ đồng. Các mắt xích lưu trú và ăn uống vẫn chiếm tỷ trọng cao trong chuỗi, tiếp sau đó là mắt xích vận chuyển và mua sắm, tham quan và giải trí. Đặc biệt trong giai đoạn 2014 - 2019, y tế là mắt xích có tốc độ tăng trưởng

bình quân hàng năm cao nhất (42,9%), tiếp sau là hoạt động khác (31,6%), giải trí (27,1%) và ăn uống (20,9%), lưu trú (19,7%), mua sắm (18,4%), vận chuyển (16,4%) và tham quan (4,7%).

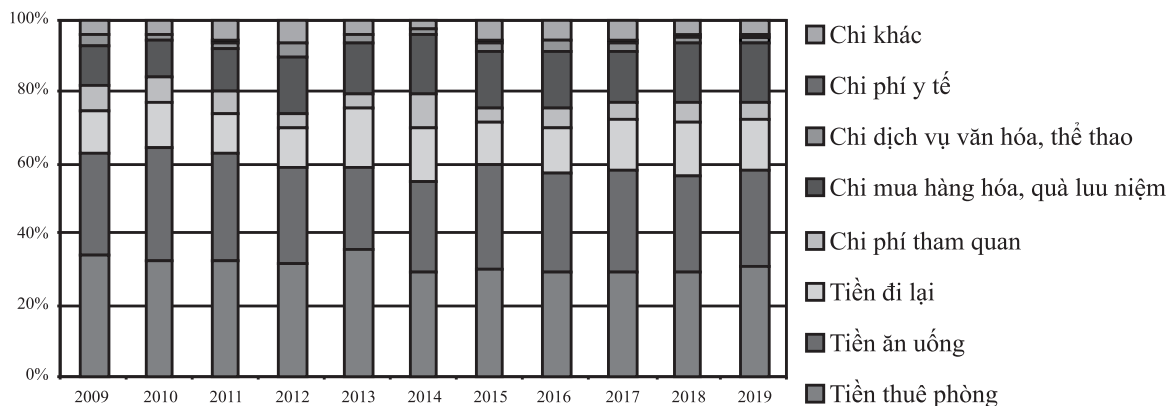
**Hình 4. Chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận năm 2009 (bên trái) và 2019 (bên phải)**



*Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Cục thống kê tỉnh Bình Thuận (2020)*

Về cơ cấu của từng mắt xích trong tổng giá trị được tạo ra trong chuỗi, lưu trú và ăn uống vẫn chiếm tỷ trọng lớn, lần lượt chiếm 1/3 và 1/4 tổng giá trị nhưng có cơ cấu giảm nhẹ từ 63,2% năm 2009 xuống còn 58,1% năm 2019 (lần lượt từ 34,3% xuống 30,4% và từ 28,9% xuống 27,7%). Vận chuyển và mua sắm đều chiếm khoảng 1/10 và tăng đáng kể (lần lượt từ 11,7% lên 16,9% và từ 11,5% lên 16,2%). Tham quan và giải trí, y tế giảm nhẹ (lần lượt từ 6,8% xuống 5,2%, từ 2,9% xuống 2,0%) trong khi hoạt động khác tăng (từ 3,4% lên 4,2%). Cơ cấu này không có sự khác biệt đáng kể giữa khách nội địa và khách quốc tế.

**Hình 5. Cơ cấu chi tiêu của du khách đến Bình Thuận giai đoạn 2009 - 2019**

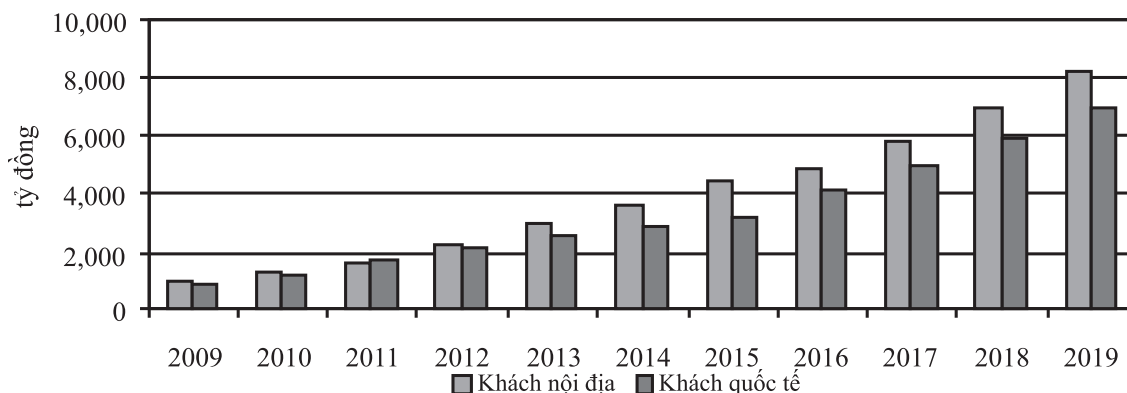


*Nguồn: Số liệu của Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020)*



Cũng trong giai đoạn này, khách nội địa tạo ra lượng giá trị cao hơn khách quốc tế. Nếu giá trị tạo ra từ khách nội địa tăng từ 1.027,7 tỷ đồng năm 2009 lên 8.180,8 tỷ đồng năm 2019 với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2014 - 2019 đạt 17,9%, thì giá trị tạo ra từ khách quốc tế tăng từ 863,8 tỷ đồng năm 2009 lên 7.020 tỷ đồng năm 2019 với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2014 - 2019 đạt 19,6%.

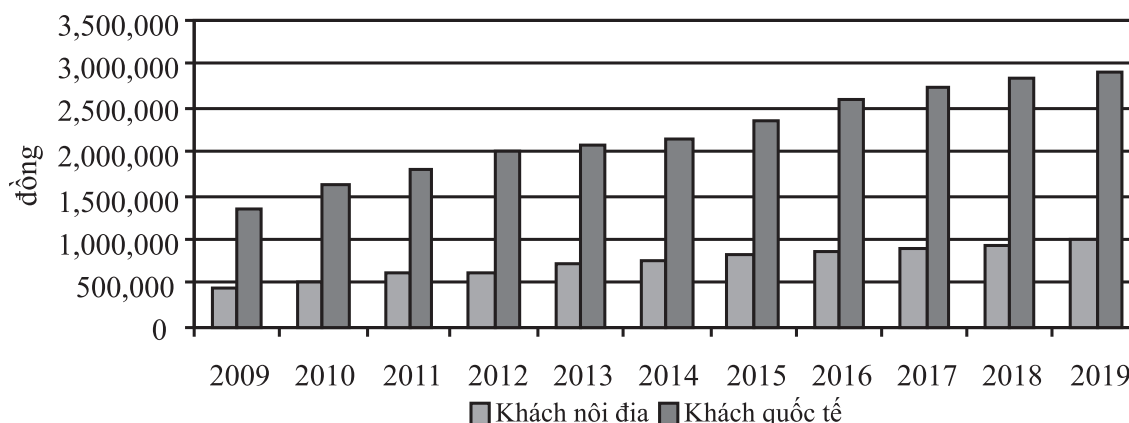
**Hình 6. Giá trị được tạo ra trong chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận phân theo khách nội địa và khách quốc tế giai đoạn 2009 - 2019**



*Nguồn: Số liệu của Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020)*

Nếu so sánh tương quan lượng khách nội địa thường cao gấp 7,3 đến 9,0 lần lượng khách quốc tế đến Bình Thuận, thì tổng chi tiêu trung bình của khách quốc tế cao hơn nhiều so với tổng chi tiêu trung bình của khách nội địa tại Bình Thuận. Ngay cả khi thời gian lưu trú bình quân của khách quốc tế cao gấp đôi thời gian lưu trú bình quân của khách nội địa trên địa bàn tỉnh; mức chi tiêu bình quân một ngày của khách quốc tế cũng cao hơn gấp 3 lần so với mức chi tiêu bình quân một ngày của khách nội địa.

**Hình 7. Mức chi tiêu bình quân một ngày của du khách đến Bình Thuận giai đoạn 2009 - 2019**



*Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (năm)*

### 3.3. Chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận trong bối cảnh đại dịch COVID-19

Đại dịch COVID-19 khởi phát từ Trung Quốc và Việt Nam không tránh khỏi ảnh hưởng của sự lây lan. Ngày 23/1/2020, Việt Nam ghi nhận ca nhiễm đầu tiên là du khách người Trung

Quốc đến Việt Nam. Đến ngày 11/4/2021, Việt Nam đã ghi nhận 2.693 ca, trong đó có 2.429 ca đã bình phục và 35 ca tử vong (theo số liệu của Bộ Y tế). Về cơ bản, Việt Nam đã kiểm soát tương đối tốt tình hình dịch bệnh, do đó các thiệt hại kinh tế do dịch bệnh gây ra đã được hạn chế đáng kể. Tuy nhiên do các biện pháp kiểm soát dịch bệnh, Việt Nam đã đóng cửa biên giới và hạn chế người nước ngoài nhập cảnh. Trong suốt thời gian giãn cách xã hội để phòng chống dịch, tất cả các điểm du lịch trên cả nước và các đường bay quốc tế đều đóng cửa. Hầu hết các hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch đều bị yêu cầu dừng hoạt động và phần lớn các doanh nghiệp du lịch phải cắt giảm lao động và/hoặc tạm ngừng kinh doanh khiến cho ngành du lịch trở thành một trong số các ngành bị tác động nặng nề nhất (NEU & JICA, 2020).

Ngày 15/9/2020, Việt Nam chính thức nối lại một số chuyến bay thương mại quốc tế nhưng rất hạn chế du lịch quốc tế, trong khi số ca nhiễm mới vẫn tiếp tục tăng. Bình Thuận có tổng cộng 10 ca nhiễm COVID-19 trong năm 2020 là các ca nhập cảnh hoặc đi về từ vùng dịch, tuy nhiên đều là các ca đã bình phục. Đại dịch COVID-19 đã làm thay đổi thói quen và xu hướng du lịch của người tiêu dùng, do đó tạo ra không ít ảnh hưởng phức tạp đối với ngành du lịch.

Chuỗi giá trị du lịch gắn chặt với điểm đến du lịch, nên khi không có du khách đến thì giá trị cũng sẽ không được tạo ra. Điều này tạo ra sự “đứt gãy” của chuỗi giá trị du lịch, vì vậy rất khó để lập bản đồ chuỗi giá trị du lịch nếu như không có các hoạt động của du khách tại các điểm đến du lịch.

Như đã phân tích ở trên, lượng khách quốc tế đến Việt Nam nói chung và đến Bình Thuận nói riêng đều giảm mạnh do ảnh hưởng của dịch bệnh. Trong thời gian diễn ra dịch bệnh, khách quốc tế đến Bình Thuận chủ yếu là chuyên gia nước ngoài, chủ doanh nghiệp nước ngoài, nhân viên ngoại giao các nước và người nước ngoài lao động tại Việt Nam. Do không có khách quốc tế đến, phần giá trị đến từ khách quốc tế trong chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận không được tạo ra và không xác định được giá trị của từng mắt xích trong chuỗi. Đối với du lịch nội địa, lượng khách trong nước có sự sụt giảm cho tâm lý của du khách. Do có độ trễ trong việc thống kê về du lịch, số liệu về chi tiêu của du khách đến Bình Thuận trong năm 2020 và các tháng đầu năm 2021 chưa được công bố chính thức, vì vậy rất khó để định lượng và xác định giá trị tạo ra trong từng mắt xích của chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận.

Du lịch nội địa là lĩnh vực được Bình Thuận kích cầu nhằm khôi phục và tạo đà tăng trưởng cho ngành du lịch địa phương, nằm trong chương trình “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch được triển khai trên cả nước. Bình Thuận là tỉnh tiên phong trong việc cấp nhận diện an toàn cho các cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch theo các tiêu chí phòng, chống dịch bệnh và đảm bảo an toàn cho du khách nhằm xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch an toàn và chất lượng. Bên cạnh đó, ngành du lịch Bình Thuận đã xây dựng chương trình giảm giá kích cầu du lịch, phát triển sản phẩm du lịch mới, nâng cấp vệ sinh môi trường và chất lượng dịch vụ, giảm giá vé tham quan tại các điểm du lịch... cũng như ký kết hợp tác du lịch với các địa phương lân cận như Lâm Đồng. Đồng thời, các doanh nghiệp du lịch như đơn vị lữ hành, khách sạn, khu nghỉ dưỡng... đồng loạt giảm giá và có nhiều chương trình ưu đãi nhằm thu hút du khách. Nhìn chung, các nỗ lực và biện pháp nói trên đang đem lại hiệu quả nhất định khi lượng khách nội địa đến Bình Thuận cũng đã tăng dần trở lại, chủ yếu vẫn tập trung cao điểm vào các kỳ nghỉ lễ, Tết (Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bình Thuận).

Tính đến thời điểm hiện tại, tuy chưa thể xác định được chính xác giá trị của từng mắt xích trong chuỗi giá trị du lịch tỉnh Bình Thuận trong thời kỳ đại dịch COVID-19, tuy nhiên có



thể khẳng định rằng chuỗi giá trị du lịch này có bị ảnh hưởng của đại dịch. Dựa vào thực trạng du lịch tỉnh Bình Thuận trong giai đoạn này, việc giảm lượng du khách đến và giảm doanh thu du lịch hàm ý rằng mức giá trị được tạo ra trong chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận có sự suy giảm. Một số điểm đến du lịch và địa điểm công cộng phải đóng cửa không tiếp đón khách cũng làm giảm nguồn thu từ hoạt động tham quan, giải trí. Bên cạnh đó, việc giảm giá các dịch vụ du lịch nhằm kích cầu cũng làm giảm lợi nhuận của các doanh nghiệp du lịch, trong bối cảnh doanh thu bị sụt giảm đáng kể và thời gian lưu trú, chi tiêu của du khách cũng có sự biến động do ảnh hưởng của tình hình dịch bệnh, giá trị được tạo ra từ du khách trong chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận bị giảm đi. Đây cũng là tình hình và khó khăn chung của tất cả các địa phương trong cả nước hiện nay.

#### **4. Kết luận và hàm ý chính sách**

Mặc dù còn một số hạn chế về cách tiếp cận và số liệu, việc phân tích chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận từ phương pháp phân tích chi tiêu của du khách đã góp phần khái quát hóa “bức tranh” phát triển du lịch của tỉnh trong vòng một thập kỷ trở lại đây (2009 - 2019) và trong bối cảnh du lịch địa phương chịu ảnh hưởng của đại dịch COVID-19; xác định các mắt xích tạo ra giá trị cũng như sự thay đổi của các mắt xích trong chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận. Từ kết quả xác định và phân tích chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận giai đoạn 2009 - 2019 thông qua phân tích chi tiêu du lịch và thực tiễn du lịch Bình Thuận trong năm 2020 và các tháng đầu năm 2021, có thể thấy một số vấn đề đáng chú ý như sau:

Thứ nhất, thời gian hoạt động của du khách trên địa bàn tỉnh Bình Thuận ngắn (dưới 2 ngày) và có xu hướng giảm trong giai đoạn 2009 - 2019. Nhờ vào số lượt du khách và chi tiêu du lịch tăng nên về tổng thể doanh thu du lịch của tỉnh vẫn tăng. Vấn đề đặt ra đối với du lịch Bình Thuận là cần kéo dài thời gian hoạt động của du khách trên địa bàn tỉnh, qua đó tăng chi tiêu của du khách và tăng doanh thu từ các hoạt động du lịch.

Thứ hai, đối với chuỗi giá trị du lịch, các mắt xích lưu trú và ăn uống là nguồn tạo giá trị lớn nhất do đây là hai hoạt động cơ bản của du khách. Theo Tổng cục Du lịch (2021), tỉnh Bình Thuận có 112 cơ sở lưu trú được thống kê trong cơ sở dữ liệu (chỉ chiếm 1,5% tổng số cơ sở lưu trú của cả nước). Đây là con số nhỏ so với số lượng cơ sở lưu trú của các tỉnh thành lân cận như Bà Rịa - Vũng Tàu (309 cơ sở), Khánh Hòa (428 cơ sở) hay Lâm Đồng (456 cơ sở) đều là những điểm đến du lịch nổi tiếng trên cả nước.

Mua sắm đã trở thành một mắt xích có giá trị lớn, trong khi đó mắt xích tham quan lại có xu hướng thu hẹp. Các điểm đến nổi tiếng trên địa bàn tỉnh như bãi biển mũi Né hay mũi Kê Gà đều là các điểm du lịch tự nhiên, hấp dẫn du khách bằng vẻ đẹp hoang sơ nên các sản phẩm và dịch vụ du lịch tại Bình Thuận còn rất giản đơn, khiến cho thời gian lưu trú của du khách không kéo dài và không tạo ra được giá trị cao cho địa phương. Vì thế, việc đầu tư nâng cấp và xây dựng mới các điểm tham quan, mua sắm và giải trí trên địa bàn tỉnh Bình Thuận đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút du khách, đa dạng hóa các hoạt động du lịch, kéo dài thời gian lưu trú của du khách để tăng chi tiêu du lịch. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có Khu du lịch Phú Quý đã được công nhận là khu du lịch cấp tỉnh (theo Quyết định số 1374/QĐ-UBND ngày 16/6/2020) và Khu du lịch Mũi Né đã được công nhận là khu du lịch quốc gia (theo Quyết định số 2354/QĐ-BVHTTDL ngày 24/8/2020). Tháng 7/2020, UBND tỉnh Bình Thuận đã ban hành Kế hoạch thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 tại Bình Thuận, trong đó tập trung đầu tư hoàn thiện cơ sở hạ tầng, vật chất và kỹ thuật phục vụ du

lịch đối với khu du lịch quốc gia Mũi Né nhằm đưa khu du lịch trở thành điểm đến quan trọng trong hệ thống du lịch của tỉnh, vùng và cả nước. Đây là một bước tiến nhằm tăng thêm giá trị thương hiệu du lịch Bình Thuận, tuy nhiên cũng là thách thức đối với địa phương trong việc đẩy mạnh và thu hút đầu tư.

Bên cạnh đó, y tế là lĩnh vực du lịch có tốc độ tăng trưởng cao, cho thấy tiềm năng phát triển loại hình du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và chữa bệnh. Đây cũng là một trong 4 chủ đề tiềm năng nhằm giúp du lịch Bình Thuận tăng trưởng thuộc Đề án phát triển du lịch tỉnh Bình Thuận đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 được Tập đoàn tư vấn McKinsey & Company xây dựng và chuyển giao cho UBND tỉnh Bình Thuận ngày 12/11/2019.

Giải trí cũng là một mắt xích quan trọng, được tỉnh xác định trong việc phát triển sản phẩm du lịch quan trọng khai thác đặc trưng văn hóa địa phương và các sản phẩm du lịch bổ trợ như các loại hình vui chơi giải trí ban đêm, vui chơi giải trí công nghệ cao, hoạt động biểu diễn nghệ thuật và diễn xướng dân gian... Nhìn chung, việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cấp chất lượng hạ tầng cơ sở đặc biệt là giao thông, cơ sở lưu trú, điểm giải trí và mua sắm... góp phần kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách.

Thứ ba, mức chi tiêu bình quân một ngày và độ dài ngày lưu trú bình quân của khách quốc tế cao hơn rất nhiều so với khách nội địa tại Bình Thuận. Vì vậy, việc thu hút du khách quốc tế đến Bình Thuận sẽ là một nguồn tiềm năng tạo ra giá trị rất lớn cho ngành du lịch Bình Thuận, chưa kể đến hiệu ứng "tràn" đối với các ngành và lĩnh vực kinh tế - xã hội khác của địa phương. Hiện nay, lượng khách quốc tế đến Bình Thuận còn rất hạn chế, do đó ngành du lịch Bình Thuận cần tích cực quảng bá để tạo dấu ấn đối với du khách quốc tế, thu hút sự tham gia của các doanh nghiệp du lịch và lữ hành, các tập đoàn khách sạn và nhà hàng, các nhà đầu tư... nhằm định vị thương hiệu du lịch Bình Thuận trên thị trường du lịch quốc tế.

Thứ tư, khách nội địa vẫn là nguồn tạo ra giá trị lớn đối với ngành du lịch Bình Thuận. Đặc biệt, trong bối cảnh đại dịch COVID-19 ảnh hưởng đến ngành du lịch cả nước nói chung và du lịch Bình Thuận nói riêng, việc kích cầu du lịch nội địa đóng vai trò rất quan trọng nhằm khôi phục và tạo đà tăng trưởng trở lại cho ngành du lịch Bình Thuận. Chuỗi giá trị du lịch chỉ hoạt động và tạo ra giá trị khi có du khách đến các điểm du lịch. Vì vậy, kích cầu du lịch nội địa là cơ sở để phục hồi chuỗi giá trị du lịch Bình Thuận thông qua việc gia tăng giá trị từ khách nội địa, tạo niềm tin để thu hút khách quốc tế, qua đó khôi phục lại giá trị từ khách quốc tế trong chuỗi giá trị du lịch. Việc đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ, nâng cấp cơ sở hạ tầng cùng với việc thực hiện các biện pháp đảm bảo an toàn và sức khỏe cho du khách sẽ tiếp tục đóng vai trò thu hút du khách, kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu du lịch, tạo ra giá trị kinh tế cho du lịch địa phương.

### **Tài liệu tham khảo**

Bộ Y tế (2021). *Trang tin về dịch bệnh viêm đường hô hấp cấp COVID-19*. Truy xuất từ <http://ncov.moh.gov.vn> ngày 11/4/2021.

Christian, M., Fernandez-Stark, K., Ahmed, G., & Gereffi, G. (2011). The tourism global value chain: Economic upgrading and workforce development. *G. Gereffi, K. Fernandez-Stark, & P. Psilos, Skills for upgrading, Workforce development and global value chains in developing countries*, 276-280.

Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020). *Thông tin kinh tế xã hội Bình Thuận các năm từ 2009 đến Quý I năm 2021*. Truy xuất từ <http://www.cucthongke.vn/Default.aspx> ngày 11/4/2021.

Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020). *Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận các năm từ 2009 đến 2020*. Truy xuất từ <http://www.cucthongke.vn/nien-giam-thong-ke.aspx> ngày 11/4/2021.

Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận (2020). *Kết quả điều tra chi tiêu khách du lịch tỉnh Bình Thuận các năm từ 2009 đến 2019*. Truy xuất từ <http://www.cucthongke.vn/x-chuyen-de.aspx?id=11> ngày 11/4/2021.

FIAS (2006). *The tourism sector in Mozambique: A value chain analysis*. Foreign Investment Advisory Service.

GTZ (2007). *Cẩm nang Valuelink: Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị*. Bản dịch tiếng Việt.

Hawkins, D., & Nikolova, M. (2005). Knowledge applications for competitive destinations: A visitor experience value chain approach. *XVI General Assembly of the World Tourism Organization. Senegal*.

McEwen, D., & Bennett, O. (2010). Seychelles tourism value chain analysis. *Final Report Commonwealth Secretariat*.

NEU & JICA (2020). *Đánh giá các chính sách ứng phó với COVID-10 và các khuyến nghị*. Hà Nội.

Ngô Thị Phương Lan và Nguyễn Thị Vân Hạnh (2020). Tiếp cận chuỗi giá trị trong nghiên cứu phát triển du lịch. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Khoa học Xã hội và Nhân văn*, số 4 (3), trang 408-416.

OECD (2019). *Providing new OECD evidence on tourism trade in value added*. OECD tourism paper 2019/01.

Đinh Thị Thanh Long (2015). Chuỗi giá trị toàn cầu - Cơ hội và thách thức cho sự phát triển. *Tạp chí Khoa học & đào tạo ngân hàng*, số 159, trang 55-62.

Ponter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. The Free. New York.

Lưu Thanh Tâm (2015). Giải pháp phát triển du lịch tỉnh Bình Thuận trong giai đoạn 2015 - 2020. *Phát triển & Hội nhập*, số 22 (32), trang 78-81.

Đinh Văn Thiên và các cộng sự (2010). *Nam Trung Bộ vùng đất và con người*. Nhà xuất bản Quân đội nhân dân. Hà Nội.

Lê Thông (2006). *Địa lý các tỉnh và thành phố Việt Nam*. Nhà xuất bản Giáo dục. Hà Nội.

Tổng cục Du lịch (2021). *Cơ sở dữ liệu Du lịch Việt Nam*. Truy xuất từ <http://csdl.vietnamtourism.gov.vn> ngày 11/4/2021.