

# NGHIÊN CỨU SẢN PHẨM DU LỊCH CHO HUYỆN PHÚ LỘC, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ DỰA TRÊN MỐI QUAN HỆ CUNG-CẦU<sup>(\*)</sup>

Trương Thị Hồng Minh, Hoàng Thị Quý Phương<sup>\*\*</sup>

## 1. Đặt vấn đề

Tỉnh Thừa Thiên Huế nằm ở miền Trung Việt Nam, là địa phương có hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phong phú; đặc biệt địa phương này còn sở hữu một hệ thống quần thể di tích và nhã nhạc cung đình đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa của nhân loại. Tuy nhiên cho đến nay du lịch Thừa Thiên Huế vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng hiện có và chưa phát triển đồng đều giữa các vùng miền. Nhiều huyện, xã phụ cận mới chỉ khai thác các tài nguyên du lịch ở dạng sơ khai, chưa có sự thống nhất đầu tư về chuyên môn cũng như chưa khai thác hợp lý dẫn đến chưa tạo ra được nét đặc thù của vùng.

Huyện Phú Lộc nằm ở phía nam của tỉnh Thừa Thiên Huế với chiều dài 60km, cách Huế 45km về phía bắc và Đà Nẵng 65km về phía nam. Phú Lộc trải dọc theo chiều dài bờ biển, nơi hội tụ đầy đủ các thế mạnh về biển, đầm phá, đồng bằng, gò đồi, rừng núi, là những cảnh quan thiên nhiên tiềm năng cho các hoạt động du lịch của vùng. Thêm vào đó, với hệ thống đường giao thông thuận tiện bao gồm quốc lộ 1A và đường sắt xuyên Việt, hệ thống cảng Chân Mây-Lăng Cô giúp cho địa phương có thể đón khách bằng nhiều phương tiện khác nhau. Trong một vài năm gần đây, du lịch huyện Phú Lộc đã có những bước phát triển và đạt được một số kết quả tích cực. Theo báo cáo của Phòng Thông tin huyện Phú Lộc, năm 2012 huyện Phú Lộc đón khoảng 340.000 lượt khách, đóng góp doanh thu vào GDP của huyện khoảng 9-10% [2]. Tuy nhiên xét trong bối cảnh tình hình phát triển chung cùng với những tiềm năng sẵn có của địa phương thì rõ ràng những kết quả đạt được là chưa tương xứng. Một trong những vấn đề của du lịch huyện Phú Lộc là hệ thống các sản phẩm du lịch chưa được hình thành và xác định cụ thể, chưa có tính hấp dẫn, độc đáo, mang tính vùng miền. Với các điểm du lịch nhỏ nằm rải rác trên khắp địa bàn huyện, việc phát triển sản phẩm du lịch của huyện Phú Lộc hiện nay chỉ nhằm vào các mục tiêu kinh doanh ngắn hạn, chưa có các nghiên cứu sâu về sản phẩm du lịch nhằm định hướng phát triển du lịch một cách bền vững, lâu dài. Chính vì vậy, nghiên cứu này nhằm đạt được các mục tiêu sau:

- Phân tích, đánh giá tình hình hoạt động du lịch của huyện Phú Lộc qua các đối tượng liên quan.

\* Bài này không phải là tham luận tại cuộc hội thảo phát triển du lịch sinh thái do Bộ môn Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP Hồ Chí Minh tổ chức. Chúng tôi giới thiệu trong chuyên đề này để bạn đọc hiểu thêm về một địa phương giàu tiềm năng phát triển du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế.

\*\* Khoa Du lịch, Đại học Huế.

- Nghiên cứu phân tích đặc điểm của du khách và nhu cầu của họ về các sản phẩm du lịch tại huyện Phú Lộc.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm xây dựng và hoàn thiện hệ thống sản phẩm du lịch dựa trên mối quan hệ cung-cầu (cung điểm đến và cầu du khách).

Để hoàn thành được các mục tiêu đó, các câu hỏi được đặt ra như sau:

- Đặc điểm và nhu cầu của du khách đến với huyện Phú Lộc là gì?

- Sản phẩm du lịch huyện Phú Lộc có hấp dẫn và mang tính vùng miền hay không?

- Làm thế nào để kết nối giữa cung điểm đến và cầu du khách của huyện Phú Lộc?

## **2. Từ quan điểm đến phương pháp xây dựng sản phẩm**

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (WTO), *“một “sản phẩm du lịch” là sự kết hợp của nhiều khía cạnh khác nhau (các đặc điểm của điểm đến du lịch, phương thức vận tải, loại hình lưu trú, hoạt động cụ thể tại điểm đến...) xung quanh một tâm điểm, như tour du lịch thiên nhiên, cuộc sống tại trang trại, thăm di tích lịch sử và văn hóa, thăm một thành phố cụ thể, tham gia các môn thể thao cụ thể, bãi biển,...”*. Tổ chức Du lịch Thế giới cũng khẳng định rằng *“khái niệm “sản phẩm du lịch” không liên quan đến khái niệm “sản phẩm” được sử dụng trong kinh tế, mà được sử dụng bởi các chuyên gia trong kinh doanh du lịch để đưa ra thị trường các gói hoặc các điểm đến cụ thể”* [3].

Đơn giản hơn, Điều 4, Chương I, Luật Du lịch Việt Nam 2005 xác định rằng *“Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của du khách trong chuyến đi du lịch”*; trong đó *“Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách”* [4].

Từ 2 quan điểm này, một sản phẩm du lịch có thể tóm lược như là một phức hợp sản phẩm bao gồm hàng hóa, vật chất và dịch vụ. Một sản phẩm du lịch có thể là những sản phẩm tách biệt hoặc các gói sản phẩm, phụ thuộc vào quy mô đầu tư và các điều kiện của điểm đến du lịch mà nó có thể rất lớn hoặc rất nhỏ lẻ trong các lĩnh vực *về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn...* Một sản phẩm du lịch thực sự trở thành sản phẩm du lịch khi nó được thông qua sự trải nghiệm chân thực từ du khách.

Về phương pháp nghiên cứu, nhóm nghiên cứu sử dụng tổng hợp các phương pháp bao gồm định tính và định lượng để làm nổi bật mối quan hệ cung-cầu trong hoạt động phát triển du lịch tại huyện Phú Lộc, từ đó đưa ra các giải pháp thích hợp cho hoạt động phát triển tại địa phương này.

## **3. Nội dung và kết quả nghiên cứu**

### **3.1. Đánh giá về tính hấp dẫn, thu hút của điểm đến huyện Phú Lộc**

#### **a. Về tài nguyên tự nhiên, văn hóa và con người**

Về tài nguyên tự nhiên, huyện Phú Lộc sở hữu một quần thể cảnh quan thiên nhiên phong phú như vịnh Lăng Cô, Bạch Mã, Suối Voi hay đầm phá

Tam Giang... và tất cả các điểm này đều có tiềm năng phát triển du lịch. Thực vậy, theo kết quả điều tra (Bảng 1) có 91,2% chính quyền địa phương, 66,7% doanh nghiệp và 97,5 % người dân đều cho rằng các tài nguyên thiên nhiên ở huyện Phú Lộc có tiềm năng phát triển du lịch.

*Bảng 1. Đánh giá của các bên về tài nguyên du lịch ở huyện Phú Lộc.*

| Yếu tố                                                                                     | Chính quyền |      | Doanh nghiệp |      | Người dân |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|--------------|------|-----------|------|
|                                                                                            | N           | %    | N            | %    | N         | %    |
| Điều kiện về tài nguyên tự nhiên<br>(Khí hậu, cảnh quan thiên nhiên...)                    | 31          | 91,2 | 10           | 66,7 | 195       | 97,5 |
| Điều kiện về tài nguyên nhân văn<br>(Di tích lịch sử, truyền thống văn hóa, làng nghề,...) | 14          | 41,2 | 8            | 53,3 | 123       | 61,5 |
| Con người thân thiện và mến khách                                                          | 15          | 44,1 | 10           | 66,7 | 114       | 57,0 |

*Nguồn:* Số liệu điều tra

Bên cạnh tài nguyên thiên nhiên, huyện Phú Lộc còn sở hữu những giá trị nhân văn hết sức phong phú bao gồm những giá trị thẩm mỹ và tinh thần đặc sắc tạo nên bản sắc văn hóa riêng của vùng. Những yếu tố đặc sắc đó được thể hiện qua các phong tục tập quán và lễ hội gắn liền với tín ngưỡng và thực tiễn lao động sản xuất. Các di tích lịch sử văn hóa có thể đưa vào khai thác phát triển du lịch ở đây bao gồm núi Thúi Vân và chùa Thánh Duyên, cửa Tư Hiền, Thiền viện Trúc Lâm Bạch Mã... Thêm vào đó, những chương trình ẩm thực đặc sắc, các làng nghề mang đậm bản sắc của vùng miền cũng là những yếu tố góp phần tạo dựng hình ảnh thương hiệu của vùng và đồng thời tạo ra lợi thế cạnh tranh của điểm đến này so với điểm đến khác. Tuy nhiên, dưới góc độ của các bên liên quan (chính quyền, doanh nghiệp và người dân) thì những tài nguyên nhân văn này chưa đủ mạnh và chưa có tính hấp dẫn cao (cụ thể chỉ có 41,2% chính quyền địa phương, 53,3% doanh nghiệp và 61,5% người dân đánh giá có tiềm năng) để có thể thu hút du khách đến với điểm đến này, cũng như thu hút các doanh nghiệp du lịch đầu tư.

#### ***b. Về các điểm du lịch, các sự kiện, hoạt động lễ hội***

Theo kết quả nghiên cứu (Bảng 2) một số điểm du lịch nổi bật trên địa bàn huyện Phú Lộc có thể kể đến là: Biển Lăng Cô là điểm du lịch được đánh giá cao nhất đối với tất cả các bên liên quan (cụ thể điểm trung bình đánh giá của chính quyền, doanh nghiệp và người dân lần lượt là 4,4/5, 5/5 và 4,59/5); Tiếp đó là Thiền viện Trúc Lâm (4,33/5, 4,79/5 và 4,05/5); Suối Voi (4,32/5, 4,93/5 và 4,01/5) và Bạch Mã (4,14/5, 4,79/5 và 4,03/5). Vì vậy, có thể xem biển Lăng Cô chính là hạt nhân cho toàn bộ quá trình phát triển sản phẩm du lịch ở huyện Phú Lộc.

*Bảng 2. Đánh giá tiềm năng phát triển của các điểm du lịch tại huyện Phú Lộc.*

| Khu du lịch      | Điểm trung bình đánh giá |              |           |
|------------------|--------------------------|--------------|-----------|
|                  | Chính quyền địa phương   | Doanh nghiệp | Người dân |
| (1)              | (2)                      | (3)          | (4)       |
| Biển Tư Hiền     | 3,48                     | 4,71         | 3,22      |
| Chùa Thánh Duyên | 3,91                     | 4,36         | 2,93      |

| (1)                 | (2)  | (3)  | (4)  |
|---------------------|------|------|------|
| Biển Cảnh Dương     | 4,19 | 4,77 | 3,75 |
| Đỉnh Mỹ Lợi         | 4,00 | 4,14 | 2,62 |
| Núi Thúy Vân        | 3,74 | 4,36 | 2,35 |
| Hồ Truồi            | 3,93 | 4,71 | 3,44 |
| Thiền viện Trúc Lâm | 4,33 | 4,79 | 4,05 |
| Bạch Mã             | 4,14 | 4,79 | 4,03 |
| Suối Voi            | 4,32 | 4,93 | 4,01 |
| Biển Lăng Cô        | 4,40 | 5,00 | 4,59 |
| Hải Vân Quan        | 3,84 | 4,57 | 3,85 |

Nguồn : Số liệu điều tra

Tóm lại, dựa trên đánh giá của các bên liên quan, huyện Phú Lộc có nhiều tiềm năng phát triển du lịch và được đánh giá khá cao (như trong Bảng 3, có 76,5% chính quyền địa phương, 73,3% doanh nghiệp và 78% người dân đánh giá có tiềm năng phát triển tốt trở lên).

*Bảng 3. Đánh giá của các bên về tiềm năng phát triển du lịch ở huyện Phú Lộc.*

| Đánh giá           | Chính quyền |       | Doanh nghiệp |       | Người dân |       |
|--------------------|-------------|-------|--------------|-------|-----------|-------|
|                    | SL          | %     | SL           | %     | SL        | %     |
| Không tốt          | 6           | 17,6  | 1            | 6,7   | 2         | 1,0   |
| Không tốt lắm      | 1           | 2,9   | 0            | 0     | 6         | 2,9   |
| Bình thường        | 1           | 2,9   | 3            | 20,0  | 38        | 18,2  |
| Tốt                | 10          | 29,4  | 8            | 53,3  | 132       | 63,2  |
| Rất tốt            | 16          | 47,1  | 3            | 20,0  | 31        | 14,8  |
| Tổng               | 34          | 100,0 | 15           | 100,0 | 209       | 100,0 |
| Giá trị trung bình | 3,85        |       | 3,80         |       | 3,88      |       |

Nguồn: Số liệu điều tra

### **3.2. Đánh giá nhu cầu của du khách về sản phẩm du lịch của huyện Phú Lộc**

Để thực hiện việc đánh giá nhu cầu của du khách về sản phẩm du lịch của huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát, lấy ý kiến của 224 du khách (với 198 khách nội địa chiếm 88,4% và có độ tuổi từ 18-40 chiếm 71,9%) tại các điểm du lịch lớn ở huyện Phú Lộc. Đa số du khách được phỏng vấn đều đi du lịch cá nhân hoặc tự tổ chức theo nhóm. Tỷ lệ du khách đi theo các chương trình trọn gói của các công ty lữ hành là khá thấp (21,3%).

Khi điều tra nhu cầu của du khách đối với các yếu tố về tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên văn hóa, các hoạt động tại điểm du lịch, hệ thống cơ sở lưu trú, kinh doanh ăn uống, vui chơi giải trí và cơ sở hạ tầng tại điểm đến, nhóm nghiên cứu thu được kết quả là du khách đánh giá cao các giá trị tự nhiên (4,23/5) của huyện Phú Lộc. Thực vậy, với hệ thống sông ngòi, rừng, biển đan xen tạo cho khu vực này các giá trị tự nhiên có tiềm năng du lịch lớn, là điểm nổi bật thu hút du khách đến với địa phương này. Bên cạnh đó, tài nguyên văn hóa và con người ở đây cũng là một yếu tố hấp dẫn khác đối với du khách (3,44/5). Tuy nhiên, du khách đánh giá thấp đối với hoạt động vui chơi giải trí

ở đây (2,66/5). Việc tạo ra các sản phẩm du lịch hấp dẫn, đa dạng (bao gồm các hoạt động vui chơi giải trí tại điểm) sẽ làm thỏa mãn hơn nhu cầu của du khách và đó chính là mục tiêu cần hướng đến của huyện Phú Lộc.

*Bảng 4.* Mức độ hài lòng của du khách về các yếu tố tạo nên sản phẩm du lịch của huyện Phú Lộc.

| Yếu tố                                  | Mức độ đánh giá |     |      |      |      | Tổng | Giá trị trung bình |
|-----------------------------------------|-----------------|-----|------|------|------|------|--------------------|
|                                         |                 | 1   | 2    | 3    | 4    | 5    |                    |
| Giá trị tự nhiên                        | SL              | 5   | 1    | 19   | 94   | 82   | 201                |
|                                         | %               | 2,5 | 0,5  | 9,5  | 46,8 | 40,8 | 100                |
| Giá trị văn hóa                         | SL              | 5   | 11   | 101  | 48   | 29   | 194                |
|                                         | %               | 2,6 | 5,7  | 52,1 | 24,7 | 14,9 | 100                |
| Các hoạt động tại điểm du lịch          | SL              | 10  | 39   | 79   | 44   | 18   | 190                |
|                                         | %               | 5,3 | 20,5 | 41,6 | 23,2 | 9,5  | 100                |
| Hệ thống cơ sở lưu trú                  | SL              | 8   | 13   | 84   | 71   | 15   | 191                |
|                                         | %               | 4,2 | 6,8  | 44   | 37,2 | 7,9  | 100                |
| Kinh doanh ăn uống                      | SL              | 8   | 11   | 76   | 75   | 22   | 192                |
|                                         | %               | 4,2 | 5,7  | 39,6 | 39,1 | 11,5 | 100                |
| Giải trí                                | SL              | 25  | 62   | 69   | 28   | 9    | 193                |
|                                         | %               | 13  | 32,1 | 35,8 | 14,5 | 4,7  | 100                |
| Hệ thống cơ sở hạ tầng tại điểm du lịch | SL              | 8   | 38   | 83   | 45   | 16   | 190                |
|                                         | %               | 4,2 | 20   | 43,7 | 23,7 | 8,4  | 100                |

*Nguồn:* Số liệu điều tra

Liên quan đến đánh giá sự hài lòng của du khách đối với các yếu tố hình thành nên sản phẩm du lịch, kết quả phân tích phương sai (ANOVA) (Bảng 5) cho thấy không có sự khác biệt nhiều đối với nhóm tuổi, giới tính và thu nhập; riêng với nhóm quốc tịch có sự đánh giá khác nhau về yếu tố giá trị tự nhiên, giá trị văn hóa và đặc biệt là yếu tố vui chơi giải trí. Như vậy, huyện Phú Lộc cần lưu ý trong việc cung cấp các sản phẩm du lịch khác nhau cho các đối tượng có quốc tịch khác nhau, cũng như xem xét thị trường khách hàng mục tiêu bên cạnh các thị trường tiềm năng để có định hướng phát triển sản phẩm du lịch theo đúng thị trường cần hướng đến.

*Bảng 5.* Kết quả phân tích phương sai đánh giá sự hài lòng của du khách đối với các yếu tố tạo nên sản phẩm du lịch tại huyện Phú Lộc.

| Yếu tố                                     | Mức ý nghĩa (Sig.) |           |          |           |
|--------------------------------------------|--------------------|-----------|----------|-----------|
|                                            | Tuổi               | Giới tính | Thu nhập | Quốc tịch |
| 1. Điểm du lịch                            |                    |           |          |           |
| Giá trị tự nhiên                           | Ns                 | Ns        | Ns       | **        |
| Giá trị văn hóa                            | Ns                 | Ns        | Ns       | **        |
| Các hoạt động du lịch tại điểm             | Ns                 | Ns        | Ns       | Ns        |
| 2. Hệ thống các cơ sở lưu trú              | Ns                 | Ns        | Ns       | *         |
| 3. Kinh doanh ăn uống                      | Ns                 | *         | Ns       | **        |
| 4. Giải trí                                | Ns                 | **        | Ns       | ***       |
| 5. Hệ thống cơ sở hạ tầng tại điểm du lịch | Ns                 | Ns        | Ns       | Ns        |

Trong đó p là điểm trung bình đánh giá theo nhân tố ( \*\*\*:  $p \leq 0,01$ : rất khác biệt; \*\*:  $p \leq 0,05$ : khác biệt; \*:  $p \leq 0,1$ : khác biệt ít; và Ns: không có khác biệt gì)

*Nguồn:* Số liệu điều tra

Bên cạnh nghiên cứu đánh giá sự hài lòng của khách về hệ thống các dịch vụ du lịch tại điểm đến huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu cũng tiến hành khảo sát các yếu tố tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến. Căn cứ vào tiềm năng và định hướng phát triển các sản phẩm du lịch của huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu đã đưa ra các yếu tố hấp dẫn, các hoạt động du lịch có khả năng phát triển trên địa bàn huyện (Bảng 6). Kết quả nghiên cứu cho thấy, rõ ràng cảnh quan thiên nhiên ở các điểm du lịch chính là điểm nổi bật hấp dẫn du khách (4,12/5). Bên cạnh đó, các hoạt động như thưởng thức các đặc sản địa phương (3,71/5) và các hoạt động tại điểm du lịch (3,0/5) cũng góp phần thu hút và hấp dẫn du khách của huyện Phú Lộc.

*Bảng 6. Mức độ hấp dẫn của các hoạt động du lịch tại điểm đến theo đánh giá của du khách.*

| Yếu tố                                                        | Mức độ đánh giá |     |      |      |      | Tổng | Giá trị trung bình |
|---------------------------------------------------------------|-----------------|-----|------|------|------|------|--------------------|
|                                                               |                 | 1   | 2    | 3    | 4    | 5    |                    |
| Cảnh quan thiên nhiên tại điểm du lịch                        | SL              | 6   | 4    | 18   | 106  | 69   | 203                |
|                                                               | %               | 3   | 2    | 8,9  | 52,2 | 34   | 100                |
| Các hoạt động tại điểm du lịch (bơi lội, câu cá, cắm trại...) | SL              | 12  | 31   | 94   | 33   | 11   | 181                |
|                                                               | %               | 6,6 | 17,1 | 51,9 | 18,2 | 6,1  | 100                |
| Lưu trú tại nhà dân                                           | SL              | 11  | 38   | 64   | 18   | 8    | 139                |
|                                                               | %               | 7,9 | 27,3 | 46   | 12,9 | 5,8  | 100                |
| Thưởng thức các đặc sản tại địa phương                        | SL              | 4   | 5    | 56   | 82   | 28   | 175                |
|                                                               | %               | 2,3 | 2,9  | 32   | 46,9 | 16   | 100                |
| Tìm hiểu văn hóa tại điểm du lịch                             | SL              | 6   | 33   | 82   | 30   | 11   | 162                |
|                                                               | %               | 3,7 | 20,4 | 50,6 | 18,5 | 6,8  | 100                |
| Tìm hiểu các làng nghề thủ công truyền thống                  | SL              | 13  | 26   | 61   | 23   | 11   | 134                |
|                                                               | %               | 9,7 | 19,4 | 45,5 | 17,2 | 8,2  | 100                |

*Nguồn: Số liệu điều tra*

Tóm lại, với kết quả điều tra thu được, chúng ta nhận thấy rằng dù với chương trình du lịch trọn gói hay tự tổ chức, du khách vẫn mong muốn chọn các điểm du lịch nổi bật như Lăng Cô, Bạch Mã, Thiền viện Trúc Lâm hay Suối Voi như là các điểm du lịch tham quan chính khi đến huyện Phú Lộc. Việc lựa chọn các điểm du lịch khác chủ yếu là du khách địa phương hay từ những vùng phụ cận có biết về các điểm này. Vấn đề là làm thế nào khai thác hiệu quả các tài nguyên du lịch vốn có của huyện và đảm bảo được sự phát triển đồng bộ để cung cấp cho du khách những trải nghiệm thú vị, thỏa mãn tối đa nhu cầu của họ khi đến với điểm đến này.

### **3.3. Đánh giá về hệ thống tiện nghi công cộng, phương tiện vận chuyển**

Xét về hệ thống tiện nghi công cộng, theo báo cáo của Phòng Thông tin huyện Phú Lộc, tính đến năm 2012 toàn huyện có 53 cơ sở lưu trú với 850 phòng nghỉ cùng với các cơ sở kinh doanh ăn uống, vui chơi giải trí. Tuy nhiên, theo đánh giá của chính quyền địa phương và các doanh nghiệp kinh doanh thì hệ thống cơ sở lưu trú, kinh doanh ăn uống tại đây chủ yếu nhỏ lẻ và chưa đảm bảo về số lượng cũng như chất lượng để đón tiếp du khách;

cụ thể chỉ có 32,4% chính quyền địa phương và 33,3% doanh nghiệp cho rằng hệ thống cơ sở lưu trú, kinh doanh ăn uống có đủ điều kiện để đón tiếp và phục vụ du khách.

Xét về hệ thống cơ sở hạ tầng để du khách có thể tiếp cận điểm đến huyện Phú Lộc, trong một vài năm gần đây huyện, tỉnh đã huy động nhiều nguồn lực để đẩy mạnh việc đầu tư như mở rộng quốc lộ 49B, xây dựng bến cảng phục vụ đưa đón du khách, xây dựng sân ga đường sắt mới ở Chân Mây-Lăng Cô, xây dựng các bến xe tải và bến xe buýt trên địa bàn huyện... do đó đã bước đầu đảm bảo được năng lực phục vụ du khách (35,3% chính quyền địa phương và 60% doanh nghiệp đánh giá huyện Phú Lộc có điều kiện về giao thông để phát triển du lịch).

Bên cạnh ý kiến của chính quyền địa phương và các doanh nghiệp kinh doanh tại huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu cũng đã thực hiện điều tra phỏng vấn trực tiếp 20 hãng lữ hành trên địa bàn thành phố Huế và kết quả thu được là khá thất vọng (Bảng 7): 50% các hãng lữ hành đánh giá chất lượng lưu trú từ bình thường trở lên, 50% các hãng lữ hành khác cho rằng dịch vụ lưu trú trên địa bàn huyện Phú Lộc có chất lượng thấp, cụ thể 20% trong số đó cho rằng hệ thống cơ sở lưu trú trên địa bàn còn nghèo nàn, chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách và chất lượng không đồng đều giữa các cơ sở lưu trú. Bên cạnh các khu nghỉ dưỡng lớn đang trong giai đoạn đầu đưa vào sử dụng, các khách sạn còn lại trên địa bàn huyện Phú Lộc không đủ tiêu chuẩn phục vụ du khách từ 3 sao trở lên.

*Bảng 7. Đánh giá của các hãng lữ hành về các dịch vụ tại huyện Phú Lộc.*

| Yếu tố            |   | Tốt | Bình thường | Chưa tốt |
|-------------------|---|-----|-------------|----------|
| Lưu trú           | N | 5   | 5           | 10       |
|                   | % | 25  | 25          | 50       |
| Ăn uống           | N | 8   | 0           | 12       |
|                   | % | 40  | 0           | 60       |
| Vui chơi giải trí | N | 0   | 0           | 20       |
|                   | % | 0   | 0           | 100      |

*Nguồn:* Số liệu điều tra

Ngược lại với dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống ở huyện Phú Lộc được đánh giá khá cao. Cụ thể có đến 40% các hãng lữ hành cho rằng, với lợi thế về nguồn thủy hải sản phong phú, Phú Lộc là một điểm đến ẩm thực hấp dẫn đối với du khách. Tuy nhiên, 60% ý kiến cho rằng cần phải xem xét vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm cũng như giá cả. Hơn nữa, cần có sắp xếp lại, đầu tư xây dựng các cơ sở kinh doanh ăn uống chuyên nghiệp hơn, đảm bảo đạt chuẩn chất lượng các dịch vụ.

Xét về hệ thống vui chơi giải trí, 100% ý kiến cho rằng điểm yếu của du lịch huyện Phú Lộc là hầu như chưa có điểm vui chơi giải trí nào có khả năng phục vụ hấp dẫn và đáp ứng nhu cầu của khách (ngoài một vài trung tâm spa hay điểm vui chơi giải trí nhỏ như karaoke, billard). Rõ ràng huyện Phú Lộc đang sở hữu một đường bờ biển dài và đẹp, có một tiềm năng lớn để phát triển

các loại hình vui chơi giải trí biển. Đó chính là câu hỏi đặt ra đối với các nhà quản lý địa phương, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn huyện.

Tóm lại, các yếu tố tiện nghi công cộng đóng một vai trò rất quan trọng cho hoạt động phát triển du lịch của một điểm đến. Đối với huyện Phú Lộc, một địa phương với nhiều tiềm năng, lợi thế về mặt địa lý, tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên nhân văn; du lịch được xem là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn trong định hướng phát triển kinh tế-xã hội thì hệ thống tiện nghi công cộng là yếu tố then chốt góp phần thúc đẩy được sự phát triển đó. Tuy nhiên, theo kết quả điều tra, hệ thống tiện nghi công cộng của địa phương vẫn còn sơ sài, thiếu tính đồng bộ và kém chất lượng. Điều này dẫn đến một số điểm đến tại huyện Phú Lộc khó có thể tiếp cận. Đây chính là điểm yếu mà chính quyền địa phương và các đơn vị kinh doanh du lịch cần có những đầu tư, nâng cấp.

#### 4. Đề xuất giải pháp và hoàn thiện sản phẩm du lịch cho huyện Phú Lộc

Trên cơ sở các kết quả điều tra và phân tích, nhóm nghiên cứu đưa ra ma trận SWOT thể hiện các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của du lịch huyện Phú Lộc hiện nay. Từ đó nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp chiến lược như sau:

| (1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | (2)                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | (3)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SWOT</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>CƠ HỘI (O)</b><br>- <b>O1</b> : Du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh và đang được đầu tư phát triển.<br>- <b>O2</b> : Các chính sách mở cửa đã tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển.<br>- <b>O3</b> : Môi trường chính trị ổn định và an toàn, kinh tế tăng trưởng. | <b>THÁCH THỨC (T)</b><br>- <b>T1</b> : Cạnh tranh cao từ các vùng lân cận qua các chính sách ưu đãi, hình thức tuyên truyền, quảng bá.<br>- <b>T2</b> : Tình hình chính trị và kinh tế bất ổn tại một số quốc gia làm giảm lượng khách.<br>- <b>T3</b> : Biến đổi khí hậu làm thay đổi quy luật tự nhiên, thời tiết trở nên khắc nghiệt và nhiều tài nguyên tự nhiên bị phá hủy.              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Các chiến lược F-O</b><br>1. Kết hợp S1, S2, S3, S4, S5 với O1, O2, O3 tập trung phát triển du lịch biển, du lịch sinh thái và khám phá thiên nhiên với đối tượng du khách nội địa và quốc tế.                                                                                                    | <b>Các chiến lược F-T</b><br>1. Kết hợp S1, S2, S5 với T1, T2, T3 thực hiện chiến lược Marketing và quảng bá. Lập và duy trì hoạt động của trang web du lịch huyện Phú Lộc<br>2. Kết hợp S1, S2, S3, S4, S5 với T1, T2, T3 thực hiện chiến lược phát triển sản phẩm du lịch huyện Phú Lộc tập trung vào các sản phẩm du lịch chính kết hợp nâng cao các dịch vụ bổ sung và chất lượng phục vụ |
| <b>ĐIỂM MẠNH (S)</b><br>- <b>S1</b> : Tài nguyên tự nhiên đa dạng, phong phú. Đặc biệt có vịnh biển đẹp Lăng Cô, Vườn Quốc gia Bạch Mã.<br>- <b>S2</b> : Có vị trí thuận lợi, nằm trên tuyến du lịch Hành trình di sản miền Trung.<br>- <b>S3</b> : Cơ sở hạ tầng, giao thông, lưu trú tốt. Đặc biệt có khu resort Laguna Lăng Cô thuộc địa bàn huyện.<br>- <b>S4</b> : Nguồn lao động dồi dào<br>- <b>S5</b> : Được sự quan tâm của chính quyền địa phương. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| (1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | (2)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | (3)                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ĐIỂM YẾU (W)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Các chiến lược W-O</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Các chiến lược W-T</b>                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>W1:</b> Tài nguyên văn hóa nghèo nàn.</li> <li>- <b>W2:</b> Tính thời vụ cao trong du lịch.</li> <li>- <b>W3:</b> Địa bàn rộng, tài nguyên du lịch phân tán nên khó quản lý.</li> <li>- <b>W4:</b> Nguồn nhân lực lao động và quản lý về du lịch có trình độ và chuyên môn chưa cao.</li> <li>- <b>W5:</b> Liên kết trong du lịch giữa các bên còn kém.</li> <li>- <b>W6:</b> Huyện chưa có ban quản lý chuyên trách du lịch. Các thành viên chịu trách nhiệm quản lý nằm phân tán trong từng bộ phận khác nhau và không có chuyên môn đặc thù về du lịch</li> <li>- <b>W7:</b> Chiến lược phát triển du lịch chưa triệt để. Nhiều dự án du lịch bị treo và chậm tiến độ.</li> <li>- <b>W8:</b> Sản phẩm du lịch nghèo nàn và chưa định hình cụ thể.</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kết hợp W4, W5, W6 với O1, O2, O3 thực hiện chiến lược thành lập ban quản lý du lịch đầu não cho huyện Phú Lộc, quản lý và tăng tính liên kết trong du lịch cho các bên.</li> <li>2. Kết hợp W3, W5 với O1, O2, O3 thực hiện chiến lược đào tạo nguồn nhân lực có chuyên môn và nghiệp vụ du lịch</li> <li>3. Kết hợp W7 với O1, O2, O3 thực hiện chiến lược tập trung sang phát triển khách quốc tế</li> <li>4. Kết hợp W1, W2, W6 với O1, O2, O3 thực hiện chiến lược tập trung phân vùng du lịch và phát triển dứt điểm</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kết hợp W2, W3, W6, W8 với T1, T2, T3 thực hiện chiến lược đa dạng hóa sản phẩm kết hợp phát triển bền vững.</li> <li>2. Kết hợp W3, W4, W5, W6 với T1, T2, T3 thực hiện chiến lược kiện toàn bộ máy tổ chức và lao động du lịch huyện Phú Lộc.</li> </ol> |

Trên cơ sở nghiên cứu phân tích cung cầu của điểm đến huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu đã mạnh dạn đề xuất một số loại hình du lịch phát triển tại địa phương như sau:

*- Du lịch biển*

| Hoạt động du lịch                                           | Địa điểm tổ chức                                   |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Du lịch nghỉ dưỡng biển                                     | Các khu nghỉ dưỡng cao cấp trên địa bàn huyện      |
| Khám phá hệ động thực vật biển: lặn ngắm san hô             | Lăng Cô, đảo Ngọc...                               |
| Chèo thuyền Kayak                                           | Lăng Cô, Cảnh Dương                                |
| Câu cá, mực trên biển                                       | Lăng Cô, Vinh Hiền, Lộc Bình, Cảnh Dương           |
| Vui chơi tập thể như cắm trại, trò chơi dân gian ngoài trời | Biển Lăng Cô, Cảnh Dương, Lộc Bình, Vinh Hiền, ... |

*- Du lịch khám phá mạo hiểm*

| Hoạt động du lịch | Địa điểm tổ chức                                        |
|-------------------|---------------------------------------------------------|
| Đi canô           | Biển Lăng Cô                                            |
| Thuyền - cắm trại | Biển Lăng Cô, Cảnh Dương, Vinh Hiền, Lộc Bình, Hồ Truồi |
| Lặn biển          | Đảo Ngọc, Lăng Cô                                       |
| Kéo dù bằng canô  | Lăng Cô                                                 |

*- Du lịch sinh thái*

| Hoạt động du lịch                               | Địa điểm tổ chức      |
|-------------------------------------------------|-----------------------|
| Tham quan làng chài Lập An bằng xe đạp          | Làng chài Lập An      |
| Thám hiểm hệ động thực vật                      | Vườn Quốc gia Bạch Mã |
| Nghiên cứu môi trường                           | Vườn Quốc gia Bạch Mã |
| Thuyết minh về hệ động thực vật                 | Vườn Quốc gia Bạch Mã |
| Tổ chức các con đường chủ đề về động thực vật.  | Vườn Quốc gia Bạch Mã |
| Thám hiểm                                       | Vườn Quốc gia Bạch Mã |
| Quan sát cuộc sống của một loài động vật cụ thể | Vườn Quốc gia Bạch Mã |

- *Du lịch kết hợp nghiên cứu*

| Hoạt động du lịch                 | Địa điểm tổ chức                                                                                                                        |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tùy thuộc vào mục đích nghiên cứu | Tùy thuộc vào mục đích nghiên cứu nhưng điểm đến nổi bật cho hình thức du lịch này là Vườn Quốc gia Bạch Mã với các nghiên cứu sinh học |

- *Du lịch văn hóa*

| Hoạt động du lịch                                                                           | Địa điểm tổ chức                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Tham quan du lịch thuần túy                                                                 | Đình Mỹ Lợi<br>Chùa Thánh Duyên<br>Thiền viện Trúc Lâm Bạch Mã                  |
| Tham quan các làng nghề: tham quan quy trình chế biến, học tập và có thể tự làm ra sản phẩm | Làng nghề làm dầu trầm<br>Làng nghề chế đá<br>Làng nghề làm mắm sò<br>Làng chài |

- *Du lịch thể thao (chơi golf)*

| Hoạt động du lịch       | Địa điểm tổ chức      |
|-------------------------|-----------------------|
| Chơi golf               | Laguna Lăng Cô Resort |
| Tham quan sân chơi golf | Laguna Lăng Cô Resort |

## 5. Kết luận

Với kết quả điều tra, nghiên cứu và phân tích du lịch huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu khẳng định rằng hệ thống sản phẩm du lịch tại điểm đến Phú Lộc tập trung vào các loại hình du lịch hướng thiên nhiên, là những yếu tố mà du lịch Phú Lộc có thể mạnh và nổi trội hơn so với các địa phương khác trong khu vực và trong nước. Bên cạnh việc chỉ ra các điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức đối với phát triển du lịch của huyện Phú Lộc, nhóm nghiên cứu cũng đưa ra những giải pháp nhằm phát triển các gói sản phẩm du lịch một cách toàn diện và có hệ thống, mục tiêu nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách. Nghiên cứu này do đó nhằm góp phần đưa du lịch huyện Phú Lộc trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, hỗ trợ các ngành kinh tế khác cùng phát triển.

T T H M - H T Q P

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương, *Kết luận của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế*, Hà Nội, 2009.
2. Ủy ban Nhân dân huyện Phú Lộc, *Báo cáo về tình hình thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội năm 2011 và nhiệm vụ, kế hoạch năm 2012*, Phú Lộc, tỉnh Thừa Thiên Huế, 2011.
3. WTO, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Series M No.83/REV.1, 2010.
4. Quốc hội, *Luật Du lịch*, 2005.
5. François de Grandpré, *Attraits, attractions et produits touristiques: trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional*, Tourisme et attractivité, 2007.
6. B. Sarasin, *La gestion locale des ressources naturelles renouvelables (GELOSE): l'expérience malgache de gestion décentralisée de l'environnement*, Études Caribéennes, 2009.
7. François Victor, Cabinet Kanopée, *La commercialisation des produits et des destinations touristiques : en quoi Internet change-t-il la donne ?*, 2007
8. Smith Stephen, *The Tourism product*, University of Waterloo, Canada, 2010.

## **TÓM TẮT**

Nghiên cứu đề xuất sản phẩm du lịch cho huyện Phú Lộc, tỉnh Thừa Thiên Huế được thực hiện dựa trên kết quả điều tra phỏng vấn và thu thập số liệu từ 200 người dân, 25 hãng lữ hành, 224 du khách, 34 cán bộ chính quyền địa phương và 13 doanh nghiệp trên địa bàn huyện Phú Lộc và thành phố Huế. Mục tiêu của nghiên cứu nhằm định hướng và đề xuất sản phẩm du lịch cho huyện Phú Lộc trên cơ sở đánh giá tình hình hoạt động du lịch của huyện, phân tích các đặc điểm của du khách cũng như nhu cầu của họ về các sản phẩm du lịch tại điểm đến này. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thu được, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp để xây dựng và hoàn thiện sản phẩm du lịch của huyện dựa trên mối quan hệ cung-cầu.

## **ABSTRACT**

### **A RESEARCH ON TOURISM PRODUCTS FOR PHÚ LỘC DISTRICT, THỪA THIÊN HUẾ PROVINCE BASED ON THE RELATIONSHIP BETWEEN SUPPLY-DEMAND**

The article suggests some tourism products for Phú Lộc District, Thừa Thiên Huế Province basing on the survey results and the interview data collected from 200 people, 25 travel agencies, 224 visitors, 34 governmental staffs and 13 local businesses in the districts of Phú Lộc and Huế City. The objective of the research is to guide and propose the tourism products for Phú Lộc District on the basis of assessing the tourism activities, analyzing the characteristics of the visitors who are on a visit to this district and their needs to tourism products. From the obtained research results, some solutions are proposed to build and improve the district's tourism products based on the relationship between supply - demand.