



BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO
VÀ DU LỊCH

ỦY BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC
CỦA QUỐC HỘI

TỈNH NGHỆ AN

HỘI THẢO DU LỊCH 2021

**Du lịch Việt Nam
phục hồi và phát triển**

Tài liệu Hội thảo

Tham luận của Địa phương, Hiệp hội, Doanh nghiệp

QUYỂN

2

Nghệ An, Tháng 12/2021

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO
VÀ DU LỊCH

ỦY BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC
CỦA QUỐC HỘI

TỈNH NGHỆ AN

HỘI THẢO DU LỊCH 2021

**Du lịch Việt Nam
phục hồi và phát triển**

Tài liệu Hội thảo

Nghệ An, Tháng 12/2021

LỜI GIỚI THIỆU

Du lịch Việt Nam thời gian qua đã có bước chuyển mình và phát triển vượt bậc, đạt được nhiều kết quả ấn tượng, từng bước khẳng định là ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần tích cực trong thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, đại dịch COVID-19 bùng phát gây ra tác động hết sức tiêu cực đến nền kinh tế toàn cầu nói chung và Việt Nam cũng không nằm ngoài tầm ảnh hưởng, trong đó, một trong các ngành bị ảnh hưởng trực tiếp, trước tiên và lớn nhất là ngành du lịch. Trong gần 2 năm qua, các chỉ số tăng trưởng của ngành du lịch Việt Nam đều sụt giảm nghiêm trọng; hoạt động du lịch gần như bị đóng băng. Hầu hết doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch phải đóng cửa tạm thời hoặc tạm dừng hoạt động; nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí, địa điểm du lịch phải thu hẹp quy mô, giảm thiểu chi phí dẫn tới hàng triệu người trong ngành dịch vụ du lịch mất việc làm.

Được sự đồng ý của Lãnh đạo Quốc hội, Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức Hội thảo “Du lịch Việt Nam – Phục hồi và phát triển” với mục tiêu tạo diễn đàn cho các đại biểu Quốc hội, chuyên gia, học giả trong và ngoài nước, các doanh nghiệp, nhà quản lý chia sẻ, trao đổi, thảo luận về các định hướng chính sách, giải pháp phục hồi và phát triển hoạt động du lịch – ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng cao nhằm tạo động lực lan tỏa, thúc đẩy nền kinh tế phát triển trong bối cảnh bình thường mới thích ứng linh hoạt, an toàn với đại dịch.

Hội thảo đã nhận được sự tham gia, hưởng ứng nhiệt tình của đông đảo các chuyên gia, nhà khoa học, nhà nghiên cứu, nhà quản lý, các hiệp hội, doanh nghiệp du lịch. Trên cơ sở lựa chọn các bài viết tham luận gửi đến, Ban Tổ chức Hội thảo đã biên tập và sử dụng làm tài liệu của Hội thảo. Sau Hội thảo, Ban Tổ chức sẽ tiếp tục lựa chọn các bài viết xuất sắc để hoàn thiện đưa vào Kỷ yếu của Hội thảo.

BAN BIÊN TẬP NỘI DUNG

MỤC LỤC

STT	Tên bài	Tác giả	Tr.
1.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Nguyễn Văn Sơn <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Hà Giang</i>	1
2.	Cao Bằng xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch	Hoàng Xuân Ánh <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Cao Bằng</i>	9
3.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh Yên Bái trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Trần Huy Tuấn <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Yên Bái</i>	21
4.	Xây dựng và thực hiện cơ chế, chính sách trong đầu tư phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình thành ngành kinh tế mũi nhọn	Bùi Văn Khánh <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Hòa Bình</i>	35
5.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Lê Khắc Nam <i>Phó Chủ tịch UBND Thành phố Hải Phòng</i>	45
6.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện cơ chế, chính sách đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa	Nguyễn Văn Thi <i>Phó Chủ tịch Thường trực UBND tỉnh Thanh Hóa</i>	54
7.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của Quảng Bình trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất kiến nghị	Trần Thắng <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Quảng Bình</i>	63
8.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Nguyễn Văn Phương <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Thừa Thiên Huế</i>	72
9.	Về xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế của tỉnh Quảng Nam trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch	Lê Trí Thanh <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Quảng Nam</i>	77
10.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh Bình Định trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Lâm Hải Giang <i>Phó Chủ tịch UBND Tỉnh Bình Định</i>	86
11.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Nguyễn Tấn Tuân <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Khánh Hòa</i>	92
12.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch Ninh Thuận	Trần Quốc Nam <i>Chủ tịch UBND Tnh Ninh Thuận</i>	98

STT	Tên bài	Tác giả	Tr.
13.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh Kon Tum trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Y Ngọc <i>Phó Chủ tịch UBND Tỉnh Kon Tum</i>	107
14.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch tại tỉnh Lâm Đồng	Trần Văn Hiệp <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Lâm Đồng</i>	117
15.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của thành phố Cần Thơ trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Trần Việt Trường <i>Chủ tịch UBND Thành phố Cần Thơ</i>	126
16.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch	Phạm Thiện Nghĩa <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Đồng Tháp</i>	137
17.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh An Giang trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch	Nguyễn Thanh Bình <i>Chủ tịch UBND Tỉnh An Giang</i>	141
18.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh Quảng Ninh trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị	Nguyễn Tường Văn <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Quảng Ninh</i>	146
19.	Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh Cà Mau trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch	Huỳnh Quốc Việt <i>Chủ tịch UBND Tỉnh Cà Mau</i>	160
20.	Định hướng phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Nông giai đoạn 2021 - 2030 và Ngành du lịch Đắk Nông nỗ lực kích cầu du lịch sau dịch COVID-19	Trần Thị Thu Hằng <i>ĐB Quốc hội tỉnh Đắk Nông Phó Chánh văn phòng Sở VH-TTDL tỉnh Đắk Nông</i>	167
21.	Du lịch nông nghiệp - hướng đi mới trong và sau đại dịch COVID-19 ở Nghệ An	Nguyễn Thị Trang Nhung <i>Sở Khoa học và Công nghệ Tỉnh Nghệ An</i>	174
22.	Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi, phát triển sau đại dịch COVID-19	Phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam	185
23.	Vai trò liên kết địa phương, liên kết vùng trong phát triển du lịch	Cao Trí Dũng <i>Chủ tịch Hiệp hội Du lịch Thành phố Đà Nẵng</i>	195
24.	Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ phục hồi, phát triển sau đại dịch COVID-19	Nguyễn Thị Lan <i>Hiệp hội Doanh nghiệp vừa và nhỏ</i>	206

STT	Tên bài	Tác giả	Tr.
25.	Giải pháp phục hồi và phát triển kinh doanh du lịch của Tập đoàn trong bối cảnh mới và kiến nghị về chính sách	Tập đoàn BRG	213
26.	Du lịch Việt Nam - Phục hồi và phát triển	Nguyễn Thị Hồng Liên <i>Công ty Cổ phần Dạ Lan - Thanh Hóa</i>	221
27.	Giải pháp phục hồi và phát triển kinh doanh du lịch của Công ty Global Toserco trong bối cảnh tình hình mới và kiến nghị chính sách	Lê Thanh Hà <i>Công ty Global Toserco</i>	224
28.	Doanh nghiệp lữ hành liên kết xây dựng sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu mới	Phùng Quang Thắng <i>Giám đốc Công ty lữ hành Hanoitourist</i>	229
29.	Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch mới an toàn, thích ứng trong trạng thái bình thường mới	Trần Xuân Cương <i>Công ty TNHH NETIN</i>	238
30.	Chuyển đổi số trong du lịch - Những vấn đề thực tiễn triển khai tại địa phương	Dur Thái Hùng <i>Tập đoàn Mobiphone</i>	242
31.	Chuyển đổi số trong lưu trú du lịch và đề xuất, kiến nghị	Phạm Ngọc Lợi <i>Công ty Địa ốc Phú Long</i>	253
32.	Giải pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp du lịch do tác động của đại dịch COVID-19	Đỗ Đức Mạnh <i>Khách sạn Pù Luông Eco Garden</i>	264
33.	Ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ tăng cường trải nghiệm và bảo vệ quyền lợi của khách du lịch	Trần Minh Huy <i>Tập đoàn công nghệ VietSens</i>	269
34.	Du lịch nông nghiệp - mỏ vàng cần được khai thác	Phan Đình Huê <i>Công ty Dịch vụ Du lịch Vòng Tròn Việt</i>	278

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Nguyễn Văn Sơn
Chủ tịch UBND tỉnh Hà Giang

Kính thưa các quý vị đại biểu, quý vị khách quý!

Đến dự với hội thảo hôm nay, đầu tiên tôi đánh giá cao Ủy ban Văn hóa, Giáo dục Quốc hội đã đề xuất tổ chức buổi Hội thảo tầm quốc gia về du lịch với chuyên đề “*Du lịch Việt Nam - phục hồi và phát triển trong bối cảnh mới*”. Có thể nói đây là chuyên đề cấp thiết của cả nước nói chung và các địa phương nói riêng nhằm có định hướng một cách khoa học phù hợp với bối cảnh, tình hình hiện nay, đồng thời là cơ hội tốt để các tỉnh trong cả nước, gặp gỡ trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm và hợp tác cùng nhau bước qua giai đoạn khó khăn trong phát triển du lịch.

Thay mặt cho các đồng chí lãnh đạo Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh Hà Giang tôi xin được gửi lời chúc sức khỏe tới các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước, các quý vị đại biểu, các nhà nghiên cứu, chúc hội thảo ngày hôm nay thành công tốt đẹp. Tôi cũng xin được cảm ơn Ban tổ chức đã lựa chọn Tỉnh Hà Giang là địa phương được ưu tiên phát biểu tham luận với chủ đề. “***Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đề xuất, kiến nghị***”. Tại diễn đàn này, tôi xin được chia sẻ với Hội thảo một số nội dung sau:

Thưa các quý vị!

Hà Giang là tỉnh biên giới địa đầu cực Bắc của Tổ quốc, với $\frac{3}{4}$ diện tích là đồi, núi và bị chia cắt mạnh, có 06/11 huyện, thành phố là huyện nghèo đặc biệt khó khăn (30a). Hà Giang có xuất phát điểm kinh tế thấp, xa các trung tâm kinh tế lớn; nguồn lực đầu tư chủ yếu phụ thuộc vào ngân sách Trung ương. Tuy nhiên, sau nhiều năm nỗ lực phấn đấu giảm nghèo, ổn định đời sống dân cư, tìm hướng đi và cách làm phù hợp để phát triển kinh tế - xã hội, đến nay diện mạo của Tỉnh đã có nhiều thay đổi. Kinh tế phát triển ổn định, các ngành sản xuất chủ yếu có mức tăng trưởng khá. Văn hóa, xã hội, y tế, giáo dục có chuyển biến tích cực, Quốc phòng, an ninh và hoạt động đối ngoại được tăng cường; chủ quyền biên giới quốc gia, an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội được giữ vững.

Được đánh giá là địa phương có nhiều tiềm năng về du lịch, giữ vị trí là cầu nối du lịch giữa 2 vùng Đông Bắc và Tây Bắc, là cửa ngõ của thị trường du lịch châu Văn Sơn, tỉnh Vân Nam (Trung Quốc). Cụ thể hóa Chiến lược và Quy hoạch Tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, Hà Giang đã xây dựng và thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Hà Giang giai đoạn 2013-2020, tầm nhìn đến 2030, trong đó phát triển du lịch dựa trên nền tảng

văn hóa đặc sắc của 19 dân tộc, danh lam thắng cảnh hùng vĩ, tiêu biểu là Công viên địa chất toàn cầu Unesco Cao nguyên đá Đồng Văn, danh thắng quốc gia ruộng bậc thang Hoàng Su Phì, hình thành nên hệ thống sản phẩm du lịch phong phú như: Du lịch văn hóa, tâm linh¹; Du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng²; Du lịch cộng đồng³; Du lịch địa chất⁴; Du lịch thương mại, Du lịch thể thao, mạo hiểm⁵... phân bố đều trên 3 vùng không gian du lịch, gồm:

Không gian du lịch trung tâm: Gồm các huyện Bắc Quang, Vị Xuyên, Bắc Mê và thành phố Hà Giang, hiện đang tập trung phát triển một số sản phẩm du lịch thể mạnh như: Du lịch thương mại, biên mậu cửa khẩu quốc tế Thanh Thủy; Các khu du lịch sinh thái vui chơi giải trí tại Thành phố Hà Giang; Du lịch trải nghiệm nông thôn, miệt vườn các tại các đồi chè, cam huyện Bắc Quang; Du lịch cộng đồng, du lịch tâm linh, văn hóa, lịch sử.

Không gian du lịch Đông Bắc: Tỉnh Hà Giang lựa chọn việc phát triển sản phẩm du lịch cho khu vực này phân thành 4 trung tâm gồm: Trung tâm du lịch văn hóa - lịch sử Đồng Văn (*huyện Đồng Văn*); Trung tâm du lịch vui chơi giải trí Quản Bạ (*huyện Quản Bạ*); Trung tâm du lịch sinh thái đô thị xanh Yên Minh (*huyện Yên Minh*); Trung tâm du lịch mạo hiểm, du lịch khoa học và du lịch thương mại Mèo Vạc (*huyện Mèo Vạc*).

Không gian du lịch Tây Nam: Gồm các huyện Hoàng Su Phì, Xín Mần, Quang Bình, trong đó lấy di tích danh thắng Ruộng bậc thang, địa hình núi cao ở Tây Côn Lĩnh làm trọng tâm phát triển với các sản phẩm du lịch chính của vùng hiện đang khai thác hiệu quả như: Hệ thống cảnh quan di sản ruộng bậc thang, các khu nghỉ dưỡng, suối khoáng nóng Quảng Nguyên, các lễ hội đặc sắc, cùng với đó là các tour tuyến trải nghiệm du lịch cộng đồng, leo núi.

Thưa quý vị đại biểu!

¹ Với 61 di tích, danh thắng được xếp hạng trong đó 31 di tích, danh thắng cấp quốc gia, 30 di tích, danh thắng cấp tỉnh và 22 di sản trong danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, gồm nhiều loại hình như: Di tích lịch sử - văn hóa, lưu niệm sự kiện, khảo cổ, kiến trúc nghệ thuật, danh lam thắng cảnh và hóa thạch cổ sinh trên khu vực CVĐC tiêu biểu như kiến trúc Nhà vương, Cột cờ Lũng Cú, Pháo cổ Đồng Văn, Đèo Mã Pi Leng...vv.

² Gồm 7 khu bảo tồn thiên nhiên được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, trong đó có 01 vườn quốc gia Du Già; các khu nghỉ dưỡng cao cấp như Hmong Village, Panhou, Papiu, FLC núi Mỏ neo.

³ Trải qua nhiều giai đoạn thực hiện với các định hướng gắn kết theo các bộ tiêu chí khác nhau, đến nay Hà Giang đã có 15 làng VHDL được tỉnh công nhận và hiện đang thực hiện mô hình sản phẩm Làng văn hóa du lịch tiêu biểu gắn với chương trình mỗi xã một sản phẩm OCOP theo chương trình nông thôn mới quốc gia, gắn kết với phát triển sản phẩm hàng hóa nông nghiệp chất lượng cao, sản phẩm thủ công mỹ nghệ làng nghề, đồ lưu niệm đặc trưng địa phương. Đồng thời từng bước nâng cao chất lượng tiến tới áp dụng phù hợp một số tiêu chí trong xây dựng làng văn hóa du lịch theo tiêu chuẩn ASEAN.

⁴ Các giá trị di sản địa chất có thể đưa vào khai thác trong các chương trình du lịch như các điểm di sản, điểm kiến tạo địa chất, cụm địa chất karst hang động, các mặt trượt đứt gãy tầng địa chất, hóa thạch cổ sinh khác dọc trên 3 tuyến bao gồm 45 điểm du lịch trên cao nguyên đá Đồng Văn. Hiện đã hoàn thành khảo sát tuyến du lịch thứ 4 với các sản phẩm du lịch tham quan di sản địa chất và danh thắng.

⁵ Tổ chức giải Marathon quốc tế “*Chạy trên cung đường hạnh phúc*”, đua xe đạp chinh phục cao nguyên đá, giải đua mô tô địa hình, dù lượn, đua xe địa hình, xe tự lái (Caravan): đua xe mô tô, ô tô địa hình đồi dốc và lòng suối tại huyện Yên Minh, huyện Hoàng Su Phì. trèo thuyền Kayak, thuyền ván đứng (SUP) vượt suối thác tại sông Nho Quế (Mèo Vạc), sông Miện (khu vực Tráng Kim huyện Quản Bạ và khu vực lòng hồ thủy điện Thuận Hòa huyện Vị Xuyên), dù lượn tại huyện Hoàng Su Phì, Quản Bạ, Đồng Văn, các loại hình thể thao leo núi mạo hiểm, khám phá, thám hiểm hang động, khu bảo tồn, rừng nguyên sinh...

Tỉnh Hà Giang xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, do đó việc triển khai xây dựng và thực hiện cơ chế chính sách nhằm tạo tiền đề cho thu hút đầu tư, khuyến khích phát triển du lịch luôn được tỉnh quan tâm và ưu tiên. Bên cạnh các chính sách đặc thù của tỉnh, việc hỗ trợ phát triển du lịch còn được thực hiện thông qua cơ chế lồng ghép huy động từ các nguồn đầu tư thuộc các chương trình phát triển KT-XH, các chương trình mục tiêu, đề án, dự án của các Bộ, ngành, tổ chức phi chính phủ tài trợ (như tổ chức Caristas, SNV, Helvetas, Lồng ghép các dự án bảo tồn di sản, chương trình mục tiêu của ngành Văn hóa, thể thao và Du lịch hỗ trợ thiết chế văn hóa, chương trình phân cấp giảm nghèo IPAD; các đề án của địa phương như: Đề án phát triển nguồn nhân lực du lịch; Đề án Xúc tiến quảng bá du lịch; Đề án bảo tồn làng văn hóa truyền thống...).

Quá trình triển khai xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển du lịch, tỉnh Hà Giang đã vận dụng linh hoạt chính sách của Trung ương và áp dụng phù hợp với bối cảnh, điều kiện tình hình thực tế địa phương trong từng giai đoạn, cụ thể:

Tỉnh đã ban hành chính sách hỗ trợ phát triển làng văn hóa du lịch cộng đồng và làng nghề (quy định tại Điều 8, Nghị quyết 47/2012/NQ-HĐND ngày 14/7/2012 của Hội đồng nhân dân tỉnh về một số chính sách khuyến khích phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh Hà Giang). Năm 2016, chính sách khuyến khích phát triển du lịch tỉnh Hà Giang được ban hành theo Nghị quyết số 35/2016/NQ-HĐND ngày 21/7/2016 của Hội đồng nhân dân tỉnh với các nội dung hỗ trợ như: (1) Chính sách ưu đãi và hỗ trợ giải phóng mặt bằng của Nhà nước⁶; (2) Chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng cơ sở lưu trú du lịch và khu nghỉ dưỡng phục vụ du lịch⁷; (3) Chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng nhà hàng đạt chuẩn phục vụ du lịch⁸; (4) Chính sách hỗ trợ xử lý chất thải rắn và xây dựng nhà vệ sinh công cộng phục vụ du lịch⁹; (5) Chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng¹⁰; (6) Chính sách hỗ trợ đầu tư khai thác du lịch hang động¹¹.

Sau hơn 3 năm triển khai thực hiện, đã giải ngân tổng số tiền là: 24.649,11 triệu đồng cho 285 tổ chức, cá nhân¹². Có thể nói, quá trình xây dựng và triển khai thực hiện chính sách khuyến khích phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Hà Giang trong thời gian qua đã được sự quan tâm chỉ đạo sát sao của cấp ủy, chính quyền các cấp trong toàn tỉnh, sự tham gia phối hợp, tích cực của các cấp, các ngành, sự đồng thuận hưởng ứng của các tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch. Nghị quyết

⁶ Có 02 dự án đăng ký nhưng không được hỗ trợ do chưa đảm bảo điều kiện thụ hưởng (dự án OASIS Mã Pì Lèng và dự án Khu nghỉ dưỡng Papiu)

⁷ Dự án khách sạn Phương Đông (huyện Yên Minh) và khách sạn Phoenix (TP Hà Giang) được hỗ trợ tổng số tiền là 7.090 triệu đồng.

⁸ Đã hỗ trợ 06 nhà hàng đạt chuẩn phục vụ khách du lịch với tổng số tiền hỗ trợ là 1.114,11 triệu đồng.

⁹ Đã hỗ trợ cho 01 công trình vệ sinh công cộng tại trạm dừng chân huyện Quản Bạ 80 triệu đồng.

¹⁰ Đã hỗ trợ và giải ngân cho 272 hộ dân làm homestay (đầu tư xây dựng mới nhà vệ sinh không gây ô nhiễm môi trường và mua sắm trang thiết bị, cải tạo cảnh quan, thiết kế kiến trúc) với tổng số tiền 16.285 triệu đồng và 04 tổ chức, cá nhân sản xuất nghề thủ công truyền thống với số tiền 80 triệu đồng tại các huyện, thành phố.

¹¹ Có 01 dự án đăng ký nhưng không được hỗ trợ do không đủ điều kiện thụ hưởng chính sách. (dự án Hang Tham Luồng - Vị Xuyên)

¹² Năm 2017 giải ngân 1.520 triệu đồng, năm 2018 giải ngân 5.100 triệu đồng, năm 2019 giải ngân 18.029,11 triệu đồng.

được ban hành đã kịp thời đáp ứng được kỳ vọng của doanh nghiệp và người dân, bước đầu thu hút được một số dự án đầu tư vào lĩnh vực du lịch, trong đó chủ yếu là đầu tư xây dựng cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng đạt chuẩn, phát triển du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn văn hóa truyền thống, tăng cường sinh kế cho người dân. Tỉnh cũng đã rà soát cắt giảm nhiều thủ tục hành chính, tạo điều kiện và cơ hội tiếp cận cho các đối tượng được hưởng hỗ trợ, rút ngắn thời gian tiếp nhận và xử lý hồ sơ. Thông qua đó góp phần tiếp tục khuyến khích các tổ chức cá nhân mạnh dạn đầu tư vào lĩnh vực du lịch, góp phần phát triển, hoàn thiện các sản phẩm du lịch, dịch vụ có chất lượng.

Các dự án sau khi được hỗ trợ, về cơ bản đã phát huy được hiệu quả trong khai thác du lịch, đặc biệt là đối với lĩnh vực du lịch cộng đồng. Từ nguồn kinh phí hỗ trợ ban đầu, các hộ dân đã mạnh dạn tự đầu tư mở rộng hoạt động kinh doanh, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ du lịch, cải tạo nhà cửa, mua sắm trang thiết bị, qua đó nâng cao chất lượng hoạt động du lịch tại các làng văn hóa du lịch cộng đồng, thu hút lượng khách du lịch đáng kể. Bên cạnh đó huy động được sự tham gia cộng đồng trong cung ứng dịch vụ và đảm bảo các lợi ích từ du lịch đóng góp và phát triển kinh tế xã hội địa phương¹³.

Bên cạnh việc xây dựng thực hiện chính sách đặc thù địa phương, tỉnh Hà Giang cũng linh hoạt vận dụng các chính sách của Trung ương và các ưu đãi đầu tư khác theo quy định của pháp luật hiện hành trong thu hút đầu tư du lịch, các sản phẩm hỗ trợ dịch vụ du lịch¹⁴ chủ yếu trên các lĩnh vực như: Thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế đất; chính sách thương mại, nông nghiệp, khoa học công nghệ phục vụ du lịch¹⁵; Tăng cường kêu gọi các tổ chức phi chính phủ nước ngoài đầu tư, viện trợ các chương trình, dự án phát triển kinh tế, xã hội vào Hà Giang¹⁶; Chủ động liên kết, mở rộng quan hệ hợp tác với các quốc gia nằm trong mạng lưới công viên địa chất toàn cầu như Nhật Bản, Malaysia, Pháp, Đức, Canada, Australia... nhằm kêu gọi, vận động hỗ trợ Hà Giang trong xây dựng, bảo tồn và phát triển bền vững Công

¹³ Tiêu biểu như trong năm 2020 thôn Nậm Dăm huyện Quản Bạ đạt 8.500 lượt, trong đó khách lưu trú đạt 6.115 lượt, doanh thu đạt 1,8 tỷ đồng; thôn Lũng Cầm Trên huyện Đồng Văn đạt trên 4.000 lượt, doanh thu khoảng 500 triệu đồng; thôn Hạ Thành (Tp Hà Giang) thu hút gần 10.000 lượt khách, doanh thu ước đạt 1,5 tỷ đồng, thôn Nậm Hồng huyện Hoàng Su Phì thu hút 3.260 lượt khách (*khách quốc tế 1.120 lượt*) doanh thu ước đạt 1,67 tỷ đồng.....Thu nhập bình quân các hộ làm dịch vụ du lịch (*Homestay*) trung bình đạt 50 đến 70 triệu đồng/năm, có những hộ đạt doanh thu gần 200 triệu đồng/ năm.

¹⁴ Các dự án đầu tư lĩnh vực du lịch được hưởng ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp quy định tại Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26/12/2013 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp; Được miễn giảm tiền thuê đất theo quy định tại nghị định số 46/2014/NĐ-CP ngày 15/5/2014 của Chính phủ quy định về thu tiền thuê đất, thuê mặt nước; Nghị quyết số: 12/2009/NQ-HĐND, ngày 8/7/2009 của HĐND tỉnh Hà Giang về một số chính sách ưu đãi đầu tư gồm: Về đất đai, về thuế và một số ưu đãi khác.

¹⁵ UBND tỉnh quyết định giao đất, cho thuê đất để thực hiện các dự án trong lĩnh vực du lịch với tổng diện tích là 16.844,3m². Miễn tiền thuê đất đối với 03 dự án xây dựng khách sạn với số tiền 1,325,6 triệu đồng; Hỗ trợ xây dựng, sản xuất các mặt hàng công nghiệp, nông nghiệp nông thôn tiêu biểu; Triển khai thực hiện 17 đề án khuyến công quốc gia và 76 đề án khuyến công địa phương với tổng số tiền: 9.964 triệu đồng; thực hiện đề tài, dự án nghiên cứu khoa học liên quan đến hoạt động du lịch.

¹⁶ Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 36 tổ chức PCPNN, hình thức hoạt động đa dạng, tập trung vào lĩnh vực phát triển bền vững thông qua các chương trình xây dựng nâng cao năng lực cộng đồng, tăng cường sinh kế cho người dân tộc thiểu số thông qua du lịch.

viên địa chất toàn cầu Cao nguyên Đá Đồng Văn; Tiếp thu hút nguồn xã hội hóa của doanh nghiệp, tư nhân đầu tư du lịch nhất là các khu du lịch trọng điểm¹⁷.

Thông qua các chính sách, đã góp phần cải thiện hạ tầng du lịch, đảm bảo định hướng phát triển sản phẩm du lịch tại 3 không gian du lịch của tỉnh. Huy động các nguồn vốn đầu tư ngân sách Trung ương (Như: nguồn vốn hạ tầng du lịch, nguồn vốn ODA), nguồn vốn ngân sách tỉnh và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác để đầu tư xây dựng các công trình giao thông, thiết chế văn hóa, thể thao, tôn tạo các di tích văn hóa, lịch sử phục vụ du lịch¹⁸. Hướng dẫn doanh nghiệp lập hồ sơ dự án, đồng thời tham mưu cho UBND tỉnh cấp quyết định chủ trương đầu tư và giấy chứng nhận đăng ký đầu tư cho Lĩnh vực Du lịch - Dịch vụ 24 dự án, vốn đăng ký là 3.691,66 tỷ đồng, trong đó có nhiều dự án du lịch trọng điểm¹⁹. Đến nay, có 14 dự án đã hoàn thành và đi vào hoạt động (12 dự án đảm bảo các thủ tục đầu tư, 02 dự án chưa đảm bảo thủ tục đầu tư hoặc chưa đảm bảo các quy định trong kinh doanh); 10 dự án đang triển khai.

Bên cạnh đó, Hà Giang đã ban hành các Đề án về đào tạo nguồn nhân lực du lịch, đề án bảo tồn văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ tại 16 làng văn hóa du lịch cộng đồng, đề án nâng cao chất lượng tổ chức các lễ hội trên địa bàn tỉnh... ngân sách đầu tư cho các đề án 90 tỷ đồng. Kết quả các đề án đã góp phần quan trọng trong việc xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

Từ những giải pháp thực hiện mang tính đồng bộ và đột phá như trên đã mang lại hiệu quả và đạt được những kết quả tích cực cho du lịch Hà Giang: Hàng năm luôn duy trì tốc độ tăng trưởng khá, giai đoạn 2015-2020, tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đạt 16%/năm; khách du lịch nội địa đạt 17,6%/năm. Năm 2020 mặc dù ngành du lịch trong nước và quốc tế bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh COVID-19, nhưng sau khi dịch bệnh được kiểm soát du lịch Hà Giang nhanh chóng phục hồi trở lại, đón 1,5 triệu lượt khách, tăng 7% so với cùng kỳ năm 2019, đóng góp 6,2% giá trị du lịch vào tổng sản phẩm trên địa bàn. Tạo ra 12.000 việc làm trong đó có 6.000 việc làm trực tiếp. Du lịch Hà Giang đang từng bước trở thành một trong những ngành kinh tế có vị trí quan trọng trong cơ cấu kinh tế của địa phương, góp phần xóa đói, giảm nghèo, đảm bảo an sinh, xã hội, bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá, bảo vệ môi trường.

Thưa các quý vị!

¹⁷Giai đoạn 2021-2025 và định hướng đến 2030 có 21 dự án trọng điểm thuộc lĩnh vực du lịch dịch vụ được ban hành theo Kế hoạch số 164/KH-UBND ngày 21/7/2020 của UBND tỉnh.

¹⁸Trong 03 năm, đã bố trí từ ngân sách nhà nước cho 18 công trình hạ tầng du lịch với số vốn là 55,844 tỷ đồng, bao gồm: 08 công trình giao thông; 06 công trình thiết chế văn hóa, thể thao; 04 công trình tôn tạo các di tích văn hóa, lịch sử phục vụ du lịch (Trong đó: vốn ngân sách Trung ương 02 công trình: 11,801 tỷ đồng; vốn ngân sách địa phương 16 công trình: 44,043 tỷ đồng).

¹⁹gồm: Khu phức hợp làng văn hóa du lịch cộng đồng gắn với làng nghề truyền thống OASIS Mã Pì Lèng A (120 tỷ đồng); khu tổ hợp resort cao cấp Green Sun, huyện Đồng Văn (30 tỷ đồng); khu du lịch sinh thái hang Tham Luông, huyện Vị Xuyên (28 tỷ đồng); khách sạn nghỉ dưỡng Gia Long, huyện Xín Mần (32 tỷ đồng); khu du lịch nghỉ dưỡng sinh thái núi Mỏ Neo (148,4 tỷ đồng); khu du lịch sinh thái Pa Piu kết hợp bảo tồn phục dựng bản sắc văn hóa các dân tộc tỉnh Hà Giang (50 tỷ đồng).

Bên cạnh những kết quả đạt được du lịch Hà Giang vẫn còn gặp không ít hạn chế, khó khăn chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh. Sản phẩm phục vụ du lịch chưa phong phú, dịch vụ và hoạt động du lịch thiếu chuyên nghiệp. Nguyên nhân tồn tại hạn chế chủ yếu là do: Hà Giang là tỉnh miền núi, biên giới, mặt bằng KT-XH của tỉnh còn thấp so với cả nước, hệ thống giao thông đã được đầu tư, xây dựng, song còn nhiều khó khăn trong kết nối với các trung tâm lớn của cả nước. Du lịch Hà Giang đang ở giai đoạn đầu của sự phát triển, điểm xuất phát thấp so với một số tỉnh trong khu vực, hoạt động du lịch còn chủ yếu dựa vào tự nhiên, chưa đầu tư được những điểm du lịch chuyên đề hoặc điểm du lịch có chất lượng cao. Công tác đền bù giải phóng mặt bằng còn khó khăn, nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch còn hạn chế, huy động nguồn xã hội hóa chưa được nhiều.

Thưa các quý vị!

Thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 và Quy hoạch tỉnh Hà Giang thời kỳ 2021-2030 tầm nhìn 2050. Quán triệt tinh thần chỉ đạo của Trung ương và của tỉnh về phát triển du lịch²⁰, tỉnh Hà Giang xác định mục tiêu, đến năm 2025: ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; phấn đấu thu hút 3 triệu lượt khách du lịch/năm; tổng thu từ khách du lịch ước đạt 7.800 tỷ đồng, đóng góp 10,34% giá trị du lịch vào tổng sản phẩm trên địa bàn xứng tầm với lợi thế và tài nguyên sẵn có trong lộ trình phát triển thành trọng điểm du lịch quốc gia; Huy động, tập trung nguồn lực cho phát triển du lịch bền vững, trên cơ sở bảo tồn và phát huy các giá trị bản sắc văn hóa, quản lý sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả, mở rộng liên kết, hợp tác thị trường.

Trước những diễn biến phức tạp của tình hình dịch bệnh ảnh hưởng lớn đến ngành du lịch của cả nước hiện nay. Để tiếp tục duy trì và phát huy kết quả đạt được. Năm 2021, Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh đã ban hành Nghị quyết số 11 về phát triển du lịch tỉnh Hà Giang, giai đoạn 2021-2025, trong đó xác định: Phát triển du lịch phải phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế gắn với nâng cao nhận thức và đời sống cho nhân dân, giảm nghèo bền vững; Bảo tồn văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc. Tỉnh Hà Giang đang thực hiện tập trung các nguồn lực để đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch, thu hút doanh nghiệp, nhà đầu tư trong phát triển sản phẩm du lịch chủ đạo có thể mạnh, bên cạnh đó đa dạng hóa các loại hình sản phẩm phù hợp với yêu cầu phân khúc thị trường. Tạo mọi điều kiện thuận lợi để đẩy mạnh liên kết vùng, phát triển mạnh thị trường khách du lịch nội địa, thu hút khách du lịch quốc tế sau khi dịch COVID-19 được kiểm soát. Tăng cường các biện pháp đảm bảo phòng chống dịch bệnh trong xây dựng điểm đến an toàn theo hướng dẫn của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, thu hút khách du lịch từ các địa phương vùng xanh. Chú trọng chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động

²⁰ Chương trình số 29-CTr/TU ngày 24/7/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 11-NQ/TU ngày 02/8/2021 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch Hà Giang giai đoạn 2021-2025.

xúc tiến du lịch. Xây dựng cơ chế chính sách phù hợp, có trọng tâm trọng điểm nhằm phục hồi và phát triển du lịch Hà Giang trong bối cảnh mới, cụ thể như: Tập trung phần lớn hỗ trợ việc xây dựng, nâng cấp chất lượng các sản phẩm du lịch có thể mạnh đáp ứng yêu cầu của thị trường gồm: (1) Chính sách bảo tồn văn hóa; (2) Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực; (3) Hỗ trợ một số sản phẩm du lịch mạo hiểm (*Dù lượn, Kinh khí cầu, Đua mô tô, ô tô địa hình, thám hiểm hang động, rừng núi*); (4) Hỗ trợ phát triển sản phẩm vui chơi giải trí dưới nước phục vụ du lịch (*chèo thuyền kayak, bè nổi*); (5) Hỗ trợ sản xuất, kinh doanh sản phẩm hàng hóa phục vụ du lịch (*các mặt hàng nông nghiệp, thủ công mỹ nghệ, đặc sản hàng hóa địa phương đạt chuẩn OCOP từ 3 sao trở lên phục vụ du lịch*).

Để thực hiện được mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế, gắn với nâng cao nhận thức và đời sống cho nhân dân, giảm nghèo bền vững, phát huy văn hóa truyền thống, cảnh quan thiên nhiên và kiến trúc bản địa; Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Giang kính đề nghị:

1. Đề nghị Chính phủ và các Bộ, ngành Trung ương:

(1) Quan tâm hỗ trợ thực hiện đầu tư hệ thống giao thông, trong đó tập trung ưu tiên cho đầu tư tuyến đường đèo nối Hà Giang với đường cao tốc Hà Nội - Lào Cai, cụ thể: tuyến Hà Nội - Yên Bái - Hà Giang và tuyến Hà Nội - Tuyên Quang - Hà Giang.

(2) Cho chủ trương lập quy hoạch và bố trí nguồn vốn đầu tư xây dựng Cảng hàng không sân bay nội địa tại huyện Bắc Quang.

(3) Tiếp tục hỗ trợ kinh phí đầu tư các công trình hồ treo trên vùng công viên địa chất Cao nguyên đá Đồng Văn để đảm bảo nước sinh hoạt cho người dân và phục vụ khách du lịch.

(4) Tiếp tục đầu tư nâng cấp hệ thống hạ tầng Cửa khẩu quốc tế Thanh Thủy (huyện Vị Xuyên), cửa khẩu quốc gia Xín Mần (huyện Xín Mần), Săm Pun (huyện Mèo Vạc).

(5) Sớm xem xét phê duyệt Quyết định ban hành nguyên tắc, tiêu chí, định mức phân bổ nguồn vốn ngân sách Trung ương hỗ trợ thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia phát triển KT-XH vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2030, để triển khai thực hiện²¹.

2. Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

- Hỗ trợ Hà Giang xây dựng cao nguyên đá Đồng Văn hoàn thành tiêu chí theo các Quy hoạch đã được phê duyệt²² để đến năm 2030 trở thành Khu du lịch quốc gia.

²¹ Thực hiện theo cơ chế chính sách tại nội dung dự án 6. Bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc thiểu số gắn với phát triển du lịch, thuộc Quyết định số 1719/QĐ-TTg, ngày 14/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030, giai đoạn I: từ năm 2021 đến năm 2025.

²² Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy các giá trị di sản Công viên địa chất toàn cầu CNĐ Đồng Văn giai đoạn 2012-2020, tầm nhìn 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định 310/QĐ-TTg ngày

- Quan tâm hỗ trợ kinh phí từ chương trình mục tiêu quốc gia để bảo tồn, tôn tạo phát huy giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể.

3. Đề nghị hỗ trợ cơ chế về tài chính thực hiện các chính sách khuyến khích khôi phục phát triển du lịch, khắc phục hậu quả ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19. Triển khai thực hiện ưu đãi và hỗ trợ đầu tư về thuế thu nhập doanh nghiệp, tiền thuê đất theo Khoản 1, 2 Điều 19. Nghị định số 31/2021/NĐ-CP ngày 26/3/2021 hướng dẫn Khoản 2 Điều 15. Luật Đầu tư 61/2020 /QH4 được Quốc hội khóa XIV, kỳ họp thứ 9 thông qua ngày 17/6/2020, trong đó:

(1) Về thuế thu nhập doanh nghiệp: Đề nghị Trung ương tiếp tục kế thừa áp dụng chính sách giảm 30% tiền thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp của năm 2021, 2022 và 2023 như đã áp dụng trong năm 2020 cho các cơ sở kinh doanh nhà hàng, dịch vụ lưu trú du lịch bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19.

(2) Về tiền thuê đất: Đề nghị xem xét tiếp tục hỗ trợ giảm 50% tiền thuê đất cho các cơ sở kinh doanh nhà hàng, dịch vụ lưu trú du lịch trong năm 2022-2023.

(3) Ngoài những cơ chế đặc thù như trên, tỉnh Hà Giang cũng đề nghị Trung ương nghiên cứu thêm các cơ chế chính sách hỗ trợ về phát triển, tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp chủ lực của tỉnh phục vụ du lịch.

Kính thưa các quý vị đại biểu, thưa toàn thể hội thảo!

Trước những thời cơ, vận hội và cả những yếu tố bất lợi đan xen trong bối cảnh hiện nay, du lịch cả nước đang bước vào giai đoạn thích ứng với điều kiện bình thường mới. Trên cơ sở vận dụng linh hoạt các cơ chế chính sách của Trung ương và bằng nội lực của tỉnh, du lịch Hà Giang đã và đang chuẩn bị tốt nhất các điều kiện cần thiết, xây dựng lộ trình phương án phát triển phù hợp với từng giai đoạn để tiếp tục phát huy những thành tựu đạt được, giữ vững mức độ tăng trưởng ổn định, xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch “an toàn, bản sắc và thân thiện”.

Để làm được điều đó tỉnh Hà Giang rất mong muốn tiếp tục nhận được sự quan tâm của Chính Phủ, các Bộ, ngành Trung ương thông qua các cơ chế chính sách nhằm tăng cường các nguồn lực đầu tư để thu hút doanh nghiệp, tổ chức cá nhân đến đầu tư phát triển các dự án du lịch trên địa bàn, góp phần vào phát triển KT-XH, xóa đói giảm nghèo bền vững.

Một lần nữa xin được cảm ơn ban tổ chức đã tạo điều kiện cho tỉnh Hà Giang được chia sẻ những ý kiến tại Hội thảo, kính chúc các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước, quý vị đại biểu mạnh khỏe, thành công.

Xin trân trọng cảm ơn!

07/02/2013; Quy hoạch xây dựng Công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 438/QĐ-TTg ngày 07/4/2017; Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2057/QĐ-TTg ngày 21/12/2017.

CAO BẰNG XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH

***Hoàng Xuân Ánh**
Chủ tịch UBND tỉnh Cao Bằng*

1. Giới thiệu

Cao Bằng là tỉnh biên giới tiếp giáp với Trung Quốc, giữ vị trí quan trọng về quốc phòng, an ninh và phát triển kinh tế đối ngoại. Tỉnh có rất nhiều tiềm năng, thế mạnh để phát triển du lịch, đặc biệt là Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng.

Nhận thức đúng lợi thế, tiềm năng du lịch, trong những năm qua, Đảng bộ, chính quyền tỉnh Cao Bằng đã tổ chức thực hiện tốt công tác xây dựng, triển khai các chính sách, cơ chế đặc thù trong thu hút đầu tư, đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến, quảng bá, liên kết, hợp tác, phát triển du lịch... Vì vậy, du lịch Cao Bằng đã và đang có những bước phát triển vượt bậc, từng bước khẳng định thương hiệu trên thị trường trong nước và quốc tế; tạo sự chuyển biến tích cực trong nhận thức, hành động của các cấp, các ngành, các thành phần kinh tế và mọi tầng lớp nhân dân về phát triển du lịch.

Tỉnh Cao Bằng thuộc vùng du lịch Trung du và miền núi phía Bắc, có trên 333km đường biên giới tiếp giáp Trung Quốc, giữ vị trí quan trọng về quốc phòng, an ninh và phát triển kinh tế đối ngoại. Tỉnh có nguồn tài nguyên du lịch hấp dẫn, đa dạng được ví như viên ngọc xanh của vùng Đông Bắc Việt Nam. Nhận thức đúng tiềm năng, thế mạnh, Cao Bằng xác định từng bước đưa du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn thông qua việc xây dựng và triển khai thực hiện các chính sách, cơ chế đặc thù về thu hút đầu tư, phát triển du lịch phù hợp với Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Trên cơ sở đó, những năm qua ngành du lịch địa phương đạt được bước tiến vượt bậc, tạo tiền đề vững chắc cho sự bứt phá thời kỳ mới. Giai đoạn 2020 - 2025, tỉnh xác định phát triển du lịch - dịch vụ là 01 trong 03 nội dung đột phá phát triển kinh tế xã hội, hứa hẹn trở thành thương hiệu mới của du lịch miền núi Việt Nam.

Giai đoạn 05 năm 2016-2020, cùng với sự nỗ lực của các cấp, các ngành và nhân dân các dân tộc trong tỉnh, Cao Bằng không ngừng đổi mới, phát triển và đạt được những kết quả quan trọng về kinh tế, xã hội: Tăng trưởng kinh tế đạt 6,42%/năm; thu nhập bình quân đầu người đạt 36,5 triệu đồng; tổng vốn đầu tư toàn xã hội tăng trên 10%/năm; thu ngân sách trên địa bàn tỉnh tăng bình quân 11%/năm. Đóng góp quan trọng vào chỉ số tăng trưởng chung, ngành Du lịch có mức tăng trưởng nổi bật, cụ thể: Trong giai đoạn 2016-2020, Cao Bằng đón trên 05 triệu lượt

khách, bình quân tăng 19%/năm (tăng 102% so với giai đoạn 2011-2015). Trong đó, khách quốc tế đạt trên 410 nghìn lượt người, bình quân tăng 42%/năm (tăng 207% so với giai đoạn 2011-2015); doanh thu du lịch đạt trên 1.200 tỷ đồng, bình quân tăng 36%/năm (tăng 192% so với giai đoạn 2011-2015); tăng trưởng du lịch bình quân đạt 25,8%/năm. Công tác phối hợp các hoạt động Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTTDL) được chú trọng; nhận thức của cộng đồng về Du lịch đã có sự chuyển biến tích cực.

2. Tiềm năng, thế mạnh du lịch Cao Bằng

Cao Bằng là một tỉnh miền núi phía Bắc, là “phên dậu” của Tổ quốc với diện tích tự nhiên 6.724,62 km², rừng núi chiếm hơn 90% diện tích toàn tỉnh. Mảnh đất Cao Bằng tự hào là vùng đất cổ, có bề dày lịch sử với nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc. Miền Non nước Cao Bằng là địa bàn sinh sống của hơn 95% đồng bào dân tộc thiểu số với nét sinh hoạt văn hóa riêng, tạo nên vùng đất văn hóa đa sắc tộc đã đem đến cho tỉnh Cao Bằng những tiềm năng, thế mạnh để phát triển du lịch.

Từ bề dày lịch sử cùng nét văn hóa đa sắc đã hình thành quần thể di sản văn hóa với hơn **200** di tích, trong đó **96** di tích được xếp hạng, bao gồm: 03 di tích được xếp hạng Di tích Quốc gia đặc biệt (*Khu di tích Pác Bó, huyện Hà Quảng; Rừng Trần Hưng Đạo, huyện Nguyên Bình; Di tích lịch sử Địa điểm Chiến thắng Biên giới 1950, huyện Thạch An*) và **25** di tích xếp hạng cấp Quốc gia, **68** di tích xếp hạng cấp tỉnh. Thủ tướng Chính phủ đã công nhận **02** bảo vật quốc gia; Bộ VHTTDL đưa **04** di sản vào danh mục di sản phi vật thể quốc gia (*Nghi lễ Then; Lễ hội Nàng Hai của người Tày, xã Tiên Thành, Nghè rèn của người Nùng An, xã Phúc Sen, Lễ hội Tranh đầu pháo, Thị trấn Quảng Uyên (huyện Quảng Hòa)*) và UNESCO công nhận di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại Di sản thực hành Then Tày, Nùng, Thái Việt Nam... Nhiều di sản văn hóa vật thể và phi vật thể khác của tỉnh góp phần quảng bá hình ảnh về miền đất và con người Cao Bằng, thu hút du khách đến tìm hiểu, trải nghiệm, đồng thời thúc đẩy các ngành, nghề khác cùng phát triển.

Bên cạnh đó, thiên nhiên ưu ái, tô điểm trên vùng đất Cao Bằng những thắng cảnh say đắm lòng người như thác Bản Giốc, động Ngườm Ngao, Mắt Thần núi (huyện Trùng Khánh); Quần thể hồ Thằng Hen (huyện Quảng Hòa) với hệ thống hang động ngầm có giá trị quốc tế cao... trong đó có những giá trị nổi bật về hệ sinh thái, với sự hiện diện của nhiều giống loài quý hiếm như: Khu bảo tồn loài vượn Cao Vít (huyện Trùng Khánh), Vườn quốc gia Phja Oắc - Phja Đén (huyện Nguyên Bình) với đặc trưng rừng rêu và đa dạng sinh học với trên 90 loài thực vật và 58 loài động vật quý hiếm....

Cao Bằng có lợi thế hình thành các vùng trồng cây đặc sản như: Miền dong Phia Đén (huyện Nguyên Bình), quả Lê và Thạch đen (huyện Thạch An), hạt Dẻ và thạch trắng Mác Púp (huyện Trùng Khánh), chè Giảo cổ lam, Hà Thủ Ô đỏ... Địa phương còn nổi tiếng như một thiên đường ẩm thực: bánh Khẩu Sli (Nà Giàng, huyện Hà Quảng); bánh cuốn, phở chua, bánh phù noòng, xôi trám, bánh khảo, vịt

quay 7 vị, lợn sữa quay, bánh áp chảo, bánh trứng kiến... một số sản vật được công nhận: **Lê Đông Khê** lọt vào top 50 trái cây nổi tiếng nhất Việt Nam năm 2012; **Bánh Coóng phù Cao Bằng** lọt vào top 50 món ăn đặc sản nổi tiếng Việt Nam năm 2015; **Xôi Trám, Bánh Coóng phù, Hạt dẻ** lọt top 100 món ăn đặc sản nổi tiếng Việt Nam, cùng nhiều danh hiệu khác. Danh thắng thác Bản Giốc được nhiều tạp chí hàng truyền thông thế giới vinh danh. Mới đây nhất, Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng được Báo Insider (Mỹ) bình chọn là một trong 50 địa điểm có tầm nhìn ngoạn mục, nổi bật nhất trong những kỳ quan và phong cảnh thiên nhiên hấp dẫn trên khắp thế giới.

Với đường biên giới dài tiếp giáp với nước bạn Trung Quốc, Cao Bằng có nhiều cặp cửa khẩu phục vụ phát triển du lịch biên giới. Thời gian vừa qua, tỉnh Cao Bằng, Việt Nam và Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây, Trung Quốc đã phối hợp triển khai thực hiện Hiệp định hợp tác bảo vệ và khai thác tài nguyên du lịch thác Bản Giốc (Việt Nam) - Đức Thiên (Trung Quốc). Đây được coi là điểm sáng trong hợp tác du lịch biên giới. Hiện nay, 02 địa phương vẫn đang tích cực xúc tiến công tác chuẩn bị triển khai thí điểm đón khách du lịch vào Khu cảnh quan, trong tương lai gần, hứa hẹn là điểm đến lý tưởng của du khách trong và ngoài nước, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Những giá trị về địa chất, địa mạo, lịch sử mang đậm bản sắc văn hóa, Công viên địa chất (CVĐC) Non nước Cao Bằng đã được UNESCO công nhận là CVĐC toàn cầu (vào tháng 4/2018). Việc xây dựng thành công danh hiệu CVĐC toàn cầu UNESCO Non Nước Cao Bằng đã mở ra cho du lịch Cao Bằng nhiều cơ hội mới, đem đến những đóng góp rất tích cực, hiệu quả đột phá cho ngành du lịch của tỉnh Cao Bằng.

3. Tình hình xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương

Du lịch là ngành kinh tế có nhiều tiềm năng phát triển tại địa phương. Chính quyền tỉnh Cao Bằng đã nhìn nhận đúng lợi thế để xây dựng và triển khai các chính sách, cơ chế trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch; áp dụng hiệu quả, linh hoạt, đưa du lịch Cao Bằng gặt hái nhiều thành quả đáng khích lệ.

Trong giai đoạn 2016-2020, Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Cao Bằng lần thứ XVIII đã xác định Du lịch là 01 trong 06 nhiệm vụ trọng tâm phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Đặc biệt, tại Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Cao Bằng lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2020-2025 đã xác định, nhấn mạnh Phát triển du lịch - dịch vụ theo hướng bền vững là 01 trong 03 nội dung đột phá phát triển kinh tế - xã hội trong giai đoạn 2020-2025. Đồng thời, xây dựng chương trình trọng tâm *“Xây dựng và đổi mới cơ chế, chính sách đảm bảo thông thoáng, cởi mở, hấp dẫn, đột phá, khác biệt nhằm cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, thu hút các nhà đầu tư chiến lược vào Cao Bằng”* là một trong ba chương trình trọng tâm của Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Cao Bằng lần thứ XIX.

Về phát triển du lịch - dịch vụ bền vững, Chương trình hành động của Tỉnh ủy Cao Bằng về thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng và Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Cao Bằng lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2020-2025 đã xác định rõ các nhiệm vụ, giải pháp cần thực hiện. Trong đó nêu rõ, tập trung triển khai có hiệu quả Đề án phát triển du lịch tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2021 - 2025, tầm nhìn đến năm 2035. Khai thác và phát huy tối đa hiệu quả Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng, 03 Khu di tích Quốc gia đặc biệt: Pác Bó, Rừng Trần Hưng Đạo, Địa điểm Chiến thắng Biên giới năm 1950 huyện Thạch An; các danh thắng quốc gia: thác Bản Giốc, hồ Thang Hen, động Ngườm Ngao, động Dơi, Vườn quốc gia Phja Oắc - Phja Đén, hồ Khuổi Khoán, núi mắt thần Nậm Chá, động Ngườm Pục gắn với phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc, đa dạng các loại hình du lịch (tập trung phát triển du lịch cộng đồng), sản phẩm du lịch đặc trưng, nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ phục vụ du lịch... từng bước đưa du lịch Cao Bằng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Thu hút và hỗ trợ các nhà đầu tư chiến lược đầu tư xây dựng hạ tầng các khu, điểm du lịch của tỉnh theo hướng đồng bộ, đa chức năng. Đưa vào vận hành Khu cảnh quan thác Bản Giốc (Việt Nam) - Đức Thiên (Trung Quốc). Phấn đấu năm 2025 đón trên 3 triệu khách du lịch; doanh thu từ hoạt động du lịch đạt trên 1.400 tỉ đồng.

Thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh, trong giai đoạn 2016-2020 và trong năm đầu giai đoạn 2020-2025, UBND tỉnh Cao Bằng đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo, nhiều quyết định phê duyệt các chính sách, quy định phát triển du lịch. Điển hình như: Quyết định số 436/QĐ-UBND ngày 11/4/2016 về phê duyệt Quy hoạch xây dựng vùng tỉnh Cao Bằng đến năm 2030; Quyết định số 1783/QĐ-UBND ngày 20/11/2012 về Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Cao Bằng giai đoạn 2011-2020, tầm nhìn 2030; Quyết định số 1442/QĐ-UBND ngày 24/8/2016 phê duyệt Đề án thành lập, xây dựng và phát triển Công viên địa chất tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2016-2020; Kế hoạch Quảng bá, xúc tiến du lịch giai đoạn 2015-2020; Kế hoạch phát triển, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch tỉnh Cao Bằng đến năm 2020...

Các chính sách, nội dung lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy, UBND tỉnh đã được triển khai thực hiện bằng các kế hoạch, giải pháp hiệu quả trong thực tiễn. Minh chứng là những kết quả phát triển vượt bậc của ngành du lịch trong giai đoạn 2016-2020. Cụ thể:

**** Về triển khai xúc tiến đầu tư và thu hút đầu tư (từ năm 2018 đến nay)***

Trong năm 2018, ngoài các hoạt động xúc tiến đầu tư thường niên, tỉnh Cao Bằng đã tổ chức thành công Hội nghị xúc tiến Đầu tư - Thương mại và Du lịch Cao Bằng vào ngày 25/11/2018. Tại Hội nghị này, dưới sự chứng kiến của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc, tỉnh Cao Bằng đã trao Quyết định chủ trương đầu tư, Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư cho 14 dự án với số vốn đăng ký gần 3.300 tỷ đồng, ký biên bản ghi nhớ đầu tư với 16 nhà đầu tư với số vốn đăng ký đầu tư trên 25.200 tỷ đồng.

Sau Hội nghị xúc tiến đầu tư, cùng với sự phối hợp tích cực từ các cấp chính quyền tỉnh Cao Bằng, các dự án đã được đẩy nhanh tiến độ triển khai thực hiện. 05/14 dự án đã đi vào xây dựng các hạng mục với tổng số vốn đầu tư thực hiện là 468 tỷ đồng, chiếm 14,2% tổng vốn đăng ký. Điển hình như dự án Khách sạn Pác Bó đang đẩy nhanh tiến độ xây dựng, tới nay vốn đầu tư đã thực hiện trên 272 tỷ đồng, chiếm 43,59% tổng mức đầu tư.

Bên cạnh các dự án được cấp Quyết định chủ trương đầu tư, Giấy chứng nhận đầu tư, nhiều biên bản ghi nhớ đầu tư cũng đã được cụ thể hóa bằng các dự án đầu tư chính thức với 05 dự án của 04 nhà đầu tư được cấp Quyết định chủ trương đầu tư, Giấy chứng nhận đầu tư hoặc phê duyệt kết quả lựa chọn. Trong lĩnh vực du lịch, Công ty cổ phần du lịch Tây Bắc Việt đã được cấp Quyết định chủ trương đầu tư dự án Khu du lịch Ngườm Pục với tổng vốn đầu tư trên 283 tỷ đồng. Các nhà đầu tư còn lại cũng đang tích cực hoàn thiện các thủ tục liên quan trong quá trình thực hiện đầu tư trên địa bàn tỉnh Cao Bằng (như Công ty cổ phần Đầu tư Sơn Phúc đang hoàn thiện đồ án điều chỉnh quy hoạch dự án phát triển đô thị Bắc Sông Hiến, Công ty cổ phần Tập đoàn Đèo Cả triển khai Tuyến đường bộ cao tốc Đồng Đăng Lạng Sơn) - Trà Lĩnh (Cao Bằng) đã được Thủ tướng Chính phủ nhất trí chủ trương đầu tư theo hình thức hợp đồng đối tác công tư (PPP) với tổng mức đầu tư dự kiến khoảng 21 ngàn tỷ đồng).

Các hoạt động đối ngoại cũng được tỉnh quan tâm, tăng cường, năm 2018, tham gia hoạt động quảng bá địa phương Việt Nam tại Hoa Kỳ; Hội nghị xúc tiến đầu tư tại Đài Loan. Đây là dịp quan trọng để tỉnh quảng bá các tiềm năng, thế mạnh của tỉnh đến với các đối tác, thúc đẩy có hiệu quả hoạt động kết nối với các địa phương, doanh nghiệp của nước sở tại, đồng thời cũng là cơ hội học hỏi những mô hình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội các nước.

Tiếp tục phát huy các kết quả đã đạt được từ hội nghị xúc tiến đầu tư năm 2018 cũng như tiếp tục tăng cường giới thiệu môi trường đầu tư, kinh doanh của tỉnh qua các kênh trực tiếp và gián tiếp, kết quả thu hút đầu tư của Cao Bằng đã đạt được những rất khả quan. Trong 6 tháng đầu năm 2019, trên địa bàn tỉnh Cao Bằng đã có 13 dự án được cấp Quyết định chủ trương đầu tư, Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư với số vốn đăng ký trên 718 tỷ đồng (trong đó có 01 dự án thủy điện với số vốn đăng ký trên 227 tỷ đồng, 01 dự án nông nghiệp với số vốn đăng ký trên 26 tỷ đồng, 07 dự án thương mại dịch vụ với số vốn đăng ký trên 147 tỷ đồng, 02 dự án du lịch với tổng vốn đăng ký trên 298 tỷ đồng và 02 dự án khai thác, chế biến khoáng sản với số vốn đăng ký trên 19 tỷ đồng), nâng tổng số dự án trên địa bàn tỉnh Cao Bằng lên 285 dự án với số vốn đăng ký trên 35.726 tỷ đồng.

Năm 2019, tỉnh Cao Bằng tham dự tọa đàm “Cơ hội hợp tác kinh tế giữa bang Victoria và các địa phương Việt Nam”, thăm và học tập một số cơ sở kinh tế tiêu biểu tại bang Victoria (Úc), qua đó quảng bá hình ảnh, giới thiệu môi trường, lĩnh vực thu hút đầu tư của tỉnh tới các nhà đầu tư của Úc.

Thông qua các hoạt động xúc tiến và thu hút đầu tư, có nhiều nhà đầu tư đã quan tâm, đến Cao Bằng tiến hành khảo sát. Tuy nhiên, đó mới chỉ là kết quả bước đầu, đa phần đang dừng lại ở việc quảng bá hình ảnh, giới thiệu về môi trường, cơ chế chính sách đầu tư, các lĩnh vực thu hút đầu tư. Các nhà đầu tư chưa đề xuất dự án đầu tư phù hợp như kỳ vọng, chưa có dự án cụ thể được triển khai.

**** Về tình hình phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020***

Thực hiện mục tiêu phát triển du lịch, tỉnh Cao Bằng đã xây dựng lộ trình phù hợp, với điểm nhấn quan trọng là Chương trình số 10-CTr/TU, ngày 29/4/2016 của Tỉnh ủy Cao Bằng về phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020.

Qua 5 năm thực hiện, Chương trình đã mang lại những kết quả tích cực, thay đổi cơ bản diện mạo du lịch Cao Bằng, với nhiều dấu ấn có bước đột phá lớn, mang tính chiến lược lâu dài. Cơ sở hạ tầng du lịch, dịch vụ được quan tâm đầu tư, nâng cấp. Công tác quy hoạch du lịch trên địa bàn tỉnh cơ bản được hoàn thành. Bước đầu tập trung đầu tư xây dựng một số khu, điểm du lịch quan trọng, tạo được nền móng cơ bản về hạ tầng giao thông phục vụ các tuyến du lịch chính trong tỉnh. Lượng khách, doanh thu và tăng trưởng du lịch có sự phát triển vượt bậc.

Theo Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, vùng Trung du và miền núi Phía Bắc phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng là du lịch sinh thái núi và tìm hiểu văn hóa dân tộc thiểu số. Căn cứ tài nguyên du lịch địa phương, tỉnh tập trung phát triển du lịch dựa trên nền tảng bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa, tự nhiên theo định hướng phát triển bền vững. Tập trung khai thác 03 loại hình chính: Du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, phát triển trên 03 tuyến CVĐC với các sản phẩm du lịch chính của địa phương (gồm: Tuyến du lịch phía Tây “Khám phá Phja Oắc - vùng núi của những đôi thay” (huyện Nguyên Bình); Tuyến Cụm du lịch phía Bắc “Hành trình về nguồn cội” (gồm huyện Hòa An, Hà Quảng); Tuyến du lịch cụm phía Đông - “Trải nghiệm văn hóa bản địa ở xứ sở thần tiên” (gồm 3 huyện: Quảng Hòa, Trùng Khánh, Hạ Lang). Liên kết để du khách trải nghiệm du lịch cộng đồng và du lịch văn hóa với mục tiêu vừa bảo tồn, vừa phát huy gắn với phát triển bền vững, tăng cường sinh kế cho nhân dân.

Tỉnh phát triển ngành du lịch trên nền tảng CVĐC Non nước Cao Bằng, theo các tiêu chí của UNESCO đối với một CVĐC toàn cầu. Trên cơ sở đó, định hình hướng phát triển hợp lý, từng bước xây dựng được chiến lược tiếp cận, giải quyết những tồn tại theo tiêu chí bền vững; hướng tới cụ thể hoá 17 mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc và Quyết định số 681/QĐ-TTg ngày 04/6/2019 của Thủ tướng Chính phủ về lộ trình thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững Việt Nam đến năm 2030.

**** Về đầu tư cơ sở hạ tầng Du lịch***

Hệ thống hạ tầng phục vụ phát triển du lịch đã và đang được đầu tư đồng bộ, tạo thêm nhiều điểm nhấn cho du lịch Cao Bằng. Thời gian qua, tỉnh đã đầu tư, hoàn thành đưa vào sử dụng các dự án tại Khu di tích Quốc gia đặc biệt (QGĐB) Pác Bó,

với tổng mức đầu tư các dự án gần 80 tỷ đồng, gồm: *Nhà trưng bày và làm việc của Khu di tích lịch sử Pác Bó* (Tổng mức đầu tư: 42,097 tỷ đồng); *Dự án Cải tạo nâng cấp mặt đường nội vùng và đoạn từ làng Bó Bầm đến bờ suối ngã ba lán Khuổi Nặm - Khu di tích lịch sử Pác Bó* (Tổng mức đầu tư: 9,18 tỷ đồng); *Dự án Sắp xếp lại các ki ốt bán hàng ở khu vực ngã ba lán Khuổi Nặm thuộc Khu di tích lịch sử Pác Bó*, (Tổng mức đầu tư 10,8 tỷ đồng); *Dự án phục dựng nhà ông Lý Quốc Súng* (Tổng mức đầu tư: 497 triệu đồng); *Dự án Phục hồi di tích Lán Khuổi Nặm I thuộc Khu di tích QGĐB Pác Bó* (Tổng mức đầu tư: 897,851 đồng). *Dự án đầu tư hạ tầng cơ sở du lịch khu Phia Oắc - Phia Đén, huyện Nguyên Bình* (Hạng mục: Cải tạo, nâng cấp đoạn đường tỉnh lộ 212 lên đỉnh Phia Oắc); *Dự án cải tạo, sửa chữa đường tỉnh lộ 202* (Đoạn từ QL34 vào Khu di tích QGĐB Rừng Trần Hưng Đạo, huyện Nguyên Bình, tỉnh Cao Bằng). *Dự án cải tạo, nâng cấp tuyến đường từ tỉnh lộ 206 vào Khu du lịch động Ngườm Ngao, xã Đàm Thủy, huyện Trùng Khánh* (Tổng mức đầu tư dự án: 41,501 tỷ đồng). *Dự án Khu nghỉ dưỡng cao cấp thác Bản Giốc, huyện Trùng Khánh - Tổng Công ty du lịch Sài Gòn làm chủ đầu tư*: đưa vào khai thác và tiếp tục hoàn thiện thiết kế các hạng mục: Bungalow; dịch vụ Spa, sauna, foot masage; chòi tập Yoga và điểm ngắm cảnh; bể bơi...; và cùng một số dự án khác.

Trong những năm qua, tỉnh phối hợp với các trường Đại học, Cao đẳng, Hiệp hội du lịch, Trung tâm phát triển cộng đồng (Halvetas), Trung tâm phát triển kinh tế nông thôn (CRED), Dự án phát triển du lịch bền vững tiểu vùng Mê Kông mở rộng... tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về nghiệp vụ du lịch, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, các khóa đào tạo nâng cao năng lực cộng đồng, bảo vệ di sản thiên nhiên và di sản văn hóa cho đối tượng tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch tại các khu du lịch trọng điểm như: thác Bản Giốc - động Ngườm Ngao, Ban quản lý các di tích QGĐB, các điểm du lịch cộng đồng như: Pác Ràng, Phja Thấp (huyện Quảng Hòa), Khuổi Khon (huyện Bảo Lạc), các điểm di sản nằm trong vùng Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng. Kiện toàn, bổ sung đội ngũ làm công tác quản lý nhà nước về du lịch.

Tăng cường các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức trong cán bộ, đảng viên và nhân dân, nhất là dân cư quanh vùng có khu, điểm du lịch. Tập trung giáo dục kiến thức về vị trí, vai trò các ngành nghề du lịch, những lợi ích từ hoạt động du lịch tạo sự đồng thuận chung.

**** Về công tác tuyên truyền quảng bá, xúc tiến, hợp tác phát triển du lịch***

Công tác xúc tiến quảng bá du lịch ngày càng được đẩy mạnh với nhiều hình thức đa dạng, phong phú. Công tác bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa được tập trung khai thác phục vụ du lịch như: Tổ chức Lễ hội về nguồn Pác Bó; Lễ hội du lịch Thác Bản Giốc; Nâng cấp Lễ hội Thanh Minh tại xã Phúc Sen, huyện Quảng Hòa thành Lễ hội gắn kết làng nghề truyền thống. Một số địa phương quan tâm nâng cao chất lượng tổ chức các lễ hội truyền thống như: Bảo Lạc tổ chức Ngày hội Văn hóa - Thể thao các dân tộc và Chợ tình phong lưu, Ngày hội văn hóa dân tộc Lô Lô và Lễ mừng cơm mới; Hòa An nâng cấp Lễ hội Đền vua Lê thành lễ hội

cấp huyện; Thành phố phục dựng hoạt động truyền thống trong Lễ hội Đèn Kỳ Sầm...

Tổ chức, đăng cai các chương trình, sự kiện: Liên hoan ca múa nhạc toàn quốc tại Cao Bằng (năm 2018); Lễ đón nhận danh hiệu CVĐC toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng; Công bố Di tích lịch sử Địa điểm Chiến thắng Biên giới năm 1950 huyện Thạch An là di tích QGĐB gắn với Chương trình du lịch qua những miền di sản Việt Bắc (năm 2018); Hội thảo về PTDL bền vững thông qua mô hình CVĐC toàn cầu UNESCO (năm 2019); Lễ Kỷ niệm 520 năm thành lập tỉnh Cao Bằng, 50 năm thực hiện Di chúc của Chủ tịch Hồ Chí Minh; Tuần VHTTDL chào mừng Kỷ niệm 520 năm thành lập tỉnh Cao Bằng (năm 2019). Trong đó, một số hoạt động lần đầu tiên được tổ chức tại Cao Bằng đã tạo được hiệu ứng và có tính lan tỏa như: Cuộc thi Người đẹp Du lịch Non nước Cao Bằng, Lễ hội ánh sáng Thác Bản Giốc, Cuộc thi chạy “Chinh phục đỉnh Phja Oắc” năm 2019; cuộc thi "Ảnh đẹp CVĐC và du lịch Cao Bằng" năm 2018 và 2019; cuộc thi “Sáng tạo ý tưởng, sản phẩm du lịch tỉnh Cao Bằng năm 2019”; Liên hoan hát then, đàn tính toàn tỉnh năm 2017 và 2019.

Nhằm tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch và hình ảnh Cao Bằng, Tỉnh ủy Cao Bằng đã ban hành Đề án số 19-ĐA/TU ngày 13/8/2019 về đổi mới công tác tuyên truyền, giáo dục truyền thống trên quê hương cách mạng Cao Bằng, giai đoạn 2019-2025; UBND tỉnh ban hành Kế hoạch số 1811/KH-UBND ngày 19/6/2018 về tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Cao Bằng giai đoạn 2018-2020.

Chủ động phối hợp các cơ quan thông tấn báo chí trung ương và địa phương thực hiện các clip quảng bá về di tích, danh thắng, văn hóa, sản phẩm du lịch và xây dựng chuyên trang, chuyên mục, chuyên đề tuyên truyền, giới thiệu về du lịch Cao Bằng, qua đó, hình ảnh về miền đất và con người Non nước Cao Bằng được thông tin rộng khắp trong và ngoài nước. Điển hình như phối hợp với Đài truyền hình Việt Nam thực hiện chương trình phóng sự giới thiệu về Văn hóa, Du lịch, CVĐC Cao Bằng như: *Chào buổi sáng, Chuyển động 24h, S Việt Nam* và các chuyên mục *Câu chuyện văn hóa, Nẻo về nguồn cội*, trên VTV1, chuyên mục *Đi đâu? Ăn gì? (Bánh ngon Cao Bằng)* trên VTV2, Chương trình *Cafe sáng với VTV3*,... phối hợp xây dựng các phóng sự, chuyên trang, chuyên mục, số đặc biệt tuyên truyền quảng bá về du lịch, CVĐC Non nước Cao Bằng trên Thông tấn xã Việt Nam, Truyền hình Quốc hội, Truyền hình Nhân dân, Tạp chí Du lịch, Báo Nhà báo và Công luận, Diễn đàn Doanh nghiệp...

Báo Cao Bằng đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá về giá trị lịch sử, văn hóa, lễ hội, các sản phẩm du lịch, dịch vụ, tiềm năng du lịch của tỉnh, thực hiện trên 1.000 tin, bài, ảnh phản ánh về hoạt động đối ngoại, du lịch và CVĐC toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng; xây dựng chuyên mục “CVĐC Non nước Cao Bằng”, “Du lịch” trên báo thường kỳ và Báo Cao Bằng điện tử; trung bình mỗi tháng có từ 1 đến 2 chuyên mục, phối hợp tổ chức Cuộc thi viết “Qua miền Non nước Cao Bằng”. Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh, duy trì chuyên mục “Du lịch Non nước Cao Bằng” và CVĐC Non nước Cao Bằng được biên tập, biên dịch bằng

4 thứ tiếng dân tộc thiểu số (Kinh, Tày - Nùng, Mông và Dao) chuyển tải, phát sóng trên kênh phát thanh...

Tăng cường tổ chức các hoạt động tuyên truyền nâng cao nhận thức về CVĐC toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng trong các trường học (thành lập 113 Câu lạc bộ “Cùng em khám phá CVĐC”, 06 trường xây dựng phòng trưng bày sản phẩm phục vụ công tác tuyên truyền; tổ chức Cuộc thi “Tìm kiếm Đại sứ Công viên địa chất Toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng”...). Ký kết hợp tác với Viettel Cao Bằng và VNPT Cao Bằng về ứng dụng công nghệ thông tin và viễn thông trong hoạt động VHTTDL, nhất là tuyên truyền quảng bá du lịch; xây dựng, khai trương đưa vào hoạt động “Cổng du lịch thông minh” và các trang website về du lịch, CVĐC Non nước Cao Bằng; mạng xã hội facebook (bằng Tiếng Anh và tiếng Việt) tuyên truyền, quảng bá về CVĐC Non nước Cao Bằng cũng được khai thác hiệu quả. Đồng thời, nhằm đưa hình ảnh Du lịch và CVĐC Non nước Cao Bằng đến với du khách quốc tế, các gian hàng tại các kỳ họp CVĐC toàn cầu UNESCO đã giới thiệu cảnh đẹp, văn hóa, con người và sản vật địa phương thông qua các ấn phẩm, phim tài liệu được sử dụng ngôn ngữ Tiếng Anh và Trung Quốc. Qua đó, góp phần giúp bạn bè quốc tế hiểu hơn về con người, cảnh vật, non nước Cao Bằng. Xuất bản các ấn phẩm giới thiệu quảng bá du lịch, CVĐC Non nước Cao Bằng bằng tiếng Việt - Anh - Trung, phát hành trong và ngoài nước. Sản xuất phim tài liệu quảng bá về du lịch và CVĐC Cao Bằng phục vụ tại Hội nghị quốc tế lần thứ 7 về CVĐC toàn cầu UNESCO tại Vương quốc Anh. Phối hợp với Đoàn quay phim của Đại học quốc gia Chonam và Đài truyền hình MBC của Hàn Quốc làm phim giới thiệu, quảng bá về CVĐC toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng.

Đẩy mạnh công tác quảng bá về du lịch, CVĐC, các sản phẩm đặc trưng của Cao Bằng có gắn logo CVĐC (như Giảo cổ lam, Chè Kolia, sản phẩm hương thơm (làng Phja Thấp); miến dong Nguyên Bình; sản phẩm dệt thổ cẩm Luống Nọi; Thổ cẩm in hoa văn sắp ong của đồng bào Dao Tiền...) được trưng bày tại các hội chợ, hội nghị, hội thảo trong nước và quốc tế... Tiêu biểu như: Hội chợ VITM 2019 tại Thành phố Hồ Chí Minh, Lễ hội thổ cẩm tại tỉnh Đắk Nông, Hội thảo quốc tế về CVĐC tại tỉnh Quảng Ngãi, Hà Giang; hội nghị quốc tế về CVĐC toàn cầu tại các nước Trung Quốc, Pháp, Ý, Indonesia.

Ngoài ra, các hoạt động liên kết, hợp tác luôn được tăng cường, tạo cơ hội cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh tìm kiếm thị trường, thúc đẩy hoạt động xúc tiến đầu tư thương mại, góp phần khai thác, mở rộng thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Phối hợp với Tổng cục Du lịch, Hiệp Hội du lịch Việt Nam tổ chức các đoàn khảo sát với sự tham gia của các đơn vị lữ hành trên cả nước, đồng thời tổ chức tọa đàm với các chủ đề về du lịch.

Tiến hành ký kết hợp tác, kết nghĩa với các CVĐC trong mạng lưới: Haute - Provonce, Pháp (năm 2018) và Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang (tháng 5/2019) nhằm tăng cường công tác quản lý và thúc đẩy liên kết phát triển sản phẩm du lịch giữa các CVĐC toàn cầu. Hoạt động hợp tác du lịch với Khu tự trị dân tộc Choang Quảng Tây, Trung Quốc được quan tâm chú trọng, hai Bên tập trung triển

khai các hạng mục phục vụ đón khách du lịch vào Khu cảnh quan theo Hiệp định hợp tác bảo vệ và khai thác tài nguyên du lịch Thác Bản Giốc (Việt Nam) - Đức Thiên (Trung Quốc). Nhiều hoạt động, sự kiện do các địa phương giáp biên hai Bên tổ chức có sự tham gia của các doanh nghiệp du lịch, thương mại, các đoàn diễn viên, vận động viên với nhiều hoạt động văn hóa, thể thao... đã góp phần thúc đẩy hoạt động du lịch giữa hai bên.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, phát triển du lịch, dịch vụ của Cao Bằng vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế. Cụ thể như:

Là tỉnh miền núi biên giới, kinh tế còn nhiều khó khăn, cơ sở hạ tầng còn tương đối kém phát triển, hoạt động đầu tư nước ngoài ở Cao Bằng còn nhiều hạn chế. Vì vậy, hoạt động đầu tư và thu hút đầu tư trong lĩnh vực du lịch cũng có rất nhiều khó khăn.

Việc triển khai các cơ chế chính sách về du lịch ở một số địa phương chưa được quan tâm đúng mức. Một số cấp ủy, chính quyền chưa thực sự vào cuộc và quyết liệt chỉ đạo thực hiện nên hiệu quả một số hoạt động còn hạn chế. Nhận thức của cán bộ, đảng viên, người dân địa phương về du lịch, nhất là tại các vùng phát triển khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh chưa được nâng cao.

Nguồn lực đầu tư cho du lịch còn khiêm tốn, chưa tương xứng với nhu cầu, tiềm năng. Phần lớn các đơn vị kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh hoạt động với quy mô nhỏ, năng lực cạnh tranh, khả năng nguồn vốn, kinh nghiệm quản lý còn hạn chế. Chưa thu hút được các nhà đầu tư chiến lược triển khai thực hiện các dự án quy mô lớn trên địa bàn để tạo động lực cho phát triển du lịch nhanh và bền vững.

Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch còn hạn chế, thiếu đồng bộ chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển và hội nhập. Các sản phẩm gắn với hoạt động du lịch chưa phong phú, đa dạng và chưa có sự khác biệt. Hoạt động xúc tiến quảng bá, giới thiệu du lịch thiếu chiến lược lâu dài và hiệu quả.

Nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng về số lượng, năng lực. Đội ngũ quản lý du lịch các cấp còn thiếu, đặc biệt ở cơ sở hầu hết là kiêm nhiệm, đa số chưa qua đào tạo nghiệp vụ nên tham mưu chuyên môn chưa sâu và hiệu quả, công tác phối hợp chưa thường xuyên.

4. Định hướng phát triển và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch giai đoạn 2020-2025

Để thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2020-2025, thực hiện có hiệu quả nhiệm vụ đột phá về phát triển du lịch, dịch vụ bền vững, đồng thời nâng cao hiệu quả hoạt động đầu tư, thu hút đầu tư trong lĩnh vực du lịch, tỉnh Cao Bằng xác định cần thực hiện tốt một số giải pháp như sau:

Một là, tập trung triển khai phát triển du lịch theo chủ trương, định hướng của Bộ Chính trị tại Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; của Chính phủ tại Nghị quyết 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 ban hành chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 08-

NQ/TW của Bộ Chính trị khóa XII về PTDL trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Cụ thể hóa thành các chương trình hành động, kế hoạch của các ngành, các cấp để triển khai thực hiện hiệu quả. Tập trung đột phá phát triển thế mạnh về dịch vụ du lịch và xây dựng dựng sản phẩm du lịch đặc trưng mang đậm bản sắc Cao Bằng, là thương hiệu du lịch miền núi của Việt Nam.

Hai là, triển khai hiệu quả Kế hoạch thực thi Hiệp định Hợp tác bảo vệ và khai thác tài nguyên du lịch Thác Bản Giốc (Việt Nam) - Đức Thiên (Trung Quốc), hướng tới xây dựng Khu du lịch thác Bản Giốc trở thành Khu du lịch trọng điểm, kiểu mẫu về du lịch qua biên giới, du lịch xanh, du lịch thông minh, là hình mẫu trong quan hệ hợp tác với nước bạn Trung Quốc.

Ba là, lập và triển khai các quy hoạch; xây dựng các Đề án/dự án về cơ sở hạ tầng du lịch, cụ thể như: Xây dựng quy hoạch Khu di tích QGDB Rừng Trần Hưng Đạo và Địa điểm chiến thắng Biên giới năm 1950; Điều chỉnh Quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch Thác Bản Giốc, xây dựng quy hoạch Động Ngườm Ngao; làng Văn hóa dân tộc Tày Khuổi Ky; Quy hoạch khu tái định cư Khu di tích Pác Bó; Quy hoạch chi tiết quần thể chùa Viên Minh và đền Quan Triều; quy hoạch Khu di tích Lam Sơn. Phê duyệt và triển khai hiệu quả “Đề án PTDL Cao Bằng giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2035”.

Bốn là, tăng cường kêu gọi thu hút đầu tư, nhất là thu hút các nhà đầu tư chiến lược đầu tư vào các Khu di tích QGDB các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh; tập trung nguồn lực xây dựng, cải tạo, nâng cấp hạ tầng giao thông phục vụ du lịch (bao gồm cả giao thông liên tỉnh và giao thông nội tỉnh nối liền giữa các khu, điểm du lịch). Quan tâm đầu tư phát triển hệ thống nhà hàng, cơ sở lưu trú, dịch vụ du lịch. Trên cơ sở nguồn tài nguyên du lịch sẵn có, khai thác, phát huy hiệu quả các di tích, di sản, đa dạng hóa các loại hình du lịch văn hóa, tâm linh, giải trí, nghỉ dưỡng, khám phá, mạo hiểm, hợp tác qua biên giới,... phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng như một trụ cột để phát triển du lịch bền vững.

Năm là, tiếp tục xây dựng và phát huy giá trị của CVĐC toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng. Coi trọng công tác bảo tồn di sản văn hóa, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, cảnh quan môi trường gắn với PTDL bền vững của địa phương, xây dựng thương hiệu du lịch của tỉnh.

Sáu là, chú trọng đào tạo nhân lực, nâng cao tính chuyên nghiệp của đội ngũ làm công tác du lịch. Nâng cao chất lượng hệ thống đào tạo nguồn nhân lực du lịch, thành lập các cơ sở đào tạo nhân lực du lịch cho tỉnh Cao Bằng và khu vực miền núi phía Bắc; bổ sung chương trình đào tạo du lịch vào cơ sở đào tạo của tỉnh.

Bảy là, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch bằng nhiều hình thức, chú trọng ứng dụng công nghệ thông tin, tuyên truyền, quảng bá trên báo chí và mạng xã hội. Tăng cường hoạt động xúc tiến, liên kết du lịch, phối hợp xây dựng khai thác các tour, tuyến, các sản phẩm du lịch địa phương và liên vùng. Xây dựng, ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích, hỗ trợ phát triển du lịch, nhất là chính sách thu hút đầu tư, du lịch cộng đồng và du lịch sinh thái.

Phấn đấu đến năm 2025, đón trên 3 triệu lượt khách du lịch, trong đó đạt 2,7 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu du lịch (lưu trú, lữ hành, vé tham quan) đạt trên 1.400 tỷ. Thu nhập xã hội từ du lịch, đạt trên 3.000 tỷ. Tỷ trọng du lịch đến năm 2025 chiếm 5-6% trong tổng GDP toàn tỉnh. Phấn đấu Khu du lịch thác Bản Giốc đạt tiêu chí trở thành Khu du lịch quốc gia.

5. Đề xuất, kiến nghị

Đề phát triển du lịch tỉnh Cao Bằng tương xứng với tiềm năng, góp phần vào phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống người dân miền núi, biên giới, cùng với nỗ lực của Đảng bộ, Chính quyền và nhân dân các dân tộc trên địa bàn cùng với nỗ lực của Đảng bộ, Chính quyền và nhân dân các dân tộc trên địa bàn; tỉnh Cao Bằng trân trọng đề nghị Chính phủ, các Bộ ngành Trung ương quan tâm, hỗ trợ Tỉnh một số nội dung như sau:

Quan tâm, ưu tiên bố trí nguồn lực đầu tư cho các khu, điểm du lịch trọng điểm trên địa bàn tỉnh, như: Khu du lịch thác Bản Giốc - động Ngườm Ngao, các Khu di tích thuộc Ban quản lý các di tích QGĐB tỉnh. Ưu tiên đầu tư, nâng cấp hệ thống giao thông đến các khu, điểm du lịch trong tỉnh, nhất là tuyến đường biên giới phục vụ hoạt động du lịch. Đầu tư xây dựng các tuyến cao tốc Đồng Đăng (Lạng Sơn) - Trà Lĩnh (Cao Bằng), cao tốc Bắc Kạn - Cao Bằng. Hỗ trợ công tác xúc tiến, quảng bá du lịch địa phương trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam.

Tạo điều kiện triển khai hiệu quả kế hoạch bảo tồn, phát huy giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, góp phần đưa các di sản vào khai thác, thúc đẩy du lịch phát triển. Chỉ đạo xây dựng ban hành các cơ chế chính sách ưu đãi, đặc thù để phát triển, đầu tư vào lĩnh vực du lịch tại Cao Bằng.

Hỗ trợ Cao Bằng kêu gọi các nhà đầu tư tiềm năng triển khai các dự án trọng điểm, tạo điểm nhấn đột phá cho du lịch Cao Bằng; ưu tiên thực hiện các chiến lược xúc tiến, quảng bá; hỗ trợ kết nối điểm đến của du lịch Cao Bằng với các công ty du lịch, lữ hành, các địa phương phát triển mạnh du lịch.

Du lịch tỉnh Cao Bằng hiện nay đang ở giai đoạn đầu của chu kỳ phát triển một điểm đến. Miền non nước với cảnh quan kỳ vĩ, nét văn hóa rực rỡ sắc màu là điểm đến lý tưởng cho sự lựa chọn của du khách. Đảng bộ, chính quyền tỉnh quan tâm ban hành các cơ chế chính sách đặc thù nhằm thu hút đầu tư, phát triển du lịch theo định hướng bền vững, bao trùm gắn liền với công tác bảo tồn văn hoá, tri thức bản địa, mang lại lợi ích cho cộng đồng. Quyết tâm xây dựng hình ảnh, khẳng định thương hiệu, vị thế du lịch Cao Bằng tại thị trường du lịch trong nước và quốc tế./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA TỈNH YÊN BÁI TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ

Trần Huy Tuấn
Chủ tịch UBND tỉnh Yên Bái

Tóm tắt: Yên Bái là tỉnh nằm ở trung tâm động lực của tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng. Những năm qua tỉnh Yên Bái đã tập trung khai thác tiềm năng, lợi thế, khuyến khích các thành phần kinh tế phát triển, đẩy mạnh thu hút đầu tư, trong đó tập trung khai thác lợi thế để phát triển du lịch. Với sự nỗ lực của cả hệ thống chính trị và cộng đồng doanh nghiệp, ngành du lịch Yên Bái đã có nhiều khởi sắc. Vị trí của du lịch Yên Bái đã từng bước được khẳng định trên bản đồ du lịch Việt Nam, đặc biệt nổi bật tại một số địa phương như: huyện Mù Cang Chải, huyện Văn Chấn, thị xã Nghĩa Lộ tiếp tục tạo điểm nhấn và thương hiệu trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Yên Bái đã làm tốt việc xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch. Với mục tiêu đưa du lịch Yên Bái trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, tạo nên hình ảnh và điểm đến “Yên Bái - Nơi hội tụ sắc màu Tây Bắc”... Thời gian qua tỉnh Yên Bái tiếp tục thực hiện đồng bộ các giải pháp và ban hành nhiều cơ chế, chính sách để thu hút các dự án đầu tư vào phát triển du lịch của tỉnh, đồng thời tập trung chỉ đạo hoàn thành các dự án du lịch đã được cấp chủ trương đầu tư.

Từ khóa: Chính sách; cơ chế đặc thù; đầu tư phát triển du lịch; thu hút đầu tư du lịch Yên Bái.

I. THUẬN LỢI KHÓ KHĂN CỦA TỈNH YÊN BÁI TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ VÀO PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Thuận lợi của tỉnh trong thu hút đầu tư vào phát triển du lịch

Là tỉnh miền núi phía Bắc, Yên Bái nằm ở trung tâm vùng núi và trung du Bắc Bộ Việt Nam; phía Tây Bắc giáp tỉnh Lào Cai và tỉnh Lai Châu; phía Đông và Đông Bắc giáp tỉnh Hà Giang và tỉnh Tuyên Quang; phía Đông Nam giáp tỉnh Phú Thọ và phía Tây giáp tỉnh Sơn La. Tổng diện tích tự nhiên của tỉnh là 6.892,68 km², xếp thứ 8 so với 12 tỉnh thuộc vùng núi và trung du phía Bắc về quy mô đất đai. Dân số toàn tỉnh năm 2020, là 831.586 người (gần 80% dân số sống ở nông thôn), mật độ dân số bình quân là 121 người/km²¹, với 30 dân tộc cùng sinh sống (trong đó, có 13 dân tộc bản địa sinh sống lâu đời. Người Kinh chiếm 42,71%, còn lại là các dân tộc khác như: Tày, Thái, Dao, Mông, Mường... chiếm 57,29%). Yên Bái có 9 đơn vị hành chính, gồm: thành phố Yên Bái; thị xã Nghĩa Lộ và 07 huyện: Trạm Tấu, Mù Cang Chải, Văn Chấn, Văn Yên, Lục Yên, Trấn Yên, Yên Bình; với tổng số 173 đơn vị hành chính cấp xã (gồm 150 xã, 13 phường và 10 thị trấn).

Với vị trí địa lý là tỉnh nằm tại cửa ngõ của vùng Tây Bắc, có hệ thống giao thông đa dạng đã tạo điều kiện thuận lợi và cơ hội để Yên Bái tăng cường hội nhập, giao lưu kinh tế thương mại, phát triển văn hóa xã hội... không chỉ với các tỉnh

¹Theo Niên giám thống kê năm 2020.

trong vùng, các trung tâm kinh tế lớn trong cả nước mà còn cả trong giao lưu kinh tế quốc tế, đặc biệt là với các tỉnh phía Tây Nam của Trung Quốc và các nước trong khối ASEAN.

Yên Bái nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa, giữa hai vùng sinh thái Đông Bắc và Tây Bắc Việt Nam, nhiệt độ trung bình từ 22⁰C - 23⁰C, lớp vỏ phong hoá dày đã tạo ra thảm thực vật phong phú về chủng loại và giàu về trữ lượng. Là tỉnh có diện tích rừng rộng lớn, độ che phủ rừng cao, chiếm 63%, đứng thứ 4 trên cả nước. Rừng Yên Bái có hệ sinh thái đa dạng với 1.035 loài thực vật bậc cao và 360 loài động vật, trong đó có nhiều động vật và thực vật quý hiếm. Khu bảo tồn loài và sinh cảnh Mù Cang Chải, Khu bảo tồn thiên nhiên Nà Hẩu (Văn Yên), cùng các khu bảo tồn cần bảo vệ khác có thể sử dụng như nguồn tài nguyên du lịch để phát triển các sản phẩm du lịch nghiên cứu, nghỉ dưỡng và mạo hiểm.

Là địa phương có hệ thống sông chính là sông Thao (sông Hồng) và sông Chảy cùng hệ thống hồ, suối dày đặc với nguồn tài nguyên nước mặt và nước ngầm tương đối phong phú, chất lượng nước tốt, ít bị ô nhiễm. Hồ nhân tạo Thác Bà có chiều dài trên 80 km, diện tích trên 24.000 ha (diện tích mặt nước: 19.050 ha), với trên 1.300 hòn đảo, môi trường trong lành. Bên cạnh đó Yên Bái có nguồn nước khoáng phân bố ở độ sâu 20 - 200 mét dưới lòng đất chủ yếu ở vùng phía Tây thuộc các huyện: Văn Chấn, Trạm Tấu và thị xã Nghĩa Lộ, với nhiệt độ trên 40⁰C, hàm lượng khoáng hoá 1-5 g/l, đây là những yếu tố thuận tiện cho phát triển loại hình du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe...

Yên Bái có hệ thống giao thông thuận lợi bao gồm cả đường bộ, đường sắt và đường thủy với các tuyến trục quan trọng như:

+ Đường cao tốc Hà Nội - Yên Bái - Lào Cai (hợp phần của hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng); đường sắt Hà Nội - Lào Cai (kết nối với đường sắt Côn Minh, Trung Quốc), là điều kiện thuận lợi cho Yên Bái trong phát triển kinh tế liên vùng và hợp tác quốc tế. Tuyến đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai hoàn thành đưa vào hoạt động đã tạo điều kiện cho Yên Bái rút ngắn khoảng cách tới Thủ đô Hà Nội còn 150 km; tới cửa khẩu Lào Cai là 130 km; tới cảng Hải Phòng là 190 km; đồng thời giúp cho Yên Bái và các tỉnh lân cận như Hà Giang, Tuyên Quang, Phú Thọ, Vĩnh Phúc, Sơn Tây, Hòa Bình v.v. phát triển kinh tế, giao lưu hàng hóa trở nên thuận tiện và mở rộng hơn.

+ Trên địa bàn tỉnh Yên Bái có các tuyến quốc lộ như: QL32, QL32C, QL37, QL70, QL2D, cùng các tuyến giao thông tỉnh lộ, huyện lộ v.v. tạo nên mạng lưới giao thông thuận lợi kết nối nội tỉnh và liên tỉnh.

+ Giao thông đường thủy gồm 2 tuyến: chủ yếu là tuyến sông Hồng và tuyến hồ Thác Bà, là điều kiện thuận lợi để liên kết phát triển du lịch sông nước với các tỉnh dọc sông Hồng.

Những năm gần đây, kinh tế Yên Bái duy trì mức tăng trưởng khá, đạt trên 6,5%/năm; GDP năm 2020 tăng 5,41%; trong cơ cấu kinh tế, công nghiệp chiếm

33,55%, dịch vụ chiếm 42,02%, nông lâm nghiệp thủy sản chiếm 24,43%². Thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh tăng khá nhanh, cuối năm 2020, có 27 dự án, đăng ký đầu tư với số vốn là 400,5 triệu USD, tương đương hơn 9.200 tỷ đồng³. Kinh tế phát triển, thu ngân sách trên địa bàn tỉnh duy trì năm sau tăng cao hơn năm trước, cuối năm 2020 tổng thu ngân sách đạt 3.592 tỷ đồng, gấp hơn 4 lần so với năm 2011. Nguồn lao động trẻ và dồi dào, dân số trong độ tuổi lao động (từ 15 tuổi trở lên) của tỉnh có 521.205 người, chiếm 62,7% tổng dân số, đây là một lợi thế lớn để tỉnh đẩy mạnh phát triển kinh tế, trong đó có ngành du lịch. Vị trí của du lịch Yên Bái đã từng bước được khẳng định trên bản đồ du lịch Việt Nam, đặc biệt nổi bật tại một số địa phương như huyện Mù Cang Chải, huyện Văn Chấn, thị xã Nghĩa Lộ tiếp tục tạo diện mạo mới và thương hiệu trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Giai đoạn 2016-2020, toàn tỉnh đã đón trên 3 triệu lượt khách, trong đó có trên 227 nghìn lượt khách quốc tế; tốc độ tăng trưởng bình quân khách du lịch hằng năm đạt 10,3% (vượt 1,8% so với mục tiêu Nghị quyết số 35-NQ/TU ngày 18/10/2016 của Tỉnh ủy Yên Bái về đẩy mạnh phát triển du lịch); doanh thu từ hoạt động du lịch bình quân hằng năm tăng 19,6% (vượt 8,2% so với mục tiêu Nghị quyết số 35-NQ/TU). Đến nay, trên địa bàn toàn tỉnh có 251 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, 449 cơ sở lưu trú (trong đó: Khách sạn, nhà nghỉ là 240 cơ sở; 209 cơ sở kinh doanh dịch vụ nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê - homestay). Dịch vụ du lịch đang góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động, giải quyết việc làm cho khoảng 7.000 lao động, tăng thu nhập cho người dân và tăng thu ngân sách địa phương, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, cải thiện đời sống nhân dân.

- Tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn: Yên Bái có nguồn tài nguyên du lịch khá phong phú, hấp dẫn cả về tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn, trong điều kiện hạ tầng giao thông kết nối ngày càng thuận lợi, du lịch ngày càng có nhiều tiềm năng triển vọng phát triển thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh.

- Với cảnh quan thiên nhiên gắn liền với ruộng bậc thang, đầm hồ sông suối, núi rừng hùng vĩ, giá trị nguyên sơ của rừng nguyên sinh, cùng hệ thống thảm thực vật, động vật quý hiếm. Tiêu biểu như: Danh thắng Quốc gia đặc biệt Ruộng bậc thang Mù Cang Chải (được các tạp chí du lịch, truyền thông nước ngoài như trang *Insider* (Mỹ), *Big Seven Travel*, *When On Earth...* đánh giá nằm trong top những điểm đến hấp dẫn nhất thế giới), đỉnh Tà Xùa, đỉnh Tà Chì Nhù, đèo Khau Phạ, di tích danh thắng quốc gia hồ Thác Bà, hồ Đầm Hâu, đầm Vân Hội, Suối Giàng, suối nước nóng Bản Bon, khu bảo tồn thiên nhiên Nà Hẩu,...

- Tài nguyên văn hóa: Là một tỉnh miền núi đa dân tộc có bề dày truyền thống lịch sử và văn hóa phong phú, đa dạng với 30 dân tộc cùng sinh sống. Nhà ở, tập quán sản xuất, đời sống văn hóa của đồng bào ở mỗi vùng có những nét đặc trưng riêng. Ngoài ra, trên địa bàn tỉnh Yên Bái có 123 di tích được xếp hạng các cấp, trong đó có 110 di tích xếp hạng cấp tỉnh, 12 di tích xếp hạng cấp quốc gia, 01 di tích xếp

²Báo cáo năm 2020 số 33-BC/TU ngày 20/1/2021 của Tỉnh ủy Yên Bái.

³Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê năm 2020, NXB Thống kê, 2021.

hạng cấp quốc gia đặc biệt; 714 di sản văn hóa phi vật thể (04 di sản văn hóa được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia). Các lễ hội truyền thống mang đậm bản sắc văn hóa của các dân tộc, các làng nghề truyền thống nổi tiếng tiêu biểu như: Đền Đông Công, nghệ thuật xòe của người Thái, múa khèn của người Mông, hát giao duyên của người Cao Lan, nghi lễ cấp sắc của người Dao Đỏ, làng nghề tranh đá quý thị trấn Yên Thế (Lục Yên), làng nghề Dệt thổ cẩm xã Nghĩa An (Nghĩa Lộ),...

Để thu hút đầu tư, tỉnh Yên Bái đã định hướng phát triển 4 vùng du lịch trọng điểm gồm:

- **Vùng du lịch hồ Thác Bà và dọc sông Chảy** (gồm huyện Yên Bình và Lục Yên): Tập trung mời gọi thu hút các nhà đầu tư vào các dự án lĩnh vực du lịch theo đúng quy hoạch đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt nhằm phát triển hồ Thác Bà thành khu du lịch quốc gia với các sản phẩm chính là du lịch nghỉ dưỡng, giải trí cao cấp. Phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp nhằm bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa các dân tộc ven hồ.

- **Vùng du lịch thành phố Yên Bái và phụ cận** (gồm thành phố Yên Bái và phía nam của huyện Trấn Yên): Tiếp tục tập trung đầu tư xây dựng thành phố Yên Bái là trung tâm du lịch của tỉnh với hệ thống các cơ sở lưu trú, dịch vụ chất lượng cao, chuyên nghiệp; các khu trung tâm thương mại, mua sắm, vui chơi giải trí với các thiết chế cao cấp, hiện đại để tổ chức các hoạt động thuộc loại hình du lịch MICE (du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện). Xây dựng hoàn chỉnh khu du lịch đầm Vân Hội - Đầm Hậu. Phát triển làng nghề truyền thống tại các vùng phụ cận thành điểm du lịch và cung cấp các sản phẩm hàng hóa phục vụ du khách tham quan, mua sắm.

- **Vùng du lịch miền Tây** (gồm huyện Văn Chấn, huyện Trạm Tấu, huyện Mù Cang Chải và thị xã Nghĩa Lộ): Tiếp tục tập trung khai thác các sản phẩm du lịch văn hóa, gắn với bảo tồn và phát huy giá trị các di sản văn hóa, lịch sử truyền thống của các dân tộc thiểu số; tập trung phát huy giá trị danh thắng quốc gia đặc biệt ruộng bậc thang Mù Cang Chải, nghệ thuật Xòe Thái. Chú trọng phát triển sản phẩm du lịch thể thao mạo hiểm, du lịch nông nghiệp, du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng chữa bệnh chuyên nghiệp từ nguồn suối khoáng nóng. Đầu tư xây dựng khu du lịch đèo Khau Phạ (huyện Mù Cang Chải) thành điểm nhấn trên hành trình du lịch khám phá ở Tây Bắc Việt Nam. Quy hoạch và xây dựng các khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 3 đến 5 sao, có thiết kế thân thiện với cảnh quan, môi trường và bản sắc văn hóa địa phương tại thị xã Nghĩa Lộ và huyện Văn Chấn, huyện Mù Cang Chải, với số lượng chiếm 20% tổng số khách sạn trong vùng.

- **Vùng du lịch Bắc Trấn Yên - Văn Yên** (gồm phía Bắc của huyện Trấn Yên và huyện Văn Yên): Phát triển loại hình du lịch tâm linh theo hướng chuyên nghiệp, duy trì Lễ hội Quế huyện Văn Yên, Festival thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu Thượng Ngàn. Nghiên cứu xây dựng một số điểm du lịch trải nghiệm, khám phá tại khu vực rừng nguyên sinh Nà Hâu (huyện Văn Yên). Phát triển sản phẩm du lịch nghỉ

dưỡng, chăm sóc sức khỏe từ các sản phẩm thảo dược, du lịch sinh thái rừng; du lịch gắn với nông nghiệp tại các làng nghề dâu tằm tơ, làng nghề chế biến sản phẩm từ quả phục vụ khách du lịch.

- Tỉnh Yên Bái quan tâm làm tốt công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch. Tổ chức tham gia các hội chợ, sự kiện về du lịch trong và ngoài nước, trong giai đoạn 2016-2020, tỉnh đã triển khai thực hiện 03 hội nghị Xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước⁴. Duy trì tốt việc thực hiện hợp tác phát triển du lịch khu vực Tây Bắc mở rộng. Năm 2020 nhằm tiếp tục phát huy hiệu quả, tỉnh Yên Bái cùng 7 tỉnh Tây Bắc và thành phố Hồ Chí Minh đã ký kết thỏa thuận liên kết, hợp tác phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025, nội dung hợp tác đi sâu vào phát triển các sản phẩm du lịch, tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá du lịch và đào tạo nguồn nhân lực. Tháng 4/2019, tỉnh Yên Bái đã ký kết thỏa thuận hợp tác hỗ trợ phát triển du lịch với tỉnh Val De Marne - Cộng hòa Pháp. Đồng thời, tháng 11/2019, Yên Bái đã ký kết thỏa thuận hợp tác hữu nghị với thành phố Mimasaka, thuộc tỉnh Okayama - Nhật Bản, trong đó có các hoạt động hợp tác sâu rộng trên nhiều lĩnh vực bao gồm văn hóa và du lịch.

- Trong những năm gần đây công tác đào tạo nguồn nhân lực phục vụ du lịch được tỉnh Yên Bái đặc biệt chú trọng. Tỉnh đã tập trung đào tạo 03 nghề trọng điểm cấp độ quốc gia trong lĩnh vực du lịch và hỗ trợ ngành nghề du lịch là: hướng dẫn du lịch, nghiệp vụ nhà hàng và kỹ thuật chế biến món ăn. Cùng với việc đào tạo nghề, các học viên còn được đào tạo về kỹ năng nghề du lịch (marketing du lịch, phục vụ buồng bàn, lễ tân, kỹ năng phục vụ du lịch cộng đồng, hướng dẫn viên du lịch tại điểm, vận hành cơ sở lưu trú,...), đặc biệt tăng cường đào tạo về trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp và tin học cho các học viên⁵.

Với tiềm năng, thế mạnh sẵn có, Yên Bái đã và đang phát huy nội lực, đồng thời ban hành nhiều chính sách khuyến khích, mở rộng, thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước đến với địa phương, nhằm đẩy mạnh phát triển kinh tế, đặc biệt là đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh đã đề ra.

2. Khó khăn của tỉnh Yên Bái đối với việc thu hút đầu tư vào phát triển du lịch

⁴ Năm 2016, tỉnh đã phối hợp với phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức Hội nghị Xúc tiến đầu tư với các tổ chức và doanh nghiệp Hàn Quốc tại Hà Nội; năm 2017, tỉnh đã tổ chức thành công Hội nghị Xúc tiến đầu tư tại Seoul, Hàn Quốc với chủ đề “Yên Bái tiềm năng phát triển và cơ hội đầu tư” và Hội thảo giới thiệu và xúc tiến đầu tư các sản phẩm du lịch tỉnh Yên Bái; năm 2018, tỉnh tổ chức làm việc và xúc tiến đầu tư tại bang Rajasthan - Ấn Độ, tham dự Hội nghị “Diễn đàn tình trường hành lang kinh tế GMS tại Côn Minh - Trung Quốc”; tham dự các hội chợ triển lãm, các chương trình gặp gỡ với các đoàn ngoại giao nhằm giới thiệu môi trường đầu tư, tiềm năng, lợi thế của tỉnh Yên Bái, ...). đã tham gia gian hàng và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia trưng bày tại các hội chợ, sự kiện du lịch tại một số nước, như: Trung Quốc, CHDCND Lào, Thái Lan.

⁵Trong giai đoạn 2016-2020, các cơ sở giáo dục nghề nghiệp trong tỉnh đã đào tạo cho 1.700 nhân lực trong lĩnh vực du lịch (trong đó: trình độ cao đẳng 21 người, trung cấp 284 người, sơ cấp và đào tạo dưới 3 tháng 1.395 người) với các ngành nghề như: hướng dẫn viên du lịch, nghiệp vụ nhà hàng, du lịch tại gia đình, quản trị lễ tân và các nghề phục vụ du lịch như: thêu thò cầm, sản xuất mây tre, song đan, chế biến và gia công các sản phẩm từ quả, chế tác khèn, sáo truyền thống của người Mông,...

- Yên Bái có diện tích tự nhiên rộng lớn, tạo ra nhiều danh lam thắng cảnh nhưng những danh lam đó thường không quần tụ thành những tụ điểm gần nhau để du khách tới tham quan thuận lợi. Do địa hình đồi núi nên hệ thống giao thông, nhất là các tuyến đường bộ nối liền các huyện, thị, các địa phương trong tỉnh có nơi đã xuống cấp, khó khăn cho đi lại. Mặt khác, các phương tiện vận tải hành khách công cộng chưa thực sự phát triển. Giao thông đường thủy phục vụ du lịch chưa phát triển, chưa có nhà đầu tư lớn vào hạ tầng phục vụ du lịch (như du thuyền, cáp treo...).

- Hiện nay, Yên Bái vẫn là tỉnh nghèo, trình độ phát triển kinh tế - xã hội còn thấp, thu ngân sách trên địa bàn chưa tự cân đối được, nên đầu tư từ ngân sách cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển du lịch nói riêng còn khó khăn.

- Nguồn nhân lực du lịch Yên Bái còn hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch trong xu thế hội nhập. Đội ngũ lao động ngành du lịch phần lớn không đúng chuyên môn, đa số là lao động phổ thông, lao động thời vụ nên thiếu tính chuyên nghiệp. Nhân lực ngành du lịch của tỉnh được các doanh nghiệp đánh giá vừa yếu về chất lượng và vừa thiếu về số lượng.

- Trong thời gian qua do ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19 nên công tác quảng bá, xúc tiến đầu tư du lịch còn gặp nhiều khó khăn; các dự án đầu tư triển khai còn chậm, chưa đảm bảo tiến độ đề ra.

II. THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT VÀ ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Xây dựng và triển khai thực hiện chính sách cơ chế đặc thù trong thu hút phát triển du lịch

Ngoài các chính sách thu hút chung của Trung ương, tỉnh Yên Bái đã cụ thể hóa và ban hành nhiều chính sách phù hợp với đặc điểm riêng của tỉnh theo phương châm: *"Nhà đầu tư được hưởng quyền lợi ở mức cao nhất và thực hiện nghĩa vụ ở mức thấp nhất theo quy định của pháp luật"* trên cơ sở bám sát các chủ trương của Tỉnh ủy⁶, đồng thời Ủy ban nhân dân tỉnh đã ban hành kế hoạch thực hiện và triển

⁶Nghị quyết 35-NQ/TU ngày 18/10/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Yên Bái khóa XVIII về đẩy mạnh phát triển du lịch tỉnh Yên Bái giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2025; Nghị quyết số 28-NQ/TU ngày 24/02/2021 của Tỉnh ủy Yên Bái về phát triển du lịch tỉnh Yên Bái giai đoạn 2021 – 2025, định hướng đến năm 2030; Nghị quyết số 14/2017/NQ-HĐND ngày 10/4/2017 của Hội đồng nhân dân tỉnh về chính sách khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp, dịch vụ, du lịch, nông nghiệp ứng dụng cao trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2017-2020; Nghị quyết số 09/2020/NQ-HĐND ngày 14/4/2020 của HĐND tỉnh Yên Bái quy định chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2020-2025; Nghị quyết số 14/2018/NQ-HĐND ngày 02/8/2018 của Hội đồng nhân dân tỉnh về ban hành quy định một số chính sách thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Yên Bái đến năm 2020; Nghị quyết số 10/2021/NQ-HĐND ngày 19/4/2021 của về ban hành Quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2021 – 2025; Nghị quyết số 05/2021/NQ-HĐND ngày 19/4/2021 quy định một số chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2021-2025; Nghị quyết số 06/2021/NQ-HĐND ngày 19/4/2021 về Ban hành một số chính sách về hỗ trợ phát triển kinh tế tập thể tỉnh Yên Bái giai đoạn 2021-2025.

khai các giải pháp hỗ trợ người dân và doanh nghiệp trong bối cảnh ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19⁷.

Từ năm 2016 đến nay, Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái đã phê duyệt 05 đề án thuộc lĩnh vực du lịch để làm cơ sở thu hút đầu tư, mời gọi, vận động người dân, doanh nghiệp... cùng tham gia phát triển du lịch, góp phần tăng thu ngân sách, xóa đói giảm nghèo, tạo công ăn việc làm ổn định cho người dân⁸.

2. Về kết quả cân đối, bố trí lồng ghép các nguồn vốn để triển khai thực hiện các dự án về phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2016-2020 và năm 2021

Trong giai đoạn 2016-2020 và năm 2021, Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái đã bố trí lồng ghép các nguồn lực để thực hiện đầu tư 17 dự án hạ tầng du lịch trên địa bàn tỉnh với tổng vốn đầu tư là 374.848 triệu đồng. Trong đó giai đoạn 2016-2020 là 354.628 triệu đồng (vốn ngân sách Trung ương là 97.478 triệu đồng; vốn ngân sách tỉnh là 257.150 triệu đồng); năm 2021 là 20.220 triệu đồng (trong đó, ngân sách tỉnh bố trí 100%), cụ thể:

- Năm 2016: Tổng vốn đầu tư là 52.223 triệu đồng (trong đó: vốn ngân sách Trung ương là 36.012 triệu đồng; vốn ngân sách tỉnh là 16.211 triệu đồng).

- Năm 2017: Tổng vốn đầu tư là 75.560 triệu đồng (vốn ngân sách tỉnh là 75.560 triệu đồng).

- Năm 2018: Tổng vốn đầu tư là 69.180 triệu đồng (trong đó: vốn ngân sách Trung ương là 40.700 triệu đồng; vốn ngân sách tỉnh là 28.480 triệu đồng).

- Năm 2019: Tổng vốn đầu tư là 86.643 triệu đồng (trong đó: vốn ngân sách Trung ương là 800 triệu đồng; vốn ngân sách tỉnh là 85.843 triệu đồng).

- Năm 2020: Tổng vốn đầu tư là 71.022 triệu đồng (vốn ngân sách tỉnh là 71.022 triệu đồng).

- Năm 2021 là 20.220 triệu đồng, trong đó ngân sách tỉnh bố trí 100%.

3. Về kết quả thu hút đầu tư, hỗ trợ nhà đầu tư thực hiện các dự án du lịch, dịch vụ trên địa bàn tỉnh

⁷Kế hoạch số 126/KH-UBND ngày 21/5/2021 rà soát đánh giá ảnh hưởng của bệnh COVID-19 và các dịch bệnh khác đến mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội năm 2021 tỉnh Yên Bái; Kế hoạch số 175/KH-UBND ngày 26/7/2021 hỗ trợ phát triển kinh tế tập thể tỉnh Yên Bái năm 2021; Kế hoạch số 201/KH-UBND ngày 24/8/2021 triển khai thực hiện Nghị quyết số 86/NQ-CP ngày 06/8/2021 của Chính phủ về các giải pháp cấp bách phòng, chống dịch bệnh COVID-19 trên địa bàn tỉnh Yên Bái; Kế hoạch số 229/KH-UBND ngày 30/9/2021 về triển khai thực hiện Nghị quyết số 105/NQ-CP ngày 09/9/2021 của Chính phủ về hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh trong bối cảnh dịch COVID-19...

⁸Đề án phát triển sản phẩm du lịch đặc thù miền Tây Yên Bái đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Quyết định số 2735/QĐ-UBND ngày 20 tháng 12 năm 2018); Đề án xây dựng thương hiệu và phát triển du lịch tỉnh Yên Bái giai đoạn 2018-2020, tầm nhìn đến 2025 (Quyết định số 1788/QĐ-UBND ngày 12 tháng 9 năm 2019); Đề án xây dựng thị xã Nghĩa Lộ thành thị xã văn hóa, du lịch giai đoạn 2021-2025 (Quyết định số 1859/QĐ-UBND ngày 30 tháng 8 năm 2021); Đề án xây dựng huyện Mù Cang Chải trở thành huyện du lịch giai đoạn 2021-2025 (Quyết định số 1858/QĐ-UBND ngày 30 tháng 8 năm 2021); Đề án xây dựng mô hình đô thị thông minh tỉnh Yên Bái giai đoạn 2019-2021 theo Quyết định số 2533/QĐ-UBND ngày 31/10/2019 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái (trong đó có hợp phần về du lịch).

Đến nay, trên địa bàn tỉnh Yên Bái đã thu hút được 24 dự án đầu tư thuộc lĩnh vực dịch vụ, du lịch, với tổng vốn đăng ký đầu tư là 242.557,929 tỷ đồng và 3,2 triệu USD. Trong đó, đã thực hiện cấp quyết định chủ trương đầu tư cho 18 dự án, với tổng vốn đăng ký đầu tư là 12.974,929 tỷ đồng và 3,2 triệu USD; mời gọi, thu hút được các nhà đầu tư đang thực hiện nghiên cứu, khảo sát dự án để đề xuất 06 dự án đầu tư, với tổng vốn đăng ký đầu tư là 229.583 tỷ đồng, cụ thể như sau:

3.1. Các dự án đã được cấp quyết định chủ trương đầu tư (18 dự án, với tổng vốn đăng ký đầu tư là 12.974,929 tỷ đồng và 3,2 triệu USD):

(1) Dự án đầu tư khu Trung tâm thương mại, dịch vụ, khách sạn, nhà hàng và tổ chức sự kiện tại thành phố Yên Bái của Công ty cổ phần Hoa Sen Yên Bái, với tổng vốn đăng ký đầu tư 488,6 tỷ đồng.

(2) Dự án Khách sạn Hòa Bình Minh tại thành phố Yên Bái của Công ty TNHH Tổng công ty Hoà Bình Minh, với tổng vốn đăng ký đầu tư 172 tỷ đồng.

(3) Dự án đầu tư xây dựng công trình khu du lịch, dịch vụ thương mại Hoa Tây Bắc tại thị xã Nghĩa Lộ của Công ty cổ phần Thương mại du lịch Hoa Tây Bắc, với tổng vốn đăng ký đầu tư 37 tỷ đồng.

(4) Dự án Khu du lịch Bình nguyên xanh Khai Trung tại huyện Lục Yên của Hợp tác xã dịch vụ du lịch Đại An, với tổng vốn đăng ký đầu tư 56,15 tỷ đồng.

(5) Dự án đầu tư Tổ hợp khu dịch vụ, điều dưỡng và chăm sóc sức khỏe Hồ Nước Vàng tại huyện Văn Yên của Doanh nghiệp tư nhân Tỉnh Nhung, với tổng vốn đăng ký đầu tư 115 tỷ đồng.

(6) Dự án Khu nghỉ dưỡng Mùa Càng Chải (Mùa Càng Chải Resort) tại huyện Mùa Càng Chải của Công ty cổ phần Phát triển du lịch xanh Thịnh Đạt, với tổng vốn đăng ký đầu tư 1.118,08 tỷ đồng.

(7) Dự án đầu tư khu du lịch sinh thái Tú Lệ tại huyện Văn Chấn của Công ty cổ phần Phát triển du lịch xanh Thịnh Đạt, với tổng vốn đăng ký đầu tư 115,9 tỷ đồng.

(8) Dự án đầu tư xây dựng Trung tâm huấn luyện và trải nghiệm tại huyện Văn Chấn của Công ty cổ phần Phát triển du lịch xanh Thịnh Đạt, với tổng vốn đăng ký đầu tư 173 tỷ đồng.

(9) Dự án tổ hợp Sân golf Ngôi sao Yên Bái tại huyện Trấn Yên của Công ty cổ phần Sân golf Ngôi Sao Yên Bái, với tổng vốn đăng ký đầu tư 683,033 tỷ đồng.

(10) Dự án Khu du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng phức hợp Quốc tế Vân Hội tại huyện Trấn Yên của Công ty cổ phần Phát triển du lịch và nghỉ dưỡng quốc tế Vân Hội (thuộc Tập đoàn TH), với tổng vốn đăng ký đầu tư 2.700 tỷ đồng.

(11) Dự án xây dựng Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Trạm Tàu, huyện Trạm Tàu của Hợp tác xã du lịch Cường Hải, với tổng vốn đăng ký đầu tư 50,136 tỷ đồng.

(12) Dự án đầu tư Khu du lịch sinh thái nước nóng Bản Bon, thị xã Nghĩa Lộ của Công ty cổ phần Phát triển du lịch xanh Thịnh Đạt, với tổng vốn đăng ký đầu tư 77,2 tỷ đồng (hiện nhà đầu tư đang đề xuất điều chỉnh dự án với tổng mức tăng lên 1.518,03 tỷ đồng).

(13) Dự án đầu tư xây dựng Khu dịch vụ du lịch Tú Lệ tại huyện Văn Chấn của Công ty cổ phần Phát triển du lịch xanh Thịnh Đạt, với tổng vốn đăng ký đầu tư 16,5 tỷ đồng.

(14) Dự án đầu tư Khu du lịch sinh thái tại bản Ngòi Tu, xã Vũ Linh, huyện Yên Bình, tỉnh Yên Bái của Công ty TNHH một thành viên Lavie Vũ Linh, với tổng vốn đăng ký đầu tư 28,5 tỷ đồng và 3,2 triệu USD.

(15) Dự án đầu tư xây dựng Khu du lịch sinh thái thể thao, vui chơi, giải trí hồ Thác Bà tại huyện Yên Bình của Công ty TNHH Đầu tư và phát triển thương nghiệp, với tổng vốn đăng ký đầu tư 285 tỷ đồng.

(16) Dự án Đầu tư công viên văn hóa, thể thao du lịch và phụ trợ Hồ Thác Bà, huyện Yên Bình của Công ty cổ phần Đầu tư công viên văn hóa, thể thao du lịch và phụ trợ Hồ Thác Bà (thành viên Tập đoàn AlphaNam), với tổng vốn đăng ký đầu tư 4.980 tỷ đồng.

(17) Dự án đầu tư Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Bản Hóc, huyện Văn Chấn của Công ty cổ phần Đầu tư và thương mại dịch vụ Văn Chấn, với tổng vốn đăng ký đầu tư 320 tỷ đồng.

(18) Dự án đầu tư xây dựng Không gian văn hóa Suối Giàng, huyện Văn Chấn của Công ty cổ phần 307 Quang Phú, với tổng vốn đăng ký đầu tư 118 tỷ đồng.

3.2. Các dự án đang được các nhà đầu tư quan tâm nghiên cứu, khảo sát để đề xuất đầu tư (06 dự án, với tổng vốn đăng ký đầu tư là 229.583 tỷ đồng)

(1) Dự án đầu tư khu du lịch - văn hóa - nghỉ dưỡng tại xã Nậm Khắt, huyện Mường Chải của Công ty cổ phần du lịch văn hóa Tây Bắc (trước là Công ty cổ phần đầu tư Du lịch - Văn hóa - Nghỉ dưỡng Đồng Mô), với tổng vốn đăng ký đầu tư 2.500 tỷ đồng.

(2) Dự án quần thể du lịch, thể thao quốc tế Venus Yên Bái tại huyện Trấn Yên của Công ty cổ phần đầu tư Quốc tế Gold, với tổng vốn đăng ký đầu tư 960 tỷ đồng.

(3) Dự án khu du lịch nghỉ dưỡng khoáng nóng tại khu vực xã Phù Nham, thị xã Nghĩa Lộ của Tập đoàn APEC, với tổng vốn đăng ký đầu tư 6.123 tỷ đồng.

(4) Dự án Khu du lịch Quốc gia Hồ Thác Bà, tỉnh Yên Bái của Tập đoàn Sun Group, với tổng vốn đăng ký đầu tư 220.000 tỷ đồng.

(5) Dự án khu đô thị du lịch, dịch vụ nghỉ dưỡng tại bản Tà Cú Y, xã Chế Cu Nha, huyện Mường Chải của Công ty cổ phần BITECO.

(6) Nghiên cứu khảo sát, lập quy hoạch, tài trợ quy hoạch các dự án khu đô thị, sinh thái, nghỉ dưỡng và khu dân cư mới trên địa bàn huyện Trạm Tấu của Công ty Cổ phần quốc tế Sơn Hà.

4. Kết quả thực hiện chính sách hỗ trợ phát triển du lịch theo Nghị quyết số 14/2018/NQ-HĐND của HĐND tỉnh Yên Bái quy định một số chính sách thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Yên Bái đến năm 2020

Tại Nghị quyết số 14/2018/NQ-HĐND ngày 02/8/2018 của Hội đồng nhân dân tỉnh Yên Bái ban hành quy định một số chính sách thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Yên Bái đến năm 2020, trong đó Điều 12 quy định chính sách về phát triển du lịch, tập trung chủ yếu cho đối tượng là các cơ quan, tổ chức, đơn vị, các doanh nghiệp, hợp tác xã, cá nhân, hộ gia đình có hoạt động kinh doanh du lịch, gồm: (1) Chính sách hỗ trợ tổ chức bồi dưỡng, tập huấn kỹ năng nghề du lịch cho nhân lực hoạt động trong lĩnh vực du lịch; (2) Chính sách hỗ trợ đầu tư mua sắm thiết bị thu gom rác thải tại các thôn (bản) có hoạt động du lịch cộng đồng và địa điểm có hoạt động du lịch; (3) Chính sách hỗ trợ xây nhà vệ sinh công cộng đạt chuẩn phục vụ khách du lịch tại các khu trung tâm và địa điểm có hoạt động du lịch; (4) Chính sách hỗ trợ đầu tư, xây dựng nâng cấp hệ thống đường giao thông kết nối các địa điểm có hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh; (5) Chính sách hỗ trợ mua sắm trang thiết bị cho các hộ dân kinh doanh dịch vụ nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê; (6) Chính sách hỗ trợ kinh phí thành lập và duy trì hoạt động đội văn nghệ quần chúng phục vụ sinh hoạt văn hóa, văn nghệ tại các thôn, bản có hoạt động du lịch cộng đồng. Sau hai năm thực hiện tỉnh Yên Bái đã hỗ trợ cho 181 đối tượng thụ hưởng với tổng kinh phí là: 7.474.260.000 đồng. Nhờ nguồn hỗ trợ từ chính sách nhiều hộ gia đình, hợp tác xã, thôn, bản đã tham gia cung cấp dịch vụ du lịch hoặc mở rộng dịch vụ phát triển sản xuất, khôi phục và bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, nâng cao kỹ năng nghề trong phục vụ du lịch, nâng cao ý thức bảo vệ cảnh quan, gìn giữ giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng dân cư bản địa.

Từ những hiệu quả của chính sách hỗ trợ phát triển du lịch đã được lan tỏa, theo đề nghị của Ủy ban nhân dân tỉnh, Hội đồng nhân dân tỉnh Yên Bái tiếp tục ban hành Nghị quyết số 10/2021/NQ-HĐND ngày 19/4/2021 về một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Yên Bái giai đoạn 2021 - 2025, chính sách đã nhận được sự tham gia ủng hộ của các ngành, các cấp, của cộng đồng dân cư và các doanh nghiệp vào các hoạt động phát triển du lịch trên địa bàn, góp phần tạo sinh kế, giúp xóa đói giảm nghèo và bảo tồn, gìn giữ giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng dân cư bản địa.

5. Về công tác tháo gỡ khó khăn, hỗ trợ nhà đầu tư và công tác xúc tiến đầu tư

Từ đầu năm 2020 đến nay, cùng với các địa phương trong cả nước, tỉnh Yên Bái đã và đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức kể từ khi đại dịch

COVID-19 xuất hiện, việc thu hút các dự án đầu tư mới cũng như hoạt động của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh gặp nhiều khó khăn. Số lượng các nhà đầu tư trong và ngoài nước đến khảo sát, tìm hiểu môi trường và đăng ký đầu tư giảm do phải đảm bảo công tác phòng, chống dịch, việc đi lại bị hạn chế. Tuy nhiên, tỉnh đã quán triệt chỉ đạo của Trung ương về tích cực triển khai đồng bộ các nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội và các Nghị quyết của Chính phủ về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, cụ thể:

- Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo tăng cường công tác quản lý đầu tư nguồn vốn ngoài ngân sách, nâng cao chất lượng công tác thẩm định, quyết định chủ trương đầu tư, nâng cao hiệu lực hiệu quả trong quản lý nhà nước về đầu tư, thành lập các tổ công tác tháo gỡ khó khăn cho các dự án đầu tư (Tập đoàn Alphanam, Tổng công ty Viglacera – CTCP, Tập đoàn TH, Tập đoàn SunGroup...).

- Tiếp tục chỉ đạo rà soát, sửa đổi, bổ sung quy chế phối hợp giải quyết thủ tục đầu tư đối với các dự án đầu tư (Quyết định số 805/QĐ-UBND ngày 24/4/2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh Yên Bái) để phù hợp với quy định của Luật Đầu tư năm 2020 theo hướng đảm bảo trình tự theo quy định, đồng thời rút ngắn thời gian giải quyết thủ tục hành chính so với quy định của Trung ương khoảng 20-25%; tăng cường việc liên thông giải quyết thủ tục hành chính; phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương.

- Chỉ đạo thực hiện quyết liệt, hiệu quả các nhiệm vụ, giải pháp nhằm đồng hành, hỗ trợ doanh nghiệp, nhà đầu tư trong triển khai thực hiện các dự án đầu tư, sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

- Đổi mới, nâng cao tính thiết thực, hiệu quả chương trình “Cà phê doanh nhân”⁹. Thông qua các buổi gặp gỡ, lãnh đạo tỉnh, lãnh đạo các sở, ban, ngành đã đối thoại trực tiếp với doanh nghiệp nhằm kịp thời giải quyết các đề xuất, phản ánh, kiến nghị, tháo gỡ khó khăn vướng mắc cho doanh nghiệp. Đồng thời, đã tuyên truyền, phổ biến đến doanh nghiệp các chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư của tỉnh mới được ban hành, các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp trước khó khăn do chịu ảnh hưởng của dịch COVID-19 như: giảm, giãn thuế, phí, lệ phí, hỗ trợ lãi suất tín dụng, bảo hiểm...

- Tăng cường thực hiện công tác xúc tiến đầu tư tại chỗ, trực tiếp làm việc với các nhà đầu tư đã và đang chuẩn bị đầu tư dự án tại tỉnh trong quá trình lập và trình dự án đề nghị chấp thuận quyết định chủ trương đầu tư, hoàn thiện các thủ tục hành chính sau khi cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư, chủ trương đầu tư, đồng thời tích cực hỗ trợ giải quyết, tháo gỡ khó khăn về các thủ tục hành chính để nhà

⁹Tuy nhiên, trước diễn biến phức tạp và ảnh hưởng của dịch COVID-19 đã có những tác động không nhỏ đến mọi mặt đời sống, kinh tế của người dân trong tỉnh nên một số hoạt động xúc tiến đầu tư, hỗ trợ doanh nghiệp chưa triển khai được theo tiến độ, kế hoạch đề ra (cụ thể mới tổ chức 01 chương trình và phê doanh nhân tại thị xã Nghĩa Lộ tháng 4/2021; tổ chức buổi gặp mặt trực tuyến với cộng đồng doanh nghiệp tháng 8/2021).

đầu tư đẩy nhanh tiến độ triển khai dự án (đặc biệt là các thủ tục liên quan đến cấp phép xây dựng, đất đai, giải phóng mặt bằng,...).

- Tiếp tục thực hiện công tác xúc tiến, mời gọi đầu tư bằng nhiều hình thức để giới thiệu, quảng bá môi trường và cơ hội kinh doanh, đầu tư của tỉnh tới các doanh nghiệp và nhà đầu tư, mở rộng thị trường tiêu thụ các sản phẩm chủ lực, có thế mạnh của tỉnh. Đồng thời được tập trung theo hướng trọng tâm, trọng điểm, đảm bảo thu hút các nguồn vốn đầu tư trong và ngoài nước theo định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

III. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN TRONG THỜI GIAN TỚI

1. Tiếp tục chỉ đạo tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến các chủ trương, chính sách và pháp luật về phát triển du lịch; đôn đốc, chỉ đạo sát sao các ngành, địa phương trong việc triển khai thực hiện các chương trình, chính sách về phát triển du lịch. Đảm bảo linh hoạt "vừa phát triển kinh tế vừa phòng, chống dịch bệnh".

2. Tiếp tục nghiên cứu để ban hành các nghị quyết, đề án, chính sách để thúc đẩy phát triển du lịch, trong đó tập trung nghiên cứu, ban hành các chính sách liên quan đến việc thu hút đầu tư hạ tầng du lịch đồng bộ, phù hợp với bản sắc địa phương.

3. Tiếp tục tổ chức triển khai các kế hoạch về hỗ trợ người dân và doanh nghiệp bị ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 theo các Nghị quyết, chỉ đạo của Trung ương về các giải pháp phòng chống dịch COVID-19.

4. Tập trung thực hiện đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp để cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh của tỉnh (cải cách thủ tục hành chính về đầu tư, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ,...).

5. Tiếp tục chỉ đạo các ngành, địa phương rà soát, đôn đốc, hướng dẫn nhà đầu tư hoàn thiện các thủ tục pháp lý của dự án sau khi được cấp quyết định chủ trương đầu tư, đảm bảo hoàn thành các thủ tục pháp lý theo quy định (cho thuê đất, đánh giá tác động môi trường, thẩm định hồ sơ thiết kế cơ sở,...) đảm bảo tiến độ triển khai thực hiện dự án theo đúng chủ trương đầu tư đã được cấp.

6. Tiếp nhận các đề xuất, kiến nghị; kịp thời tháo gỡ khó khăn cho nhà đầu tư, đảm bảo đẩy nhanh tiến độ thực hiện, phát huy hiệu quả đầu tư.

7. Đẩy mạnh công tác giám sát đầu tư, kịp thời phát hiện, xử lý các vi phạm về đầu tư và các quy định có liên quan, trong đó bao gồm việc chấm dứt hoạt động, thu hồi chủ trương đầu tư đối với các dự án không tuân thủ quy định của pháp luật, làm trong sạch môi trường đầu tư của tỉnh.

8. Chỉ đạo việc chấm dứt chủ trương nghiên cứu, khảo sát, đề xuất dự án đầu tư đối với các dự án đầu tư chậm tiến độ, không đảm bảo năng lực tổ chức triển khai công tác nghiên cứu, khảo sát.

9. Tiếp tục đẩy mạnh công tác quảng bá, giới thiệu tiềm năng thế mạnh của tỉnh để thu hút nhà đầu tư, tạo mọi điều kiện để nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận các

thông tin thông qua các kênh xúc tiến thương mại, diễn đàn doanh nghiệp, cafe doanh nhân,...

10. Tập trung thu hút, mời gọi các nhà đầu tư chiến lược, có kinh nghiệm, có tiềm lực kinh tế và hàm lượng công nghệ cao, ít tác động đến môi trường sinh thái; hạn chế các dự án đầu tư quy mô nhỏ lẻ, sử dụng diện tích đất lớn và gây ô nhiễm môi trường.

11. Tiếp tục nghiên cứu sửa đổi, bổ sung quy chế phối hợp giải quyết thủ tục đầu tư đối với các dự án đầu tư đảm bảo phù hợp với quy định của Luật Đầu tư năm 2020 theo hướng đảm bảo trình tự theo quy định, đồng thời rút ngắn thời gian giải quyết thủ tục hành chính so với quy định của Trung ương khoảng 20-25%; tăng cường việc liên thông thủ tục hành chính; phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương.

IV. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

1. Đề nghị Trung ương tiếp tục quan tâm hỗ trợ vốn từ ngân sách nhà nước cho tỉnh Yên Bái để tỉnh triển khai, thực hiện đồng bộ các dự án phát triển du lịch, dịch vụ trên địa bàn tỉnh.

2. Chỉ đạo các cơ quan thuộc Bộ, Ngành có liên quan hỗ trợ địa phương trong công tác xúc tiến, thu hút đầu tư đến các thị trường đầu tư du lịch tiềm năng trong và ngoài nước.

3. Chấp thuận cho tỉnh Yên Bái tự thu xếp nguồn vốn đầu tư các nút giao IC13 và IC15 trên cao tốc Nội Bài - Lào Cai theo quy hoạch và thiết kế đã được duyệt, sau đó bàn giao cho Tổng công ty VEC quản lý, khai thác.

V. KẾT LUẬN

Nghị quyết Đại hội lần thứ XIX Đảng bộ tỉnh, nhiệm kỳ 2020-2025 đã xác định mục tiêu đưa Yên Bái phát triển nhanh, bền vững theo hướng "xanh, hài hòa, bản sắc và hạnh phúc", trở thành tỉnh khá vào năm 2025 và thuộc nhóm các tỉnh phát triển hàng đầu của vùng trung du và miền núi phía Bắc vào năm 2030. Nghị quyết cũng khẳng định mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, quy hoạch và xây dựng chiến lược phát triển du lịch toàn diện, bền vững, trọng tâm, trọng điểm nhằm phát huy hiệu quả lợi thế tài nguyên du lịch của tỉnh.... đẩy mạnh xã hội hóa và thu hút các nhà đầu tư chiến lược phát triển các sản phẩm du lịch theo hướng chuyên nghiệp, khác biệt, bản sắc, hấp dẫn, thân thiện môi trường, phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng trong và ngoài nước; trọng tâm là xây dựng, định vị thương hiệu du lịch Yên Bái và hướng tới hoàn thiện hệ sinh thái du lịch xanh theo chuỗi giá trị, tạo nên hình ảnh và điểm đến “Yên Bái - Nơi hội tụ sắc màu Tây Bắc”... Tập trung hoàn thành các dự án du lịch đã được cấp chủ trương đầu tư, tiếp tục thu hút các dự án đầu tư vào phát triển du lịch xanh tại các điểm du lịch: Hồ Thác Bà (huyện Yên Bình), Đàm Vân Hội (huyện Trấn Yên), Nậm Khắt, Khau Phạ, La Pán Tản (huyện Mù Cang Chải), Tú Lệ, Suối Giàng (huyện Văn Chấn), Đông Công (huyện Văn Yên), khu vực thị xã Nghĩa Lộ và huyện Trạm Tấu...; phấn đấu đến năm 2025 đưa Yên Bái trở thành một trong những điểm đến

du lịch hàng đầu của vùng Tây Bắc, đón trên 1,5 triệu lượt khách du lịch với doanh thu trên 1500 tỷ đồng¹⁰.

Để thực hiện mục tiêu đó, tỉnh Yên Bái xác định phải làm tốt công tác định hướng không gian phát triển du lịch; khai thác hiệu quả các tài nguyên du lịch; triển khai thực hiện các quy hoạch, đề án, chính sách phát triển du lịch; ưu tiên lồng ghép các nguồn lực để phát triển hạ tầng du lịch đồng bộ; xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh; đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực; xây dựng mối liên kết giữa các địa phương, tăng trưởng xanh và hội nhập quốc tế gắn bảo tồn và phát huy các giá trị tài nguyên tự nhiên và văn hóa truyền thống.

Tại diễn đàn này, tỉnh Yên Bái đề nghị Trung ương tiếp tục quan tâm hỗ trợ vốn từ ngân sách Trung ương cho tỉnh Yên Bái để tỉnh triển khai, thực hiện đồng bộ các dự án phát triển du lịch, dịch vụ trên địa bàn tỉnh. Đồng thời tỉnh chúng tôi xác định tiếp tục học hỏi kinh nghiệm của các đại biểu, những chia sẻ của các địa phương trong xây dựng và triển khai thực hiện chính sách cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút và đầu tư, phát triển du lịch. Chúng tôi cũng cam kết đồng hành với các doanh nghiệp, nỗ lực cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, để thu hút đầu tư, phát triển các thành phần kinh tế, góp phần giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa, khơi dậy truyền thống đoàn kết, ý chí tự lực, tự cường và khát vọng vươn lên của đồng bào các dân tộc, xây dựng con người Yên Bái “*thân thiện, nhân ái, đoàn kết, sáng tạo, hội nhập*”, tạo sức mạnh nội sinh quan trọng để xây dựng Yên Bái phát triển nhanh, bền vững./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tỉnh ủy Yên Bái, *Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Yên Bái lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2020-2025, Yên Bái, 2020.*
2. Tỉnh ủy Yên Bái, *Báo cáo năm 2020 số 33-BC/TU ngày 20/1/2021.*
3. Tỉnh ủy Yên Bái, *Báo cáo số 125 -BC/TU ngày 20/10/2021 của Tỉnh ủy 9 tháng năm 2021.*
4. Tổng cục Thống kê, *Niên giám thống kê năm 2020*, NXB Thống kê, 2021.
5. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Yên Bái, *Báo cáo hoạt động du lịch các năm 2016-2020.*

¹⁰ Tỉnh ủy Yên Bái, *Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Yên Bái lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2020-2025, Yên Bái, 2020.*

XÂY DỰNG VÀ THỰC HIỆN CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH TRONG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH HÒA BÌNH THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN

Bùi Văn Khánh
Chủ tịch UBND tỉnh Hòa Bình

Dẫn nhập

Hòa Bình là cửa ngõ vùng Tây Bắc, có vị trí thuận lợi tiếp giáp với thành phố Hà Nội, là vùng đệm trung chuyển giữa đồng bằng Bắc Bộ với các tỉnh miền núi Tây Bắc của Tổ quốc. Thành phố Hòa Bình cách trung tâm Thủ đô Hà Nội hơn 60 km, nằm trên tuyến đường bộ Hoà Lạc - Hoà Bình, đường quốc lộ 6 và đường thủy sông Đà đi lên các tỉnh Tây Bắc. Tỉnh Hòa Bình có diện tích tự nhiên là 4.595,2 km², có dân số trên 87 vạn người với nhiều dân tộc cùng chung sống như: Mường, Kinh, Thái, Tày, Dao, Mông,... trong đó, hơn 63% dân số là người dân tộc Mường.

Đặc điểm nổi bật của địa hình Hòa Bình là vùng núi cao, chia cắt phức tạp, độ dốc lớn theo hướng Tây Bắc - Đông Nam, chia thành 02 vùng rõ rệt: Địa hình vùng núi cao nằm về phía Tây Bắc, địa hình Vùng núi thấp nằm ở phía Đông Nam tỉnh. Hệ thống sông ngòi trên địa bàn tỉnh phân bố tương đối dày và đồng đều ở các huyện. Sông Đà là sông lớn nhất chảy qua tỉnh có lưu vực 15.000 km²; Hồ sông Đà có dung tích 9,5 tỷ m³ nước nối liền với Sơn La, phần hạ lưu chảy qua Phú Thọ, Hà Nội thông với sông Hồng.

Không chỉ có vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên thuận lợi, Hòa Bình còn là nơi có nhiều giá trị văn hóa truyền thống độc đáo vẫn còn được bảo tồn, phát huy. Đây thực sự là nguồn tài nguyên quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, đặc biệt là phát triển du lịch. Thực hiện thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tỉnh Hòa Bình đã ban hành các Chương trình, Đề án, Kế hoạch cụ thể. Nghị quyết đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XVII, nhiệm kỳ 2020-2025 cũng đặt ra các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu trong nhiệm kỳ đại hội XVII đối với phát triển kinh tế trong đó có việc “*Khai thác tối đa tiềm năng, thế mạnh để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn*”.

1. Tiềm năng và tình hình phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình

1.1. Tiềm năng du lịch

Hòa Bình có cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, với nhiều di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh đẹp. Trên địa bàn tỉnh có 173 điểm di tích, danh lam thắng cảnh được quản lý bảo vệ, trong đó có 41 di tích cấp quốc gia và 53 di tích cấp tỉnh, nhiều hang động chứa đựng những di chỉ khảo cổ của nền “Văn hóa Hòa Bình”; nhiều điểm du lịch có sức thu hút du khách như: Quần thể hang động Núi đầu Rồng,

huyện Cao Phong; quần thể hang động khu di tích Chùa Tiên, huyện Lạc Thủy; động Ngòi Hoa và động Nam Sơn huyện Tân Lạc...Hòa Bình có 04 Khu bảo tồn thiên nhiên là Ngọc Sơn - Ngổ Luông, Thượng Tiến, Pu Canh, Hang Kia - Pà Cò, vùng tiếp giáp với Vườn quốc gia Cúc Phương...; nguồn nước khoáng nóng tại Kim Bôi, Lạc Sơn, Yên Thủy có tác dụng rất tốt đối với sức khỏe con người, phù hợp trong việc phát triển thành các khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng chữa bệnh; Mai Châu có cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, cùng với bản sắc văn hóa các dân tộc được bảo tồn là lợi thế để phát triển thành Khu du lịch hấp dẫn du khách trong nước và quốc tế.

Đặc biệt, Hồ Hòa Bình với diện tích mặt nước 8.000ha, dung tích chứa hơn 9,5 tỷ m³ nước, trải dài 230 km từ tỉnh Hòa Bình đến tỉnh Sơn La. Khu du lịch hồ Hòa Bình được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch Khu du lịch quốc gia, có diện tích mặt nước lớn, khí hậu trong lành có cảnh quan thiên nhiên đa dạng, hấp dẫn cùng các giá trị văn hóa dân tộc độc đáo gắn liền với điểm tham quan công trình Nhà máy thủy điện Hòa Bình là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch. Khu vực lòng hồ có hàng trăm đảo lớn nhỏ, dọc theo dãy núi đá vôi là hệ thống hang động đẹp và phong cảnh sông nước hữu tình xen lẫn những bản làng của còn lưu giữ được nhiều nét văn hóa truyền thống độc đáo. Đây chính là những điều kiện vô cùng thuận lợi để thu hút đầu tư phát triển nhiều loại hình du lịch hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong nước và quốc tế.

1.2. Tình hình phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình

Trong những năm gần đây, du lịch tỉnh Hòa Bình có tốc độ tăng trưởng nhanh và ổn định về lượng khách; tổng thu từ hoạt động du lịch có mức tăng trưởng tốt, đạt trên 10%/năm, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, bảo tồn bản sắc văn hóa các dân tộc, tạo việc làm, tăng nguồn thu ngân sách, nâng cao thu nhập và đời sống vật chất, tinh thần cho người dân địa phương.

*** Công tác quản lý nhà nước về du lịch:** Công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch trong thời gian qua đạt kết quả tốt; công tác tiếp nhận và trả kết quả giải quyết các thủ tục cấp phép đầu tư, kinh doanh du lịch qua Trung tâm hành chính công theo quy định tạo môi trường kinh doanh thuận lợi bình đẳng, minh bạch cho các tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp, hộ kinh doanh dịch vụ du lịch, giải quyết các thủ tục hành chính đạt mức 3 và 4; tổ chức kiểm tra tình hình thực hiện các dự án đầu tư để nắm bắt thông tin, xử lý các dự án không triển khai, chậm triển khai thực hiện và kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc cho các nhà đầu tư trong quá trình triển khai; thu hồi 07 dự án đầu tư trong lĩnh vực du lịch do vi phạm Luật Đầu tư năm 2014 để tạo điều kiện cho doanh nghiệp khác tham gia đầu tư.

*** Công tác đầu tư xây dựng hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch:** Tỉnh đã đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ, các bến, bãi đỗ xe, các điểm dừng nghỉ cho khách du lịch trên các tuyến quốc lộ 6, đường Hồ Chí Minh, đường Hòa Lạc - thành phố Hòa Bình; xây dựng các bến cảng thủy nội địa vùng hồ Hòa Bình và các tuyến đường thủy trên địa bàn

tỉnh tạo điều kiện thuận lợi cho việc kết nối giữa các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh với các tỉnh trong khu vực; nâng cấp tuyến đường lên Cảng ba cấp có chiều dài 2,5km, xây dựng theo tiêu chuẩn đường cấp III với tổng mức đầu tư 80 tỷ đồng; mở rộng và nâng cấp Đường tỉnh 435 đi qua các xã Bình Thanh và Thung Nai, huyện Cao Phong và xã Ngòi Hoa, huyện Tân Lạc dài 24,8km, đạt tiêu chuẩn đường cấp III với tổng mức đầu tư 756 tỷ đồng. Từng bước thực hiện có hiệu quả công tác xúc tiến đầu tư phát triển du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và người dân tham gia. Khuyến khích các tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp đầu phát triển các loại hình du lịch văn hóa, sinh thái, tâm linh, thể thao..Tỉnh Hòa Bình đã xây dựng được những khu, điểm du lịch có thương hiệu, được đông đảo du khách biết đến như: Khu nghỉ dưỡng như Serena Resort, An Lạc Farm và Vresort tại huyện Kim Bôi; Hide Away Resort, Mai Chau Ecolodge, Ban Khan village Resort, Avana Retreat tại huyện Mai Châu; Làng Sỏi Resort huyện Lạc Thủy; Khu du lịch nghỉ dưỡng hồ Dục và Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Sun Set, Sân Golf Phụng Hoàng huyện Lương Sơn; Sân Golf Hilltop Valley Golf Club tại thành phố Hòa Bình... Tỉnh có một số khu, điểm tham quan như: Khu du lịch Mai Châu, Khu du lịch Hồ Hòa Bình; Các điểm như: Đền và động Thác Bờ, điểm du lịch chùa Tiên, đền Thượng Bồng Lai, Công trình nhà máy thủy điện Hòa Bình, Công viên di sản các nhà khoa học Việt Nam, Bảo tàng không gian văn hóa Mường, Bảo tàng di sản văn hóa Mường cùng với nhiều bản du lịch cộng đồng tại các huyện Mai Châu, Đà Bắc, Tân Lạc, Cao Phong... đang là những địa chỉ được du khách yêu thích đến nghỉ dưỡng tham quan du lịch; xây dựng, khai thác tuyến du lịch từ thành phố Hòa Bình đi các huyện Cao Phong - Tân Lạc - Mai Châu; thành phố Hòa Bình đi các huyện Kim Bôi - Lạc Thủy hay Lương Sơn...; khai thác tuyến du lịch ngoại tỉnh đi các tỉnh Tây Bắc, Ninh Bình hay Phú Thọ; Mở tuyến du lịch đi bộ, đạp xe dọc hai bờ sông Đà thuộc Khu du lịch Hồ Hòa Bình, xây dựng chương trình nghỉ dưỡng cuối tuần trên Khu du lịch Hồ Hòa Bình; khai thác tuyến du lịch đường thủy từ cảng du lịch Tuần Châu tỉnh Quảng Ninh đến thành phố Hòa Bình và tuyến du lịch đường thủy trên sông Đà từ Khu du lịch hồ Hòa Bình đến cảng Tà Hộc tỉnh Sơn La lên tỉnh Điện Biên và Lai Châu. Hiện nay, tỉnh Hòa Bình có 72 dự án đầu tư trong lĩnh vực du lịch còn hiệu lực, chiếm 12,2% tổng số dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh Hòa Bình với tổng vốn đầu tư đăng ký khoảng 20.594 tỷ đồng.

*** Công tác xây dựng và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch:** Xây dựng sản phẩm du lịch tỉnh Hòa Bình gắn với hình ảnh đặc trưng, độc đáo mang bản sắc văn hóa các dân tộc, đặc biệt là bản sắc văn hóa dân tộc Mường; triển khai công tác bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa các dân tộc tỉnh Hòa Bình; bảo tồn và khai thác các giá trị văn hóa Mo Mường, Chiêng Mường, một số sự kiện văn hóa và các lễ hội truyền thống, tạo thành các sản phẩm du lịch đặc trưng...; tiến hành các bước lập hồ sơ di sản văn hóa Mo Mường trình UNESCO công nhận là di sản văn hóa bảo vệ khẩn cấp để khai thác phát triển du lịch.

Đến hết năm 2020, tỉnh Hòa Bình có trên 30 khu, điểm du lịch; trong đó, đã công nhận 9 điểm du lịch địa phương và 01 khu du lịch cấp tỉnh. Sản phẩm OCOP về du lịch đã có 04 điểm du lịch cộng đồng được đánh giá và phân hạng, trong đó

có 03 sản phẩm đạt tiêu chuẩn bốn sao gồm có: Điểm du lịch cộng đồng bản Lác, xã Chiềng Châu, huyện Mai Châu; Điểm du lịch cộng đồng Đá Bia, xã Tiên Phong, huyện Đà Bắc; Điểm du lịch cộng đồng Hang Kia, xã Hang Kia, huyện Mai Châu. Điểm du lịch cộng đồng Lũy Ai, xã Phong Phú, huyện Tân Lạc đạt tiêu chuẩn ba sao. Toàn tỉnh hiện có 434 cơ sở lưu trú du lịch với hơn 4.500 buồng, hơn 300 tàu vận chuyển khách du lịch trên Hồ Hòa Bình.

*** Xây dựng, triển khai cơ chế, chính sách trong thu hút đầu tư phát triển du lịch:** Cụ thể hóa và triển khai thực hiện chủ trương của Đảng, chính sách của nhà nước: Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết 103/NQ-CP, ngày 06/10/2017 của Chính phủ về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Quyết định số 1528/QĐ-TTg ngày 01/8/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Hồ Hòa Bình, tỉnh Hòa Bình đến năm 2030; Quyết định số 439/QĐ-TTg ngày 25/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch xây dựng chung Khu du lịch quốc gia hồ Hòa Bình, tỉnh Hòa Bình đến năm 2035; Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030... Tỉnh Ủy Hòa Bình đã ban hành: Nghị quyết số 10-NQ/TU ngày 30/12/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình đến năm 2020, định hướng đến năm 2030; Nghị quyết số 14-NQ/TU ngày 22/6/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về phát triển Khu du lịch hồ Hòa Bình trở thành Khu du lịch quốc gia; Chương trình hành động số 15-CTr/TU ngày 22/9/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Hòa Bình thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn...

Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình giai đoạn 2014 - 2020, tầm nhìn đến 2030; Kế hoạch thực hiện Chương trình hành động số 15-CTr/TU ngày 22/9/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn; Đề án phát triển Khu du lịch hồ Hòa Bình thành khu du lịch quốc gia; Đề án phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; Đề án cơ cấu lại ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Hòa Bình; Đề án Phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới tỉnh Hòa Bình đến năm 2030...

Quá trình triển khai thực hiện các dự án phát triển du lịch đang được áp dụng các ưu đãi đầu tư theo quy định tại Điều 16 của Luật Đầu tư năm 2014, bao gồm ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế xuất nhập khẩu và tiền thuê đất trong thời gian thực hiện dự án. Trong thời gian tới, tỉnh Hòa Bình sẽ tiếp tục nghiên cứu xây dựng cơ chế, chính sách tỉnh trong thu hút đầu tư; đã chỉ đạo các cơ quan chuyên môn hỗ trợ giải phóng mặt bằng, xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch; ưu tiên các nhà đầu tư thực hiện các dự án du lịch có sản phẩm đặc trưng riêng của tỉnh, dự án du lịch sinh thái thân thiện với môi trường; xây dựng cơ sở dữ liệu về danh mục thu hút đầu tư vào lĩnh vực du lịch trên địa bàn tỉnh, đặc biệt là trong khu vực vùng

lỗi Khu du lịch hồ Hoà Bình và Khu du lịch Mai Châu. Các dữ liệu này là cơ sở cung cấp thông tin, chia sẻ tại các Hội nghị, hội thảo, chương trình về xúc tiến đầu tư để các nhà đầu tư trong và ngoài tỉnh có thể biết, nghiên cứu, tìm hiểu về đầu tư trong lĩnh vực du lịch trên địa bàn toàn tỉnh; tiếp tục nghiên cứu thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch của tỉnh và ban hành quy chế quản lý, sử dụng có hiệu quả để hỗ trợ, tạo điều kiện cho doanh nghiệp và người dân tham gia đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh.

*** Xúc tiến, quảng bá du lịch:** Tỉnh Hòa Bình đã đổi mới phương thức hoạt động quảng bá xúc tiến đầu tư, thu hút các nhà đầu tư có tiềm lực để xây dựng những sản phẩm, loại hình du lịch phù hợp với tiềm năng, thế mạnh của tỉnh; tăng cường tham dự một số chương trình xúc tiến du lịch trong và ngoài nước; tổ chức và tham gia xúc tiến, quảng bá du lịch qua các chương trình: hội nghị xúc tiến đầu tư du lịch, hội chợ, triển lãm du lịch, lễ hội và qua các phương tiện thông tin truyền thông; xây dựng Trang du lịch thông minh và kết nối thông tin phục vụ phát triển hoạt động quảng bá du lịch Hòa Bình bao gồm: Hệ thống Cổng thông tin du lịch, Ứng dụng Mobile Du lịch thông minh, Hạ tầng tích hợp dữ liệu - hệ thống báo cáo ngành du lịch, Lắp đặt 08 hệ thống wifi công cộng tại 3 khu vực du lịch trọng điểm trong tỉnh là: Khu du lịch hồ Hòa Bình, Khu du lịch Mai Châu và Điểm du lịch Chùa Tiên Lạc Thủy; tuyên truyền quảng bá du lịch Hòa Bình tại các hội chợ, lễ hội, liên hoan du lịch, ngày hội du lịch, tuần văn hóa du lịch tại các tỉnh, thành phố trong cả nước như: Liên hoan du lịch cộng đồng 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng thu hút được 14 làng du lịch cộng đồng tiêu biểu của khu vực Tây Bắc và một số tỉnh miền Trung tham gia; Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam - VITM Hà Nội, Hội chợ Du lịch quốc tế ITE Thành phố Hồ Chí Minh từ năm 2017 đến 2019; Hội chợ Quốc tế Thương mại Du lịch và Đầu tư Hành lang kinh tế Đông Tây - Đà Nẵng năm 2019 và 2020; Hội chợ Quốc tế Việt - Trung tại tỉnh Lào Cai (năm 2017); Hội chợ quảng bá các sản phẩm văn hóa, du lịch và đặc sản vùng dân tộc thiểu số và miền núi trong khuôn khổ Chương trình Carnival Hạ Long và Năm Du lịch Quốc gia 2018 - Hạ Long - Quảng Ninh; Chương trình Năm du lịch Quốc gia 2019 Nha Trang - Khánh Hòa... ; tăng cường nghiên cứu thị trường du lịch; cung cấp đầy đủ thông tin, giá dịch vụ của các cơ sở lưu trú, nhà hàng, các điểm tham quan, khu vui chơi giải trí...

*** Công tác mở rộng liên kết phát triển du lịch:** Đẩy mạnh xã hội hóa công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, tranh thủ sự hỗ trợ về vốn, kỹ thuật từ các tổ chức, doanh nghiệp cho hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch; tạo điều kiện để các hãng lữ hành, nhà đầu tư, cơ quan truyền thông trong và ngoài nước đến khảo sát, lựa chọn, xây dựng chương trình, viết bài nhằm giới thiệu, quảng bá du lịch đến thị trường quốc tế; tiếp tục đẩy mạnh công tác liên kết hợp tác phát triển du lịch; chủ động tham gia thực hiện Chương trình hợp tác phát triển du lịch 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng, liên kết phát triển du lịch với thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh trong cả nước; chỉ đạo Hiệp hội du lịch tỉnh phối hợp với Hiệp hội du lịch thành phố Hà Nội mở rộng hợp tác liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp du lịch các tỉnh như: Hà Nội, Hà Nam, Thanh Hóa, Hải Phòng, Hà Tĩnh và các tỉnh Tây Bắc từng bước mở rộng liên kết với các tỉnh trong cả nước.

1.3. Đánh giá về việc xây dựng, thực hiện cơ chế, chính sách trong phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình

*** Kết quả:** Để thực hiện mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, những năm qua, tỉnh Hòa Bình đã luôn quan tâm triển khai cơ chế chính sách trong thu hút đầu tư, huy động các nguồn lực trong và ngoài nước để phát triển du lịch đạt hiệu quả cao về kinh tế, xã hội và môi trường. Trong giai đoạn 2016-2020, tỉnh Hòa Bình đã ban hành nhiều cơ chế khuyến khích đầu tư, triển khai thực hiện nhiều giải pháp về cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh của tỉnh, có tác động tích cực đến kết quả hoạt động thu hút đầu tư của tỉnh trong đó có thu hút đầu tư trong lĩnh vực du lịch.

Công tác quản lý nhà nước về du lịch được quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo; hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến thu hút đầu tư được chú trọng; cơ sở hạ tầng du lịch từng bước được cải thiện; một số dự án du lịch với quy mô lớn, chất lượng cao được đầu tư, xây dựng đã đi vào hoạt động; sản phẩm, dịch vụ du lịch ngày càng đa dạng, phong phú và chất lượng được nâng lên, cơ bản đáp ứng được nhu cầu của du khách; phát triển du lịch theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp, gắn với bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, đảm bảo quốc phòng - an ninh, trật tự và an toàn cho du khách; lượng khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan, nghỉ dưỡng tăng nhanh; tổng thu từ hoạt động du lịch có mức tăng trưởng tốt, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, tăng nguồn thu ngân sách, nâng cao thu nhập và đời sống vật chất, tinh thần cho người dân địa phương; Khu du lịch hồ Hòa Bình bước đầu đạt được một số điều kiện trở thành Khu du lịch quốc gia; đầu tư xây dựng Mai Châu thành khu du lịch cấp tỉnh (thay cho Điểm du lịch quốc gia); Lượng khách du lịch và tổng thu từ du lịch của tỉnh có mức tăng trưởng bình quân khá tốt, đạt trên 10%/năm.

Trong 2 năm qua, dịch bệnh COVID-19 bùng phát và kéo dài đã ảnh hưởng rất lớn đến kinh tế, xã hội của cả nước. Trong đó, ngành du lịch đã chịu tác động vô cùng nặng nề. Do vậy, ngay sau khi dịch bệnh cơ bản được khống chế, để từng bước khôi phục và phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm an ninh, trật tự an toàn xã hội, đồng thời thực hiện mục tiêu kép vừa đảm bảo an toàn sức khỏe cho người dân vừa thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, ngày 11/10/2021 Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 128/NQ-CP ban hành Quy định tạm thời: “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19”; Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch cũng đã có văn bản số 3862/HD-BVHTTDL ngày 18/10/2021, hướng dẫn tạm thời việc thực hiện Nghị quyết số 128/NQ-CP của Chính phủ trong hoạt động văn hoá, thể thao và du lịch.

Với việc kiểm soát dịch bệnh chặt chẽ và áp dụng các biện pháp phòng chống có hiệu quả, ngày 18/10/2021, UBND tỉnh đã công bố cấp độ dịch COVID-19 của địa phương, theo đó, địa bàn tỉnh Hòa Bình thuộc cấp độ 1 - mức nguy cơ thấp. Đồng thời, chỉ đạo triển khai thực hiện quy định về thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát dịch bệnh COVID-19 trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch. Đây là điều kiện thuận lợi cho việc thực hiện mục tiêu phục hồi hoạt động kinh tế, thu hút các nhà đầu tư trong lĩnh vực du lịch trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới. Ngoài ra,

tỉnh còn tổ chức nhiều hoạt động tuyên truyền quảng bá có quy mô lớn, các chương trình kích cầu du lịch để đẩy mạnh công tác thu hút đầu tư, phát triển du lịch.

*** Khó khăn, vướng mắc:** Hiện nay, tỉnh Hòa Bình đang xây dựng Quy hoạch tỉnh Hòa Bình thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 để thực hiện công tác quản lý, phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, trong đó có công tác quản lý và thu hút đầu tư phát triển du lịch. Trong thời gian tới sẽ nghiên cứu, xây dựng Nghị quyết của Hội đồng nhân dân tỉnh về chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư để khai thác tiềm năng, thế mạnh du lịch tỉnh Hòa Bình, trong đó đặc biệt quan tâm đến các chính sách hỗ trợ và thu hút đầu tư phát triển du lịch cộng đồng của tỉnh. Song, quá trình thu hút đầu tư phát triển du lịch vẫn còn 1 số khó khăn, vướng mắc như:

- Công tác xúc tiến đầu tư và tuyên truyền quảng bá giới thiệu hình ảnh du lịch Hòa Bình hiệu quả chưa cao. Một số dự án đầu tư về du lịch triển khai chậm, không đảm bảo tiến độ theo cam kết, gây lãng phí tài nguyên và ảnh hưởng đến quỹ đất cung cấp cho các nhà đầu tư khác có tiềm năng; chưa thu hút được các tập đoàn có thương hiệu lớn để đầu tư các khu nghỉ dưỡng cao cấp với các dịch vụ vui chơi giải trí chất lượng cao để kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của khách du lịch; sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn, chất lượng dịch vụ du lịch chưa cao; chưa có khu nghỉ dưỡng tầm quốc tế hay khu vực; chưa thành lập được Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch; công tác đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch còn yếu, thiếu đồng bộ, đặc biệt là các tuyến đường giao thông kết nối đến các tuyến, điểm du lịch; các bến cảng phục vụ tàu thuyền vận chuyển khách du lịch trên Khu du lịch hồ Hoà Bình chưa được đầu tư xây dựng tương xứng với quy mô phát triển và quy hoạch của Khu du lịch quốc gia.

- Việc xây dựng và triển khai thực hiện chính sách trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch còn gặp những khó khăn nhất định do hiện nay, tỉnh Hòa Bình chưa có cơ chế, chính sách riêng để tạo ra bước phát triển đột phá cho du lịch. Bên cạnh đó, ngân sách của tỉnh còn hạn chế đã tác động không nhỏ đến việc xây dựng, triển khai chính sách hỗ trợ, thu hút đầu tư phát triển du lịch, nhất là trong bối cảnh phục hồi sau đại dịch COVID-19.

- Một số quy định pháp luật liên quan đến lĩnh vực đầu tư dự án, các loại hình quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án chưa đồng bộ, cụ thể, chưa thống nhất...nên trong quá trình thực hiện thủ tục đầu tư dự án còn gặp rất nhiều khó khăn, mất nhiều thời gian để thực hiện.

Về sự phù hợp quy hoạch đối với các dự án đầu tư: Khoản 2, điều 33 Luật Đầu tư quy định “Nội dung thẩm định đề nghị chấp thuận chủ trương đầu tư có nội dung: “Đánh giá sự phù hợp của dự án đầu tư với quy hoạch cấp quốc gia, quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh, quy hoạch đô thị và quy hoạch đơn vị hành chính - kinh tế đặc biệt (nếu có)”. Để đảm bảo nội dung này, đến nay gặp rất nhiều khó khăn do quy hoạch tỉnh hiện chưa được phê duyệt.

- Việc chuyển mục đích sử dụng rừng theo Luật Lâm nghiệp: Khoản 4 Nghị định số 83/2020/NĐ-CP ngày 15/7/2020 quy định: “Đối với dự án đầu tư có chuyển

mục đích sử dụng rừng, thì chủ trương chuyển mục đích sử dụng rừng là một nội dung trong chấp thuận chủ trương đầu tư dự án”. Tuy nhiên trong Luật đầu tư 2020 và Nghị định số 31/2021/NĐ-CP lại không quy định trước hay sau Chấp thuận Chủ trương đầu tư (Chỉ quy định trình tự đối với dự án thuộc thẩm quyền Quyết định Chủ trương đầu tư của Chính phủ, không có hướng dẫn đối với địa phương) vì vậy cũng gặp phải khó khăn khi triển khai dự án.

- Thiếu kinh phí đầu tư cho cơ sở hạ tầng du lịch, đặc biệt là hệ thống đường giao thông đến các điểm có tài nguyên du lịch để thu hút các doanh nghiệp đến đầu tư phát triển du lịch.

2. Mục tiêu, giải pháp đầu tư, phát triển du lịch tỉnh Hòa Bình

2.1. Mục tiêu

Phát triển du lịch theo tinh thần Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVII nhiệm kỳ 2020-2025 đó là: “Phát huy tối đa lợi thế để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, xây dựng Hòa Bình thành điểm đến hấp dẫn với các sản phẩm du lịch đặc trưng, là trung tâm du lịch lớn của khu vực Trung du và Miền núi phía Bắc. Chú trọng công tác quy hoạch phát triển du lịch; ưu tiên đầu tư hạ tầng du lịch trong Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Hồ Hòa Bình. Phát triển du lịch theo hướng bền vững, gắn chặt với bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa các dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học, ứng phó với biến đổi khí hậu, bảo đảm quốc phòng - an ninh, trật tự an toàn xã hội. Đa dạng các sản phẩm du lịch gắn với phát huy văn hóa, tiềm năng, lợi thế của địa phương và xây dựng nông thôn mới. Phát triển dòng sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng - chữa bệnh - chăm sóc sức khỏe; tập trung phát triển du lịch văn hóa, du lịch thể thao, hội thảo, dịch vụ du lịch cộng đồng, kinh tế ban đêm,... Chú trọng khai thác thị trường vùng thủ đô Hà Nội song song với mở rộng thị trường trong nước và quốc tế”.

- Mục tiêu đến năm 2025: Đạt 4,9 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế là 1 triệu lượt; tổng thu từ hoạt động du lịch đạt khoảng 5,4 nghìn tỷ đồng; tạo việc làm cho khoảng 26 nghìn lao động, trong đó gần 9 nghìn lao động trực tiếp có chuyên môn nghiệp vụ về du lịch; tiếp tục duy trì mức tăng trưởng của ngành du lịch, phấn đấu xây dựng Khu du lịch hồ Hòa Bình cơ bản đạt các điều kiện của Khu du lịch quốc gia vào năm 2025. Riêng trong năm 2022 dự kiến đón 3,76 triệu lượt khách du lịch, trong đó có 660 nghìn lượt khách quốc tế; tổng thu từ hoạt động du lịch đạt khoảng 3.400 tỷ đồng.

- Giai đoạn 2026-2030: Thu hút đầu tư đạt trên 11,9 nghìn tỷ đồng; phát triển nâng cao chất lượng các sản phẩm và thương hiệu du lịch tỉnh Hòa Bình; phát triển nhiều sản phẩm đặc trưng, hấp dẫn, chất lượng cao; cơ sở lưu trú đạt trên 10 nghìn phòng; đạt 7,3 triệu lượt khách, trong đó, khách quốc tế là 2 triệu lượt; tổng thu từ hoạt động du lịch đạt khoảng 11 nghìn tỷ đồng; tạo việc làm cho khoảng 47 nghìn lao động; Khu du lịch hồ Hòa Bình trở thành Khu du lịch quốc gia; du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh.

2.2. Giải pháp

- Tiếp tục chỉ đạo xây dựng và triển khai thực hiện các Quy hoạch, Kế hoạch, Đề án của trung ương và của tỉnh về phát triển du lịch; rà soát, bổ sung và ban hành cơ chế chính sách đặc thù tạo cơ sở pháp lý để hỗ trợ đầu tư phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, sinh thái, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, trải nghiệm cho khách tham quan du lịch.

- Huy động sức mạnh của toàn xã hội, phối hợp công tư trong việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, đặc biệt là hệ thống đường giao thông và các bến thuyền kết nối các điểm du lịch và xây dựng các sản phẩm du lịch đặc sắc, hấp dẫn, có chất lượng cao.

- Thường xuyên có những giải pháp cho phát triển du lịch phù hợp và thích ứng với tình hình thực tế trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19 trên thế giới và trong nước thời gian tới vẫn có thể còn diễn biến phức tạp khó lường. Chú trọng tập trung chăm lo phát triển thị trường du lịch trong nước, thực hiện kích cầu du lịch nội địa đa dạng hiệu quả.

- Tiếp tục nâng cao nhận thức, đổi mới tư duy về vai trò của phát triển du lịch của các cấp, các ngành; đẩy mạnh và quan tâm thu hút nguồn nhân lực có chất lượng chuyên môn, nghiệp vụ cao về du lịch; đổi mới công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề, đáp ứng nhu cầu cạnh tranh, hội nhập và phát triển trong cơ chế thị trường.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quảng bá, xúc tiến du lịch tới nhiều thị trường nhằm thu hút khách, triển khai có hiệu quả trang thông tin điện tử du lịch thông minh; đồng thời, cung cấp thông tin về các dự án kêu gọi đầu tư để thu hút các doanh nghiệp đầu tư, phát triển du lịch tại tỉnh Hoà Bình, đặc biệt là Khu du lịch Hồ Hòa Bình, Khu du lịch Mai Châu và các điểm du lịch trọng tâm khác.

- Tăng cường công tác tuyên truyền vận động người dân và cộng đồng trong việc nâng cao ý thức, thực hiện gìn giữ, bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc, bảo vệ tài nguyên để khai thác phát triển du lịch; thực hiện tốt công tác đảm bảo an ninh trật tự, xây dựng nhà vệ sinh đạt chuẩn, thu gom xử lý rác thải tại các khu, điểm du lịch.

- Có các giải pháp đồng bộ hỗ trợ giúp đỡ các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tháo gỡ khó khăn do tình hình dịch bệnh trên thế giới và trong nước vẫn đang có chiều hướng diễn biến phức tạp khó lường để các doanh nghiệp duy trì hoạt động ổn định và tiếp tục phát triển.

- Đẩy mạnh công tác hợp tác liên kết phát triển du lịch với các tỉnh, đặc biệt là liên kết với thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và nước ngoài để mở rộng thị trường thu hút khách, thúc đẩy phát triển du lịch.

3. Đề xuất, kiến nghị

Đề từng bước tháo gỡ những khó khăn và khôi phục ngành du lịch do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19. Tỉnh Hòa Bình đề nghị Chính phủ chỉ đạo các bộ, ngành Trung ương tiếp tục tham mưu ban hành chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch. Hỗ trợ tỉnh Hòa Bình trong công tác thông tin, quảng bá “Hòa Bình - điểm đến an toàn, thân thiện, hấp dẫn” tại các thị trường du lịch trọng điểm trong nước và quốc tế.

- Cần sớm hoàn thiện một số các quy định của pháp luật liên quan đến lĩnh vực đầu tư dự án du lịch để tháo gỡ các vướng mắc tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có thể triển khai các dự án đầu tư du lịch.

- Sớm ban hành Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 nhằm xác định danh mục dự án quan trọng quốc gia, dự án ưu tiên đầu tư cho phát triển du lịch cho địa phương để hỗ trợ đầu tư hệ thống kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật thu hút đầu tư phát triển du lịch.

- Tiếp tục chỉ đạo đẩy mạnh công tác cải cách hành chính, đặc biệt là công tác cải cách thủ tục hành chính; cắt giảm điều kiện đầu tư kinh doanh theo hướng rà soát thủ tục, quy trình cấp phép, thực hiện tối đa việc cấp phép trực tuyến đảm bảo đơn giản, công khai, minh bạch.

- Hỗ trợ nguồn lực cho địa phương trong việc đẩy mạnh công tác chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch; thực hiện kết nối liên thông các hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu để thực hiện tốt công tác quản lý nhà nước cũng như hỗ trợ các doanh nghiệp hoạt động nghiên cứu khảo sát, đầu tư phát triển du lịch tại tỉnh Hòa Bình.

- Đề nghị Chính phủ tiếp tục ưu tiên nguồn lực đầu tư cơ sở hạ du lịch, đặc biệt là nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch vật chất kỹ thuật du lịch cho các khu du lịch được quy hoạch thành khu du lịch quốc gia cũng như hoàn thiện các tiêu chí trở thành khu du lịch quốc gia để thu hút các nhà đầu tư phát triển du lịch.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Lê Khắc Nam

Phó Chủ tịch UBND thành phố Hải Phòng

Giai đoạn 2016 - 2019 (thời điểm trước đại dịch COVID-19), du lịch Hải Phòng có bước phát triển đáng kể; tổng thu từ khách du lịch tăng ổn định, bình quân 15,3%/năm, khách du lịch tăng bình quân 15%/năm. Đến năm 2019 đã hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu (về lượt khách và doanh thu) Nghị quyết Đại hội XV Đảng bộ thành phố và Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 26/12/2016 của Ban Thường vụ Thành ủy đề ra cho năm 2020.

Vai trò, vị trí của kinh tế du lịch trong cơ cấu phát triển kinh tế - xã hội thành phố được khẳng định; du lịch được xác định là 1 trong 3 trụ cột, đột phá chiến lược cần triển khai thực hiện trong nhiệm kỳ 2020 - 2025.

Cơ sở vật chất kỹ thuật, hạ tầng du lịch có bước tăng trưởng vượt bậc thông qua việc đầu tư và thu hút đầu tư các công trình, dự án lớn. Kết cấu hạ tầng du lịch tăng trưởng đáng kể trên cả quy mô và chất lượng. Số cơ sở lưu trú hiện có tiêu chuẩn từ 4 sao và tương đương trở lên là 20 cơ sở (với 3.806 phòng), gấp 1,8 lần so với năm 2016; trong đó, số khách sạn tiêu chuẩn 5 sao và tương đương là 06 khách sạn (với 2.222 phòng), gấp 3 lần so với năm 2016. Hiện tại các cơ sở lưu trú tiêu chuẩn 5 sao vẫn đang tiếp tục gia tăng với 03 dự án đang đề xuất chủ trương đầu tư (1.220 phòng); 06 dự án đã được chấp thuận chủ trương đầu tư (1.185 phòng) (trong đó có 03 dự án đang thực hiện (685 phòng)). Sản phẩm du lịch được phát triển đa dạng, chú trọng đầu tư các sản phẩm mới có sức hấp dẫn. Giai đoạn 2016 - 2019 có sự dịch chuyển rõ nét trong cơ cấu sản phẩm du lịch, hình thành và phát triển thêm 03 sản phẩm mới (du lịch du thuyền, du lịch thể thao (golf) và du lịch nông nghiệp, nông thôn). Đặc biệt, du lịch thể thao trở thành một trong những sản phẩm lợi thế của Hải Phòng.

Thành phố đã tranh thủ mọi nguồn lực, vận dụng các cơ chế, hình thức đầu tư, tập trung đẩy nhanh tiến độ đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đồng bộ, nhất là hệ thống giao thông, sân bay, bến cảng, các khu đô thị mới, trung tâm thương mại cao cấp... hỗ trợ phát triển du lịch. Với nhiều cách làm sáng tạo, hiệu quả, đề cao và thực hiện tốt thông điệp tạo điều kiện tốt nhất cho nhà đầu tư thông qua việc đẩy mạnh cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, tập trung hoàn thiện những công trình, dự án trọng điểm, đưa Hải Phòng trở thành một trong những địa phương thu hút đầu tư tốt nhất cả nước với sự góp mặt của nhiều doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực đầu tư phát triển du lịch như: Tập đoàn Vingroup, Tập đoàn SunGroup, Tập đoàn Flamingo, Tập đoàn BRG, Tập đoàn Geleximco... Các dự án lớn khi hoàn thành và đưa vào khai thác sẽ góp phần thay đổi bước đầu diện mạo của du lịch thành phố.

Thành phố Hải Phòng có vị trí quan trọng trong vùng trọng điểm kinh tế phía Bắc, là đầu mối giao thông, cửa chính ra biển của toàn miền Bắc. Nằm ở trung tâm vùng Duyên hải Bắc Bộ, nơi giao lưu thuận lợi với các tỉnh, thành phố trong nước, khu vực và thế giới; Hải Phòng là một trong số ít địa phương trên cả nước hội tụ đủ

5 loại hình giao thông gồm đường biển, đường sông, đường bộ, đường sắt, đường hàng không được kết nối đồng bộ, thông suốt.

Hải Phòng cũng được biết đến là một thành phố Cảng lâu đời, với các điểm du lịch nổi tiếng Đồ Sơn, Cát Bà. Trong đó Quần đảo Cát Bà hội tụ 5 danh hiệu quốc gia và quốc tế: Danh lam thắng cảnh - Di tích quốc gia đặc biệt, Khu Dự trữ sinh quyển thế giới, Vườn Quốc gia, Khu Bảo tồn Biển và là một trong những vịnh biển đẹp nhất thế giới. Với giá trị nổi bật về sinh thái biển đảo, có nhiều lợi thế về đa dạng sinh học và mỹ học, Quần đảo Cát Bà đang được đệ trình UNESCO công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới Hạ Long - Cát Bà. Trong khi đó, bán đảo Đồ Sơn có địa thế cảnh quan đồi thông ven biển và gần với trung tâm đô thị lớn.

Hải Phòng có nhiều di tích lịch sử, văn hoá cùng hàng trăm đình, đền, chùa với kiến trúc độc đáo: Đền Nghè, Đình Hàng Kênh, Chùa Dư Hàng, tháp Tường Long... Cùng với những làng nghề thủ công truyền thống còn lưu giữ được đến ngày nay. Đó chính là những di sản văn hóa vật thể và phi vật thể đặc sắc, tạo nên nét riêng của mảnh đất và con người Hải Phòng. Đặc biệt, sự kiện phát lộ hàng loạt bãi cọc tại Thủy Nguyên liên quan đến trận chiến Bạch Đằng Giang lịch sử mang ý nghĩa quan trọng. Di chỉ Bãi cọc Cao Quỳ nói riêng và các di tích gắn với chiến thắng Bạch Đằng nói chung có giá trị đặc biệt đối với lịch sử, văn hóa, khảo cổ và danh thắng.

Với những đa dạng về địa lý, điều kiện tự nhiên, vị trí giao thông, du lịch Hải Phòng có quá trình phát triển từ sớm, trong đó Đồ Sơn - khu nghỉ dưỡng có từ thời Pháp thuộc. Trong thời kỳ dài sau đổi mới, Hải Phòng tập trung phát triển dịch vụ cảng, công nghiệp và đã đạt được những bước phát triển quan trọng. Giai đoạn gần đây, cùng với nhu cầu thị trường du lịch tăng nhanh và định hướng chiến lược trong dịch chuyển cơ cấu kinh tế thành phố khẳng định trong các Nghị quyết của Trung ương và thành phố¹, ngành Du lịch đang nhận được sự quan tâm và chỉ đạo quyết liệt để phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn. Phát triển du lịch là con đường tất yếu của Hải Phòng trong tương lai và cũng là con đường để xây dựng thành phố quốc tế, văn minh, hiện đại.

1. Chính sách thu hút đầu tư, phát triển du lịch của thành phố Hải Phòng

1.1. Một số kết quả nổi bật trong thu hút đầu tư của thành phố

Thời gian qua, xác định thu hút đầu tư là một trong những nhiệm vụ trọng tâm để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, Thành ủy, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân thành phố đã tập trung chỉ đạo các Sở, ngành, địa phương thực hiện nhiều giải pháp cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh. 5 năm liên tục (từ 2016 đến 2020), Hải Phòng chọn chủ đề năm là “Tăng cường kỷ cương thu, chi ngân sách nhà nước - Cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh”, với hàng trăm dự án có vốn đầu tư nước

¹ Nghị quyết số 45-NQ/TW ngày 24/01/2019 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển thành phố Hải Phòng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã xác định mục tiêu đến năm 2025, “Cát Bà, Đồ Sơn cùng với Hạ Long trở thành trung tâm du lịch quốc tế”. Mới đây nhất, Nghị quyết Đại hội Đảng bộ thành phố khóa XVI cũng chọn du lịch là một trong ba đột phá chiến lược cần tập trung thực hiện trong nhiệm kỳ mới.

ngoài (FDI) và dự án trong nước (DI) đầu tư vào thành phố. Thu hút đầu tư của Hải Phòng có xu hướng dịch chuyển từ chiều rộng sang chiều sâu, với nhiều dự án quy mô lớn về vốn đầu tư, sử dụng công nghệ cao, công nghệ tiên tiến, thân thiện với môi trường, sản phẩm tạo ra có giá trị gia tăng cao. Nhiệm kỳ 2015 - 2020, huy động các nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển của Hải Phòng đạt mức cao nhất từ trước tới nay. Tổng vốn đầu tư trên địa bàn thành phố đạt 564.295 tỷ đồng, cao gấp 1,28 lần chỉ tiêu Đại hội XV đề ra (440.000 tỷ đồng) và gấp 3 lần giai đoạn 2011-2015 (188.355 tỷ đồng). Cơ cấu vốn đầu tư dịch chuyển mạnh theo hướng xã hội hóa. Trong đó, vốn khu vực ngoài nhà nước và FDI đạt 509.150 tỷ đồng, gấp 3,67 lần so với nhiệm kỳ trước. Vốn đăng ký đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đạt 9,41 tỷ USD, gấp 1,23 lần nhiệm kỳ trước.

Tính riêng trong 9 tháng đầu năm 2021, mặc dù chịu ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19 và thực hiện các biện pháp phòng chống dịch theo chỉ đạo của Trung ương, Hải Phòng vẫn thu hút được 2,85 tỷ USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, gấp 3,5 lần so với cùng kỳ năm 2020, đạt và vượt kế hoạch cả năm. Hải Phòng đứng thứ 2 cả nước (chỉ sau Long An) về thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Điều này là minh chứng thuyết phục, khẳng định Hải Phòng phát triển bứt phá, thực sự là điểm đến hấp dẫn, có môi trường đầu tư tốt đối với các nhà đầu tư, đặc biệt trong điều kiện dịch bệnh diễn biến phức tạp.

Với những nỗ lực mang tính đột phá và đầy sáng tạo, PCI 2020 của thành phố Hải Phòng đã vượt lên xếp vị trí thứ 7/63 tỉnh, thành phố và xếp vị trí thứ 2/11 tỉnh, thành phố vùng đồng bằng sông Hồng, đạt 69,27 điểm, tăng 0,54 điểm và tăng hạng 3 bậc so với năm 2019. Hơn nữa, từ năm 2020, chỉ số đánh giá năng lực cạnh tranh cấp sở, ngành, địa phương (DDCI) Hải Phòng là một trong những yếu tố kết hợp để đưa PCI của thành phố thăng hạng, nằm trong nhóm 10 địa phương dẫn đầu cả nước và trong nhóm địa phương có chất lượng điều hành kinh tế tốt.

1.2. Chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch

Trong bối cảnh du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, được đầu tư phát triển mạnh ở nhiều địa phương, thì những chính sách mang tính đột phá, chiến lược là yếu tố quan trọng giúp Hải Phòng gia tăng lợi thế cạnh tranh, thu hút khách du lịch đến với thành phố. Thời gian qua, thành phố tập trung tạo lập môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi, tạo điều kiện cho các nhà đầu tư tiếp cận và thực hiện nhiều dự án phát triển du lịch nhằm đảm bảo tính ổn định và liên kết vùng.

a) Về chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch:

Công tác đầu tư du lịch được thành phố Hải Phòng triển khai thực hiện trên cả 02 lĩnh vực đầu tư và thu hút đầu tư, cụ thể:

**** Về đầu tư phát triển hạ tầng phục vụ du lịch:***

Giai đoạn 2016 - 2021, thành phố đã tập trung triển khai các dự án phát triển hạ tầng phục vụ du lịch. Nhiều công trình giao thông trọng điểm mang tính liên kết vùng, kết nối các địa phương lân cận, giúp tối ưu hóa lợi thế của Cảng Hàng không

quốc tế Cát Bi và Cảng cửa ngõ quốc tế Hải Phòng đã và đang được triển khai xây dựng như: tuyến đường ô tô Tân Vũ - Lạch Huyện; nâng cấp đường sắt Hà Nội - Hải Phòng; nâng cấp, mở rộng Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi; đầu tư cải tạo, nâng cấp đường 356; hoàn thành bến khởi động số 1, 2 (Cảng cửa ngõ quốc tế Hải Phòng tại Lạch Huyện); bến thủy nội địa Vịnh Đồng Hồ Cát Bà, bến tàu Đình Vũ.

Bên cạnh đó, hạ tầng giao thông kết nối với các khu, điểm du lịch cũng được quan tâm đầu tư: hoàn thành tuyến đường xuyên đảo Cát Hải - Cát Bà; cải tạo tuyến đường du lịch kết hợp đê chắn sóng biển từ nút giao thông đầu khu I đến đồi Độc (Đồ Sơn). Hai điểm du lịch văn hóa tâm linh quan trọng của thành phố là Khu di tích quốc gia đặc biệt Đền thờ Trạng Trình Nguyễn Bình Khiêm và Khu bảo tồn bãi cọc Cao Quý được đầu tư xây dựng các tuyến đường kết nối, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách đến tham quan.

** Về chính sách thu hút đầu tư:*

Thu hút đầu tư dự án là giải pháp quan trọng có tính chất thay đổi cốt lõi du lịch Hải Phòng. Thành phố đã tập trung đẩy mạnh cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh; thực hiện các chính sách ưu tiên, hỗ trợ, tạo điều kiện cho các dự án phát triển du lịch, đặc biệt tại Đồ Sơn và Cát Bà (về hỗ trợ giải phóng mặt bằng, miễn giảm tiền thuê đất và cho thuê đất ổn định lâu dài để phát triển du lịch biển, du lịch thể thao); đồng hành cùng doanh nghiệp trong các vấn đề liên quan đến thủ tục hành chính. Mới đây nhất, để nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước trong quá trình giải quyết công việc, thủ tục của các dự án phát triển du lịch trên địa bàn, thành phố đã thành lập Tổ công tác giải quyết trình tự, thủ tục các dự án phát triển du lịch Hải Phòng. Qua đó, đảm bảo các dự án phát triển du lịch quan trọng đầu tư vào thành phố đạt hiệu quả cao về kinh tế, xã hội, bảo vệ môi trường, đáp ứng quy định của pháp luật để phát triển bền vững gắn với lợi ích dài hạn cho địa phương và doanh nghiệp.

Về lâu dài, thành phố nghiên cứu, điều chỉnh quy hoạch nhằm thu hút đầu tư các dự án quy mô lớn, phân khúc du lịch cao cấp. Hải Phòng đã trình và được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt điều chỉnh cục bộ khu vực đảo Cát Hải và đảo Cát Bà trong Đồ án quy hoạch chung xây dựng thành phố Hải Phòng và quy hoạch chung xây dựng Khu kinh tế Đình Vũ - Cát Hải tại Quyết định số 436/QĐ-TTg ngày 25/3/2021; phê duyệt đồ án Điều chỉnh quy hoạch chi tiết tỷ lệ 1/500 Khu vui chơi giải trí, nhà ở và công viên sinh thái đảo Vũ Yên tại Quyết định số 3218/QĐ-UBND ngày 24/11/2017 và đồ án Điều chỉnh quy hoạch chi tiết tỷ lệ 1/2.000 quận Đồ Sơn đến năm 2025 tại Quyết định số 1402/QĐ-UBND ngày 23/7/2013. Đây là những cơ sở pháp lý quan trọng để các nhà đầu tư triển khai thực hiện các hạng mục đầu tư phát triển du lịch, từng bước hiện thực mục tiêu xây dựng Cát Bà, Đồ Sơn và Vũ Yên trở thành trung tâm du lịch quốc tế vào năm 2025.

Dù bị tác động bởi đại dịch COVID-19, song thời gian qua, thành phố Hải Phòng vẫn nỗ lực, quyết tâm triển khai quyết liệt, đồng bộ có hiệu quả các giải pháp nhằm phát triển kinh tế - xã hội trên tất cả các ngành, lĩnh vực. Chính sách thu hút đầu tư phát triển kinh tế nói chung, trong lĩnh vực du lịch nói riêng được Hải Phòng

vận dụng linh hoạt phù hợp với từng giai đoạn, thời điểm cụ thể. Trong thời gian diễn ra dịch bệnh COVID-19, thành phố đã kịp thời thay đổi phương thức xúc tiến đầu tư. Thay vì cử đoàn xúc tiến ra nước ngoài quảng bá môi trường đầu tư, tìm kiếm các nhà đầu tư tiềm năng, công tác xúc tiến đầu tư tại chỗ được phát huy tối đa hiệu quả thông qua việc tích cực hỗ trợ nhà đầu tư, doanh nghiệp trong suốt quá trình triển khai dự án và đi vào hoạt động. Nhiều thủ tục hành chính được rút gọn, cải cách hiệu quả cơ chế “một cửa, tại chỗ”, “một cửa, liên thông”. Hoạt động quảng bá, xúc tiến đầu tư online, cung cấp thông tin cần thiết cho các nhà đầu tư theo hình thức trực tuyến được đẩy mạnh. Thành phố cũng tăng cường áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO, công nghệ thông tin trong giải quyết thủ tục hành chính, rút ngắn quy trình xử lý, giảm số lượng và đơn giản hóa nội dung hồ sơ, giảm thời gian và chi phí thực hiện thủ tục hành chính; xây dựng quy chế phối hợp bảo đảm liên thông trong giải quyết các thủ tục hành chính, giúp cho doanh nghiệp chỉ cần thực hiện thủ tục hành chính tại một đầu mối duy nhất từ thời điểm bắt đầu đầu tư đến khi đi vào hoạt động. Với thời gian giải quyết thủ tục nhanh và thuận lợi cho nhà đầu tư nêu trên, không chỉ khẳng định việc cải cách hành chính của Thành phố đang được tập trung cao, hiệu quả, mà còn là phương thức mới, hiệu quả cao trong việc quảng bá, xúc tiến đầu tư của thành phố, tạo niềm tin đối với các nhà đầu tư trong nước, quốc tế.

Ngoài ra, lãnh đạo thành phố đã quan tâm, giải quyết kịp thời các kiến nghị, đề xuất của các nhà đầu tư nhằm tạo môi trường đầu tư công bằng, minh bạch; tích cực hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn, tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư và doanh nghiệp trong quá trình thực hiện dự án đầu tư phát triển du lịch.

Trong thời gian dịch bệnh COVID-19, Ủy ban nhân dân thành phố đã chỉ đạo triển khai nhiều biện pháp hỗ trợ tháo gỡ khó khăn cho ngành du lịch như: điều chỉnh giảm mức thu, nộp phí thăm quan danh lam thắng cảnh trên địa bàn huyện Cát Hải; chỉ đạo các ngành, địa phương kịp thời hỗ trợ thủ tục giảm giá điện cho cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú và giảm 50% mức thu nộp phí thăm định cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế và nội địa, thẻ hướng dẫn du lịch; triển khai thực hiện chính sách hỗ trợ hướng dẫn viên bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh theo Nghị quyết 68/NQ-CP ngày 01/7/2021 của Chính phủ. Đồng thời, đề xuất Chính phủ xem xét, ban hành một số cơ chế, chính sách như: miễn phí dịch vụ neo đậu tại cảng bến và miễn, giảm các phí, lệ phí vào, rời cảng bến đến hết năm 2022 ; tạm ngừng, giãn thời gian đóng các khoản BHXH cho người lao động và các nghĩa vụ tài chính khác để giảm bớt gánh nặng cho doanh nghiệp; tiếp tục thực hiện chính sách giãn nợ, hỗ trợ lãi suất vay cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch để các doanh nghiệp du lịch phục hồi và thúc đẩy hoạt động kinh doanh sau dịch COVID-19.

Bên cạnh đó, thành phố tập trung xây dựng Hải Phòng trở thành điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện. Trong các đợt dịch COVID-19 bùng phát tại Việt Nam, khi các địa phương xung quanh và các trung tâm du lịch lớn trên cả nước đều có dịch thì đến thời điểm hiện tại, Hải Phòng vẫn là một trong số những điểm đến an toàn. Riêng 9 tháng đầu năm 2021, Hải Phòng là thành phố trực thuộc Trung ương duy nhất không phải thực hiện giãn cách xã hội. Thành phố được Trung ương đánh

giá cao trong việc thực hiện mục tiêu kép “vừa phòng dịch hiệu quả, vừa phát triển kinh tế - xã hội”. Để có những kết quả như trên, thành phố Hải Phòng đã triển khai một số giải pháp quan trọng, đột phá. Công tác phòng, chống dịch được thực hiện quyết liệt, hiệu quả, chống dịch đa tầng, đa lớp; luôn chủ động “nâng cao một bước, đi trước một bước”, kịp thời chỉ đạo, thực hiện các biện pháp đồng bộ, hiệu quả, phản ứng nhanh khi có tình huống phức tạp phát sinh, giữ vững an toàn phòng chống dịch, tạo sự an toàn, tin tưởng tuyệt đối cho các nhà đầu tư, doanh nghiệp. Trong chiến lược vaccine, Hải Phòng cũng dành sự ưu tiên đặc biệt cho người lao động thuộc các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp FDI. 100% số chủ doanh nghiệp người nước ngoài đã được tiêm phòng; tỷ lệ bao phủ vaccine trong công nhân cũng lên tới 80 - 90%.

Với những kết quả đã đạt được trong công tác phòng, chống dịch bệnh COVID-19 và sự cởi mở, thuận lợi của môi trường đầu tư kinh doanh, Hải Phòng đã và đang trở thành điểm đến an toàn hàng đầu, tạo niềm tin tưởng lớn và hấp dẫn mạnh mẽ đầu tư của các doanh nghiệp. Đó là một trong những điểm cộng, lợi thế cạnh tranh quan trọng của du lịch thành phố so với các địa phương khác trong và ngoài nước, lợi thế từ sự an tâm, tin tưởng của nhà đầu tư và khách du lịch khi lựa chọn Hải Phòng.

b) Kết quả thu hút đầu tư trong lĩnh vực du lịch:

Thời gian qua, thành phố đã chủ trương xây dựng môi trường đầu tư theo hướng công khai, minh bạch các dự án kêu gọi đầu tư trên địa bàn. Với nhiều cách làm sáng tạo, hiệu quả, đề cao và thực hiện tốt thông điệp tạo điều kiện tốt nhất cho nhà đầu tư thông qua việc đẩy mạnh cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, tập trung hoàn thiện những công trình, dự án trọng điểm, đưa Hải Phòng trở thành điểm sáng trên bản đồ thu hút đầu tư của cả nước với sự góp mặt của hàng loạt các tên tuổi lớn trong lĩnh vực đầu tư phát triển du lịch. Giai đoạn 2016 - 2021, tổng số dự án ngoài ngân sách đầu tư phát triển du lịch Hải Phòng là 17 dự án, với tổng kinh phí hơn 61.000 tỷ đồng. Các dự án quy mô lớn đầu tư phát triển du lịch như: Khu vui chơi giải trí và công viên sinh thái cao cấp tại đảo Vũ Yên của Tập đoàn Vingroup; Khu cảng hàng hóa, bến tàu du lịch, ga cáp treo, nhà máy sản xuất các sản phẩm du lịch và khu dịch vụ hậu cần du lịch tại Cát Bà của Tập đoàn Sungroup; Khu du lịch quốc tế Đồi Rồng tại Đồ Sơn; sân golf Sakura tại An Lão... Trong đó, có một số dự án đã hoàn thành và đưa vào khai thác như: khách sạn 5 sao Vinpearl Hotel Imperia Hải Phòng và sân golf Vũ Yên của Tập đoàn Vingroup; khách sạn 5 sao Nikko của Công ty CHUO Việt Nam; Khách sạn M'gallery Cát Bà (khách sạn 5 sao đầu tiên tại Cát Bà); Tổ hợp nghỉ dưỡng cao cấp Flamingo Cát Bà Beach Resort tại Bãi tắm Cát Cò 1, 2, thị trấn Cát Bà; tuyến cáp treo 3 dây Cát Hải - Phù Long; bãi biển nhân tạo thuộc Khu Du lịch Đồi Rồng, quận Đồ Sơn; trung tâm thương mại và mua sắm Aeon Mall Lê Chân Hải Phòng... Ngoài ra, thành phố đang tiếp tục thu hút dự án đầu tư Khu đô thị và du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe sử dụng nước khoáng nóng tại huyện Tiên Lãng nhằm mở rộng không gian phát triển đa dạng loại hình sản phẩm du lịch cao cấp về phía Nam thành phố.

Đề khuyến khích mở các đường bay mới đi và đến thành phố Hải Phòng, Ủy ban nhân dân thành phố đã ban hành Quyết định số 2025/2016/QĐ-UBND ngày 19/09/2016 quy định một số cơ chế, chính sách hỗ trợ các Hãng hàng không mở các đường bay mới đi và đến Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi. Giai đoạn 2016 - 2021, đã có thêm 07 đường bay mới đi và đến Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi được mở, nâng tổng số đường bay đang khai thác tại Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi lên 15 đường bay, gấp 7,5 lần so với năm 2015 (chỉ có 02 đường bay đi thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng), trong đó có 11 đường bay nội địa (đi các tỉnh, thành phố: Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Buôn Mê Thuột, Pleiku, Nha Trang, Phú Quốc, Đà Lạt, Cần Thơ, Quy Nhơn, Bà Rịa - Vũng Tàu, Điện Biên); 04 đường bay quốc tế (đi Incheon (Hàn Quốc); Bangkok (Thái Lan); Thâm Quyển, Côn Minh (Trung Quốc)), góp phần mở rộng, gia tăng cơ hội tiếp cận tới các thị trường mục tiêu. Năm 2019 (thời điểm trước khi xuất hiện dịch bệnh COVID-19), Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi đón và phục vụ trên 2,6 triệu hành khách (gấp 1,5 lần so với năm 2016), thực hiện 17,2 ngàn lượt chuyến bay (gấp 1,4 lần so với năm 2016) với tần suất 47 lượt chuyến/ngày.

2. Giải pháp thu hút đầu tư phát triển du lịch Hải Phòng trong thời gian tới

Tại Đại hội Đại biểu Đảng bộ thành phố lần thứ XVI, thành phố Hải Phòng đã quyết nghị 03 đột phá chiến lược trong nhiệm kỳ 2020 - 2025, trong đó đột phá chiến lược thứ 3 được xác định: *“Phát triển Hải Phòng trở thành trung tâm du lịch lớn của cả nước với trọng tâm là phát triển hạ tầng du lịch, nhất là các dự án du lịch, trung tâm thương mại, khu nghỉ dưỡng cao cấp, tâm cờ quốc tế; hình thành các sản phẩm du lịch đặc trưng của thành phố gắn với biển đảo, các di tích lịch sử, văn hóa”*. Để hiện thực hóa mục tiêu trên, giai đoạn 2020 - 2025, Hải Phòng sẽ triển khai một số nhiệm vụ, giải pháp như sau:

Một là, ban hành các cơ chế, chính sách hiệu quả để hỗ trợ phát triển du lịch, trong đó tập trung vào 4 nhóm cơ chế, chính sách: (i) Thu hút đầu tư, phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch; (ii) Khuyến khích, ưu đãi thu hút phát triển sản phẩm du lịch; (iii) Hỗ trợ, nghiên cứu phát triển thị trường, tăng cường xúc tiến, quảng bá, hợp tác về du lịch; (iv) Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Tranh thủ sự hỗ trợ từ các nguồn lực của Trung ương, nguồn vốn từ các dự án của các tổ chức quốc tế và ngân sách địa phương để triển khai các dự án đầu tư phát triển hạ tầng du lịch, đặc biệt là hệ thống hạ tầng giao thông, viễn thông, cấp điện, cấp thoát nước,... tại các trung tâm du lịch của thành phố.

Hai là, định hướng đầu tư các khu du lịch cao cấp, xây dựng các tuyến điểm du lịch quan trọng, các khu vui chơi giải trí hiện đại, các khu du lịch quốc gia. Đầu tư phát triển du lịch dựa trên thế mạnh của thành phố nhằm tạo ra các sản phẩm du lịch đặc thù độc đáo và mở ra khả năng kết nối các sản phẩm du lịch nội tỉnh, liên vùng, liên quốc gia với những chương trình du lịch hấp dẫn. Mở rộng không gian du lịch, xây dựng Cát Bà, Đồ Sơn cùng với Vũ Yên trở thành trung tâm du lịch quốc tế có cơ sở vật chất hiện đại, sản phẩm du lịch phong phú, đa dạng, khác biệt, có chất lượng cao, có thương hiệu và uy tín, đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong và ngoài nước.

Thúc đẩy triển khai các công trình, dự án hạ tầng trọng điểm phát triển du lịch tại Cát Bà, Đồ Sơn được xác định trong Chương trình hành động số 76-CTr/TU, ngày 08/7/2019 của Ban Thường vụ Thành ủy. Đồng thời nghiên cứu, có phương án phù hợp để từng bước xây dựng, khai thác, phát triển du lịch tại đảo Bạch Long Vĩ.

Ba là, thu hút các nguồn lực đầu tư phát triển mạnh các loại hình du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch giải trí, nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch thể thao, du lịch tâm linh. Tạo điều kiện thuận lợi đẩy nhanh các dự án vui chơi giải trí, khu nghỉ dưỡng, sân golf (Sakura, Xuân Đám...) đạt tiêu chuẩn quốc tế. Chú trọng phát triển hệ thống cơ sở lưu trú, nhất là khách sạn 5 sao, các khu vui chơi, giải trí. Phối hợp với các cơ quan liên quan đề nghị UNESCO công nhận quần đảo Cát Bà là Di sản thiên nhiên thế giới. Quy hoạch, đầu tư mở rộng hoặc nâng cấp, bảo tồn hoàn thiện các di tích lịch sử: Di tích bãi cọc Cao Quỳ, Di tích Bạch Đằng Giang, Di tích Trạng Trình Nguyễn Bình Khiêm, Khu Di tích nhà Mạc,... Tiếp tục đầu tư mới, bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử, di tích cách mạng như Bến tàu không số K15, Nhà tưởng niệm đồng chí Nguyễn Đức Cảnh,... Hình thành các sản phẩm du lịch đặc trưng của Hải Phòng, đặc biệt tập trung nâng cao chất lượng, hướng tới loại hình du lịch xanh bền vững, phát triển đi đôi bảo tồn, phát huy tối đa các lợi thế tự nhiên, gìn giữ cảnh quan, môi trường, góp phần xây dựng Hải Phòng trở thành điểm đến an toàn, thân thiện. Riêng trong lĩnh vực thu hút đầu tư du lịch, thành phố tiếp tục chú trọng công tác xúc tiến đầu tư “tại chỗ” phù hợp với diễn biến dịch bệnh trong nước và trên thế giới, mở rộng xúc tiến đầu tư bằng hình thức trực tuyến. Xây dựng hình ảnh, tuyên truyền quảng bá, giới thiệu môi trường đầu tư của thành phố qua kênh ngoại giao, thông qua các diễn đàn, các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài và các tổ chức xúc tiến đầu tư của nước ngoài tại Việt Nam. Đồng thời, ban hành bộ tiêu chí lựa chọn các nhà đầu tư kết cấu hạ tầng, các dự án đầu tư để chủ động lựa chọn những nhà đầu tư và dự án có chất lượng.

Bốn là, để thực hiện đạt mục tiêu đề ra, thành phố tiếp tục chủ trương dành các ưu đãi cao nhất trong khung quy định của Chính phủ và vận dụng tối đa các hỗ trợ cho nhà đầu tư khi thực hiện dự án trên địa bàn thành phố, trong đó có các dự án đầu tư phát triển du lịch. Đồng thời, thực hiện đúng các cam kết với các nhà đầu tư, huy động tối đa và sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực tập trung đầu tư xây dựng, hoàn thiện cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội, đẩy nhanh tiến độ các công trình, dự án trọng điểm để đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Năm là, để hỗ trợ, cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho các doanh nghiệp đầu tư phát triển du lịch, thành phố tập trung đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển của du lịch trong giai đoạn mới, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực du lịch có trình độ tay nghề cao; gắn kết giữa cơ sở đào tạo với doanh nghiệp, thực hiện đào tạo theo yêu cầu của doanh nghiệp. Phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, hướng tới phát triển bền vững. Tăng cường năng lực, hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch. Chấn chỉnh, xử lý những hành vi vi phạm trong lĩnh

vực du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách. Xây dựng hình ảnh du lịch Hải Phòng văn minh, thân thiện và mến khách.

Những thành công, hướng đi đúng đắn với nhiều giải pháp của thành phố trong thời gian qua về phát triển du lịch cùng tầm nhìn, mục tiêu rõ ràng trong thời gian tới mang lại kỳ vọng lớn cho sự bứt phá của du lịch Hải Phòng, góp phần hiện thực hóa mục tiêu xây dựng Cát Bà, Đồ Sơn cùng với Hạ Long (Quảng Ninh) thành trung tâm du lịch quốc tế; du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố Hải Phòng.

3. Kiến nghị, đề xuất

Thành phố Hải Phòng kính đề nghị Chính phủ:

1. Tiếp tục dành nguồn lực thích hợp từ ngân sách Trung ương đầu tư phát triển hạ tầng giao thông, nhất là tại các địa bàn trọng điểm về du lịch nhằm nâng cao khả năng kết nối giao thông nhiều hình thức tới các khu, điểm du lịch quốc gia. Chỉ đạo các Bộ, ngành tập trung đầu tư một số cảng biển và cảng thủy nội địa chuyên dùng tại các địa bàn có điều kiện thuận lợi phát triển du lịch đường biển và đường sông; cải thiện hạ tầng và chất lượng dịch vụ đường sắt phục vụ khách du lịch.

2. Xem xét bổ sung quy định về việc quản lý đất đai đối với các loại hình căn hộ du lịch (condotel) để đảm bảo cơ sở pháp lý về huy động vốn đầu tư trong lĩnh vực du lịch và quyền hợp pháp của nhà đầu tư.

3. Xem xét sửa đổi, bổ sung điểm g khoản 1 Điều 31 Luật Đầu tư theo hướng phân cấp thẩm quyền chấp thuận chủ trương đầu tư của Thủ tướng Chính phủ cho Ủy ban nhân dân cấp tỉnh đối với các dự án đầu tư không phân biệt quy mô diện tích đất, dân số thuộc phạm vi khu vực bảo vệ II của khu vực di tích được cấp có thẩm quyền công nhận là di tích quốc gia, di tích quốc gia đặc biệt nhằm đơn giản thủ tục hành chính, tháo gỡ các điểm nghẽn về thủ tục đầu tư, đảm bảo tuân thủ theo đúng quy định của pháp luật.

4. Phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn đang là hướng đi được nhiều địa phương áp dụng để mở rộng không gian du lịch, hướng tới phát triển du lịch bền vững, có trách nhiệm và góp phần cải thiện sinh kế người dân; phù hợp với chủ trương, định hướng của Trung ương và xu hướng du lịch hậu COVID-19. Đề nghị Trung ương có cơ chế, chính sách phù hợp để phát triển du lịch nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới, nhất là trong công tác triển khai quy hoạch về du lịch gắn với tổ chức không gian, lãnh thổ và các quy định liên quan tới quản lý đất đai, bảo vệ môi trường, an ninh trật tự...

5. Chỉ đạo Đoàn công tác tham dự cuộc họp thường niên của Đại hội đồng UNESCO để bảo vệ đề cử Di sản Thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà tại Cộng hòa Pháp dự kiến vào 7/2022. Tổ chức các hoạt động truyền thông vận động cho đề cử Di sản Thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà, trong đó vận động các quốc gia thành viên tại Ủy ban di sản thế giới UNESCO bỏ phiếu ủng hộ cho đề cử./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH THANH HÓA

Nguyễn Văn Thi

Phó Chủ tịch Thường trực UBND tỉnh Thanh Hóa

1. Tổng quan về tài nguyên du lịch tỉnh Thanh Hóa

Là một tỉnh lớn, có diện tích tự nhiên 11.116,3 km², đứng thứ 5 cả nước, được chia thành 27 đơn vị hành chính (gồm 02 thành phố, 02 thị xã và 23 huyện); dân số trên 3,64 triệu người, đứng thứ 3 cả nước (sau Thủ đô Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh); Thanh Hóa được ví như một “Việt Nam thu nhỏ” với đầy đủ các loại địa hình, hệ sinh thái và vùng miền, gồm: đồng bằng, miền núi, trung du và ven biển; có vị trí chiến lược quan trọng, nằm trên trục giao thông đường bộ và đường sắt Bắc Nam, có đường thông thương sang Lào qua Cửa khẩu Quốc tế Na Mèo; nằm trong không gian du lịch của trung tâm du lịch thủ đô Hà Nội, với ưu thế tài nguyên thiên nhiên và nền văn hóa phong phú, đa dạng.

Với 102 km đường bờ biển tương đối bằng phẳng, có nhiều bãi cát vàng mịn, nước biển trong, sóng lớn, nồng độ muối vừa phải, phù hợp với sức khỏe con người...; kết hợp với quần thể các đảo, cửa lạch, cảng biển đã tạo nên những bãi tắm, cảnh quan đẹp nổi tiếng như: Cửa Thần Phù (huyện Nga Sơn), núi Trường Lệ, biển Sầm Sơn, Nam Sầm Sơn (thành phố Sầm Sơn), Tiên Trang (huyện Quảng Xương), Hải Tiến (huyện Hoằng Hóa), Hải Hoà (thị xã Nghi Sơn).

Bên cạnh tài nguyên du lịch biển, tỉnh Thanh Hóa còn được thiên nhiên ưu đãi, có nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển loại hình du lịch khám phá, mạo hiểm tạo nên từ những hang động đá vôi đẹp, gắn với các truyền thuyết, các di tích lịch sử văn hóa, di chỉ khảo cổ như: Động Từ Thức (huyện Nga Sơn), động Hồ Công (huyện Vĩnh Lộc), quần thể hang động Trường Lâm (thị xã Tĩnh Gia), hang Con Moong (huyện Thạch Thành), động Cây Đăng (huyện Cẩm Thủy)... và những khu bảo tồn, rừng nguyên sinh hàng trăm năm tuổi, là nơi cư trú, sinh sống, bảo tồn gen của nhiều loại động, thực vật đặc hữu, quý hiếm như: Khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông (huyện Bá Thước, huyện Quan Hóa), Pù Hu (huyện Quan Hóa, huyện Mường Lát), Xuân Liên (huyện Thường Xuân); Vườn quốc gia Bến En (huyện Như Thanh), rừng Sến Tam Quy (huyện Hà Trung)... hứa hẹn sẽ trở thành những khu du lịch sinh thái hấp dẫn.

Không chỉ có nguồn tài nguyên tự nhiên hấp dẫn, Thanh Hóa còn có hệ thống 1.535 di tích lịch sử, văn hóa có giá trị đặc trưng và đa dạng về thể loại, với 855 di tích được xếp hạng, trong đó có 115 di tích Quốc gia và 710 di tích cấp tỉnh; đặc biệt, có những cụm di tích mang tầm quốc gia và quốc tế, có giá trị, ý nghĩa đặc

biệt về lịch sử, kiến trúc, nghệ thuật như: Di tích lịch sử Thành Nhà Hồ (huyện Vĩnh Lộc), đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới vào năm 2011, Khu di tích văn hóa lịch sử Lam Kinh và Đền Lê Hoàn (huyện Thọ Xuân), Đền Bà Triệu (huyện Hậu Lộc), Di chỉ khảo cổ học hang Con Moong (huyện Thạch Thành) và Di tích danh thắng Sầm Sơn (thành phố Sầm Sơn) đã được Thủ tướng Chính phủ xếp hạng cấp quốc gia đặc biệt. Ngoài ra, hệ thống văn hoá phi vật thể của Thanh Hoá cũng rất đa dạng và độc đáo, mang sắc thái riêng của 07 dân tộc anh em, với khoảng 300 lễ hội truyền thống, lễ hội liên quan đến tín ngưỡng tôn giáo, các trò chơi, trò diễn dân gian, các làn điệu dân ca, dân vũ, sắc phong, văn bia, thần tích, phong tục tập quán, cùng 161 làng nghề, nghề truyền thống và nét ẩm thực vô cùng phong phú...; là những lợi thế đặc biệt để phát triển du lịch Thanh Hoá nhanh và bền vững.

Trong những năm qua, các cấp ủy đảng, chính quyền đã và đang ưu tiên tập trung các nguồn lực, khai thác có hiệu quả tiềm năng, lợi thế về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội, nguồn tài nguyên du lịch, từng bước đưa du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, góp phần đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, nâng cao đời sống vật chất tinh thần của Nhân dân. Đặc biệt, Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XVIII, nhiệm kỳ 2015-2020 đã xác định Chương trình phát triển du lịch là một trong 05 chương trình trọng tâm phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, du lịch Thanh Hóa đã có sự tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ. Giai đoạn 2016-2020, Thanh Hóa đã đón hơn 38,5 triệu lượt khách, gấp 1,8 lần giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 5,8%/năm, cao hơn mức bình quân chung của cả nước; trong đó, khách quốc tế đón được 909.800 lượt khách, gấp 2,2 lần giai đoạn 2011-2015; tổng doanh thu du lịch toàn tỉnh đạt 49.823 tỷ đồng, gấp 3 lần giai đoạn 2011-2015, trong đó tổng thu từ khách quốc tế đạt 245,1 triệu USD, gấp 3,6 lần giai đoạn 2011-2015. Đóng góp của du lịch vào GRDP toàn tỉnh năm 2019 (thời điểm trước khi xảy ra đại dịch COVID-19) đạt khoảng 10%, trong đó đóng góp trực tiếp khoảng 4,3%, đóng góp gián tiếp khoảng 5,7%. Năm 2020, mặc dù ảnh hưởng của dịch COVID-19, nhưng tỉnh Thanh Hoá vẫn giữ được vị trí top đầu trong cả nước về các chỉ tiêu phát triển du lịch, như: xếp thứ 5 về lượt khách du lịch; xếp thứ 8 về tổng doanh thu du lịch; xếp thứ 6 về số lượng cơ sở lưu trú.

Với mục tiêu phát huy những thành quả đạt được trong tình hình mới, Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2020-2025 tiếp tục xác định Chương trình phát triển du lịch là một trong 06 chương trình trọng tâm trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, hướng đến mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trọng điểm du lịch của cả nước vào năm 2030; trong đó xác định việc xây dựng và triển khai thực hiện các cơ chế, chính sách trong thu hút đầu tư là một nhiệm vụ then chốt.

2. Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện các cơ chế, chính sách đặc thù trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch

Xác định được vai trò quan trọng của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội,

thời gian qua, được sự quan tâm, định hướng thống nhất của Bộ Chính trị, Chính phủ, các Ban, bộ, ngành Trung ương thông qua các Nghị quyết, quyết định quan trọng: Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030..., tỉnh Thanh Hóa đã chủ động triển khai thực hiện và ban hành nhiều chủ trương, chính sách nhằm phát huy lợi thế vị trí địa lý, các giá trị tài nguyên để phát triển du lịch; trong đó, quan trọng nhất là việc hoàn thiện hệ thống quy hoạch, tập trung nguồn lực đầu tư cơ sở hạ tầng, đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, ban hành các chương trình, kế hoạch, đề án phát triển du lịch và đặc biệt là tạo điều kiện về cơ chế khi có dự án đầu tư về du lịch..., tạo môi trường hấp dẫn thu hút đầu tư.

a) Về công tác lập và triển khai quy hoạch du lịch

Theo Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Thanh Hóa được xác định là một trong những trọng điểm phát triển du lịch của cả nước và khu vực Bắc Trung Bộ. Căn cứ vào các định hướng chiến lược và Quy hoạch đã được xác định, tỉnh Thanh Hóa đã ban hành Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030, chương trình, kế hoạch phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2011 - 2015, 2016 - 2020... Trên cơ sở đó, hầu hết các khu, điểm du lịch có tiềm năng trên địa bàn tỉnh đã được lập quy hoạch, đưa vào quản lý, đầu tư, khai thác, tạo điểm đến hấp dẫn đối với du khách. Giai đoạn 2011 - 2020, có 29 dự án quy hoạch du lịch được lập, trong đó có 22 dự án đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt như: Điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Sầm Sơn đến năm 2040; Quy hoạch phân khu Khu du lịch Lam Kinh; Quy hoạch phân khu khu du lịch Cẩm Lương; Quy hoạch phân khu khu du lịch thác Hiêu... và 07 dự án quy hoạch đang triển khai nghiên cứu, nâng tổng số quy hoạch du lịch trên địa bàn toàn tỉnh lên 46 quy hoạch.

Nhìn chung, công tác lập quy hoạch phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh được triển khai kịp thời, là cơ sở để hoàn thiện hạ tầng, thu hút và triển khai thực hiện các dự án đầu tư về du lịch. Trình tự, thủ tục lập quy hoạch tuân thủ theo quy định của pháp luật hiện hành, chất lượng quy hoạch ngày càng được nâng cao, các quy hoạch được lập phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của cả nước và của tỉnh, Chiến lược và Quy hoạch phát triển du lịch Việt Nam và Thanh Hóa, góp phần làm cơ sở khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên, thu hút khách du lịch đem lại lợi ích kinh tế - xã hội cho địa phương. Bên cạnh đó, công tác quản lý quy hoạch cũng được tăng cường, các dự án quy hoạch sau khi được phê duyệt được tổ chức công bố và công khai trên cổng thông tin quy hoạch của tỉnh nhằm cung cấp một cách đầy đủ và nhanh chóng đến với nhà đầu tư, du khách và nhân dân; việc lập danh mục dự án kêu gọi đầu tư theo các đề án quy hoạch được triển khai thường xuyên; công tác kiểm tra, rà soát các dự án, đặc biệt là các dự án chậm tiến độ, tổng hợp kiến nghị của các chủ đầu tư để kiến nghị cơ quan có thẩm quyền đã được triển khai

một cách kịp thời.

b) Về đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng du lịch

Trên cơ sở các quy hoạch được cấp có thẩm quyền phê duyệt, tỉnh Thanh Hóa đã tập trung đầu tư các dự án cơ sở hạ tầng trọng yếu, quy mô lớn, có tính chất quan trọng, là đòn bẩy thúc đẩy phát triển kinh tế nói chung và thu hút các dự án đầu tư kinh doanh du lịch nói riêng, như kết nối Cảng hàng không, cảng biển đến trung tâm các đô thị và các khu, điểm du lịch; đường giao thông kết nối các khu điểm du lịch trọng điểm; đường giao thông nội khu đối với các khu du lịch cộng đồng...

Giai đoạn 2011-2020, có 31 dự án đầu tư cơ sở hạ tầng được triển khai với tổng dự toán được duyệt 3.200 tỷ đồng (trong đó ngân sách Trung ương hỗ trợ 1.600 tỷ đồng), nâng tổng số dự án đầu tư cơ sở hạ tầng trên địa bàn toàn tỉnh lên 47 dự án, tổng dự toán được duyệt 4.290 tỷ đồng. Một số dự án có quy mô lớn đã và đang được tập trung triển khai như: Dự án đường bộ ven biển qua địa bàn tỉnh (1.480 tỷ đồng), dự án cải tạo, nâng cấp đường Hồ Xuân Hương (thành phố Sầm Sơn) đoạn từ chân núi Trường Lệ đến Vạn Chài (455,6 tỷ đồng) và các dự án đường giao thông đến các khu du lịch: Sầm Sơn, Hải Tiến, Hải Hòa, Bến En, Lam Kinh... Ngoài ra, hệ thống hạ tầng thông tin, viễn thông, cấp điện, cấp nước, xử lý rác thải, nước thải không ngừng được hoàn thiện; hạ tầng Cảng Hàng không Thọ Xuân được đầu tư nâng cấp, đảm bảo các điều kiện khai thác các chuyến bay nội địa và charter quốc tế, Cảng biển nước sâu Nghi Sơn, cùng với hệ thống nhà ga, bến xe được đầu tư, nâng cấp, đưa vào khai thác, vận hành, đã đáp ứng nhu cầu đi lại, tham quan của nhân dân và du khách.

c) Về đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính

Với mục tiêu cải cách thủ tục hành chính, tạo sự thuận lợi, minh bạch và hỗ trợ tối đa cho doanh nghiệp khi thực hiện các dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh, UBND tỉnh Thanh Hóa đã ban hành Quyết định số 559/2013/QĐ-UBND ngày 12/02/2013, Quyết định số 999/2015/QĐ-UBND ngày 26/03/2015, Quyết định số 22/2018/QĐ-UBND ngày 10/7/2018 về Quy định việc thực hiện trình tự, thủ tục quyết định chủ trương đầu tư; chấp thuận địa điểm đầu tư; giao đất, cho thuê đất, chuyển mục đích sử dụng đất để thực hiện dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa để thống nhất triển khai thực hiện; Kế hoạch số 59/KH-UBND ngày 19/3/2018 của UBND tỉnh về tiến độ triển khai các dự án đầu tư kinh doanh lớn trên địa bàn tỉnh, đồng thời, phân công nhiệm vụ cho Chủ tịch, các Phó Chủ tịch UBND tỉnh trực tiếp theo dõi, chỉ đạo, kiểm tra, đôn đốc triển khai thực hiện từng dự án cụ thể; phân công các sở, ban, ngành làm nhiệm vụ đầu mối, tạo sự chủ động và nâng cao trách nhiệm trong công tác tham mưu, phối hợp và theo dõi, kiểm tra, đôn đốc tiến độ thực hiện các dự án, trong đó có các dự án phát triển du lịch, đặc biệt là thời gian hoàn thành giải phóng mặt bằng, bàn giao mặt bằng sạch cho nhà đầu tư. Định kỳ hàng tháng, UBND tỉnh tổ chức gặp gỡ, tiếp xúc doanh nghiệp để nắm bắt, lắng nghe đề xuất, kiến nghị, tâm tư, nguyện vọng của các doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ

khó khăn, vướng mắc trong quá trình đầu tư, thực hiện dự án.

Tỉnh Thanh Hóa đã tập trung rà soát, đẩy mạnh cải cách hành chính trong lĩnh vực đầu tư và kinh doanh, đặc biệt là lĩnh vực du lịch (một trong 5 trụ cột phát triển của tỉnh đến năm 2045). Đẩy mạnh cải cách hành chính, kịp thời điều chỉnh, bổ sung các thủ tục hành chính trong lĩnh vực phát triển doanh nghiệp, đầu tư kinh doanh (theo đó, thời gian chấp thuận chủ trương đầu tư được rút ngắn 15 ngày so với quy định, cấp giấy chứng nhận đăng ký đầu tư đối với các dự án đầu tư nước ngoài rút ngắn 10 ngày, các dự án đầu tư trong nước rút ngắn 5 ngày, cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh chỉ còn 3 ngày); thực hiện niêm yết, công khai các quy định về trình tự, thời gian xử lý, lệ phí, thành phần hồ sơ... nhằm tạo thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp, nhà đầu tư khi thực hiện các thủ tục đầu tư, kinh doanh trên địa bàn; thực hiện nghiêm túc công khai kết quả giải quyết thủ tục hành chính tại Trung tâm phục vụ hành chính công của tỉnh và công khai xin lỗi trong giải quyết thủ tục hành chính của các cơ quan, đơn vị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa theo Quyết định số 876/2017/QĐ-UBND ngày 27/3/2017 của UBND tỉnh.

d) Về cơ chế, chính sách tạo môi trường thuận lợi phát triển du lịch

Tỉnh Thanh Hóa đã ban hành chính sách hỗ trợ các hãng hàng không mở đường bay mới từ Cảng hàng không Thọ Xuân đi các cảng hàng không trong nước và quốc tế nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội, thu hút các nhà đầu tư, khách du lịch đến với tỉnh (Nghị quyết số 125/2018/NQ-HĐND ngày 13/12/2018 của HĐND tỉnh); đồng thời, đã chú trọng áp dụng các cơ chế, chính sách ưu đãi khuyến khích các doanh nghiệp theo quy định pháp luật về đầu tư. UBND tỉnh đã xem xét, quyết định cơ chế cho từng ưu đãi đầu tư cho từng dự án theo đúng quy định của Luật Đầu tư, Nghị định số 118/2015/NĐ-CP ngày 12/11/2015 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Đầu tư và Thông tư số 83/2016/TT-BTC ngày 17/6/2016 của Bộ trưởng Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện ưu đãi đầu tư; mức ưu đãi cụ thể được thực hiện theo các quy định của pháp luật.

Đặc biệt, trên cơ sở triển khai thực hiện Quyết định số 290-QĐ/TU ngày 27/5/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XVIII về việc ban hành Chương trình phát triển du lịch giai đoạn 2016-2020, Kế hoạch số 156/KH-UBND ngày 17/10/2016 của UBND tỉnh về thực hiện chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XVIII, Đề án phát triển sản phẩm du lịch mũi nhọn, các đề án phát triển du lịch tại các khu vực như: Thành Nhà Hồ, Lam Kinh, Sầm Sơn... và các đề án phát triển du lịch cộng đồng tại các huyện miền núi có tiềm năng du lịch của tỉnh (Bá Thước, Cẩm Thủy, Lang Chánh, Như Xuân, Như Thanh, Quan Sơn, Quan Hóa...), nhiều nhiệm vụ, đề án, chương trình, dự án, trong đó chú trọng xây dựng các quy hoạch, đầu tư hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, phát triển sản phẩm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đẩy mạnh quảng bá xúc tiến đã được ưu tiên nguồn lực tập trung triển khai thực hiện. Đây chính là chính sách gián tiếp tạo điều kiện cho

các địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư phát triển du lịch.

e) Về công tác xúc tiến thu hút đầu tư

Giai đoạn 2011-2020, quan hệ hợp tác của tỉnh Thanh Hoá với đại sứ quán các nước tại Việt Nam, các nhà tài trợ, các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức tài chính quốc tế, các tập đoàn kinh tế, các tỉnh, thành phố được mở rộng, đi vào thực chất và hiệu quả hơn; hợp tác toàn diện với tỉnh Hủa Phăn, Nước CHDCND Lào được tăng cường; mở rộng quan hệ và ký kết thỏa thuận hợp tác với thành phố Seong Nam, Hàn Quốc, tỉnh Mittelsachsen, CHLB Đức; thiết lập quan hệ hợp tác ngoại giao với tỉnh Farwaniyah, Cô - Oét, tỉnh Tula, Nga. Hoạt động kinh tế đối ngoại và xúc tiến đầu tư được đổi mới theo hướng tập trung vào các địa bàn, đối tác trọng điểm: Lãnh đạo tỉnh đã tiếp và làm việc với nhiều đoàn công tác của các tổ chức, tập đoàn, doanh nghiệp lớn trong và ngoài nước, ký kết biên bản ghi nhớ, hợp tác đầu tư; tham dự các hội nghị, tổ chức các đoàn công tác, xúc tiến đầu tư tại nhiều nước trên thế giới như Hàn Quốc, Nhật Bản, Cộng hòa Liên Bang Đức, Singapore, Pháp, Nga, Mỹ, Đài Loan...; tổ chức Hội nghị gặp gỡ các doanh nghiệp FDI, doanh nhân và sản phẩm tiêu biểu trên địa bàn tỉnh. Đặc biệt, đã tổ chức thành công các Hội nghị Xúc tiến đầu tư tỉnh Thanh Hóa vào năm 2017 và năm 2020. Trong đó năm 2017, có 06 dự án trong lĩnh vực du lịch, dịch vụ, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng được trao quyết định chủ trương đầu tư, thỏa thuận nghiên cứu đầu tư với tổng vốn đăng ký 1,342 tỷ USD; tại Hội nghị năm 2020, có 19 dự án được trao Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư với tổng vốn khoảng 2,5 tỷ USD và ký kết Biên bản ghi nhớ hợp tác đầu tư 15 dự án với tổng vốn đầu tư 12,5 tỷ USD; trong đó, lĩnh vực du lịch có 05 dự án với tổng mức vốn đầu tư khoảng 746 triệu USD.

g) Về hỗ trợ nhà đầu tư trong quá trình triển khai dự án

Tỉnh Thanh Hóa đã có bước đột phá trong việc thực hiện tiếp nhận phản ánh, kiến nghị để giải quyết kịp thời những khó khăn, vướng mắc cho doanh nghiệp, nhà đầu tư trong quá trình đầu tư, sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh; nhất là trong giai đoạn 2016 - 2020, Ban Thường vụ Tỉnh ủy ban hành Quy chế đối thoại trực tiếp với dân và xử lý những phản ánh, kiến nghị của dân của đồng chí Bí thư Tỉnh ủy; định kỳ hàng tháng, đồng chí Bí thư Tỉnh ủy đối thoại với dân tại Trụ sở tiếp công dân của tỉnh. Chủ tịch UBND tỉnh duy trì lịch tiếp doanh nghiệp định kỳ hàng tháng và chỉ đạo các sở, ban, ngành, địa phương, đơn vị liên quan thực hiện nghiêm việc tiếp nhận phản ánh, kiến nghị của người dân, doanh nghiệp về cơ chế, chính sách, thủ tục hành chính, những khó khăn vướng mắc liên quan; qua đó, kịp thời tháo gỡ, đảm bảo phù hợp với quy định. Từ năm 2016 đến nay, đã tiếp nhận và trả lời trực tiếp 360 phản ánh, kiến nghị; tiếp nhận, trả lời qua hệ thống <https://phanhoi.thanhhoa.gov.vn> với 134 phản ánh, kiến nghị của người dân và doanh nghiệp.

UBND tỉnh đã tổ chức các Hội nghị giao ban giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện các dự án có tác động lớn đến phát triển kinh tế - xã hội đang triển khai thực hiện trên địa bàn tỉnh để kịp thời tháo gỡ, đẩy nhanh

tiến độ thực hiện các dự án đầu tư, khuyến khích các doanh nghiệp tích cực đẩy mạnh sản xuất kinh doanh; ký kết cam kết với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp; công tác bồi thường, giải phóng mặt bằng được chỉ đạo quyết liệt, nhất là đối với các dự án trọng điểm; các quy định về bồi thường, hỗ trợ và tái định cư khi Nhà nước thu hồi đất trên địa bàn tỉnh được ban hành kịp thời, tạo điều kiện thuận lợi trong việc triển khai thực hiện các dự án đầu tư, trong đó có các dự án đầu tư kinh doanh du lịch.

h) Về công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch

Nhiều đề án, kế hoạch phát triển nguồn nhân lực du lịch đã được phê duyệt, triển khai như: Đề án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Thanh Hóa đến năm 2020; Đề án Nâng cao chất lượng đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên trên địa bàn tỉnh; Đề án Xây dựng chương trình đào tạo nâng cao chất lượng quản trị doanh nghiệp du lịch theo mô hình chuẩn quốc tế giai đoạn 2017-2020...; qua đó, đã tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng, nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng nghề cho lao động trong các doanh nghiệp du lịch gồm: 10 lớp cập nhật kiến thức định kỳ cho hướng dẫn viên du lịch với 620 học viên; 21 lớp bồi dưỡng du lịch cộng đồng với 2.200 học viên; 02 lớp đào tạo bồi dưỡng quản trị doanh nghiệp du lịch và lớp nâng cao chất lượng quản trị doanh nghiệp du lịch theo mô hình chuẩn quốc tế (90 học viên/lớp); 01 lớp bồi dưỡng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch cho đối tượng là Giám đốc, quản lý các khách sạn 1 - 5 sao; 30 lớp nghiệp vụ du lịch với 4.470 học viên; 05 lớp bồi dưỡng giám đốc khách sạn với 250 học viên. Tỉnh đã giao Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch phối hợp với các địa phương trọng điểm phát triển du lịch như thành phố Sầm Sơn, thị xã Nghi Sơn, huyện Hoằng Hóa... tổ chức các lớp bồi dưỡng văn hóa giao tiếp, ứng xử và quản trị doanh nghiệp. Thông qua công tác đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đã tạo điều kiện đáp ứng nhu cầu lao động cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh, góp phần nâng cao chất lượng phục vụ, chất lượng sản phẩm du lịch.

i) Về kết quả thu hút các dự án đầu tư du lịch

Nhờ được sự quan tâm của Trung ương và tỉnh đã có những cơ chế, chính sách hợp lý, kịp thời, linh hoạt trong việc tổ chức khai thác và phát triển du lịch, trong giai đoạn vừa qua, du lịch tỉnh Thanh Hoá đã gặt hái được những thành công đáng khích lệ và hiện đang nổi lên như một điểm sáng trong thu hút đầu tư du lịch của cả nước. Giai đoạn 2011 - 2020, toàn tỉnh có 69 dự án kinh doanh du lịch được cấp phép đầu tư, tổng vốn đăng ký gần 150.000 tỷ đồng, đã thực hiện được khoảng 37.000 tỷ đồng; nâng tổng số dự án đầu tư kinh doanh trong lĩnh vực du lịch đến hết năm 2020 là 81 dự án với tổng vốn đăng ký đầu tư trên 150.000 tỷ đồng; trong đó có những dự án quy mô lớn, hệ thống dịch vụ đồng bộ, có chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch trong và ngoài nước như: Quần thể Khu du lịch nghỉ dưỡng và sân golf FLC tại thành phố Sầm Sơn của Tập đoàn FLC (11.448 tỷ đồng), Khu tổ hợp dịch vụ thương mại, khách sạn Vincom của Tập đoàn Vingroup (13.000 tỷ đồng), Khu du lịch sinh thái biển Tiến Thanh của Công ty TNHH Đầu

tư và Du lịch biển Hải Tiến (600 tỷ đồng); Dự án Quảng trường biển, trục cảnh quan lễ hội thành phố Sầm Sơn (1.482 tỷ đồng), 03 dự án đối ứng dự án Quảng trường biển, trục cảnh quan lễ hội thành phố Sầm Sơn: Khu đô thị quảng trường biển; Khu đô thị vui chơi giải trí sông Đơ; Khu đô thị sinh thái sông Đơ, thành phố Sầm Sơn (25.000 tỷ đồng) và Khu đô thị du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và vui chơi giải trí cao cấp Bến En, huyện Như Thanh (4.960 tỷ đồng) của Công ty Cổ phần Tập đoàn Mặt Trời; Khu phức hợp khách sạn, trung tâm thương mại tại xã Quảng Nham, huyện Quảng Xương (4.969 tỷ đồng) của Công ty Cổ phần ORG, Dự án Flamingo Linh Trường Khu B, xã Hoàng Trường, huyện Hoàng Hóa (1.570 tỷ đồng) của Công ty Cổ phần Flamingo Holding Group, Dự án khu đô thị du lịch sinh thái Tân Dân, Khu kinh tế Nghi Sơn (1.024 tỷ đồng) của Công ty Cổ phần Tập đoàn T&T và dự kiến trong thời gian tới sẽ tiếp tục thu hút nhiều dự án du lịch đẳng cấp, có quy mô quy mô lớn, như: Dự án Khu du lịch Hoàng Phụ (huyện Hoàng Hóa); Dự án TNG Hà Long Golf & Resort, Nông nghiệp Công nghệ Cao TNGreen (huyện Hà Trung); Dự án Khu đô thị sinh thái, du lịch ven sông Mã (thành phố Sầm Sơn); Dự án Khu du lịch sinh thái Hồ Yên Mỹ (Khu kinh tế Nghi Sơn); Khu quần thể nghỉ dưỡng khoáng nóng tại xã Quảng Yên (huyện Quảng Xương) và Dự án Khu du lịch phía Đông đường ven biển huyện Quảng Xương; Dự án Khu du lịch suối cá Cẩm Lương (huyện Cẩm Thủy)... với tổng vốn đăng ký khoảng 40.000 tỷ đồng.

3. Một số đề xuất, kiến nghị với Trung ương để phát triển du lịch Thanh Hóa

1. Tiếp tục nâng cấp Cảng hàng không Thọ Xuân thành Cảng hàng không quốc tế và đầu tư theo quy mô đã phê duyệt tại Quyết định số 236/QĐ-TTg ngày 23/2/2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch phát triển giao thông vận tải hàng không giai đoạn đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

2. Ưu tiên hỗ trợ nguồn lực cho tỉnh Thanh Hóa tiếp tục triển khai thực hiện theo lộ trình và hoàn thành 02 quy hoạch đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, gồm: Quyết định số 1316/QĐ-TTg ngày 12/8/2015 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể bảo tồn, phát huy giá trị di tích Thành Nhà Hồ và vùng phụ cận gắn với phát triển du lịch và Quyết định số 396/QĐ-TTg ngày 05/3/2013 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị khu di tích lịch sử văn hóa Hàm Rồng.

3. Nhằm tạo bước đột phá, thu hút đầu tư, thúc đẩy du lịch phát triển nhanh và bền vững, đề nghị Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định bổ sung: Sầm Sơn, Thành Nhà Hồ, Hàm Rồng, Lam Kinh, Bến En và Pù Luông vào danh mục khu du lịch quốc gia trong Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2030, tầm nhìn đến năm 2050; đồng thời, quan tâm tăng nguồn kinh phí hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng các khu du lịch quốc gia nêu trên để tập trung phát triển trở thành thương hiệu du lịch quốc gia và tạo sự lan tỏa, thúc đẩy phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa và khu vực Bắc Trung Bộ.

4. Cho phép đầu tư dự án cảng tàu khách du lịch quốc tế chuyên biệt tại Khu Kinh tế Nghi Sơn nhằm tăng cường hạ tầng phục vụ du lịch trên biển và đẩy mạnh các

hoạt động du lịch đường biển, kết nối tỉnh Thanh Hóa với khu vực và quốc tế.

5. Hỗ trợ tỉnh Thanh Hoá tiếp cận, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá, giới thiệu du lịch trên các kênh truyền thông trong nước và quốc tế.

6. Sớm đẩy mạnh việc thực hiện giải pháp “điều chỉnh giá điện áp dụng cho các cơ sở lưu trú du lịch ngang bằng với giá điện sản xuất” theo tinh thần Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị nhằm giảm bớt chi phí cho doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA QUẢNG BÌNH TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ

Trần Thắng

Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Bình

Dẫn nhập

Du lịch có vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế quốc gia, đây được xem như là 1 trong 3 ngành kinh tế mũi nhọn, được chú trọng đầu tư, không ngừng phát triển và có những đóng góp tích cực vào tăng trưởng của toàn nền kinh tế. Tuy vậy, trong hơn 01 năm qua, đại dịch COVID-19 đã gây ảnh hưởng nặng nề đến sự phát triển của du lịch cả nước nói chung, du lịch Quảng Bình nói riêng. Nhiều cơ sở lưu trú, nhà hàng, cửa hàng dịch vụ phải đóng cửa, dẫn đến doanh thu ngành du lịch sụt giảm mạnh, nhiều hoạt động bị ngưng trệ chưa thể hồi phục được.

Trong bối cảnh đó, ngành du lịch Quảng Bình vẫn luôn chuẩn bị sẵn sàng các điều kiện để mở cửa trở lại các hoạt động du lịch ngay khi dịch bệnh được kiểm soát. Tỉnh đã cố gắng duy trì sự kết nối với các thị trường khách du lịch trong nước và quốc tế qua các nền tảng số, kết hợp triển khai quảng bá sản phẩm du lịch mới và các hoạt động nhằm tiếp tục giữ vững được thương hiệu điểm đến du lịch an toàn và khác biệt. Ngay sau khi Chính phủ ban hành Nghị quyết 128 về quy định tạm thời “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19”, tỉnh Quảng Bình là một trong những địa phương đầu tiên tổ chức trở lại các hoạt động đón khách du lịch an toàn và hiệu quả. Bên cạnh đó, hoạt động xúc tiến, thu hút đầu tư và hỗ trợ phát triển doanh nghiệp để thúc đẩy sự phục hồi và phát triển du lịch được quan tâm chỉ đạo.

Tham dự Hội thảo Du lịch năm 2021 với chủ đề “Du lịch Việt Nam - phục hồi và phát triển trong bối cảnh mới”, thay mặt UBND tỉnh Quảng Bình, tôi xin gửi đến Hội nghị một số chia sẻ về *“Thực tế xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của địa phương trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch tại Quảng Bình và đề xuất, kiến nghị để thúc đẩy sự phục hồi, tăng trưởng và phát triển du lịch Việt Nam, du lịch Quảng Bình trong điều kiện bình thường mới”*.

1. Giới thiệu về tiềm năng du lịch Quảng Bình

Quảng Bình là địa phương có nhiều lợi thế, tiềm năng và giàu tài nguyên phát triển du lịch. Trong đó, nổi bật là Di sản thiên nhiên thế giới Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng với diện tích hơn 120.000 ha, được UNESCO hai lần công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới vào năm 2003 và năm 2015 với các tiêu chí về địa chất, địa mạo, đa dạng sinh học và cảnh quan môi trường, đây cũng là Di sản đầu tiên trong khu vực Đông Nam Á đạt 3/4 tiêu chí dành cho một Di sản thiên nhiên thế

giới. Được mệnh danh là “Vương quốc hang động”, vùng núi đá vôi Phong Nha - Kẻ Bàng với hệ thống địa mạo được hình thành trên 400 triệu năm, chứa đựng hàng ngàn hang động lớn nhỏ có giá trị mang tầm thế giới như động Sơn Đoòng lớn nhất thế giới, hang En lớn thứ ba thế giới, hang Va có hệ thống thạch nhũ độc đáo, hiếm có trên thế giới, động Phong Nha, động Tiên Sơn, động Thiên Đường, hang Tối cũng là những cái tên nổi tiếng thế giới. Ngoài hệ thống hang động kỳ vĩ, Phong Nha - Kẻ Bàng còn có những dòng sông với màu xanh ngọc bích lung linh, những cánh rừng nguyên sinh với hệ sinh vật vô cùng đa dạng, phong phú.

Quảng Bình có dải cát ven biển dài 116km với nhiều bãi tắm đẹp, hoang sơ, nước trong cát mịn, như: Nhật Lệ, Bảo Ninh, Quang Phú, Đá Nhảy, Hải Ninh... và nhiều món ăn hải sản tươi ngon, độc đáo; các khu suối nước nóng với nhiều nguyên tố vi lượng quý hiếm tốt cho sức khỏe và rất thuận lợi để đầu tư phát triển các khu du lịch nghỉ dưỡng, chữa bệnh cao cấp như suối nước nóng Bang, suối nước nóng Phúc Trạch, suối nước nóng Ngư Hóa...

Quảng Bình còn là vùng đất địa linh nhân kiệt, nơi giao thoa và tiếp biến văn hoá, có di chỉ văn hoá Bàu Tró, các di chỉ thuộc nền văn hoá Hoà Bình và Đông Sơn, Đền thờ Thánh mẫu Liễu Hạnh, Chùa Hoàng Phúc hơn 700 năm, nhiều di tích lịch sử như: Quảng Bình Quan, Luỹ Thầy, Rào Sen, Thành Nhà Ngo, thành quách của thời Trịnh - Nguyễn, nhiều địa danh nổi tiếng trong hai cuộc kháng chiến chống xâm lược của dân tộc như Cự Nẫm, Cảnh Dương, Cha Lo, Cổng Trời, Xuân Sơn, Long Đại, đường Hồ Chí Minh v.v...

Định hướng phát triển du lịch Quảng Bình

Xác định lợi thế cạnh tranh về tiềm năng, tài nguyên du lịch và trên cơ sở những kết quả đã đạt được từ năm 2010 đến nay, Đại hội Đảng bộ tỉnh Quảng Bình khóa XVII, nhiệm kỳ 2020-2025 xác định phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Để cụ thể hóa Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc khóa III, Đại hội Đảng bộ tỉnh Quảng Bình khóa XVII, Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Quảng Bình đã ban hành Chương trình hành động số 01-CTr/TU ngày 09/12/2021 về phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch 117/KH-UBND ngày 22/01/2021 của UBND tỉnh Chương trình hành động số 01-CTr/TU ngày 09/12/2021 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Từ đó, HĐND tỉnh, UBND tỉnh đã ban hành các cơ chế, chính sách cụ thể để thu hút, hỗ trợ các nhà đầu tư, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư tham gia phát triển du lịch.

Quy hoạch phát triển tỉnh Quảng Bình đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2050, xác định tầm nhìn, chiến lược để phát triển ngành du lịch với 3 nội dung chính gồm: 1) Phát triển du lịch Quảng Bình thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và là một trong những khâu đột phá để thúc đẩy tăng trưởng, phát triển kinh tế, xã hội và chuyển dịch cơ cấu kinh tế gắn với lợi ích cộng đồng và phát triển bền vững. 2) Xây dựng và định vị thương hiệu du lịch Quảng Bình gắn với những hình ảnh chủ

đạo, độc đáo, mang đậm bản sắc: Du lịch khám phá thiên nhiên, du lịch hang động, du lịch văn hóa lịch sử, du lịch thể thao, nghỉ dưỡng cao cấp... 3) Định vị Quảng Bình là một trong các điểm đến du lịch hấp dẫn nhất Việt Nam trung tâm du lịch mạo hiểm của khu vực Châu Á.

2. Thực trạng phát triển du lịch Quảng Bình

Với lợi thế cạnh tranh về tài nguyên du lịch, Quảng Bình tập trung đầu tư đồng bộ hệ thống hạ tầng kỹ thuật, nâng cao chất lượng nhân lực du lịch để phát triển du lịch trên cơ sở hệ thống các sản phẩm du lịch khác biệt, đa dạng, phong phú, đáp ứng được yêu cầu của khách du lịch trong nước và quốc tế.

Quảng Bình được định vị để phát triển trở thành trung tâm du lịch mạo hiểm của châu Á, thiên đường khám phá và trải nghiệm, điểm đến du lịch hàng đầu tại khu vực Đông Nam Á với hệ thống hang động hùng vĩ, hệ sinh thái đa dạng và 02 loại hình chính là du lịch khám phá, mạo hiểm và du lịch sinh thái, trải nghiệm. Các sản phẩm du lịch khám phá, mạo hiểm đẳng cấp quốc tế như Chinh phục Sơn Đoòng - hang động lớn nhất thế giới, Khám phá thiên nhiên rào Thương - hang Én, hang Va - hang Nước Nút, những trải nghiệm khác biệt, Khám phá hệ thống hang động Tú Làn, Khám phá thung lũng Hamada - hang Trạ Ang, Khám phá hang Đại Á - hang Over - hang Pigmy... Các sản phẩm du lịch sinh thái, trải nghiệm với các khu, điểm có thiên nhiên hùng vĩ và kỳ thú như Suối nước Moọc, công viên Ozo, sông Chày - hang Tối, động Phong Nha, động Tiên Sơn, động Thiên Đường...

Đến với du lịch Quảng Bình, du khách còn được thưởng thức những sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, thể thao và giải trí cao cấp hàng đầu tại Việt Nam với hệ thống sân golf, khu nghỉ dưỡng, phục hồi chức năng đẳng cấp quốc tế như chuỗi sân golf lớn nhất Đông Nam Á FLC Golf Link Quảng Bình, Khu du lịch nghỉ dưỡng và phục hồi chức năng suối nước nóng Bang...

Quảng Bình cũng là điểm đến của du lịch văn hóa độc đáo, hấp dẫn gắn với những giá trị văn hóa độc đáo như Khu lưu niệm Đại tướng Võ Nguyên Giáp, Khu mộ Đại tướng Võ Nguyên Giáp, Khu lăng mộ Lê Thành hầu Nguyễn Hữu Cảnh; những lễ hội đã được đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia như: Lễ hội đập trống của người Ma Coong, Lễ hội đua thuyền truyền thống trên sông Kiến Giang... Một số sản phẩm du lịch văn hóa, lịch sử có sự phối hợp giữa Quảng Bình và các địa phương khác cũng thu hút được sự quan tâm lớn của khách du lịch như Khám phá con đường di sản miền Trung, Tìm hiểu hệ thống đường Hồ Chí Minh huyền thoại, Tìm hiểu lịch sử kháng chiến chống Mỹ cứu nước tại Quảng Bình - Vĩnh Linh...

Tổng số khách du lịch giai đoạn 2016 -2020 đạt 17,16 triệu lượt khách, tốc độ tăng trưởng bình quân 18,05%/năm, tăng 90% so với giai đoạn 2011-2015, trong đó có 780 nghìn lượt khách quốc tế, tốc độ tăng trưởng 47,67%/năm, tổng thu từ khách du lịch khoảng 19,2 nghìn tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân 18,5%/năm. Đến năm 2020, du lịch Quảng Bình đã cơ bản đạt được các chỉ tiêu của ngành kinh tế mũi nhọn, tạo sinh kế cho cộng đồng dân cư, nâng cao đời sống của nhân dân,

đóng góp hơn 10% GRDP của tỉnh và được khách du lịch, các diễn đàn, tạp chí du lịch nổi tiếng trên thế giới đánh giá là một trong những điểm đến du lịch đáng trải nghiệm nhất tại Việt Nam.

Tuy nhiên, từ đầu năm 2020, dịch COVID-19 diễn biến phức tạp trên cả nước với nhiều đợt tái bùng phát dịch và việc thực hiện các biện pháp giãn cách xã hội tại nhiều tỉnh, thành phố từ cuối tháng 5/2021 và từ cuối tháng 8/2021 trên địa bàn tỉnh, ngành du lịch Quảng Bình bị ảnh hưởng nghiêm trọng và là một trong những ngành chịu thiệt hại nặng nề nhất. Tổng số khách du lịch đến Quảng Bình năm 2020 ước đạt 1.850.000 lượt khách, giảm 66,3% so với kế hoạch và giảm 63% so với cùng kỳ năm 2019. Trong đó, khách quốc tế ước đạt 57.000 lượt khách, giảm 83,71% so với kế hoạch và giảm 81% so với cùng kỳ năm 2019. Tổng thu từ khách du lịch ước đạt 2.127 tỷ đồng, giảm 66,3% so với kế hoạch và giảm 63% so với cùng kỳ năm 2019.

Theo các chuyên gia, du lịch là ngành chịu ảnh hưởng nặng nề nhất, nhưng cũng là ngành có khả năng phục hồi nhanh nhất sau dịch. Do đó, mặc dù số lượng du khách giảm rõ rệt do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, nhưng Quảng Bình vẫn chủ động triển khai đồng bộ, hiệu quả các biện pháp thích ứng linh hoạt, an toàn, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19 và thực hiện các kế hoạch, chương trình triển khai Nghị quyết 01/NQ-CP ngày 01/01/2021 của Chính phủ về nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà nước năm 2021. Ngành du lịch Quảng Bình luôn duy trì sự kết nối, thường xuyên liên tục với các thị trường khách du lịch trong nước và quốc tế qua các nền tảng số, các hoạt động liên kết, hợp tác phát triển du lịch, đồng thời triển khai hiệu quả việc quảng bá sản phẩm du lịch mới, chuẩn bị sẵn sàng các điều kiện để mở cửa trở lại các hoạt động du lịch, tiên phong trong việc đón khách du lịch trở lại với các phương thức, chương trình tham quan phù hợp với tình hình dịch bệnh, khẳng định thương hiệu điểm đến Quảng Bình an toàn và khác biệt.

Từ ngày 15/10/2021, Quảng Bình đã đón những vị khách du lịch đầu tiên từ TP. Hồ Chí Minh theo chương trình du lịch trọn gói và trở thành một trong những địa phương đầu tiên đón khách du lịch ngoại tỉnh, đón khách đến từ các tỉnh phía Nam và đến cuối tháng 10/2021, các hoạt động du lịch tại Quảng Bình đã cơ bản khôi phục.

Giai đoạn 2020-2021, Quảng Bình được đánh giá là điểm đến an toàn và hấp dẫn, là một trong những địa phương có sự phục hồi nhanh chóng sau các làn sóng COVID-19, và được lựa chọn là một trong các điểm đến không thể bỏ qua khi du lịch quốc tế an toàn trở lại. Quảng Bình vẫn tiếp tục được du khách, báo chí quốc tế đánh giá là điểm đến hấp dẫn tại Việt Nam trong những tháng đầu năm 2021: Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng được TripAdvisor đánh giá là 1 trong 15 Vườn Quốc gia được yêu thích hàng đầu thế giới; được Tạp chí Lonely Planet bình chọn là một trong 2 điểm đến hấp dẫn nhất Việt Nam và được trang đặt phòng booking.com bình chọn là điểm đến hiếu khách nhất Việt Nam. Hang Sơn Đoòng được CNN chọn là một trong 10 điểm đến tuyệt vời nên khám phá ở Việt Nam. MV Alone Pt II của nhà sản xuất âm nhạc hàng đầu thế giới Alan Walker thực hiện tại Phong Nha - Kẻ Bàng

đã vượt mốc 210 triệu lượt xem trên Youtube. Các hình ảnh của hang Sơn Đoòng đã được đưa vào trò chơi phổ biến trên nền tảng điện thoại và máy tính là Minecraft (Đào Vàng) với khoảng 400 triệu người đã tải xuống.

3. Thực tế xây dựng cơ chế hỗ trợ, ưu đãi đầu tư và xúc tiến đầu tư du lịch trên địa bàn tỉnh

Về việc xây dựng các chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh về hỗ trợ, ưu đãi đầu tư trên địa bàn tỉnh:

Thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh khóa XVI về đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; nhằm tiếp tục đẩy mạnh triển khai thực hiện Nghị quyết của Chính phủ về thực hiện nhiệm vụ, giải pháp cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh, hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp; HĐND, UBND tỉnh đã ban hành một số chính sách hỗ trợ và ưu đãi đầu tư cho các doanh nghiệp như: Nghị quyết số 19/2017/NQ-HĐND ngày 18/7/2017 quy định một số chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư trên địa bàn tỉnh và Quyết định số 45/2017/QĐ-UBND ngày 7/11/2017 về quy định thủ tục thực hiện một số chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư trên địa bàn tỉnh theo Nghị quyết số 19/2017/NQ-HĐND; Nghị quyết số 85/NQ-HĐND ngày 12/12/2019 về chủ trương thực hiện Đề án hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Quảng Bình đến năm 2025 và Quyết định số 5224/QĐ-UBND ngày 31/12/2019 của UBND tỉnh Quảng Bình về ban hành Đề án hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh đến năm 2025 theo Nghị quyết 85/NQ-HĐND. Nghị quyết số 58/2019/NQ-HĐND ngày 12/12/2019 về quy định chính sách đặc thù khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Quảng Bình.

Theo các quy định này, ngoài mức ưu đãi cao nhất về thuế và đất đai theo quy định của pháp luật hiện hành, tỉnh Quảng Bình còn xây dựng các chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư đặc thù nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho doanh nghiệp đầu tư tại tỉnh, trong đó hỗ trợ về cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng, hỗ trợ về GPMB, hỗ trợ hạ tầng ngoài hàng rào, hỗ trợ kinh phí đào tạo lao động, hỗ trợ mở đường bay mới, hỗ trợ khởi nghiệp... Một số kết quả thực hiện các chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư cho doanh nghiệp du lịch trên địa bàn cụ thể như sau:

Về hỗ trợ hạ tầng ngoài hàng rào và hỗ trợ về cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng. Qua 3 năm thực hiện Nghị quyết số 19/2017/NQ-HĐND ngày 18/7/2017 quy định một số chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư trên địa bàn tỉnh, UBND tỉnh Quảng Bình hỗ trợ cho 13 dự án với số tiền 15.929 triệu đồng, trong đó: hỗ trợ đối với doanh nghiệp đầu tư cơ sở lưu trú du lịch, cơ sở kinh doanh nhà hàng ăn uống cho 10 dự án với tổng số tiền 7.965 triệu đồng; hỗ trợ ngoài hàng rào cho 3 dự án với số tiền là 7.964 triệu đồng. Việc ban hành Nghị quyết trong thời gian qua đã hỗ trợ phần nào cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch đặc biệt là các cơ sở lưu trú du lịch vượt qua khó khăn, thách thức do đại dịch Covid19 và những trận lũ lụt

lịch sử gây ra, đồng thời thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư trong lĩnh vực du lịch tại tỉnh.

Hiện nay, UBND tỉnh đang chỉ đạo các đơn vị tham mưu, xây dựng Nghị quyết của HĐND tỉnh về các chính sách hỗ trợ, phát triển du lịch trong giai đoạn 2021-2025 và dự kiến thông qua vào kỳ họp thường lệ cuối năm 2021 với các chính sách về phát triển các đường bay mới, phát triển các khu, điểm du lịch, phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, các sản phẩm du lịch cộng đồng, hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch, hỗ trợ đào tạo và phát triển du lịch.

Về việc triển khai các dự án đầu tư trong lĩnh vực du lịch:

Giai đoạn 2020-2021, tỉnh Quảng Bình tiếp tục đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án đầu tư công để hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật trên địa bàn tỉnh, huy động các nguồn lực, kết hợp công - tư để đồng bộ hóa hạ tầng kỹ thuật tại địa phương phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh và giao thông kết nối giữa các trung tâm du lịch lớn của tỉnh. Trong đó, tỉnh đã triển khai 03 dự án phát triển hạ tầng du lịch từ nguồn vốn đầu tư công ngân sách trung ương, vốn ODA với tổng mức đầu tư 414.871 triệu đồng và đến nay đã thực hiện giải ngân khoảng 113,636 tỷ đồng bao gồm: 01 dự án được bố trí vốn từ Chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch: Dự án Đường từ ngã tư Quảng Thọ ra Quảng trường biển, 01 dự án bố trí từ nguồn vốn Chương trình mục tiêu văn hóa: Dự án Khu lưu niệm Đại tướng Võ Nguyên Giáp giai đoạn 1; 01 dự án được bố trí từ nguồn vốn nước ngoài lĩnh vực du lịch - hạ tầng công cộng: Dự án Phát triển cơ sở hạ tầng du lịch hỗ trợ cho tăng trưởng toàn diện khu vực tiểu vùng Mê Công mở rộng.

Cảng hàng không Đồng Hới đang thực hiện các công tác chuẩn bị đầu tư để nâng cấp nhà ga hành khách, mở rộng đường bay để nâng công suất lên 3 triệu hành khách/năm và trở thành một trong những cảng hàng không lớn nhất tại khu vực Bắc Trung Bộ. Ngoài ra, tỉnh cũng kết hợp nguồn vốn từ các chương trình mục tiêu quốc gia, chương trình mục tiêu để hỗ trợ phát triển du lịch, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo sinh kế và nâng cao chất lượng cuộc sống người dân. Bên cạnh đó, tùy vào nguồn lực của từng địa phương, hàng năm các địa phương sử dụng nguồn ngân sách huyện, thị xã, thành phố để đầu tư xây dựng mới hoặc, cải tạo sửa chữa các công trình mang tính chất du lịch, góp phần tăng tính mỹ quan đô thị trên địa bàn.

Đối với nguồn vốn xã hội hóa: Tính từ năm 2020 đến nay, số lượng dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh Quảng Bình có khoảng 88 dự án được phê duyệt chủ trương đầu tư với tổng vốn khoảng 18.037,699 tỷ đồng để đầu tư xây dựng các khu nghỉ dưỡng, dịch vụ vui chơi giải trí với mục tiêu phát triển du lịch, góp phần phát triển ngành du lịch trở thành ngành mũi nhọn của tỉnh. Đến 31/10/2021, Quảng Bình có 469 cơ sở lưu trú¹, 02 hệ thống sân golf 18 lỗ chuẩn tiêu chuẩn châu Á đã đưa vào hoạt động. Các dự án đầu tư khu nghỉ dưỡng, phức hợp vui chơi giải trí ven biển của các thương hiệu hàng đầu thế giới và Việt Nam đang triển khai trên địa bàn tỉnh

¹ Trong đó 3 khách sạn 5 sao, 6 khách sạn 4 sao, 11 khách sạn 3 sao, 17 khách sạn 2 sao, 14 khách sạn 1 sao và hệ thống các nhà nghỉ du lịch, homestay, farmstay với hơn 6.000 buồng, 12.000 giường.

Pullman, M'Gallery, Movenpick (tập đoàn Acor), Melia (tập đoàn Melia), Radison (tập đoàn Radison), Wynham (tập đoàn Wynham), Best Western Premier, Fusion, Silkpath, FLC đang đẩy nhanh tiến độ thực hiện và dự kiến hoàn thành trước năm 2025, trong đó tổ hợp khách sạn FLC dự kiến đi vào hoạt động trong năm 2022. Đến năm 2025, dự kiến toàn tỉnh có 01 Khu du lịch quốc gia, 02 Khu du lịch cấp tỉnh và 05 - 10 điểm du lịch, trong đó Khu du lịch quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng trở thành một trong những Vườn Quốc gia được yêu thích nhất và là công viên quốc gia hàng đầu Châu Á.

Về hoạt động xúc tiến, thu hút đầu tư:

Trong năm 2020, do tình hình dịch bệnh phức tạp, các hoạt động đối ngoại, xúc tiến đầu tư chưa được triển khai theo kế hoạch đề ra. Tuy nhiên, tỉnh Quảng Bình đã tham gia các sự kiện xúc tiến đầu tư lớn do các Bộ, ngành Trung ương tổ chức như: Hội nghị Gặp gỡ Hàn Quốc - Khu vực Bắc Trung bộ 2020, Hội nghị Lãnh đạo địa phương Việt Nam - Nhật Bản... nhằm quảng bá, giới thiệu tiềm năng, lợi thế và cơ hội đầu tư vào tỉnh Quảng Bình. Tổ chức Hội nghị Xúc tiến Đầu tư và Phát triển thị xã Ba Đồn năm 2020 với mục tiêu thu hút các dự án đầu tư trên địa bàn thị xã; hội nghị đã chứng kiến 10 nhà đầu tư ký cam kết ghi nhớ hợp tác, đầu tư 11 dự án vào thị xã Ba Đồn với tổng mức đầu tư dự kiến khoảng 9.000 tỷ đồng. Trong năm 2021, tỉnh Quảng Bình đã tổ chức thành công Hội nghị xúc tiến đầu tư tỉnh Quảng Bình với chủ đề “Quảng Bình - Tiềm năng, an toàn và khác biệt”. Hội nghị đã chứng kiến trao Quyết định chủ trương đầu tư và Biên bản ghi nhớ hợp tác đầu tư cho 37 dự án với tổng số vốn đầu tư là 141.038 tỷ đồng, tương đương 6,12 tỷ USD, trong đó có 04 dự án của tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài đăng ý triển khai với tổng vốn đăng ý hoảng 1,25 tỷ USD. Đồng thời, UBND tỉnh đã chỉ đạo các sở, ngành, địa phương thực hiện rà soát các quỹ đất, xây dựng và ban hành Danh mục dự án kêu gọi đầu tư vào tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2021-2023 tại Quyết định số 51/QĐ-UBND ngày 06/01/2021, gồm 62 dự án kêu gọi vào các lĩnh vực tỉnh có thế mạnh như: nông nghiệp, công nghiệp, năng lượng sạch, du lịch dịch vụ, kết cấu hạ tầng. Trong tháng 10/2021, UBND tỉnh phối hợp với Cục Ngoại vụ - Bộ Ngoại giao, Hiệp hội Doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam (KORCHAM) và Cơ quan xúc tiến Thương mại và Đầu tư Hàn Quốc (KOTRA) tổ chức Tọa đàm trực tuyến Kết nối Quảng Bình - Hàn Quốc năm 2022 nhằm giới thiệu cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư về tiềm năng, lợi thế lĩnh vực năng lượng và du lịch tại Quảng Bình.

4. Kiến nghị và đề xuất

Do tác động của dịch COVID-19, đặc biệt là từ làn sóng thứ tư tại Việt Nam và trên thế giới, ngành du lịch đã chứng kiến sự biến đổi nhanh chóng về tính chất sản phẩm, dịch vụ du lịch, nhu cầu tiêu dùng và quy mô, đặc điểm của các thị trường khách du lịch. Một số loại hình du lịch truyền thống, có khả năng mang lại số lượng khách du lịch lớn được ưu tiên phát triển trong thời gian trước giảm mạnh trong thời kỳ hậu COVID-19 như du lịch theo đoàn lớn, du lịch M.I.C.E, du lịch ghép đoàn, du lịch giá rẻ... Các phương tiện vận tải, cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch phải thay đổi phương thức phục vụ với các nhóm khách nhỏ, có khoảng cách, công

suất giảm để đảm bảo an toàn phòng chống dịch bệnh cho khách du lịch và người lao động. Thị trường khách du lịch nội địa trong thời gian tới tiếp tục là thị trường khách chủ yếu do việc kiểm soát tốt dịch COVID-19, thị trường khách quốc tế dự kiến đến 2023 mới mở cửa trở lại bình thường với sự thay đổi lớn về nhu cầu đối với sản phẩm du lịch và phương thức sử dụng dịch vụ. Xu hướng khách du lịch sẽ hướng đến thiên nhiên, trải nghiệm, du lịch sinh thái, đi theo các nhóm nhỏ và phân chia thành nhiều phân khúc với các mức chi tiêu khác nhau. Bên cạnh đó, chuyển đổi số trong du lịch diễn ra với tốc độ nhanh hơn và truyền thông số đóng vai trò quan trọng trong quảng bá và xúc tiến du lịch. Do đó, các chính sách hỗ trợ đối với phát triển du lịch cần phải được nghiên cứu, xác định lại cho phù hợp với điều kiện hoạt động và các loại hình sản phẩm, dịch vụ du lịch trạng thái bình thường mới.

Vì vậy, để thúc đẩy sự phục hồi, phát triển du lịch, thực sự đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, UBND tỉnh Quảng Bình có một số kiến nghị, đề xuất như sau:

Thứ nhất, kiến nghị Quốc hội, Chính phủ ban hành Nghị quyết chuyên đề về phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong trạng thái bình thường mới với các cơ chế hỗ trợ đặc thù để doanh nghiệp phục hồi các hoạt động kinh doanh, các định hướng, chính sách phát triển phù hợp với tình hình mới theo các lộ trình tương ứng với lộ trình mở cửa của thị trường khách quốc tế, sự biến đổi về các loại hình sản phẩm du lịch đối với nhu cầu tiêu dùng mới, sự phát triển nhanh chóng của khoa học, công nghệ.

Thứ hai, kiến nghị Quốc hội xem xét, điều chỉnh Luật Du lịch để phân cấp các địa phương thẩm quyền thực hiện một số nhiệm vụ phù hợp đặc thù địa phương, phát triển du lịch đa dạng, khác biệt. Nâng cao vai trò quản lý nhà nước của các Sở Du lịch/Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đối với hoạt động xếp hạng cơ sở lưu trú, vận tải khách du lịch, thẩm định các dự án đầu tư về phát triển du lịch.

Thứ ba, kiến nghị Quốc hội, Chính phủ chỉ đạo triển khai hiệu quả Chương trình mục tiêu hạ tầng du lịch, bố trí các nguồn vốn kết hợp từ các nguồn chương trình mục tiêu, vốn đầu tư công hỗ trợ cho các địa phương trong đó có Quảng Bình nhằm đầu tư, hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật các khu du lịch quốc gia và giải quyết các điểm nghẽn giao thông giữa khu du lịch quốc gia với các khu du lịch cấp tỉnh, điểm du lịch trên địa bàn, tạo sự đồng bộ về hạ tầng kỹ thuật, hỗ trợ cho phát triển các hoạt động du lịch dịch vụ.

Thứ tư, đề xuất Chính phủ ban hành các chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho việc phát triển các ngành dịch vụ, du lịch ban đêm trong Đề án phát triển kinh tế ban đêm tại Quyết định số 1129/QĐ-TTg ngày 27/7/2020 của Thủ tướng Chính phủ.

Thứ năm, kiến nghị Chính phủ có quy định cụ thể đối với việc phát triển du lịch tại các khu, điểm du lịch, khu thương mại, dịch vụ tại các vực biên giới đất liền theo Nghị định số Luật Biên giới quốc gia ngày 17/6/2003 và Nghị định số 34/2014/NĐ-CP ngày 29/4/2014 của Chính phủ ban hành Quy chế khu vực biên giới đất liền để tạo điều kiện cho việc phát triển du lịch gắn với đảm bảo an ninh

quốc gia, an ninh biên giới.

Thứ sáu, đề hỗ trợ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, UBND tỉnh Quảng Bình kiến nghị, đề xuất Chính phủ hỗ trợ một số nội dung sau:

- Hỗ trợ ưu tiên bố trí nguồn vốn đầu tư công Trung ương, nguồn vốn ODA để hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật tại các khu du lịch quốc gia và giải quyết các điểm nghẽn giao thông kết nối giữa các trung tâm du lịch trọng điểm trên địa bàn tỉnh.

- Bổ sung quy hoạch Cảng hàng không Đồng Hới là Cảng hàng không quốc tế vào Quy hoạch tổng thể phát triển hệ thống cảng hàng không, sân bay toàn quốc thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050. Cho phép triển khai thí điểm việc cấp thị thực điện tử (e-visa) tại các cảng hàng không nội địa có chuyến bay quốc tế như Cảng hàng không Đồng Hới để tạo điều kiện thu hút các nhà đầu tư và khách du lịch.

- Ưu tiên, hỗ trợ Quảng Bình mời gọi các nhà đầu tư trong nước và quốc tế triển khai các dự án đầu tư mang tính động lực, thúc đẩy sự phát triển của du lịch Quảng Bình trong thời gian tới. Hỗ trợ Quảng Bình trong công tác quảng bá, xúc tiến, tiếp tục đưa Phong Nha - Kẻ Bàng là một trong những thương hiệu, sản phẩm du lịch quốc gia trong các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch Việt Nam ra thế giới.

- Quảng Bình là địa bàn có vị trí quan trọng cả về kinh tế, chính trị, xã hội, quốc phòng an ninh, đặc biệt có vị trí chiến lược quan trọng trong thế trận phòng thủ chung của Quân khu 4 và cả nước, là vị trí chiến lược quan trọng phía nam Vịnh Bắc Bộ; có bề ngang hẹp nhất cả nước, đồi núi, sông ngòi nhiều, độ dốc lớn, thời tiết diễn biến phức tạp nên khi có tình huống chiến tranh xảy ra dễ bị chia cắt về mặt chiến lược. Tuy nhiên, trong những năm qua việc đầu tư cho các công trình phát triển kinh tế - xã hội kết hợp với quốc phòng an ninh trên địa bàn tỉnh còn rất ít. Vì vậy, kính đề nghị Quốc hội, Chính phủ quan tâm xem xét chỉ đạo có chính sách đặc thù hỗ trợ cho các tỉnh có vị trí trọng yếu về an ninh quốc phòng như tỉnh Quảng Bình, trong đó đề nghị tăng nguồn vốn hỗ trợ tỉnh xây dựng các công trình phát triển kinh tế - xã hội kết hợp với quốc phòng an ninh.

Với hiệu quả của những chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư cùng với động lực từ hoạt động đầu tư công trên địa bàn tỉnh Quảng Bình trong thời gian qua đã tạo hành lang pháp lý thuận lợi, thu hút đầu tư, tạo điều kiện tháo gỡ khó khăn và hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua những ảnh hưởng của dịch COVID-19. UBND tỉnh Quảng Bình mong muốn tiếp tục nhận được sự hỗ trợ, giúp đỡ từ Quốc hội, Chính phủ và các Bộ, ngành Trung ương bằng các chính sách, giải pháp cụ thể nhằm tạo động lực để tập trung phát triển các hoạt động kinh doanh, phát triển du lịch bền vững, đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, đưa du lịch Quảng Bình tiếp tục khẳng định vị thế trên bản đồ du lịch Việt Nam và khu vực Châu Á trong thời gian tới./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Nguyễn Văn Phương
Chủ tịch UBND tỉnh Thừa Thiên Huế

Dẫn nhập

Thừa Thiên Huế là một trong những trung tâm văn hóa du lịch của cả nước, là vùng đất có nền văn hóa, lịch sử đặc sắc của Việt Nam. Với việc sở hữu 7 di sản vật thể, phi vật thể và di sản tư liệu được UNESCO công nhận, Thừa Thiên Huế có sức thu hút các nhà nghiên cứu và khách du lịch trên toàn thế giới. Với những yếu tố khác biệt, đặc sắc bắt nguồn từ các giá trị văn hóa phi vật thể phong phú, hệ thống lăng tẩm, chùa chiền, kiến trúc nhà vườn độc đáo, đa dạng dọc bờ sông Hương đã làm cho không gian du lịch di sản này của Thừa Thiên Huế hội đủ các điều kiện cần để trở thành một trung tâm văn hóa, du lịch đặc sắc của cả nước và quốc tế.

Trong những năm qua, lĩnh vực du lịch liên tục tăng trưởng trên tất cả mọi chỉ tiêu. Số lượt khách đến Thừa Thiên Huế tăng từ 81,500 lượt năm 1990 lên hơn 4,8 triệu lượt năm 2019; doanh thu từ du lịch vốn chỉ đạt 154 tỷ (1990) cũng đã có bước nhảy vượt bậc lên hơn 12,000 tỷ (2019), đóng góp 12% trong GDP của tỉnh. Du lịch đã thúc đẩy sự phát triển của các hoạt động sản xuất, kinh doanh chuyên dần theo hướng phục vụ du lịch, giải quyết nhiều việc làm, thu nhập cho rất nhiều lao động trên địa bàn tỉnh. Trong thời gian sắp tới, tỉnh cũng đã xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương dựa trên lợi thế, tiềm năng, thế mạnh của vùng đất để tập trung đẩy mạnh, phát triển du lịch.

Tình hình xây dựng và thực hiện cơ chế, chính sách thu hút đầu tư du lịch

Có thể khẳng định, Thừa Thiên Huế rất thuận lợi trong việc đầu tư phát triển du lịch: có hệ thống tài nguyên phong phú, hấp dẫn, nằm ở vị trí chiến lược quan trọng, thuận lợi trong di chuyển. Bên cạnh đó, trong thời gian gần đây, du lịch Thừa Thiên Huế đã có những bước phát triển tích cực, thể hiện rõ qua các chỉ tiêu tăng trưởng, có thị trường bền vững, có định hướng, tầm nhìn mang tính chiến lược, rõ ràng.

Trên thực tế, với sự chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo tỉnh; sự nỗ lực của các cấp các ngành, trong thời gian qua, Thừa Thiên Huế đã đạt được những kết quả hết sức khả quan trong thu hút kêu gọi đầu tư vào lĩnh vực du lịch. Tỉnh đã thành lập các tổ công tác liên ngành để hỗ trợ các nhà đầu tư dự án đẩy nhanh tiến độ nghiên cứu và triển khai. Đã xây dựng danh mục ưu tiên, khuyến khích đầu tư vào các ngành quan trọng, chiến lược của tỉnh như du lịch - dịch vụ, công nghệ cao, công nghệ thông tin, công nghiệp phần mềm, các giải pháp đổi mới công nghệ, thân thiện

môi trường. Thường xuyên tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước, đặc biệt các thị trường chiến lược về đầu tư phát triển du lịch như Hàn Quốc, Nhật bản, Singapore,... Khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp trong tinh hợp tác, liên kết với các nhà đầu tư nước ngoài, nâng cao năng lực, kỹ thuật tiên tiến, khoa học để nâng cao hiệu quả, giá trị thương hiệu của các dự án, điểm đến. Bên cạnh đó, tỉnh cũng tăng cường hỗ trợ đầu tư, tạo dựng môi trường đầu tư có tính cạnh tranh cao để thu hút nhà đầu tư, đề xuất các dự án đầu tư phù hợp, trên cơ sở tiềm năng, thế mạnh của tỉnh để tiếp cận kêu gọi đầu tư đối với từng nhà đầu tư tiềm năng. Ngoài ra, tỉnh luôn tăng cường hỗ trợ pháp lý cho doanh nghiệp, duy trì tổ chức gặp gỡ, đối thoại doanh nghiệp định kỳ để phổ biến các chủ trương, chính sách của nhà nước, thông tin về xây dựng, đầu tư, đất đai, quy hoạch,...; nắm tình hình, giải quyết kịp thời các vướng mắc cho nhà đầu tư; các khó khăn trong sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, các nhà đầu tư trong quá trình thực hiện dự án trên địa bàn tỉnh. Đồng thời, rà soát, đôn đốc các dự án chậm tiến độ; kiên quyết xử lý các dự án không triển khai, vi phạm tiến độ, vi phạm quy định của pháp luật về đầu tư và pháp luật có liên quan. Ngoài ra, tỉnh cũng rất quan tâm tới công tác đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với yêu cầu, nhiệm vụ mới, để cung cấp, đón đầu các dự án FDI trọng điểm.

Nhờ vậy, trên địa bàn tỉnh đã thu hút được khá nhiều dự án đầu tư vào cơ sở hạ tầng và dịch vụ du lịch có quy mô lớn, có thương hiệu, đem lại sức hút và tạo điểm nhấn cho điểm đến Thừa Thiên Huế, tiêu biểu như khu nghỉ dưỡng Laguna Lăng Cô, Vincom - Vinpearl Huế, Alba Thanh Tân, Lapochine Beach Resort, làng Hành Hương, khu Kawara My An Onsen Resort, Khu nghỉ dưỡng Minh Viễn, Địa Trung Hải... Ngoài ra, hiện nay trên địa bàn tỉnh có khoảng 40 dự án đang được tỉnh cho phép nghiên cứu hoặc đã cấp chủ trương đầu tư với vốn đăng ký khoảng 30.000 tỷ đồng, với đa dạng các loại hình sản phẩm dịch vụ cao cấp như các khu nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, sân golf như khu nghỉ dưỡng kết hợp sân golf của BRG, khu nghỉ dưỡng PHS, Ecopark, công viên văn hoá Đồn Sầm, sân golf Lộc Bình,...

Tuy nhiên, trong thời gian các chính sách đặc thù thu hút đầu tư du lịch trên địa bàn tỉnh vẫn chưa thực sự hấp dẫn, tạo đòn bẩy, đột biến riêng (đặc biệt các chính sách về ưu đãi về giảm tiền thuê đất, một số loại thuế liên quan,...) dành cho đầu tư du lịch - địa phương có tiềm năng và thế mạnh phát triển du lịch. Các chính sách vẫn còn chung đối với các lĩnh vực đầu tư phát triển, áp dụng cho toàn quốc, chưa dành riêng cho ưu đãi, đặc thù đối với lĩnh vực du lịch cũng như địa bàn xác định là ngành kinh tế chủ lực, mũi nhọn như tỉnh Thừa Thiên Huế.

Do đó, tình hình thu hút và triển khai các dự án đầu tư du lịch trên địa bàn chưa được như kỳ vọng, thiếu các dự án, khu phức hợp tầm cỡ, có thương hiệu quốc tế. Trong quá trình triển khai và thu hút các dự án đầu tư du lịch, một số dự án vẫn còn chậm so với tiến độ cam kết với nhiều nguyên nhân khác nhau cả chủ quan và khách quan, phần lớn chủ quan là chính. Khách quan do điều chỉnh một số văn bản quy pháp luật như Luật đầu tư, ảnh hưởng của suy thoái kinh tế và đặc biệt là tác

động của đại dịch COVID-19... Những yếu tố đó đã ảnh hưởng đến quá trình triển khai của các chủ đầu tư đối với những dự án lớn. Ngoài ra cũng phải kể đến những nguyên nhân chủ quan như do năng lực tài chính của nhà đầu tư, do thủ tục đầu tư, công tác đền bù, giải phóng mặt bằng, và cũng không ngoại trừ lý do có dự án đăng ký nhưng không triển khai với mục đích chuyển giao dự án,... Bên cạnh đó, mặc dù tỉnh đã có chủ trương kêu gọi đầu tư vào khai thác dịch vụ, phát huy giá trị các điểm di tích nhưng quá trình triển khai đã vướng về thủ tục, quy định pháp lý về quản lý văn hóa - di sản.

Tình hình dịch bệnh COVID-19 và sự ảnh hưởng đến phát triển du lịch, hạn chế triển khai và thu hút đầu tư du lịch

Từ đầu năm 2020 đến nay, dịch bệnh COVID-19 bùng phát đã gây tác động tiêu cực đến kinh tế - xã hội của tỉnh nói chung, hoạt động sản xuất kinh doanh nói riêng, đặc biệt lĩnh vực du lịch, dịch vụ chịu tác động nặng nề, doanh thu du lịch giảm sâu, giảm 66% so với cùng kỳ năm 2019, thiệt hại về doanh thu du lịch ước khoảng 8.000 tỷ đồng¹. Đặc biệt, đợt bùng phát trở lại lần thứ 4 (từ tháng 4/2021), ngành du lịch chịu tác động rất nặng nề, trong 9 tháng đầu năm 2021, lượng khách du lịch chỉ bằng 1/4 so với cùng kỳ năm 2019, tổng thu từ du lịch chỉ bằng 1/5 so với năm 2019. Lao động trong ngành du lịch bị nghỉ việc khoảng 10.000 người, 90% cơ sở lưu trú dừng đón khách, hoạt động lữ hành tê liệt gần như hoàn toàn².

Thực tế cho thấy việc thu hút và triển khai đầu tư trong thời gian gần đây gặp nhiều khó khăn hơn, nhất là đối với đầu tư phát triển du lịch do ảnh hưởng rất lớn từ đại dịch COVID-19. Các hoạt động ngoại giao, xúc tiến đầu tư, quảng bá giới thiệu, ký kết hợp tác... phải trì hoãn hoặc hủy bỏ, nguồn lực của nhà đầu tư, doanh nghiệp bị bào mòn rất đáng kể. Việc nhập cảnh của các chuyên gia, nhà đầu tư khó khăn, kéo dài thời gian vì cách ly, kiểm tra y tế khiến việc kết nối, hợp tác hiệu quả không cao. Bên cạnh đó, một bộ phận cán bộ, công chức có tâm lý lo sợ, doanh nghiệp thì dè chừng, dẫn đến vướng mắc không được tháo gỡ, giải quyết, ảnh hưởng lớn đến tiến độ triển khai dự án và tâm lý nhà đầu tư.

Giải pháp thúc đẩy triển khai và thu hút các dự án đầu tư du lịch

Du lịch Thừa Thiên Huế đã được xác định là ngành kinh tế chủ lực, mũi nhọn của tỉnh thông qua các Nghị quyết, đề án, văn bản chỉ đạo của Tỉnh trong thời gian qua cũng như giai đoạn sắp tới bằng các định hướng, giải pháp cụ thể để đạt được yêu cầu đề ra. Trong các nhiệm vụ, giải pháp đó, tất nhiên vai trò thu hút đầu tư rất quan trọng để thúc đẩy phát triển du lịch trong thời gian tới, nhằm tạo ra những đột phá, điểm nhấn để thúc đẩy phát triển vùng cũng như toàn tỉnh. Để tạo điều kiện thuận lợi trong việc thu hút đầu tư trong thời gian tới, tỉnh sẽ tập trung nghiên cứu, hoàn thiện một số giải pháp quan trọng, cần thiết, đặc biệt xây dựng cơ chế, chính

¹ Năm 2020, du lịch Thừa Thiên Huế đón 1,7 triệu lượt khách, giảm gần 65% so với năm 2019, khách quốc tế đạt 560.000 lượt, giảm gần 75%, tổng thu từ du lịch đạt 3.839 tỷ đồng, giảm 66% so với cùng kỳ 2019.

²Trong 9 tháng đầu năm 2021, lượng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế ước đạt 633.315 lượt, giảm 56% so với cùng kỳ; trong đó khách quốc tế ước đạt 18.796 lượt, giảm gần 96% so với cùng kỳ. Doanh thu từ du lịch ước đạt 1.097,45 tỷ đồng, giảm gần 69% so với cùng kỳ.

sách đặc thù, ưu đãi để thu hút các nhà đầu tư có uy tín, thương hiệu lớn cả trong nước và quốc tế. Cụ thể:

- Đẩy nhanh tiến độ xây dựng và phê duyệt các quy hoạch còn thiếu, điều chỉnh các quy hoạch đã lạc hậu nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư trong việc xác định và xây dựng dự án, cải cách hành chính đối với công tác quản lý hoạt động đầu tư nước ngoài.

- Đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến đầu tư, thiết lập quan hệ với các cơ quan ngoại giao, các tổ chức hợp tác quốc tế về thương mại, đầu tư. tiếp tục tăng cường và đổi mới công tác vận động xúc tiến đầu tư, chú trọng các đối tác chiến lược như Hàn Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Singapore,...

- Nghiên cứu chính sách tập trung hỗ trợ doanh nghiệp, nhà đầu tư về các ưu đãi về thuế thuê đất, hạ tầng kết nối đến dự án, giải phóng mặt bằng, các thủ tục giải quyết vướng mắc cho nhà đầu tư,...

- Tập trung nhất hiện nay là cải thiện môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho nhà đầu tư trong việc tiếp cận thông tin nghiên cứu dự án và thực hiện các thủ tục hành chính liên quan. Thực hiện cơ chế “một cửa” quy trình cấp Giấy chứng nhận đầu tư theo mô hình ISO. Công khai hoá các qui trình thủ tục, rút ngắn thời gian cho thuê đất, hỗ trợ pháp luật, chính sách ưu đãi đầu tư.

- Tiếp tục làm tốt xây dựng và công bố danh mục thông tin dự án kêu gọi đầu tư hàng năm và các giai đoạn 2021-2025, 2026-2030 làm cơ sở cho việc xúc tiến kêu gọi đầu tư.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong việc xúc tiến, kêu gọi, tiếp cận các nhà đầu tư nói chung, đầu tư du lịch nói riêng. Rà soát để hoàn thiện hơn, hiệu quả hơn đối với các Tổ công tác được thành lập riêng biệt để theo dõi, hỗ trợ, giải quyết kịp thời các vướng mắc phát sinh của các dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh.

Thực hiện tốt và đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần to lớn trong việc huy động các nguồn vốn ngoài ngân sách cho đầu tư phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong thời gian tới, từ đó góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế địa phương và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo định hướng đề ra.

Đề xuất, kiến nghị cơ chế, chính sách đặc thù trong thu hút đầu tư du lịch

Với chủ trương của Trung ương đang xem xét ban hành Nghị quyết về một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế nhằm đạt được mục tiêu xây dựng và phát triển Thừa Thiên Huế trở thành thành phố trực thuộc Trung ương như đã đặt ra tại Nghị quyết số 54-NQ/TW của Bộ Chính trị; việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội tỉnh nói chung, thu hút đầu tư phát triển du lịch nói riêng là cần thiết, Thừa Thiên Huế đề xuất, kiến nghị như sau:

- Đề nghị các bộ, ngành trung ương sớm triển khai lập các quy hoạch quốc gia, quy hoạch vùng liên quan lĩnh vực du lịch nhằm làm cơ sở xác định và đồng

bộ với địa phương trong việc đề xuất các dự án trọng điểm đầu tư du lịch vùng, quốc gia.

- Đề nghị các cơ quan Trung ương (Chính phủ, các Bộ: Ngoại Giao, Kế hoạch và Đầu tư, Văn hóa, Thể thao và Du lịch,...) hỗ trợ đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến đầu tư, thiết lập quan hệ với các cơ quan ngoại giao, các tổ chức hợp tác quốc tế về thương mại, đầu tư. tiếp tục tăng cường và đổi mới công tác vận động xúc tiến đầu tư, chú trọng các đối tác chiến lược như Hàn Quốc, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Singapore,... Ngoài ra, đề nghị các cơ quan trên hỗ trợ vận động các tổ chức quốc tế đối với nguồn NGO và ODA phát triển hệ thống hạ tầng du lịch.

- Đề nghị Quốc hội sớm thông qua Nghị quyết về một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế, trong đó có các cơ chế, chính sách liên quan để tỉnh có nguồn lực chủ động xây dựng kết cấu hạ tầng quan trọng, công tác tái định cư một số dự án chiến lược như Cồn Hén,... để thu hút đầu tư du lịch³.

- Đề nghị các dự án đầu tư hạ tầng kết nối của Trung ương đẩy nhanh tiến độ các dự án liên tỉnh, trọng điểm trên địa bàn (dự án đường cao tốc Cam Lộ - La Sơn; dự án đường ven biển; dự án nâng cấp, mở rộng sân bay Phú Bài,...) để thúc đẩy, thu hút các nhà đầu tư, nhất là các dự án du lịch.

- Đề nghị sự phối hợp, hỗ trợ của một số bộ, ngành Trung ương đóng trên địa bàn như Bộ Nông nghiệp Phát triển nông thôn,... để triển khai quy hoạch, đầu tư một số dự án trọng điểm như ở Vườn quốc gia Bạch Mã,...

- Đề nghị Chính phủ chỉ đạo các bộ ngành liên quan tham mưu nghiên cứu một số chính sách ưu đãi đầu tư như giảm thuế đất, mặt nước, thuế nhập khẩu các thiết bị, cơ sở vật chất của dự án,... do ảnh hưởng của đại dịch bệnh COVID-19./.

³ Một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế liên quan đến hỗ trợ, thúc đẩy thu hút đầu tư: (1) *Huy động nguồn lực thông qua thành lập Quỹ bảo tồn di sản Huế*: Huy động nguồn lực toàn xã hội và có cơ chế tài chính sử dụng phù hợp để huy động nguồn lực khác nhằm đẩy nhanh tiến độ tu bổ, tôn tạo và phục hồi di sản văn hóa Huế, cho phép tỉnh Thừa Thiên Huế được thành lập Quỹ bảo tồn di sản Huế để bổ sung nguồn lực phục vụ công tác bảo tồn di sản văn hóa trên địa bàn tỉnh. Trong đó, việc hình thành Quỹ nhằm tăng cường huy động vốn đầu tư của khu vực kinh tế tư nhân và được phép nhận hỗ trợ của nguồn ngân sách Nhà nước của các tỉnh, thành phố trong nước ủng hộ để trùng tu di sản. Quỹ bảo tồn di sản văn hóa Huế là Quỹ quốc gia được Chính phủ thành lập và giao cho tỉnh Thừa Thiên - Huế trực tiếp quản lý; (2) *Huy động vốn đầu tư phát triển*: để tạo điều kiện cho địa phương có cơ chế huy động thêm nguồn lực để thực hiện các dự án trùng tu, thực hiện các dự án cơ sở hạ tầng quan trọng. Quy định mức dư nợ vay của ngân sách tỉnh Thừa Thiên Huế không vượt quá 40% với thu ngân sách tỉnh Thừa Thiên Huế được hưởng theo phân cấp. Điều này sẽ giúp địa phương bảo đảm trả nợ để triển khai các dự án đã và đang thực hiện, chủ động cân đối nguồn lực trong kế hoạch đầu tư công; (3) *Đề lại nguồn thu từ sắp xếp, xử lý các cơ sở nhà đất do các cơ quan, tổ chức, đơn vị thuộc Trung ương quản lý*: Nhằm hỗ trợ, tạo điều kiện cho tỉnh sắp xếp lại, quản lý và sử dụng có hiệu quả tài sản và quỹ đất trên địa bàn; đồng thời tăng cường phân cấp, tạo sự chủ động cho tỉnh trong việc thu hút đầu tư. Ngân sách tỉnh Thừa Thiên Huế được hưởng 50% khoản thu tiền sử dụng đất khi bán tài sản công gắn liền trên đất theo quy định của Luật Quản lý, sử dụng tài sản công do cơ quan, tổ chức, đơn vị thuộc Trung ương quản lý trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế để đầu tư phát triển hạ tầng kinh tế - xã hội thuộc nhiệm vụ đầu tư công của tỉnh Thừa Thiên Huế.

VỀ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ CỦA TỈNH QUẢNG NAM TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Lê Trí Thanh

Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Nam

Kính thưa...!

Thưa quý vị đại biểu!

Theo thư mời của Ban Tổ chức, thay mặt lãnh đạo UBND tỉnh Quảng Nam tôi xin báo cáo tham luận “Xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế của tỉnh Quảng Nam trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch” tại Hội thảo “Du lịch Việt Nam - phục hồi và phát triển trong bối cảnh mới”. Trước tiên, tôi gửi tới các đồng chí chủ trì hội nghị, quý vị đại biểu lời chúc mạnh khỏe và chúc Hội thảo thành công.

Thưa quý vị đại biểu!

Quảng Nam là tỉnh nằm ở trung độ của cả nước, thuộc Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung, có hệ thống giao thông thuận lợi với đường sắt Bắc - Nam, Quốc lộ 1A, đường cao tốc, đường ven biển, đường hàng hải quốc tế đều đi ngang qua tỉnh, đường hàng không với sân bay Đà Nẵng ở phía Bắc và sân bay Chu Lai ở phía Nam, cửa khẩu trên bộ Nam Giang - Đắc Tà Oọc thông với nước bạn Lào. Quảng Nam cũng là tỉnh giàu tiềm năng, thế mạnh về điều kiện tự nhiên và xã hội để phát triển du lịch, với 02 di sản văn hóa thế giới là Phố cổ Hội An, Khu Đền tháp Mỹ Sơn, cùng với Khu Dự trữ sinh quyển thế giới Cù Lao Chàm - Hội An và Di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại nghệ thuật hô hát Bài Chòi; Quảng Nam có bờ biển dài trên 125 km và 02 đảo, sở hữu nhiều bãi tắm hoang sơ và đẹp, đã và đang là nơi thu hút nhiều nhà đầu tư tầm cỡ thế giới; với 02 di tích quốc gia đặc biệt là Phật Viện Đồng Dương, Đường Trường Sơn - Đường Hồ Chí Minh, hơn 400 di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh; gần 70 lễ hội truyền thống, hàng chục làng nghề, nhiều giá trị về văn hóa, cảnh quan thiên nhiên, con người và ẩm thực đã tạo thành điểm hấp dẫn du khách trong nước và quốc tế.

Trong những năm qua, nhằm phát huy tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch, tỉnh Quảng Nam đã tập trung nguồn lực, ban hành nhiều chủ trương, chính sách, quy hoạch, đầu tư hạ tầng thúc đẩy phát triển du lịch, đặc biệt là hệ thống giao thông như: Quốc lộ: 1A, 14G, 14B, 14D, 14E, 40B, cầu Cửa Đại, đường ven biển Võ Chí Công... sân bay Chu Lai đang được tích cực nghiên cứu đầu tư nâng cấp, cầu cảng biển du lịch Cửa Đại được vận hành ra đảo Cù Lao Chàm. Đây là cơ hội lớn để thu hút đầu tư, thúc đẩy phát triển khu nghỉ dưỡng cao cấp, vui chơi giải trí dọc ven biển của tỉnh. Tuyến đường Hồ Chí Minh đoạn qua Quảng Nam dài gần 150km và quốc lộ 14D nối với cửa khẩu Nam Giang - Đắc-tà-óc đã hoàn thành là điều kiện tốt để

phát triển du lịch vùng núi phía Tây của tỉnh. Tỉnh đã thu hút được nhiều dự án du lịch quy mô đầu tư và đi vào hoạt động như: Khu nghỉ dưỡng phức hợp Nam Hội An - Hoiana, Vinpearl Nam Hội An, Khu nghỉ dưỡng TUIBLUE Nam Hội An... Nhờ đó, thương hiệu du lịch Quảng Nam - Hội An, Mỹ Sơn được nhiều tạp chí, trang mạng quốc tế uy tín bình chọn, là điểm đến được du khách ưa thích khi đi du lịch ở Việt Nam. Đặc biệt, Phố cổ Hội An đã nhận hàng chục danh hiệu được bình chọn từ các Tạp chí danh tiếng trong nước và quốc tế trong nhiều năm liền; riêng năm 2021, Hội An được Tạp chí du lịch Travel + Leisure vinh danh trong hạng mục 15 thành phố tuyệt nhất châu Á trong giải thưởng The World's Best Awards 2021 và lọt vào top điểm đến phổ biến nhất thế giới năm 2021 tại Giải thưởng Tripadvisor Travellers' Choice năm 2021; The Nam Hải là khu nghỉ dưỡng và spa tốt nhất do Tạp chí CondeNats Traveller (Vương quốc Anh) bình chọn; Sân golf Montgomerie Links (Điện Bàn) là một trong những sân golf tốt nhất Châu Á do Tạp chí Forbes bình chọn...

Nhờ sự tập trung lãnh chỉ đạo, định hướng chiến lược thời gian qua ngành du lịch của tỉnh có bước phát triển đáng kể. Tính đến cuối năm 2019, tổng lượt khách tham quan, lưu trú du lịch đạt 7.790.000 lượt khách, trong đó: khách quốc tế đạt 4.666.000 lượt khách. Thu nhập xã hội từ tham quan, lưu trú du lịch đạt hơn 14.570 tỷ đồng. Sau 20 năm (1999 - 2019), quy mô khách đến Quảng Nam tăng 25 lần, từ 312.719 lượt khách năm 1999 lên 7.790.000 lượt khách năm 2019. Quảng Nam là điểm đến được du khách ưa thích khi đi du lịch ở Việt Nam. Tuy nhiên, do tác động của đại dịch COVID-19, kinh tế thế giới rơi vào tình trạng suy giảm. Tăng trưởng kinh tế trong nước chững lại và thấp hơn so với cùng kỳ; tỉnh Quảng Nam cũng không ngoại lệ, hầu hết các ngành, lĩnh vực của nền kinh tế chịu ảnh hưởng; trong đó du lịch là ngành bị ảnh hưởng sớm nhất và nặng nề nhất, sụt giảm nghiêm trọng về lượng khách cũng như doanh thu, trong một thời gian ngắn, các chỉ tiêu về lượng khách và doanh thu sụt giảm mạnh, trên 90% doanh nghiệp du lịch tạm dừng hoạt động; một số đơn vị đứng trước nguy cơ phá sản; hàng ngàn lao động trong ngành du lịch bị cắt giảm, không có thu nhập...

Thưa quý vị đại biểu!

Thời gian qua, công tác quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh đã được các cấp ủy đảng, chính quyền quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo; các sở, ban, ngành, địa phương và doanh nghiệp đã quan tâm phối hợp hoạt động du lịch; ngành du lịch đã nỗ lực phấn đấu thúc đẩy phát triển du lịch, góp phần tạo bước chuyển biến tích cực, hiệu lực và hiệu quả nhiều mặt của du lịch đối với quá trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Tỉnh Quảng Nam tập trung xây dựng, ban hành các chính sách, cơ chế trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và bước đầu mang lại hiệu quả; công tác xây dựng, tổ chức thực hiện quy hoạch du lịch đã thể hiện được quan điểm, mục tiêu, nhiệm vụ và đề ra được các giải pháp chủ yếu để triển khai thực hiện đạt được các mục tiêu, thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch theo định hướng của Trung ương và của tỉnh. Việc thực hiện, chấp hành chính sách pháp luật của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, đầu tư du lịch ngày càng được cải thiện và đi vào nề nếp, góp phần

tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch. Hạ tầng du lịch ngày càng được quan tâm đầu tư hoàn thiện, cơ sở vật chất du lịch phát triển nhanh, sản phẩm du lịch được tăng cường, số lượng và chất lượng lao động du lịch ngày càng tăng. Công tác quảng bá xúc tiến du lịch được đẩy mạnh, tạo dựng được thương hiệu du lịch Quảng Nam trên thị trường quốc tế, một số kết quả cụ thể như sau:

1. Việc xây dựng, triển khai thực hiện các cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển du lịch

Từ năm 2015 đến nay, tỉnh Quảng Nam ban hành nhiều chủ trương, cơ chế, chính sách thúc đẩy, hỗ trợ phát triển du lịch như: Nghị quyết số 05-NQ/TU ngày 17/8/2016 của Tỉnh ủy Quảng Nam về phát triển kinh tế - xã hội miền núi gắn với định hướng thực hiện một số dự án lớn tại vùng Tây tỉnh Quảng Nam giai đoạn 2016 - 2020, định hướng đến năm 2025; Nghị quyết số 08-NQ/TU ngày 27/12/2016 của Tỉnh ủy Quảng Nam về phát triển du lịch Quảng Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2025; Nghị quyết số 47/2018/NQ-HĐND ngày 06/12/2018 của HĐND tỉnh về quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch miền núi tỉnh Quảng Nam đến năm 2025; Quyết định số 4143/QĐ-UBND ngày 30/10/2015 của UBND tỉnh về phê duyệt Đề án hỗ trợ đầu tư cấp thiết hạ tầng du lịch tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Nam giai đoạn 2015-2020; Quyết định số 1117/QĐ-UBND ngày 30/3/2018 của UBND tỉnh về ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ và Nghị quyết số 08-NQ/TU ngày 27/12/2016 của Tỉnh ủy Quảng Nam về phát triển du lịch Quảng Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2025; Quyết định số 364/QĐ-UBND ngày 31/01/2019 của UBND tỉnh về việc triển khai Nghị quyết số 47/2018/NQ-HĐND ngày 06/12/2018 của HĐND tỉnh về quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch miền núi tỉnh Quảng Nam đến năm 2025; Quyết định số 2090/QĐ-UBND ngày 27/6/2019 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Đề án định hướng phát triển du lịch phía Nam tỉnh Quảng Nam đến năm 2025; Quyết định số 4368/QĐ-UBND ngày 31/12/2019 của UBND tỉnh về việc phê duyệt Đề án Quản lý và khai thác một số bãi biển du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Nam đến năm 2025, Kế hoạch số 6425/KH-UBND ngày 07/11/2018 của UBND tỉnh về việc đào tạo bồi dưỡng lao động du lịch tỉnh Quảng Nam đến năm 2020; Kế hoạch số 6467/KH-UBND ngày 03/11/2020 của UBND tỉnh về quảng bá, xúc tiến du lịch Quảng Nam giai đoạn 2021 – 2025; mới đây nhất, Tỉnh ủy Quảng Nam ban hành Nghị quyết số 13-NQ/TU ngày 20/7/2021 về phát triển thương mại, du lịch tỉnh Quảng Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030; UBND tỉnh ban hành Kế hoạch 5177/KH-UBND ngày 10/8/2021 về phát triển du lịch xanh Quảng Nam đến năm 2025, chuẩn bị ban hành quy định hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng đến năm 2025, đây là chủ trương quan trọng để thúc đẩy phát triển du lịch bền vững trong thời gian đến.

2. Công tác quy hoạch, đầu tư và kết quả thu hút đầu tư

Năm 2009, UBND tỉnh phê duyệt điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Quảng Nam đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020 ban hành kèm theo Quyết định số 2879/QĐ-UBND đã góp phần định hướng phát triển du lịch với

mục tiêu khai thác tiềm năng thế mạnh của tỉnh, đảm bảo phát triển hợp lý, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội tỉnh nhà. Các quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hội An đến năm 2015, định hướng đến năm 2020; điều chỉnh quy hoạch ven biển từ huyện Điện Bàn đến thành phố Hội An; quy hoạch vùng đông của tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 gắn kết với quy hoạch du lịch ven biển từ Điện Bàn đến Hội An; quy hoạch vùng hồ Phú Ninh, quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị Khu di tích Du lịch Mỹ Sơn giai đoạn 2008-2020; Quy hoạch đầu tư tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di sản văn hóa thế giới Đô thị cổ Hội An gắn với phát triển thành phố đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích lịch sử cách mạng Trung Trung Bộ - Nước Oa... được phê duyệt làm cơ sở để triển khai.

Hạ tầng phục vụ du lịch được chú trọng đầu tư, năm 2007-2018 tỉnh Quảng Nam đã đầu tư một số tuyến đường đến các khu, điểm du lịch từ nguồn hỗ trợ vốn hạ tầng du lịch của Chính phủ, nguồn trái phiếu Chính phủ, nguồn vốn địa phương. Các công trình trọng điểm như: Tượng đài mẹ Việt Nam Anh hùng, Cầu Cửa Đại và tuyến đường ven biển nối Đà Nẵng - Hội An với vùng Đông Quảng Nam, là cơ hội lớn để thu đầu tư, thúc đẩy phát triển khu nghỉ dưỡng cao cấp, vui chơi giải trí dọc ven biển Duy Xuyên, Thăng Bình, Tam Kỳ, Núi Thành. Một số tuyến đường nối các khu, điểm du lịch cũng đã được đầu tư nâng cấp, tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty lữ hành đưa khách đến.

Công tác xúc tiến thu hút nhà đầu tư du lịch được triển khai đồng bộ, có hiệu quả, đảm bảo theo đúng quy hoạch ngành du lịch, quy hoạch kinh tế - xã hội của tỉnh. Để tạo thuận lợi cho nhà đầu tư trong việc triển khai thực hiện dự án, UBND tỉnh giao Trung tâm Hành chính công và Xúc tiến đầu tư (trước năm 2019) và Sở Kế hoạch và Đầu tư (năm 2020) là cơ quan chủ trì, phối hợp các Sở, ngành, địa phương liên quan tham mưu thực hiện việc quản lý dự án, từ khâu khảo sát thực tế, lấy ý kiến đến chủ trương đầu tư để thực hiện dự án. Đối với các dự án du lịch đầu tư trong phạm vi quản lý của Ban Quản lý Khu Kinh tế mở Chu Lai thì do Ban Quản lý Khu Kinh tế mở Chu Lai triển khai. Từ năm 2005 đến nay, trên địa bàn tỉnh thu hút được 144 dự án du lịch, trong đó 90 dự án đầu tư trong nước, với tổng mức đầu tư 74.500 tỷ đồng và 54 dự án FDI, với tổng mức đầu tư khoảng 4.300 triệu đô. Nhiều dự án quy mô đã và đi vào hoạt động, tạo điểm nhấn thu hút du khách đến với tỉnh Quảng Nam như: Khu vui chơi giải trí Vinpearl Land Nam Hội An, Khu nghỉ dưỡng Nam Hội An (Hoiana), Công viên văn hóa Ấn tượng Hội An, Khách sạn Sunrise Hội An, Boutique, Lebel Hamy, Mường Thanh, Túi Blue Nam Hội An, Khu du lịch hồ Phú Ninh, Khu du lịch sinh thái Cổng Trời, Đông Giang...

Tính đến hết năm 2020, toàn tỉnh có 741 cơ sở lưu trú, với tổng số phòng là 16.111 phòng vượt chỉ tiêu Nghị quyết đã đề ra là 132 cơ sở lưu trú với 4.100 phòng. Tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2016-2019 về số cơ sở lưu trú là 17%/năm và số phòng là 17,2%/năm.

3. Xây dựng những sản phẩm phục vụ du khách

Trong 10 năm qua, bên cạnh việc làm mới và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch đang khai thác tại các di sản văn hóa thế giới Hội An, Mỹ Sơn. Quảng Nam còn tập trung xây dựng hình ảnh du lịch Cù Lao Chàm bằng việc lập hồ sơ đề nghị UNESCO công nhận Khu Dự trữ sinh quyển thế giới Cù Lao Chàm - Hội An năm 2009. Xây dựng các sản phẩm du lịch vệ tinh lân cận các di sản văn hóa thế giới để giảm áp lực du khách đến các khu di sản tại những mùa cao điểm. Phát triển các làng nghề gắn phát triển du lịch: rừng dừa Cẩm Thanh, làng rau Trà Quế, làng mộc Kim Bồng, làng gốm Thanh Hà (Hội An); trải nghiệm du lịch cộng đồng nhà vườn Triêm Tây (thị xã Điện Bàn); làng Trà Nhiêu (Duy Sơn), làng du lịch cộng đồng Mỹ Sơn (Duy Xuyên). Du lịch khám phá vùng núi phía Tây và tìm hiểu bản sắc văn hóa đồng bào các dân tộc thiểu số thu hút các công ty lữ hành xây dựng các chương trình tour đưa du khách lên vùng núi: làng Bờ Hông, Dờ Rông (Đông Giang), làng dệt thổ cẩm Zara, thác Grăng (Nam Giang), làng truyền thống Cotu, Vườn cây di sản Pơ-mu (Tây Giang)...

Hiện nay, tỉnh đang tập trung mở rộng không gian du lịch vào phía Nam, đến nay du lịch phía Nam cũng dần được định hình, bước đầu thu hút lượng khách đến tham quan tại các Bãi tắm, Làng nghệ thuật cộng đồng Tam Thanh, Tượng đài Mẹ Việt Nam Anh hùng, địa đạo Kỳ Anh (Tam Kỳ), Khu du lịch hồ Phú Ninh (Phú Ninh), Hồ Giang Thơm (Núi Thành), làng cổ Lộc Yên (Tiên Phước), Vườn sâm Tắc Ngo (Nam Trà My). Một số sản phẩm du lịch được các tổ chức du lịch trong nước và quốc tế đánh giá cao.

4. Công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch

Ngành du lịch tỉnh Quảng Nam đang sử dụng khoảng 18.000 lao động làm việc tại các doanh nghiệp du lịch và hệ thống cơ sở dịch vụ du lịch. Về cơ cấu lao động ngành du lịch được phân theo ngành nghề như sau: Khối cơ sở lưu trú du lịch chiếm khoảng 70%; Lữ hành, vận chuyển, hướng dẫn viên từ 10%; Khối các dịch vụ khác từ 20%. Trình độ đào tạo của lao động làm việc tại các cơ sở lưu trú đã qua đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ từ sơ cấp trở lên đạt tỷ lệ 65% kể cả hình thức tự đào tạo tại doanh nghiệp. Lao động được đào tạo và cấp chứng chỉ theo tiêu chuẩn VTOS là 5%. Công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho cán bộ quản lý các điểm du lịch được quan tâm thực hiện, nhưng nguồn lực đầu tư cho công tác đào tạo lao động du lịch còn khá khiêm tốn.

5. Công tác hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn vướng mắc cho các doanh nghiệp, đơn vị du lịch

Hàng năm, UBND tỉnh tổ chức nhiều Hội nghị xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước để xúc tiến thu hút đầu tư, tổ chức nhiều Hội nghị đối thoại với các doanh nghiệp, trong đó có doanh nghiệp kinh doanh du lịch dịch vụ để nắm bắt tâm tư nguyện vọng, định hướng phát triển; tại các Hội nghị này, lãnh đạo tỉnh và lãnh đạo ngành du lịch gặp gỡ, đối thoại, tháo gỡ các vướng mắc liên quan đến hoạt động đầu tư, kinh doanh du lịch, qua đó góp phần đẩy mạnh phát triển du lịch của tỉnh. Thực hiện tốt cải cách hành chính, nhất là các thủ tục hành chính liên quan đến

doanh nghiệp, đơn vị kinh doanh. Ngoài ra, tỉnh cũng đã thành lập Trung tâm Hỗ trợ Du khách tỉnh Quảng Nam nhằm giải quyết kịp thời các vấn đề bức xúc, vướng mắc trong quá trình du khách trải nghiệm du lịch trên địa bàn tỉnh.

6. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền về các chính sách, giải pháp cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh

Công tác thông tin, tuyên truyền về các chính sách, giải pháp cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh luôn được quan tâm, chú trọng. Thường xuyên thực hiện công tác tuyên truyền trên phương tiện thông tin đại chúng như: VTV1, VTV Đà Nẵng, QRT, các Báo Du lịch, Báo Quảng Nam và các trang website của Sở, website du lịch Quảng Nam, Hiệp hội Du lịch Quảng Nam... Ngoài ra, cũng tiến hành tổ chức các hội nghị để triển khai Luật Du lịch 2017; Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Nghị quyết số 08-NQ/TU ngày 27/12/2016 của Tỉnh ủy Quảng Nam về phát triển du lịch Quảng Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2025; Nghị quyết số 13-NQ/TU ngày 20/7/2021 về phát triển thương mại, du lịch tỉnh Quảng Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030; Quyết định số 364/QĐ-UBND ngày 31/01/2019 của UBND tỉnh Quảng Nam về việc triển khai thực hiện Nghị quyết số 47/2018/NQ-HĐND ngày 06/12/2018 của HĐND tỉnh về quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch miền núi tỉnh Quảng Nam đến năm 2025 để tuyên truyền đến doanh nghiệp và du khách.

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả đạt được nêu trên, vẫn còn một số tồn tại, hạn chế như: Công tác lập quy hoạch và quản lý quy hoạch ngành du lịch còn nhiều bất cập, chất lượng quy hoạch còn hạn chế; chưa thực hiện tích hợp quy hoạch ngành du lịch vào quy hoạch kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Nam. Chưa có cơ chế, chính sách đặc thù thu hút đầu tư đối với lĩnh vực du lịch; chưa thu hút được nhiều doanh nghiệp đầu tư hạ tầng, các điểm tham quan, vui chơi, giải trí, phát triển dịch vụ du lịch. Việc đầu tư hạ tầng du lịch chưa đồng bộ, nhiều hạ tầng thiết yếu tại các khu, điểm du lịch còn thiếu như: cầu cảng phục vụ du lịch, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh, nhà đón tiếp khách... Một số dự án đầu tư du lịch tiến độ triển khai còn chậm, nhất là các dự án du lịch có quy mô lớn dọc ven biển; xúc tiến, thúc đẩy nâng cấp sân bay Chu Lai, xây dựng cầu cảng du lịch tại Kỳ Hà để đón tàu biển quốc tế còn chậm triển khai. Chậm triển khai phát triển du lịch tại xã đảo Cù Lao Chàm, một trong 09 khu du lịch Quốc gia được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đầu tư. Một số điểm du lịch được xác định có tiềm năng ở phía Nam và phía Tây của tỉnh vẫn chưa được đầu tư đúng mức, chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của tỉnh...

Thưa quý vị đại biểu!

Để tiếp tục phát huy những kết quả đã đạt, khắc phục những tồn tại, hạn chế nêu trên, trong thời gian tới, tỉnh Quảng Nam tập trung thực hiện một số nhiệm vụ và giải pháp như sau:

Thứ nhất, tập trung nghiên cứu triển khai xây dựng các cơ chế đặc thù trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch phù hợp tình hình thực tế tại địa phương; nâng cao tính năng động và tiên phong của lãnh đạo các ngành, các cấp thực hiện vai trò trách nhiệm hỗ trợ, đồng hành cùng với doanh nghiệp; linh hoạt, sáng tạo trong giải quyết công việc; duy trì chế độ gặp gỡ, đối thoại trực tiếp với doanh nghiệp, nhà đầu tư nhằm lắng nghe phản ánh, kiến nghị để nắm bắt, giải quyết kịp thời những khó khăn vướng mắc trong quá trình đầu tư và kinh doanh du lịch; nâng cao trách nhiệm của các ngành, các cấp trong công tác phối hợp giải quyết những vấn đề liên quan đến hoạt động của nhà đầu tư, nhất là Bộ phận Xúc tiến đầu tư hỗ trợ doanh nghiệp; đảm bảo tốt an ninh, trật tự, an toàn xã hội, tạo môi trường an toàn, lành mạnh để các nhà đầu tư và doanh nghiệp yên tâm đầu tư, kinh doanh du lịch.

Thứ hai, thực hiện tốt công tác quy hoạch, đầu tư hạ tầng và thu hút đầu tư phát triển du lịch

Thực hiện tốt việc tích hợp quy hoạch du lịch vào quy hoạch tỉnh Quảng Nam đạt chất lượng tốt, là cơ sở quan trọng cho đầu tư các sản phẩm, dịch vụ du lịch đạt tiêu chuẩn các nước phát triển du lịch. Tập trung thực hiện Dự án Quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị Khu di tích Mỹ Sơn, Quy hoạch đầu tư tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị Di sản văn hóa Thế giới Đô thị cổ Hội An gắn với phát triển du lịch của Thủ tướng Chính phủ.

Tăng cường đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng giao thông, thông tin truyền thông, cấp thoát nước, môi trường và các lĩnh vực liên quan đảm bảo đồng bộ để phục vụ phát triển du lịch. Ưu tiên đầu tư phát triển hạ tầng du lịch, trong đó tập trung các dự án: Chinh trang tuyến đường du lịch ven biển Điện Bàn - Hội An, đường du lịch ven biển Duy Hải - Chu Lai, đường Duy Hải - Mỹ Sơn, đường Tam Kỳ - Phú Ninh, đường Mỹ Sơn - Trung Phước - Tây Viên, cầu cảng du lịch Cửa Đại và Cù Lao Chàm, Tam Hải, một số tuyến đường vào các khu du lịch sinh thái, văn hoá, lịch sử ở các huyện; Nạo vét, khơi thông sông Cổ Cò, sông Trường Giang, kết nối phát triển du lịch đường sông Quảng Nam - Đà Nẵng; Nâng cấp sân bay Chu Lai thành sân bay quốc tế; Xây dựng cầu cảng du lịch tại Kỳ Hà để đón khách tàu biển quốc tế; Liên kết với đường sắt để hình thành nhà ga đường sắt phục vụ du lịch; Phối hợp với tỉnh Sê Koon đẩy nhanh tiến độ nâng cấp cửa khẩu quốc gia Nam Giang - Đắc-tà-ọc lên cửa khẩu quốc tế để thu hút khách du lịch theo tuyến đường bộ từ các tỉnh Nam Lào, Đông Bắc Campuchia và Thái Lan, thúc đẩy phát triển du lịch phía Tây Quảng Nam.

Tập trung thu hút đầu tư du lịch có trọng điểm, dự án quy mô, đẳng cấp khu vực; các vị trí cần thu hút các dự án động lực như: ven biển từ phía Nam Hội An đến giáp Quảng Ngãi; ven sông Cổ Cò, Thu Bồn và Trường Giang, Phật viện Đồng Dương, hồ Phú Ninh, xã đảo Tam Hải...

Thứ ba, đẩy mạnh thực hiện cải cách thủ tục hành chính, trọng tâm là việc xây dựng “Kiến trúc Chính quyền điện tử” nhằm giảm bớt số lượng, thời gian, chi phí thực hiện các thủ tục hành chính cho các doanh nghiệp, nhất là các thủ tục hành chính liên quan trực tiếp đến hoạt động đầu tư, sản xuất kinh doanh như: thành lập doanh nghiệp, chấp thuận địa điểm đầu tư, giao đất, cho thuê đất, cấp phép xây dựng, thuế,

hải quan, bảo hiểm, tiếp cận nguồn vốn, điện năng, đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ, đăng ký tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm...; thiết lập hệ thống giám sát thực hiện thủ tục hành chính, xử lý nghiêm khắc, kịp thời cán bộ có biểu hiện tiêu cực, gây khó khăn, phiền hà trong giải quyết công việc cho nhà đầu tư và doanh nghiệp.

Thứ tư, xây dựng chính sách đào tạo nguồn nhân lực du lịch như: đào tạo tại chỗ, đào tạo lại, hỗ trợ chuyển đổi ngành nghề cho người dân trong vùng dự án, cử cán bộ quản lý du lịch đi học ở nước ngoài, khuyến khích doanh nghiệp du lịch đào tạo lao động, khuyến khích thành lập các trường (nghề, trung cấp, cao đẳng, đại học) và các trung tâm đào tạo nghiệp vụ du lịch... Đào tạo nguồn nhân lực trực tiếp làm du lịch đi đôi với giáo dục về du lịch cho cộng đồng dân cư. Xây dựng đội ngũ công chức, viên chức làm du lịch có phẩm chất tốt, hiểu biết về đất nước, có lòng tự hào dân tộc, biết bảo vệ lợi ích quốc gia, hiểu biết về văn hoá và ứng xử, có kiến thức về văn hóa quốc tế, có nghiệp vụ và có trình độ ngoại ngữ. Hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đào tạo, liên kết với các cơ sở đào tạo du lịch ở nước ngoài trong việc trao đổi, tập huấn kỹ năng hoạt động du lịch. Tạo các diễn đàn giao lưu, trao đổi, học tập kinh nghiệm về tổ chức và phục vụ khách cho người lao động ngành du lịch.

Thứ năm, xây dựng tốt hình ảnh du lịch Quảng Nam để thu hút du khách và thu hút các nhà đầu tư có tiềm năng đến với Quảng Nam. Xây dựng chiến lược xúc tiến quảng bá du lịch theo thị trường khách du lịch, mục tiêu ngắn hạn và dài hạn. Lựa chọn các thị trường chất lượng cao và lưu trú dài ngày để tập trung xúc tiến quảng bá với nhiều hình thức, nội dung phù hợp như: tổ chức sự kiện, phim truyền hình du lịch, tổ chức roadshow, famtrip, tham gia hội chợ... Đẩy mạnh quảng bá tuyên truyền trên phương tiện thông tin đại chúng (báo, đài...), trên các ấn phẩm (sách hướng dẫn, tờ rơi...), trên các phương tiện trực quan (pano, biểu ngữ...) tại các sân bay, bến cảng, thông qua tổ chức các sự kiện văn hóa - du lịch. Xây dựng hệ thống phần mềm du lịch thông minh tỉnh Quảng Nam.

Thứ sáu, mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế về du lịch, tranh thủ sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế góp phần đẩy mạnh phát triển và hội nhập của du lịch Quảng Nam. Nâng cao thương hiệu du lịch Quảng Nam trên trường quốc tế. Tổ chức các đoàn Famtrip, Presstrip đến các thị trường du lịch lớn Tây Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc, ASEAN tạo sự giao lưu, kết nối, hợp tác phát triển du lịch. Đẩy mạnh liên kết vùng Quảng Nam - Đà Nẵng - Thừa Thiên Huế, miền Trung - Tây Nguyên, liên kết giữa Thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung; liên kết các ngành, lĩnh vực như hàng không, thương mại, thông tin truyền thông để xúc tiến quảng bá, thu hút đầu tư phát triển du lịch.

Thưa quý vị đại biểu!

Để tạo điều kiện cho ngành du lịch Quảng Nam thực hiện tốt công tác thu hút đầu tư, phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và bền vững trong thời gian đến, tại Hội thảo này, tỉnh Quảng Nam xin kiến nghị Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ quan tâm hỗ trợ sau:

1. Cho phép xây dựng cơ chế đặc thù tỉnh Quảng Nam trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch nhằm thúc đẩy phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và bền vững, trong đó: cơ chế đặc thù cho phố cổ Hội An, đảo Cù Lao Chàm - Hội An nhằm kêu gọi đầu tư, thúc đẩy phát triển du lịch, thí điểm thực hiện hợp tác công tư trong quản lý, khai thác phát triển du lịch tại Khu Đền tháp Mỹ Sơn; thực hiện các dự án chống sạt lở ven biển Cửa Đại - Hội An; nâng cấp sân bay Chu Lai theo quy hoạch đã được phê duyệt; đầu tư các cảng biển quy mô lớn để phát triển du lịch tàu biển.

2. Cho phép UBND tỉnh Quảng Nam tổ chức tổng kết và điều chỉnh/lập mới các quy hoạch được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đến nay đã hết thời gian hiệu lực (gồm: Quyết định số 78/QĐ-TTg ngày 12/01/2012 về Quy hoạch đầu tư tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị Di sản văn hóa thế giới Đô thị cổ Hội An gắn với phát triển du lịch; Quyết định số 1915/QĐ-TTg ngày 30/12/2008 về quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị Khu Di tích Mỹ Sơn, tỉnh Quảng Nam; Quyết định số 648/QĐ-TTg ngày 29/4/2011 về quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích lịch sử cách mạng Trung Trung Bộ - Nước Oa) để tiếp tục quản lý và triển khai thực hiện tốt công tác bảo tồn và phát huy giá trị các di tích nói trên.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA TỈNH BÌNH ĐỊNH TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Lâm Hải Giang
Phó Chủ tịch UBND tỉnh Bình Định

Tóm tắt: Bình Định là tỉnh thuộc vùng duyên hải Nam Trung Bộ, nằm ở trung tâm của trục Bắc - Nam thuận lợi trong giao lưu khu vực và quốc tế ở cả ba tuyến: đường bộ, đường sắt và đường hàng không; là cửa ngõ ra biển gần nhất và thuận lợi nhất của Tây Nguyên, Nam Lào, Đông Bắc Campuchia và Thái Lan thông qua cảng biển Quy Nhơn. Bình Định là mảnh đất giàu truyền thống văn hóa - lịch sử với hệ thống di tích phong phú, đa dạng gồm 02 di tích quốc gia đặc biệt, 34 di tích quốc gia và 93 di tích cấp tỉnh. Nơi đây một thời là cố đô hưng thịnh nhất của Vương quốc Chăm Pa, là nơi phát tích phong trào Tây Sơn gắn với tên tuổi của người anh hùng kiệt xuất Quang Trung - Nguyễn Huệ; là cái nôi của nghệ thuật Tuồng, dân ca Bài chòi, của môn võ cổ truyền Tây Sơn bát hủ, trong đó nghệ thuật hát Bài chòi đã được UNESCO công nhận là di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại vào ngày 07/12/2017.

Bình Định cũng là nơi sinh ra và nuôi dưỡng nhiều danh nhân văn hóa như: Đào Tấn, Xuân Diệu, Hàn Mặc Tử, Chế Lan Viên, Yến Lan... Bình Định còn được biết đến là nơi có phong cảnh hữu tình, được thiên nhiên ban tặng cho rất nhiều danh lam, thắng cảnh tuyệt đẹp chạy dọc theo suốt 134 km bờ biển của tỉnh như: Ghềnh Ráng Tiên Sa, Phương Mai - Núi Bà, Trung Lương, Vĩnh Hội... rất phù hợp cho phát triển du lịch, nghỉ dưỡng... Với những tiềm năng, lợi thế đó, Bình Định hội tụ đầy đủ các điều kiện để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn và là một trong 5 trụ cột tăng trưởng kinh tế của tỉnh giai đoạn 2020-2025 theo Nghị quyết Đại hội XX Đảng bộ tỉnh.

Trong những năm gần đây, Bình Định đã tập trung đẩy mạnh xây dựng và triển khai thực hiện cơ chế, chính sách đặc thù để thu hút đầu tư, phát triển du lịch. Tuy nhiên, do tình hình dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, kéo dài đã ảnh hưởng rất lớn đến ngành du lịch cả nước nói chung và tỉnh Bình Định nói riêng. Đối tượng chịu tác động trực tiếp chính là các đơn vị du lịch lữ hành, các cơ sở lưu trú và đơn vị kinh doanh dịch vụ liên quan. Bài nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích thực tế xây dựng, triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của Bình Định trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch thời gian qua và đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường thu hút đầu tư cho du lịch tỉnh Bình Định trong trạng thái “bình thường mới” thời gian đến.

Từ khóa: Xây dựng và triển khai chính sách, cơ chế đặc thù, thu hút đầu tư, du lịch Bình Định.

1. Dẫn nhập

Du lịch là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Do vậy, để phát triển du lịch cần có sự quan tâm đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng của Nhà nước và huy động các nguồn lực của xã hội đầu tư phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật. Nhằm đạt được mục tiêu này, tỉnh Bình Định đã tập trung đẩy mạnh xây dựng, thực hiện các cơ chế, chính sách đặc thù của tỉnh trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch và đạt được những kết quả bước đầu. Trước tình hình dịch bệnh

COVID-19 diễn biến phức tạp, việc tìm ra các giải pháp khả thi để phục hồi các hoạt động du lịch, tiếp tục thu hút đầu tư và đẩy nhanh tiến độ triển khai các dự án du lịch đã cấp phép là một trong những nhiệm vụ cần thiết và quan trọng.

2. Tình hình xây dựng và triển khai chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch của tỉnh Bình Định

Trên cơ sở chủ trương của Đảng, pháp luật của Nhà nước về thúc đẩy và phát triển du lịch¹, tỉnh Bình Định đã cụ thể hóa bằng nhiều văn bản của Tỉnh ủy, HĐND và UBND tỉnh để áp dụng phù hợp theo tình hình thực tiễn của địa phương². Các chính sách của địa phương tập trung vào phát triển hạ tầng du lịch, hỗ trợ xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, độc đáo, mang đậm bản sắc Bình Định, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá, hợp tác, liên kết vùng, đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Thời gian vừa qua, tỉnh đã quan tâm đến công tác quy hoạch, phát triển tài nguyên du lịch; tập trung đầu tư, từng bước hoàn thiện cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch; đầu tư, nâng cấp hệ thống giao thông kết nối tới các khu, điểm du lịch: triển khai thi công đường vào ga Diêu Trì, đường nối từ sân bay với tuyến du lịch Phương Mai - Núi Bà. Đường ven biển ĐT 639 được đầu tư nâng cấp mở rộng nhằm mở rộng không gian du lịch biển, thu hút các dự án đầu tư lớn, kết nối và tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch về phía Bắc tỉnh. Nhà ga hành khách Cảng Hàng không Phù Cát được mở rộng và xây dựng mới, hiện đại, đạt tiêu chuẩn phục vụ các chuyến bay nội địa và quốc tế với mục tiêu sẽ trở thành sân bay quốc tế trong thời gian gần nhất.

Nhiều dự án lớn đã triển khai hoàn thành và đưa vào khai thác như: Dự án Quần thể resort, biệt thự nghỉ dưỡng và giải trí cao cấp FLC Nhơn Lý; Học viện golf FLC Quy Nhơn; Quần thể du lịch, lịch sử tâm linh chùa Linh Phong; Khu dã ngoại Trung Lương và Crown Retreat Quy Nhơn Resort (Cát Tiến, Phù Cát); Resort cao cấp Anatara, Casa Marina Resort (Bãi Xếp, Ghềnh Ráng); Maia Quy Nhơn Beach; FLC City Hotel Beach Quy Nhơn; Fleur De Lys Hotel Quy Nhơn; Anya Premier Hotel Quy Nhơn...

Một số dự án có quy mô đầu tư lớn đang triển khai như: dự án Khu du lịch cộng đồng Làng Sông; Khu du lịch Hải Giang Merry Land; Khu vui chơi giải trí Tini Dream - Đầm Thị Nại; Diamond River Quy Nhơn; Khu du lịch khách sạn nghỉ

¹ Luật Du lịch năm 2017; Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Quyết định số 531/QĐ-TTg ngày 01/4/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050...

² Chương trình hành động số 06-CTr/TU ngày 14/5/2021 của Tỉnh ủy về phát triển du lịch Bình Định trở thành ngành kinh tế mũi nhọn giai đoạn 2020-2025, Quyết định số 3806/QĐ-UBND ngày 14/9/2021 của UBND tỉnh về Kế hoạch thực hiện Chương trình hành động số 06-CTr/TU ngày 14/5/2021 của Tỉnh ủy; Quyết định số 86/QĐ-UBND ngày 17/10/2019 của UBND tỉnh, Kế hoạch số 71/KH-UBND ngày 08/6/2021 của UBND tỉnh triển khai thực hiện Quyết định số 531/QĐ-TTg ngày 01/4/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 trên địa bàn tỉnh Bình Định, Nghị quyết số 06/2016/NQ-HĐND ngày 22/4/2016 của HĐND tỉnh, Quyết định số 28/2016/QĐ-UBND ngày 13/5/2016 của UBND tỉnh về việc quy định chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh tham gia hội chợ, triển lãm trong nước và nước ngoài...

dưỡng Vĩnh Hội; Khu bảo tồn sinh thái biển và khai thác du lịch đảo Cù Lao Xanh... Ngoài ra, tỉnh Bình Định đã tập trung đầu tư và kêu gọi xã hội hóa đầu tư tôn tạo nhiều di tích và công trình văn hóa như: Đền thờ Tây Sơn Tam Kiệt, tượng đài Hoàng đế Quang Trung, Tượng đài Nguyễn Sinh Sắc - Nguyễn Tất Thành, tháp Cánh Tiên, tháp Dương Long, tháp Đôi, tháp Bánh ít...

Với sự nỗ lực, quyết tâm triển khai thực hiện các chính sách thu hút đầu tư, phát triển du lịch này mà lượng khách và doanh thu từ du lịch của tỉnh Bình Định trong những năm gần đây có sự phát triển mạnh mẽ. Năm 2016 đạt 3.200.000 lượt khách, doanh thu du lịch đạt 1.497 tỷ đồng; đến năm 2019 đạt 4.829.000 lượt khách, doanh thu du lịch đạt 6.000 tỷ đồng. Năm 2019, đóng góp trực tiếp của hoạt động du lịch vào GRDP của tỉnh Bình Định là 7,2% và tổng đóng góp của hoạt động du lịch là 17,98%. Từ cuối năm 2020 đến nay đã có 9 dự án đầu tư mới vào lĩnh vực du lịch.

Tuy nhiên, do ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19, từ những tháng đầu năm 2020 ngành du lịch bị ảnh hưởng nghiêm trọng và làm giảm tốc độ tăng trưởng của ngành du lịch. Lũy kế cả năm 2020, ngành du lịch Bình Định đón được 2.222.500 lượt khách, giảm 54% so với năm 2019; doanh thu du lịch đạt 2.369,5 tỷ đồng, giảm 56% so với năm 2019. Lũy kế 10 tháng đầu năm 2021, Bình Định đón được 1.188.960 lượt khách, giảm 36,3% so với cùng kỳ năm 2020; doanh thu du lịch ước đạt 1.616,4 tỷ đồng, giảm 30,1% so với cùng kỳ năm 2020.

3. Chính sách, cơ chế thu hút đầu tư, phát triển du lịch thích ứng linh hoạt với dịch COVID-19

Đại dịch COVID-19 đã gây ra những tác động không nhỏ đến kinh tế nói chung và ngành du lịch nói riêng, việc tăng cường các biện pháp phong tỏa, giãn cách tại nhiều địa phương đã ảnh hưởng rất nặng nề đến lượng du khách và doanh thu của ngành du lịch tỉnh Bình Định. Để phục hồi và phát triển du lịch trong thời gian tới cần có cơ chế, chính sách đặc thù mang tính đột phá với sự hỗ trợ nhiều hơn từ phía Nhà nước. Trong bối cảnh đó, Bình Định đã và sẽ tập trung triển khai các chính sách, cơ chế thu hút đầu tư, phát triển du lịch với các nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu sau đây:

Thứ nhất, tập trung rà soát quy hoạch; đầu tư kết cấu hạ tầng và thu hút đầu tư phát triển du lịch

- Rà soát quy hoạch tổng thể phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường tự nhiên, sinh thái, bảo đảm phát triển du lịch bền vững, an dân và an sinh xã hội. Mở rộng không gian phát triển du lịch về phía Bắc và phía Tây của tỉnh. Lập danh mục các dự án ưu tiên kêu gọi đầu tư du lịch giai đoạn 2021-2025.

- Đẩy mạnh cải cách hành chính, rút ngắn thời gian thực hiện thủ tục đầu tư dự án; tạo điều kiện thuận lợi để nhà đầu tư đẩy nhanh tiến độ thực hiện đầu tư các dự án đã được cấp giấy chứng nhận; rà soát và kiên quyết thu hồi những dự án không triển khai hoặc triển khai chậm tiến độ, nhiều lần phải gia hạn. Thành lập Tổ công tác của Chủ tịch UBND tỉnh để hỗ trợ các nhà đầu tư, doanh nghiệp giải quyết kịp thời các khó khăn, vướng mắc trong quy trình thẩm định, phê duyệt và triển khai dự

án đầu tư; đề xuất các cơ chế, chính sách hỗ trợ các nhà đầu tư chiến lược trong và ngoài nước đầu tư vào các dự án hạ tầng, các khu dịch vụ du lịch trọng điểm phù hợp với điều kiện thực tế và quy định của pháp luật.

- Huy động các nguồn lực để đầu tư đồng bộ kết cấu hạ tầng giao thông, nhất là các tuyến giao thông kết nối tới các khu, điểm du lịch, tới các khu vực động lực phát triển du lịch trong và ngoài tỉnh; quan tâm đầu tư các hạng mục hạ tầng thiết yếu phục vụ du lịch trong các dự án bảo vệ, tôn tạo và phát huy giá trị các di tích, danh thắng.

- Xây dựng và triển khai chính sách hỗ trợ các dự án phát triển du lịch cộng đồng, du lịch làng nghề...

- Tập trung thu hút các dự án đầu tư du lịch quy mô lớn, hình thành các khu dịch vụ du lịch phức hợp, các trung tâm mua sắm, giải trí chất lượng cao tại các địa bàn trọng điểm.

- Tiếp tục chỉnh trang đô thị, xây dựng Thành phố Quy Nhơn trở thành đô thị xanh, sạch, đẹp, thân thiện và từng bước hiện đại, là điểm đến trên tuyến hành trình du lịch Bắc - Nam và là trung tâm điều chuyển khách đến các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.

Thứ hai, tiếp tục hình thành và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch chủ yếu; hình thành một số sản phẩm mang tính đặc trưng của tỉnh

- Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng phù hợp với lợi thế của tỉnh như du lịch biển, đảo, văn hóa, tâm linh, du lịch sinh thái, cộng đồng, làng nghề...; trong đó ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch có sức hấp dẫn, giá trị gia tăng cao và bền vững, gắn với tạo thương hiệu cạnh tranh theo hướng hiện đại, khác biệt lâu dài, bảo đảm môi trường du lịch an toàn, thân thiện, văn minh. Lấy du lịch biển đảo làm mũi nhọn, du lịch văn hoá, thể thao, khoa học là tiềm năng, thế mạnh, gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, lịch sử.

- Hỗ trợ đầu tư hình thành điểm du lịch sinh thái, cộng đồng như: Làng hoa Bình Lâm, xã Phước Hòa, huyện Tuy Phước; vườn hoa Anh Đào, xã Vĩnh Sơn, huyện Vĩnh Thạnh; làng Chài xã Nhơn Lý, thành phố Quy Nhơn; các điểm tham quan du lịch làng nghề và các khu vực trưng bày sản phẩm tại các khu, điểm du lịch; khuyến khích sản xuất những mặt hàng lưu niệm, đặc sản của địa phương.

- Đầu tư nâng cao chất lượng các lễ hội truyền thống đặc trưng; xây dựng các sản phẩm du lịch mới, nhất là du lịch MICE (hội nghị, hội thảo khoa học); các điểm biểu diễn nghệ thuật dân ca bài Chòi, hát Tuồng, biểu diễn võ thuật tại các khu di tích, khu, điểm du lịch.

- Xây dựng và thực hiện chính sách phát triển du lịch cộng đồng; cơ chế, chính sách cho phát triển du lịch miền núi.

Thứ ba, tăng cường công tác xúc tiến đầu tư, quảng bá du lịch, xây dựng thương hiệu

- Xây dựng và thực hiện chiến lược quảng bá xúc tiến du lịch theo thị trường khách du lịch, mục tiêu ngắn hạn và dài hạn. Tăng cường ứng dụng công nghệ tiên tiến trong công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, triển khai du lịch thông minh, ứng dụng công nghệ mô phỏng thực ảo tại các điểm du lịch, kết nối website du lịch Bình Định với các website du lịch trên cả nước và tích hợp các trang mạng xã hội: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram... để nâng cao hiệu quả quảng bá du lịch.

- Kết hợp sử dụng nguồn lực của Nhà nước và huy động sự tham gia của toàn xã hội; phát huy vai trò của các cơ quan truyền thông trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch.

- Tăng cường mở rộng liên kết, hợp tác du lịch. Đẩy mạnh liên kết với các tỉnh, thành phố; kết nối với các trung tâm du lịch lớn trong cả nước. Mở rộng giao lưu, kết nối, hợp tác thông qua ngoại giao văn hóa, du lịch với các cơ quan, tổ chức quốc tế.

- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu Du lịch Bình Định và triển khai App Du lịch Bình Định để cung cấp thông tin cho du khách

- Ban hành chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch tham dự hội chợ, triển lãm du lịch trong nước và nước ngoài.

- Nâng cao ý thức của người dân, doanh nghiệp và cộng đồng trong xây dựng, bảo vệ hình ảnh, môi trường, góp phần phát triển bền vững, không ngừng nâng cao uy tín, thương hiệu và sức thu hút của du lịch Bình Định.

Thứ tư, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch

- Thực hiện tốt công tác đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực du lịch, cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch. Chú trọng nâng cao kỹ năng nghề, ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp cho lực lượng lao động ngành Du lịch.

- Xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch theo hướng khuyến khích doanh nghiệp tự đào tạo theo yêu cầu công việc và Nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí.

4. Một số đề xuất, kiến nghị

Việc thu hút đầu tư, phục hồi và phát triển du lịch trong thời gian tới đòi hỏi rất nhiều công sức, sự nỗ lực và quyết tâm của các cấp, các ngành, các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, sự tham gia tích cực, chia sẻ khó khăn của cộng đồng doanh nghiệp, đặc biệt cần có cơ chế, chính sách đặc thù của Trung ương đối với các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch nói riêng nhằm hỗ trợ, giải quyết kịp thời các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp. Cụ thể như sau:

- Tiếp tục mở lại các đường bay nội địa và các đường bay quốc tế tại các khu vực đã kiểm soát tốt dịch bệnh; áp dụng chính sách hộ chiếu vắc xin đối với các du khách đã tiêm đủ liều vắc xin phòng COVID-19.

- Cho phép các địa phương chủ động xây dựng các biện pháp phòng chống dịch đối với vùng an toàn để thí điểm triển khai đón khách du lịch quốc tế theo các mô hình du lịch an toàn.

- Hỗ trợ kinh phí đào tạo nghề, chuyển đổi nghề cho người lao động.

- Bố trí nguồn lực đầu tư nâng cấp các tuyến giao thông kết nối liên vùng; đầu tư cơ sở hạ tầng, tu bổ, tôn tạo, bảo tồn các di tích cấp quốc gia gắn với thu hút phát triển du lịch.

- Có chính sách miễn, giảm các loại thuế, hỗ trợ lãi suất vay ngân hàng, gia hạn các khoản nợ, giảm tiền thuê đất hàng năm cho doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19; điều chỉnh giá điện của các cơ sở lưu trú du lịch ngang giá điện sản xuất.

- Tiếp tục rà soát, điều chỉnh chính sách thu hút đầu tư; hoàn thiện khung pháp lý cho loại hình biệt thự du lịch, căn hộ du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.

2. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2021), *Quyết định số 2292/QĐ-BVHTTDL ngày 13/8/2021 ban hành Chương trình hành động phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025*.

3. Tỉnh ủy Bình Định (2020), *Báo cáo số 357-BC/TU ngày 25/9/2020 tổng kết Chương trình hành động số 06-Ctr/TU ngày 20/10/2016 của Tỉnh ủy về phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Bình Định giai đoạn 2016 - 2020*.

4. Tỉnh ủy Bình Định (2021), *Chương trình hành động số 06-CTr/TU ngày 14/5/2021 thực hiện Nghị quyết Đại hội XX Đảng bộ tỉnh và Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII về phát triển du lịch Bình Định trở thành ngành kinh tế mũi nhọn giai đoạn 2020-2025*.

5. Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Định (2021), *Quyết định số 3806/QĐ-UBND ngày 14/9/2021 về ban hành Kế hoạch thực hiện Chương trình hành động số 06-CTr/TU của Tỉnh ủy về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh giai đoạn 2020-2025*.

6. Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Định (2021), *Quyết định số 3333/QĐ-UBND ngày 10/8/2021 về việc ban hành Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm giai đoạn 2021-2025 tỉnh Bình Định*.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Nguyễn Tấn Tuân
Chủ tịch UBND tỉnh Khánh Hòa

1. Tổng quan, thực trạng hoạt động du lịch Khánh Hòa

Khánh Hòa là một tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ, phía Bắc giáp tỉnh Phú Yên, phía Tây giáp tỉnh Đắk Lắk và Lâm Đồng, phía Nam giáp tỉnh Ninh Thuận; có diện tích tự nhiên 5.197 km², bao gồm 02 thành phố Nha Trang, Cam Ranh và 07 huyện, thị xã, dân số trên 1,23 triệu dân, với 32 dân tộc đang sinh sống (*Kinh, Raglai, Hoa, Ê-đê, Cơ-ho, ...*). Là địa phương có nhiều lợi thế về điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên để phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển du lịch nói riêng.

Lợi thế để phát triển kinh tế du lịch, đó là có hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, đường biển và đường hàng không đều thuận lợi; có khí hậu rất ôn hoà, quanh năm nắng ấm, mùa mưa ngắn và hàng năm rất ít bị ảnh hưởng bởi thời tiết bão, lụt, nhiệt độ trung bình hàng năm là 26⁰C. Về tài nguyên du lịch, rất phong phú và đa dạng, với những danh lam thắng cảnh, bãi tắm đẹp trải dọc theo bờ biển dài 385km, được phân bố đều ba vịnh: Nha Trang, Vân Phong, Cam Ranh, trong đó vịnh Nha Trang đã được công nhận là một trong những vịnh đẹp nhất thế giới, và 200 đảo lớn nhỏ ven bờ, các đảo, bãi đá ngầm thuộc huyện đảo Trường Sa có vị trí kinh tế, an ninh quốc phòng đặc biệt quan trọng; có nền văn hóa lâu đời và nhiều công trình kiến trúc độc đáo, ... Có thể nói, Khánh Hòa là một tỉnh có nhiều lợi thế về điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên, nhất là cảnh quan môi trường sinh thái biển để phát triển kinh tế du lịch; đặc biệt là về khí hậu đã tạo điều kiện cho hoạt động du lịch ở Khánh Hòa có thể diễn ra quanh năm.

Với lợi thế đó, trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, đã được Thủ tướng chính phủ phê duyệt, Khánh Hòa là một trong 07 khu vực trọng điểm ưu tiên phát triển trong cả nước, là một địa bàn du lịch có vị trí quan trọng đặc biệt trong hệ thống tuyến, điểm du lịch vùng duyên hải Nam Trung Bộ và Tây nguyên nói riêng và cả nước nói chung; có vai trò là trung tâm du lịch của tiểu vùng du lịch phía Nam, đồng thời giữ vai trò trung tâm phụ trợ của vùng du lịch phía Bắc vùng Duyên hải Nam Trung bộ; trong đó thành phố Nha Trang là đô thị du lịch, Khu du lịch Bắc Bán đảo Cam Ranh là Khu du lịch quốc gia, Trường Sa là Điểm du lịch quốc gia; Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Khánh Hòa, du lịch được xác định đầu tư phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có vai trò quan trọng chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng **dịch vụ - du lịch, công nghiệp xây dựng và nông, lâm, thủy sản**, đã được xác định tại các kỳ Đại hội Đảng bộ tỉnh Khánh Hòa lần thứ XV, XVI và XVII, XVIII.

Quán triệt và thực hiện tinh thần đó, trong những năm qua Đảng bộ và nhân dân Khánh Hòa đã tập trung mọi nguồn lực nhằm phát huy những tiềm năng, lợi thế của địa phương để phát triển kinh tế du lịch. Từ năm 1995 Khánh Hòa đã hoàn thành Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và năm 2007 đã thực hiện điều chỉnh lại Quy hoạch cho phù hợp với Quy hoạch chung khu vực vịnh Vân Phong, cũng như sự thay đổi đưa khu vực bãi dài Cam Ranh thành khu du lịch cao cấp, theo Quyết định số 301/QĐ-TTg ngày 22/4/2002 của Thủ tướng Chính phủ và Quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Hiện nay, Khánh Hòa đang triển khai lập quy tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2021-2030, định hướng đến 2050. Đồng thời, từ năm 2001 Khánh Hòa đã thành lập Ban Chỉ đạo phát triển Du lịch để triển khai thực hiện các chương trình, kế hoạch phát triển du lịch, như Chương trình phát triển Du lịch giai đoạn 2001-2005 và đến năm 2010, Chương trình hành động ngành Du lịch Khánh Hòa giai đoạn 2012-2015 và định hướng đến năm 2020; Chương trình hành động số 14-CTr/TU, ngày 24/7/2017 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh (khóa XVII) thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Bên cạnh đó, Khánh Hòa còn có những cơ chế, chính sách thông thoáng thu hút nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư vào lĩnh vực du lịch. Hạ tầng cơ sở vật chất phục vụ du lịch được phát triển mạnh theo xu hướng đầu tư chiều sâu và quy mô lớn. Đến nay toàn tỉnh có 1.113 cơ sở lưu trú du lịch, trong đó, có 125 cơ sở lưu trú quy mô 4 - 5 sao. Toàn tỉnh có 138 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, trong đó có 118 doanh nghiệp lữ hành quốc tế; với hơn 380 tuyến xe cổ định, 1.300 xe hợp đồng các loại và hơn 700 phương tiện thủy nội địa phục vụ khách du lịch, đáp ứng cơ bản nhu cầu đi lại của du khách.

Với lợi thế nhiều bãi tắm đẹp, cát trắng, nước biển trong xanh, thời gian qua Khánh Hòa phát triển mạnh các loại hình du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo chất lượng cao kết hợp với vui chơi giải trí, tham quan, thể thao mạo hiểm và khám phá đại dương. Vì vậy, Khánh Hòa đã được biết đến như một điểm đến du lịch nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí biển hấp dẫn với nhiều khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí cao cấp như: Vinpearl, Vinwonders Nha Trang, Khu Du lịch Bắc Bán đảo Cam Ranh... cùng với những thương hiệu nổi tiếng trên thế giới, như InterContinental, Best Western, Six Senses, Radisson, Movenpick, Eastin Grand, Accor Hotels & Resorts,... và 02 sân golf 18 lỗ của khu du lịch Vinpearlland và Diamond Bay; sân golf KN Golf Links Cam Ranh 21 lỗ đã góp phần nâng cao thương hiệu Du lịch Nha Trang - Khánh Hòa. Ngoài ra, du lịch thể thao, du lịch lặn biển, du lịch khám phá văn hóa địa phương và thưởng thức ẩm thực cũng được du khách yêu thích lựa chọn. Đặc biệt trong những năm gần đây, du lịch sinh thái núi, sông suối ở khu vực phía Tây Nha Trang được quan tâm đầu tư khai thác, đã và đang tạo nên một diện mạo mới cho phát triển du lịch của tỉnh Khánh Hòa.

Bên cạnh việc đầu tư phát triển sản phẩm, ngành du lịch Khánh Hòa đã chú trọng đầu tư nâng cao hoạt động xúc tiến quảng bá theo hướng chuyên nghiệp, ứng dụng công nghệ số 4.0, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm để giới thiệu điểm đến, quảng bá sản phẩm; tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực, tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức về du lịch của người dân. Khánh Hòa

đã phê duyệt triển khai đề án “*Bảo vệ an ninh quốc gia, giữ gìn trật tự an toàn xã hội trong hoạt động kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh*”, và nhiều chỉ thị, văn bản chỉ đạo khác nhằm tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, bảo đảm an ninh, an toàn cho khách du lịch ngày một chuyển biến tích cực, tạo tâm lý thoải mái, an toàn cho du khách cũng như các nhà đầu tư.

Nhờ vậy, thời gian qua hoạt động du lịch Khánh Hòa tuy phải chịu nhiều tác động bất lợi do diễn biến phức tạp của khí hậu, dịch bệnh, tình hình thế giới bất ổn, nhưng với lợi thế vượt trội về điều kiện tự nhiên, đồng thời nắm bắt những điều kiện thuận lợi từ việc có được chủ trương của Bộ Chính trị, Tỉnh ủy Khánh Hòa về phát triển Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, với sự nỗ lực của cả hệ thống chính trị, những bước đi sáng tạo của cộng đồng doanh nghiệp và sự đồng thuận cao trong nhân dân, hoạt động Du lịch Khánh Hòa tiếp tục đạt mức tăng trưởng ấn tượng, các chỉ tiêu chủ yếu về du lịch đều tăng từ 15 - 20%/năm. Cụ thể, doanh thu du lịch giai đoạn 2016-2019 tăng 26,2%/năm, đạt 78.950 tỷ đồng; tổng số lượt khách lưu trú du lịch giai đoạn 2016-2019 đạt 23,2 triệu lượt; trong đó, tổng số lượt khách du lịch quốc tế giai đoạn 2016-2019 đạt 9,55 triệu lượt. Năm 2019, đóng góp của ngành du lịch vào GRDP tỉnh Khánh Hòa ước đạt khoảng 12,29%. Tuy nhiên, kể từ năm 2020 đại dịch COVID-19 đã ảnh hưởng lớn đến tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn, kết quả năm 2020 sụt giảm mạnh, cụ thể như: Tổng lượt khách lưu trú chỉ đạt 1,25 triệu lượt, giảm hơn 82% so với cùng kỳ (*năm 2019 đạt hơn 07 triệu lượt khách*); Trong đó, khách quốc tế ước đạt 438 nghìn lượt, giảm 87,9% so với cùng kỳ (*năm 2019 đạt 3,6 triệu lượt khách*). Dự báo trong năm 2021, các chỉ tiêu về du lịch tiếp tục sụt giảm nghiêm trọng. Cụ thể đến tháng 10 năm 2021, tổng lượt khách lưu trú ước đạt hơn 483 nghìn lượt khách, giảm 56,59% so với cùng kỳ. Trong đó, khách nội địa đạt 463,4 nghìn lượt khách, giảm 32,20% so với cùng kỳ. Công suất phòng bình quân trong 10 tháng ước đạt khoảng 7,78%.

Sự tăng trưởng của ngành Du lịch trong giai đoạn trước năm 2020 đã đưa ngành du lịch thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, đã góp phần tăng tỷ trọng dịch vụ, du lịch trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tác động mạnh mẽ đến sự phát triển các ngành kinh tế khác, và đặc biệt là hiệu quả xã hội từ hoạt động du lịch mang lại, trong đó có vấn đề giải quyết việc làm, bảo đảm an sinh xã hội. Du lịch Khánh Hòa đã là một trong những trung tâm du lịch quan trọng của Quốc gia; Thương hiệu du lịch Nha Trang - Khánh Hòa đã trở thành điểm sáng trên bản đồ du lịch cả nước và trên thế giới.

Trong thực trạng và chiến lược liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung bộ và Duyên Hải miền Trung hiện nay còn tồn tại một số hạn chế, bất cập, đó là: Hệ thống hạ tầng giao thông kết nối giữa các địa phương chưa đồng bộ, sản phẩm du lịch giữa các địa phương mang tính tương đồng, cạnh tranh lẫn nhau; cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch chưa đồng bộ, chưa đáp ứng nhu cầu của du khách; sự hỗ trợ, liên kết trong công tác quảng bá xúc tiến chưa được chặt chẽ; các tuyến du lịch kết nối du lịch vùng, cả nước chưa được khảo sát, xây dựng, quảng bá chưa đúng với tiềm năng, lợi thế của từng địa phương,... Mặc dù ngành du lịch Khánh Hòa trong những năm qua có bước phát triển đáng ghi nhận trong tổng thể phát triển du lịch cả nước, nhưng vẫn chưa khai thác hết tiềm năng, thế mạnh của mình, đặc biệt

là du lịch biển, đảo và không gian du lịch núi, rừng phía Tây; thiếu những hành động quyết liệt để điều chỉnh thích hợp đối với tình trạng chênh lệch giữa các thị trường khách nhằm giữ chân được khách đến từ các thị trường trọng điểm, chất lượng như Nhật Bản, Hàn Quốc, Tây Âu, Bắc Mỹ, Bắc Á; Thiếu các khu vui chơi, giải trí mua sắm về đêm quy mô lớn đáp ứng nhu cầu cho du khách.

2. Việc xây dựng, áp dụng và triển khai thực hiện các cơ chế, chính sách phát triển du lịch

2.1. Cơ chế, chính sách đầu tư

- Các cơ chế ưu đãi, khuyến khích phát triển du lịch:

+ Ưu đãi đầu tư đặc biệt đối với các địa bàn vịnh Vân Phong (có tiềm năng du lịch đặc biệt, đã từng thuộc danh mục điểm đến phát triển thành khu du lịch tổng hợp quốc gia, song điều kiện còn khó khăn về điều kiện hạ tầng); ưu đãi đầu tư vào những vùng sâu, địa bàn nông thôn nhưng có tiềm năng phát triển mạnh, đặc biệt đầu tư vào khai thác văn hóa bản địa cho phát triển du lịch cộng đồng ở không gian du lịch vùng núi phía Tây của tỉnh.

+ Ưu tiên đầu tư hạ tầng khung khu du lịch (Bắc Cam Ranh), điểm du lịch có ý nghĩa quốc gia (quần đảo Trường Sa) và đối với các điểm du lịch tiềm năng, đặc biệt dọc tuyến sông Cái và ở không gian du lịch vùng núi được định hướng trong quy hoạch để tạo điều kiện thuận lợi cho đầu tư phát triển các công trình vật chất kỹ thuật, sản phẩm dịch vụ...

+ Ưu tiên về vốn vay, hỗ trợ về giải phóng mặt bằng và hỗ trợ thuê đất ổn định lâu dài đối với các dự án đầu tư khu vực Vân Phong - Đại Lãnh, vùng quần đảo Trường Sa; phát triển sản phẩm du lịch đặc thù có sức cạnh tranh đã xác định trong quy hoạch.

+ Tạo cơ chế thông thoáng về đầu tư phát triển du lịch, có chính sách khuyến khích đảm bảo an toàn về vốn cho người đầu tư và đơn giản hóa các thủ tục hành chính và phát triển các dịch vụ hỗ trợ đầu tư để thu hút được các nhà đầu tư.

+ Tạo ra sự bình đẳng giữa đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài, giữa đầu tư của tư nhân với đầu tư từ khu vực Nhà nước.

- Thu hút đầu tư nước ngoài có định hướng và có chọn lọc vào các lĩnh vực quan trọng: phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, các sản phẩm du lịch đặc thù có khả năng cạnh tranh cao để tham gia vào chuỗi giá trị du lịch khu vực và toàn cầu.

- Nghiên cứu, đề xuất chính sách vận động, thu hút đầu tư đối với các tập đoàn đa quốc gia cũng như có chính sách riêng đối với từng tập đoàn và các đối tác trọng điểm trong lĩnh vực du lịch ở các thị trường du lịch trọng điểm như Nhật Bản, Hàn Quốc, Tây Âu, Bắc Mỹ,...

- Hoàn thành việc xây dựng thông tin chi tiết về dự án đối với danh mục đầu tư trọng điểm du lịch kêu gọi đầu tư nước ngoài giai đoạn đến năm 2025 để làm cơ sở cho việc kêu gọi các nhà đầu tư.

- Kiểm soát chặt chẽ việc cấp giấy phép và quản lý các dự án đầu tư du lịch sử dụng nhiều năng lượng, tài nguyên; không cấp phép mới hoặc rút giấy phép đối với các dự án du lịch sử dụng lãng phí năng lượng, tài nguyên, ô nhiễm môi trường.

2.2. Chính sách, cơ chế về phát triển nguồn nhân lực

- Ưu tiên phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, có chuyên nghiệp bằng các chế độ ưu đãi để thu hút nguồn nhân lực du lịch có trình độ cao về công tác tại khu du lịch ở địa phương.

- Nhà đầu tư khi tuyển người lao động vào làm việc được hỗ trợ thông báo tuyển dụng lao động trên các phương tiện truyền thông của tỉnh, được hỗ trợ đào tạo nghề cho người lao động theo các quy định hiện hành của Chính phủ và địa phương tỉnh Khánh Hoà.

- Chính sách khuyến khích các tổ chức kinh tế, kinh tế - xã hội, doanh nghiệp tăng cường công tác đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

- Khuyến khích phát triển nguồn nhân lực tại chỗ, ưu tiên phát triển lao động là đồng bào ở vùng sâu, vùng xa và hải đảo với những lao động giản đơn để dần dần xã hội hóa phát triển nguồn nhân lực tại các khu du lịch trên địa bàn tỉnh và phát triển du lịch cộng đồng.

2.3. Chính sách, cơ chế về thị trường

- Hỗ trợ từ ngân sách và ưu tiên đối với các hoạt động nghiên cứu mở rộng thị trường du lịch của Khánh Hoà.

- Khuyến khích các doanh nghiệp chủ động tìm kiếm thị trường, đặc biệt đối với những thị trường du lịch trọng điểm của Khánh Hoà.

- Giải quyết các vấn đề thuộc thẩm quyền và kiến nghị cấp có thẩm quyền để có cơ chế, chính sách tốt nhất, cụ thể đối với khách du lịch (miễn, kéo dài thị thực, miễn phí thị thực,...) nhằm thu hút khách đến từ các thị trường truyền thống, chất lượng, có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày.

2.4. Chính sách xã hội hóa du lịch

- Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia hoạt động kinh doanh du lịch dưới các hình thức như: góp vốn cổ phần với doanh nghiệp nhà nước, hình thành công ty du lịch dựa trên sở hữu giữa nhà nước với tư nhân dưới hình thức cổ phần hoạt động kinh doanh theo đúng quy định pháp luật hiện hành.

- Khuyến khích thực hiện xã hội hóa đầu tư, bảo vệ, tôn tạo di tích, thắng cảnh; bảo tồn và phục dựng các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh.

2.5. Cơ chế phối kết hợp liên vùng, liên ngành

- Khuyến khích các địa phương trong tỉnh liên kết phát triển sản phẩm, kết nối tour tuyến du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch, xúc tiến đầu tư du lịch, xây dựng thương hiệu du lịch điểm đến Khánh Hoà và thương hiệu của các sản phẩm du lịch trên địa bàn tỉnh, đặc biệt đối với các sản phẩm du lịch đặc thù.

- Xây dựng và phát huy các cơ chế phối hợp liên ngành, tạo thuận lợi cho phát triển du lịch giữa các ngành giao thông, xây dựng đô thị, nông nghiệp phát triển nông thôn, v.v... trong việc khai thác tài nguyên, bảo vệ môi trường cảnh quan, lồng ghép phát triển du lịch vào các chương trình dự án phát triển các ngành, lĩnh vực liên quan.

2.6. Chính sách phát triển gắn với bảo tồn và phát triển bền vững

- Khuyến khích, mở rộng phát triển du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa, hải đảo để tăng khả năng tiếp cận của cộng đồng đối với các nguồn tín dụng ưu đãi về lãi suất, thời gian vay dài cho mục đích phát triển các dịch vụ du lịch; hỗ trợ đào tạo năng lực tổ chức và kinh doanh du lịch; hỗ trợ về hạ tầng du lịch ở các điểm du lịch cộng đồng.

- Khuyến khích nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế; tiết kiệm năng lượng và nước; triển khai công nghệ “3R” trong hoạt động du lịch hướng đến một nền “du lịch xanh”, phát triển du lịch bền vững trên địa bàn tỉnh.

3. Đề xuất, kiến nghị

3.1. Đối với Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ

- Sớm ban hành Nghị định về Quy định mô hình khu du lịch quốc gia trình chính phủ ban hành để các địa phương làm căn cứ triển khai thực hiện.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch quốc tế từ các thị trường trọng điểm là Tây Âu, Bắc Mỹ, Bắc Á, Đông Nam Á và Nga trực tiếp đến Khánh Hòa; có chính sách duy trì, mở rộng diện được miễn, kéo dài thời hạn thị thực (visa) đối với khách đến từ các thị trường Tây Âu, Bắc Mỹ; đưa vào thực thi một cách thực chất chính sách nhận visa tại cửa khẩu; đối với những thị trường không thuộc diện miễn visa cần thực thi có hiệu quả chính sách làm thủ tục visa “online” theo quy định pháp luật.

- Hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để Khánh Hòa tổ chức các sự kiện mang tầm quốc gia, quốc tế để thu hút khách du lịch.

3.2. Đối với các bộ, ngành Trung ương

- Lồng ghép các dự án trọng điểm đầu tư phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa vào các chương trình đầu tư do mình quản lý hoặc chủ trì; Hỗ trợ cho hoạt động xúc tiến quảng bá điểm đến và phát triển nguồn lực du lịch chất lượng cao của Khánh Hòa.

- Xem xét, tham mưu việc điều chỉnh Quy hoạch Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh, tỉnh Khánh Hòa giai đoạn đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1006/QĐ-TTg ngày 14/7/2009, đảm bảo phù hợp Quy hoạch phát triển giao thông vận tải hàng không giai đoạn đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

- Sớm bổ sung quy hoạch, kế hoạch đầu tư tuyến đường cao tốc Buôn Ma Thuột - Nha Trang và Nha Trang - Đà Lạt nhằm kết nối hạ tầng vùng Tây Nguyên với Khu kinh tế Vân Phong nói riêng và tỉnh Khánh Hòa nói chung, tạo điều kiện giao thông liên kết vùng được thuận lợi.

- Sớm thực hiện, hoàn thiện việc đầu tư, nâng cấp, cải tạo Quốc lộ 27 và quốc lộ 27B, Quốc lộ 26 và quốc lộ 26B để nâng cao năng lực khai thác cảng biển và phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH NINH THUẬN

Trần Quốc Nam
Chủ tịch UBND tỉnh Ninh Thuận

- *Kính thưa Lãnh đạo Quốc hội;*
- *Kính thưa Lãnh đạo Chính phủ;*
- *Kính thưa các đồng chí lãnh đạo các bộ, ban, ngành Trung ương và lãnh đạo các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;*
- *Kính thưa các đồng chí đại diện các tổ chức quốc tế tại Việt Nam;*
- *Kính thưa quý vị lãnh đạo các tập đoàn, doanh nghiệp trong nước và nước ngoài;*
- *Kính thưa toàn thể quý vị đại biểu, quý vị khách quý!*

Hôm nay, trong thời điểm cả nước đã và đang dần từng bước chuẩn bị mở cửa phục hồi nền kinh tế; thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19, được sự cho phép của chủ trì Hội thảo, tôi xin thay mặt toàn thể chính quyền và Nhân dân tỉnh Ninh Thuận, xin trân trọng gửi đến các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước, đại diện lãnh đạo các Bộ, ngành Trung ương, lãnh đạo địa phương trong cả nước, quý vị đại biểu lời chúc sức khỏe, hạnh phúc và bình an.

Kính thưa quý vị đại biểu!

Trước hết tôi xin khắc họa vài nét về tổng quan về du lịch tỉnh Ninh Thuận. Ninh Thuận là tỉnh thuộc vùng duyên hải Nam Trung Bộ, có diện tích tự nhiên khoảng 3.358 km², về địa giới hành chính gồm 06 huyện và thành phố Phan Rang-Tháp Chàm, dân số khoảng 600.000 người. Với vị trí địa lý nằm trên giao điểm của các trục giao thông quốc gia, cách thành phố Hồ Chí Minh khoảng 350 km về phía Nam, cách Sân bay quốc tế Cam Ranh khoảng 50 km và thành phố Nha Trang khoảng 100 km về phía Bắc, cách thành phố Đà Lạt khoảng 110 km về phía Tây, đã tạo cho Ninh Thuận có điều kiện thuận lợi để giao lưu kinh tế, văn hoá với các tỉnh trong khu vực Duyên hải Nam Trung bộ, đồng thời bắt nhịp với tiến trình hội nhập chung của cả nước.

Có thể nói Ninh Thuận là vùng đất hội tụ khá đầy đủ các yếu tố về tài nguyên thiên nhiên, di sản văn hóa và di tích lịch sử đặc thù để phát triển thành vùng động lực của du lịch Việt Nam.

Nơi đây ít mưa giông, thừa nắng ấm, bờ biển dài 105 km, với những rặng núi cuối cùng của dãy Trường sơn hùng vĩ nhô ra biển tạo nên những vũng vịnh cát trắng, nắng vàng, biển xanh đẹp nổi tiếng xưa nay như Ninh Chữ, Bình Tiên, đồi cát Nam Cương, Mũi Dinh, Cà Ná... Trong đó, Vịnh Vĩnh Hy được xếp hạng là một trong 8 vịnh đẹp nhất Việt Nam và là một trong 9 vùng sinh quyền của thế giới.

Là miền đất hội tụ những nét phong tục, truyền thống đặc sắc của người Kinh, Hoa, Chăm và Raglai..., khi đến Ninh Thuận, du khách có thể đến với quần thể tháp Pô Klông Garai cổ kính, lễ hội Katê độc đáo, thăm làng nghề gốm Bầu Trúc cổ xưa nhất Đông Nam Á, trải nghiệm công nghệ Mỹ Nghiệp, trải nghiệm những làng Nho trứ quả, cánh đồng Cừ bạt ngàn và những cánh đồng Điện gió mênh mông...

Ninh Thuận còn sở hữu 02 Vườn quốc gia Núi Chúa và Phước Bình, cùng nhiều di tích lịch sử văn hóa nổi tiếng, với hệ sinh thái biển, rừng, rạn san hô và rùa biển đa dạng với cảnh vật thiên nhiên hoang dã, thơ mộng và nhiều di tích lịch sử đã được xếp hạng cấp quốc gia. Đặc biệt hơn, ngày 17/9/2021, UNESCO đã công nhận Vườn Quốc gia Núi Chúa là Khu dự trữ sinh quyển thế giới, đây sẽ là điều kiện quan trọng giúp tỉnh Ninh Thuận bảo tồn cảnh quan, hệ sinh thái, phát triển quảng bá du lịch, đồng thời mở ra cơ hội cho cộng đồng dân cư phát triển kinh tế thân thiện với môi trường gắn với giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc bản địa.

Có thể nói, với những lợi thế từ thiên nhiên và nhân văn đã mang lại cho miền đất Ninh Thuận nhiều loại hình du lịch phong phú mang lại nhiều lợi ích về phát triển kinh tế bền vững, giúp bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, bảo tồn và phát huy những nét văn hoá độc đáo của con người và vùng đất Ninh Thuận.

Với xu hướng đa dạng hóa sản phẩm du lịch, ngoài du lịch biển, sinh thái, văn hóa, nghỉ dưỡng, thể thao...; hiện nay sản phẩm du lịch nông nghiệp, nông thôn đang là sản phẩm ưa thích, trải nghiệm của nhiều du khách. Ninh Thuận với lợi thế là tỉnh duy nhất của cả nước trồng được nho, nuôi cừ đã trở thành sản phẩm du lịch đang được nhiều du khách yêu thích khi tới Ninh Thuận và là lợi thế khác biệt của Ninh Thuận so với các tỉnh thành khác trong khu vực. Đến Ninh Thuận, du khách cũng có thể khám phá cung đường ven biển nhìn từ trên cao ngắm các vũng, vịnh, bãi tắm liên hoàn suốt chiều dài 105 km bờ biển. Đây là cung đường ven biển được đánh giá là đẹp và hoang sơ bậc nhất Việt Nam. Cùng với nét ẩm thực và văn hóa bản địa đặc sắc riêng có đã tạo nên những điều bất ngờ dành cho du khách.

Với tầm nhìn chiến lược, Quy hoạch tổng thể kinh tế - xã hội Ninh Thuận đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030, định hướng tập trung phát triển 06 trụ cột kinh tế, gồm: Năng lượng sạch; Du lịch; Nông nghiệp và thủy sản; sản xuất Công nghiệp; Giáo dục và đào tạo; Xây dựng kinh doanh bất động sản. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Ninh Thuận; xác định phát triển du lịch theo hướng toàn diện để khai thác tiềm năng và lợi thế của tài nguyên biển, sinh thái, văn hóa và các loại hình dịch vụ du lịch. Với mục tiêu từng bước trở thành trọng điểm du lịch của cả nước và khu vực Đông Nam Á cùng nhiều loại hình du lịch độc đáo mang chất lượng dịch vụ tốt nhất, sản phẩm du lịch đa dạng.

Trong 10 năm gần đây, được sự quan tâm lãnh đạo của Trung ương, Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân, sự quyết tâm của Ủy ban nhân dân tỉnh, sự phối hợp đồng bộ của các Sở, ngành, địa phương, sự đồng hành vượt qua khó khăn của các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng dân cư, ngành du lịch Ninh Thuận đã có bước phát triển nhanh, toàn diện, trở thành một trong những ngành kinh tế động lực, đóng góp tích cực vào sự tăng trưởng kinh tế - xã hội của tỉnh.

Tuy nhiên, gần 02 năm qua, đại dịch COVID-19 xuất hiện và bùng phát đã làm cho ngành du lịch cả nước nói chung, ngành du lịch Ninh Thuận nói riêng, bị thiệt hại khá nặng nề về kinh tế. Các chương trình tour, tuyến du lịch của các công ty lữ hành bị hủy; những điểm du lịch trên địa bàn phải đóng cửa khiến doanh thu ngành du lịch giảm mạnh. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực phục vụ trong các cơ sở kinh doanh du lịch cũng bị ảnh hưởng lớn, buộc các doanh nghiệp phải cắt giảm lao động, tác động đến vấn đề lao động việc làm, nhất là lao động phổ thông, ảnh hưởng đến an sinh xã hội và tác động lớn đến sự phát triển của doanh nghiệp.

Dịch bệnh COVID-19 có thể sẽ còn kéo dài, để duy trì và phát triển du lịch hậu COVID-19, tỉnh Ninh Thuận đã có nhiều chính sách hỗ trợ tháo gỡ khó khăn, đồng thời cùng các doanh nghiệp dịch vụ du lịch đưa ra các phương án, sẵn sàng mở cửa đón khách du lịch trong trạng thái bình thường mới, đầu tư khai thác các sản phẩm, tuyến điểm mới là một tín hiệu tích cực, khả quan, tạo cho du khách có thêm nhiều sự lựa chọn khi tham quan du lịch Ninh Thuận, với thông điệp du lịch Ninh Thuận an toàn, hấp dẫn, thân thiện.

Để “mở cửa” đón khách du lịch trở lại, hiện nay Tỉnh đã giao cho ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch thường xuyên cập nhật, tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh triển khai thực hiện Nghị quyết 128/NQ-CP của Chính phủ về thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19; tham mưu tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19 nhằm phục hồi, thu hút du khách trong thời gian tới.

Kính thưa quý vị đại biểu!

Về vấn đề xây dựng và triển khai cơ chế, chính sách thu hút đầu tư tạo động lực tăng trưởng bền vững.

1. Phát huy vị trí địa lý thuận lợi cùng với việc khai thác các tiềm năng lợi thế của tỉnh để tăng cường hợp tác, liên kết vùng, liên kết đầu tư và đón nhận làn sóng đầu tư mới... nhằm phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững trong những năm tới, Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XIV, nhiệm kỳ 2020 - 2025 đã xác định khâu đột phá đó là “*Cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư kinh doanh*” để thu hút nguồn lực xã hội, các thành phần kinh tế, nhất là khu vực kinh tế tư nhân cho đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng then chốt, các lĩnh vực, địa bàn có tiềm năng lợi thế... Trong đó, xác định cụ thể những điểm nghẽn cần giải quyết để đẩy mạnh thu hút đầu tư, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, đó là: Nâng cao hiệu quả công tác giải phóng mặt bằng và khả năng tiếp cận đất đai của doanh nghiệp; huy động các nguồn lực để đầu tư kết cấu hạ tầng, tập trung vào hạ tầng giao thông đối ngoại; phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao; đổi mới cơ chế, chính sách về đầu tư và sự lãnh đạo của cấp ủy, chỉ đạo, điều hành hiệu lực, hiệu quả của chính quyền các cấp.

Năm 2018, Ủy ban nhân dân tỉnh Ninh Thuận đã ban hành Quyết định số 25/2018/QĐ-UBND ban hành Quy định cơ chế thu hút phát triển du lịch trọng điểm có đẳng cấp cao trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận, phạm vi đối tượng là áp dụng chung cho tất cả các tổ chức cá nhân trong (kể cả người dân địa phương) và ngoài nước có liên quan đến hoạt động đầu tư phát triển du lịch tại khu vực trọng điểm du lịch

trên địa bàn tỉnh, chính sách ưu đãi thu hút đầu tư áp dụng theo chính sách chung của Chính phủ theo mức khung ưu đãi cao nhất đối với tỉnh là địa bàn kinh tế - xã hội khó khăn và đặc biệt khó khăn.

Với quyết tâm cao, ngay từ những tháng đầu năm 2021, Ninh Thuận quyết liệt triển khai nhiều giải pháp, dồn sức huy động cao nhất các nguồn lực để đầu tư kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội; nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư công, đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án đầu tư, các công trình trọng điểm trên địa bàn tỉnh, sớm đưa các công trình vào khai thác, sử dụng phát huy hiệu quả. Tiếp tục đẩy mạnh cải cách hành chính, rút ngắn thời gian thực hiện thủ tục đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh; đẩy mạnh công tác xúc tiến đầu tư, bảo đảm công khai, tăng cường minh bạch, nâng cao tính cạnh tranh, công bằng trong hoạt động đầu tư, kinh doanh, giảm tối đa chi phí về thời gian và tài chính cho các nhà đầu tư, doanh nghiệp. Chủ động thu hút, hợp tác đầu tư có chọn lọc, lấy chất lượng, hiệu quả, công nghệ và bảo vệ môi trường là tiêu chí đánh giá chủ yếu. Ưu tiên các dự án có công nghệ tiên tiến, công nghệ mới, công nghệ cao, công nghệ sạch, quản trị hiện đại, có giá trị gia tăng cao, có tác động lan tỏa, kết nối chuỗi sản xuất và cung ứng trong nước.

2. Tập trung triển khai công tác giải phóng mặt bằng, đẩy mạnh cam kết và thực hiện nghiêm các cam kết với doanh nghiệp về tiến độ giải phóng mặt bằng. Ninh Thuận xác định đây là nút thắt cần tháo gỡ và đã thành lập Ban chỉ đạo Du lịch do đồng chí Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh làm Trưởng ban để chỉ đạo mạnh mẽ việc đẩy nhanh tiến độ các dự án trọng điểm. Bên cạnh đó, Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố và Ủy ban Mặt trận Tổ quốc tỉnh, các đoàn thể chính trị - xã hội xây dựng và tập trung triển khai kế hoạch phối hợp hằng năm trong công tác tuyên truyền, vận động, phổ biến sâu rộng bằng nhiều hình thức để người dân nắm bắt, hiểu về chính sách bồi thường và chấp hành tốt quy định về giải phóng mặt bằng, bảo đảm thời gian bàn giao mặt bằng cho nhà đầu tư. Xây dựng cơ chế đặc thù trong thu hồi đất, nghiên cứu ban hành cơ chế khen thưởng trong giải phóng mặt bằng. Phấn đấu sớm hoàn thiện các quy hoạch phân khu chức năng các khu đô thị du lịch - sinh thái - nghỉ dưỡng..., nhằm sớm chuẩn bị tốt các điều kiện để chào đón các nhà đầu tư. Cụ thể trong năm 2021, Ủy ban nhân dân tỉnh đã ban hành Quyết định số 633/QĐ-UBND ngày 16/10/2021 về phê duyệt danh mục các dự án kêu gọi đầu tư trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận giai đoạn 2021 - 2025, có nhiều dự án với quy mô đầu tư hàng nghìn tỷ đồng. Cụ thể, 67 dự án mà Ninh Thuận kêu gọi đầu tư trong giai đoạn 2021-2025 tại 06 huyện và thành phố gồm: Huyện Ninh Hải 13 dự án; huyện Ninh Phước 2 dự án; huyện Thuận Bắc 9 dự án; huyện Thuận Nam 13 dự án; huyện Bác Ái 6 dự án; huyện Ninh Sơn 7 dự án và thành phố Phan Rang - Tháp Chàm 17 dự án.

Trong số các dự án kêu gọi đầu tư giai đoạn 2021 - 2025, có nhiều dự án lớn tỉnh Ninh Thuận đang kêu gọi đầu tư cụ thể như: Dự án Khu du lịch và Trung tâm thuyền buồm vịnh Ninh Chữ (7,1 ha), vốn đầu tư dự kiến 100 tỷ đồng; Dự án Khu du lịch sinh thái Ba Hồ kết hợp tắm khoáng bùn (10 ha), vốn đầu tư 15 tỷ đồng; Dự án Khu du lịch nghỉ dưỡng sân golf Phước Chiến (250 ha), tổng vốn đầu tư 975 tỷ đồng; Dự án du lịch sinh thái Giác Lan (7,5 ha), vốn đầu tư 50 tỷ đồng; Dự án Khu

du lịch sinh thái suối Kiền Kiền (15 ha), vốn đầu tư 50 tỷ đồng; Dự án Khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng cao cấp xã Vĩnh Hải, huyện Ninh Hải (16,63 ha), vốn đầu tư 500 tỷ đồng; Dự án Khu đô thị mới bờ sông Dinh (37,39 ha), vốn đầu tư dự kiến 3.000 tỷ đồng; Dự án Khu đô thị mới Tây Bắc (91,37 ha), vốn đầu tư 1.477 tỷ đồng và Dự án Khu đô thị mới Đầm Cà Ná (64,87 ha) với mức đầu tư 3.532 tỷ đồng.

Trong quá trình triển khai các dự án, tỉnh đã, đang và sẽ hỗ trợ, đồng hành cùng doanh nghiệp với phương thức định kỳ hàng tháng tổ chức buổi gặp gỡ tiếp xúc với doanh nghiệp để tháo gỡ khó khăn, vướng mắc cho nhà đầu tư và doanh nghiệp.

Nhìn chung, việc triển khai các chính sách đầu tư thu hút du lịch, phần lớn các nhà đầu tư triển khai tiến độ đúng cam kết, tuy nhiên có một số ít không thực hiện đúng cam kết với nhiều nguyên nhân như năng lực yếu kém (Tỉnh đã mạnh dạn thu hồi chủ trương giao cho các nhà đầu tư có tiềm lực), giải phóng mặt bằng, chậm chuyển mục đích sử dụng đất nhất là đất rừng,... Trong những năm qua, thực hiện Nghị quyết số 07-NQ/TU và Chương trình hành động số 134-CTr/TU của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về phát triển du lịch, Ủy ban nhân dân tỉnh đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo, điều hành, cơ chế, chính sách để phát triển du lịch, cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư về các thủ tục đăng ký đầu tư - kinh doanh tại tỉnh nhất là việc thực hiện theo quy định của Luật Đầu tư năm 2014. Qua đó tạo cơ chế chính sách, hành lang pháp lý, tạo động lực mạnh mẽ, thu hút các doanh nghiệp, nhà đầu tư đặt niềm tin, mạnh dạn đầu tư vào Ninh Thuận, góp phần khai thác tiềm năng du lịch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Đặc biệt trong năm 2021, Ban Thường vụ Tỉnh ủy đã ban hành Nghị quyết số 04-NQ/TU về phát triển du lịch Ninh Thuận trở thành ngành kinh tế mũi nhọn giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030, Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành Đề án phát triển du lịch Ninh Thuận giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030 và đang hoàn thiện Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế-xã hội tỉnh đến năm 2030, tầm nhìn 2045 trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

Về cải cách thủ tục hành chính (TTHC), tỉnh Ninh Thuận thường xuyên rà soát, hoàn thiện các TTHC thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của các Sở, ban, ngành và địa phương. Trong 09 tháng đầu năm 2021, tổng số TTHC trên địa bàn tỉnh là 1.667 TTHC, trong đó, cấp tỉnh là 1.325 TTHC, cấp huyện 242 TTHC và cấp xã 100 TTHC. Mô hình “một cửa”, “một cửa liên thông” tại các Sở, ban, ngành và địa phương được áp dụng rộng rãi, toàn tỉnh Ninh Thuận có 18/18 Sở, ngành cấp tỉnh, 7/7 huyện, thành phố và 65/65 xã, phường, thị trấn thực hiện cơ chế “một cửa”, “một cửa liên thông” trong giải quyết TTHC. Với mục tiêu tiếp nhận hồ sơ TTHC trực tiếp và trực tuyến, từ tháng 7/2019 Trung tâm Phục vụ hành chính công tỉnh đã tạo điều kiện thuận lợi cho người dân và doanh nghiệp trong giải quyết TTHC; giảm thiểu đáng kể thời gian và chi phí cho người dân, doanh nghiệp; hạn chế phát sinh chi phí không chính thức khi thực hiện TTHC,...

Kính thưa quý vị đại biểu!

Có thể nói, Ninh Thuận từng nằm trong nhóm những tỉnh khó khăn nhất cả nước, nhưng những năm gần đây, Ninh Thuận đã đạt được những thành tựu trong

phát triển kinh tế - xã hội. Đặc biệt, năm qua, địa phương đã lọt vào nhóm 05 tỉnh có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao nhất cả nước, trong đó nổi bật là du lịch và năng lượng tái tạo. Đây được xem là sự phát triển mạnh mẽ, bất ngờ nhất ở khu vực Nam Trung bộ và Tây Nguyên.

Cách đây 5-7 năm, Ninh Thuận là vùng đất được biết đến rất ít. Năm 2013, trong “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, Ninh Thuận có duy nhất Khu du lịch Ninh Chữ được góp mặt trong phụ lục những địa điểm tiềm năng phát triển Khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch. Nhưng giờ đây, Ninh Thuận trở thành cái tên thường xuyên được nhắc đến bên cạnh những địa danh quen thuộc như Đà Nẵng, Nha Trang hay Phú Quốc... Sức hấp dẫn từ các loại hình du lịch đa trải nghiệm đã mang lại cho Ninh Thuận những con số ấn tượng: Lượng du khách đến tỉnh trong 5 năm qua tăng nhanh, bình quân tăng 10,8%/năm, thu hút trên 9 triệu lượt khách (trong đó: khách quốc tế đạt trên 400 ngàn lượt), giai đoạn 2016-2020, lượt khách tăng trưởng bình quân đạt 9,7%/năm, thu nhập xã hội từ hoạt động du lịch tăng trưởng bình quân đạt 3,9%/năm, ngành du lịch đạt tỷ trọng 8% GRDP toàn tỉnh.

Cùng với những đột phá về du lịch là sự xuất hiện của các dự án năng lượng tái tạo lớn giúp Ninh Thuận liên tiếp hoàn thành vượt mức 15/15 chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội với tổng sản phẩm nội tỉnh năm ngoái tăng tới 13,2%, cao gần gấp đôi mức bình quân cả nước. Tính đến nay, Ninh Thuận đã có 34 dự án điện mặt trời/2.376,85MW và 13 dự án điện gió/678,95MW được cấp quyết định chủ trương đầu tư, với tổng vốn trên 88.782 tỷ đồng, đã hòa điện lưới quốc gia 25 dự án với tổng công suất 1.556,55 MW. Với nguồn vốn đầu tư năng lượng tái tạo lớn như vậy, chủ trương xây dựng Ninh Thuận thành trung tâm năng lượng tái tạo của cả nước từng bước được thực hiện, đây cũng là một trong những giải pháp đa dạng hóa các loại hình sản phẩm du lịch gắn với phát triển năng lượng tái tạo. Nhìn lại quá trình phát triển của Ninh Thuận trong 5 năm vừa qua (2016 - 2020); phải khẳng định rằng, viễn cảnh tươi sáng của tỉnh trong 10 năm tới sẽ bứt phá lên lên Top khá và top đầu của sự phát triển, chứ không chỉ dừng lại ở mức phát triển trung bình của toàn quốc như một số chuyên gia từng nhận định.

"Mỏ vàng" hút các nhà đầu tư

Từ một vùng đất đầy nắng và gió khắc nghiệt, Ninh Thuận đã trở thành “mỏ vàng” thu hút các nhà đầu tư. Hàng loạt các dự án nghỉ dưỡng du lịch biển được xây dựng, thay đổi diện mạo Ninh Thuận là một trong những minh chứng rõ nét nhất cho hướng đi đúng đắn, mang tính chiến lược của các lãnh đạo tỉnh Ninh Thuận nhằm đưa du lịch Ninh Thuận phát triển xứng tầm, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương theo hướng xanh và bền vững.

Để tạo động lực thu hút các nhà đầu tư, giai đoạn 2018-2019, Ninh Thuận đã ban hành các cơ chế thu hút du lịch trọng điểm đẳng cấp cao trên địa bàn tỉnh, luôn dành các ưu đãi cao nhất trong khung quy định của Chính phủ và vận dụng tối đa các hỗ trợ cao nhất cho nhà đầu tư khi thực hiện dự án trên địa bàn tỉnh.

Với chính sách trải thảm đỏ thu hút đầu tư này, không có gì ngạc nhiên khi Ninh Thuận đón nhận nhiều dự án lớn từ các nhà đầu tư chiến lược, trong đó Crystal

Bay là điển hình với các tổ hợp giải trí nghỉ dưỡng biển tiêu chuẩn quốc tế quy mô lớn chưa từng có. Ngay bên bờ biển Bình Sơn - Ninh Chữ, cạnh trung tâm công viên biển, công trình biểu tượng SunBay Park Hotel & Resort Phan Rang với 3 tòa tháp quy mô hàng đầu Châu Á đã và đang được khẩn trương thi công. Tương lai không xa, SunBay Park Hotel & Resort Phan Rang đáp ứng đầy đủ nhu cầu vui chơi - giải trí - nghỉ dưỡng cao cấp của du khách với 3.300 phòng khách sạn cùng 101 tiện ích 5 sao tiêu chuẩn quốc tế, trở thành một điểm đến mới không chỉ cho khu vực Nam Trung bộ mà trở thành điểm đến mới của Châu Á. Tiếp đó, khi quần thể 4 tòa tháp hình cánh buồm vươn ra biển của Sailing Bay Ninh Chữ được khởi tạo, Ninh Thuận sẽ có thêm những tiện ích - dịch vụ đẳng cấp quốc tế, thu hút hàng triệu lượt khách đến trải nghiệm. Sân trượt tuyết Top 3 thế giới hay công viên cộng đồng cùng hệ sinh thái các tiện ích quốc tế đem đến cho Ninh Thuận những trải nghiệm độc đáo, mới lạ, khác biệt.

Chủ trương đúng đắn trong việc thu hút đầu tư, tạo cơ chế chính sách ưu đãi nằm trong khung cao nhất cả nước nhằm thu hút đầu tư phát triển các dự án nghìn tỷ góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, Ninh Thuận đã và đang trở thành một hiện tượng mới trong bức tranh phát triển kinh tế- xã hội nước ta.

Có thể nói: “Ninh Thuận đã và đang biến ước mơ và khát vọng thành sự thật - Đó là xây dựng Ninh Thuận thành trung tâm năng lượng tái tạo, một điểm đến du lịch đẳng cấp và là một địa phương có nền kinh tế biển phát triển”.

Kính thưa quý vị đại biểu!

Trong thời gian đến, để khai thác tối đa những lợi thế và nguồn lực phát triển, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phù hợp với tinh thần Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị, Ninh Thuận cam kết sẽ không ngừng nỗ lực cùng các tỉnh Duyên hải Nam Trung bộ cải thiện môi trường du lịch, xây dựng dịch vụ du lịch thông minh, đồng thời cam kết đẩy mạnh liên kết trong việc phát triển quy hoạch, kết nối hạ tầng; phát huy giá trị văn hóa di sản, thích ứng biến đổi khí hậu, bảo vệ môi trường, đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến và quảng bá du lịch; đặc biệt chú trọng xây dựng chuỗi sản phẩm du lịch đặc thù, tạo ra sự gắn kết giữa các địa phương với mục tiêu phát triển du lịch bền vững... Tăng cường liên kết phát triển sản phẩm du lịch theo hướng chuyên nghiệp hóa và tiếp cận chuỗi giá trị cung ứng dịch vụ du lịch, từ số lượng sang chất lượng, có trọng tâm, trọng điểm; nâng cao hiệu quả và tính chuyên nghiệp. Xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch Duyên hải Nam Trung bộ hiện đại, đẳng cấp, chất lượng, thân thiện và an toàn.

Để đẩy mạnh thu hút đầu tư và thúc đẩy phát triển du lịch khu vực Duyên hải Nam Trung bộ trong thời gian tới, tỉnh Ninh Thuận kính đề xuất Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội, Thủ tướng Chính phủ và các Bộ, ngành xem xét thí điểm cơ chế, chính sách tạo động lực nhằm đưa du lịch Duyên hải Nam Trung bộ phát triển tương xứng với tiềm năng và vị thế trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, cụ thể:

1. Về phát triển hạ tầng du lịch

- Ưu tiên hỗ trợ bố trí vốn Trung ương để đầu tư xây dựng hạ tầng các Khu du lịch quốc gia theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm

nhìn đến năm 2030 và Quyết định số 2350/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Duyên hải Nam Trung bộ (trong đó có Khu du lịch Quốc gia Ninh Chữ đã được Bộ Xây dựng thẩm định và đang hoàn thiện trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt).

- Có cơ chế hỗ trợ đặc thù vốn trùng tu, giải phóng mặt bằng phục vụ công tác bảo tồn và phát huy giá trị các di sản văn hóa thế giới (di sản vật thể và phi vật thể).

2. Về xúc tiến, quảng bá du lịch

Tiếp tục triển khai thành lập Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch tại các tỉnh Vùng Duyên hải Nam Trung bộ với nguồn thu trích từ huy động nguồn lực xã hội từ doanh nghiệp du lịch. Dự kiến thu (thí điểm) 01 USD/khách du lịch lưu trú. Mục đích duy nhất của quỹ là sử dụng cho hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch.

3. Về đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch

Ưu tiên nguồn vốn đầu tư từ ngân sách Trung ương cho phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, hỗ trợ triển khai các chương trình, đề án phát triển nguồn nhân lực trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận; tích cực vận động, thu hút hỗ trợ các nguồn vốn ODA, NGO... đầu tư cơ sở vật chất và đào tạo nguồn nhân lực cho các vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn của vùng Duyên Hải Nam Trung bộ nói chung và Ninh Thuận nói riêng.

4. Về bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu

- Cho phép thực hiện cơ chế sử dụng ít nhất 10% nguồn thu ngân sách để lại từ du lịch để xây dựng hệ thống thu gom và xử lý chất thải tại các địa bàn trọng điểm du lịch.

- Cho phép sử dụng tối đa 50% lệ phí tham quan di tích lịch sử văn hóa cho mục đích bảo tồn các giá trị văn hoá và tự nhiên, đa dạng sinh học đang được khai thác cho phát triển du lịch.

5. Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phục hồi hoạt động sau dịch

- Đẩy nhanh hơn việc tiêm vắc xin toàn dân để tạo miễn dịch cộng đồng, mở cửa du lịch quốc tế trở lại.

- Cho phép các doanh nghiệp dịch vụ du lịch được khoan nợ và tái cấu trúc các khoản vay đến hết năm 2021 giúp các doanh nghiệp phục hồi và tái lập hoạt động sau dịch.

- Tiếp tục giảm tiền điện, gia hạn thời gian nộp thuế đến cuối năm 2021 đối với thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập doanh nghiệp.

- Khó khăn lớn nhất hiện nay đối với các doanh nghiệp du lịch là thiếu vốn để tái lập hoạt động kinh doanh. Vì vậy, cần có cơ chế mới để doanh nghiệp tiếp cận vốn vay khả thi.

- Miễn giảm các khoản thu phí tham quan, tăng cường truyền thông quảng bá, xúc tiến du lịch trong nước.

Kính thưa quý vị đại biểu!

Để tăng tính cạnh tranh trong thu hút đầu tư, tỉnh Ninh Thuận sẽ tiếp tục ưu tiên đẩy mạnh đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững, nhất là nhân lực chất lượng cao, phục vụ 04 ngành kinh tế trọng điểm, bao gồm: năng lượng sạch; du lịch đẳng cấp cao; nông nghiệp đặc thù ứng dụng công nghệ cao gắn với công nghiệp chế biến và kinh tế đô thị.

Bằng những giải pháp quyết liệt, trong thời gian tới, tỉnh Ninh Thuận quyết tâm huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực, đầu tư có trọng tâm, trọng điểm để tạo động lực mới thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển nhanh và bền vững, thực sự trở thành trung tâm năng lượng tái tạo, một điểm đến du lịch đẳng cấp và là một địa phương có nền kinh tế biển phát triển.

Xin chân thành cảm ơn các đồng chí lãnh đạo Đảng và Nhà nước, các Bộ, ngành Trung ương; lãnh đạo các tỉnh, thành phố đã lắng nghe, đồng cảm, hỗ trợ Ninh Thuận trong thời gian qua đối với quá trình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Kính chúc các đồng chí, quý vị đại biểu và quý vị khách quý luôn mạnh khỏe, hạnh phúc và bình an.

Kính chúc Hội thảo Du lịch năm 2021 thành công tốt đẹp!

Xin trân trọng cảm ơn./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA TỈNH KON TUM TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Y Ngọc

Phó Chủ tịch UBND tỉnh Kon Tum

I. TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA TỈNH KON TUM

Kon Tum là tỉnh miền núi, biên giới, ở phía bắc Tây Nguyên, thuộc khu vực Tam giác phát triển ba nước Việt Nam - Lào - Campuchia; có tổng diện tích tự nhiên gần 10.000 km², dân số khoảng 555.000 người, dân tộc thiểu số chiếm 54% với 43 dân tộc cùng sinh sống (*trong đó có 07 dân tộc thiểu số tại chỗ, gồm: Xơ Đăng, Ba Na, Gia Rai, Giẻ-Triêng, Brâu, Rơ Măm và Hrê*). Tỉnh có đường biên giới dài 292,522 km; giáp với Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào 154,222 km và Vương quốc Campuchia 138,691 km, có 01 cửa khẩu quốc tế và 02 cửa khẩu phụ thông thương với nước Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào. Là nơi giao thoa của nhiều tuyến giao thông đường bộ quan trọng của Việt Nam (*đường Hồ Chí Minh, Quốc lộ 24, Quốc lộ 40...*), nơi có địa danh “*Cột mốc Quốc giới Việt Nam - Lào - Campuchia*”, là biểu tượng cho tình đoàn kết hữu nghị và hợp tác toàn diện giữa ba nước Đông Dương.

Với lịch sử gần 110 năm hình thành và phát triển, cùng với việc phát triển kinh tế - xã hội, giữ vững an ninh quốc phòng, các dân tộc tỉnh Kon Tum đã gìn giữ, bảo tồn, phát huy và tạo nên nhiều giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc, phù hợp với điều kiện mới, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch của tỉnh.

Cùng các yếu tố đặc thù về địa hình, thổ nhưỡng, khí hậu, hệ thảm thực vật rừng đã tạo cho địa phương có nguồn tài nguyên du lịch phong phú, độc đáo:

1. Tài nguyên du lịch thiên nhiên

Với các điều kiện tự nhiên của Kon Tum, đặc biệt là địa hình đa dạng đã tạo cho tỉnh một nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên khá phong phú và hấp dẫn với các loại hình có thể khai thác như du lịch tham quan, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái...

- *Vùng du lịch sinh thái Măng Đen*: Đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 298/QĐ-TTg ngày 05 tháng 02 năm 20213 về Quy hoạch xây dựng vùng du lịch sinh thái quốc gia Măng Đen và Quy hoạch chung đô thị Kon Plông, huyện Kon Plông, tỉnh Kon Tum đến năm 2030. Với tính chất là vùng bảo tồn sinh thái, rừng quốc gia, đây cũng là vùng sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp, tiểu thủ công nghiệp và là vùng trọng điểm phát triển kinh tế phía Đông của tỉnh Kon Tum. Măng Đen nằm ở độ cao trung bình 1.000m - 1.500m so với mực nước biển, có khí hậu ôn đới, quanh năm mát mẻ, nhiệt độ trung bình hàng năm giao động từ 16-20°C, độ ẩm trung bình 82-84%, có rừng nguyên sinh bao bọc xung quanh, rừng có độ che phủ hơn 80% diện tích tự nhiên; có nhiều hồ thác, suối đá và cảnh quan thiên

nhiên, văn hóa bản địa độc đáo. Đây là tiềm năng thuận lợi để phát triển thành trung tâm du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng cấp quốc gia.

- *Khu bảo tồn thiên nhiên Ngọc Linh*: Với diện tích tự nhiên hơn 37.000 ha, độ che phủ đạt 98,12% diện tích rừng các loại, là sinh cảnh của một số loài động thực vật quý hiếm đặc hữu của Việt Nam được phát hiện mà nơi khác không có. Cộng đồng dân tộc thiểu số vùng đệm lưu giữ nét huyền bí của nhiều giá trị văn hóa lâu đời, nhiều phong tục, nghi lễ gắn với đời sống sản xuất, sinh hoạt vẫn luôn được cộng đồng gìn giữ và phát huy. Tổng hòa văn hóa truyền thống, giàu bản sắc của mỗi dân tộc hợp thành một tổng thể văn hóa đặc trưng của vùng, miền. Với tính đại diện, tầm quan trọng trong công tác bảo tồn, tính độc đáo của các loài quý hiếm và ý nghĩa dân tộc học, Khu bảo tồn thiên nhiên Ngọc Linh được công nhận Vườn di sản ASEAN lần thứ hai của tỉnh Kon Tum.

- *Vườn quốc gia Chư Mom Ray*: Tiếp giáp với biên giới của 02 nước Lào và Campuchia, với tổng diện tích trên 56.000ha, Vườn quốc gia Chư Mom Ray có hệ động thực vật rất đa dạng và phong phú với hệ sinh thái gồm 12 kiểu rừng khác nhau; trên 620 loài động vật, trong đó có 114 loài thuộc diện quý hiếm nằm trong danh mục sách đỏ Việt Nam và sách đỏ thế giới như: Hổ, Voi, Báo, Bò xám, Vọc, Bò tót, Báo Gấm... Với đặc điểm khí hậu riêng biệt, đã mang đến cho khu bảo tồn sự đa dạng về sinh học và nhiều nguồn gen quý. Năm 2004, Khu bảo tồn thiên nhiên Chư Mom Ray đã được Hiệp hội các nước Đông Nam Á công nhận là di sản ASEAN. Nhờ sự đa dạng về sinh học và vị trí địa lý quan trọng, đây là địa điểm có tiềm năng du lịch lớn của tỉnh Kon Tum, thích hợp với loại hình du lịch sinh thái, khám phá và nghiên cứu khoa học.

- *Khu vực lòng hồ Ya Ly*: Thủy điện Ya Ly đã hình thành một khu vực lòng hồ rộng lớn, với cảnh đẹp, núi non hùng vĩ, tiềm năng phát triển du lịch sinh thái lòng hồ thủy điện Ya Ly là rất lớn, địa điểm du lịch lý tưởng với những người yêu thích thiên nhiên.

- *Khu vực lòng hồ Plei Kroong*: Có diện tích khoảng 60km² được hình thành từ việc xây dựng thủy điện Plei Kroong, Khu vực này có nhiều khu đồi thoải, nhấp nhô tạo phong cảnh gắn với môi trường sông hồ phù hợp với phát triển du lịch sinh thái với các loại hình, sản phẩm du lịch như biệt thự ven hồ, du lịch lòng hồ.

- *Rừng đặc dụng Đăk Uy*: Nằm ở vị trí thuận lợi về giao thông, ngay cạnh trục giao thông chính trên đường Hồ Chí Minh, cách thành phố Kon Tum khoảng 25 km về phía Bắc, thuộc huyện Đăk Hà. Rừng có diện tích khoảng 690 ha với địa hình khá bằng phẳng, có 27 loài gỗ hỗn giao, ưu hợp, các cây dược liệu như sa nhân, sâm nam, cùng nhiều loại phong lan đủ màu sắc. Rừng còn là nơi sinh sống của nhiều loài động vật như gấu chó, beo, nai, mang, lợn rừng, tê tê, rắn... và nhiều loại chim như: cò trắng, vạc, nhồng, sáo đen, gà rừng... tạo nên sự phong phú, sinh động cho khu du lịch sinh thái. Rừng được phân thành các khu: Rừng khoanh nuôi, rừng tu bổ và rừng trồng, với sự kết hợp hài hòa của hệ thống đường đi, cỏ cây, suối hồ, hệ thống kênh dẫn nước. Rừng đã đón nhiều đoàn du khách đến tham quan, nghỉ ngơi, picnic trong những ngày nghỉ.

- Địa hình của Kon Tum chủ yếu là đồi núi, dốc, phong cảnh tự nhiên, hoang sơ rất thuận lợi cho việc phát triển du lịch sinh thái, du lịch leo núi, du lịch mạo hiểm, du lịch nghỉ dưỡng, phát triển rau hoa xứ lạnh, trồng sâm Ngọc Linh...

2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Tỉnh Kon Tum có hệ thống di sản văn hóa vật thể và phi vật thể rất đa dạng, mang đậm bản sắc văn hóa rất riêng của các tộc người thiểu số, thể hiện ở các loại hình như: văn hóa luật tục, văn hóa cư trú, nhà rông - nhà dài, văn hóa lễ hội, văn hóa công chiêng và nhạc cụ dân tộc, các loại hình nghệ thuật dân gian truyền thống, văn hóa ẩm thực, văn hóa trang phục, ngôn ngữ - chữ viết, điêu khắc - hoa văn, họa tiết, dệt thổ cẩm, đan lát... Đặc biệt, trong không gian văn hóa lễ hội có loại hình “Không gian Văn hóa Công chiêng Tây Nguyên” đã được UNESCO công nhận là **“Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại”**, trong đó tỉnh Kon Tum vinh dự được đóng góp hai bộ chiêng Tha của người dân tộc Brâu.

Các di tích lịch sử, cách mạng đã được xếp hạng cấp quốc gia như: Di tích lịch sử Ngục Kon Tum (*thành phố Kon Tum*), di tích lịch sử ngục Đăk Glei (*huyện Đăk Glei*); di tích lịch sử chiến thắng Đăk Tô - Tân Cảnh (*huyện Đăk Tô*), di tích Chiến thắng Plei Kần (*huyện Ngọc Hồi*), giúp du khách muốn tìm hiểu về chiến trường Tây Nguyên, về truyền thống đấu tranh, truyền thống văn hoá của Nhân dân các dân tộc tỉnh Kon Tum.

Các công trình tôn giáo có kiến trúc, nghệ thuật độc đáo như: Chùa Tổ đình Bác Ái (thành phố Kon Tum); Nhà thờ Gỗ (Nhà thờ Chánh tòa), Tòa Giám mục Kon Tum... là các công trình kiến trúc được xây dựng bằng vật liệu chính là gỗ, đã tồn tại trên 100 năm, ở vị trí trung tâm thành phố Kon Tum... là điểm đến hấp dẫn của du khách tham quan.

3. Tài nguyên du lịch xã hội - tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng

Hiện công tác phát triển du lịch cộng đồng đang được các cấp chính quyền của tỉnh quan tâm chỉ đạo thực hiện, bước đầu đã nhận được sự hỗ trợ của một số tổ chức trong nước và quốc tế, sự phối hợp năng động của các doanh nghiệp và sự tham gia nhiệt tình của cộng đồng dân cư. Bản sắc văn hóa dân gian truyền thống của đồng bào các dân tộc thiểu số là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch cộng đồng, nhằm mang lại lợi ích thiết thực về vật chất và tinh thần cho người dân và cộng đồng xã hội; bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống.

Du lịch văn hóa và du lịch cộng đồng là một trong những loại hình riêng của tỉnh như tham quan nghiên cứu các giá trị văn hóa hướng về cội nguồn; du lịch kết hợp với hoạt động công vụ; du lịch thể thao mạo hiểm và du lịch Caravan qua cửa khẩu quốc tế Bờ Y - Ngọc Hồi.

Bên cạnh các lễ hội truyền thống của đồng bào các dân tộc thiểu số diễn ra hàng năm tại các làng đồng bào dân tộc thiểu số, còn có các lễ hội của các tôn giáo, cộng đồng dân cư, phát triển loại hình du lịch tâm linh nhằm phát huy và bảo tồn các giá trị văn hóa của các dân tộc thiểu số gắn với bảo vệ môi trường, cảnh quan.

4. Lợi thế từ Khu kinh tế cửa khẩu quốc tế Bờ Y

Nổi bật trong tiềm năng và thế mạnh của tỉnh Kon Tum là lợi thế từ Khu kinh tế cửa khẩu quốc tế Bờ Y, có vị trí rất thuận lợi đối với sự giao lưu phát triển với các vùng kinh tế trọng điểm của cả nước và giao lưu quốc tế - một địa điểm trung chuyển quan trọng trên trục hành lang kinh tế Đông Tây, đường mòn Hồ Chí Minh có hạ tầng giao thông đảm bảo rất thuận lợi nối các tỉnh Tây Nguyên, Duyên hải Miền Trung, Đông Nam Bộ với các tỉnh Đông Bắc Thái Lan, Đông Bắc Campuchia và các tỉnh Nam Lào, tạo cơ hội cho ngành Du lịch Kon Tum có thể phát huy tối đa tiềm lực phát triển du lịch, đặc biệt loại hình du lịch Caravan nhằm mở rộng hành trình du lịch Con đường di sản miền Trung và Tây Nguyên sang các tỉnh Nam Lào, Đông Bắc Thái Lan và Campuchia.

II. KẾT QUẢ CÔNG TÁC THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KON TUM

1. Kết quả đạt được

Trong những năm qua, tỉnh đã tập trung triển khai các giải pháp phát triển du lịch một cách đồng bộ, kịp thời, trong đó chú trọng công tác thu hút đầu tư, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc cho các tổ chức, cá nhân trong hoạt động du lịch nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động du lịch trong tình hình mới, đáp ứng yêu cầu theo tinh thần Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị.

Văn kiện Đại hội đại biểu lần thứ XVI nhiệm kỳ 2020 - 2025 của Đảng bộ tỉnh cũng đã xác định nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu để phát triển du lịch: *“Đẩy mạnh phát triển du lịch với nhiều hình thức, sản phẩm đa dạng, phong phú; tăng cường quảng bá, xây dựng Khu du lịch sinh thái quốc gia Măng Đen thành điểm đến hấp dẫn, có thương hiệu trong khu vực, trong nước và quốc tế. Hình thành các tour du lịch cộng đồng tại các huyện Tu Mơ Rông, Đắk Glei, Kon Plông, Ngọc Hồi, Sa Thầy gắn với tour du lịch chinh phục núi Ngọc Linh, Cột mốc biên giới 3 nước Việt Nam-Lào-Campuchia, Vườn Quốc gia Chư Mom Ray; tiếp tục triển khai có hiệu quả công tác khôi phục, bảo tồn, phát huy giá trị bản sắc văn hóa truyền thống các dân tộc thiểu số, các di tích lịch sử cách mạng gắn với phát huy các tuyến, điểm du lịch”*.

Xây dựng và hình thành các khu, điểm du lịch, khu vui chơi giải trí không chỉ tập trung ở các khu vực thành thị, mà ở cả các vùng nông thôn nhằm tạo sức lan tỏa trong hoạt động du lịch, tạo thuận lợi cho du khách tham quan trải nghiệm các hoạt động văn hóa, khám phá thiên nhiên Kon Tum, đồng thời chú trọng phát triển, nâng tầm các sản phẩm OCOP đặc thù của địa phương, góp phần làm phong phú chương trình du lịch, thu hút du khách, nâng thu nhập cho người dân, hướng tới phát triển du lịch và phát triển nông thôn bền vững.

Đẩy mạnh việc bảo tồn và phát triển bền vững Sâm Ngọc Linh trên nguyên tắc bảo tồn đa dạng sinh học và môi trường sinh thái, phát triển du lịch gắn với mục tiêu giảm nghèo bền vững và tăng trưởng kinh tế, tạo sinh kế bền vững cho người dân. Thời gian qua, tỉnh đã ban hành Quy hoạch phát triển Sâm Ngọc Linh tỉnh Kon Tum giai đoạn 2012-2020, tầm nhìn đến năm 2025; Quyết định số 1466/QĐ-UBND ngày 28 tháng 12 năm 2018 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc ban hành Đề án đầu

tư, phát triển và chế biến được liệu trên địa bàn tỉnh đến năm 2020, định hướng đến năm 2030...

1.1. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu chung về du lịch

- Hoạt động kinh doanh du lịch có sự phát triển, số lượng du khách và thu nhập xã hội từ du lịch ngày càng tăng. Trong đó tổng lượt khách giai đoạn 2011-2015 đạt 985,284 lượt (*khách quốc tế đạt 331,186 lượt người, khách nội địa đạt 654,098 lượt*); tổng lượt khách giai đoạn 2016-2020 đạt 1,808,353 (*trong đó khách quốc tế đạt 645,130 lượt người, khách nội địa đạt 1,163,223 lượt người*). Doanh thu du lịch: Bình quân hàng năm đạt trên 200 tỷ đồng.

- Về cơ sở hạ tầng du lịch: Hiện tỉnh Kon Tum có 153 cơ sở lưu trú du lịch với tổng số 2183 phòng. Công suất sử dụng phòng qua các năm tăng đều từ 65-75%. Hạ tầng giao thông trên các tuyến huyết mạch được chú trọng đầu tư, đã góp phần phát triển 03 vùng kinh tế động lực của tỉnh gắn với khu vực tam giác phát triển và các địa phương trong trục hành lang kinh tế Đông - Tây.

- Về lao động ngành du lịch: Đến nay số lao động làm việc trong các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp lưu trú lưu hành, các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh có 1.779, trong đó số lao động trong lĩnh vực du lịch tại khu vực nông thôn là 470 người.

- Đến nay đã công nhận 10 điểm du lịch trên địa bàn tỉnh, trong đó: Huyện Kon Plông: 06 điểm; Huyện Đăk Hà 01 điểm và Thành phố Kon Tum 03 điểm.

1.2. Về công tác quy hoạch

Các khu du, điểm du lịch sau khi phê duyệt quy hoạch được công bố rộng rãi, đảm bảo nâng cao chất lượng và tính khả thi của các quy hoạch phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh. Hoàn thiện các quy hoạch và triển khai đầu tư Khu du lịch văn hoá lịch sử ngục Kon Tum; quy hoạch các khu, điểm du lịch tại Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Măng Đen, Khu kinh tế cửa khẩu quốc tế Bờ Y, các điểm du lịch trên địa bàn các huyện, thành phố. Công tác điều tra, đánh giá thực trạng, tiềm năng tài nguyên du lịch; kiểm tra, giám sát thực hiện quy hoạch của địa phương được tăng cường...

Hiện nay, công tác lập Quy hoạch tỉnh Kon Tum thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 đang khẩn trương triển khai thực hiện. Trong đó, lĩnh vực du lịch thuộc nhóm ngành dịch vụ, thương mại được xác định là nhóm ngành quan trọng cần tập trung phát triển trên địa bàn tỉnh, cụ thể là “Phương án quy hoạch các khu du lịch”. Thời gian đến, tỉnh sẽ nghiên cứu, đề xuất tích hợp nội dung đề xuất “Đánh giá thực trạng và định hướng phát triển du lịch, hình thành cụm, chuỗi phát triển du lịch trọng điểm của tỉnh Kon Tum gắn với tổng thể du lịch vùng thời kỳ 2021-2030” vào Quy hoạch tỉnh Kon Tum thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.

1.3. Về phát triển, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, khai thác thế mạnh của địa phương

Xuất phát từ lợi thế về vị trí địa lý, truyền thống văn hóa đặc sắc, phong tục tập quán, đời sống sinh hoạt, lao động sản xuất. Tỉnh tập trung đẩy mạnh xây dựng và phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch đặc trưng phục vụ thị trường khách du

lịch; triển khai đầu tư tôn tạo, phục dựng và khai thác giá trị di tích lịch sử cách mạng để phục vụ phát triển du lịch.

Những năm qua, trên địa bàn tỉnh đã xây dựng, khai thác, phát huy các sản phẩm và loại hình du lịch chính như:

- *Du lịch sinh thái*: Phát triển loại hình du lịch tham quan, dã ngoại (Vườn quốc gia Chư Mom Ray, điểm du lịch thác Pa Sỷ - Măng Đen, điểm du lịch Hồ Đắk Ke - Măng Đen,...).

- *Du lịch cộng đồng* (thường ngoạn thiên nhiên và trải nghiệm đời sống người dân làng Kon Kơ Tu, thành phố Kon Tum, làng Kon Pring, huyện Kon Plông, làng Đắk Răng huyện Ngọc Hồi, Làng Kon Brăp Du, huyện Kon Rẫy), gần đây đã hình thành một số điểm du lịch cộng đồng như tại Làng Đắk Lek, xã Ngọc Bay, thành phố Kon Tum (hộ A Bui).

- *Du lịch văn hóa - tôn giáo*: Trên cơ sở khai thác lợi thế của Không gian Văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên tại Kon Tum, hệ thống di tích lịch sử cách mạng, Lễ hội tôn giáo và kiến trúc tôn giáo và một số lễ hội truyền thống đặc sắc của đồng bào các dân tộc tỉnh Kon Tum, ngành du lịch Kon Tum đã phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa đặc sắc như: Du lịch văn hóa - tâm linh; Kết hợp tham quan các công trình văn hóa tôn giáo Chùa Khánh Lâm - Măng Đen; Nhà thờ gỗ, Tòa giám mục Kon Tum.

- *Du lịch văn hóa - lịch sử cách mạng*: Với hệ thống các điểm du lịch độc đáo như: Bảo tàng tỉnh Kon Tum, Khu di tích lịch sử Ngục Kon Tum; Khu di tích lịch sử Ngục Đắk Gle; Khu di tích lịch sử Chiến thắng Đắk Tô - Tân Cảnh; Khu di tích lịch sử và danh thắng Măng Đen...; cầu treo Kon Klor và hệ thống tượng nhà mồ tại các làng đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn tỉnh Kon Tum, tượng dân gian Tây Nguyên.

- Tập trung phát triển sản phẩm du lịch chủ yếu là du lịch sinh thái, tham quan du lịch lòng Hồ thủy điện; tham quan đường tuần tra, cột mốc biên giới, Thác, Hồ tham gia các lễ hội truyền thống của cộng đồng các dân tộc; phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái gồm các loại hình du lịch như dã ngoại, nghiên cứu sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với du lịch công nghệ cao Măng Đen.

- Xây dựng và triển khai các Đề án phát triển du lịch Vườn Quốc gia Chư Mom Ray, Rừng Đặc dụng Đắk Uy và Khu bảo tồn thiên nhiên Ngọc Linh. Xây dựng các khu du lịch nghỉ dưỡng cao cấp kết hợp với các dịch vụ vui chơi giải trí cao cấp tại huyện Kon Plông theo Đề án đầu tư xây dựng vùng du lịch sinh thái Măng Đen, huyện Kon Plông, tỉnh Kon Tum.

- Giai đoạn 2016-2020, tỉnh đầu tư xây dựng và phát triển 03 làng du lịch cộng đồng tại thành phố Kon Tum, huyện Kon Plông. Triển khai có hiệu quả Đề án bảo tồn và phát triển nghề truyền thống của các dân tộc thiểu số tại chỗ; xây dựng các khu trưng bày, không gian văn hóa các dân tộc thiểu số như khu vườn tượng gỗ... Phát triển các sản phẩm đồ gỗ mỹ nghệ, hàng dệt thổ cẩm của các dân tộc tại chỗ. Xây dựng các tour hướng dẫn nghệ thuật chế biến món ăn đậm nét văn hóa truyền thống, tạo sự mới lạ cho du khách, đặc biệt là khách quốc tế.

1.4. Các sản phẩm dịch vụ du lịch có tính thu hút cao

- Thời gian qua, tỉnh tập trung phát triển các sản phẩm đặc trưng phục vụ du lịch như: Tiêu rừng Măng Đen, rượu vang sim Măng Đen, rượu Sâm Ngọc Linh, Gà nướng Kon Plông, Sâm dây, Sâm đương quy, cà phê Đắk Hà, mật ong rừng và các loại dược liệu (cốt toái bồ, sơn tra, mật nhân) tại các huyện Kon Plông, Tu Mơ Rông và Đắk Glei. Từ năm 2018 đến nay, toàn tỉnh có 109 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 đến 5 sao (*03 sản phẩm dịch vụ du lịch*); đặc biệt trong đó có 01 sản phẩm đã được công nhận 5 sao (*sản phẩm cấp quốc gia*) và 06 sản phẩm tiềm năng 5 sao đang được đề nghị Trung ương đánh giá, phân hạng. Các sản phẩm OCOP của tỉnh đều là những sản phẩm mang tính đặc trưng, lợi thế của địa phương rất phù hợp làm quà biếu, quà tặng được khách du lịch đặc biệt quan tâm.

- Dịch vụ phục vụ du lịch cộng đồng (*du khách tham quan tìm hiểu đời sống, tham gia sinh hoạt thường ngày của đồng bào các dân tộc tại chỗ, dệt vải, chèo thuyền trên sông, lên nương rẫy.... và cùng tham gia sinh hoạt Cồng chiêng với đồng bào địa phương*).

- Dịch vụ tham quan trải nghiệm vườn Sâm Ngọc Linh (*du khách có thể tìm hiểu cách trồng, chế biến sâm và trải nghiệm hệ sinh thái núi rừng Kon Tum, mua sản phẩm sâm Ngọc Linh và các loại dược liệu khác (xuất khẩu tại chỗ)*).

- Dịch vụ du lịch sinh thái, dịch vụ tham quan tìm hiểu các di tích lịch sử, công trình kiến trúc của các tôn giáo trên địa bàn tỉnh...

1.5. Về thu hút đầu tư một số khu, điểm du lịch trọng điểm

Giai đoạn 2016-2020, tỉnh đã bố trí trên 257 tỷ đồng để thực hiện đầu tư các công trình trọng điểm về du lịch và hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch, cụ thể: Đầu tư hạ tầng Khu du lịch văn hóa, lịch sử Ngọc Kon Tum; tu bổ, tôn tạo di tích lịch sử Ngọc Đắk Glei, Khu căn cứ Tỉnh ủy; phát triển du lịch tại khu kinh tế cửa khẩu Quốc tế Bờ Y, huyện Ngọc Hồi và tại các vùng kinh tế động lực... Đã thu hút được 10 dự án đầu tư kết hợp du lịch với tổng vốn đăng ký hơn 1.617 tỷ đồng; ban hành danh mục các dự án kêu gọi đầu tư và tìm hiểu cơ hội đầu tư vào Kon Tum giai đoạn 2018-2020, trong đó có 34 dự án thuộc lĩnh vực thương mại - dịch vụ - du lịch; danh mục dự án thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) trên địa bàn tỉnh đến năm 2020 với 17 dự án, trong đó có 06 dự án du lịch - dịch vụ.

Trong năm 2021, nhằm thu hút nhiều tập đoàn lớn, uy tín tìm hiểu cơ hội đầu tư vào lĩnh vực du lịch ở những vùng có tiềm năng, Ủy ban nhân dân tỉnh ban hành danh mục các dự án thu hút đầu tư của tỉnh Kon Tum giai đoạn 2021- 2025, trong đó có 47 dự án thu hút đầu tư vào lĩnh vực du lịch - dịch vụ; ưu tiên xúc tiến thu hút đầu tư các dự án vào khu vực có tiềm năng phát triển du lịch như: Khu kinh tế cửa khẩu quốc tế Bờ Y, huyện Ngọc Hồi; thị trấn Măng Đen, huyện Kon Plông, huyện Kon Rẫy, huyện Tu Mơ Rông hướng tới hoàn thiện hệ sinh thái du lịch xanh theo chuỗi giá trị.

Tại khu vực cột mốc quốc giới 03 nước Việt Nam, Lào, Campuchia đã đầu tư xây dựng: Đền tưởng niệm các anh hùng liệt sỹ Trường Sơn; Nhà trưng bày, giới thiệu cột mốc biên giới 03 nước Việt Nam - Lào - Campuchia. Đã cấp Giấy chứng

nhận đầu tư cho 03 doanh nghiệp tổ chức bán hàng miễn thuế; 11 dự án đầu tư về lĩnh vực thương mại dịch vụ nhằm góp phần đẩy mạnh hoạt động du lịch cho khách đến tham quan, mua sắm tại cửa khẩu quốc tế Bờ Y; đến nay, đã có 07 dự án đưa vào hoạt động.

1.6. Về đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực du lịch

Chú trọng đào tạo, nâng cao trình độ cán bộ lãnh đạo, quản lý, tham mưu từ cấp tỉnh đến cơ sở trong công tác quản lý, xúc tiến phát triển du lịch. Tổ chức khóa đào tạo, nâng cao nghiệp vụ quản lý khách sạn vừa và nhỏ, các lớp học bồi dưỡng định kỳ về hướng dẫn viên cho các đơn vị kinh doanh du lịch, cán bộ, nhân viên làm công tác du lịch trên địa bàn tỉnh; đặc biệt đã tổ chức đánh giá mô hình đào tạo nghề du lịch miễn phí cho thanh niên dân tộc thiểu số, các em có hoàn cảnh đặc biệt khó khăn tại cơ sở Hnam Chang Nghe và Trường Cao đẳng Cộng đồng Kon Tum, được đánh giá là mô hình hay ở cơ sở báo cáo tổng kết thực tiễn ở Trung ương. Mở rộng công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch nhất là ở khu vực nông thôn nhằm mục tiêu giải quyết việc làm cho Nhân dân, phát triển du lịch gắn với xây dựng nông thôn mới.

1.7. Về quảng bá, xúc tiến du lịch và liên kết hợp tác

Các ngành, địa phương trong tỉnh đã tích cực kết nối, mở rộng liên kết ngoài tỉnh và từng bước tham gia hội nhập quốc tế về du lịch, đặc biệt tham gia Hội nghị hợp tác giữa các địa phương Việt Nam và Pháp năm 2016, 2019 do Bộ Ngoại giao tổ chức; tổ chức Hội nghị hợp tác phát triển giữa các địa phương ba nước Việt Nam, Lào, Thái Lan với trọng tâm là hợp tác phát triển du lịch trên cơ sở phát huy lợi thế của 2 cặp cửa khẩu Chong Mek (Thái Lan) - Vang Tao và Phu Cua (Lào) - Bờ Y (Việt Nam) hướng đến cảng biển của miền Trung Việt Nam và các trung tâm kinh tế của Thủ đô Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Ngoài ra, tỉnh đã tổ chức làm việc với các địa phương, tổ chức của các quốc gia Pháp, Hàn Quốc, Australia, Israel và Nhật Bản để giới thiệu, quảng bá về hình ảnh, văn hóa, con người, cũng như tiềm năng, thế mạnh của tỉnh; đề xuất các nội dung hợp tác trên các lĩnh vực trong đó có lĩnh vực du lịch, kêu gọi các nhà đầu tư các nước đến tỉnh Kon Tum du lịch, tìm hiểu cơ hội hợp tác đầu tư...

Tổ chức các chương trình liên kết, hợp tác với các tỉnh, thành phố trong nước, trong vùng và các tỉnh Nam Lào, Đông Bắc Campuchia về du lịch. Đã ký kết Chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch giữa các tỉnh khu vực miền Trung - Tây Nguyên, các tỉnh Nam Lào và Đông bắc Thái Lan. Ký kết hợp tác phát triển du lịch với Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2016-2020 tập trung vào các nội dung về trao đổi thông tin về tình hình phát triển du lịch, xúc tiến, quảng bá du lịch; bồi dưỡng, đào tạo nguồn nhân lực du lịch; phát triển sản phẩm du lịch và liên kết, hợp tác thực hiện Chương trình kích cầu du lịch nội địa nhằm khắc phục hậu quả do dịch COVID-19. Tích cực tham gia Hội nghị xúc tiến hợp tác du lịch giữa các tỉnh, thành phố trong nước như VITM, ITE tại Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các hội nghị, hội thảo, Năm Du lịch Quốc gia tại các địa phương khác trong cả nước.

Thường xuyên đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến, thông tin, quảng bá du lịch. Định kỳ 02 năm/lần tổ chức Tuần Văn hóa - Du lịch tỉnh Kon Tum; đề

cử một số đặc sản của tỉnh vào hành trình tìm kiếm và quảng bá đặc sản Việt Nam (2019) nhằm giới thiệu các món ăn dân dã, đặc sắc, các sản vật mang đậm nét văn hóa đặc trưng của tỉnh Kon Tum, góp phần quảng bá với du khách, Nhân dân trong và ngoài nước.

1.8. Phát triển du lịch kết hợp với bảo vệ môi trường

Xác định hoạt động du lịch không thể tách rời môi trường tự nhiên, vai trò của công tác bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch theo hướng bền vững. Trong thời gian qua, địa phương đã phối hợp với Tổng cục Du lịch tổ chức đợt tập huấn kiến thức về Luật Môi trường, giới thiệu các giải pháp thực hiện bảo vệ môi trường trong hoạt động kinh doanh du lịch, tạo điều kiện cho 153 cơ sở lưu trú du lịch và các đơn vị lữ hành trên toàn tỉnh tuân thủ các điều kiện kinh doanh gắn với công tác bảo vệ môi trường.

2. Khó khăn về thu hút đầu tư lĩnh vực du lịch

Là địa phương có thế mạnh về du lịch sinh thái, trong đó vườn Quốc gia Chư Mom Ray, khu bảo tồn thiên nhiên Ngọc Linh, rừng đặc dụng Đắk Uy và Khu du lịch sinh thái Măng Đen - Kon Plông... là những điểm nhấn nổi bật như đã nêu trên. Tuy nhiên, việc kêu gọi thu hút đầu tư du lịch vào các khu vực này trong những năm qua còn một số hạn chế nhất định, chưa kêu gọi được các nhà đầu tư có tiềm lực lớn, đẩy mạnh xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch khai thác tài nguyên du lịch một cách hiệu quả.

** Nguyên nhân:*

- Chính sách pháp luật về quản lý bảo vệ rừng, với chính sách phát triển du lịch chưa được đồng bộ. Mục tiêu bảo tồn rừng, bảo vệ đa dạng sinh học chưa đi đôi với mục tiêu phát triển du lịch; có những khu vực hạn chế không cho phép tổ chức khai thác du lịch.

- Vấn đề phát triển du lịch, phải đi đôi với việc bảo vệ an ninh quốc phòng, có những bước đi phù hợp và thận trọng, nên còn những hạn chế nhất định, do đó chưa thu hút được các nhà đầu tư.

- Đối với khu du lịch sinh thái Măng Đen - Kon Plông, những năm trước đây giao thông đi lại còn khó khăn (Quốc lộ 24 chưa được nâng cấp), là điểm nghẽn trong phát triển du lịch.

- Vị trí địa lý của tỉnh nằm ở ngã ba Đông Dương, thuộc vùng lõi của khu vực tam giác phát triển CLV (Campuchia – Lào – Việt Nam), tuy nhiên lại nằm xa các trung tâm kinh tế lớn của đất nước (Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh...). Các khu vực Nam Lào (Atapur, Salavan, Sê Kong), Đông bắc Campuchia (Ranatakiri, Stungtreng..) tiếp giáp với Kon Tum là những khu vực phát triển thấp của các nước bạn. Do đó còn hạn chế về thu hút khách du lịch.

- Do ảnh hưởng của thời tiết, Kon Tum có hai mùa mưa và nắng, hoạt động du lịch lại có tính thời vụ (mùa lễ hội, nghỉ hè, các dịp lễ tết...), dịp nghỉ hè khách du lịch đông nhưng Kon Tum rơi vào thời điểm mùa mưa.

III. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA TỈNH TRONG THỜI GIAN TỚI

1. Xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh đến năm 2025, gắn mục tiêu tăng trưởng và phát triển bền vững, tạo sinh kế cho người dân cùng với việc tạo dấu ấn riêng của du lịch Kon Tum.

2. Thực hiện tốt công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch; cơ chế chính sách; tiếp tục đầu tư và thu hút đầu tư các dự án hạ tầng giao thông, hạ tầng du lịch phục vụ phát triển du lịch, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

3. Nâng cao chất lượng, phát triển và đa dạng hóa sản phẩm du lịch, ưu tiên các sản phẩm du lịch đặc trưng, có bản sắc riêng đáp ứng thị trường.

4. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học và công nghệ; đổi mới và nâng cao hiệu quả xúc tiến, thu hút đầu tư; nâng cao hiệu quả quảng bá du lịch; tăng cường liên kết, hợp tác phát triển du lịch.

5. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển. Thực hiện tốt công tác đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực du lịch.

6. Phát triển du lịch gắn với bảo vệ tài nguyên, cảnh quan môi trường; mở rộng và phát triển thị trường...

IV. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

1. Đối với Quốc hội: Đề nghị xem xét sửa đổi, bổ sung các văn bản Luật, nhất là Luật Đất đai, tháo gỡ khó khăn cho các địa phương, doanh nghiệp đối với hoạt động kinh doanh du lịch trên đất nông nghiệp hoặc trang trại.

Một số nhà đầu tư, hoặc hộ gia đình, cá nhân được giao đất, cho thuê đất làm trang trại nông nghiệp, nay có nhu cầu mở rộng để làm du lịch trang trại, trong đó có xây dựng các nhà lưu trú (đất dịch vụ) thì phải thông qua đấu thầu theo quy định của Luật đất đai. Theo quy định thì điều kiện khi xây dựng và kinh doanh các cơ sở lưu trú phải đảm bảo hệ thống cơ sở vật chất cho khách du lịch; Tuy nhiên, theo Luật Đất đai khi đã quy hoạch đất nông nghiệp,... thì không được xây dựng nhà (*hay phục vụ lưu trú*) sẽ làm giảm đi nhu cầu và mong muốn của người kinh doanh du lịch, không kêu gọi và phát huy được các nguồn lực đầu tư.

2. Đối với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

2.1. Đề nghị xem xét bổ sung nội dung phát triển du lịch nông thôn vào quy hoạch ngành du lịch và hướng dẫn các địa phương tích hợp bổ sung vào quy hoạch tổng thể của các địa phương. Theo quan điểm định hướng nông thôn làm du lịch chứ không phải làm du lịch nông thôn, đặt người dân làm vị trí trung tâm trong định hướng phát triển, nhằm phát triển du lịch một cách hài hòa giữa thành thị và nông thôn, đáp ứng các phân khúc thị trường khách du lịch, cao cấp, bình dân... và giảm tải cho khu vực thành thị trong việc đón khách du lịch.

2.2. Có phương án cụ thể về chính sách hỗ trợ việc làm và đào tạo nhân lực để bổ sung cho các doanh nghiệp; huy động cộng đồng, người dân tham gia vào hoạt động du lịch cùng vượt qua khó khăn do tác động của đại dịch COVID-19.

2.3. Ban hành các quy định về chính sách thu hút đầu tư đặc thù đối với các tỉnh miền núi, khó khăn về kinh tế và xã hội, cơ chế đặc thù để địa phương có cơ sở để phát huy nội lực kết hợp với các yếu tố khách quan để đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TỈNH LÂM ĐỒNG

Trần Văn Hiệp
Chủ tịch UBND tỉnh Lâm Đồng

Tóm tắt : Lâm Đồng là tỉnh nằm ở khu vực Nam Tây Nguyên có độ cao chênh lệch từ 300 - 1.500m so với mặt nước biển, nhiệt độ trung bình từ 18-25°C, với diện tích 9.773,54 km². Lâm Đồng nằm trên 3 cao nguyên và là khu vực đầu nguồn của 7 hệ thống sông lớn. Địa hình chủ yếu là bình sơn nguyên, núi cao, đồng thời cũng có những thung lũng nhỏ bằng phẳng đã tạo nên những yếu tố tự nhiên khác nhau về khí hậu, thổ nhưỡng, động thực vật... và những cảnh quan kỳ thú.

Tỉnh Lâm Đồng có 12 đơn vị hành chính gồm: thành phố Đà Lạt, thành phố Bảo Lộc và 10 huyện, với 145 xã, phường, thị trấn với dân số trên 1,3 triệu người, bao gồm 47 dân tộc anh em cùng sinh sống, trong đó đồng bào dân tộc thiểu số chiếm khoảng 24%.

Nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam - là khu vực năng động, có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và là thị trường có nhiều tiềm năng; Lâm Đồng được chia thành 3 vùng với 5 thế mạnh: phát triển cây công nghiệp dài ngày, lâm nghiệp, khoáng sản, du lịch - dịch vụ và chăn nuôi gia súc.

Với tiềm năng về tài nguyên du lịch đa dạng và phong phú cả về tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa; Lâm Đồng có nhiều điều kiện để phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, có tính cạnh tranh cao, hấp dẫn khách du lịch trong nước và quốc tế.

Dựa vào tiềm năng, thế mạnh của địa phương, cũng như nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu của khách du lịch và xu hướng phát triển du lịch theo hướng bền vững; trong những năm qua, Lâm Đồng đã và đang tập trung nguồn lực để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế động lực của tỉnh; thông qua việc thực hiện đồng bộ các giải pháp về quy hoạch, thu hút đầu tư phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch; chú trọng công tác đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng phục vụ; tăng cường quảng bá xúc tiến thu hút khách du lịch đến địa phương, phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng như du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch canh nông, du lịch thể thao mạo hiểm... đã thu hút lượng khách du lịch đến Lâm Đồng tăng trưởng đều qua các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 9% mỗi năm. Trong giai đoạn từ năm 2016 đến nay, tỉnh Lâm Đồng đã đón tiếp và phục vụ hơn 32 triệu lượt khách, trong đó có hơn 02 triệu lượt khách quốc tế. Tỷ trọng ngành du lịch - dịch vụ trong GRDP toàn tỉnh đến cuối năm 2020 đạt 37,9%.

Cùng với chủ trương đổi mới của Đảng và Nhà nước, sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch Việt Nam đã mở ra cho du lịch Lâm Đồng nhiều cơ hội để thu hút đầu tư và định hướng phát triển du lịch chất lượng cao dựa trên thế mạnh của

địa phương nhằm tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù, đa dạng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Nội dung tham luận

Lâm Đồng sở hữu những yếu tố đặc thù về địa hình, khí hậu, hệ động thực vật đa dạng tạo ra nguồn tài nguyên tự nhiên đặc sắc và phong phú với nhiều hồ, thác nước, đồi núi, rừng thông... Ngoài ra, Lâm Đồng còn là nơi hội tụ, sinh sống của 47 dân tộc anh em nên có nguồn tài nguyên văn hóa mang đậm bản sắc truyền thống với nhiều phong tục tập quán, lễ hội văn hoá dân gian đặc sắc. Với tiềm năng về tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa phong phú, Lâm Đồng hấp dẫn du khách chính nhờ sự kết hợp hài hòa giữa cảnh sắc thiên nhiên với những nét văn hoá đặc trưng của con người. Lâm Đồng có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch chất lượng cao với các sản phẩm du lịch đặc thù, đa dạng và đã trở thành điểm đến lý tưởng của nhiều du khách trong và ngoài nước.

Nhằm tạo cơ chế thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh nói chung và du lịch nói riêng, với chủ trương chính sách đầu tư ngày càng cải thiện, công tác cải cách hành chính ngày càng được quan tâm đã tạo điều kiện thuận lợi thu hút các nguồn lực trong và ngoài nước đầu tư vào du lịch. Thực hiện Luật Đầu tư; Luật Du lịch; Quyết định số 704/QĐ-TTg ngày 12/5/2014 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050; Quyết định số 1528/QĐ-TTg ngày 03/9/2015 của Thủ tướng Chính phủ về một số cơ chế chính sách đặc thù phát triển thành phố Đà Lạt, UBND tỉnh Lâm Đồng đã ban hành nhiều cơ chế chính sách để thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh, trong đó có lĩnh vực du lịch như: Quyết định số 1396/QĐ-UBND ngày 25/6/2010 phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020; Quyết định số 1130/QĐ-UBND ngày 31/5/2016 hướng dẫn trình tự, thủ tục, quản lý dự án đầu tư ngoài ngân sách trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng; phê duyệt quy hoạch một số khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh để thu hút đầu tư (Khu du lịch hồ Tuyền Lâm, Khu du lịch Đankia - Suối Vàng, Khu du lịch hồ Prenn, các điểm du lịch dọc tuyến đường ĐT.723....).

Hiện tại, các nhà đầu tư khi đến đăng ký đầu tư tại tỉnh Lâm Đồng ngoài việc được hưởng các cơ chế chính sách ưu đãi chung theo quy định của Nhà nước như: ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế xuất nhập khẩu, tiền sử dụng đất, tiền thuê đất, thuê mặt nước... còn được hưởng một số hỗ trợ, ưu đãi đối với các dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh như hỗ trợ đào tạo nghề, hỗ trợ lãi suất, bảo lãnh tín dụng, hoạt động xúc tiến đầu tư... được quy định tại Quyết định số 56/2013/QĐ-UBND ngày 05/12/2013 về việc ban hành quy định hỗ trợ doanh nghiệp và hợp tác xã đào tạo nghề cho người lao động trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng; Quyết định số 1130/QĐ-UBND ngày 31/5/2016 về việc ban hành hướng dẫn về trình tự, thủ tục, quản lý dự án đầu tư nguồn vốn ngoài ngân sách trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng.

Đặc biệt đối với lĩnh vực du lịch, thực hiện Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, Quyết định số

1528/QĐ-TTg ngày 03/9/2015 của Chính phủ về một số cơ chế chính sách đặc thù phát triển thành phố Đà Lạt; tỉnh Lâm Đồng đã trình Thủ tướng Chính Phủ công nhận Khu du lịch quốc gia hồ Tuyền Lâm và phê duyệt quy hoạch chung phát triển Khu du lịch quốc gia Đankia - Suối Vàng làm cơ sở để quản lý, thu hút đầu tư và được hưởng các chính sách ưu đãi đối với khu du lịch quốc gia.

Sau khi được Thủ tướng Chính phủ quyết định công nhận Khu du lịch hồ Tuyền Lâm là khu du lịch quốc gia đầu tiên của cả nước vào cuối năm 2016; các nhà đầu tư tại Khu du lịch quốc gia hồ Tuyền Lâm đã được hưởng một số ưu đãi như: miễn tiền thuê đất, thuê mặt nước trong thời gian xây dựng cơ bản; miễn tiền thuê đất cho cả thời gian thuê đối với diện tích đất rừng sản xuất không là rừng tự nhiên theo đúng mục đích sử dụng đất được duyệt; đến nay đã có 15/39 dự án thuộc Khu du lịch quốc gia hồ Tuyền Lâm được đưa vào khai thác kinh doanh, góp phần đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ phục vụ du khách khi đến với Đà Lạt - Lâm Đồng.

Với việc triển khai thực hiện đồng bộ các chính sách đầu tư về du lịch; đến nay toàn tỉnh đã thu hút 143 dự án đầu tư về du lịch với tổng vốn đăng ký trên 53 ngàn tỷ đồng, quy mô diện tích khoảng 13.000 ha; trong đó, có 137 dự án đầu tư trong nước với tổng vốn đăng ký khoảng 52.305 tỷ đồng, quy mô diện tích 12.097 ha; 06 dự án có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) với tổng vốn đầu tư là 1.212 tỷ đồng, quy mô diện tích 674 ha. Có 42 dự án đã hoàn thành toàn bộ và đưa vào hoạt động kinh doanh (chiếm 29,4%), 63 dự án đang triển khai và hoạt động một phần (chiếm 44,1%) và 37 dự án đang thực hiện các thủ tục chuẩn bị đầu tư (chiếm 26,5%); tổng vốn đầu tư đã thực hiện khoảng 7.000 tỷ đồng.

Xác định ngành du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, Tỉnh ủy, UBND tỉnh luôn chú trọng xây dựng các cơ chế chính sách, quan tâm tạo mọi điều kiện để thu hút đầu tư phát triển du lịch tỉnh Lâm Đồng theo hướng chất lượng cao và bền vững. Nhiều nhiệm kỳ qua, Tỉnh ủy đều ban hành Nghị quyết chuyên đề về phát triển du lịch, chỉ đạo các ngành, địa phương xây dựng chương trình hành động, kế hoạch phát triển du lịch trong từng giai đoạn và hàng năm để kịp thời chỉ đạo phát triển du lịch của từng địa phương trong tỉnh và thu hút các dự án, công trình trọng tâm, trọng điểm nhằm tạo đột phá trong phát triển du lịch chất lượng cao trên địa bàn tỉnh.

Tỉnh ủy Lâm Đồng ban hành Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 16/11/2016 về phát triển du lịch chất lượng cao giai đoạn 2016 - 2020, định hướng đến năm 2025 trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng; xác định mục tiêu *“Xây dựng du lịch trở thành ngành kinh tế động lực là trách nhiệm chung của cả hệ thống chính trị dưới sự lãnh đạo của các cấp ủy đảng; sự chỉ đạo, điều hành của chính quyền địa phương, sự tham gia tích cực của nhân dân và cộng đồng doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh”* và đề ra các giải pháp về cơ chế chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch *“Cụ thể hoá các cơ chế chính sách ưu đãi đặc thù trên lĩnh vực du lịch để thu hút và đẩy nhanh tiến độ đầu tư, đưa vào khai thác hai khu du lịch quốc gia: hồ Tuyền Lâm và Đankia - Suối Vàng; các khu du lịch trọng điểm như: hồ Prenn, hồ Đại Ninh... Thu hút các nhà đầu tư có tiềm lực, kinh nghiệm và thương hiệu mạnh đầu tư, phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, có chất lượng trên địa bàn tỉnh”*.

Thực hiện mục tiêu “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế động lực theo Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị (khóa XII) và Nghị quyết 07-NQ/TU của Tỉnh ủy”; Chương trình hành động số 10-CTr/TU ngày 24/5/2021 của Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng và Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Lâm Đồng lần thứ XI nhiệm kỳ 2020-2025 cũng đã đề ra các nhiệm vụ đề tập trung tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, tạo lập môi trường đầu tư thuận lợi, tạo bước đột phá phát triển kinh tế - xã hội, khuyến khích khởi nghiệp, phát triển doanh nghiệp. Trong quá trình thu hút đầu tư, tỉnh Lâm Đồng luôn quan tâm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư; định kỳ 2 lần/ năm tổ chức Hội nghị đối thoại giữa lãnh đạo tỉnh và các nhà đầu tư, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

Với các chủ trương phát triển du lịch của cả nước nói chung và tỉnh Lâm Đồng nói riêng, trong thời gian qua nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước đến đầu tư tại Lâm Đồng, đã góp phần tạo sự bức phá trong phát triển kinh tế - xã hội; nhiều dự án du lịch được đầu tư hoàn thành và đưa vào khai thác kinh doanh góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch của tỉnh; chất lượng dịch vụ được nâng lên, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cơ bản đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng của du khách. Tỉnh Lâm Đồng đang tiếp tục mời gọi thu hút các nhà đầu tư là các Tập đoàn, Tổng Công ty có thương hiệu và tiềm lực lớn trên lĩnh vực du lịch như: Phương Trang, Hưng Thịnh, Novaland, FLC, TH, Hoa Sen, Crystal Bay, Sacom, Hoàn Cầu, Sandals...

Nhằm hỗ trợ ngành du lịch phát triển và tạo thuận lợi cho khách du lịch khi đến Lâm Đồng, UBND tỉnh cũng tập trung chỉ đạo đầu tư phát triển hạ tầng phục vụ du lịch như giao thông, điện, cấp thoát nước, viễn thông... đến các khu vực quy hoạch du lịch, đặc biệt là tại Khu du lịch quốc gia hồ Tuyền Lâm, Đankia - Suối Vàng và các dự án du lịch trọng điểm của tỉnh. Hạ tầng giao thông đối ngoại, đối nội được hoàn thiện, tăng cường kết nối với các tỉnh, thành trong cả nước, rút ngắn thời gian lưu thông, tạo thuận lợi cho người dân và du khách khi tham quan, nghỉ dưỡng tại Lâm Đồng. Giao thông hàng không tiếp tục phát triển, mở mới các đường bay kết nối các tỉnh trong nước và quốc tế; tần suất khai thác tại sân bay Liên Khương trung bình khoảng 28-30 chuyến/ngày, cao điểm vào mùa du lịch có thể tăng lên trên 50 chuyến/ngày; vận tải hành khách tăng bình quân 30%/năm, vận tải hàng hóa tăng 32%/năm.

Đến nay, trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng có 03 sân golf 18 lỗ; 36 khu, điểm du lịch có thu phí và hơn 60 khu, điểm tham quan khác tạo nên sự phong phú, đa dạng đối với các tour, tuyến du lịch trên địa bàn toàn tỉnh. Toàn tỉnh có 2.651 cơ sở lưu trú du lịch với tổng số 33.819 phòng; trong đó, có 453 khách sạn từ 1 - 5 sao với 12.778 phòng (gồm 41 khách sạn cao cấp từ 3 - 5 sao với 4.040 phòng), sức chứa trên 45.000 khách/ngày. Hệ thống lữ hành - vận chuyển cũng đang dần hoàn thiện để đáp ứng nhu cầu của du khách với 45 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành - vận chuyển du lịch, trong đó có 27 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế.

Về sản phẩm du lịch, bên cạnh các sản phẩm du lịch truyền thống như sinh thái, nghỉ dưỡng, hội nghị, hội thảo, văn hóa, lễ hội, Lâm Đồng cũng đã xác định du lịch canh nông là sản phẩm du lịch có tính cạnh tranh cao, có nét đặc trưng khác

biệt mang thương hiệu du lịch Đà Lạt - Lâm Đồng. Tỉnh đã xây dựng thương hiệu “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” nhằm quảng bá một số sản phẩm nông nghiệp của địa phương gắn với khai thác du lịch canh nông đến với khách du lịch trong và ngoài nước. UBND tỉnh Lâm Đồng đã ban hành Quyết định số 2644/QĐ-UBND ngày 10/12/2015 phê duyệt Đề án thí điểm xây dựng các mô hình du lịch nông nghiệp trên địa bàn tỉnh. Đến nay, tỉnh Lâm Đồng đã thẩm định và công nhận cho 33 điểm du lịch đạt chuẩn mô hình du lịch canh nông (trong đó có 10 mô hình được chấp thuận sử dụng thương hiệu “Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành”). Sản phẩm du lịch canh nông ở Lâm Đồng trong thời gian qua đã đạt được nhiều kết quả đáng ghi nhận và đóng góp một phần không nhỏ trong việc nâng cao đời sống người dân, đặc biệt là khu vực nông thôn, góp phần phát triển kinh tế xã hội chung của tỉnh và dần xây dựng nên thương hiệu du lịch riêng cho Đà Lạt - Lâm Đồng; đồng thời đã góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tăng cường việc giao lưu văn hoá, sự hiểu biết lẫn nhau giữa du khách và cộng đồng hướng đến phát triển du lịch bền vững. Trên cơ sở đó, nhằm tiếp tục thu hút đầu tư và khuyến khích phát triển du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh, ngày 13/4/2021, UBND tỉnh đã ban hành Quy chế tạm thời về đầu tư và quản lý hoạt động kinh doanh du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh (Quyết định số 933/QĐ-UBND).

Do đặc thù của Lâm Đồng là địa phương có tiềm năng khai thác và phát triển loại hình du lịch thể thao mạo hiểm (leo núi, băng rừng, vượt thác, xe đạp địa hình,...), ngày 15/8/2016, UBND tỉnh Lâm Đồng đã phê duyệt Quyết định số 1804/QĐ-UBND ban hành quy định tạm thời về quản lý hoạt động tổ chức và khai thác kinh doanh du lịch mạo hiểm trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng. Qua đó, đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đầu tư khai thác dịch vụ du lịch mạo hiểm phục vụ du khách, đảm bảo hấp dẫn, an toàn. Đến nay, cơ quan chức năng của tỉnh đã xác nhận đủ điều kiện tổ chức và kinh doanh du lịch thể thao mạo hiểm cho 10 doanh nghiệp. Hàng năm, Lâm Đồng thu hút nhiều du khách và vận động viên đến tham gia các giải thể thao lớn trong, ngoài nước như: giải Marathon quốc tế Đà Lạt Ultra Trail, Giải xe đạp địa hình quốc tế...

Để giới thiệu hình ảnh Lâm Đồng là điểm đến “*An toàn - Văn minh - Thân thiện*”, tỉnh tổ chức nhiều hội nghị xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch, thông qua đó giới thiệu rộng rãi tiềm năng, cơ hội đầu tư vào tỉnh Lâm Đồng. Tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến bằng nhiều hình thức, phù hợp với thị trường và nhu cầu của doanh nghiệp; triển khai nhiều chương trình liên kết phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố trong và ngoài nước như: các tỉnh miền Trung - Tây Nguyên, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, các tỉnh Bình Thuận, Khánh Hòa, Kiên Giang, Cần Thơ...; thành phố Bangkok - Thái Lan, tỉnh Jeju - Hàn Quốc... Trong thời gian gần đây, Lâm Đồng đã được nhiều tạp chí, kênh truyền hình, diễn đàn về du lịch uy tín của thế giới bình chọn như: tờ New York Times bình chọn Đà Lạt đứng thứ 30 trong danh sách 52 điểm đến đáng mơ ước nhất năm; Kênh truyền hình CNN - Mỹ bình chọn Đà Lạt là 1 trong 9 địa điểm tuyệt vời nhưng chưa nổi tiếng ở Châu Á; thành phố Đà Lạt được diễn đàn du lịch TripAdvisor bình chọn vào top 10 địa điểm du lịch hấp dẫn châu Á, được trang web uy tín về du lịch Touropia.com của Mỹ xếp hạng đứng thứ 5 trong 17 thành phố hấp dẫn nhất Việt

Nam; thành phố Đà Lạt được công nhận là thành phố du lịch sạch ASEAN và được nhiều tạp chí du lịch uy tín bình chọn là một trong những điểm đến du lịch an toàn, hấp dẫn.

Bên cạnh việc thu hút đầu tư tạo sản phẩm dịch vụ du lịch mới, tỉnh luôn quan tâm phát triển nguồn nhân lực du lịch cả về số lượng và chất lượng. Chú trọng đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực có tay nghề cao theo hướng chuẩn hóa và hiện đại; bố trí kinh phí để đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch từ các chương trình hỗ trợ đào tạo nghề của tỉnh. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp, đơn vị kinh doanh du lịch có sự quan tâm trong công tác tuyển dụng, đào tạo bồi dưỡng và sử dụng nguồn nhân lực du lịch phù hợp với mục tiêu phát triển. Đến nay có trên 13.000 lao động trực tiếp trong ngành du lịch, trong đó có khoảng 83% lao động được qua đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ du lịch.

Việc nâng cao nhận thức về du lịch và phát triển du lịch đã chuyển hóa thành hành động cụ thể, huy động ngày càng nhiều nguồn lực tham gia khai thác tiềm năng và lợi thế du lịch của tỉnh theo hướng bền vững. Các chỉ tiêu về du lịch phát triển ổn định; lượng khách du lịch đến Lâm Đồng tăng trưởng đều qua các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 9% mỗi năm. Trong giai đoạn từ năm 2016 đến nay, tỉnh Lâm Đồng đã đón tiếp và phục vụ hơn 32 triệu lượt khách, trong đó có hơn 02 triệu lượt khách quốc tế. Tỷ trọng ngành du lịch - dịch vụ trong GRDP toàn tỉnh đến cuối năm 2020 đạt 37,9%.

Trong thời gian qua, tỉnh Lâm Đồng luôn quan tâm đến công tác cải cách hành chính, thực hiện tốt cơ chế “một cửa, một cửa liên thông” nhằm tạo thuận lợi cho doanh nghiệp, nhà đầu tư; thường xuyên lắng nghe, ghi nhận ý kiến của đội ngũ doanh nghiệp, nhà đầu tư nhằm kịp thời có giải pháp tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc, bất cập trong quá trình triển khai dự án đầu tư và hoạt động kinh doanh du lịch trên tinh thần đảm bảo môi trường đầu tư thông thoáng, thuận lợi, góp phần thu hút các doanh nghiệp quan tâm đăng ký đầu tư tại tỉnh Lâm Đồng.

Ngoài việc triển khai các chính sách thu hút đầu tư, phát triển du lịch; tỉnh cũng đã chú trọng công tác tuyên truyền, phổ biến, quán triệt nâng cao nhận thức phát triển du lịch chất lượng cao tới đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức trong toàn tỉnh; các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch dịch vụ và cộng đồng dân cư trên địa bàn tỉnh; UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch số 5453/KH-UBND ngày 21/8/2017 triển khai “Bộ quy tắc ứng xử văn minh du lịch” trên địa bàn tỉnh; qua đó, nhận thức của các tổ chức, đơn vị, cá nhân trong lĩnh vực kinh doanh du lịch dịch vụ được nâng cao, các cơ sở du lịch đã chủ động, tích cực hơn trong các hoạt động đầu tư, kinh doanh, xúc tiến quảng bá xây dựng hình ảnh du lịch an toàn, văn minh, thân thiện, góp phần phát huy hình ảnh “Người Đà Lạt - hiền hòa, thân thiện, mến khách”.

Nhằm khai thác tối đa những tiện ích từ công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch, trong dịp kỷ niệm 125 năm thành phố Đà Lạt hình thành và phát triển (tháng 12/2018), tỉnh Lâm Đồng đã tổ chức công bố đề án xây dựng thành phố Đà Lạt trở thành thành phố thông minh giai đoạn 2018 - 2025 với 10 lĩnh vực ưu tiên triển khai, trong đó có lĩnh vực du lịch thông minh. Đây là một trong những nhiệm vụ

quan trọng của thành phố được tập trung triển khai và đã mang lại sự tiện lợi, thân thiện, an toàn, chất lượng dịch vụ tốt cho người dân và du khách. Cổng thông tin “Dalat.vn”, ứng dụng du lịch thông minh trên các thiết bị di động với tên gọi “Đà Lạt Flower City” và ứng dụng “Đà Lạt trực tuyến” với sự cập nhật thường xuyên, liên tục đã dần trở thành kênh thông tin đáng tin cậy, có độ chính xác cao để quảng bá về Đà Lạt, góp phần xây dựng du lịch chất lượng cao phục vụ du khách... Đề án Xây dựng thành phố Đà Lạt trở thành thành phố thông minh giai đoạn 2018-2025 đã đạt **“Giải thưởng Thành phố thông minh Việt Nam 2021”**. Bên cạnh đó, UBND tỉnh Lâm Đồng đã ban hành Quyết định số 06/2015/QĐ-UBND ngày 29/01/2015 quy định quy chế phối hợp quản lý, đăng ký khách du lịch lưu trú qua mạng internet trên địa bàn tỉnh; từ đó, đã tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân kinh doanh lưu trú du lịch trong công tác đăng lý kê khai khách và thuận lợi cho cơ quan nhà nước trong công tác quản lý lưu trú du lịch trên địa bàn tỉnh; tạo kênh thông tin trực tuyến kết nối, duy trì thông tin liên lạc hiệu quả, kịp thời giữa cơ quan nhà nước và cơ sở kinh doanh du lịch.

Các sở, ban, ngành và UBND cấp huyện trên địa bàn tỉnh đã chủ động trong công tác hướng dẫn, tuyên truyền cho các tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh lĩnh vực du lịch thực hiện đúng các quy định của pháp luật nhằm đảm bảo điều kiện đầu tư, kinh doanh du lịch theo đúng pháp luật, đảm bảo môi trường du lịch an toàn - thân thiện; kịp thời phát hiện, hướng dẫn tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong quá trình đầu tư, kinh doanh nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư, tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh du lịch đạt hiệu quả và theo đúng quy định.

Để đạt được những thành quả trên, ngoài lợi thế đặc thù của địa phương về tài nguyên thiên nhiên và nhân văn đã tạo điều kiện thuận lợi trong việc phát triển du lịch, tỉnh Lâm Đồng đã tích cực nghiên cứu, cụ thể hoá cơ chế chính sách về thu hút đầu tư phù hợp với đặc điểm và tình hình của địa phương, đẩy mạnh thực hiện cải cách hành chính nhằm tạo nhiều thuận lợi cho doanh nghiệp, nhà đầu tư trong việc đầu tư, kinh doanh. Tỉnh Lâm Đồng cũng luôn đã nhận được sự quan tâm hỗ trợ của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các bộ, ngành Trung ương trong phát triển du lịch. Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh đã có những chủ trương đúng đắn, linh hoạt, kịp thời về phát triển du lịch, xác định đây là một ngành kinh tế động lực, từ đó tập trung sự lãnh đạo, chỉ đạo đẩy mạnh phát triển du lịch, huy động nguồn lực cho phát triển du lịch. Nhận thức của các cấp, ngành, địa phương, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch, dịch vụ và người dân địa phương về vai trò, vị trí của ngành du lịch được nâng cao, ý thức bảo vệ môi trường tự nhiên, môi trường xã hội trong hoạt động du lịch ngày càng tốt hơn.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác thu hút đầu tư, phát triển du lịch tại Lâm Đồng vẫn còn một số hạn chế như: việc triển khai nhiều dự án đầu tư du lịch còn chậm tiến độ do cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ, ảnh hưởng của suy thoái kinh tế chung; một số dự án gặp khó khăn, vướng mắc về thủ tục chuyển đổi mục đích sử dụng đất đối với rừng phòng hộ môi trường cảnh quan, rừng tự nhiên. Hạ tầng giao thông kết nối giữa Lâm Đồng với các vùng du lịch trọng điểm trong cả nước còn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là mở các chuyến bay quốc tế đến Lâm Đồng. Chưa có nhiều nhà đầu tư chiến lược đầu tư vào các dự án có quy mô lớn, loại hình mới lạ,

hấp dẫn, cao cấp. Một số nhà đầu tư chưa khảo sát kỹ địa bàn thực hiện dự án; chưa nắm rõ các quy định pháp luật trong triển khai các thủ tục chuẩn bị đầu tư, nhất là thủ tục về đất đai, xây dựng, quản lý bảo vệ rừng dẫn đến tiến độ triển khai dự án chậm so với cam kết. Ý thức chấp hành pháp luật của một số nhà đầu tư còn chưa cao, nhất là trong lĩnh vực xây dựng, quản lý, bảo vệ rừng. Việc định hướng đầu tư phát triển sản phẩm du lịch và liên kết hợp tác phát triển du lịch vùng còn nhiều bất cập dẫn đến tình trạng sản phẩm du lịch trùng lặp, tính cạnh tranh không cao. Nguồn nhân lực du lịch tuy đã được quan tâm đào tạo, bồi dưỡng và có bước chuyển biến tích cực nhưng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu hội nhập quốc tế; nhất là thiếu đội ngũ lao động có trình độ ngoại ngữ, chuyên môn nghiệp vụ được đào tạo chính quy, chuyên nghiệp.

Để phục hồi và phát triển ngành du lịch trong bối cảnh mới, trong thời gian tới tỉnh Lâm Đồng sẽ tập trung các nguồn lực để thu hút đầu tư, phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Trong đó tập trung chủ yếu vào các nhiệm vụ trọng tâm sau:

- Trong giai đoạn 2021-2025, phấn đấu lượng khách du lịch đăng ký lưu trú tăng bình quân 9%/năm; trong đó khách quốc tế chiếm từ 12-13% tổng lượng khách qua lưu trú. Đến năm 2025: đầu tư và đưa vào khai thác 02 công trình trọng điểm của giai đoạn 2016-2020: Khu du lịch Đankia Suối Vàng, Khu du lịch hồ Đại Ninh. Kêu gọi đầu tư và triển khai đầu tư tại khu du lịch hồ Prenn và khu du lịch núi SaPung. Tiếp tục phát triển hệ thống cơ sở lưu trú du lịch cao cấp (khách sạn, biệt thự du lịch, căn hộ du lịch đạt chuẩn 3 - 5 sao); phấn đấu đến năm 2025 số phòng đạt chuẩn cao cấp chiếm trên 25% trong tổng số phòng của hệ thống cơ sở lưu trú du lịch và trên 45% trong tổng số phòng đạt chuẩn 1-5 sao trên địa bàn tỉnh; tăng tỷ lệ lao động du lịch trực tiếp qua đào tạo trên 85%.

- Đổi mới cơ chế, chính sách, khuyến khích, thu hút đầu tư thực hiện các khâu đột phá, nhiệm vụ trọng tâm về kinh tế - xã hội. Cải thiện môi trường kinh doanh, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển, nâng cao năng lực cạnh tranh; tiếp tục cơ cấu lại các dự án đầu tư; tháo gỡ khó khăn, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư chiến lược đầu tư các dự án quy mô lớn nhằm tạo bước đột phá trong phát triển du lịch.

- Chỉ đạo quyết liệt và tranh thủ sự chỉ đạo của Trung ương, đề xuất Chính phủ cho tiếp tục thực hiện Quyết định số 1528/QĐ-TTg và một số cơ chế, chính sách đặc thù mới cho thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận trong giai đoạn 2021-2025 gắn với Đề án trình Ủy ban Thường vụ Quốc hội ban hành Nghị quyết về phát triển thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận thành thành phố du lịch sinh thái, thông minh. Phấn đấu đạt mục tiêu xây dựng thành phố Đà Lạt, thành phố Bảo Lộc thành đô thị thông minh, trung tâm đổi mới sáng tạo.

- Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển du lịch: Nghiên cứu xây dựng cơ chế chính sách phát triển kinh tế ban đêm; chính sách thu hút, khuyến khích các tập đoàn du lịch lớn, thương hiệu quốc tế đến đầu tư, quản lý hoạt động kinh doanh du lịch tại Lâm Đồng. Kêu gọi đầu tư, hỗ trợ nhà đầu tư sớm triển khai, hoàn thành và đưa vào hoạt động các dự án tại các khu du lịch quốc gia: hồ Tuyền

Lâm, Đankia Suối Vàng, các dự án trọng điểm tại khu du lịch hồ Prenn, hồ Đại Ninh, núi Sapung (Bảo Lộc).

- Hoàn thành và triển khai các đề án trọng tâm về du lịch: Đề án phát triển kinh tế ban đêm tại thành phố Đà Lạt; Đề án xây dựng thành phố Đà Lạt trở thành thành phố thông minh, hướng đến phát triển du lịch thông minh trên địa bàn tỉnh; Ban hành Kế hoạch phát triển du lịch bền vững giai đoạn 2021-2025 và những năm tiếp theo.

- Ứng dụng khoa học công nghệ trong hoạt động quản lý, khai thác, xúc tiến quảng bá để thúc đẩy phát triển du lịch thông minh. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong hoạt động du lịch. Ưu tiên ứng dụng công nghệ thông tin để quản lý điểm đến và hỗ trợ du khách. Hình thành phần mềm cơ sở dữ liệu ngành du lịch.

- Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy Đảng và nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về dịch vụ du lịch. Phát triển, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch và chất lượng dịch vụ du lịch. Phát triển đội ngũ quản lý và hướng dẫn viên chuyên nghiệp, đủ năng lực làm việc trong môi trường quốc tế. Từng bước xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức quản lý nhà nước về du lịch các cấp đảm bảo về số lượng, đạt chuẩn về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và đáp ứng với yêu cầu, nhiệm vụ đặt ra.

- Định hướng, quy hoạch phát triển du lịch theo hướng chất lượng cao và bền vững. Phát triển du lịch phù hợp với tình hình mới; phòng chống dịch COVID-19 có hiệu quả; đồng thời, xây dựng kế hoạch, lộ trình cụ thể nhằm khôi phục hoạt động kinh doanh du lịch sau dịch COVID-19.

Nhằm giúp tỉnh Lâm Đồng có bước đột phá trong phát triển kinh tế xã hội nói chung và du lịch nói riêng, tỉnh Lâm Đồng kính đề xuất Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, các Bộ, ngành trung ương quan tâm ủng hộ chủ trương điều chỉnh, bổ sung cơ chế đặc thù cho thành phố Đà Lạt; hỗ trợ Lâm Đồng trong công tác đầu tư phát triển đồng bộ hạ tầng phục vụ du lịch trong kế hoạch đầu tư trung hạn giai đoạn 2021-2025; đẩy mạnh triển khai quy hoạch phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

Dưới sự lãnh đạo của Đảng và Chính phủ; sự hỗ trợ của các Bộ, ngành Trung ương; sự phối hợp chặt chẽ giữa các địa phương; sự ủng hộ của nhân dân và cộng đồng doanh nghiệp; tỉnh Lâm Đồng quyết tâm phát triển du lịch tỉnh nhà lên tầm cao mới, theo hướng bền vững; đưa thương hiệu du lịch Đà Lạt - Lâm Đồng ngày càng lan tỏa, hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA THÀNH PHỐ CẦN THƠ TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Trần Việt Trường
Chủ tịch UBND thành phố Cần Thơ

Tóm tắt: Cần Thơ là thành phố trung tâm vùng Đồng bằng sông Cửu Long, có tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng, kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất thương mại, dịch vụ, du lịch phát triển. Thời gian qua, thành phố luôn quan tâm đến công tác cải thiện môi trường đầu tư, ban hành một số cơ chế, chính sách, tăng cường hoạt động xúc tiến đầu tư, tạo thuận lợi trong thu hút đầu tư đã đạt được kết quả nhất định. Tuy nhiên, Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) của thành phố có cải thiện nhưng còn chậm, chưa mang tính đột phá; thu hút vốn đầu tư ngoài ngân sách chuyển biến chậm, nhất là thu hút các dự án FDI có quy mô lớn, trong đó có các dự án du lịch trọng điểm. Tham luận này đề cập đến thực trạng phát triển du lịch, thu hút đầu tư phát triển du lịch của thành phố Cần Thơ thời gian qua, đề xuất giải pháp thời gian tới.

Từ khóa: Cơ chế đặc thù, thu hút đầu tư thành phố Cần Thơ.

1. Đặt vấn đề

Tầm quan trọng tích cực của ngành du lịch trong sự phát triển kinh tế của một quốc gia hay một địa phương từ lâu đã được xác định. Có thể cho rằng phát triển du lịch là một trong những yếu tố quan trọng để thúc đẩy kinh tế phát triển. Theo Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), lượng khách du lịch quốc tế năm 2019 toàn cầu ước đạt gần 1,5 tỷ lượt, tăng 3,8% so với năm 2018, cao hơn mức tăng trưởng kinh tế toàn cầu (+3%)¹. Đây là năm tăng trưởng thứ mười liên tiếp kể từ năm 2009. Tại Việt Nam, du lịch là một ngành kinh tế đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu kinh tế của đất nước, không chỉ góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, du lịch còn đóng góp vào sự tăng trưởng GDP quốc nội và kích thích các ngành kinh tế khác phát triển. Theo báo cáo thường niên của Tổng cục Du lịch, tổng thu từ khách du lịch năm 2019 đạt 755 nghìn tỷ đồng, đóng góp trực tiếp của du lịch chiếm 9,2% GDP cả nước. Du lịch ngày càng phát triển đem lại nguồn thu lớn cho đất nước, tạo nhiều việc làm cho người dân, góp phần xóa đói giảm nghèo, nâng cao chất lượng sống của xã hội.

Đối với thành phố Cần thơ, Thành ủy đã ban hành Nghị quyết số 03-NQ/TU, ngày 01/8/2016, về đẩy mạnh phát triển du lịch. Theo đó, phấn đấu đến năm 2020, đưa du lịch Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; phấn đấu đưa Cần Thơ trở thành trung tâm du lịch và điều phối khách cho toàn vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) và là một trong những trung tâm phát triển du lịch của cả nước. Hiện nay, tổng thu từ dịch vụ du lịch chiếm khoảng 8% trong cơ cấu GRDP của thành phố.

Thời gian từ cuối năm 2019, đầu năm 2020 đến nay, ngành du lịch bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID-19, đối mặt với những khó khăn chưa từng xảy

¹ Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2019.

ra trước đó. Từ tháng 3 đến hết năm 2020, Việt Nam không mở cửa du lịch quốc tế. Số lượt khách quốc tế đến Việt Nam cả năm 2020 chỉ đạt 3,8 triệu lượt người, giảm 78,7% so với năm trước². Du lịch nội địa cũng bị ảnh hưởng mạnh do các đợt dịch bùng phát ở trong nước. Doanh nghiệp du lịch, lao động du lịch đứng trước nhiều khó khăn thách thức, ngành du lịch trong tình trạng “ngủ đông” thời gian dài, lao động du lịch đa số bị mất việc làm; dự báo thị trường khách sẽ phải mất thời gian dài mới có thể phục hồi.

Theo báo cáo tháng 01/2021 của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), năm 2020 du lịch thế giới đã trải qua một cuộc khủng hoảng lớn nhất trong lịch sử do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, sụt giảm 73,9% lượng khách du lịch quốc tế so với năm 2019, lùi lại thời điểm cách đây 30 năm³.

Du lịch thành phố Cần Thơ cũng chịu ảnh hưởng rất nặng nề bởi đại dịch COVID-19, trong 10 tháng đầu năm 2021, tổng lượt khách đến Cần Thơ giảm hơn 50% so với cùng kỳ. Các hoạt động xúc tiến đầu tư các dự án du lịch; xây dựng phát triển sản phẩm du lịch; công tác xúc tiến, quảng bá du lịch; hợp tác, liên kết phát triển du lịch trong và ngoài nước phải gián đoạn. Từ đó, việc mời gọi đầu tư của thành phố nói chung và du lịch nói riêng cũng gặp nhiều khó khăn.

2. Kết quả phát triển du lịch thành phố Cần Thơ trong 05 năm qua

Cần Thơ là thành phố trung tâm của vùng ĐBSCL, là một trong những địa phương có tiềm năng và điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch; kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ, đường thủy và đường hàng không khá thuận lợi; cơ sở vật chất du lịch được đầu tư đồng bộ đáp ứng tốt điều kiện để phát triển du lịch. Lãnh đạo thành phố nhận thức sâu sắc về vị trí, vai trò và tầm quan trọng của du lịch trong sự phát triển kinh tế - xã hội. Vì vậy, thành phố đã ban hành Nghị quyết chuyên đề về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; đẩy mạnh phát triển hệ thống hạ tầng kinh tế, hạ tầng xã hội chất lượng cao; thu hút các nhà đầu tư chiến lược, phát triển các khu dịch vụ du lịch cao cấp, trong đó có những tập đoàn lớn đã đầu tư tại thành phố Cần Thơ như: Tập đoàn Novaland, Vingroup... Đồng thời, thành phố đang mời gọi đầu tư các khu nghỉ dưỡng sinh thái cao cấp, khu vui chơi giải trí phức hợp chất lượng quốc tế, phấn đấu đưa du lịch thành phố Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch phát triển cả về số lượng và chất lượng, nhiều cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng cao cấp, trung tâm thương mại, hội nghị, mua sắm và vui chơi giải trí có quy mô được đầu tư, đi vào hoạt động... góp phần đa dạng các loại hình dịch vụ, thu hút du khách đến tham quan mua sắm, nghỉ dưỡng tại Cần Thơ.

Thành phố Cần Thơ phấn đấu đưa du lịch Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; đưa Cần Thơ trở thành trung tâm du lịch và điều phối khách cho toàn vùng ĐBSCL và là một trong những trung tâm tâm phát triển du lịch của cả nước. Theo đó, Cần Thơ tập trung phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù như: Du lịch

² Theo Tổng cục Thống kê.

³ Báo cáo của Tổ chức Du lịch thế giới (số tháng 01/2021).

sinh thái sông nước đô thị; Du lịch du lịch hội nghị, hội thảo (MICE); Du lịch văn hóa - tham quan các di tích lịch sử - văn hóa; du lịch cộng đồng...

Trong 05 năm qua, hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố phát triển nhanh cả về số lượng và chất lượng; lượt khách và doanh thu du lịch tăng dần qua từng năm; kết quả trong 05 năm qua, thành phố đón hơn 35 triệu lượt khách đến tham quan du lịch; doanh thu du lịch đạt hơn 16,1 nghìn tỉ đồng, tăng trưởng bình quân 19%/năm⁴. Hệ thống hạ tầng du lịch được đầu tư phát triển theo hướng mở rộng, đa dạng sản phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm. Bên cạnh đó, công tác quản lý Nhà nước về du lịch được quan tâm; chất lượng, hiệu quả hoạt động của các điểm du lịch, các tour, tuyến du lịch ngày càng thu hút nhiều lượt khách đến tham quan, nghỉ dưỡng, góp phần giới thiệu, quảng bá hình ảnh Cần Thơ đến với bạn bè trong và ngoài nước; từng bước tạo dựng thương hiệu du lịch Cần Thơ thực sự là “Điểm đến du lịch lý tưởng - an toàn - thân thiện - chất lượng”, nơi hội tụ của “Văn minh sông nước Mekong”.

3. Công tác đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, thúc đẩy du lịch Cần Thơ phát triển nhanh và bền vững

a) Kết quả thực hiện cơ chế, chính sách của Trung ương và của thành phố Cần Thơ:

Sau khi Nghị định số 103/2018/NĐ-CP ngày 07/8/2018 của Chính phủ quy định một số chính sách đặc thù về đầu tư, tài chính ngân sách và phân cấp quản lý đối với thành phố Cần Thơ (Nghị định số 103) được ban hành, Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ đã ban hành Quyết định số 2651/QĐ-UBND ngày 15/10/2018 để triển khai Nghị định số 103. Về cơ chế hỗ trợ lãi suất (Điều 6, Nghị định số 103): “thành phố được thực hiện cơ chế hỗ trợ một phần lãi suất cho các tổ chức, cá nhân khi vay vốn để đầu tư các dự án phát triển kinh tế - xã hội quan trọng có khả năng thu hồi vốn trong phạm vi và khả năng của ngân sách thành phố” - Đây là sự quan tâm của Trung ương, Chính phủ đối với thành phố Cần Thơ, nhằm thúc đẩy kinh tế xã hội thành phố Cần Thơ phát triển, phát huy lợi thế trở thành một trong những đô thị lớn của cả nước. Tuy nhiên, qua 02 năm triển khai thực hiện Nghị định số 103, kết quả đạt được chưa rõ nét. Mặc dù, nợ công của thành phố được nâng lên 40% số thu ngân sách địa phương được hưởng theo phân cấp nhưng dự kiến sẽ đạt mức trần ở những năm tiếp theo nên một số dự án cấp thiết có nhu cầu vốn vay vẫn chưa thể triển khai thực hiện, đặc biệt là các dự án về giao thông kết nối, hạ tầng đô thị, ứng phó biến đổi khí hậu, dự án phát triển nông nghiệp bền vững...

Xác định tầm quan trọng của hoạt động xúc tiến và thu hút đầu tư, trong những năm gần đây, Đảng bộ, chính quyền và nhân dân thành phố đã tập trung xây dựng và hoàn thiện các cơ chế, chính sách, cải cách hành chính, đơn giản hóa thủ tục đầu tư để thu hút và tạo ra các nguồn vốn đầu tư phát triển các hoạt động kinh doanh du lịch nhằm cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, đặc biệt trong lĩnh vực du lịch.

⁴ Báo cáo số 123-BC/TU ngày 07/10/2021 của Thành ủy Cần Thơ.

Hội đồng nhân dân thành phố ban hành Nghị quyết số 07/2018/NQ-HĐND ngày 07/12/2018 quy định chính sách hỗ trợ đầu tư các dự án ngoài ngân sách Nhà nước và chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó, có hỗ trợ lãi suất đối với các dự án thuộc lĩnh vực du lịch cộng đồng. Mức hỗ trợ lãi suất theo quy mô dự án và tỷ lệ hỗ trợ lãi suất theo địa bàn quận, huyện. Chính sách này được cử tri thành phố và các doanh nghiệp hoạt động du lịch đồng tình, ủng hộ. Nghị quyết được ban hành, vừa cụ thể hóa Nghị định số 103 và Nghị quyết số 03-NQ/TU của Thành ủy, vừa thể hiện sự chủ động của thành phố trong việc tạo điều kiện thuận lợi về cơ sở pháp lý trong việc hỗ trợ đầu tư của thành phố nói chung và đối với lĩnh vực du lịch nói riêng, góp phần nâng cao chất lượng, đưa việc phát triển ngành du lịch của thành phố ngày càng phát triển. Ngoài ra, thành phố tập trung, ưu tiên nhiều nguồn lực thích hợp từ ngân sách Nhà nước để đầu tư phát triển hạ tầng giao thông, nhất là tại các địa bàn trọng điểm, có nhiều tiềm năng, thế mạnh về du lịch; nâng cấp, hoàn thiện cơ sở hạ tầng, kết nối giao thông từ trung tâm thành phố tới các khu, điểm du lịch trên địa bàn thành phố; lồng ghép việc đầu tư hạ tầng cho phát triển du lịch với các mục tiêu khác nhằm tăng hiệu quả đầu tư. Đến nay, toàn thành phố có 83/83 xã, phường, thị trấn có đường ô tô đến trung tâm; đây là một trong những yếu tố, điều kiện quan trọng để thu hút nhà đầu tư du lịch khai thác và phát triển du lịch thành phố.

Năm 2018, thành phố tổ chức thành công Hội nghị Xúc tiến Đầu tư thành phố Cần Thơ do Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc chủ trì, có hơn 600 đại biểu tham dự. Trong đó, có 59 đại biểu nước ngoài (gồm đại diện các cơ quan ngoại giao Hàn Quốc, Thái Lan, Hà Lan, UAE, Văn phòng Kinh tế Đài Bắc, Phòng Thương mại Châu Âu, Hoa Kỳ, Hiệp hội Doanh nghiệp Hàn Quốc, Pháp và Tổ chức Xúc tiến mậu dịch Nhật Bản, Tổng Lãnh sự Hoa Kỳ, Đại diện lâm thời Đại sứ quán Hungary, Phó Tổng Lãnh sự Nhật Bản, Quyền Giám đốc quốc gia World Bank tại Việt Nam...), lãnh đạo các Bộ, Ban, Ngành Trung ương, lãnh đạo các tỉnh, thành phố. Tại Hội nghị, thành phố đã giới thiệu các dự án du lịch đến các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, Hội nghị đã lồng ghép chương trình tham quan thực địa các dự án du lịch trên địa bàn vào hoạt động bên lề Hội nghị.

Năm 2019, tổ chức thành công Hội thảo Xúc tiến đầu tư vào thành phố Cần Thơ dành cho doanh nghiệp Nhật Bản tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tại Hội thảo, thành phố có cơ hội giới thiệu về các điểm mạnh, tiềm năng, ưu thế của thành phố Cần Thơ cũng như các dự án du lịch đến các nhà đầu tư Nhật Bản. Sau buổi Hội thảo, nhiều doanh nghiệp Nhật Bản đã đến thành phố Cần Thơ để tìm hiểu thông tin về các dự án du lịch.

Nguồn kế hoạch vốn đầu tư phát triển du lịch của thành phố giai đoạn 2016-2020 các nguồn vốn ngân sách nhà nước gồm:

- + Công trình thành phố quản lý gồm 26 công trình với tổng mức đầu tư đạt 2.500,689 tỷ đồng. Trong đó, vốn bố trí giai đoạn 2016-2020 là 932,361 tỷ đồng.

- + Công trình quận, huyện quản lý gồm 4 công trình với tổng mức đầu tư đạt 55,622 tỷ đồng. Trong đó, vốn đã bố trí giai đoạn 2016-2020 là 46,751 tỷ đồng.

Kết quả thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp ngoài nhà nước đối với lĩnh vực du lịch giai đoạn từ năm 2016-2020, gồm các dự án sau:

+ Dự án Trung tâm hội nghị quốc tế, các công trình đa chức năng và khu vui chơi giải trí phục vụ công cộng, chủ đầu tư là Công ty Cổ phần PQC Connvention, diện tích 4,06 ha, vốn đầu tư khoảng 453,6 tỷ đồng;

+ Dự án Khu Đô thị du lịch sinh thái cồn Ấu tại phường Hưng Phú, quận Cái Răng do Công ty Cổ phần Tập đoàn Đầu tư địa ốc Nova đầu tư. Diện tích 19,43 ha với tổng mức đầu tư là 620 tỷ đồng;

+ Dự án Khu du lịch nghỉ dưỡng sinh thái Cần Thơ tại Khu vực 3, phường Ba Láng, quận Cái Răng, Chủ đầu tư là Công ty TNHH Du lịch Nghỉ dưỡng Sinh thái Cần Thơ, diện tích 3ha, vốn đầu tư 77,27 tỷ đồng;

+ Dự án Khu du lịch sinh thái kết hợp nghỉ dưỡng, Chủ đầu tư là Công ty Cổ phần Thương mại Đầu tư Dầu khí Nam Sông Hậu, diện tích 9 ha, vốn đầu tư đạt 141,5 tỷ đồng;

+ Dự án Khu đô thị và vui chơi giải trí tại Cồn Khương, chủ đầu tư là Công ty Cổ phần Đầu tư Phát triển Miền Nam, diện tích 93,19 ha, vốn đầu tư 1.195 tỷ đồng;

+ Dự án Sân Golf cồn Ấu, chủ đầu tư là Công ty Cổ phần Vinpearl, diện tích 77,31 ha, vốn đầu tư 1.140 tỷ đồng;

Về công trình văn hóa, di tích lịch sử, văn hóa gắn với phát triển du lịch đã được triển khai, có 07 công trình (06 công trình thuộc vốn ngân sách, 01 công trình vốn xã hội hóa), bao gồm:

- 02 công trình hoàn thành đưa vào sử dụng trong năm 2017 (Đền thờ Châu Văn Liêm; Khu tưởng niệm cố soạn giả mộc quán Nguyễn Trọng Quyền);

- 04 công trình khởi công xây dựng vào cuối năm 2017 (Bia tưởng niệm di tích chiến thắng Ông Đư; Bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị di tích lịch sử địa điểm thành lập Chi bộ An Nam Cộng Sản Đảng Cờ Đỏ; Mở rộng đền thờ Châu Văn Liêm, giai đoạn 2; Trùng tu di tích Đình Thới An, quận Ô Môn);

- Triển khai đầu tư xây dựng công trình Đền thờ Vua Hùng tại thành phố Cần Thơ. Kinh phí đầu tư 130 tỷ đồng bằng nguồn vốn xã hội hóa, diện tích 4 ha.

- Triển khai thực hiện Chương trình 03-CTr/TU của Ban Thường vụ Thành ủy Cần Thơ về việc thực hiện Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển thành phố Cần Thơ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; Ủy ban nhân dân thành phố đã ban hành Kế hoạch số 163/KH-UBND ngày 25/12/2020; ban hành Kế hoạch số 202/KH-UBND ngày 01/10/2021 triển khai thực hiện Nghị quyết số 98/NQ-CP của Chính phủ, theo đó xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tập trung cơ cấu lại ngành du lịch, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại; chú trọng liên kết giữa ngành du lịch với các ngành, lĩnh vực khác trong chuỗi giá trị, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, phát triển du lịch thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trung tâm trung chuyển của vùng. Đầu tư phát triển hạ tầng du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng yêu cầu tổ chức các hội nghị, hội thảo, triển lãm cấp vùng, quốc gia và quốc tế. Tăng cường liên

kết, hợp tác trong ngoài vùng, xây dựng chuỗi tour, tuyến, điểm đến du lịch đặc trưng, an toàn. Tạo điều kiện thu hút đầu tư các khu du lịch quy mô lớn, hiện đại, khu vui chơi giải trí tổng hợp, các cơ sở lưu trú cao cấp, các khu resort, khu nghỉ dưỡng.

b) Triển khai quy hoạch phát triển du lịch thành phố:

Triển khai Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đến năm 2020, định hướng đến 2030, phù hợp với tình hình phát triển kinh tế - xã hội thành phố và quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam. Theo đó, công tác quy hoạch và xây dựng đô thị được các cấp, các ngành, địa phương quan tâm, triển khai đồng bộ, hiệu quả như: tập trung hoàn thành và phê duyệt 04 đồ án quy hoạch phân khu đô thị của các quận (Ninh Kiều, Bình Thủy, Cái Răng và Thốt Nốt). Đầu tư, khai thác các công trình, di tích lịch sử văn hóa gắn với phát triển du lịch như: Khu di tích Chiến thắng ông Hào, Mộ Thủ khoa Bùi Hữu Nghĩa, Khu tưởng niệm cố soạn giả Mộc Quán Nguyễn Trọng Quyền, Đền thờ Châu Văn Liêm, Di tích lịch sử địa điểm thành lập Chi bộ An Nam Cộng sản Đảng Cờ Đỏ; triển khai thực hiện đầu tư dự án và kêu gọi đầu tư các công trình văn hóa lịch sử: Khu di tích lịch sử Lộ Vòng Cung, Đền thờ Vua Hùng, Cầu đi bộ Ninh Kiều, Công viên Lưu Hữu Phước, Công viên Hùng Vương, Bảo tàng thành phố....

Với quan điểm phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường, đảm bảo an ninh quốc phòng, trật tự xã hội và bảo đảm an sinh xã hội, Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Kế hoạch số 117/KH-UBND ngày 16/7/2018 về bảo tồn phát huy di tích lịch sử - văn hóa, di sản văn hóa phi vật thể, làng nghề, danh lam thắng cảnh gắn với phát triển du lịch thành phố Cần Thơ đến năm 2020; Kế hoạch số 116/KH-UBND ngày 04/7/2019 về việc bảo tồn và phát huy giá trị bánh dân gian Nam bộ trên địa bàn thành phố Cần Thơ; Quyết định số 1845/QĐ-UBND ngày 31/7/2019 phê duyệt Đề án “Phát triển du lịch phường Tân Lộc, quận Thốt Nốt, thành phố Cần Thơ”; đồng thời, đã có văn bản trình Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xin chủ trương Chính phủ bổ sung quần thể Bến Ninh Kiều, Cầu đi bộ, Chợ nổi Cái Răng, các cồn dọc Sông Hậu, thành phố Cần Thơ vào Danh mục khu vực có tiềm năng phát triển thành khu du lịch quốc gia. Trong giai đoạn 2016 - 2020, thành phố bố trí vốn thực hiện đầu tư phát triển du lịch từ nguồn vốn ngân sách Nhà nước gồm 30 dự án, với tổng số vốn bố trí là 979,112 tỷ đồng; trong đó, dự án thành phố quản lý là 26 dự án, với tổng vốn đã bố trí là 932,361 tỷ đồng; dự án do quận, huyện quản lý là 04 dự án, với số vốn đã bố trí là 46,751 tỷ đồng.

c) Đầu tư phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của thành phố:

Với sự đầu tư hỗ trợ của Trung ương và sự nỗ lực của thành phố, nhiều công trình hạ tầng kinh tế - xã hội được xây dựng đã tạo đà và nền tảng vững chắc cho thành phố cần Thơ cất cánh. Đó là công trình Cầu Cần Thơ, Cảng hàng không quốc tế Cần Thơ, Cảng Cái Cui... Hệ thống giao thông huyết mạch kết nối các địa phương trong vùng hình thành với việc nâng cấp mở rộng tuyến quốc lộ 1, quốc lộ 91, xây dựng mới quốc lộ 91B, đường Võ Văn Kiệt, đường Võ Nguyên Giáp - Nam sông Hậu, tuyến Bốn Tổng - Một Ngàn, đường nối Cần Thơ- Vị Thanh... Hệ thống

ngân hàng siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện ích phát triển mạnh, thúc đẩy thương mại - dịch vụ - du lịch phát triển.

Đề thu hút đầu tư phát triển kinh tế xã hội, thành phố Cần Thơ dành nguồn vốn phù hợp từ ngân sách Nhà nước và xã hội hóa đầu tư kết cấu hạ tầng phát triển kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng. Lồng ghép việc đầu tư hạ tầng cho phát triển du lịch với các mục tiêu khác nhằm tăng hiệu quả đầu tư; đồng thời, tăng nguồn vốn đầu tư cho hạ tầng du lịch. Cải tạo cảnh quan, nâng cấp tuyến phố đi bộ từ Bến Ninh Kiều đến Chợ đêm Trần Phú, công trình cầu đi bộ Ninh Kiều, công viên sông Hậu; cải tạo Hồ Bún Xáng, công viên Lưu Hữu Phước, công viên Hùng Vương, Bảo tàng thành phố... Ngoài ra, đầu tư các công trình, di tích lịch sử văn hóa gắn với phát triển du lịch như: Khu di tích Chiến thắng ông Hào; Mộ Thủ khoa Bùi Hữu Nghĩa; Khu tưởng niệm cố soạn giả Mộc Quán Nguyễn Trọng Quyền; Đền thờ Châu Văn Liêm, Di tích lịch sử địa điểm thành lập Chi bộ An Nam Cộng sản Đảng Cờ Đỏ; Khu di tích lịch sử Lộ Vòng Cung, Đền thờ Vua Hùng...

Trong giai đoạn 2016-2020, thành phố đón hơn 35 triệu lượt khách, vượt 12% chỉ tiêu Nghị quyết số 03-NQ/TU đề ra; tổng lượt khách du lịch lưu trú đạt khoảng 11,5 triệu lượt khách, vượt 11% chỉ tiêu Nghị quyết (khách quốc tế lưu trú đạt hơn 1,5 triệu lượt; khách nội địa lưu trú đạt hơn 10 triệu lượt). Tổng thu từ du lịch đạt 16,1 nghìn tỷ đồng, vượt 33% chỉ tiêu Nghị quyết, tăng trưởng bình quân 19%/năm, vượt 3% so với Nghị quyết đề ra.

Hiện nay, trên địa bàn thành phố có 616 cơ sở lưu trú du lịch, với trên 10.500 phòng (trong đó, khách sạn được công nhận từ 1 đến 5 sao là 133 khách sạn, với 5.030 phòng); có 64 doanh nghiệp lữ hành, tăng 24 doanh nghiệp so với thời điểm trước khi ban hành Nghị quyết số 03-NQ/TU; có 34 khu, điểm du lịch trên địa bàn thành phố, tăng 17 điểm so với năm 2016.

Tính đến cuối năm 2020, tổng số lao động ngành du lịch thành phố là 10.329 người. Trong đó, lao động trực tiếp là 9.068 người; lao động đã qua đào tạo, có kỹ năng, chuyên môn về du lịch là 7.067 người, chiếm 68% trong tổng số lao động toàn ngành, tăng 28% so với thời điểm trước khi Nghị quyết số 03-NQ/TU của Thành ủy ban hành.

d) Công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch:

Tuyên truyền, quảng bá du lịch có tầm quan trọng đối với công tác phát triển du lịch của thành phố, góp phần đưa hình ảnh về con người, văn hóa, tiềm năng và thể mạnh du lịch của Cần Thơ đến với du khách trong và ngoài nước, góp phần thu hút đầu tư phát triển du lịch, đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

Ủy ban nhân dân thành phố ban hành Chương trình số 16/CTr-UBND ngày 22/12/2017 về quảng bá, xúc tiến du lịch thành phố Cần Thơ giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2030; Chương trình số 17/CTr-UBND ngày 08/11/2019 về hợp tác, liên kết phát triển du lịch với các tỉnh, thành phố trong nước và nước ngoài phù hợp với định hướng phát triển du lịch thành phố Cần Thơ. Trên cơ sở đó, ngành du lịch thành phố xác định thị trường, mục tiêu, nghiên cứu thị hiếu của từng đối tượng khách để có kế hoạch đầu tư và quảng bá phù hợp, hiệu quả cao; đồng thời,

xây dựng môi trường du lịch văn minh, thân thiện, an toàn và chất lượng, từng bước tạo dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch Cần Thơ đến với du khách.

Thời gian qua, để nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, quảng bá về du lịch Cần Thơ, ngành du lịch thành phố tập trung quảng bá, xúc tiến du lịch thông qua các hình thức như tham gia gian hàng quảng bá du lịch tại các sự kiện du lịch, điểm nhấn của thành phố; tuyên truyền, quảng bá tại các sự kiện, hội nghị ngoài thành phố; tuyên truyền, quảng bá ở nước ngoài; tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông đại chúng, trong đó, nổi bật là thành phố đã xây dựng và tổ chức triển khai Cổng thông tin du lịch và ứng dụng thông minh trên thiết bị di động “Can Tho Tourism”, giúp người dùng dễ dàng tra cứu, tìm kiếm thông tin du lịch của Cần Thơ theo vị trí về lưu trú, ẩm thực, điểm du lịch, cửa hàng, giải trí, lễ hành, sự kiện,...

Tăng cường tuyên truyền cổ động trực quan, quảng bá trên pano vừa và pano tấm lớn, trên màn hình LED đặt tại các công viên, khu vui chơi công cộng trong trung tâm thành phố. Thực hiện các clip quảng bá du lịch Cần Thơ phục vụ các sự kiện, hội nghị quảng bá, xúc tiến trong và ngoài thành phố; thực hiện clip chuyên đề quảng bá về đờn ca tài tử, du lịch đường sông, ẩm thực đặc trưng vùng ĐBSCL nói chung và Cần Thơ nói riêng.

4. Hạn chế, khó khăn

a) Chính sách thu hút đầu tư chưa đủ mạnh, chưa có nhà đầu tư lớn mang tầm chiến lược để thu hút, mời gọi các nhà đầu tư nhiều hơn vào thành phố. Công tác triển khai Nghị định số 103 chưa thật sự hiệu quả, công tác thu hút và sử dụng vốn đầu tư ngoài ngân sách còn hạn chế. Nhiều dự án đầu tư có quy mô nhỏ, hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp chưa tương xứng với năng lực, lợi thế và những chính sách ưu đãi của thành phố. Đóng góp vào ngân sách nhà nước của khu vực đầu tư ngoài nhà nước, đầu tư nước ngoài còn khiêm tốn.

b) Cơ sở hạ tầng còn thiếu, chưa đồng bộ, tính kết nối chưa cao.

c) Hoạt động xúc tiến đầu tư chưa thật sự tốt, công tác chuẩn bị dự án để giới thiệu với nhà đầu tư chưa đảm bảo yêu cầu; việc giải quyết một số vấn đề liên quan đến đất đai, xây dựng, môi trường, quỹ đất sạch, thuế, chưa đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của các nhà đầu tư.

d) Chất lượng dòng vốn đầu tư vào thành phố chưa cao; nguồn vốn đến từ các doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế lớn trong nước chiếm tỷ lệ rất thấp, trong khi đó, nguồn vốn FDI chủ yếu đến từ các nước Châu Á chưa đủ sức làm nâng cao mạnh mẽ năng lực cạnh tranh, xây dựng thương hiệu cho thành phố Cần Thơ và năng lực tham gia mạng sản xuất toàn cầu; một số dự án đầu tư chậm triển khai thực hiện theo tiến độ đã cam kết.

5. Giải pháp thu hút đầu tư phát triển du lịch trong thời gian tới

a) Hoàn thiện cơ chế, chính sách về thu hút đầu tư phát triển du lịch:

Rà soát, đánh giá hiệu quả thu hút đầu tư phát triển du lịch thời gian qua, đánh giá nguồn lực quan trọng thúc đẩy thu hút đầu tư của doanh nghiệp vào phát triển du

lịch trong thời gian tới để đưa vào quy hoạch tích hợp của thành phố. Tích cực triển khai hiệu quả và đề xuất các giải pháp mới thực hiện Nghị định mới của Chính phủ quy định một số cơ chế đặc thù về đầu tư, tài chính, ngân sách và phân cấp quản lý đối với thành phố Cần Thơ để kêu gọi, thu hút nhà đầu tư các dự án du lịch trọng điểm.

Xây dựng cơ chế, chính sách phù hợp và đột phá để đẩy mạnh phát triển du lịch trong tình hình mới, đáp ứng yêu cầu, tính chất của ngành kinh tế tổng hợp, hoạt động theo cơ chế thị trường; tạo môi trường du lịch thông thoáng để thu hút đầu tư, nhất là các địa bàn trọng điểm, vùng nông thôn, vùng sâu có sản phẩm du lịch đặc thù, có tiềm năng phát triển du lịch. Đặc biệt, có cơ chế chính sách về hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh dịch bệnh, thiên tai... Xây dựng chính sách đặc thù để doanh nghiệp nhỏ và vừa, đề xuất Chính sách hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi sau đại dịch COVID-19; doanh nghiệp khởi nghiệp, phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù thành phố, nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm du lịch.

Cải cách hành chính, đơn giản hóa thủ tục về đầu tư; nghiên cứu đầu tư khai thác tiềm năng để phát triển thành các khu du lịch quốc gia, kêu gọi đầu tư hệ thống cồn dọc sông Hậu...; hình thành các khu du lịch quy mô, các khu phức hợp vui chơi giải trí, thương mại - dịch vụ hiện đại, hệ thống các khách sạn cao cấp, trung tâm hội nghị, làng du lịch, khu nghỉ dưỡng và giải trí, khu du lịch sinh thái...; nâng dần lợi thế và nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch. Tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, thuận lợi cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Khuyến khích doanh nghiệp đổi mới, sáng tạo, đa dạng hóa các loại hình, sản phẩm du lịch phù hợp với định hướng cơ cấu lại ngành du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại.

b) Tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến đầu tư phát triển du lịch thành phố:

Tiếp tục tuyên truyền, nâng cao nhận thức, tư duy về phát triển du lịch ở các cấp quản lý, đặc biệt là trong cộng đồng. Đổi mới cách thức, nội dung, tăng cường đầu tư ứng dụng công nghệ hiện đại, bảo đảm thực hiện thống nhất, chuyên nghiệp và nâng cao hiệu quả xúc tiến đầu tư du lịch trong và ngoài nước. Chủ động và tích cực hội nhập quốc tế; nhất là đối với các nước Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore và một số quốc gia, vùng lãnh thổ khác có tiềm năng hợp tác với thành phố; tiếp tục tranh thủ những mối quan hệ đối tác để hỗ trợ mời gọi các nhà đầu tư phát triển các dự án du lịch trọng điểm.

Xây dựng các mô hình chuyên đổi mới và đề án du lịch thông minh. Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến đầu tư du lịch theo hướng chuyên nghiệp nhằm vào thị trường mục tiêu, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm; quảng bá du lịch gắn với quảng bá hình ảnh quốc gia, phù hợp với các mục tiêu đã xác định; gắn xúc tiến du lịch với xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và ngoại giao, văn hóa. Tập trung phát triển thương hiệu du lịch địa phương, chú trọng phát triển những thương hiệu đặc thù, có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để đảm bảo hiệu ứng thống nhất.

c) Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch:

Phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao, tập trung đào tạo, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ làm việc trong lĩnh vực du lịch, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, giỏi kỹ năng nghề, ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp, nhà đầu tư mong muốn. Đổi mới và đa dạng hóa các hình thức đào tạo du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch có tính chuyên nghiệp và hiện đại.

d) Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù:

Đa dạng hóa sản phẩm du lịch thành phố Cần Thơ dựa trên khai thác các thế mạnh của du lịch sinh thái sông nước; du lịch MICE và các loại hình du lịch phụ trợ khác như: du lịch văn hóa di tích lịch sử, du lịch cộng đồng... Nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ du lịch, khuyến khích các nhà đầu tư chiến lược, đầu tư hình thành các khu dịch vụ du lịch phức hợp, dự án dịch vụ du lịch quy mô lớn, các trung tâm mua sắm, giải trí văn hóa nghệ thuật chất lượng cao tại các địa bàn trọng điểm nhằm thu hút thị trường khách có khả năng chi tiêu cao và kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

Nâng cao vai trò của cộng đồng, xây dựng cộng đồng du lịch văn minh, thân thiện trong ứng xử với khách du lịch; phát huy vai trò của các tổ chức xã hội nghề nghiệp liên quan đến du lịch. Tạo điều kiện thuận lợi để người dân trực tiếp tham gia kinh doanh và hưởng lợi từ du lịch; có chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng.

6. Đề xuất, kiến nghị

Đề xuất Chính phủ, Bộ Ngành Trung ương ưu tiên nguồn lực thích hợp từ ngân sách nhà nước đầu tư phát triển hạ tầng giao thông vùng ĐBSCL nói chung và Cần Thơ nói riêng. Nâng cao khả năng kết nối giao thông tới các khu, điểm du lịch, kiểm soát chất lượng dịch vụ và đảm bảo an toàn giao thông cho khách du lịch. Hỗ trợ đầu tư các điểm dừng, nghỉ trên các tuyến du lịch đường bộ. Tập trung đầu tư một số cảng quy mô lớn của Cần Thơ để phát triển du lịch đường sông. Tạo điều kiện để thu hút nhiều chuyến bay đến Cảng hàng không quốc tế Cần Thơ. Đồng thời, tạo cơ chế đặc thù, hỗ trợ đầu tư, nhằm thu hút các nhà đầu tư thực hiện các dự án du lịch trọng điểm thành phố Cần Thơ, phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù; rà soát các quy định về giao đất, thuê sử dụng đất để kiến nghị sửa đổi, giảm thuế sử dụng đất và tiền thuê đất đối với các dự án đầu tư cơ sở lưu trú, khu du lịch sử dụng nhiều diện tích đất không gian cảnh quan để thúc đẩy du lịch phát triển.

7. Kết luận

Thu hút đầu tư phát triển du lịch có vai trò rất quan trọng, thúc đẩy các ngành lĩnh vực khác phát triển, góp phần tích cực trong sự phát triển kinh tế xã hội của thành phố. Thành phố Cần Thơ sẽ tập trung nguồn lực để xây dựng Quy hoạch tích hợp trong đó có du lịch; quan tâm xây dựng kết cấu hạ tầng tạo điều kiện thu hút đầu tư vào các dự án du lịch, đẩy mạnh liên kết hợp tác phát triển du lịch trong và ngoài nước; tham mưu hoàn thiện cơ chế, chính sách đặc thù, hỗ trợ nhà đầu tư thực hiện các dự án du lịch của thành phố; đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp du lịch; đẩy mạnh công tác cải cách hành chính;

nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, tạo điều kiện thuận lợi để thu hút đầu tư vào lĩnh vực du lịch.

Với mục tiêu phát triển du lịch của thành phố trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị. Thành phố Cần Thơ sẽ tập trung nguồn lực, thu hút đầu tư phát triển du lịch, dịch vụ du lịch, góp phần xây dựng và phát triển thành phố Cần Thơ trở thành trung tâm sinh thái, văn minh hiện đại, mang đậm bản sắc sông nước vùng ĐBSCL theo Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo số 123-BC/TU ngày 07 tháng 10 năm 2021 của Thành ủy Cần Thơ tổng kết 05 năm thực hiện Nghị quyết số 03-NQ/TU ngày 01/8/2016 của Thành ủy Cần Thơ “Về đẩy mạnh phát triển du lịch”.

2. Báo cáo số 375/BC-HĐND ngày 19 tháng 10 năm 2020 của Hội đồng nhân dân thành phố kết quả giám sát về kết quả thực hiện Nghị quyết số 07/2018/NQ-HĐND ngày 07 tháng 12 năm 2018 của Hội đồng nhân dân thành phố quy định chính sách hỗ trợ đầu tư các dự án ngoài ngân sách nhà nước; chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

3. Báo cáo số 237/BC-UBND ngày 24 tháng 8 năm 2021 của Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ về đánh giá kết quả thực hiện Nghị định 103/2018/NĐ-CP ngày 07/8/2018 của Chính phủ quy định một số cơ chế đặc thù về đầu tư, tài chính ngân sách và phân cấp quản lý đối với thành phố Cần Thơ.

4. Kỷ yếu Hội nghị Xúc tiến đầu tư thành phố Cần Thơ năm 2018 “Chia sẻ tiềm năng, cùng nhau phát triển.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Phạm Thiện Nghĩa
Chủ tịch UBND tỉnh Đồng Tháp

Xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng trong tái cơ cấu kinh tế của Tỉnh và phấn đấu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng nằm trong tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh. Đồng Tháp đã ban hành Đề án phát triển du lịch giai đoạn 2015-2020, với tổng kinh phí đầu tư trên 400 tỷ đồng; xác định rõ lợi thế, định hướng khác biệt của từng khu, điểm du lịch trọng điểm

Sau 5 năm tập trung chỉ đạo quyết liệt, du lịch Đồng Tháp đã xác định được vị thế trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long và cả nước. Hình ảnh du lịch “*Đồng Tháp - Thuần khiết như hồn Sen*” tạo được ấn tượng đẹp trong lòng du khách và sự quan tâm của các cơ quan truyền thông đại chúng. Định vị được sản phẩm du lịch đặc trưng cho từng khu, điểm du lịch trọng điểm. Một số dự án đầu tư cơ sở hạ tầng cho các khu, điểm du lịch theo Đề án đã hoàn thành 90% và đưa vào khai thác phục vụ khách. Các khu, điểm du lịch đã bổ sung dịch vụ, mở rộng hoạt động khai thác du lịch và mạnh dạn tiến hành xã hội hóa cho cộng đồng dân cư tham gia khai thác dịch vụ du lịch. Các nhà hàng, khách sạn đã chủ động nâng cấp cơ sở hạ tầng, đầu tư trang thiết bị, mở rộng qui mô hoạt động, đồng thời quan tâm đến công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch, nâng dần chất lượng dịch vụ và phục vụ. Công tác xây dựng sản phẩm được triển khai thực hiện nghiêm túc và có hiệu quả. Đã phát triển thêm các điểm tham quan du lịch cộng đồng mới và thực hiện Liên kết phát triển du lịch với các tỉnh thành trong nước từng bước hình thành và mở rộng. Đã ký kết hợp tác với các tỉnh, thành phố như: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Long An, Tiền Giang. tham gia vào Cụm liên kết hợp tác phát triển du lịch phía Đông - Đồng bằng sông Cửu Long, liên kết phát triển du lịch giữa thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành Đồng bằng sông Cửu Long...

Bước sang năm 2020, đại dịch COVID-19 bùng phát đã tác động đến mọi mặt của đời sống xã hội nói chung, gây tổn thất hết sức nặng nề. Du lịch cũng nằm trong bối cảnh chung đó. Đồng Tháp đã nỗ lực hành động quyết liệt nhằm góp phần hỗ trợ doanh nghiệp và người lao động giảm bớt khó khăn. Đồng thời, thực hiện các nhiệm vụ giải pháp nhằm ứng phó linh hoạt với dịch COVID-19, từng bước khôi phục hoạt động du lịch. Cụ thể:

Tỉnh tập trung hỗ trợ doanh nghiệp và người lao động trong ngành du lịch. Ngoài việc triển khai thực hiện chính sách hỗ trợ hướng dẫn viên du lịch gặp khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, hộ kinh doanh tạm ngừng hoạt động và người lao động mất việc làm theo Nghị quyết số 68/NQ-CP của Thủ tướng Chính phủ; Nghị quyết số 116/NQ-CP của Chính phủ về chính sách hỗ trợ người lao động và người sử dụng lao động bị ảnh hưởng bởi đại dịch COVID-19 từ quỹ bảo hiểm

thất nghiệp và các chính sách hỗ trợ của Trung ương và Tỉnh. Đồng Tháp luôn đồng hành và hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch, lữ hành, khách sạn, khu điểm du lịch, cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch nhanh chóng khôi phục hoạt động du lịch thông qua các chương trình tín dụng ưu đãi đối với hoạt động khôi phục sản xuất kinh doanh, trả lương người lao động, nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, dịch vụ mới của doanh nghiệp du lịch và các chính sách ưu đãi về thuế; chính sách giảm lệ phí cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch và lệ phí cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành, chính sách giảm tiền ký quỹ, giảm giá điện, giảm tiền thuê đất; hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực,...

Khi Đồng Tháp cùng cả nước bước sang giai đoạn mới, thích ứng linh hoạt với dịch COVID-19 từng bước khôi phục hoạt động du lịch, Tỉnh đề ra nhiều nhiệm vụ trọng tâm và thực hiện đồng bộ. Bao gồm:

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển du lịch

Từ năm 2018, nhằm thu hút các thành phần kinh tế tham gia đầu tư phát triển du lịch. Việc ban hành và thực hiện Nghị quyết có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc hỗ trợ cho tổ chức, cá nhân mạnh dạn chuyển đổi từ mô hình kinh tế nông nghiệp thuần túy sang phát triển du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng, góp phần làm phong phú các sản phẩm du lịch của Đồng Tháp. Trước khi Nghị quyết được ban hành, du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng phát triển tự phát và chỉ mang tính mùa vụ. Người dân chủ yếu dựa vào kinh tế nông nghiệp là chính. Nghị quyết được ban hành và triển khai đi vào đời sống đã khuyến khích các tổ chức, cá nhân có thêm động lực để đầu tư phát triển các dịch vụ du lịch phục vụ khách lưu trú, ăn uống, tham quan, trải nghiệm,.. Phong trào khởi nghiệp du lịch thật sự lan tỏa sâu rộng trong nhân dân và các doanh nghiệp trong tỉnh đã tích cực tìm hiểu, nghiên cứu, tham gia đầu tư phát triển nhiều loại hình dịch vụ du lịch, góp phần làm phong phú sản phẩm dịch vụ du lịch của tỉnh, tăng sự lựa chọn cho khách khi đến tham quan du lịch tại Đồng Tháp.

Tính đến nay trên địa bàn Tỉnh đã phát triển hơn 60 điểm tham quan du lịch nông nghiệp, du lịch cộng đồng đang hoạt động phục vụ khách tham quan trải nghiệm khá hiệu quả (8 Homestay; 02 Farmstay, 53 điểm tham quan du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp, trải nghiệm làng nghề), còn hơn 40 điểm du lịch cộng đồng đang tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất để chuẩn bị đưa vào khai thác trong thời gian tới. Thu hút được 7 dự án đầu tư vào lĩnh vực du lịch với số vốn trên 2.200 tỷ đồng. Đồng Tháp đã thực hiện chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch giai đoạn 2016-2021 và đang điều chỉnh, bổ sung tăng cường hơn cho giai đoạn 2022-2026.

Thứ hai, về các giải pháp phục hồi, phát triển du lịch

Thực hiện chủ trương “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát dịch hiệu quả”, Tỉnh đã chỉ đạo xây dựng Kế hoạch phục hồi hoạt động du lịch, ứng phó linh hoạt với tình hình dịch COVID-19. Với quan điểm **“Mở cửa phải an toàn, an toàn mới mở cửa”** Đồng Tháp đưa ra lộ trình cụ thể từng giai đoạn để chuẩn bị sẵn sàng cho việc mở cửa diện rộng vào cuối năm và Tết nguyên đán - đây cũng là thời điểm rực rỡ nhất của Làng hoa Sa Đéc và quýt hồng Lai Vung. Khôi phục hoạt động du

lịch nhưng Tỉnh cũng hết sức thận trọng trong việc đảm bảo an toàn cho nhân dân và du khách.

Thứ ba, các giải pháp mở cửa thích ứng, an toàn, linh hoạt

(1) Đảm bảo an toàn tại điểm đến, cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch và khách du lịch.

Ưu tiên tiêm chủng đủ liều vaccine cho người lao động tại các doanh nghiệp du lịch, cơ sở lưu trú, cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch và có liên quan đến hoạt động du lịch.

Triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn cho các Điểm đến du lịch, thống nhất phương thức tổ chức đón tiếp khách an toàn, với các tour du lịch khép kín, khách du lịch chỉ được đến các điểm du lịch, cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch do cơ quan có thẩm quyền công bố, và thực hiện công tác phòng chống dịch COVID-19 theo hướng dẫn của ngành Y tế.

(2) Tăng cường công tác truyền thông, quảng bá, xúc tiến du lịch.

Định hướng truyền thông, giới thiệu, mở cửa điểm đến du lịch, quy trình du lịch an toàn, cập nhật thông tin các chương trình du lịch mới, sản phẩm dịch vụ du lịch mới, các chính sách ưu đãi, kích cầu du lịch.

Đa dạng hình thức tuyên truyền, quảng bá: Cổng du lịch thông minh Tỉnh; Trang tin điện tử của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Cổng thông tin điện tử của Tỉnh; Website du lịch Đồng Tháp; 2 Sàn thương mại điện tử (vosu.vn và postmart); mạng xã hội; trên sóng Đài Phát thanh và truyền hình Đồng Tháp và các kênh truyền hình Trung ương, TP.Hồ Chí Minh, khu vực; các sự kiện, lễ hội, hội chợ triển lãm;...

(3) Phát triển đa dạng sản phẩm đáp ứng nhu cầu mọi đối tượng khách theo xu hướng du lịch mới hậu COVID-19.

Tiếp tục đầu tư, nâng cấp các công trình thiết yếu, hoàn thiện sản phẩm du lịch đặc trưng tại các khu di tích, điểm du lịch trọng điểm theo định vị của đề án phát triển du lịch Tỉnh; làm mới và nâng chất lượng sản phẩm du lịch hiện có tại các điểm tham quan, dịch vụ trải nghiệm, vui chơi giải trí, dịch vụ ăn uống, lưu trú, mua sắm, phương tiện vận chuyển, khu vệ sinh công cộng, bãi đậu xe, bến tàu khách,...

Phát huy các nguồn tài nguyên văn hóa, du lịch của địa phương, phát triển mạnh loại hình du lịch nông nghiệp, nông thôn có giá trị gia tăng cao và tăng cường trải nghiệm cho khách du lịch, gắn với sản phẩm OCOP.

(4) Đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phục hồi lại hoạt động du lịch.

Khảo sát, đánh giá hiện trạng nguồn nhân lực du lịch. Tổ chức tốt các lớp tập huấn, bồi dưỡng, nâng cao kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ du lịch thích ứng linh hoạt an toàn trong trạng thái bình thường mới cho lực lượng lao động du lịch, để chuẩn bị khôi phục lại hoạt động du lịch.

(5) Đẩy mạnh nhu cầu du lịch nội địa nhân dịp các kỳ nghỉ, ngày lễ lớn của dân tộc và các sự kiện văn hoá, thể thao và du lịch.

Đẩy mạnh thị trường du lịch nội địa sau khi Việt Nam cơ bản hoàn thành chiến dịch tiêm chủng tạo miễn dịch cộng đồng.

Thúc đẩy nhu cầu du lịch nội địa nhân dịp các kỳ nghỉ, ngày lễ lớn của dân tộc và các sự kiện, lễ hội văn hóa, du lịch thường niên được tổ chức tại Đồng Tháp như Lễ giỗ Cụ Phó bảng Nguyễn Sinh Sắc, Lễ giỗ hai cụ Thiên hộ Võ Duy Dương, Đốc binh Nguyễn Tấn Kiều tại Gò Tháp, Lễ giỗ Ông Bà Đỗ Công Tường và các hoạt động của Diễn đàn kết nối du lịch giữa TPHCM và 13 tỉnh thành ĐBSCL, Lễ hội hoa Sa Đéc, Lễ hội Sen Tháp Mười...

(6) Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch.

Triển khai vận hành hiệu quả Cổng du lịch thông minh Tỉnh; phối hợp với Sở Thông tin và truyền thông, Viettel, Bưu Điện Tỉnh tổ chức tập huấn cho các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch đạt chuẩn, tiêu biểu, đủ điều kiện phục vụ khách, đưa quảng bá và bán sản phẩm dịch vụ du lịch trên sàn thương mại điện tử Voso.vn, Postmart.vn và Shopee,...

Xây dựng ứng dụng trực tuyến bản đồ du lịch số để quảng bá du lịch Đồng Tháp. Tiếp tục triển khai công tác truyền thông quảng bá du lịch, hình ảnh Đồng Tháp trên các phương tiện thông tin đại chúng, theo chương trình hợp tác truyền thông với các cơ quan thông tấn báo chí. Đài Phát thanh và truyền hình Đồng Tháp và các đơn vị có liên quan phối hợp xây dựng tour du lịch trực tuyến để quảng bá du lịch trong bối cảnh đại dịch COVID-19.

Nâng cao hiệu quả các hoạt động marketing, ứng dụng công nghệ thực tế ảo và các công nghệ tiên tiến khác nhằm tăng giá trị và sức hấp dẫn của điểm đến, sản phẩm, dịch vụ du lịch. Khuyến khích các cơ sở kinh doanh du lịch xây dựng các gói sản phẩm kích cầu với các ưu đãi và cam kết về chất lượng. Hỗ trợ kết nối lại thị trường du lịch, giới thiệu, bán sản phẩm dịch vụ du lịch thuận lợi trên môi trường mạng.

Trên đây là tham luận của tỉnh Đồng Tháp.

Xin trân trọng cảm ơn !

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA TỈNH AN GIANG TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Nguyễn Thanh Bình
Chủ tịch UBND tỉnh An Giang

Dẫn nhập

An Giang là tỉnh thuộc vùng đất đầu nguồn của đồng bằng sông Cửu Long, có sự khác biệt rõ nét về mặt địa hình so với các địa phương khác trong vùng và sở hữu lợi thế so sánh về nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa phong phú. An Giang là tỉnh có nhiều di tích lịch sử văn hóa và danh thắng với 88 di tích được xếp hạng, trong đó có 02 di tích quốc gia đặc biệt là di chỉ nền văn hóa Óc Eo - Ba Thê và Khu lưu niệm Cố Chủ tịch Tôn Đức Thắng; có tín ngưỡng thờ mẫu nổi tiếng cả nước và là tỉnh duy nhất trong vùng có địa đồi núi với vùng Thất Sơn hùng vĩ, huyền bí. Ngoài ra, tính hấp dẫn của giá trị nhân văn tại An Giang còn được kết tinh trong những ngành nghề truyền thống cung cấp các mặt hàng tiêu thủ công nghiệp và đặc sản địa phương. Bên cạnh đó, An Giang là tỉnh đa dân tộc, đa tôn giáo với 4 nhóm tộc người chính là Kinh, Khmer, Chăm, Hoa và 11 tôn giáo tạo ra những giá trị văn hóa dân tộc phong phú, đa dạng.

1. Một số chính sách phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh

Đề khai thác và phát huy tốt những tiềm năng, lợi thế, phát triển du lịch trở thành ngành động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, tỉnh đã triển khai đồng bộ các giải pháp về quản lý nhà nước, quy hoạch du lịch, phát triển nguồn nhân lực du lịch; đổi mới công tác xúc tiến, liên kết, truyền thông quảng bá du lịch, phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch; tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ phát triển du lịch; đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Một số chính sách trọng điểm được triển khai thực hiện như sau:

1.1. Chương trình hành động phát triển hạ tầng du lịch

Tỉnh đã ban hành Chương trình hành động số 59/CTr-UBND ngày 13/02/2017 của Ủy ban nhân dân tỉnh về phát triển hạ tầng du lịch tỉnh An Giang giai đoạn 2016-2020 và định hướng đến năm 2025. Chương trình tập trung thu hút đầu tư và bố trí nguồn vốn đầu tư trong lĩnh vực du lịch, đầu tư phát triển hạ tầng giao thông kết nối điểm đến, hạ tầng bưu chính, viễn thông, internet phục vụ du lịch, ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ du lịch, thực hiện tuyên truyền, xúc tiến, liên kết phát triển du lịch.

Sơ kết giai đoạn I của Chương trình, môi trường đầu tư của tỉnh được cải thiện, đã thu hút được 25 dự án đầu tư phát triển du lịch với tổng mức đầu tư hơn 6.328 tỷ đồng. Một số dự án tiêu biểu như: Dự án đầu tư khu công viên và trò chơi Núi Cẩm, Khu du lịch hành hương 3 - Resort, Công viên trò chơi (Công ty Cổ

phần Phát triển Du lịch An Giang), Cáp treo Núi Cấm (Công ty Cổ phần Phát triển Du lịch An Giang); Khu du lịch văn hóa tâm linh Bà Chúa Xứ - cáp treo Núi Sam (Công ty TNHH MGA Việt Nam); Khu nghỉ dưỡng Sang Như Ngọc (Công ty TNHH MTV Sang Như Ngọc)... Nhìn chung, qua các năm triển khai thực hiện các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh từng bước phát triển theo hướng chuyên nghiệp.

Hệ thống đường bộ trên địa bàn tỉnh ngày càng thông thoáng và mở rộng với 10 tuyến đường tỉnh lộ, quốc lộ kết nối các khu - điểm du lịch; hệ thống đường thủy, hạ tầng các khu du lịch được quan tâm đầu tư; hạ tầng viễn thông phát triển khá đồng bộ. Từ đó, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch để phục vụ du khách tham quan ngày càng tốt hơn.

1.2. Chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch

Hội đồng nhân dân tỉnh đã ban hành Nghị quyết số 19/2018/NQ-HĐND ngày 19/7/2018 về quy định chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch tỉnh An Giang; và Nghị quyết số 19/2020/NQ-HĐND ngày 08/12/2020 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy định chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch tỉnh An Giang ban hành kèm theo Nghị quyết số 19/2018/NQ-HĐND ngày 19/7/2018 của Hội đồng nhân dân tỉnh.

Việc ban hành Nghị quyết trên nhằm hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch tỉnh An Giang, tăng cường thu hút và khuyến khích các nhà đầu tư, các tổ chức, cá nhân có năng lực thực hiện các đầu tư lĩnh vực du lịch, khuyến khích cộng đồng tham gia phát triển dịch vụ du lịch, tạo nhiều sản phẩm du lịch hấp dẫn du khách, tăng tỷ lệ đóng góp GRDP của tỉnh. Đồng thời, xây dựng chính sách riêng phù hợp với từng loại hình du lịch trên cơ sở tình hình thực tế của địa phương và để hỗ trợ các nhà đầu tư, các tổ chức, cá nhân đầu tư phát triển dịch vụ du lịch, phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch phục vụ nhu cầu khách du lịch, cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh của tỉnh.

1.3. Chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch

Thực hiện Chương trình hành động số 09-CTr/TU ngày 05/12/2016 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh thực hiện Nghị quyết Đại hội X Đảng bộ tỉnh về phát triển nguồn nhân lực phục vụ phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2025, tỉnh đã ban hành kế hoạch thực hiện Chương trình hành động giai đoạn I từ năm 2017 đến năm 2020. Kết quả triển khai giai đoạn này, tỉnh đã tổ chức tập huấn, bồi dưỡng ngoại ngữ, chuyên môn, nghiệp vụ cho 780 cán bộ, công chức, viên chức (nguồn lực công); tổ chức tập huấn, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng cho 1.569 người (nguồn lực xã hội); biên soạn, in ấn 200 bộ sách tiếng Anh giao tiếp cho hướng dẫn viên du lịch tại điểm, lễ tân khách sạn; biên soạn, in ấn 350 bộ tài liệu về các khu, điểm du lịch trọng điểm trên địa bàn tỉnh.

1.4. Chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch

Bên cạnh nhiệm vụ đầu tư cơ sở hạ tầng, đầu tư các khu điểm du lịch đạt chuẩn, đào tạo nguồn nhân lực phục vụ du lịch, thì công tác quảng bá, xúc tiến góp phần quan trọng trong việc giới thiệu hình ảnh, văn hóa, con người An Giang. Tỉnh

đã ban hành Quyết định số 2384/QĐ-UBND ngày 07/8/2017 về Kế hoạch triển khai thực hiện Chương trình hành động của UBND tỉnh về quảng bá, xúc tiến du lịch tỉnh An Giang giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2025.

Tỉnh đã tổ chức các đoàn xúc tiến và đã ký kết hợp tác phát triển với 25 tỉnh/thành phố trong cả nước, cụ thể: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Bình Thuận, Ninh Thuận, Phú Yên, Khánh Hòa, Quảng Ninh, Quảng Bình, Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Đà Nẵng, Huế, Quảng Nam, Thái Nguyên và các tỉnh, thành Đồng bằng sông Cửu Long; Tham gia các đoàn của Hiệp hội Du lịch Đồng bằng sông Cửu Long xúc tiến thị trường du lịch Campuchia và các nước thuộc tiểu vùng sông Mekong. Ký kết hợp tác phát triển du lịch giữa UBND TP. Hồ Chí Minh và UBND 13 tỉnh, thành phố khu vực Đồng bằng sông Cửu Long.

Hằng năm, địa phương phối hợp với các cơ quan báo, đài trong và ngoài tỉnh để tuyên truyền các sự kiện, hoạt động du lịch An Giang. Đẩy mạnh tuyên truyền thông qua các ấn phẩm quảng bá du lịch và các sự kiện hội chợ, hội nghị du lịch. Xây dựng nội dung, thông điệp truyền thông du lịch An Giang trên các kênh truyền thông trực tuyến có tính tương tác cao, lan truyền nhanh (Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube...).

2. Định hướng phát triển du lịch trong thời gian tới

Giai đoạn 2020-2021, hoạt động du lịch tỉnh gặp nhiều khó khăn, thách thức do tác động của tình hình dịch bệnh COVID-19. Năm 2020, lượng khách du lịch đến An Giang giảm 30% so với cùng kỳ. Ước tính năm 2021, các chỉ tiêu phát triển du lịch tiếp tục giảm, lượng khách ước giảm 46% so với cùng kỳ năm 2020. Tỉnh đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo nhằm hỗ trợ kịp thời, góp phần chia sẻ khó khăn của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và người lao động trước ảnh hưởng của đại dịch COVID-19; đồng thời triển khai các nhóm giải pháp thúc đẩy phục hồi hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh; cụ thể:

1) Tiếp tục triển khai Nghị quyết số 128/NQ-CP ngày 11/10/2021 của Chính phủ. Phát huy tinh thần trách nhiệm của người đứng đầu cấp ủy, chính quyền các địa phương trong công tác tổ chức kiểm tra, giám sát điều kiện an toàn phòng, chống dịch COVID-19 trong quá trình hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh.

2) Triển khai chương trình kích cầu; tăng cường hoạt động tuyên truyền, quảng bá du lịch.

- Triển khai thực hiện Chương trình kích cầu du lịch nội địa và hưởng ứng chương trình kích cầu du lịch nội địa “*Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam*”.

- Triển khai các chương trình liên kết, hợp tác phát triển, giới thiệu, quảng bá du lịch giữa các tỉnh, thành vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong các sự kiện giới thiệu, quảng bá du lịch vùng. Đồng thời, tham gia hoạt động kích cầu phát triển du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long.

- Tiếp tục phát triển các nhóm sản phẩm du lịch thể mạnh như du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, đồng thời đổi mới, đa dạng sản phẩm, dịch vụ theo hướng gia tăng giá trị trải nghiệm với các nhóm sản phẩm du lịch văn hóa kết hợp ẩm thực,

du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe, các hoạt động du lịch giải trí ban đêm...

- Đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền, quảng bá du lịch An Giang thông qua các kênh truyền thông (báo, đài, tạp chí...) và mạng xã hội (Facebook, Tik Tok, Youtube, Instagram...); tham gia các kỳ hội chợ, triển lãm quảng bá du lịch An Giang.

3) Đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động du lịch; triển khai hệ thống du lịch thông minh.

4) Củng cố và phát triển nguồn nhân lực du lịch.

- Tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng nâng cao năng lực chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp, tập huấn kiến thức quản lý rủi ro, ứng phó khủng hoảng trong du lịch cho các nhân viên, quản lý các khu điểm du lịch, cơ sở lưu trú... hỗ trợ cho các doanh nghiệp bảo đảm chất lượng dịch vụ.

- Tổ chức đào tạo chuyển đổi nghề nghiệp cho lao động nông thôn, lao động ngoài tỉnh trở về địa phương tham gia phục vụ du lịch đáp ứng nhu cầu nhân lực khi phục hồi hoạt động du lịch.

- Hỗ trợ chi phí đào tạo nghề du lịch tạo điều kiện cho người lao động có nghề nghiệp, có cơ hội việc làm, ổn định thu nhập, đồng thời giúp doanh nghiệp du lịch giải quyết bài toán nguồn nhân lực sau đại dịch.

5) Triển khai các chương trình tạo động lực phát triển du lịch

- Tiếp tục triển khai thực hiện chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch tỉnh An Giang theo Nghị quyết số 19/2020/NQ-HĐND ngày 08/12/2020 của Hội đồng nhân dân tỉnh để thu hút đầu tư phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch mới.

- Triển khai Chương trình hành động phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2021-2025.

3. Một số kiến nghị, đề xuất

3.1. Những vấn đề chung

- Kiến nghị Chính phủ sớm ban hành Nghị định mô hình quản lý Khu du lịch quốc gia để làm cơ sở để các tỉnh, thành phố có danh mục khu du lịch quốc gia triển khai thực hiện trong thời gian tới. Đồng thời, kiến nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có hướng dẫn việc thực hiện Quy hoạch tổng thể các khu du lịch quốc gia phù hợp với quy định của pháp luật về quy hoạch.

- Tiếp tục triển khai chính sách khuyến khích tiêu dùng nội địa, tăng cường công tác thông tin tuyên truyền hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” để phát triển mạnh thị trường khách du lịch nội địa, thực hiện có hiệu quả các giải pháp kích thích tiêu dùng nội địa, tập trung kích cầu một số ngành, lĩnh vực như du lịch, bán lẻ, vận tải, lưu trú, ăn uống.

3.2. Đối với tỉnh An Giang

- An Giang hiện có 02 di tích cấp quốc gia đặc biệt là Khu lưu niệm Chủ tịch Tôn Đức Thắng (Thành phố Long Xuyên) và di chỉ kiến trúc nghệ thuật Óc Eo - Ba Thê (huyện Thoại Sơn), đề góp phần bảo tồn và phát huy giá trị của di tích, kiến

ngợi Chính phủ quan tâm đầu tư cơ sở hạ tầng cho 02 di tích cấp quốc gia đặc biệt nói trên.

- Khu du lịch Quốc gia Núi Sam được Chính phủ ban hành Quyết định số 2098/QĐ-TTg ngày 27/12/2017 phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia núi Sam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030 và được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận Khu du lịch Núi Sam là khu du lịch cấp quốc gia (Quyết định 2646/QĐ-BVHTTDL ngày 13/07/2018). Để Khu du lịch quốc gia Núi Sam trở thành trung tâm du lịch đặc sắc vào năm 2030, kiến nghị Chính phủ hỗ trợ An Giang đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch, đặc biệt là các tuyến đường trong khu du lịch quốc gia nhằm kết nối với các tuyến tỉnh lộ, quốc lộ để thu hút các nhà đầu tư, phát triển các dịch vụ du lịch trong khu du lịch quốc gia Núi Sam trong thời gian tới./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA TỈNH QUẢNG NINH TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Nguyễn Tường Văn

Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Ninh

Nằm ở phía Đông Bắc của Việt Nam với vị trí địa chiến lược về chính trị, kinh tế, quân sự và đối ngoại; nằm trong khu vực hợp tác "Hai hành lang, một vành đai" kinh tế Việt-Trung; hợp tác liên vùng Vịnh Bắc Bộ mở rộng, cầu nối ASEAN-Trung Quốc, và được ví như "Hình ảnh đất nước Việt Nam thu nhỏ" bởi vị trí địa lý đặc biệt thuận lợi, cảnh quan đặc sắc, tài nguyên thiên nhiên phong phú và cũng là nơi hội tụ, giao thoa của nền văn minh sông Hồng.

Quảng Ninh có diện tích tự nhiên trên 6.100 km² với dải bờ biển dài 250 km, trong đó có 40.000 ha bãi triều và trên 20.000 ha eo vịnh; là tỉnh duy nhất có đường biên giới trên bộ và trên biển với Trung Quốc; 03 cửa khẩu tiếp giáp với Trung Quốc. Dân số khoảng 1,35 triệu người với 22 dân tộc; 13 đơn vị hành chính cấp huyện (4 thành phố, 2 thị xã, 7 huyện); 177 xã, phường, thị trấn; 1.543 thôn, bản, khu phố. Trong xu thế hội nhập quốc tế, Quảng Ninh ở điểm đầu khu vực hợp tác "Hai hành lang, một vành đai" kinh tế Việt - Trung, trong khuôn khổ Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc; khu vực trung chuyển, giao lưu hàng hóa, khoa học công nghệ lớn giữa Đông Bắc Á – ASEAN. Khu Kinh tế ven biển Quảng Yên, Khu Kinh tế Vân Đồn là động lực phát triển của tỉnh và đóng vai trò quan trọng đối với Vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ.

Tiềm năng và thế mạnh nổi trội để phát triển du lịch

Quảng Ninh với nhiều cảnh quan đặc sắc, nổi trội, hội tụ đầy đủ các yếu tố tự nhiên: rừng, núi, nước non, biển đảo, sông hồ...; là cơ hội lớn để phát triển các loại hình du lịch và hướng đến phát triển ngành công nghiệp văn hóa, dịch vụ giải trí cao cấp. Với hơn 632 danh lam, thắng cảnh, di tích lịch sử, đặc biệt có Vịnh Hạ Long 2 lần được UNESCO công nhận Di sản thiên nhiên thế giới và năm 2011 được vinh danh là 1 trong 7 Kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới. Quần thể Vịnh Hạ Long, Bái Tử Long là nguồn tài nguyên du lịch nổi bật, độc đáo vào bậc nhất cả nước và thế giới, với hơn 2.077 hòn đảo (chiếm 2/3 số đảo của cả nước). Hiện nay, tỉnh Quảng Ninh đang phối hợp cùng tỉnh Hải Dương, Bắc Giang xây dựng Hồ sơ khoa học Quần thể Di tích và Danh thắng Yên Tử trình UNESCO công nhận là Di sản thế giới.

Bên cạnh đó, Quảng Ninh là nơi hội tụ, giao thoa, sự thống nhất trong đa dạng của nền văn minh sông Hồng; có truyền thống cách mạng của giai cấp công nhân Vùng Mỏ với "di sản" tinh thần vô giá "kỷ luật và đồng tâm". Đồng thời, đây là nơi duy nhất có nhà Vua sau khi thắng giặc ngoại xâm đã từ bỏ ngai vàng đi tu

hóa Phật, xây dựng thiền phái Trúc Lâm Yên Tử mang bản sắc riêng của Phật giáo Việt Nam.

Nâng cao công tác quản lý nhà nước, thúc đẩy đầu tư phát triển du lịch

Tỉnh Quảng Ninh đã tái thành lập Sở Du lịch vào năm 2016; nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch. Năm 2013, Tỉnh ủy đã ban hành Nghị quyết số 07-NQ/TU về phát triển du lịch Quảng Ninh giai đoạn 2013 - 2020, định hướng đến năm 2030. Sau 3 năm triển khai thực hiện, Tỉnh ủy ban hành Nghị quyết số 02-NQ/TU về phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 - 2020, định hướng đến năm 2030. Ủy ban nhân dân tỉnh đã chỉ đạo và ban hành các kế hoạch, chương trình hành động để tổ chức thực hiện; theo đó các giải pháp đã thể hiện rõ các định hướng chỉ đạo trong nghị quyết của Ban chấp hành Đảng bộ Tỉnh, chỉ đạo của Trung ương, Chính phủ (*Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 05/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến 2020; Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 về triển khai thực hiện một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới; Thông báo số 65/TB-VPCP ngày 07/02/2017 của Văn phòng Chính phủ về kết luận của Thủ tướng Chính phủ tại buổi làm việc với lãnh đạo Tỉnh Quảng Ninh,...*). Các chỉ thị, nghị quyết, kế hoạch của tỉnh tập trung vào giải quyết 7 vấn đề để thúc đẩy phát triển du lịch Quảng Ninh, định hướng phát triển tại 4 vùng du lịch, đồng thời đã đề ra 8 nhóm giải pháp thực hiện quy hoạch với 56 giải pháp, dự án thành phần.

Tỉnh cũng đã ban hành nhiều Đề án, quy chế, kế hoạch về quản lý, phát triển hoạt động du lịch như: Đề án tổng thể phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh; Đề án phát triển bền vững sản phẩm du lịch vịnh Hạ Long - vịnh Bái Tử Long - Cô Tô - Vân Đồn; Đề án phát triển bền vững du lịch cộng đồng; Quy chế quản lý vịnh Hạ Long; Quy chế quản lý môi trường kinh doanh du lịch; Quy chế quản lý hoạt động kinh doanh vận chuyển khách du lịch trên vịnh Hạ Long; Kế hoạch nâng cao chất lượng quản lý đội tàu du lịch; Kế hoạch phát triển đội tàu vận tải khách thủy nội địa từ bờ ra đảo... Tăng cường ủy quyền cho UBND các địa phương thực hiện công tác quản lý hoạt động du lịch, môi trường kinh doanh du lịch, đồng thời gắn trách nhiệm của các địa phương, doanh nghiệp vào từng lĩnh vực cụ thể gắn với tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý nghiêm các vi phạm trong hoạt động du lịch; tập trung giải quyết những vấn đề cấp bách trong hoạt động kinh doanh lữ hành, chất lượng dịch vụ cơ sở lưu trú, hướng dẫn viên du lịch.

Duy trì hoạt động du lịch trong bối cảnh dịch bệnh covid-19, trong 02 năm 2020 - 2021, Hội đồng nhân dân tỉnh Quảng Ninh đã ban hành 04 Nghị quyết chuyên đề về các gói hỗ trợ kích cầu du lịch tới hơn 1000 tỷ đồng với các chính sách miễn, giảm phí một số điểm tham quan du lịch trên địa bàn tỉnh, miễn phí xe buýt từ Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn đến thành phố Hạ Long, Ưông Bí cho

hành khách đến Quảng Ninh qua Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn¹. Hiện nay, đang tiếp tục xây dựng Nghị quyết về hỗ trợ kích cầu du lịch năm 2022 và các năm tiếp theo, dự kiến sẽ được trình tại Kỳ họp Hội đồng nhân dân tỉnh cuối năm 2021.

Nâng cao chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch

Cơ sở vật chất du lịch Quảng Ninh có sự phát triển, tăng nhanh cả về số lượng và chất lượng dịch vụ. Hiện nay trên địa bàn tỉnh có 2.118 cơ sở lưu trú du lịch với 38.591 buồng, 1.639 cơ sở với 32.590 buồng đã xếp hạng²; trong đó khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp từ 3 sao trở lên hiện có 9.410 phòng, tăng trên 68% so với năm 2015; có 27 cơ sở kinh doanh đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch, 24 nhà hàng đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch. Thành lập mới 01 khu du lịch cấp quốc gia³; 05 khu du lịch cấp tỉnh⁴ tăng 43% so với năm 2015.

Cùng với việc phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung, với các hạ tầng thiết chế văn hóa đặc sắc, nổi trội được đầu tư từ nguồn vốn ngân sách nhà nước như: Cụm công trình Bảo tàng - Thư viện tỉnh, Cung quy hoạch hội chợ và triển lãm tỉnh, Cụm thông tin cổ động biên giới Sa Vỹ - thành phố Móng Cái, Đường bao biển Trần Quốc Nghiễn, Bãi tắm Hạ Long...đã là những điểm đến không thể thiếu trong hành trình du khách đến với Quảng Ninh

Tỉnh Quảng Ninh với phương châm “*lấy đầu tư công dẫn dắt đầu tư tư*” cũng đã huy động được nguồn lực lớn từ nguồn vốn ngoài ngân sách, với các công trình điển hình như: Cầu Bạch Đằng, Đường cao tốc Hạ Long - Vân Đồn, Đường cao tốc Tiên Yên - Móng Cái, Cảng tàu khách quốc tế Hạ Long, Cảng tàu khách quốc tế Tuần Châu, cảng tàu chuyên biệt dùng để đón các tàu biển du lịch đầu tiên tại Việt Nam; Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn... Đã và đang triển khai 11 dự án với tổng mức đầu tư 28.607 tỷ đồng, tiêu biểu như các dự án: **(i1)** Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn, hình thức đầu tư BOT, tổng mức đầu tư 7.462 tỷ đồng, trong đó vốn nhà nước tham gia 734 tỷ đồng thực hiện công tác GPMB; **(i2)** Cầu Bạch Đằng và đường dẫn nút giao thông cuối tuyến tổng vốn đầu tư 7.600 tỷ đồng, trong đó Ngân sách Trung ương cam kết hỗ trợ là 366 tỷ đồng thực hiện công tác GPMB; tỉnh tự bỏ vốn ngân sách khoảng 6.400 tỷ đồng để làm đường nối từ Hạ Long đến Cầu Bạch Đằng. **(i3)** Cao tốc Hạ Long - Vân Đồn và cải tạo, nâng cấp Quốc lộ 18 đoạn Hạ Long - Mông Dương, dài 53,6km, tổng vốn đầu tư 15.593 tỷ đồng, trong đó vốn nhà nước tham gia 3.736 tỷ đồng thực hiện công tác GPMB và đầu tư dự án thành phần 3 cầu Cẩm Hải và đoạn đến Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn. **(i4)** Dự án đường cao tốc

¹ Nghị quyết số 256/NQ-HĐND, số 266/NQ-HĐND, số 286/NQ-HĐND, số 316/2020/NQ-HĐND và Nghị quyết số 11/NQ-HĐND ngày 18/6/2021 về điều chỉnh các nội dung của Nghị quyết số 316/2020/NQ-HĐND ngày 09/12/2020 của Hội đồng nhân dân tỉnh về một số giải pháp hỗ trợ kích cầu du lịch tỉnh Quảng Ninh năm 2021),

² Trong đó: khách sạn 5 sao 11 cơ sở 3.461 buồng, khách sạn 4 sao 20 cơ sở 3.247 buồng, căn hộ cao cấp 4 sao 01 cơ sở 156 buồng, khách sạn 3 sao 40 cơ sở 2.546 buồng, khách sạn 2 sao 90 cơ sở 2.848 buồng, khách sạn 1 sao 122 cơ sở 2.247 buồng, khách sạn đạt tiêu chuẩn tối thiểu 124 cơ sở 5.906 buồng, nhà nghỉ du lịch 880 cơ sở 8.915 buồng, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê 176 cơ sở 1.110 buồng, tàu thủy lưu trú du lịch hạng 2 sao 81 cơ sở 1.340 buồng, tàu thủy lưu trú du lịch hạng 1 sao 94 cơ sở 814 buồng.

³ Khu du lịch Trà Cổ Móng Cái.

⁴ Khu du lịch đảo Cái Chiên Hải Hà; Hồ Yên Trung Uông Bí; Quan Lạn – Minh Châu Vân Đồn; Bình Liêu;

Vân Đồn - Móng Cái, hình thức đầu tư BOT khởi công vào ngày 03/4/2019, tổng vốn đầu tư 12.650 tỷ đồng, trong đó vốn nhà nước tham gia 1.455 tỷ đồng chi trả GPMB...

Đó là tiền đề cho nhiều doanh nghiệp đầu tư các dự án lớn tại Quảng Ninh, góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch như: Khu du lịch quốc tế, sân golf Tuần Châu; Khu nghỉ dưỡng Legacy Yên Tử - MGallery; Khu du lịch nghỉ dưỡng cao cấp Vinpearl Hạ Long; Cụm di tích lịch sử văn hóa chùa Ngọa Vân - Hồ Thiên, sân golf Đông Triều; Công viên Đại dương Hạ Long; Dự án Khu nghỉ dưỡng khoáng nóng cao cấp Quang Hanh, thành phố Cẩm Phả; Quần thể du lịch nghỉ dưỡng, sân golf FLC Hạ Long ... đã trở thành các sản phẩm đặc sắc thu hút khách du lịch.

Giai đoạn 2016-2020, toàn tỉnh có 18/23 dự án về hạ tầng giao thông, dịch vụ du lịch đã đi vào hoạt động. Để tiếp tục thu hút nguồn lực đầu tư cho du lịch, UBND tỉnh đã ban hành Quyết định số 2383/QĐ-UBND (ngày 14/7/2020) về danh mục dự án kêu gọi, thu hút đầu tư tỉnh Quảng Ninh năm 2020, định hướng đến năm 2021. Trong đó có đến 9 dự án phục vụ phát triển du lịch, điển hình như: Quần thể bảo tồn thiên nhiên và du lịch sinh thái Vinpearl Safari Hạ Long (1.135ha, 2.000 tỷ đồng); Khu du lịch sinh thái Lừng Xanh, TP Uông Bí (856ha, 1.268,2 tỷ đồng); Sân golf An Biên, TP Hạ Long (180ha, 2.370 tỷ đồng); Công viên xây xanh và dịch vụ du lịch, huyện Vân Đồn (30,75ha, 92 tỷ đồng)...

Trên địa bàn tỉnh hiện có 157 dự án du lịch từ các nguồn vốn trong và ngoài ngân sách. Việc phát triển các dự án du lịch, đặc biệt là các dự án tại các khu vực biên giới, ven biển trong thời gian qua trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đã góp phần giữ gìn, tăng giá trị cảnh quan, các giá trị văn hóa bản địa, tăng cường giao lưu giữa các dân tộc vùng biên giới, tăng trưởng kinh tế du lịch biển, thúc đẩy sự phát triển của nhiều ngành kinh tế liên quan du lịch, đồng thời góp phần củng cố và giữ vững quốc phòng an ninh quốc gia biên giới và ven biển.

Ngoài việc đầu tư cho hạ tầng, công tác xây dựng và phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại phục vụ phát triển du lịch đã được quan tâm phát triển: Hệ thống các chợ, siêu thị tiếp tục được đầu tư nâng cấp đồng bộ, hiện đại; một số trung tâm thương mại gắn với du lịch đã thu hút được các nhà đầu tư có thương hiệu, uy tín phân phối, hình thành chuỗi tiêu thụ sản phẩm tại Quảng Ninh (Vincom, Big C, Mega Market, Lotte...).

Trong thời gian tới, Quảng Ninh tỉnh Quảng Ninh đang tập trung hoàn thành và triển khai đầu tư một số công trình, dự án trọng điểm như đường cao tốc Vân Đồn - Móng Cái, đường bao biển Hạ Long - Cẩm Phả, đường 10 làn xe trục ven sông Quảng Yên - Đông Triều... Đặc biệt, tỉnh đang tập trung xây dựng hệ thống cầu Cửa Lục 1, 2, 3 để kết nối không gian đô thị của thành phố Hạ Long sau sáp nhập.

Chú trọng đầu tư các sản phẩm văn hóa- du lịch

Công tác đầu tư, tôn tạo, bảo tồn phát huy các giá trị văn hóa vật thể, phi vật thể của các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, các khu di tích đặc biệt quốc gia được quan tâm đặc biệt, góp phần thúc đẩy kinh tế du lịch phát triển. Công nghiệp văn hóa bước đầu được hình thành, đã có một số sản phẩm văn hóa đặc trưng thu hút sự quan tâm của đông đảo khách du lịch và góp phần nâng cao đời sống văn hóa tinh thần cho Nhân dân.

Không gian du lịch tiếp tục định hướng, mở rộng có trọng tâm, trọng điểm, phát triển theo 04 vùng: Hạ Long - Uông Bí, Đông Triều - Vân Đồn, Cô Tô và Móng Cái; gắn liền với 4 dòng sản phẩm chính gồm: du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, tâm linh, du lịch cộng đồng sinh thái, du lịch biên giới. Đến nay có 12/13 địa phương được công nhận các tuyến, điểm du lịch, cụ thể có 33 tuyến và 91 điểm du lịch, 05 khu du lịch cấp tỉnh, 01 khu du lịch cấp quốc gia. Các địa phương đã chủ động phát triển các sản phẩm dựa theo lợi thế, điều kiện của từng khu vực, do đó đã phát huy được hiệu quả của từng sản phẩm du lịch.

Đã và đang triển khai 20 dự án với tổng mức đầu tư **2.576 tỷ đồng**. Tiêu biểu như: **(i1)** Công trình sân vận động Cẩm Phả, sau khi được giao cho tư nhân quản lý, chất lượng sân bóng tốt hơn, khán giả đến sân đông hơn, tinh thần cổ động chuyên nghiệp hơn, tổ chức được nhiều sự kiện hơn... **(i2)** Cụm thông tin Cỏ động biên giới Sa Vĩ, tiết kiệm hơn 1,2 tỷ/năm kinh phí chi cho vệ sinh môi trường, bảo vệ; từ khi tư nhân quản lý đã đầu tư thêm hàng trăm tỷ đồng tạo thành điểm đến hấp dẫn trong chuỗi du lịch, dịch vụ của khu vực... góp phần bảo vệ và phát huy giá trị của công trình mang hình biểu trưng Tổ quốc nơi biên giới đất liền.

Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến du lịch và phát triển thị trường

Công tác thông tin, truyền thông trên được đổi mới về hình thức và nội dung. Tỉnh thường xuyên hợp tác truyền thông với gần 40 cơ quan báo chí nhằm tập trung tuyên truyền quảng bá hình ảnh, sản phẩm du lịch và các ngành dịch vụ có lợi thế của tỉnh. Ngoài ra, nhiều cơ quan, đơn vị đã triển khai các trang website, trang mạng xã hội như: Twitter, Facebook.... để phục vụ công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh dịch vụ tỉnh Quảng Ninh đến đông đảo các tầng lớp nhân dân trong nước và du khách quốc tế. Một số phương thức tuyên truyền mới đã được áp dụng như: Tổ chức các đoàn Famtrip, presstrip cho các công ty lữ hành, cơ quan truyền thông, các chương trình Roadshow tại một số địa phương trọng điểm về du lịch; tổ chức xây dựng các ấn phẩm, cẩm nang về du lịch, quảng bá hình ảnh về Du lịch Quảng Ninh trên các phương tiện vận chuyển, nhà ga sân bay, các tạp chí đặt trên các chuyến bay trong và ngoài nước. Tập trung quảng bá các sản phẩm, nhóm sản phẩm phù hợp với tài nguyên du lịch hiện có của từng vùng, từng địa phương. Nhiều địa phương đã chủ động đổi mới hình thức tuyên truyền quảng bá du lịch, trong đó tập trung quảng bá qua các phương tiện thông tin đại chúng, mạng internet. Tuyên truyền, lắp dựng các biển quảng bá tầm lớn về nội dung Bộ Quy tắc ứng xử Nụ cười

Hạ Long tại các điểm du lịch trên địa bàn; đồng thời giới thiệu cho nhân dân, du khách về các giá trị văn hóa, lịch sử của điểm đến, nhất là các giá trị của Di sản. Qua đó góp phần xây dựng nếp sống văn hóa, văn minh, xây dựng hình ảnh đẹp về địa phương, tạo môi trường du lịch văn minh, thân thiện, an toàn đối với du khách.

Công tác hợp tác quốc tế, liên kết các khu vực, quảng bá xúc tiến và xây dựng thương hiệu

Tỉnh đã chỉ đạo xây dựng chiến lược phát triển thị trường du lịch, chú trọng phát triển các thị trường khách quốc tế gồm: Trung Quốc, Đông Bắc Á, ASEAN, Châu Âu, Nga, Bắc Mỹ, Nam Á, Trung Đông và hướng đến các dòng khách có khả năng chi trả cao, đồng thời quan tâm đến thị trường khách nội địa. Nhiều hoạt động, hình thức tuyên truyền, quảng bá Di sản thiên nhiên thế giới vịnh Hạ Long được triển khai và đạt hiệu quả như: kết nối, trao đổi thông tin với website của tổ chức UNESCO, mạng lưới Di sản biển, Câu lạc bộ các vịnh đẹp nhất thế giới, tổ chức New 7 Wonders, các Ban quản lý Di sản thế giới tại Việt Nam... góp phần thúc đẩy sự hợp tác, liên kết trong tuyên truyền, quảng bá, trao đổi kinh nghiệm quản lý và phát triển du lịch. Việc mở rộng quan hệ hợp tác, thúc đẩy phát triển thị trường và công tác quảng bá, xúc tiến và xây dựng thương hiệu du lịch Hạ Long - Quảng Ninh gắn liền với di sản vịnh Hạ Long theo hướng xây dựng những sản phẩm du lịch, dịch vụ đẳng cấp quốc tế được duy trì và đã phát huy hiệu quả. Công tác phối hợp liên kết phát triển du lịch với các địa phương trọng điểm về du lịch trong nước và quốc tế; tính kết nối giữa các tour, tuyến, điểm, khu du lịch, sản phẩm du lịch để gia tăng giá trị của chuỗi sản phẩm nhằm tăng thời gian lưu trú và chi tiêu của khách du lịch được quan tâm, đẩy mạnh.

Nâng cao chất lượng đào tạo, phát triển nhân lực du lịch và đẩy mạnh hợp tác phát triển

Để chủ động thực hiện khâu đột phá về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao gắn với nhanh quy mô và chất lượng dân số, Trường Đại học Hạ Long đã được thành lập theo Quyết định số 1869/QĐ-TTg, ngày 13/10/2015 của Thủ tướng Chính phủ với mục tiêu đến năm 2030 trở thành một trong những cơ sở giáo dục đại học định hướng ứng dụng có uy tín, thương hiệu quốc tế, có vị thế hàng đầu trong nước về đào tạo nhân lực thuộc lĩnh vực du lịch, nghệ thuật và ngôn ngữ. Trong đó, chú trọng phát triển chuyên ngành thuộc lĩnh vực du lịch, dịch vụ.

Trong giai đoạn 2016-2020, Tỉnh đã tổ chức 140 lớp bồi dưỡng cho gần 6.000 học viên liên quan đến lĩnh vực dịch vụ. Trong đó, có 12 lớp bồi dưỡng ở nước ngoài cho hơn 300 học viên là lãnh đạo, chuyên viên các sở, ban, ngành và các địa phương trong tỉnh; cử 106 học viên tham gia chương trình học bổng tại Quảng Tây, Trung Quốc.

Các ngành, địa phương thường xuyên mở các lớp bồi dưỡng, tập huấn kỹ năng nghiệp vụ, cập nhật các kiến thức mới về du lịch, đảm bảo đáp ứng yêu cầu

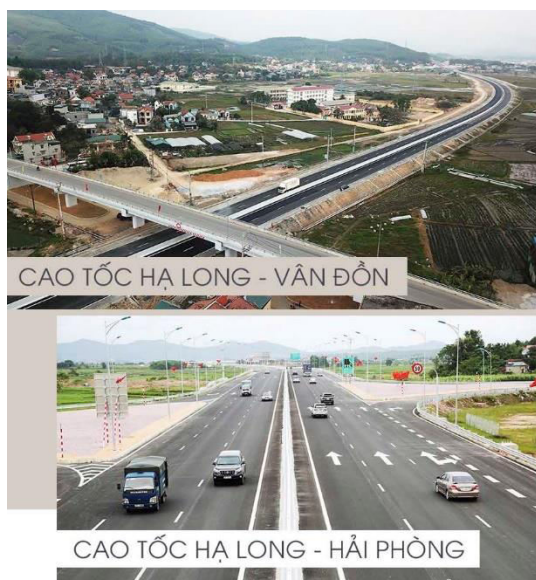
về nhân lực, đặc biệt nhân lực chất lượng cao trong tình hình mới⁵. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ hướng dẫn viên (kiến thức, kỹ năng, trình độ ngoại ngữ) để nâng cao chất lượng phục vụ khách tham quan.

Các cơ sở đào tạo đã chủ động đưa các chuyên đề liên quan đến lĩnh vực dịch vụ, du lịch như: công tác vệ sinh, an toàn thực phẩm; các chuyên đề về quản lý sân bay; công tác quản lý hoạt động du lịch; nghiệp vụ quản lý khách sạn; phát triển du lịch bền vững vào chương trình, kế hoạch đào tạo. Công tác đào tạo nghề cơ bản đã gắn kết với thị trường lao động. Trung bình hằng năm, tuyển sinh đào tạo nghề nghiệp cho khoảng 36.000 người. Chất lượng và hiệu quả đào tạo giáo dục nghề nghiệp đã có những chuyển biến tích cực, đã có chuyển hướng rõ nét từ “đào tạo theo năng lực” sang đào tạo theo “cung - cầu” của thị trường lao động; tỷ lệ học sinh, sinh viên ra trường có việc làm cao trên 80%, từng bước đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động. Nguồn nhân lực khu vực du lịch, dịch vụ tăng từ 36,7% (năm 2015) lên 41,9% (năm 2020).

Nhằm phát triển nguồn nhân lực tại chỗ, HĐND tỉnh Quảng Ninh đã ban hành Nghị quyết số 187/2019/NQ-HĐND ngày 30/7/2019 chính sách thu hút và khuyến khích sinh viên học tập trong một số ngành đào tạo tại trường Đại học Hạ Long. Bên cạnh đó, Hội đồng nhân dân tỉnh đã thông qua Nghị quyết về chính sách thu hút, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao tại 3 cơ sở đào tạo lớn của tỉnh là Đại học Hạ Long, Cao đẳng Việt - Hàn, Cao đẳng Y tế Quảng Ninh, gắn với tăng quy mô và chất lượng dân số giai đoạn 2021-2025. Các nghị quyết trên là đòn bẩy để các cơ sở giáo dục đào tạo này thu hút, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, gắn với tăng nhanh quy mô và nâng cao chất lượng dân số trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

Về hợp tác phát triển du lịch được Tỉnh quan tâm và được xác định là một trong những nhiệm trọng tâm, Du lịch Quảng Ninh đã có quan hệ và hợp tác với nhiều địa phương trong nước như các quan hệ hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Hải Phòng và các tỉnh Đông bắc bộ, các tỉnh vùng duyên hải phía bắc, một số tỉnh khu vực phía Nam. Đối với quan hệ hợp tác quốc tế: Du lịch Quảng Ninh đã có quan hệ và hợp tác phát triển với một số địa phương và tổ chức du lịch của một số nước như: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Malaysia, Niu-Di-Lân, Anh, Úc.... Theo đó, các chương trình hợp tác đã có những kế hoạch cụ thể cho từng việc và từng thời điểm cụ thể.

⁵Thành phố Hạ Long đã phối hợp tổ chức các lớp bồi dưỡng cho 250 thuyết minh viên du lịch của các điểm du lịch trên địa bàn; 05 lớp tập huấn nghiệp vụ du lịch cho trên 1.200 người là lãnh đạo, công chức văn hóa - xã hội các phường và các chủ cơ sở lưu trú du lịch dưới 1 sao trên địa bàn; 5 lớp tập huấn tuyên truyền pháp luật về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng cho 1000 người; 05 lớp tập huấn thực hiện phong trào “Toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa” cho 2150 người là lãnh đạo, công chức văn hóa, khu trưởng, Trưởng ban mặt trận UBND các phường, 10 lớp bồi dưỡng kỹ năng ứng xử và văn hóa công sở cho 1500 CB,CC,VC học tập.



TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY, NGÂN SÁCH TỈNH ĐÃ DÀNH KHOẢNG 10.000 TỶ ĐỒNG, CHỦ YẾU ĐỂ THỰC HIỆN GPMB, THU HÚT CÁC DỰ ÁN ĐỘNG LỰC, TRỌNG ĐIỂM CỦA CÁC NHÀ ĐẦU TƯ CHIẾN LƯỢC.

Hình 1: Một số hạng tầng giao thông trọng yếu hỗ trợ phát triển du lịch
 Nguồn: Trung tâm truyền thông tỉnh



Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn



Cụm thông tin cô động biên giới Sa Vỹ



Cảng tàu khách quốc tế Hạ Long



Cảng tàu khách quốc tế Tuần Châu

Hình 2: Một số công trình huy động nguồn lực ngoài ngân sách trên địa bàn

Các kết quả phát triển du lịch

Giai đoạn 2016-2020: Tổng số khách du lịch ước đạt trên 53 triệu lượt (trong đó khách quốc tế đạt 19,3 triệu lượt). Tổng doanh thu từ hoạt động du lịch đạt 101.315 tỷ đồng, tăng bình quân 11,9%/năm; Về thu ngân sách: Năm 2019 đóng góp vào ngân sách từ hoạt động du lịch chiếm 10,3% thu nội địa, đạt chỉ tiêu Nghị quyết đề ra (tại Nghị quyết 02: chiếm 10-15%). Về thị trường khách quốc tế: thời điểm trước dịch bệnh Covid-19, Quảng Ninh đón được 5,28 triệu lượt khách quốc tế, trong đó có một số thị trường trọng tâm và tăng trưởng mạnh như: Trung Quốc tăng 80%, Mỹ 25%, Anh 36%, Tây Ban Nha 40%, Canada 25%...

Du lịch Quảng Ninh tạo việc làm cho khoảng 63.000 nhân lực trực tiếp và gián tiếp (26.000 lao động trực tiếp, 37.000 lao động gián tiếp), trong đó: lao động trực tiếp khối lưu trú du lịch khoảng 14.000 người chiếm 53%; khối lữ hành 1.500 người 5%; lao động các khu, điểm du lịch khoảng 6.000 người chiếm 23%; nhà hàng, điểm mua sắm, bãi tắm du lịch, điểm vui chơi giải trí đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch khoảng 3.000 lao động chiếm 12%; tàu thủy du lịch (tàu tham quan) khoảng 1.500 lao động chiếm 5%.

Tuy nhiên, đại dịch COVID-19 đã có tác động trực tiếp đến hoạt động dịch vụ, sản xuất kinh doanh du lịch. Năm 2020, tổng khách ước đạt 8.8 triệu lượt giảm 36,8% so với năm 2019, trong đó khách quốc tế đạt 536 nghìn lượt giảm 90,6% so với năm 2019, khách nội địa ước đạt 8,3 triệu lượt tăng 0,6% so với năm 2019. Tổng thu từ du lịch ước đạt trên 17.000 tỷ; giảm 42,34% so với năm 2019. Giá trị tăng thêm từ thu của khách du lịch trên địa bàn tỉnh đạt trên 11.000 tỷ, giảm 42,6%; đóng góp 5,19% vào GRDP⁶. Hoạt động du lịch đã góp phần vào việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ “Nâu” sang “Xanh”, tỷ trọng ngành dịch vụ tăng từ 39,3% năm 2015 lên 41,2% năm 2020.

Năm 2021, tiếp tục là năm chịu ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19, tổng khách du lịch ước đạt 4,38 triệu lượt, bằng 97% so với chỉ tiêu Kế hoạch; Tổng thu du lịch ước đạt 7.745 tỷ đồng, đạt 85% so với chỉ tiêu Kế hoạch. Đến nay, theo rà soát bước đầu, lao động trong ngành du lịch Quảng Ninh còn khoảng 6.000 lao động làm việc thường xuyên và làm việc theo hình thức giãn việc nghỉ luân phiên (chủ/quản lý, đội ngũ thường trực làm nhiệm vụ bảo vệ và bảo dưỡng tập trung chủ yếu ở các tàu thủy du lịch, khách sạn 3-5 sao). Khoảng 20.000 lao động thôi việc và tạm nghỉ việc không lương (8.000 lao động thôi việc, 12.000 lao động tạm nghỉ việc không lương). Tuy nhiên, đây cũng là khoảng thời gian để ngành du lịch Quảng Ninh nghiên cứu phát triển các sản phẩm du lịch mới, sản phẩm du lịch chất lượng cao phù hợp với xu thế du lịch mới sau đại dịch, đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất, hạ

⁶ Theo Báo cáo của Cục thống kê về Kết quả điều tra khách du lịch năm 2020: chỉ tiêu bình quân của khách lưu trú tự sắp xếp là 2.823,83 nghìn đồng/lượt (giảm 0,81% so với năm 2019); khách lưu trú đi theo tour là 2.853,95 nghìn đồng/lượt (giảm 1,1% so với năm 2019); khách trong nước không lưu trú tự sắp xếp là 1,345,73 nghìn đồng/lượt (giảm 1,44% so với năm 2019); khách trong nước không lưu trú đi theo tour là 1,432,22 nghìn đồng/lượt (giảm 1,46% so với năm 2019)

tăng sẵn sàng thích ứng an toàn, linh hoạt trong điều kiện bình thường mới, phục hồi ngành du lịch một cách có kiểm soát.

Từ thực tiễn lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý trong công tác thu hút đầu tư và phát triển du lịch của tỉnh Quảng Ninh bước đầu có thể rút ra 3 kinh nghiệm chủ yếu sau:

Một là, đổi mới mạnh mẽ tư duy phát triển, bám sát thực tiễn Quảng Ninh; năng động, sáng tạo, nêu cao tinh thần chủ động, tích cực, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm; bám sát các định hướng của Trung ương để mạnh dạn đề xuất, xây dựng và triển khai các mô hình mới, cách làm mới; phát huy và sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực, tạo đột phá trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch. Trong thực hiện các mô hình mới, tỉnh nghiên cứu kỹ lưỡng, trên cơ sở lựa chọn thí điểm, vừa làm vừa đúc rút kinh nghiệm và giải quyết dần những khó khăn, mâu thuẫn trong quá trình triển khai, từ đó mới triển khai trên diện rộng. Về đầu tư, tỉnh đẩy mạnh phân cấp đầu tư xây dựng cơ bản cho các địa phương; nâng cao hiệu quả đầu tư công với phương châm “*Lấy đầu tư công dẫn dắt đầu tư tư*”, nguyên tắc Nhà nước không trực tiếp làm những gì nhân dân, doanh nghiệp làm được và làm tốt hơn...

Hai là, công tác đầu tư hạ tầng bao gồm cả hạ tầng giao thông, công nghệ thông tin và hạ tầng du lịch tập trung vào những hạng mục trọng yếu, có tính chất động lực, đáp ứng được những yêu cầu của sự phát triển và tạo đà tăng trưởng. Chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch đặc sắc, chất lượng cao như: Công viên Sun World Halong Park, Vinpearl Halong Bay Resort, Quần thể nghỉ dưỡng Hạ Long FLC, M’Galery Yên Tử, Wyndham Legend Halong Bay; Khu nghỉ dưỡng suối khoáng cao cấp Onsen Quang Hanh,...

Ba là, thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19 trong phát triển du lịch.

Trước những diễn biến phức tạp của dịch bệnh, tỉnh Quảng Ninh đã thực hiện linh hoạt, sáng tạo, có hiệu quả các chỉ đạo về phòng chống dịch phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương bằng những chủ trương, chiến lược, giải pháp đúng đắn, khoa học, kịp thời mang tính tổng thể; kiên trì thực hiện phương châm “3 trước”, “4 tại chỗ”, dự phòng tích cực, chủ động từ xa, từ sớm, từ cơ sở. Thực hiện thành công “mục tiêu kép” vừa chăm lo, bảo vệ sức khỏe, tính mạng của Nhân dân, vừa ổn định phát triển kinh tế, bảo đảm an sinh, an ninh, trật tự, tạo đà tăng trưởng hai con số trong trạng thái bình thường mới. Quảng Ninh đã giữ vững vùng “xanh” an toàn, địa bàn “*Ổn định - Phát triển trong trạng thái bình thường mới*”, tập trung triển khai chiến dịch tiêm chủng vắc xin phòng COVID-19 trên diện rộng trong đó chú trọng tới nhân lực phục vụ trong ngành du lịch. Chủ động các phương án phục hồi ngành du lịch một cách có kiểm soát (theo lộ trình mở nội tỉnh, liên tỉnh, quốc tế); xây dựng các khung đánh giá, phân loại đối với các cơ sở kinh doanh du lịch, lữ hành, điểm đến... và chuỗi cung ứng các dịch vụ liên quan đến dịch vụ, du lịch

về đảm bảo an toàn phòng chống dịch của ngành du lịch Quảng Ninh; triển khai xây dựng, áp dụng hệ thống “thẻ xanh COVID”...

Khó khăn, thách thức

Tình hình dịch bệnh, thiên tai và biến đổi khí hậu diễn biến khó lường, đặc biệt đại dịch Covid-19 làm cho ngành du lịch của tỉnh cần có thời gian, các đòn bẩy tài chính và các chính sách hỗ trợ đa nguồn lực để phục hồi đồng thời phải chủ động thích ứng trong điều kiện mới; quá trình đô thị hóa và khai thác khoáng sản, vật liệu xây dựng, hoạt động công nghiệp tiếp tục đặt ra các thách thức về công tác bảo vệ môi trường cho phát triển du lịch.

Ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh Covid-19 tác động mạnh mẽ tới nền kinh tế của tất cả các quốc gia trên thế giới, việc giãn cách xã hội nhằm khống chế sự lây lan của dịch bệnh tại nhiều quốc gia trong đó có Việt Nam đã hạn chế rất lớn tới công tác xúc tiến mời gọi đầu tư và phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh.

Các giải pháp trọng tâm để khôi phục mạnh mẽ du lịch

Nhằm phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế khác biệt của tài nguyên du lịch gắn với phát triển công nghiệp dịch vụ, công nghiệp văn hóa, công nghiệp giải trí dựa trên nền tảng công nghiệp sáng tạo được tổ chức sản xuất ở trình độ cao để phát triển du lịch, dịch vụ nhanh, bền vững ngày càng giữ vai trò chủ đạo, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu GRDP của tỉnh. Xây dựng tỉnh Quảng Ninh trở thành một trong những trung tâm du lịch quốc tế phát triển theo chiều sâu có trọng tâm, trọng điểm; trung tâm kinh tế biển, cửa ngõ giao thương quốc tế, điểm đến du lịch hàng đầu quốc gia, có hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc, có chất lượng cao, thương hiệu mạnh, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc trong tỉnh, có năng lực cạnh tranh với các nước trong khu vực và quốc tế; thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, là động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội nhanh, bền vững và bảo đảm quốc phòng an ninh việc đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch một số giải pháp cần được quan tâm thực hiện trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch, cụ thể:

Thứ nhất, đẩy nhanh tốc độ phát triển và hoàn thiện hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội đồng bộ, hiện đại bảo đảm liên thông, tổng thể, trọng tâm ưu tiên là phát triển hạ tầng giao thông chiến lược, công nghệ thông tin, viễn thông, cảng biển và dịch vụ cảng biển, hạ tầng các khu công nghiệp, khu kinh tế. Thu hút đầu tư và hỗ trợ doanh nghiệp gắn với khai thác hiệu quả hệ thống cửa khẩu, cảng hàng không và cảng biển; huy động mọi nguồn lực đầu tư xây dựng, hoàn thiện, khai thác tốt hệ thống kết cấu hạ tầng du lịch, dịch vụ gắn với hạ tầng giao thông đồng bộ.

Thứ hai, tiếp tục cải cách quyết liệt, thực chất và hiệu quả thủ tục hành chính. Tiếp tục củng cố, nâng cao chất lượng phục vụ theo nguyên tắc “5 tại chỗ” của Trung tâm Phục vụ hành chính công cấp tỉnh, cấp huyện; cơ chế một cửa, một cửa liên thông tại Bộ phận tiếp nhận và trả kết quả hiện đại cấp xã. Nâng cao chất lượng

cung cấp dịch vụ công trực tuyến cấp độ 3, 4 và tăng tỷ lệ người dùng. Xây dựng môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi, bình đẳng, minh bạch; công khai các quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, phát triển ngành, lĩnh vực, danh mục các dự án kêu gọi, thu hút đầu tư; chủ động hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp, nhà đầu tư, nhất là các doanh nghiệp mới tham gia thị trường về thủ tục hành chính. Nâng cao hiệu quả thu hút đầu tư nước ngoài có chọn lọc, ưu tiên các dự án có công nghệ tiên tiến, công nghệ mới, công nghệ cao, công nghệ sạch, quản trị hiện đại, có giá trị gia tăng cao, có tác động lan tỏa, kết nối chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ đặc thù, cạnh tranh thu hút các dự án đầu tư trọng điểm trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2022-2025.

Thứ ba, nhanh chóng cơ cấu lại ngành du lịch sau đại dịch COVID-19, chú trọng khai thác toàn diện cả thị trường nội địa và quốc tế, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững, chất lượng và hiệu quả vươn tầm đẳng cấp quốc tế, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh cao. Chuẩn bị chu đáo các phương án khởi động, kích cầu du lịch nội địa ngay sau khi dịch được kiểm soát, phù hợp với trạng thái bình thường mới, lấy du lịch nội địa làm trọng tâm khai thác; khuyến khích các địa phương khảo sát tài nguyên du lịch, tạo ra những sản phẩm du lịch mới, tập trung hoàn chỉnh các dự án hạ tầng giao thông, hạ tầng xã hội, hạ tầng du lịch để có điều kiện khai thác du lịch hiệu quả; đẩy mạnh một số sản phẩm du lịch đặc sắc tại các địa phương Móng Cái, Bình Liêu, Tiên Yên... để mở rộng không gian, kéo dài thời gian lưu trú; đẩy mạnh các hoạt động du lịch hướng tới khu vực miền núi, nông thôn.

Thứ tư, quan tâm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và lao động có kỹ năng gắn với nhanh chóng tăng quy mô và nâng cao chất lượng dân số đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh và bền vững của trong lĩnh vực du lịch. Đẩy mạnh công tác đào tạo mới, đào tạo lại nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp và địa phương nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực du lịch sau khi ngành du lịch được phục hồi trở lại.

Thứ năm, tiếp tục tập trung đẩy mạnh các hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch, xây dựng và định vị thương hiệu du lịch Hạ Long - Quảng Ninh gắn với thương hiệu du lịch quốc gia, quốc tế. Trong giai đoạn hiện nay, tập trung khai thác vào thị trường nội địa và một số thị trường quốc tế đã an toàn; xây dựng kế hoạch xúc tiến quảng bá và tổ chức các hoạt động sự kiện phù hợp với tình hình mới; triển khai tổ chức các hội nghị, hội thảo dành cho khách du lịch MICE tại Quảng Ninh.

Với các giải pháp quyết liệt và đồng bộ trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch, trong thời gian tới chúng ta có quyền kỳ vọng rằng ngành du lịch Quảng Ninh sẽ có những khởi sắc, đạt mục tiêu trở thành là trung tâm du lịch quốc tế, một trọng điểm du lịch hàng đầu quốc gia với kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại, sản phẩm du lịch đa dạng đặc sắc, chất lượng cao.

Bên cạnh đó, nhằm tiếp tục nâng cao hiệu quả công tác thu hút đầu tư, phát triển du lịch trong giai đoạn hiện nay, ***tỉnh Quảng Ninh kiến nghị, đề xuất một số nội dung cụ thể như sau:***

Một là, Luật Du lịch năm 2017 quy định: “Tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch được hưởng mức ưu đãi, hỗ trợ đầu tư cao nhất khi Nhà nước ban hành, áp dụng các chính sách về ưu đãi và hỗ trợ đầu tư”. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị cũng xác định: “Trước mắt, điều chỉnh, bổ sung, hoàn thiện các chính sách trực tiếp liên quan đến phát triển du lịch: Về đầu tư, ban hành các chính sách khuyến khích, ưu đãi đầu tư vào Du lịch, nhất là các địa bàn trọng điểm, vùng sâu, vùng xa, có tiềm năng du lịch, sản phẩm du lịch đặc thù và đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch”. Ngày 02/11/2018 Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có văn bản gửi Bộ Kế hoạch và Đầu tư; trong đó đề nghị Bộ Kế hoạch và Đầu tư xem xét bổ sung ngành Du lịch vào danh mục các ngành, nghề được ưu đãi đầu tư tại Phụ lục I ban hành kèm theo Nghị định số 118/2015/NĐ-CP ngày 12/11/2015 của Chính phủ, những ngành, nghề được ưu đãi đầu tư thuộc lĩnh vực du lịch sau: Đầu tư xây dựng khu du lịch Quốc gia, khu du lịch cấp tỉnh; đầu tư xây dựng điểm du lịch; đầu tư các loại hình du lịch chuyên đề; đầu tư các loại hình du lịch sinh thái. Kính đề nghị Bộ Kế hoạch và Đầu tư tiếp tục quan tâm xem xét.

Hai là, Điều chỉnh giá điện áp dụng cho các cơ sở lưu trú du lịch ngang bằng với giá điện sản xuất; có chính sách phù hợp về thuế sử dụng đất và tiền thuê đất đối với các dự án du lịch có hệ số sử dụng đất cho xây dựng thấp và hạn chế về chiều cao, chính sách đất đai hợp lý đối với diện tích xây dựng ký túc xá, nhà ở cho người lao động du lịch tại những nơi hạn chế về nguồn nhân lực”. Đề nghị Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Xây dựng và các Bộ, Ngành liên quan quan tâm hoàn chỉnh khung cơ chế chính sách, tạo động lực cho hoạt động kinh doanh du lịch.

Ba là, Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tham mưu cho Chính phủ xây dựng cơ chế tăng cường nguồn lực cho hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch của cả nước và các địa phương. Hiện nay, nguồn lực dành cho hoạt động này từ Trung ương tới các địa phương còn khiêm tốn so với mặt bằng chung của các nước trong khu vực./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về triển khai thực hiện một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới.
2. Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến 2020.
3. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 05/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.
4. Quyết định số 2292/QĐ-BVHTTDL ngày 13/8/2021 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Chương trình hành động phát triển du lịch giai đoạn 2021-2025.

5. Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 24/5/2013 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh về phát triển du lịch Quảng Ninh giai đoạn 2013 - 2020, định hướng đến năm 2030.

6. Nghị quyết số 02-NQ/TU ngày 05/02/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh về phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 - 2020, định hướng đến năm 2030.

7. Báo cáo Chính trị Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh lần thứ XV.

8. Chỉ thị số 18-CT/TU ngày 18/10/2021 của Tỉnh ủy Quảng Ninh về tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo triển khai Chiến lược tổng thể thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19 và ổn định kinh tế - xã hội, giữ vững đà tăng trưởng hai con số trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh./.

THỰC TẾ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI THỰC HIỆN CHÍNH SÁCH, CƠ CHẾ ĐẶC THÙ CỦA TỈNH CÀ MAU TRONG THU HÚT ĐẦU TƯ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Huỳnh Quốc Việt
Chủ tịch UBND tỉnh Cà Mau

1. Khái quát tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Cà Mau năm 2021

Trong 6 tháng đầu năm, kinh tế - xã hội tỉnh Cà Mau phát triển khá tốt, cơ bản đạt được những mục tiêu phát triển theo kế hoạch đề ra. Tuy nhiên từ giữa tháng 7, trước diễn biến phức tạp của dịch bệnh tại các tỉnh, thành khu vực phía Nam, thực hiện chỉ đạo của Trung ương, tỉnh đã thực hiện giãn cách xã hội, ảnh hưởng rất lớn đến sản xuất và mọi mặt của đời sống xã hội. Nhờ đó đến cuối tháng 9 tình hình dịch bệnh trên địa bàn tỉnh vẫn được kiểm soát cơ bản tốt. Nhưng trong tháng 10, tình trạng người lao động từ các tỉnh, thành phố là vùng dịch trở về Cà Mau tăng đột biến, với trên 33.000 người, gây áp lực rất lớn đến công tác phòng, chống dịch bệnh COVID-19 của tỉnh; đồng thời từ giữa tháng 10, thực hiện Quy định tạm thời “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19” theo Nghị quyết số 128/NQ-CP của Chính phủ, Cà Mau bắt đầu nới lỏng giãn cách xã hội và thực hiện kế hoạch kiểm soát quản lý, cách ly người về, xét nghiệm theo hướng dẫn tại Quyết định số 4800/QĐ-BYT, nên nguy cơ bùng phát dịch bệnh trên địa bàn tỉnh là rất lớn. Trước tình hình đó, Tỉnh ủy, UBND tỉnh đã tập trung chỉ đạo, quyết liệt thực hiện các biện pháp kiểm soát dịch bệnh và phục hồi, phát triển kinh tế, từ đó tình hình phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh trong 10 tháng đạt được một số kết quả tích cực; cụ thể như: Tổng sản lượng thủy sản tăng 3,6% so với cùng kỳ, riêng sản lượng tôm tăng 6,4% so cùng kỳ; năng suất lúa Hè Thu đạt bình quân 5,03 tấn/ha, với tổng sản lượng 177.611 tấn; nhiều mô hình sản xuất hiệu quả đang được tiếp tục triển khai thực hiện; tập trung triển khai thực hiện sản xuất ngư, nông, lâm nghiệp theo Kế hoạch đã đề ra; sản lượng tôm chế biến đạt 95,4% so kế hoạch và tăng 7,1% so cùng kỳ; tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ có chuyển biến tích cực, tăng 16,6% so tháng trước,... thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội, hỗ trợ cho các đối tượng bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19; an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội được đảm bảo.

Tuy nhiên, do ảnh hưởng của dịch bệnh nên việc mua bán, cung ứng giống, vật tư đầu vào cho sản xuất nông nghiệp gặp nhiều khó khăn, giá cả tăng cao do phát sinh thêm chi phí xét nghiệm, vận chuyển; giá cả tiêu thụ nông sản giảm; các nhà máy điện gió bị ảnh hưởng tiến độ vận hành thương mại; hoạt động sản xuất công nghiệp bị ảnh hưởng, chỉ số sản xuất công nghiệp giảm 6,1% so cùng kỳ (tháng trước giảm 12,3%); tiến độ giải ngân vốn đầu tư công còn chậm và đạt thấp (đạt 51,3% so với kế hoạch vốn đã được phân bổ đầu năm, cùng kỳ giải ngân đạt 63,4% kế hoạch vốn đã giao); tiến độ thực hiện một số dự án đầu tư quan trọng còn

chậm,...; các hoạt động văn hóa, thể dục, thể thao bị tạm ngừng; đời sống của một bộ phận người dân vẫn còn gặp nhiều khó khăn.

2. Thực trạng phát triển du lịch tỉnh Cà Mau

2.1. Những kết quả đã đạt được

Với lợi thế về vị trí địa lý là điểm cực Nam của Tổ quốc, cùng những tài nguyên du lịch sinh thái và tài nguyên du lịch nhân văn đặc trưng, du lịch Cà Mau trong những năm gần đây đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Mặc dù đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức nhưng thời gian qua, nhờ chính sách đổi mới, mở cửa phát triển kinh tế của Đảng và Nhà nước, hoạt động du lịch Cà Mau đã có những chuyển biến rõ rệt.

Cà Mau hiện có 03 tuyến du lịch chính gồm: Cà Mau - Khu du lịch Mũi Cà Mau, Cà Mau - Vườn Quốc gia U Minh Hạ - Hòn Đá Bạc, Cà Mau - Khu Du lịch sinh thái Sông Trẹm. Tuyến Cà Mau - Khu Du lịch Mũi Cà Mau được xác định là tuyến du lịch trọng điểm của tỉnh để tập trung phát triển trở thành Khu Du lịch Quốc gia Mũi Cà Mau đến năm 2030. Tỉnh Cà Mau xác định sản phẩm du lịch là yếu tố then chốt có tính quyết định đến sự phát triển du lịch của địa phương. Trong đó, phải kể đến các tuyến du lịch tham quan xuyên rừng Vườn Quốc gia Mũi Cà Mau đã tạo được sự khác biệt đang được ngành du lịch khai thác có hiệu quả. Bên cạnh đó, tỉnh tập trung xây dựng Đề án Làng Văn hóa Du lịch Mũi Cà Mau nhằm phát triển sản phẩm tham quan, trải nghiệm, văn hóa, ẩm thực, sản vật đặc trưng. Sản phẩm du lịch của Cà Mau đang có bước phát triển cả về số lượng và chất lượng, từng bước tạo được sự cạnh tranh với các tỉnh, thành trong khu vực; hướng đến phát triển thương hiệu Du lịch Cà Mau trên bản đồ du lịch Việt Nam.

Năm 2019, lượng khách du lịch đến Cà Mau đạt gần 1,7 triệu lượt, trong đó khách quốc tế đạt 29,5 ngàn lượt. Tổng thu năm 2019 đạt 2.618 tỷ đồng. Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch COVID-19, lượt khách đến Cà Mau chỉ đạt 1,2 triệu lượt, giảm 27,6% so với năm 2019. Đợt bùng phát dịch COVID-19 lần thứ tư trong năm 2021 đã khiến ngành du lịch tỉnh nhà hoàn toàn đóng băng, với lượt khách ghi nhận đến tháng 10/2021 chỉ đạt 670 ngàn lượt, giảm hơn 32% so cùng kỳ năm 2020, đạt 36% so kế hoạch năm 2021; tổng thu ngành du lịch là 848 tỷ đồng, giảm gần 41% so với cùng kỳ năm 2020, đạt 32,6% so với kế hoạch năm 2021.

Tính đến nay, hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh đã thu hút được sự tham gia của 10 doanh nghiệp lữ hành; 09 khu, điểm du lịch; 15 điểm du lịch cộng đồng và hơn 85 cơ sở lưu trú. Hoạt động du lịch cũng đã tạo ra hơn 15 ngàn việc làm trực tiếp và gián tiếp cho nhiều tầng lớp dân cư. Vốn đăng ký đầu tư vào lĩnh vực du lịch hơn 2.500 tỷ đồng, góp phần từng bước hoàn thiện hạ tầng kỹ thuật, chất lượng cơ sở vật chất du lịch, làm thay đổi diện mạo cho du lịch Cà Mau.

2.2. Việc xây dựng và triển khai thực hiện chính sách, cơ chế đặc thù của tỉnh Cà Mau trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch

Tỉnh đã ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và ban hành nhiều kế hoạch, xây dựng và triển khai nhiều quy hoạch liên

quan, phục vụ phát triển du lịch. Thực hiện cơ bản đảm bảo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Cà Mau đến năm 2020 định hướng đến năm 2030. Hệ thống quy hoạch du lịch trên địa bàn tỉnh đảm bảo đồng bộ, phù hợp với Quy hoạch tổng thể cả nước, Quy hoạch vùng và Quy hoạch tổng thể phát triển khu du lịch quốc gia.

Căn cứ Quyết định số 744/QĐ-TTg ngày 18/6/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Mũi Cà Mau đến năm 2030, tỉnh Cà Mau đã xây dựng và ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện (Kế hoạch số 1630/KH-UBND ngày 05/10/2018), Quy chế quản lý (Quyết định số 25/QĐ-UBND ngày 08/01/2019), thành lập Ban Quản lý (Quyết định số 2099/QĐ-UBND ngày 25/12/2018); đồng thời, đang trong giai đoạn lập nhiệm vụ quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch quốc gia Mũi Cà Mau.

Hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch và chính sách hỗ trợ đầu tư trong thu hút đầu tư, phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh thời gian qua được triển khai khá toàn diện: Chương trình xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch; Chương trình Cà Mau - Điểm đến năm 2021; Nghị quyết của Hội đồng nhân dân tỉnh quy định chính sách hỗ trợ, cho vay đối với các hộ làng nghề thuộc Công viên Văn hóa Du lịch Đất Mũi; Chương trình khuyến công, khuyến nông; Chương trình mỗi xã một sản phẩm và nhiều chương trình, đề án khác. Hiện nay, tỉnh đang nghiên cứu xây dựng, phát triển thêm nhiều sản phẩm, dịch vụ du lịch phục vụ du khách; đẩy mạnh giới thiệu, quảng bá các sản phẩm OCOP; hỗ trợ người dân xây dựng điểm sản xuất, trưng bày kinh doanh sản phẩm lưu niệm phục vụ nhu cầu tham quan, trải nghiệm của du khách. Bên cạnh đó, tỉnh đang kêu gọi đầu tư các dự án nông nghiệp, công nghiệp, thương mại dịch vụ, du lịch, xây dựng hạ tầng khu kinh tế, các khu công nghiệp, hoàn thiện mạng lưới giao thông. Trong đó, dự án Cảng biển quốc tế Hòn Khoai được Chính phủ thống nhất chủ trương đầu tư, dự kiến khi hoàn thành sẽ đón tàu có tải trọng 250.000 DWT, tạo điểm kết nối đường biển quốc tế quan trọng, giúp Việt Nam kết nối với các nước trong khu vực như Singapore, Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Nhật Bản. Theo kế hoạch, tỉnh Cà Mau sẽ tổ chức đoàn Famtrip khảo sát điểm đến du lịch Cà Mau nhằm xúc tiến du lịch, quảng bá giới thiệu hình ảnh, văn hóa, con người và các sản phẩm đặc trưng của Cà Mau dành cho đại diện các công ty lữ hành trong năm 2021.

Nhìn chung, việc xây dựng và triển khai các hoạt động, chương trình, chính sách và cơ chế đặc thù của tỉnh trong thời gian qua thúc đẩy hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch, hỗ trợ phát triển các sản phẩm du lịch mang tính đặc trưng, đặc thù của từng địa phương, từng bước phát triển thương hiệu du lịch Cà Mau.

Tỉnh Cà Mau cam kết tạo điều kiện thuận lợi và vận dụng các chính sách có lợi nhất cho các nhà đầu tư khi đầu tư vào tỉnh Cà Mau. Tiếp tục đẩy mạnh công tác cải cách hành chính, rút ngắn thời gian thực hiện các thủ tục đầu tư. Tăng cường chỉ đạo thực hiện công tác giải phóng mặt bằng, chuẩn bị mặt bằng để nhà đầu tư có điều kiện triển khai nhanh dự án; xem xét, hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng thiết yếu; hỗ trợ nhà đầu tư về giá thuê đất, theo hướng áp mức giá thuê thấp nhất có thể và chấp nhận thu chậm hoặc thu qua nhiều giai đoạn để giảm áp lực về vốn cho doanh nghiệp, nhà đầu tư. Đồng thời, huy động tối đa các nguồn lực đầu tư phát triển du

lịch; ưu tiên phát triển kết cấu hạ tầng giao thông đến các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh, tạo điều kiện thu hút các dự án đầu tư, lồng ghép các chương trình, dự án có liên quan để hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch. Đẩy mạnh xã hội hóa và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác để đầu tư phát triển du lịch; chú trọng thu hút đầu tư theo hình thức đối tác công - tư (PPP).

Về cơ chế, chính sách ưu đãi đối với dự án đầu tư được thực hiện theo Luật Đầu tư: Chính phủ và các Bộ, ngành đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và người lao động ở tất cả các lĩnh vực trong đó có lĩnh vực du lịch, gồm: chính sách giảm giá điện, giảm phí cấp phép kinh doanh lữ hành và thẻ hướng dẫn viên, chính sách hỗ trợ người lao động là hướng dẫn viên du lịch gặp khó khăn do ảnh hưởng của COVID-19; hỗ trợ đào tạo duy trì việc làm cho người lao động; chính sách giảm tiền ký quỹ. Tỉnh Cà Mau không ban hành thêm cơ chế đặc thù (do Nghị định số 31/2021/NĐ-CP của Chính phủ không cho phép ban hành thêm chính sách ưu đãi đầu tư trái quy định của Luật Đầu tư và Nghị định số 31/2021/NĐ-CP). Tỉnh tăng cường theo dõi, kiểm tra, đôn đốc nhằm triển khai thực hiện các chính sách hỗ trợ đảm bảo kịp thời, đúng đối tượng.

2.3. Tồn tại, hạn chế

Cà Mau hội đủ thế mạnh và tiềm năng để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù mang tính cạnh tranh nhưng quá trình xây dựng sản phẩm và xây dựng thương hiệu du lịch Cà Mau chưa phát huy hết lợi thế. Các hộ dân, doanh nghiệp làm du lịch chưa có tính liên kết, còn tình trạng cạnh tranh không lành mạnh. Công tác quảng bá, giới thiệu du lịch Cà Mau tuy được quan tâm thực hiện nhưng chậm đổi mới phương pháp, chưa tập trung vào thị trường mục tiêu. Lượng khách du lịch đến Cà Mau hàng năm tuy có tăng nhưng chưa cao, thời gian lưu trú còn thấp. Từ đó, số cơ sở lưu trú du lịch đạt hạng sao có phát triển nhưng còn ít về số lượng. Số lao động ngành du lịch Cà Mau tăng nhưng chưa đảm bảo theo yêu cầu, chất lượng chuyên môn chưa được cải thiện nhiều. Đội ngũ nhân viên phục vụ tại các nhà hàng, khách sạn, các khu mua sắm chưa được chú trọng bồi dưỡng nâng cao về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ. Việc phát huy giá trị di tích lịch sử gắn với du lịch còn hạn chế, do hạ tầng giao thông chưa đảm bảo cho việc tiếp cận của phương tiện hoạt động lữ hành.

Đại dịch COVID-19 bùng phát năm 2020 đến nay đã ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động du lịch. Các khu, điểm du lịch, các dịch vụ ăn uống, mua sắm đồng loạt đóng cửa; công ty lữ hành, các phương tiện vận chuyển khách du lịch không hoạt động đã ảnh hưởng lớn đến nguồn thu từ du lịch cũng như nguồn nhân lực du lịch của địa phương.

2.4. Nguyên nhân tồn tại, hạn chế

Bên cạnh những kết quả tích cực mang lại từ liên kết vùng, thực tế cũng cho thấy quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng và quy hoạch ngành theo vùng hiện nay chưa thực sự là công cụ hữu hiệu để định hướng, điều phối, phân bổ ngân sách, thu hút nguồn lực, đầu tư, quản trị không gian kinh tế - xã hội, đặc biệt là vai trò liên kết nội vùng thiếu bền vững, khoảng cách giữa các vùng chưa được thu hẹp; liên kết vùng còn yếu, nhất là giữa các tỉnh và thành phố trong cùng khu

vực. Chuỗi giá trị sản phẩm liên kết vùng còn nhiều mặt hạn chế, chưa phát huy được lợi thế so sánh từng vùng theo chuỗi giá trị sản phẩm, các chuỗi giá trị liên kết kinh tế nội vùng và liên vùng vẫn còn bị bỏ ngỏ.

Cách mạng Công nghiệp 4.0 đã và đang đặt ra những thách thức lớn đối với các doanh nghiệp cả nước nói chung, tỉnh Cà Mau nói riêng. Do đó cần thay đổi tư duy trong liên kết vùng; cần tạo động lực đòn bẩy nâng cao tính liên kết để các ngành nghề phát triển đồng bộ. Riêng chủ đề du lịch Cà Mau cũng chưa quan tâm nhiều đến liên kết vùng trong du lịch, các điểm đến du lịch còn riêng biệt, chưa tạo dây chuyền khép kín liên hoàn trong du lịch.

Quá trình triển khai thực hiện cơ chế, chính sách ưu đãi vẫn còn nhiều khó khăn, vướng mắc; người dân, doanh nghiệp khó tiếp cận các gói hỗ trợ.

3. Định hướng phát triển du lịch tỉnh Cà Mau

Cà Mau xác định sản phẩm chính của du lịch là du lịch sinh thái, du lịch trải nghiệm. Tỉnh đang đầu tư để du khách đến Cà Mau sẽ có sự trải nghiệm khác biệt, với hệ sinh thái rừng và biển, sự đa dạng các sản phẩm ẩm thực mang tính đặc trưng từ các hệ sinh thái. Các mô hình sinh kế của người dân cũng gắn liền với các hệ sinh thái, tạo ra các sản phẩm sạch. Đây là những điều du khách cần và tỉnh có thể mạnh. Với 03 mặt giáp biển, Cà Mau có điều kiện thuận lợi về giao thông và giao lưu phát triển với các nước trong khu vực, do đó việc hợp tác và hội nhập với các nước trong khu vực cũng là chiến lược quan trọng trong phát triển du lịch của tỉnh.

Trong bối cảnh dịch bệnh trong nước dần được kiểm soát, thực hiện Nghị quyết số 63/NQ-CP ngày 29/6/2021 của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Kế hoạch số 3228/KH-BVHTTDL triển khai các chính sách kích cầu, phục hồi hoạt động du lịch, lữ hành. Giải pháp phục hồi thị trường du lịch nội địa và quốc tế đều đã được đặt ra trong Kế hoạch, theo đó sẽ triển khai chiến dịch truyền thông kích cầu du lịch với thông điệp “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam” và “Du lịch Việt Nam an toàn hấp dẫn”. Đồng thời, thực hiện thí điểm đón khách quốc tế an toàn tại Phú Quốc (Kiên Giang). Trên cơ sở đó chuẩn bị từng bước mở rộng ra các điểm đến trong cả nước, bao gồm Hạ Long (Quảng Ninh), Hội An (Quảng Nam), Nha Trang (Khánh Hòa), Đà Lạt (Lâm Đồng).

Trong điều kiện bình thường mới, yếu tố an toàn trong du lịch luôn là mục tiêu hàng đầu. Theo đó, tỉnh Cà Mau đã ban hành các quy định nhằm khôi phục kinh tế - xã hội, phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh: Bộ Tiêu chí đánh giá an toàn trong phòng, chống dịch COVID-19 đối với hoạt động du lịch; Quyết định áp dụng các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19 trong tình hình mới; Kế hoạch phục hồi phát triển kinh tế - xã hội; Kế hoạch phục hồi, phát triển Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong điều kiện bình thường mới. Trong đó, có 3 yếu tố quan trọng là: (a) tiêm phủ vaccine cho người lao động hoạt động trong lĩnh vực du lịch; (b) bảo đảm an toàn cho các điểm đến, cơ sở du lịch; (c) tạo điều kiện thuận lợi đi du lịch đối với du khách nội địa và quốc tế có chứng nhận tiêm chủng vaccine. Hỗ trợ cho mục tiêu này, chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ được coi là giải pháp đột phá đảm bảo du lịch an toàn đối với điểm đến, cơ sở cung ứng dịch vụ và khách du lịch.

Trong thời gian tới, Cà Mau định hướng sẽ tập trung thực hiện một số giải pháp chủ yếu để phát triển du lịch như sau:

- Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy Đảng, phát huy vai trò của các thành viên Ban Chỉ đạo phát triển du lịch tỉnh gắn với nhiệm vụ của từng ngành, địa phương; tiếp tục nâng cao nhận thức của các ngành, các cấp, cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân về vai trò, tầm quan trọng của du lịch trong phát triển kinh tế xã hội, là động lực cho các ngành khác phát triển.

- Tuyên truyền nâng cao nhận thức của xã hội về phát triển du lịch, về ý thức trách nhiệm trong bảo vệ môi trường, nâng cao chất lượng dịch vụ đối với các hộ du lịch cộng đồng và cộng đồng dân cư tại khu, điểm du lịch; gắn phát triển du lịch với xây dựng nông thôn mới, phát huy bản sắc văn hóa, con người Cà Mau cần cù, sáng tạo, thân thiện và hiếu khách.

- Xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, gắn phát triển du lịch nông thôn với chương trình “mỗi xã một sản phẩm”. Đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm và đa dạng hóa sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh, xây dựng thương hiệu du lịch Cà Mau. Đặc biệt là tập trung phát triển Khu du lịch Quốc gia Mũi Cà Mau trở thành điểm đến hấp dẫn của khu vực, cả nước và quốc tế.

- Tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá và hợp tác phát triển du lịch với các tỉnh, thành trong và ngoài nước, nhằm quảng bá giới thiệu hình ảnh về vùng đất, văn hóa và con người Cà Mau, trong đó tập trung vào thị trường nội địa. Tổ chức tour thí điểm khai thác tuyến du lịch xuyên Á (R10) qua các nước Campuchia, Thái Lan.

- Huy động, thu hút các nguồn lực đầu tư phát triển du lịch từ nguồn ngân sách nhà nước, xã hội hóa và tranh thủ sự hỗ trợ của Trung ương từ các chương trình, dự án có liên quan để hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch; đào tạo và bổ sung nguồn lực có nghiệp vụ tay nghề cao, phẩm chất tốt, phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch; tổ chức nhiều chuyên học tập kinh nghiệm phát triển du lịch trong và ngoài nước.

- Tăng cường chỉ đạo, triển khai thực hiện hiệu quả Nghị quyết số 128/NQ-CP ngày 11/10/2021 của Chính phủ ban hành quy định tạm thời “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19” trên địa bàn tỉnh.

4. Đề xuất, kiến nghị

- Về đất đai phục vụ phát triển du lịch, tỉnh Cà Mau đề xuất sớm ban hành khung pháp lý xây dựng cơ chế quản lý khu du lịch quốc gia để địa phương có cơ sở quản lý phù hợp.

- Có cơ chế phân bổ vốn theo tổng vốn hỗ trợ và tiến độ thực hiện các dự án thuộc Khu du lịch Quốc gia Mũi Cà Mau. Ưu tiên đầu tư cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện thuận lợi phát triển du lịch địa phương theo đúng định hướng; sớm ban hành cơ chế cụ thể để địa phương xây dựng chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư phát triển du lịch.

- Kiến nghị Chính phủ sớm ban hành Nghị định quy định về mô hình quản lý Khu du lịch Quốc gia làm cơ sở để tỉnh thực hiện sắp xếp, tổ chức lại Ban Quản lý Khu du lịch quốc gia Mũi Cà Mau nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý, khai thác lợi thế, tiềm năng du lịch của tỉnh. Ngoài ra, tuyến cao tốc Cần Thơ - Cà Mau quy hoạch có điểm cuối kết thúc tại trung tâm thành phố Cà Mau; trong khi Mũi Cà Mau là điểm cực Nam thiên nhiên của Tổ quốc, có vị trí hết sức trọng yếu về an ninh, quốc phòng và tiềm năng rất lớn trong phát triển du lịch, do đó kiến nghị cấp thẩm quyền xem xét việc đầu tư kéo dài tuyến cao tốc Cần Thơ - Cà Mau đến Mũi Cà Mau để kết hợp với tuyến cao tốc phía Đông tạo thành tuyến cao tốc nối liền từ Lạng Sơn đến Mũi Cà Mau, góp phần giữ vững an ninh, quốc phòng, tạo đột phá trong thu hút đầu tư và phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Cà Mau nói riêng, khu vực Đồng bằng sông Cửu Long nói chung./.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH TỈNH ĐẮK NÔNG GIAI ĐOẠN 2021-2030 VÀ NGÀNH DU LỊCH ĐẮK NÔNG NỖ LỰC KÍCH CẦU DU LỊCH SAU DỊCH COVID-19

Trần Thị Thu Hằng

*Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông
Đại biểu Quốc hội tỉnh Đắk Nông*

Tóm tắt: Phát triển sản phẩm du lịch là hướng đi của tỉnh Đắk Nông, bên cạnh đó việc kích cầu du lịch sẽ góp phần quảng bá hình ảnh, con người của Đắk Nông đến du khách trong nước và quốc tế. Đặc biệt, công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông, tỉnh đã xây dựng 3 tuyến du lịch trải nghiệm chính, cụ thể: Tuyến 1 có tên gọi là “Trường ca của lửa và nước”, tuyến 2: “Bản giao hưởng của làn gió mới”, tuyến 3: “Âm vang từ Trái đất” góp phần cho du lịch của Đắk Nông có những làn gió mới.

Từ khóa: Phát triển sản phẩm, du lịch Đắk Nông, kích cầu du lịch, đại dịch COVID-19.

1. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Nông giai đoạn 2021-2030

Tỉnh Đắk Nông nằm ở phía Tây Nam vùng Tây Nguyên, có khí hậu ôn hòa, mát mẻ quanh năm và nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng, phong phú. Đắk Nông có địa hình đa dạng, xen kẽ giữa các thung lũng, cao nguyên và núi cao với những cánh rừng nguyên sinh là những cảnh quan đẹp, hùng vĩ như: thác Đắk G’lun, thác Dray Sáp - Gia Long, thác Trinh Nữ; hồ Ea Snô, hồ Tây; Khu bảo tồn thiên nhiên Nâm Nung, Vườn Quốc gia Tà Đùng với gần 40 đảo lớn, nhỏ được ví như là “Vịnh Hạ Long của Tây Nguyên”; có nhiều sông suối lớn nhỏ chảy qua tạo nên nguồn thủy năng lớn khai thác thủy điện và phát triển du lịch như: Thủy điện Đồng Nai 3, Thủy điện Đồng Nai 4; Thủy điện Đắk R’Ti, ... có khả năng hình thành nhiều sản phẩm du lịch đa dạng, hấp dẫn. Đặc biệt, tài nguyên tự nhiên là điểm nhấn, tạo nét riêng, lợi thế cạnh tranh cho du lịch Đắk Nông chính là hệ thống hang động núi lửa được hình thành từ hàng triệu năm trước cùng với các giá trị di sản của vùng Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông trải dài trên địa bàn 6 huyện, thành phố: Krông Nô, Cư Jút, Đắk Mil, Đắk Song, Đắk Glong và Gia Nghĩa. Đây là một lợi thế quan trọng, mở ra cơ hội lớn để hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh để thu hút khách du lịch.

Bên cạnh đó Đắk Nông là nơi hội tụ bản sắc văn hóa của cộng đồng 40 dân tộc anh em, đặc biệt là 03 dân tộc thiểu số bản địa là M’Nông, Ê đê, Mạ và các dân tộc miền núi phía Bắc di cư đến như: Tày, Nùng, Thái, Mông, Dao, ... với nhiều nét văn hóa đặc sắc tạo nên các giá trị hấp dẫn như: lễ cúng mừng sức khỏe già làng, lễ sum họp giữa các bon, lễ ăn mừng lúa mới, lễ cưới, lễ đền ơn đáp nghĩa cha mẹ, lễ hội cầu mưa, lễ ăn cơm mới, lễ thượng thọ, lễ bỏ mả, ... Bên cạnh nền văn hóa cộng đồng độc đáo, Đắk Nông còn có tài nguyên du lịch nhân văn đa dạng và phong phú: nằm trong không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên được UNESCO công nhận

là di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại; Ngoài ra, hiện nay tỉnh có 12 di tích được nhà nước xếp hạng, trong đó có 01 di tích Quốc gia đặc biệt, 08 di tích Quốc gia và 03 di tích cấp tỉnh. Trong đó, có nhiều di tích lịch sử văn hóa tiêu biểu như: di tích Quốc gia đặc biệt Đường Trường Sơn - Đường Hồ Chí Minh, thành phố Gia Nghĩa, huyện Đắk Song và huyện Tuy Đức; di tích lịch sử cấp Quốc gia Ngục Đắk Mil, Căn cứ kháng chiến B4-Liên tỉnh IV,... Đây là những tiềm năng du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng rất lớn của tỉnh được cấp ủy, chính quyền các cấp đặc biệt quan tâm, coi trọng giữ gìn và phát triển và là những yếu tố để khai thác phát triển tạo thành sản phẩm thu hút khách du lịch.

Ngoài ra, Đắk Nông còn có vị trí địa lý tương đối thuận lợi cho phát triển du lịch, phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Đắk Lắk, phía Đông và Đông Nam giáp tỉnh Lâm Đồng, phía Nam giáp tỉnh Bình Phước, phía Tây giáp tỉnh Mondulkiri của nước bạn Campuchia, đường biên giới dài hơn 141km² với 02 cửa khẩu quốc gia là Bu Prăng và Đắk Per. Có 2 tuyến quốc lộ đi qua là Quốc lộ 14 nối với Đắk Lắk và các tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía Nam gồm Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh Đông Nam bộ và Quốc lộ 28 nối Đắk Nông với Lâm Đồng, Bình Thuận, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu hút khách du lịch quốc tế, nội địa cũng như việc phát triển du lịch của tỉnh.

Mặc dù có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch, tuy nhiên cho tới nay việc phát triển sản phẩm du lịch chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Hiện nay các sản phẩm du lịch, dịch vụ lưu trú, nhà hàng tương đối nhiều nhưng quy mô chủ yếu vừa và nhỏ, mới chỉ có một số cơ sở đạt tiêu chuẩn phục vụ khách và đạt chuẩn từ 1 - 3 sao, chưa có cơ sở đạt chuẩn từ 4 - 5 sao; các dịch vụ phụ trợ như: karaoke, massage, café... tương đối nhiều nhưng quy mô còn nhỏ. Bên cạnh đó, tỉnh chưa có nhiều khu, điểm du lịch lớn có quy mô tầm quốc gia, tính cạnh tranh khu vực chưa cao, chưa tạo được sự thu hút lượng khách lớn, đặc biệt là khách quốc tế. Nên để phát triển sản phẩm du lịch Đắk Nông theo hướng bền vững, chuyên nghiệp và có tính cạnh tranh cao, Đắk Nông đã và đang tập trung vào việc phát triển một số sản phẩm du lịch đặc trưng nhằm tận dụng tối đa lợi thế tài nguyên du lịch, đáp ứng nhu cầu thị trường và đảm bảo việc bảo tồn, giữ gìn các giá trị tự nhiên và văn hoá.

Trên cơ sở những tiềm năng và lợi thế về tài nguyên du lịch như trên, đề xuất một số định hướng xây dựng sản phẩm du lịch của tỉnh trong thời gian tới như sau:

1. Sản phẩm du lịch Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông với hệ thống hang động có giá trị thiên nhiên đặc biệt, đây là sản phẩm mang tính độc đáo, riêng biệt, có giá trị đặc thù về địa chất, địa mạo, khảo cổ, đa dạng sinh học, văn hóa đặc trưng, văn hóa truyền thống, ẩm thực truyền thống của dân tộc bản địa. Du lịch địa chất là loại hình du lịch mang đến cho du khách những trải nghiệm du lịch thú vị. Vì vậy, để tạo dấu ấn riêng, Đắk Nông cần tạo cho vùng Công viên địa chất một điểm đến thật sự mang tầm quốc gia, quốc tế để thu hút khách du lịch. Hiện nay, dựa trên các điểm di sản trong vùng Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông, tỉnh đã xây dựng 3 tuyến du lịch trải nghiệm chính, cụ thể: Tuyến 1 có tên gọi là *“Trường ca của lửa và nước”*, tuyến 2: *“Bản giao hưởng của làn gió mới”*, tuyến 3: *“Âm vang từ Trái đất”* và hiện nay đang khảo sát sơ bộ để xây dựng tuyến du lịch thứ 4. Các tuyến du lịch này hứa hẹn sẽ góp

phần quan trọng trong việc mở rộng không gian du lịch của khu vực Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông, đem lại những khám phá, trải nghiệm mới mẻ cho du khách về địa chất, địa mạo, văn hóa, lịch sử và con người, mở rộng cánh cửa cho sự phát triển của ngành du lịch tỉnh nhà.

2. Sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng: Đắk Nông có hơn 70% dân số làm nông nghiệp - đây là ngành kinh tế chủ lực của tỉnh, có quy mô sản xuất, sản phẩm đầu ra lớn, là một trong 3 mũi đột phá về kinh tế. Bên cạnh đó, tỉnh Đắk Nông có nền văn hóa cộng đồng độc đáo, tài nguyên du lịch nhân văn đa dạng, phong phú, nhiều di tích lịch sử văn hóa tiêu biểu. Việc khai thác, xây dựng sản phẩm du lịch gắn với văn hóa cộng đồng, trong đó lựa chọn xây dựng và vận hành các mô hình du lịch gắn với các điểm di sản của Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông sẽ tạo ra nhiều sản phẩm du lịch độc đáo, phong phú và là phương cách để xóa đói giảm nghèo của các địa phương làm du lịch cộng đồng, giúp tạo thu nhập, xuất khẩu tại chỗ các loại nông sản, các sản phẩm mang tính đặc thù của địa phương.

3. Sản phẩm du lịch thể thao mạo hiểm: Đắk Nông có nhiều hồ, thác, cảnh quan rừng, có lợi thế về tài nguyên du lịch: Vườn Quốc gia Tà Đùng, Vườn Quốc gia Nam Cát Tiên, Vườn Quốc gia Yok Đôn, Khu bảo tồn thiên nhiên Nâm Nung, rừng đặc dụng Dray Sáp, thác Dray Sáp, thác 7 tầng, thác Đắk G'Lun, thác Lưu Ly,... dựa trên những tài nguyên sẵn có của tỉnh, với chi phí đầu tư cho tổ chức loại hình này thấp, du khách đến với Đắk Nông sẽ hướng đến trải nghiệm và khám phá thiên nhiên hùng vĩ.

4. Sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng: với nhiều hình thức đa dạng gắn với những cảnh quan đẹp, thiên nhiên hoang sơ, khí hậu mát mẻ như: Hồ Tà Đùng, thác Dray Sáp, hang động núi lửa, Khu bảo tồn thiên nhiên Nâm Nung,... Việc đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng trong tương lai sẽ góp phần không nhỏ vào việc tạo dấu ấn riêng cho ngành du lịch của tỉnh.

Để việc xây dựng sản phẩm du lịch của tỉnh mang tính đặc trưng riêng, có tính cạnh tranh cao, đáp ứng nhu cầu thị trường, tỉnh cần tập trung vào các giải pháp, cụ thể:

Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch là đặc thù của Đắk Nông để nâng cao tính cạnh tranh, xây dựng thương hiệu cho du lịch tỉnh. Các sản phẩm du lịch được khách du lịch ưa thích và đánh giá là đặc thù của Đắk Nông gồm: văn hoá dân tộc bản địa, du lịch nghiên cứu hệ sinh thái, địa chất, du lịch lễ hội, làng nghề, du lịch tâm linh và du lịch sinh thái nông nghiệp, đặc biệt là tham quan, nghiên cứu Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông.

Để khai thác hiệu quả các sản phẩm du lịch này, tỉnh cần tập trung xây dựng các hạ tầng hỗ trợ: hệ thống giao thông đường bộ, hệ thống biển báo, biển chỉ dẫn và dịch vụ tại các điểm du lịch cần được thực hiện đồng bộ với chất lượng dịch vụ đảm bảo tiêu chuẩn. Đặc biệt, chú trọng phát triển loại hình du lịch địa chất tại Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông, tổ chức các sự kiện liên quan đến địa chất, triển lãm địa chất, hội nghị chuyên đề về cảnh quan, di sản địa chất và du lịch, tổ chức các tour khám phá địa chất lịch sử của vùng công viên địa chất, xe đạp leo núi, trekking..., sử dụng công nghệ phát triển du lịch thông minh để khách

khám phá cảnh quan của công viên địa chất mà không làm ảnh hưởng tới công tác bảo tồn; thiết kế và sản xuất các sản phẩm lưu niệm về di sản địa chất; khuyến khích phát triển du lịch homestay, du lịch cộng đồng tại các địa bàn là vùng đệm.

Xây dựng hệ thống chính sách, tạo dựng hành lang pháp lý thuận lợi cho việc phát triển các sản phẩm du lịch và thu hút đầu tư du lịch. Cần xây dựng các chiến lược, kế hoạch về phát triển sản phẩm du lịch một cách bài bản với những nghiên cứu về xu hướng, nhu cầu thị trường khách du lịch, đồng thời đảm bảo hài hoà lợi ích của cộng đồng địa phương và công tác bảo tồn các giá trị văn hóa. Có các chính sách, cơ chế thu hút đầu tư vào phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, hạ tầng du lịch (cơ sở lưu trú, hệ thống vui chơi giải trí, khu du lịch, hệ thống giao thông tới các khu, điểm du lịch...). Đẩy mạnh cải cách, đơn giản hóa thủ tục hành chính, tạo môi trường thông thoáng cho các doanh nghiệp và người dân tham gia đầu tư phát triển sản phẩm du lịch và tổ chức các loại hình du lịch mới. Đồng thời, tăng cường cơ chế giám sát, kiểm tra rà soát các dự án đầu tư để đảm bảo tiến độ và chất lượng như cam kết ban đầu của chủ đầu tư, tránh tình trạng dự án treo.

Đổi mới và nâng cao nhận thức của các cấp chính quyền, doanh nghiệp và người dân về phát triển du lịch bền vững, phát triển sản phẩm đặc thù có tính cạnh tranh cao. Tổ chức và cử tham gia các chương trình đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý du lịch cho các cán bộ quản lý du lịch tại địa phương, tham dự các hội nghị, hội thảo trong nước và quốc tế về phát triển du lịch, đặc biệt là phát triển du lịch bền vững. Tuyên truyền, phổ biến thông tin, tổ chức các lớp bồi dưỡng cho doanh nghiệp du lịch địa phương, cộng đồng địa phương về xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch, bảo vệ môi trường và tài nguyên tự nhiên, bảo tồn văn hoá bản địa.

Tăng cường liên kết, hợp tác với các địa phương đã ký kết chương trình hợp tác, các địa phương trong vùng Tây Nguyên, với địa phương là thị trường mục tiêu lớn của du lịch Đắk Nông và hợp tác quốc tế để phát triển sản phẩm du lịch. Với việc thuận lợi về vị trí địa lý, Đắk Nông có điều kiện rất thuận lợi để hình thành các tour, tuyến du lịch kết nối giữa các tỉnh Tây Nguyên và các tỉnh khu vực Nam Bộ, khu vực miền Trung Tây Nguyên và nước bạn Campuchia. Để xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch liên kết được hiệu quả, Đắk Nông cần thực hiện hợp tác, liên kết tổ chức các chương trình khảo sát đánh giá tài nguyên du lịch đặc sắc với các địa phương trong vùng Tây Nguyên, trên cơ sở đó xây dựng, hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch liên kết mang tính đặc thù. Tổ chức chương trình hợp tác xây dựng tuyến du lịch với nước bạn thông qua hai cửa khẩu đường bộ của Đắk Nông. Ngoài ra, cần hợp tác, liên kết đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của khách du lịch. Đồng thời, tăng cường hợp tác, liên kết tổ chức các hoạt động, sự kiện xúc tiến, quảng bá sản phẩm du lịch đặc thù của cả vùng Tây Nguyên trong và ngoài nước.

Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến quảng bá cho sản phẩm du lịch Đắk Nông, hình thành thương hiệu du lịch Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông. Xây dựng thương hiệu cho du lịch Đắk Nông dựa trên nền tảng hình ảnh Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông. Tham gia tích cực các hoạt động xúc tiến quảng bá đi đến tận tại các hội chợ du lịch quốc tế trong và ngoài nước; tham gia các hội nghị, hội thảo trong nước và quốc tế về phát triển du lịch, đặc biệt các hội

thảo khoa học về du lịch địa chất do Mạng lưới Công viên địa chất toàn cầu tổ chức. Tận dụng hiệu quả thành tựu công nghệ hiện đại vào quảng bá hình ảnh du lịch Đắk Nông thông qua nền tảng Internet, mạng xã hội; quản lý chặt chẽ công tác truyền thông, tiếp nhận phản hồi từ khách để kịp thời điều chỉnh các vấn đề phát sinh và cung cấp thông tin về điểm đến du lịch Đắk Nông chính xác tới khách du lịch.

Có thể khẳng định rằng, với những lợi thế về tài nguyên tự nhiên và văn hoá đang được giữ gìn và đặc biệt với những giá trị đặc thù, khác biệt của Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông, tỉnh Đắk Nông hoàn toàn có thể phát triển trở thành một điểm đến du lịch tỏa sáng của vùng Tây Nguyên, của Việt Nam. Việc tập trung phát triển sản phẩm du lịch tại Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông, du lịch dựa vào cộng đồng, du lịch mạo hiểm, du lịch nghỉ dưỡng là định hướng đúng đắn và quan trọng, góp phần đưa hình ảnh của Đắk Nông đến với đông đảo du khách trong nước và quốc tế, nâng cao sức cạnh tranh cho du lịch của tỉnh và dần dần hướng tới phát triển du lịch bền vững trong tương lai.

2. Ngành du lịch Đắk Nông nỗ lực kích cầu du lịch sau dịch COVID-19

Năm 2020-2021, ngành Du lịch Việt Nam nói riêng và tỉnh Đắk Nông nói chung phải đối mặt với nhiều khó khăn trước những diễn biến phức tạp, khó lường của dịch bệnh COVID-19. Mặc dù, các đơn vị đã thực hiện nghiêm túc các biện pháp phòng, chống dịch, đảm bảo an toàn cho du khách nhưng do du khách có tâm lý e ngại đi du lịch nên lượt khách đến tham quan, du lịch trên địa bàn tỉnh giảm mạnh. Hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch cầm chừng (có thời điểm dịch diễn biến phức tạp các doanh nghiệp phải tạm ngưng đóng cửa). Các khu, điểm du lịch tạm ngưng hoạt động kéo theo dịch vụ lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, mua sắm cũng ảnh hưởng theo. Phần lớn các cơ sở kinh doanh dịch vụ không có khách, không phát sinh nguồn thu, trong khi đó doanh nghiệp phải trả thêm nhiều chi phí phát sinh như điện, nước, tiền công của nhân viên,... Vì vậy, để đảm bảo duy trì hoạt động cho đến khi dịch được kiểm soát một số cơ sở kinh doanh du lịch phải hoạt động cầm chừng, cắt giảm nhân viên, cho nhân viên thời vụ nghỉ việc không lương để tiết kiệm chi phí trong thời gian chờ các hoạt động trở lại bình thường.

Những khó khăn này đã đặt ra thách thức đối với các cơ quan quản lý nhà nước trong ngành du lịch về việc đề ra các giải pháp để khôi phục hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh sau những thiệt hại do dịch bệnh COVID-19 gây ra. Trước những khó khăn đó, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã triển khai nhiều giải pháp để kích cầu du lịch, khôi phục hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh điển hình như việc triển khai các gói kích cầu du lịch nội địa với chủ đề ***“Du lịch Việt Nam an toàn, hấp dẫn”*** đến các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh. Trong đó, chỉ đạo các doanh nghiệp xây dựng các sản phẩm mới, chương trình kích cầu du lịch/khuyến mại như các chính sách miễn, giảm phí, vé vào cửa các điểm tham quan,... phù hợp với điều kiện tại cơ sở. Đồng thời, khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch chỉnh trang cơ sở vật chất, củng cố lực lượng lao động và tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch, giảm giá nhưng vẫn bảo đảm chất lượng sản phẩm và đảm bảo các tiêu chí du lịch an toàn cho du khách trong phòng, chống dịch COVID-19. Theo đó, các doanh nghiệp trên địa bàn cũng đã tích cực tham gia như chính sách giảm giá vé 50% cho đoàn khách từ 10 người trở lên từ thứ 2 đến thứ 6,

miễn vé 100% cho đoàn khách từ 10 người trở lên vào thứ 7, chủ nhật tại Khu du lịch sinh thái Phước Sơn; chương trình giảm 10% giá phòng đối với khách đi theo đoàn từ 4 phòng trở lên tại Khách sạn Hoa Hồng,...

Song song với đó, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cũng đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu về những chương trình khuyến mãi, ưu đãi, tri ân khách hàng bằng nhiều hình thức thiết thực, hiệu quả; đồng thời, phát động chương trình **“Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam”** trên địa bàn tỉnh Đắk Nông và tuyên truyền phong cách văn minh, lịch sự thân thiện hiếu khách bằng hình thức tuyên truyền trên băng rôn, banner đề tuyên truyền, vận động người dân, du khách, các doanh nghiệp tích cực tham gia các hoạt động kích cầu du lịch cũng như quảng bá điểm đến an toàn đến với du khách.

Đặc biệt, tỉnh Đắk Nông tổ chức chuỗi hoạt động văn hóa, du lịch và xúc tiến đầu tư năm 2020. Trong đó có nhiều hoạt động nổi bật như Lễ hội Văn hóa thổ cẩm Việt Nam lần thứ II/2020 (trong đó có lồng ghép Lễ đón nhận danh hiệu Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông); Triển lãm không gian văn hóa thổ cẩm; Thực nghiệm không gian văn hóa thổ cẩm Việt Nam; Trình diễn “Fashion Show - thổ cẩm”; Bế mạc Lễ hội Văn hóa thổ cẩm Việt Nam lần thứ II năm 2020; Hội nghị quảng bá và kêu gọi đầu tư du lịch năm 2020; Bán kết và chung kết Cuộc thi Hoa khôi Du lịch Việt Nam 2020 tại tỉnh Đắk Nông. Năm 2021, tham gia Triển lãm Thế giới EXPO 2020 tại Dubai, Các Tiểu Vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE) với 2 nội dung: Tham gia Show thời trang Thổ cẩm với chủ đề “Dòng chảy bất tận - The Eternal Flow”; diễu tấu cồng chiêng M’Nông tỉnh Đắk Nông (30/12/2021) và Không gian triển lãm và trưng bày sản phẩm của tỉnh Đắk Nông (32/12/2021 tại Dubai nhằm giới thiệu, quảng bá tiềm năng thế mạnh của tỉnh Đắk Nông về các lĩnh vực văn hóa - du lịch - thương mại và đặc biệt là giá trị di sản vùng Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông đến với du khách trong và ngoài nước; đồng thời, kêu gọi đầu tư, thu hút khách du lịch, tăng cường mối quan hệ hợp tác giữa các tỉnh thành trong nước nói chung và quốc tế nói riêng đến đầu tư tại tỉnh Đắk Nông. Nâng tầm cho thổ cẩm Việt Nam nói chung và của tỉnh Đắk Nông nói riêng đến với công chúng quốc tế. Tăng cường quảng bá, giới thiệu tiềm năng, thế mạnh của tỉnh Đắk Nông để tạo dựng, thúc đẩy mối quan hệ hợp tác với các đối tác nước ngoài, trong đó đưa sản phẩm nghề dệt thổ cẩm đến với công chúng quốc tế, đồng thời tiếp tục bảo tồn, khôi phục và phát huy bản sắc văn hóa truyền thống của các dân tộc tỉnh Đắk Nông.

Các sự kiện là dịp để quảng bá tiềm năng, thế mạnh của tỉnh Đắk Nông, kêu gọi đầu tư, thu hút khách du lịch, tăng cường mối quan hệ hợp tác giữa các tỉnh, thành phố trong và ngoài nước; đồng thời, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của các dân tộc thiểu số Việt Nam, tạo không gian giao lưu văn hóa các dân tộc, các vùng miền trên cả nước.

Trước những nỗ lực để kích cầu du lịch, lượt khách đến tham quan, du lịch trên địa bàn tỉnh trong những tháng cuối năm tăng đáng kể. Tổng lượt khách du lịch đến Đắk Nông từ tháng 9 đến tháng 12 ước đạt 41.300 lượt khách, trong đó khách quốc tế ước đạt 1.040 lượt khách.

Ngoài ra, dịch bệnh COVID-19 bùng phát đã gây thiệt hại cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Để kịp thời chia sẻ những khó khăn của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã thường xuyên trao đổi để nắm bắt thông tin về những khó khăn, vướng mắc của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch; đồng thời tiếp thu, đề xuất các kiến nghị hỗ trợ cho doanh nghiệp để khắc phục những ảnh hưởng của dịch COVID-19 như chính sách giảm giá điện cho các cơ sở kinh doanh lưu trú. Qua đó, kịp thời động viên các doanh nghiệp du lịch cùng chung tay vượt qua những khó khăn của dịch COVID-19 để khôi phục lại hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh.

Kỳ vọng rằng, với việc đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, xúc tiến, kích cầu du lịch với những dịch vụ khuyến mãi, ưu đãi của các cơ sở, doanh nghiệp kinh doanh du lịch, ngành công nghiệp không khói của tỉnh sẽ sớm phục hồi và Đắk Nông sẽ tiếp tục là điểm đến du lịch an toàn, hấp dẫn du khách.

MÔ HÌNH DU LỊCH NÔNG NGHIỆP - HƯỚNG ĐI MỚI TRONG VÀ SAU ĐẠI DỊCH COVID-19 Ở NGHỆ AN

Nguyễn Thị Trang Nhung

*Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn Nghệ An,
Sở Khoa học và Công nghệ Nghệ An*

Tóm tắt: Nghệ An là tỉnh có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nông nghiệp. Trong Chương trình hành động thực hiện Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 trên địa bàn tỉnh Nghệ An đề ra nhiệm vụ chủ yếu “Phát triển sản phẩm du lịch xanh, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương... chú trọng phát triển các sản phẩm mô hình du lịch nông nghiệp công nghệ cao, các làng nghề truyền thống, sản phẩm OCOP ở nông thôn...”. Nội dung bài viết kế thừa nghiên cứu của tác giả trong 2 năm 2019-2020, đề cập đến những vấn đề: Khái niệm du lịch nông nghiệp; tiềm năng và hiện trạng phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp ở Nghệ An; một số ưu thế của sản phẩm du lịch nông nghiệp và những kiến nghị nhằm khai thác sản phẩm du lịch nông nghiệp trở thành một hướng đi mới trong và sau đại dịch COVID-19.

Từ khóa: Du lịch nông nghiệp, du lịch xanh, không gian xanh.

1. Khái niệm

Du lịch nông nghiệp (DLNN) đã và đang được nhiều nhà khoa học trên thế giới quan tâm nghiên cứu. Theo Duncan Hilchey, DLNN là một loại hình du lịch do người chủ hoặc người điều hành nông trại triển khai kinh doanh, nhằm mục đích nâng cao kiến thức và thư giãn giải trí đối với công chúng, quảng bá các sản phẩm của nông trại và từ đó, tăng thêm thu nhập cho nông trại¹. Nhà nghiên cứu Ramiro E. Lobo cho rằng: DLNN là khái niệm chỉ hoạt động đến tham quan một nông trại hoặc bất kỳ một cơ sở nào hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, nhằm mục đích thư giãn giải trí, nâng cao nhận thức, có thể chủ động tham gia vào hoạt động của nông trại hoặc cơ sở đó². Theo Nhóm vận hành DLNN KentucKy (2001), DLNN là bất cứ hoạt động kinh doanh nào do một nông dân tạo ra, nhằm mục đích giải trí hay giáo dục cộng đồng, để thúc đẩy những sản phẩm nông nghiệp và tạo ra thu nhập thêm cho nhà nông³. Tác giả Surabhi Srivastava cho là DLNN “mang lại cho du khách cơ hội hít thở không khí trong lành, học hỏi về môi trường nông thôn, cưỡi ngựa, thu hoạch trái cây, nuôi động vật, vắt sữa bò và tham gia vào những công việc thực sự của nông trại và mua các sản phẩm trực tiếp từ nông trại”⁴. Theo Przezborska Lucyna, DLNN là tất cả các hoạt động du lịch và giải trí có liên quan

¹ Kuehn, D., Hilchey, D., Ververs, D., Dunn, K. L., & Lehman, P. (1998). *Considerations for agritourism development*. Sea Grant New York, Cornell University, State University of New York.

² Lobo, R., Goldman, G., Jolly, D., Wallace, B., Schrader, W. L., & Parker, S. (1999). Agritourism benefits agriculture in San Diego county. *California Agriculture*, 53(6), 20-24

³ Walton, L. A. B. (2007). Kentucky wineries networking activities for Tourism development in relation to growth and profitability.

⁴ Srivastava, S. (2016), Agritourism as a Strategy for the Development of Rural Areas Case Study of Dungaajya Village, Southeast Rajasthan, India. *Journal of Medical and Dental Science Research*, 3(6), 35-39.

đến nông nghiệp, trồng trọt, thủy sản hoặc các tổ chức kinh doanh nông nghiệp. Mô hình này còn được xem là đồng nghĩa với du lịch nông trại (farm-based tourism) và là một phần trong nội hàm của khái niệm du lịch nông thôn⁵. Chính phủ Ý đưa ra định nghĩa về DLNN: Là những hoạt động chào đón khách du lịch được thực hiện bởi những nhà kinh doanh nông nghiệp và các thành viên trong gia đình của họ, các hoạt động đó phải có liên hệ mật thiết với hoạt động nông nghiệp⁶.

Mặc dù, chưa có một định nghĩa thống nhất về DLNN, tuy nhiên, hầu hết các nhà nghiên cứu đều thống nhất tương đối trong quan điểm cho rằng thuật ngữ này bao gồm một loạt các hoạt động ở nông thôn, nông trại tạo ra nhằm mục đích giáo dục hay là giải trí, thư giãn và tham quan, chủ thể chính của DLNN là những người nông dân.

Ở Việt Nam, khái niệm DLNN đã được nghiên cứu trong thời gian gần đây trong một số nghiên cứu của Đào Hồng Bích⁷, Bùi Thị Lan Phương⁸. Ngày 30/3/2018, Tổng cục Du lịch và báo Nông thôn Ngày nay phối hợp tổ chức hội thảo “*Định hướng phát triển DLNN từ góc độ sản phẩm và thị trường*” đã phân tích nội hàm khái niệm DLNN. Theo đó, DLNN được hiểu là loại hình du lịch tạo ra sản phẩm phục vụ du khách chủ yếu dựa trên nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp. Có bốn thành tố để được gọi là “du lịch nông nghiệp”, đó là: (1) Kết hợp giữa du lịch và nông nghiệp; (2) Thu hút du khách đến tham quan các hoạt động liên quan đến nông nghiệp, tăng thu nhập cho nông dân; (3) Tạo cho du khách cơ hội giải trí, hoạt động rèn luyện thể lực và tinh thần, gần gũi với thiên nhiên và trải nghiệm cuộc sống nhà nông. Việc phát triển loại hình DLNN có tác dụng, giúp đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ du lịch hỗn hợp cho du khách, gia tăng luồng du khách đến các vùng nông thôn; (4) Kéo dài mùa vụ du lịch trong những thời gian thấp điểm vốn có của ngành du lịch, với hình thức du lịch này, du khách được trải nghiệm hoạt động sản xuất nông nghiệp, thưởng thức vẻ đẹp cảnh quan nhân văn do hoạt động sản xuất nông nghiệp tạo ra”⁹.

Đồng quan điểm như trên, Tổng cục Du lịch nhận định: DLNN là loại hình du lịch dựa chủ yếu trên nền tảng của hoạt động, không gian sản xuất nông nghiệp với quan điểm phát triển bền vững về môi trường sinh thái văn hóa. DLNN có các đặc điểm sau: Thu hút khách du lịch đến với các khu vực sản xuất nông nghiệp, thông qua hoạt động nông nghiệp khách du lịch có cơ hội trải nghiệm, giải trí, rèn luyện thể lực và tinh thần, gần gũi với thiên nhiên. Hoạt động nông nghiệp phát triển du lịch gắn với cộng đồng khu vực nông thôn, góp phần tăng thu nhập cho

⁵ Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J.&Van Es,J.C.(2001), Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138

⁶ Porcaro, P. (2009), Agritourism in Italy. International Specialised Skills Institute Inc. Melbourne

⁷ Đào Hồng Bích (2018), *Giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp ở huyện Mù Cang Chải-Yên Bái*, Khóa luận tốt nghiệp, Đại học Dân lập Hải Phòng

⁸ Bùi Thị Lan Phương (2019). Du lịch nông nghiệp và du lịch nông thôn.

⁹ Ngô Thị Phương Lan, Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh Châu (2020), Du lịch nông nghiệp – Từ kinh nghiệm ở một số quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới đến sự phát triển tại huyện Yeongdong, tỉnh Chungcheongbuk, Hàn Quốc, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Khoa học Xã hội và Nhân văn, 4(2):365-375.

người nông dân; thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm và gia tăng giá trị cho sản phẩm nông nghiệp¹⁰. Trong bài viết này sử dụng cách hiểu nội hàm này tại Việt Nam về DLNN.

2. Tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp ở Nghệ An

Nghệ An là tỉnh có tài nguyên DLNN phong phú, đa dạng. Tỉnh có diện tích lớn nhất nước 16.490,25km², trong đó, có 1.457.078,38ha diện tích đất nông nghiệp¹¹, là tiềm năng để phát triển nông, lâm nghiệp trên quy mô lớn, tập trung với nhiều đặc sản trái cây ăn quả, cây công nghiệp, cây dược liệu, chăn nuôi đại gia súc.

Dân số lớn thứ 4 trong cả nước. Lực lượng lao động ở nông thôn chiếm 87,8%. Với dân số 2,5 triệu người, chiếm 80,5% dân số toàn tỉnh, trong đó lực lượng lao động có 1,953 triệu người, chiếm 78%. Có đường biên dài 419,5km, đường bờ biển dài 82km.

Toàn tỉnh có 225/431 xã đạt chuẩn nông thôn mới được UBND tỉnh quyết định công nhận, chiếm 52,20% (cao hơn bình quân cả nước); Có 3 đơn vị cấp huyện đạt chuẩn nông thôn mới (TP Vinh, thị xã Thái Hòa, huyện Nam Đàn), đã được Thủ tướng Quyết định công nhận. Việc thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới đã đạt được nhiều kết quả quan trọng, góp phần cải thiện và nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân nông thôn. Thu nhập bình quân đầu người khu vực nông thôn đến cuối năm 2019 là trên 28,5 triệu đồng/người/năm (năm 2010 là 12 triệu đồng, năm 2015 là 19,6 triệu đồng), tăng 16,5 triệu đồng/người/năm so với năm 2010. Riêng khu vực nông thôn từ 12 triệu đồng/người/năm 2010 nay tăng lên hơn 27,5 triệu đồng/người/năm, tăng gấp 2,3 lần¹². Số hộ vươn lên thoát nghèo, có đời sống khá ngày càng tăng, tỷ lệ hộ nghèo toàn tỉnh giảm. Tỷ lệ hộ nghèo đầu năm 2011 là 18,79%, đến cuối năm 2015 giảm chỉ còn 12,01% và đến cuối năm 2019 giảm còn khoảng 4%; Tỷ lệ người dân tham gia bảo hiểm y tế đạt gần 89,79% tăng 8,4% so với cuối năm 2015; Tỷ lệ người dân nông thôn được sử dụng nước hợp vệ sinh theo tiêu chuẩn tại Quyết định số 2570/QĐ-BNN của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đến cuối năm 2019 đạt 84,5%¹³.

Có 537 hợp tác xã nông nghiệp, chiếm 72,9% trong tổng số hợp tác xã toàn tỉnh¹⁴. Chất lượng hoạt động hợp tác xã có nhiều chuyển biến tích cực, đặc biệt có nhiều hợp tác xã chủ động phát huy nội lực, liên doanh, liên kết với các tổ chức và cá nhân để mở rộng sản xuất kinh doanh, đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất hàng hóa, từng bước tiếp cận thị trường trong và ngoài tỉnh. Doanh thu năm 2018 của các hợp tác xã nông nghiệp đạt 234 tỷ đồng, thu nhập lao động thường xuyên của người lao động đạt bình quân 35 triệu đồng/lao động/năm. Số Hợp tác xã hoạt động

¹⁰ Tổng cục Du lịch (2018), Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp, Tham luận Hội thảo toàn quốc “Phát triển du lịch nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới”, Lai Châu, tháng 12/2018

¹¹ Cục thống kê tỉnh Nghệ An, *Niên giám thống kê tỉnh Nghệ An 2019*, Nxb Thống kê, năm 2020, tr. 32.

¹² Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, *Báo cáo kết quả thực hiện Chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2010-2019 trên địa bàn tỉnh Nghệ An*, tháng 10/2019. Tài liệu lưu tại Kho lưu trữ Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An.

¹³ Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, *Báo cáo kết quả thực hiện Chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2010- 2019 trên địa bàn tỉnh Nghệ An*, tài liệu đã dẫn.

¹⁴ Báo cáo của Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, số liệu tính đến ngày 31/12/2018.

có hiệu quả 256 HTX chiếm 47,67%; Hợp tác xã hoạt động trung bình 161 Hợp tác xã chiếm 29,98%; Hợp tác xã hoạt động kém hiệu quả 51 HTX chiếm 9,5%¹⁵.

Cơ cấu cây trồng, vật nuôi, mùa vụ được chuyển đổi mạnh, nâng cao giá trị gia tăng, bền vững theo định hướng cơ cấu lại ngành nông nghiệp, năng suất, chất lượng, hiệu quả kinh tế với nhiều loại cây trồng, vật nuôi. Sản xuất chăn nuôi vẫn duy trì được số lượng tổng đàn và tăng trưởng sản phẩm. Điển hình là mô hình trang trại chăn nuôi bò sữa công nghệ cao của Công ty Cổ phần thực phẩm Sữa TH và Công ty Cổ phần sữa Vinamilk. Sản xuất lâm nghiệp tiếp tục chuyển biến mạnh về chất, vừa đảm bảo môi trường sinh thái, vừa đảm bảo dân sinh kinh tế, phát triển bền vững, hiệu quả. Sản xuất thủy sản tăng trưởng mạnh, năng lực đánh bắt xa bờ phát triển, sản lượng thủy sản tăng cao, năng suất nuôi trồng đạt khá, kết hợp áp dụng VietGAP trong nuôi trồng.

Nghệ An có 158 làng nghề được công nhận với 182 sản phẩm nông nghiệp lợi thế tập trung ở các nhóm ngành hàng như thực phẩm (chiếm 66,5%), đồ uống (9,9%), thảo dược (5,5), vải và may mặc (6,0%), lưu niệm – nội thất – trang trí (8,8%), dịch vụ du lịch nông thôn (3,3%). Sản phẩm lợi thế của nông nghiệp Nghệ An được sản xuất tập trung chủ yếu dưới hình thức sản xuất hộ gia đình có đăng ký kinh doanh (chiếm 32,8%) và Hợp tác xã (23%). Đây thực sự là tiềm năng cho DLNN tỉnh nhà.

Về đầu tư xây dựng, nâng cấp cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội khu vực nông thôn được chú trọng. Đến năm 2019, đã xây dựng, nâng cấp sửa chữa được trên 9.223 km đường giao thông nông thôn các loại, trong đó theo chương trình hỗ trợ xi măng của tỉnh đã làm được 3.325 km, 3.338 km kênh mương, 4.345 km đường điện, 662 nhà văn hóa, 241 chợ nông thôn, 12.500 nhà ở dân cư, 366 trạm y tế xã đạt chuẩn.

Bức tranh văn hoá nông nghiệp Nghệ An thêm phần đa dạng, phong phú và thể hiện đặc sắc bởi tập quán sản xuất và văn hóa cộng đồng ở ba vùng miền: vùng miền biển; vùng miền núi và vùng đồng bằng. Mỗi vùng có những giá trị đặc thù, độc đáo về tập tục sinh hoạt, phong tục tập quán, canh tác nông nghiệp, bản sắc văn hóa, kiến trúc nhà ở, làng nghề truyền thống, văn hóa ẩm thực... đã tạo nên bức tranh đa màu sắc và là những giá trị đặc biệt cho phát triển DLNN.

3. Hiện trạng phát triển du lịch nông nghiệp ở Nghệ An

3.1. Những kết quả đạt được

Khai thác tiềm năng sẵn có, trong thời gian gần đây, nhiều mô hình phát triển nông nghiệp gắn với du lịch đã lần lượt ra đời, có thể kể đến Đảo chè (Thanh Chương), sen và các sản phẩm từ sen kết hợp dân ca ví dặm, homestay (Hợp tác xã Sen Quê Bác - Nam Đàn), Đồi hoa xuân Thái Hòa, Đồi hoa Trương Gia Trang (Nghĩa Đàn), Trải nghiệm làm ngư dân cùng Làng nghề chế biến nước mắm Hải Giang 1, Hội sản xuất kinh doanh cá thu nướng (Cửa Lò), Cam Vinh - những mùa vàng (Quỳ Hợp), du lịch cộng đồng của đồng bào dân tộc ở Anh Sơn, Con Cuông, Quế Phong, Tân Kỳ... Ưu điểm chung lớn nhất hiện nay đó là đã khai thác được giá

¹⁵ Tổng hợp từ báo cáo của Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An và Liên minh hợp tác xã tỉnh Nghệ An.

trị của điểm đến tham quan, đáp ứng được cơ bản nhu cầu trải nghiệm cảnh nông thôn bình yên, một môi trường trong lành, thân thiện, trải nghiệm làm người dân lao động, hưởng thụ hương đồng gió nội.

Về dịch vụ du lịch gồm có nhóm dịch vụ du lịch do chính các điểm tham quan du lịch cung cấp (như cùng trải nghiệm sản xuất, ăn, ngủ, chơi với người nông dân) và nhóm dịch vụ do địa phương cung cấp (như hệ thống nhà hàng, khách sạn, vận chuyển, khu vui chơi giải trí), đã cơ bản đáp ứng nhu cầu cho các đối tượng khách khi đến với địa phương. Qua số liệu khảo sát cho thấy, thành phố Vinh - trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa của tỉnh và thị xã Cửa Lò với bãi tắm nổi tiếng bậc nhất khu vực là nơi tập trung chủ yếu các nhà hàng, khách sạn. Tổng cơ sở lưu trú ở Vinh là 185, Cửa Lò là 305 (trên tổng số 834 cơ sở lưu trú toàn tỉnh). Tổng số cơ sở lưu trú ở các vùng: vùng ven biển 434 cơ sở, chiếm 52%, vùng đồng bằng 50 cơ sở, chiếm 6%, vùng ven đô 190 cơ sở, chiếm 22,8%.¹⁶

Về hàng hóa DLNN khá phong phú, đa dạng với nhiều chủng loại phân bố ở các vùng trong tỉnh. Vùng ven biển có ưu thế với nhóm sản phẩm hải sản và mây tre đan. Vùng đồng bằng có ưu thế về nhóm sản phẩm chế biến lương thực, thực phẩm và mỹ nghệ. Vùng nông nghiệp ven đô có ưu thế với các sản phẩm hàng hóa lưu niệm và sản phẩm gỗ mỹ nghệ. Vùng nông nghiệp miền núi đa dạng hàng hóa du lịch gắn với nhiều ngành nghề khác nhau như chế tác đá mỹ nghệ, sản phẩm nhóm đồ uống, thảo dược, sản phẩm dệt thổ cẩm.

Về khai thác thị trường khách DLNN hiện nay chủ yếu là nội tỉnh, trong đó lượng khách từ trung tâm thành phố về các huyện chiếm 70%, một lượng nhỏ khách đến từ các huyện khác. Lượng khách từ các tỉnh bạn đến tham quan chưa nhiều. Theo kết quả khảo sát tại 29 điểm DLNN mà nhóm thực hiện đề tài phỏng vấn sâu (năm 2019), chỉ có 02 điểm đã đón khách nước ngoài (chiếm 6,9%), các điểm còn lại chủ yếu đón khách trong tỉnh. Tại điểm khảo sát ở Đảo chè, hàng năm, vào khoảng tháng 9,10, đón 70 - 80% khách Tây (chủ yếu châu Âu, Đức).

Về hoạt động kinh doanh của các mô hình DLNN: DLNN ở Nghệ An hiện nay hoạt động dưới nhiều mô hình khác nhau, bởi vậy, có sự khác biệt về cách thức hoạt động và chia sẻ lợi nhuận. Mô hình: Tổ chức, cá nhân canh tác nông nghiệp kết hợp khai thác du lịch là mô hình phổ biến hiện nay của DLNN ở Nghệ An. Mô hình này khai thác chủ yếu trực tiếp trên khu vực sản xuất nông nghiệp, xây dựng chuỗi giá trị du lịch và nông nghiệp. Một số mô hình Hợp tác xã phát triển nông nghiệp, nghề thủ công kết hợp du lịch sinh thái. Các nhà vườn, trang trại canh tác, khu sản xuất nông nghiệp công nghệ cao trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn du khách (như: Làng nòi đất Trù Sơn - Đô Lương, Đồi hoa xuân Thái Hòa, các trang trại cây ăn quả ở Thái Hòa, Nghĩa Đàn, trang trại trồng Sô - Nghĩa Đàn).

Mô hình kinh doanh du lịch cộng đồng với sự liên kết của các hộ gia đình là mô hình có sự đầu tư đồng bộ, chất lượng dịch vụ tốt nhất trong các loại mô hình kinh doanh DLNN ở Nghệ An hiện nay. Nghệ An có hơn 40 cơ sở lưu trú homestay đủ sức chứa cho 1.200 khách, tập trung chủ yếu ở các huyện miền Tây Nghệ An, như: homestay bản Nưa - Yên Khê (Con Cuông); Hồng Long homestay; The Beach

¹⁶ Báo cáo Phân bố dịch vụ lưu trú của Phòng Nghiệp vụ lưu trú, Sở Du lịch Nghệ An, tháng 9/2019.

House Cửa Lò 1; The Beach House Cửa Lò 2; Dong Du Village Lakeside Farmstays (Thị xã Thái Hòa); Lưu Phúc hostel Nghệ An (Nam Đàn); Chez Thuy Farmstay (Thái Hòa). Phần lớn các hộ gia đình tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng thông qua cung cấp các dịch vụ homestay cho khách du lịch dưới hình thức đầu tư, tôn tạo nhà ở thành phòng cho thuê. Ngoài ra, các hộ còn kinh doanh dịch vụ ăn uống, vận chuyển tham quan và một số dịch vụ vui chơi giải trí ngoài trời (câu cá, tham gia hoạt động sản xuất nông nghiệp truyền thống).

Mô hình du lịch cộng đồng đem lại việc làm và thu nhập cho cộng đồng và từng hộ gia đình bên cạnh các hoạt động sản xuất nông nghiệp. Với mô hình này các hộ gia đình chủ động, dễ tiếp cận hoạt động kinh doanh du lịch, tranh thủ điều kiện sẵn có của gia đình, bản sắc văn hóa của dân tộc để thu hút khách, vốn đầu tư thấp.

Ngoài ra, trên địa bàn tỉnh còn có mô hình doanh nghiệp du lịch liên kết với các hộ gia đình khai thác kinh doanh du lịch (Mô hình Rượu men lá Quỳnh Châu). Mô hình doanh nghiệp đầu tư xây dựng trang trại nghỉ dưỡng, giáo dục gắn với sinh thái nông nghiệp khu du lịch sinh thái Cửa Hội, trang trại Trám Thanh Chương, Check in cánh đồng hoa hướng dương và tham quan trang trại bò sữa của Công ty Cổ phần sữa TH.

Cơ chế, chính sách hỗ trợ cho phát triển sản phẩm DLNN được thực hiện gián tiếp thông qua: Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2010 - 2020, Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Nghệ An giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến năm 2030 (OCOP). Các xã, huyện đã xây dựng kế hoạch phát triển sản phẩm DLNN trên cơ sở chính sách xây dựng nông thôn mới như: hỗ trợ kinh phí đổi mới công nghệ, trang thiết bị, gắn nhãn mác, xúc tiến tiêu thụ sản phẩm, tổ chức sản xuất tại khu vực có quy hoạch, ưu tiên khu vực trong tuyến du lịch... Nhờ vậy, đã làm thay đổi căn bản hình ảnh nông thôn, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch tại khu vực nông thôn.

Một số huyện, xã đã được quy hoạch chi tiết cho phát triển du lịch, bố trí đầu tư về cơ sở hạ tầng tại các tuyến, điểm du lịch; Hỗ trợ một phần kinh phí đầu tư sản xuất, huy động nhân dân trên địa bàn tham gia phát triển DLNN; Khuyến khích nhân dân và các tổ chức kinh tế mạnh dạn sản xuất nâng cao chất lượng các sản phẩm truyền thống của địa phương, đưa vào chương trình OCOP gắn với giới thiệu và phát triển du lịch.

Bên cạnh đó là các quy hoạch, đề án, kế hoạch và chính sách phát triển du lịch nông thôn định hướng, huy động sự quan tâm đầu tư cho phát triển du lịch nông thôn như Đề án phát triển du lịch cộng đồng ở Con Cuông, Quỳnh Châu, Quế Phong, Anh Sơn...

Các hoạt động xúc tiến quảng bá điểm đến, xúc tiến sản phẩm gắn với đặc trưng văn hóa, sản vật địa phương như: Lễ hội ẩm thực, lễ hội cam, Lễ hội hoa hướng dương... mang tính chất truyền thông, giới thiệu có sức lan tỏa bước đầu.

3.2. Những khó khăn, tồn tại

Phát triển sản phẩm DLNN còn gặp rất nhiều tồn tại, bất cập như là:

(1) Nghệ An chưa có đề án, chương trình nào về phát triển sản phẩm DLNN. Chưa có quy hoạch một cách khoa học, các vùng các địa phương, các trang trại, các sản phẩm có thể tham gia loại hình DLNN.

(2) Về sản phẩm DLNN chưa đáp ứng thị trường. Sản phẩm mới chỉ đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ ngơi, ăn uống, trải nghiệm của du khách ở mức đơn giản. Sản phẩm DLNN chất lượng cao để phục vụ du khách chưa nhiều. Chi tiêu của khách đối với sản phẩm DLNN chủ yếu mua vé tham quan, ăn uống, phòng ở, mà chưa chi nhiều cho các dịch vụ ngoài tour (do chưa có nhiều dịch vụ bổ trợ hoặc có nhưng không hấp dẫn được du khách). Sản phẩm DLNN đang thiếu tính kết nối tour, tuyến, dịch vụ bổ trợ, giá cả, chất lượng dịch vụ.

(3) Về chất lượng dịch vụ, chất lượng điểm đến còn thấp, trang thiết bị lạc hậu. Khai thác dịch vụ DLNN còn bị động. Đối với dịch vụ do các hộ nông cung cấp về chất lượng chưa đạt chuẩn, đặc biệt còn hạn chế về kỹ năng giao tiếp với khách du lịch, chỉ phục vụ theo yêu cầu của du khách, chưa biết kích thích nhu cầu tiêu dùng dịch vụ.

(4) Nguồn nhân lực còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng. Người nông dân chưa được trang bị đầy đủ kiến thức, các kỹ năng nghiệp vụ du lịch, đặc biệt là DLNN. Tại các làng nghề truyền thống có hiện tượng già hóa nguồn nhân lực.

(5) Thiếu sự liên kết giữa các hộ nông trong vùng phát triển du lịch. Kết nối giữa doanh nghiệp lữ hành với các điểm đến DLNN chưa chặt chẽ, thiếu tính chuyên nghiệp và sự tin tưởng lẫn nhau. Năng lực các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh chưa cao. Hiện mới có lẽ từ một số doanh nghiệp khai thác mảng DLNN như: Công ty CP du lịch Nghệ An, Vinh Guru, Công ty Đầu tư du lịch PhucGroup.

(6) Tính thời vụ trong du lịch ở Nghệ An vốn cao, tính thời vụ trong DLNN lại càng cao. 100% các điểm khảo sát đều cho rằng, nếu phát triển DLNN thì chỉ diễn ra mùa vụ, thời gian giao động trong vài tháng trong năm. Lý do là chịu ảnh hưởng bởi tính chất mùa vụ của sản phẩm nông nghiệp và bởi chịu ảnh hưởng của điều kiện tự nhiên, thời tiết khí hậu khắc nghiệt.

4. Một số ưu thế của sản phẩm DLNN trong và sau đại dịch Covid

(1) Đáp ứng nhu cầu “du lịch xanh” của du khách.

UNWTO cho rằng, trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19, khu vực nông thôn mang tới thời cơ để phục hồi ngành du lịch, khi du khách tìm đến những điểm mới, vắng người, trải nghiệm không gian và hoạt động ngoài trời. Thay vì lựa chọn ở trong các khách sạn, nhà nghỉ khép kín, du khách chuyển sang lựa chọn “khách sạn xanh”, “cuộc sống xanh” cùng với người dân nông thôn và tham gia các trải nghiệm cuộc sống nhà nông trong những không gian mở và an toàn.

(2) Đáp ứng nhu cầu trải nghiệm ngày càng phong phú, hấp dẫn với nhiều dịch vụ phù hợp trong bối cảnh dịch COVID-19.

- Trải nghiệm nhà nông: Trải nghiệm trồng trọt; Trải nghiệm chăn nuôi; Trải nghiệm chế biến thủy hải sản, thu hoạch...

- Du khách được trải nghiệm trồng cây ăn trái, thu hoạch cây trồng, chăm sóc động vật cùng nhà nông.

- Nông dân truyền tải các kiến thức nhà nông về cây trồng, vật nuôi đặc trưng vùng miền cho du khách hiểu.

- Đáp ứng nhu cầu du khách muốn thưởng thức thực phẩm TƯƠI SẠCH, giúp du khách trải nghiệm ẩm thực đặc sắc mang đậm dấu ấn vùng miền.

- Có dịch vụ phục vụ du khách trọn gói thông qua các công ty du lịch và dịch vụ trải nghiệm ngắn ngày, trải nghiệm trong ngày.

(3) Những điểm check in “xanh mướt”.

(4) Có đủ không gian đáp ứng nhu cầu của du khách.

- Không gian hoạt văn hóa cộng đồng đáp ứng nhu cầu thưởng thức văn hóa, trải nghiệm văn hóa của nhóm du khách;

- Không gian tổ chức gala và thưởng thức văn hóa ẩm thực;

- Không gian lưu trú/ngủ nghỉ dưỡng an toàn. Dịch vụ lưu trú thoáng đãng tại nông trại. Phòng nghỉ được thiết kế gần gũi với thiên nhiên, thân thiện với môi trường...

(5) Mô hình du lịch trải nghiệm không giới hạn độ tuổi, đối tượng.

Điều đặc biệt là mô hình DLNN phù hợp với nhiều độ tuổi và nhiều đối tượng, từ người già muốn tìm nơi để thư giãn tinh thần sau những ngày sống ngột ngạt, bức bối vì giãn cách, cách ly trong đại dịch; đến giới trẻ thích check in sống ảo; Các bạn học sinh thích trải nghiệm làm nhà nông, nhặt rau, hái quả; Sinh viên tiếp cận cuộc sống, kết hợp học đi đôi với hành.... Trong bối cảnh trong và sau đại dịch COVID-19, tại các điểm DLNN với không gian rộng, thoáng đãng, được đầu tư bài bản, đẹp để sẵn sàng đón khách đoàn, khách gia đình đủ các thế hệ và khách lẻ...

5. Một số kiến nghị nhằm khai thác sản phẩm DLNN trở thành một hướng đi mới trong và sau đại dịch COVID-19

Du lịch nông nghiệp đang là sản phẩm khá mới mẻ ở Nghệ An. Bên cạnh những lợi thế, ưu điểm, còn gặp rất nhiều khó khăn. Do vậy, cần đưa ra hệ thống các giải pháp mang tính chất tác động đồng bộ, nhằm khắc phục các mặt còn hạn chế, khai thác hiệu quả tiềm năng sẵn có của tỉnh. Bài viết này không đi sâu vào những giải pháp mang tính chiến lược, lâu dài mà tác giả chỉ đưa ra một số kiến nghị, đề xuất trước mắt để các điểm, mô hình DLNN ở Nghệ An có thể sẵn sàng trong đón và phục vụ khách trong và sau đại dịch COVID-19, xem đó như là một hướng đi mới của Nghệ An.

- Về hệ thống giải pháp lâu dài có thể kể đến như: Giải pháp về cơ chế chính sách; Giải pháp thu hút vốn đầu tư; Giải pháp về tổ chức, quản lý; Giải pháp về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất phục vụ khách du lịch; Giải pháp về xây dựng, phát triển sản phẩm DLNN; Marketing, quảng bá, xúc tiến; Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực...

- Về chủ trương, tỉnh Nghệ An, ngành du lịch và nhân dân địa phương cần đưa DLNN thành một sản phẩm lợi thế, cần được tiếp tục đầu tư xây dựng, khai thác và hoàn chỉnh sản phẩm.

- Sở Du lịch Nghệ An cần chủ trì phối hợp với các sở, ban, ngành, đơn vị liên quan tham mưu UBND tỉnh ban hành chính sách (hoặc Chương trình/kế hoạch/Đề án) xây dựng, phát triển các vùng DLNN trên địa bàn tỉnh, trong đó ưu tiên tập trung giải quyết các vấn đề như:

(1) Quy hoạch chi tiết không gian của các trang trại, nhà vườn gắn phát triển nông nghiệp, phát triển các đặc sản, sản phẩm truyền thống địa phương với phát triển du lịch; Các vấn đề liên quan đến chủ trương giao quỹ đất nông nghiệp một cách hợp lý cho tổ chức, người dân kinh doanh DLNN, để xây dựng các hạng mục cơ sở vật chất cần thiết phục vụ khách du lịch (như nhà lán, homestay...);

(2) Xây dựng sản phẩm DLNN đặc trưng, trọng tâm của tỉnh, của huyện, của xã, của làng. Chú trọng xây dựng sản phẩm DLNN “bốn mùa”. Vùng ven biển nơi tập trung rất nhiều làng nghề liên quan đến đánh bắt hải sản và sản xuất các thực phẩm từ hải sản như nước mắm, cá biển khô... Cần xây dựng các chương trình du lịch làng nghề tại các vùng ven biển. Vùng ven đô và vùng đồng bằng, nơi tập trung các di tích văn hóa, di tích lịch sử, các khu du lịch sinh thái cần kết hợp các điểm du lịch văn hóa trong các tour du lịch, tạo thêm điểm nhấn cho du khách khi tham quan du lịch tại địa phương. Vùng miền núi tập trung các sản phẩm homestay, trải nghiệm văn hóa các dân tộc, cần được ưu tiên, tập trung phát triển về du lịch nông thôn. Cần xây dựng và xác định rõ ràng về các phương thức sản xuất, canh tác của từng dân tộc. Các nghề nông nghiệp cần được phân tách rõ ràng về quy trình sản xuất, cách thức và thời gian sản xuất. Các hoạt động như trải nghiệm, khám phá các quy trình sản xuất của mỗi nghề cho du khách tham gia cần được xây dựng, nghiên cứu sao cho phù hợp với điều kiện tại địa phương;

(3) Các sản phẩm về ẩm thực địa phương: Các món ăn cần được nghiên cứu mang đậm nét văn hóa địa phương và nông nghiệp;

(4) Marketing, quảng bá, xúc tiến DLNN;

(5) Vấn đề đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực DLNN.

- Trước mắt, để chuỗi cái điểm đến DLNN có thể sẵn sàng đón khách, Sở Du lịch, các địa phương và các điểm đến cần triển khai các nội dung như:

+ Ngành du lịch cần đưa sản phẩm DLNN vào Kế hoạch phục hồi du lịch Nghệ An trong và sau đại dịch COVID-19.

+ Cần có hướng dẫn về công tác đảm bảo an toàn cho du khách khi có dịch bệnh.

+ Ngành du lịch cần rà soát và lựa chọn những điểm đến ưu tiên có thể đón khách du lịch trong và sau đại dịch, đi kèm là những tiêu chí du lịch an toàn tại các điểm đến.

+ Cần có sự liên kết giữa các điểm đón khách du lịch và cơ sở y tế để đảm bảo đón khách du lịch an toàn.

+ Cần tổ chức các khóa đào tạo (trên nền tảng số) và đào tạo trực tiếp, để đào tạo kỹ năng tiếp đón du khách và kỹ năng tiếp thị các sản vật, đặc sản do nông hộ làm ra được đến với du khách; kỹ năng lưu trú tại nhà dân, homestay...

Trong bối cảnh môi trường đang bị suy thoái và biến đổi khí hậu nặng nề, ngày sẽ càng tăng số lượng người bị nhiễm các nhóm bệnh nan y và dịch bệnh. Do vậy, được nghỉ ngơi thư giãn thực sự trong một không gian đồng quê sạch sẽ, yên bình, ẩm cúng, được hưởng thụ các thực phẩm đồng quê mang tính thiên nhiên xanh, sạch, an toàn đang là một nhu cầu lớn từ các cư dân đô thị lớn. Mô hình du lịch nông nghiệp sẽ là xu hướng đáng được ưu tiên quan tâm trong và sau đại dịch COVID-19./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 2675/QĐ-UBND của Ủy ban nhân tỉnh Nghệ An về việc Chương trình hành động thực hiện Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 trên địa bàn tỉnh Nghệ An ngày 30 tháng 7 năm 2021.
2. Nguyễn Thị Trang Nhung (Chủ nhiệm), Nghiên cứu, đề xuất mô hình du lịch nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Nghệ An (năm 2019) và Hỗ trợ triển khai một số mô hình du lịch nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh Nghệ An (năm 2020).
3. Kuehn, D., Hilchey, D., Ververs, D., Dunn, K. L., & Lehman, P. (1998). *Considerations for agritourism development*. Sea Grant New York, Cornell University, State University of New York.
4. Lobo, R., Goldman, G., Jolly, D., Wallace, B., Schrader, W. L., & Parker, S. (1999). Agritourism benefits agriculture in San Diego county. *California Agriculture*, 53(6), 20-24.
5. Walton, L. A. B. (2007). Kentucky wineries networking activities for Tourism development in relation to growth and profitability.
6. Srivastava. S (2016), Agritourism as a Strategy for the Development of Rural Areas Case Study of Dungrajya Village, Southeast Rajasthan, India. *Journal of Medical and Dental Science Research*, 3(6), 35-39.
7. Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J. & Van Es, J.C. (2001), Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138.
8. Porcaro, P. (2009), Agritourism in Italy. International Specialised Skills Institute Inc. Melbourne.
9. Đào Hồng Bích (2018), *Giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp ở huyện Mù Cang Chải-Yên Bái*, Khóa luận tốt nghiệp, Đại học Dân lập Hải Phòng.
10. Bùi Thị Lan Phương (2019). Du lịch nông nghiệp và du lịch nông thôn.
11. Ngô Thị Phương Lan, Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh Châu (2020), Du lịch nông nghiệp - Từ kinh nghiệm ở một số quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới đến sự phát triển tại huyện Yeongdong, tỉnh Chungcheongbuk, Hàn Quốc, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Khoa học Xã hội và Nhân văn, 4(2):365-375.
12. Tổng cục Du lịch (2018), Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp, Tham luận Hội thảo toàn quốc “Phát triển du lịch nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới”, Lai Châu, tháng 12/2018.

13. Cục thống kê tỉnh Nghệ An, *Niên giám thống kê tỉnh Nghệ An 2019*, Nxb Thống kê, năm 2020, tr. 32.
14. Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, *Báo cáo kết quả thực hiện Chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2010-2019 trên địa bàn tỉnh Nghệ An*, tháng 10/2019. Tài liệu lưu tại Kho lưu trữ Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An.
15. Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, *Báo cáo kết quả thực hiện Chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2010-2019 trên địa bàn tỉnh Nghệ An*, tài liệu đã dẫn.
16. Báo cáo của Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An, số liệu tính đến ngày 31/12/2018.
17. Tổng hợp từ báo cáo của Ủy ban nhân dân tỉnh Nghệ An và Liên minh hợp tác xã tỉnh Nghệ An.
18. Báo cáo Phân bổ dịch vụ lưu trú của Phòng Nghiệp vụ lưu trú, Sở Du lịch Nghệ An, tháng 9/2019.
19. <https://baonghean.vn/nghe-an-co-280-xa-dat-chuan-nong-thon-moi-296581.html>.

GIẢI PHÁP HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP DU LỊCH PHỤC HỒI, PHÁT TRIỂN SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Tóm tắt: Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã đặt mục tiêu đưa du lịch Việt Nam thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn và phát triển bền vững, biến Việt Nam trở thành điểm đến đặc biệt hấp dẫn, thuộc nhóm 30 quốc gia có năng lực cạnh du lịch hàng đầu thế giới, đáp ứng đầy đủ yêu cầu và mục tiêu phát triển bền vững. Trong giai đoạn 2011-2019, du lịch Việt Nam đã phát triển vượt bậc với nhiều thách thức đáng ghi nhận. Tuy nhiên, kể từ năm 2020, trước cơn bão dịch bệnh COVID-19, ngành Du lịch Việt Nam phải đối mặt với những khó khăn chưa từng có, trong đó cộng đồng doanh nghiệp đã phải gánh chịu những tổn thất nặng nề. Việt Nam muốn vượt qua và hiện thực hóa các mục tiêu trong Chiến lược phát triển ngành Du lịch đến năm 2030, điều quan trọng nhất là phải đưa doanh nghiệp du lịch Việt Nam tìm cách hồi phục và phát triển sau đại dịch. Bài viết này phân tích thực trạng ngành Du lịch và doanh nghiệp du lịch Việt Nam hiện nay và các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi, phát triển sau đại dịch.

Từ khóa: Doanh nghiệp Du lịch Việt Nam, COVID-19, phục hồi, phát triển.

1. Khái quát phát triển doanh nghiệp Du lịch Việt Nam 2011-2019

Lịch sử phát triển Du lịch Việt Nam được chính thức đánh dấu từ ngày 9/7/1960 với sự kiện Thủ tướng Chính phủ Phạm Văn Đồng ký Nghị định 26/CP thành lập Công ty Du lịch Việt Nam thuộc Bộ Ngoại thương. Trong suốt 60 năm qua, ngành Du lịch luôn được Đảng và nhà Nước quan tâm, ở mỗi thời kỳ đều xác định vị trí của Du lịch trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước phù hợp với yêu cầu cách mạng. Vượt qua nhiều khó khăn, thách thức, đến nay, ngành Du lịch đã và đang có đóng góp không nhỏ trong phát triển kinh tế - xã hội đất nước, đóng vai trò quan trọng trong việc đẩy mạnh tiến trình hội nhập quốc tế và thực hiện đường lối đối ngoại của quốc gia, bảo tồn và phát huy những giá trị di sản văn hóa dân tộc, quảng bá hình ảnh Việt Nam và con người Việt Nam ra thế giới.

Trong giai đoạn 2011-2019, ngành Du lịch Việt Nam đã đạt được những bước tiến đầy mạnh mẽ, góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao vị thế và hình ảnh quốc gia. Năm 2019 là năm thứ 10 liên tiếp ngành Du lịch có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định kể từ sau cuộc khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu năm 2009. Khách du lịch tăng lên đáng kể, từ 6 triệu lượt khách quốc tế, 30 triệu lượt khách nội địa (năm 2011) tăng lên 18 triệu lượt khách quốc tế, 85 triệu lượt khách nội địa (năm 2019), tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2019 đạt 14,9%/năm đối với khách quốc tế, 15%/năm đối với khách nội địa.

Cùng với sự gia tăng lượng khách, tổng thu từ khách du lịch cũng tăng từ 130.000 tỷ đồng năm 2011 lên 726.000 tỷ đồng năm 2019 (tương đương mức tăng 5,5 lần), mức tăng trưởng bình quân cho cả giai đoạn 2011-2019 đạt 24%/năm. Tỷ lệ đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP cũng ngày càng tăng, đạt 9,2% năm

2019. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ngày càng được cải thiện, nâng cao cả về chất và lượng. Năm 2011, cả nước có 13.756 cơ sở lưu trú, với tổng số 256.739 buồng, đến năm 2019, tăng lên 30.000 cơ sở lưu trú với 650.000 buồng. Tốc độ tăng trưởng bình quân số buồng lưu trú cả giai đoạn 2011 - 2019 đạt khoảng 12,3%/năm, công suất sử dụng buồng trung bình đạt khoảng 59%/năm. Các loại hình lưu trú ngày càng đa dạng, từ hệ thống cơ sở lưu trú cao cấp (khách sạn 4-5 sao, căn hộ du lịch cao cấp, biệt thự du lịch) đến hệ thống khách sạn xếp hạng từ 1-3 sao, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (homestay), làng du lịch, tàu thủy lưu trú du lịch,...

Trong những yếu tố làm nên sự thành công vượt trội của ngành Du lịch Việt Nam giai đoạn vừa qua không thể không nhắc đến sự lớn mạnh không ngừng cả về quy mô và năng lực của khối doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực Du lịch. Đội ngũ doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế liên tục gia tăng, từ vốn vện 76 doanh nghiệp năm 1996 tăng lên 428 doanh nghiệp năm 2005 và 2.667 doanh nghiệp năm 2019. Trong số 2.667 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế, số lượng doanh nghiệp thuộc loại hình TNHH chiếm 62,4%, cổ phần chiếm 36,3%, còn lại 1,4% là loại hình doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Sự gia tăng về số lượng các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế đã góp phần quan trọng nâng cao năng lực ngành Du lịch Việt Nam, khẳng định du lịch Việt Nam đủ khả năng đón các đoàn khách quốc tế đến từ khắp nơi trên thế giới. Nhiều doanh nghiệp lữ hành đã chủ động thiết lập các văn phòng đại diện ở nước ngoài, là cơ sở để xúc tiến quảng bá tại chỗ, thu hút khách từ các thị trường trọng điểm. Cùng với các doanh nghiệp lữ hành quốc tế, đội ngũ doanh nghiệp lữ hành nội địa cũng dần phát triển, góp phần phục vụ một lượng khách nội địa ngày càng lớn. Tính đến hết năm 2019, cả nước đã có hơn 500 doanh nghiệp được cấp giấy phép kinh doanh lữ hành nội địa. Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa đã chủ động thường xuyên đầu tư, khảo sát xây dựng các sản phẩm du lịch hấp dẫn, kết nối tuyến điểm du lịch vùng miền phục vụ nhu cầu đa dạng của du khách, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường khách nội địa. Sự phát triển của đội ngũ doanh nghiệp lữ hành đã thu hút đội ngũ nhân lực dồi dào với 27.638 hướng dẫn viên du lịch năm 2019 (tăng 15% so với năm 2018), trong đó có 17.825 hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 9.134 hướng dẫn viên du lịch nội địa và 724 hướng dẫn viên du lịch tại điểm. Đội ngũ hướng dẫn viên có trình độ từ đại học trở lên (chiếm 71,3%), tốt nghiệp cao đẳng (chiếm 18%), trình độ khác (10,7%).

Với những nỗ lực không ngừng nâng cao chất lượng, Việt Nam đã trở thành điểm đến hấp dẫn trên thế giới, được các tổ chức, báo chí quốc tế uy tín tôn vinh bằng những giải thưởng danh giá tầm khu vực và thế giới. Năm 2019, Du lịch Việt Nam vinh dự nhận hàng loạt giải thưởng danh giá từ các tổ chức quốc tế uy tín trên toàn cầu. Nổi bật nhất là các giải thưởng do World Travel Awards trao tặng như: Điểm đến di sản hàng đầu thế giới; Điểm đến Golf hàng đầu thế giới và châu Á; Điểm đến hàng đầu châu Á; Điểm đến văn hóa hàng đầu châu Á và Điểm đến ẩm thực hàng đầu châu Á. Cùng với đó là rất nhiều giải thưởng danh giá tầm khu vực và thế giới dành cho các khách sạn, khu nghỉ dưỡng, điểm du lịch, nhà hàng, công ty du lịch, hãng hàng không...

2. Doanh nghiệp du lịch Việt Nam trong bối cảnh COVID-19

Đại dịch COVID-19 như cơn cuồng phong chưa từng có trong lịch sử, khiến ngành Du lịch trong nước và quốc tế bị thiệt hại nặng nề. Bước vào năm 2020, du lịch Việt Nam đã đón lượng khách quốc tế kỷ lục trong tháng 1, đạt 2 triệu lượt, tăng 32,8% so với cùng kỳ 2019. Tuy nhiên, vì đại dịch COVID-19, tháng 3/2020 Việt Nam đã phải ngừng đón khách quốc tế. Du lịch Việt Nam - một ngành đang tăng trưởng bốn năm liên tục ở mức 2 con số, đóng góp trực tiếp gần 10% GDP, đóng góp lan tỏa trên 18% GDP, nay suy thoái nghiêm trọng. Năm 2020, ngành Du lịch chỉ đón được 3,8 triệu lượt khách quốc tế (giảm 78,7% so với năm 2019), trong đó, hơn 96% là khách quốc tế đến trong quý I năm 2020. Ở trong nước, mặc dù dịch COVID-19 nhanh chóng được kiểm soát tốt, du lịch nội địa vẫn hoạt động nhưng liên tục bị gián đoạn bởi các đợt giãn cách xã hội khi dịch bùng phát, do đó khách nội địa năm 2020 giảm 50% so với năm 2019 và khách Việt Nam đi du lịch nước ngoài giảm đến 90%. Tổng thu của ngành Du lịch cũng bị thiệt hại nghiêm trọng, chỉ đạt khoảng 312 nghìn tỷ đồng năm 2020 (giảm 58,7% so với năm 2019), thiệt hại khoảng 23 tỷ USD (tương đương khoảng 530.000 tỷ đồng). Chuỗi tăng trưởng liên tục 10 năm của du lịch Việt Nam bị “đứt gãy”, các chỉ tiêu phát triển du lịch trong năm 2020 không thể hoàn thành như mục tiêu Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị đã đề ra.

Với một lực lượng hùng hậu 3.339 doanh nghiệp lữ hành, trong đó có 2.519 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, 820 doanh nghiệp lữ hành nội địa, Covid ập đến gây tổn thất nặng nề cho tất cả các doanh nghiệp lữ hành của Việt Nam. Trung bình mỗi ngày có 15 giấy phép hoạt động lữ hành quốc tế bị thu hồi... Trong quý I và quý II/2020 có khoảng 95% các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế trên cả nước đã dừng hoạt động. Cụ thể, trong năm 2020, có tới 338 doanh nghiệp lữ hành quốc tế xin thu hồi giấy phép kinh doanh, tăng 3 lần so với năm 2019; có 201 doanh nghiệp xin cấp giấy phép mới, giảm hơn 1/3 lần so với mức trước đại dịch. Khoảng 1/5 tổng số cơ sở lưu trú trên cả nước phải đóng cửa, 1/3 hoạt động cầm chừng.

Các cơ sở lưu trú phải đóng cửa khiến lực lượng đông đảo lao động trong ngành Du lịch bị thất nghiệp. Thực trạng lúc này cho thấy, nhân lực ngành Du lịch bị mất việc làm hoặc chuyển đổi sang ngành nghề mới để tạo công ăn việc làm duy trì cuộc sống. Theo Hội đồng Tư vấn Du lịch Việt Nam, nước ta có khoảng 4,9 triệu lao động làm việc trong lĩnh vực du lịch, chưa kể lực lượng lao động ở những mảng công việc có liên quan. Do ảnh hưởng của dịch COVID-19, số lượng nhân viên phải nghỉ việc tại các công ty du lịch ngày một tăng. Qua khảo sát của Hội đồng Tư vấn du lịch Việt Nam, có tới 18% số doanh nghiệp đã phải cho toàn bộ nhân viên nghỉ việc; 48% doanh nghiệp cho từ 50-80% nhân viên nghỉ việc; 75% doanh nghiệp phải có các hình thức hỗ trợ tài chính khác nhau đối với lao động bị mất việc làm.

Bước sang năm 2021, số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy dịch COVID-19 tiếp tục tác động xấu tới tình hình du lịch. Tất cả các chỉ số về khách quốc tế, dịch vụ lữ hành, lưu trú đều giảm mạnh so với cùng kỳ năm ngoái. Khách du lịch 10 tháng đầu năm 2021 chỉ đạt 32,3 triệu lượt (chỉ bằng 44,7% so với cùng kỳ năm

2019), trong đó khách lưu trú chỉ đạt 16,2 triệu lượt (bằng 44% so với mức trước đại dịch). Tổng thu từ khách du lịch ước chỉ đạt 138.150 tỷ đồng. Ngành giao thông vận tải, trong đó, vận tải hàng không chịu ảnh hưởng nghiêm trọng. Trong báo cáo tình hình phát triển doanh nghiệp năm 2020 và 5 tháng đầu năm 2021, Bộ Kế hoạch và Đầu tư dự báo hoạt động vận tải hàng không tiếp tục gặp khó trong năm 2021. Hãng hàng không quốc gia Vietnam Airlines dự báo quý I/2021 lỗ khoảng 4.800 tỷ đồng, trong 6 tháng đầu năm số lỗ có thể lên tới 10.000 tỷ đồng. Nếu dịch COVID-19 được kiểm chế, phải đến năm 2024 hoạt động ngành hàng không mới có thể phục hồi như trước dịch bệnh. Các dịch vụ vận tải đường bộ, đường sắt... cũng chịu tác động tiêu cực khi hoạt động thương mại và du lịch sụt giảm.

3. Xu hướng phát triển du lịch Việt Nam trong thời gian tới

Có thể thấy những tác động tiêu cực của dịch COVID-19 đến ngành Du lịch là rất nặng nề. Bối cảnh chung của quốc gia và thế giới trong thời gian tới là tiền tới chấp nhận sự thật rằng dịch bệnh sẽ khó, thậm chí không thể xóa bỏ hoàn toàn. Do đó, thiết lập trạng thái “bình thường mới” và xây dựng chiến lược sống chung với dịch bệnh sẽ là mục tiêu mà toàn cầu cùng hướng đến. Tuy nhiên, dịch COVID-19 cũng gợi mở nhiều cơ hội để ngành Du lịch vượt qua thách thức qua việc đánh giá, nhận định được xu hướng phát triển của ngành Du lịch cũng như nhu cầu của du khách trong thời gian tới theo một số xu hướng sau:

1) Xu hướng du lịch điếm đến an toàn, thân thiện. Hiện nay với tình hình dịch bệnh trên thế giới và Việt Nam tiếp tục diễn biến phức tạp và khó dự đoán, sự đảm bảo an toàn về sức khỏe sẽ được du khách đặt lên hàng đầu trong lựa chọn tham gia các loại hình du lịch. Do đó, đối với các cơ quan quản lý về du lịch ở cấp Trung ương và địa phương, cũng như các đơn vị cung cấp các dịch vụ du lịch cần nghiên cứu và xây dựng kỹ lưỡng quy trình kiểm soát tình trạng sức khỏe dịch tễ của du khách trước chuyến đi, quy trình đưa đón khách tham quan đảm bảo an toàn phòng chống dịch bệnh, đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh dịch tễ cho tất cả các hoạt động sản xuất, kinh doanh, hoạt động dịch vụ của các khách sạn, nhà hàng, quán bar, phương tiện vận chuyển, tuân thủ nghiêm các tiêu chuẩn phòng dịch của Bộ Y tế.

2) Xu hướng du lịch không chạm. Giữ khoảng cách, hạn chế tiếp xúc và thực hiện các biện pháp khử khuẩn thường xuyên là những yêu cầu tối cần thiết để phòng ngừa lây nhiễm COVID-19. Tuy nhiên, với du lịch truyền thống trước đây, các loại giấy tờ thông hành được trao tay khi làm thủ tục, kiểm tra, kiểm soát..., điều này khiến mọi người phải xếp hàng chờ đợi và gia tăng nguy cơ lây nhiễm. Nhưng với du lịch sau Covid không chạm, mọi thông tin sẽ được cập nhật hệ thống công nghệ hiện đại, trong đó mọi quy trình tại quầy làm thủ tục, quầy lễ tân sẽ được tự động hóa như: check in điện tử, thanh toán điện tử, khai báo hải quan điện tử, nhận dạng khuôn mặt... “Không chạm” khi tham gia du lịch hậu COVID-19 không chỉ là hạn chế tiếp xúc giữa người với người, giữa con người với các vật dụng, bề mặt mà còn là trải nghiệm du lịch với các thiết bị và công nghệ tự động hóa. Xu hướng này cũng đồng nghĩa các doanh nghiệp, đơn vị làm du lịch, cung cấp dịch vụ du lịch cần ứng dụng nhiều hơn về công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo (như robot phục vụ thay con người), vào công tác quản trị cũng như công tác liên kết tài chính qua

phần mềm, công tác giới thiệu, quảng bá, marketing các sản phẩm, dịch vụ để đáp ứng nhu cầu và chăm sóc khách du lịch tốt hơn.

3) *Xu hướng sử dụng sản phẩm du lịch trọn gói, các gói (combo) thiết kế sẵn dành cho các nhóm nhỏ hoặc du lịch gia đình cũng sẽ là một trong những lựa chọn tối ưu của du khách.* Trước khi COVID-19 xảy ra, nhờ công nghệ và các phương tiện thanh toán phát triển, tỷ lệ sản phẩm du lịch trọn gói có xu hướng giảm do du khách có nhiều sự lựa chọn và phương tiện để tự thiết kế chuyến đi hoặc kỳ nghỉ cho riêng mình, kể cả những điểm xa. Hiện nay, do dịch bệnh, việc ăn uống tự do chưa thể đủ đáp ứng các quy định, khách du lịch được yêu cầu phải thực hiện vệ sinh và các biện pháp giãn cách xã hội hoặc đảm bảo an toàn. Do vậy, khách du lịch có xu hướng sử dụng dịch vụ trọn gói từ ăn, ở, đi lại của các công ty, đơn vị cung cấp sản phẩm, dịch vụ du lịch theo lộ trình chuyến đi được khép kín nhằm giảm thiểu khả năng lây lan bệnh từ cộng đồng. Quan trọng không kém, trong bối cảnh các hạn chế đi lại cũng như việc đóng cửa biên giới có thể xảy ra vào bất cứ lúc nào vì dịch bệnh, khách du lịch còn có thể giảm thiểu rủi ro, tối ưu chi phí và thời gian so với việc đặt dịch vụ lẻ bởi nhiều doanh nghiệp sẽ hỗ trợ hành khách trong việc thay đổi ngày, hoãn hoặc hủy đặt chỗ.

4) *Xu hướng du lịch gần, ngắn ngày, theo nhóm nhỏ hoặc gia đình, tới những vùng nông thôn, miền núi, hải đảo, khu vực ít người.* Với việc triển khai mạnh mẽ các biện pháp 5K của Bộ Y tế, đây là xu hướng đã và đang trở nên phổ biến để bảo đảm an toàn cho du khách trong quá trình du lịch. Trước đây, hình thức du lịch theo nhóm thường có quy mô từ 20 - 30 người nhưng sau đại dịch, vấn đề an toàn và trách nhiệm được đặt lên hàng đầu nên quy mô nhóm sẽ nhỏ hơn, thường dưới 10 người. Các chuyến đi này ưu tiên du lịch gần nhà hoặc đến những nơi vắng vẻ, cũng có thể là đi các tour ngắn như tour xe đạp, leo núi để đảm bảo khả năng giãn cách và ít tiếp xúc với người khác. Đây cũng là cơ hội cho các vùng nông thôn, miền núi, hải đảo có cơ hội thúc đẩy thu hút khách du lịch và đẩy nhanh hoạt động du lịch phát triển.

5) *Xu hướng du lịch quốc tế bằng hộ chiếu Vaccine.* Hiện nay, việc hạn chế đi lại, xuất cảnh quốc tế ở các quốc gia trên thế giới và Việt Nam để đảm bảo an toàn do COVID-19 gây ra đã đặc biệt được siết chặt. Với ý tưởng dùng hộ chiếu vaccine nhằm xác định được tình trạng sức khỏe của du khách đi du lịch là yếu tố bắt buộc. Thêm vào đó, hộ chiếu vaccine cũng có thể là chìa khóa đưa du lịch nội địa trở lại trạng thái bình thường khi nó có thể được cấp cho những người đã tiêm phòng và cho phép họ tham gia các hoạt động cộng đồng, giúp họ yên tâm rằng người bên cạnh mình cũng đã được tiêm phòng. Do đó các quốc gia có thể bãi bỏ việc hạn chế/cấm tụ tập đông người, giúp những địa điểm hay hoạt động cộng đồng trở nên an toàn hơn. Hộ chiếu vaccine cũng giúp tiết kiệm thời gian, nguồn nhân lực và kinh phí liên quan đến việc cách ly khi nhập cảnh vào các quốc gia trên thế giới.

4. Một số giải pháp giúp doanh nghiệp du lịch phục hồi sau COVID-19

Từ nay đến năm 2030, bên cạnh nguy cơ dịch bệnh tiếp tục diễn biến khó lường, tình hình thế giới cũng được dự báo có nhiều biến chuyển nhanh chóng, sâu sắc cả về chính trị, an ninh, kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường, ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn tới. Trong bối cảnh đó, “Chiến

lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” là đột phá chính sách cho phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới, cụ thể hóa Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16-1-2017, của Bộ Chính trị, về “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” và Luật Du lịch năm 2017. Chiến lược khẳng định 5 quan điểm phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới:

(i) Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại;

(ii) Phát triển du lịch bền vững và bao trùm, trên nền tảng tăng trưởng xanh, tối đa hóa sự đóng góp của du lịch cho các mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc; quản lý, sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học, chủ động thích ứng với biến đổi khí hậu, bảo đảm quốc phòng, an ninh;

(iii) Chú trọng phát triển du lịch văn hóa, gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc;

(iv) Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng, hiệu quả; đẩy mạnh ứng dụng những thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao;

(v) Phát triển đồng thời du lịch quốc tế và du lịch nội địa; đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; tăng cường liên kết nhằm phát huy lợi thế tài nguyên tự nhiên và văn hóa; phát triển đa dạng sản phẩm du lịch, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam.

Đội ngũ doanh nghiệp trong ngành Du lịch đã là một trong những nhân tố quyết định sự thành công vượt bậc của Du lịch Việt Nam giai đoạn trước đại dịch, tương lai cũng sẽ là trụ cột vững chắc để góp phần hiện thực hóa những mục tiêu đề ra của Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030. Bởi vậy, việc cần làm ngay trước mắt là phải tìm cách vực dậy khối doanh nghiệp này từ trong “mất bão” COVID-19. Dịch bệnh dự kiến sẽ còn kéo dài nhưng một số giải pháp thì có thể thực hiện ngay lập tức tại thời điểm hiện tại:

4.1. Giải pháp trước mắt phục hồi doanh nghiệp du lịch sau đại dịch

Thứ nhất, đẩy nhanh việc triển khai có hiệu quả các cơ chế, chính sách hỗ trợ về tài chính, tín dụng, việc làm và đào tạo nhân lực cho doanh nghiệp, cộng đồng tham gia kinh doanh du lịch. Trong đó, với nhóm chính sách thuế, phí, giá cho doanh nghiệp: Đề xuất tiếp tục kéo dài các chính sách giảm thuế giá trị gia tăng, giảm giá điện, tiền thuê đất, thuế thu nhập doanh nghiệp; Riêng chính sách gia hạn thời hạn nộp thuế của doanh nghiệp đề nghị thực hiện đến hết năm 2023. Với nhóm chính sách tài chính tín dụng: Xem xét ban hành các chính sách lùi thời gian trả lãi suất vay ngân hàng, áp dụng đến tháng 12/2021 vì hiện các doanh nghiệp du lịch không phát sinh doanh thu nên không có khả năng trả lãi; Tiếp tục cơ cấu lại các khoản nợ, giãn thời gian trả nợ vay, khoan nhóm nợ, khoan trả lãi tiền vay, không tính vay quá hạn cho doanh nghiệp du lịch.

Thứ hai, hỗ trợ bằng tiền mặt cho người lao động trong lĩnh vực du lịch đang phải tạm hoãn thực hiện hợp đồng lao động hoặc nghỉ việc không lương. Xem xét cho phép kéo dài thời gian tạm dừng đóng bảo hiểm hưu trí và tử tuất, lùi thời điểm đóng phí công đoàn đối với các doanh nghiệp du lịch bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19. Xây dựng cơ chế thu hút lực lượng lao động để bù đắp lại lượng lao động bị thiếu hụt do ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Hỗ trợ đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch để đáp ứng các nhu cầu lao động của doanh nghiệp sau đại dịch

Thứ ba, hỗ trợ doanh nghiệp, cộng đồng và người dân tham gia kinh doanh du lịch đổi mới mô hình kinh doanh, xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch mới đảm bảo an toàn đối với dịch bệnh, phù hợp với nhu cầu và xu hướng thị trường trong và sau đại dịch. Khuyến khích doanh nghiệp nâng cao hiệu quả liên kết, hợp tác xây dựng chuỗi sản phẩm, dịch vụ có tính bổ trợ cho nhau, bổ sung giá trị gia tăng cho các sản phẩm du lịch

Thứ tư, trước mắt, trong bối cảnh không thể gia tăng lượng khách quốc tế khi chưa kiểm soát được dịch hoặc lượng khách quốc tế tăng chậm sau đại dịch, thì ổn định và thúc đẩy tăng trưởng thị trường khách nội địa là giải pháp quan trọng. Điều này vừa đáp ứng nhu cầu du lịch của người dân trong nước, vừa bảo đảm khả năng duy trì cho các doanh nghiệp du lịch trong ngắn hạn. Theo đó, cần thực hiện các giải pháp tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch mạnh mẽ tại các thị trường trọng điểm trong nước, triển khai chiến dịch truyền thông kích cầu du lịch nội địa, định hướng truyền thông giới thiệu về các điểm đến và quy trình du lịch an toàn, cập nhật thông tin các chương trình du lịch mới. Nghiên cứu kinh nghiệm các nước về áp dụng mô hình bong bóng du lịch, hộ chiếu vắc xin, đề xuất thiết lập cơ chế hợp tác trao đổi khách quốc tế với các quốc gia kiểm soát tốt dịch bệnh để dần phục hồi và phát triển thị trường khách quốc tế.

Thứ năm, ưu tiên thúc đẩy nhanh, hiệu quả chiến dịch tiêm vắc-xin phòng COVID-19 cho người dân, người lao động tại các doanh nghiệp và các cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch. Nâng cao năng lực y tế, triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn cho các điểm đến và cơ sở dịch vụ du lịch, tạo môi trường hoạt động an toàn cho người lao động trong ngành Du lịch cũng như tạo ra sự yên tâm đối với du khách nhằm kích cầu du lịch.

4.2. Giải pháp lâu dài phục hồi doanh nghiệp du lịch sau đại dịch

4.2.1. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp du lịch

- Ngành Du lịch Việt Nam cần xây dựng một mô hình phát triển bền vững hơn, linh hoạt hơn, đặc biệt đối với các doanh nghiệp. Theo đó, doanh nghiệp du lịch cần chủ động sẵn sàng thích ứng, có cơ chế chuyển đổi linh hoạt, hiệu quả, giữa các hoạt động du lịch nội địa và quốc tế nhằm kiểm soát, hạn chế tác động ảnh hưởng và quản trị khủng hoảng hiệu quả hơn. Các doanh nghiệp cần ưu tiên xem xét việc cơ cấu và tính toán lại những bộ phận quan trọng, chủ lực của doanh nghiệp, xác định thế mạnh và hướng phát triển chính trong thời gian tới để tối ưu hóa nguồn lực và bộ máy quản trị.

- Cấp quản lý ngành cần tuyên truyền và giải thích cho doanh nghiệp về sự cần thiết, tính cấp bách của chuyển đổi số mang lại trong việc khắc phục những thiệt hại. Ngành Du lịch cần quán triệt tinh thần đổi mới, sẵn sàng cho phép thử nghiệm và ứng dụng công nghệ mới; liên kết chuyển đổi số với các cơ quan nhà nước, với hiệp hội ngành Công nghệ thông tin và hiệp hội ngành Du lịch. Ngoài ra, ngành Du lịch cần thường xuyên mở các lớp tập huấn đội ngũ cán bộ quản lý du lịch ở các địa phương và các doanh nghiệp du lịch nhằm nâng cao năng lực tiếp cận và khai thác ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ du lịch.

- Cần triển khai nhiều hoạt động khác nhau cho doanh nghiệp lữ hành nhằm nâng cao nhận thức và kiến thức về phát triển bền vững, du lịch bền vững, phát triển và khác biệt hóa sản phẩm du lịch bền vững, marketing du lịch bền vững, vận hành doanh nghiệp du lịch bền vững, quản trị doanh nghiệp du lịch bền vững,... Nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp du lịch về phát triển bền vững sẽ giúp các doanh nghiệp ứng phó tốt hơn với các rủi ro trong tương lai.

4.2.2. Phục hồi và phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực du lịch chất lượng cao

- Đại dịch đã tác động đi công việc của hàng trăm nghìn lao động du lịch Việt Nam, nhiều lao động du lịch đã bỏ ngành, chuyển ngành. Vì thế, sau đại dịch, việc quan trọng đầu tiên là cần có biện pháp phục hồi lại lực lượng lao động cho ngành Du lịch để doanh nghiệp có đủ nguồn nhân lực tiếp tục hoạt động. Theo đó, cần nhanh chóng rà soát, sửa đổi, bổ sung và ban hành mới những văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến phát triển nguồn nhân lực ngành Du lịch cho phù hợp với bối cảnh, tình hình mới. Xây dựng hệ thống cơ chế đãi ngộ và thu hút, tạo thuận lợi về điều kiện công tác, môi trường làm việc cho lao động trong ngành, đặc biệt là lao động chất lượng cao.

- Nâng cao năng lực đào tạo của các cơ sở đào tạo ngành nghề du lịch, thực hiện đổi mới nội dung chương trình, phương pháp và phương thức đào tạo gắn với các yêu cầu mới của thị trường lao động. Tăng cường ứng dụng các công nghệ tiên tiến trong đào tạo nhân lực du lịch, đồng thời gắn nội dung đào tạo với yêu cầu cụ thể, cập nhật của các nhóm vị trí việc làm trong ngành. Các cơ sở đào tạo cần chú trọng đào tạo nhân lực chất lượng cao, nhân lực quản lý các cấp. Đẩy mạnh liên kết đào tạo giữa nhà trường với doanh nghiệp và triển khai các mô hình đào tạo trong doanh nghiệp du lịch, đảm bảo hiệu quả của hoạt động đào tạo và đào tạo lại.

- Đẩy mạnh hoạt động hợp tác quốc tế, tăng cường hợp tác công tư trong phát triển nhân lực du lịch thông qua các chương trình trao đổi chuyên gia, đào tạo, bồi dưỡng, hợp tác đầu tư hạ tầng đào tạo, hạ tầng công nghệ... nhằm nâng cao trình độ nhân lực, cải thiện khả năng ứng dụng các công nghệ mới trong quản lý, kinh doanh du lịch và các công việc khác.

4.2.3. Phát triển thị trường, tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch sau đại dịch

- Sau đại dịch, tâm lý, xu hướng, nhu cầu của khách du lịch sẽ có những thay đổi nhất định. Do đó, chính phủ và các cơ quan quản lý du lịch cấp trung ương và địa phương cần đầu tư thực hiện các cuộc điều tra, nghiên cứu thị trường nhằm

phân tích và nắm bắt nhu cầu của khách du lịch. Qua đó, cung cấp các thông tin chính xác và kịp thời để doanh nghiệp du lịch có cơ sở xây dựng các chiến lược đổi mới mô hình kinh doanh và sản phẩm du lịch cho phù hợp

- Hiện tại, mọi nguồn lực của doanh nghiệp đã chạm đáy, rất cần được cơ quan nhà nước hỗ trợ khâu xúc tiến, quảng bá. Nhà nước cần tái khởi động các chương trình xúc tiến quảng bá, kích cầu du lịch tại một số thị trường truyền thống, thị trường gần, đồng thời, tiếp tục nghiên cứu, tiếp cận và mở rộng các thị trường tiềm năng và thị trường xa.

- Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch không những phải triển khai tích cực mà còn phải thay đổi, điều chỉnh phương pháp, cách thức tổ chức cho phù hợp. Bên cạnh các phương pháp xúc tiến, quảng bá truyền thống như tổ chức các sự kiện quốc tế, hội chợ, hội nghị, hội thảo,... thì tích cực triển khai quảng bá qua các phương tiện truyền thông đại chúng, quảng bá thông qua các hãng hàng không, các đại lý lữ hành quốc tế.... Công tác xúc tiến cần phải áp dụng các phương pháp hiện đại, ứng dụng công nghệ số, thực hiện marketing số, quảng bá trực tuyến và thiết lập văn phòng đại diện tại một số quốc gia, một số thị trường trọng điểm.

- Tăng cường phối hợp liên ngành trong công tác xúc tiến, quảng bá, kết nối và phát triển thị trường du lịch: phối hợp với các cơ quan hải quan, thuế trong việc tạo thuận lợi cho khách du lịch quốc tế xuất, nhập cảnh Việt Nam và mua hàng miễn thuế; phối hợp với ngành nông nghiệp trong việc cung ứng thực phẩm đầu vào cho các nhà hàng, cơ sở kinh doanh ăn uống, bảo đảm an toàn thực phẩm phục vụ khách du lịch; phối hợp với ngành công an bảo đảm an ninh, trật tự tại các khu, điểm du lịch...

4.2.4. Hoàn thiện kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch

- Nhanh chóng xây dựng và phát triển đồng bộ hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về du lịch như cơ sở dữ liệu về đội ngũ hướng dẫn viên; cơ sở dữ liệu về hình sách, thủ tục xin cấp thẻ hướng dẫn viên, các chương trình đào tạo và bồi dưỡng về nghiệp vụ hướng dẫn, các cơ sở đào tạo về du lịch, thông tin về việc làm hướng dẫn viên; cơ sở dữ liệu về doanh nghiệp lữ hành;.... Bên cạnh đó, thực hiện điều tra, đánh giá, phân loại và số hóa tài nguyên du lịch Việt Nam; hình thành hệ thống thông tin số về khu du lịch, điểm du lịch, thị trường du lịch Việt Nam; thống nhất công tác thống kê du lịch ở Trung ương và địa phương.

- Chú trọng đầu tư hạ tầng kết nối giao thông quan trọng như hạ tầng đường bộ ven biển, đường biển, cảng biển và cảng thủy nội địa chuyên dụng cho du lịch; hạ tầng sân bay; hạ tầng đường sắt, nhà ga xe lửa. Tập trung nguồn lực đầu tư phát triển hạ tầng giao thông một số khu du lịch quốc gia tại các khu vực động lực phát triển du lịch. Ưu tiên một phần nguồn lực từ ngân sách nhà nước đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng kết nối du lịch tới các vùng khó khăn như miền núi phía Bắc, miền Trung - Tây Nguyên, đồng bằng sông Cửu Long.

- Tăng cường hợp tác công tư, thu hút các thành phần kinh tế, cộng đồng doanh nghiệp tham gia đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật và

dịch vụ du lịch để hình thành các cụm du lịch đồng bộ, chất lượng, có quy mô lớn, đẳng cấp quốc tế.

4.2.5. Xây dựng và hoàn thiện thể chế, chính sách phát triển du lịch

- Tiếp tục triển khai hiệu quả Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn do Ban Chấp hành Trung ương ban hành. Tổ chức sơ kết, đánh giá kết quả 5 năm thực hiện Nghị quyết để xác định thành tựu, hạn chế và nguyên nhân, đề ra giải pháp tiếp tục thực hiện mục tiêu trong giai đoạn mới.

- Xây dựng đề án phát triển bền vững du lịch biển, đảo Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 phù hợp với định hướng chiến lược phát triển kinh tế biển Việt Nam. Xây dựng kế hoạch hành động trong lĩnh vực du lịch để thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh và Kế hoạch quốc gia thích ứng với biến đổi khí hậu giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050

- Ban hành quy định và hướng dẫn áp dụng một số mô hình kinh tế mới trong lĩnh vực du lịch: kinh tế chia sẻ, kinh tế tuần hoàn; tiêu chuẩn, quy định quản lý đối với kinh doanh loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp nông thôn và một số loại hình du lịch mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*; ban hành ngày 16 tháng 01 năm 2017;
2. Chính phủ (2020), *Quyết định 147/QĐ-TTg về việc Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*, ban hành ngày 22 tháng 1 năm 2020;
3. Tổng cục Du lịch (2020), *Báo cáo Thường niên Du lịch Việt Nam 2019*, NXB Lao động;
4. Nguyễn Anh Tuấn (2021), *Phục hồi và phát triển du lịch Việt Nam trong trạng thái bình thường mới*, Hội thảo khoa học quốc tế;
5. Trần Doãn Cường (2021), *Nhận định một số xu hướng trong thời gian tới đối với ngành Du lịch Việt Nam*, bài đăng trên website <http://itdr.org.vn/>.

LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÙNG DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG TRONG TRẠNG THÁI BÌNH THƯỜNG MỚI

Cao Trí Dũng

Chủ tịch Hiệp hội Du lịch Đà Nẵng

Tóm tắt: Vùng Duyên hải Miền Trung trải dài từ Thừa Thiên - Huế đến Bình Thuận là mảnh đất giàu tài nguyên du lịch với sự tập trung dày đặc các Di sản Thế giới, các giá trị về sinh thái, tài nguyên biển đảo, các giá trị về văn hóa, lịch sử cách mạng... Cùng với hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở dịch vụ phục vụ du khách ngày càng được tăng cường và hoàn thiện, vùng Duyên hải Miền Trung đã và đang hình thành nhiều sản phẩm du lịch đặc sắc hấp dẫn du khách, thật sự trở thành các trung tâm du lịch trong cả nước và khu vực. Tuy nhiên, cơn bão COVID19 trong gần 2 năm qua đã buộc ngành du lịch vùng Duyên hải Miền Trung phải đối mặt với những thách thức to lớn, thiệt hại nặng nề, ảnh hưởng lâu dài, khó khăn chồng chất mà có lẽ chưa bao giờ các doanh nghiệp gặp phải. Hơn 90% doanh nghiệp đang tạm thời đóng cửa, hơn 80% lao động trực tiếp trong lĩnh vực du lịch dừng việc, mất việc, thất nghiệp; khách du lịch gián đoạn trong thời gian dài, chuỗi cung ứng đứt gãy, cơ sở dịch vụ, phương tiện vận chuyển xuống cấp....; đã một vài lần thị trường có dấu hiệu phục hồi thì dịch bệnh lại bùng phát trở lại làm doanh nghiệp càng thiệt hại nặng nề hơn. Một trong những giải pháp cơ bản giúp phục hồi ngành du lịch các địa phương vùng Duyên hải Miền Trung trong trạng thái bình thường mới là nhanh chóng triển khai các liên kết về định vị nguồn khách, tạo sản phẩm và triển khai công tác quảng bá, quảng cáo, xúc tiến. Bài viết này sẽ phân nào làm rõ các nội dung trên.

Từ khóa: Liên kết vùng, phát triển du lịch, trạng thái bình thường mới, vùng Duyên hải Miền Trung.

1. Cơ sở cho hoạt động liên kết trong trạng thái bình thường mới

Đó là, sự nổi bật về tài nguyên cốt lõi và sự kết hợp đa dạng sản phẩm điểm đến. Có thể khẳng định vùng Duyên hải Miền Trung hội đủ những điều kiện về tài nguyên du lịch, vị trí địa lý, hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở dịch vụ phục vụ khách để có thể trở thành một vùng du lịch phát triển trong nước và khu vực Đông Nam Á. Cụ thể là:

* *Hệ thống tài nguyên du lịch:*

+ Rất nhiều bãi biển và vịnh biển đẹp trên suốt dọc vùng Duyên hải Miền Trung: Thuận An, Lăng Cô, Mỹ Khê, Sa Huỳnh, Ghềnh Ráng, Dốc Lếch, Nha Trang, Văn Phong, Ninh Chữ, Vĩnh Hy, Vũng Rô, Mũi Né..., rất phù hợp cho loại hình du lịch nghỉ biển, thể thao, giải trí trên biển, cắm trại, team-building...

+ Nhiều đảo, bán đảo gần bờ có cảnh quan đẹp như: Đảo Ngọc, Sơn Trà, Cù Lao Chàm, Lý Sơn, Hòn Khô, Hòn Mun, Hòn Tre, Bình Hưng, Phú Quý..., rất thuận lợi cho việc khai thác các tour du lịch trong ngày, tour lặn biển, ngắm san hô, câu cá, các trò chơi trên biển...

+ Các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể phong phú: Di tích cổ đô Huế, Nhã nhạc Cung đình Huế, Phố cổ Hội an, Thánh địa Mỹ Sơn, các di tích đền tháp

Champa..., hình thành nên Con đường Di sản Miền Trung, Hành trình Di sản Miền Trung... rất nổi tiếng và có sức hấp dẫn lớn đối với du khách.

+ Các giá trị sinh thái rừng, núi, đầm phá... như: Bạch Mã, Tam Giang, Hải Vân, Bà Nà, Thiên Bút, Đá Bia,... là những điểm có phong cảnh thiên nhiên đẹp, khí hậu mát mẻ, tạo nên các sản phẩm nghỉ dưỡng, thư giãn, vui chơi giải trí hết sức phong phú.

+ Các di tích lịch sử, các giá trị văn hóa truyền thống, các làng nghề thủ công mỹ nghệ, ẩm thực địa phương... tạo nên sự đa dạng cho các sản phẩm điểm đến.

** Vị trí địa lý, hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở dịch vụ phục vụ khách:*

+ Vùng Duyên hải Miền Trung nằm ở một trong những vùng phát triển du lịch năng động nhất trên thế giới, thuận lợi cho việc tiếp cận các nguồn khách lớn nằm trong bán kính bay 5-6 giờ, có lợi thế hơn hẳn khi so sánh với các trung tâm du lịch trong khu vực như Bali, Phuket, Koksamui.... Tuy nhiên, khu vực này cũng chịu ảnh hưởng lớn của yếu tố thời tiết tạo ra tính mùa vụ trong phục vụ khách du lịch một cách rõ nét.

+ Cơ sở hạ tầng giao thông khá thuận lợi cho việc khai thác khách. Cả khu vực có 6 sân bay là Phú Bài, Đà Nẵng, Chu Lai, Phù Cát, Tuy Hòa và Cam Ranh, đều là các sân bay quốc tế hoặc có thể tiếp nhận các chuyến bay quốc tế, hệ thống đường sắt Bắc Nam dọc theo chiều dài các tỉnh, hệ thống đường bộ khá hoàn chỉnh và 4 cảng biển Quốc tế phù hợp cho nguồn khách du lịch tàu biển (Chân Mây, Tiên Sa, Qui Nhơn, Nha Trang).

+ Hầu hết các thương hiệu khách sạn lớn trong nước và Quốc tế đã xuất hiện ở khu vực này như: Accor, IHG, Hyatt, Hilton, Sheraton, Bayan Tree, GSH, Best Western, Vinpearl, Victoria, Sunrise, H&K..., tạo nên một sức hút lớn đối với du khách và nâng cao chất lượng cũng như Marketing điểm đến.

+ Hệ thống các nhà hàng, điểm tham quan, điểm mua sắm, điểm dừng trên đường đã đáp ứng được phần lớn nhu cầu của du khách

+ Các dịch vụ bổ sung bên ngoài khách sạn, các dịch vụ giải trí về đêm như: Trò chơi trên biển, lặn biển, bar, vũ trường, Karaoke, các show diễn về đêm, du thuyền trên sông... đang ngày càng được tăng cường và hoàn thiện.

Đó là, việc tiếp tục đà tăng trưởng rất ấn tượng của các địa phương trước đại dịch. Vùng Duyên hải Miền Trung đã thực sự trở thành cực tăng trưởng mới của cả nước với hơn 30% lượng khách quốc tế trực tiếp (riêng Đà Nẵng và Khánh Hòa năm 2019 đã tiếp đón và phục vụ trên dưới 6 triệu khách quốc tế trực tiếp). Nhiều địa phương trở thành điểm đến mới với đa dạng nguồn khách. Nếu xuất phát đúng thời điểm, nắm bắt đúng thời cơ, ngành du lịch ở các địa phương này hoàn toàn có thể bắt nhịp vượt trước so với sự phục hồi chung của du lịch Việt Nam và thế giới.

Đó là, sự xuất hiện ngày càng nhiều các nhà đầu tư, các thương hiệu lớn, các hãng hàng không lựa chọn vùng Duyên hải Miền Trung làm điểm đến, làm căn cứ, làm nơi triển khai các hoạt động cốt lõi của mình, góp phần làm thay đổi cơ

bản diện mạo điểm đến, đưa điểm đến tới gần hơn với các nguồn khách tiềm năng. Các địa phương đã chuyển mình theo hướng đa dạng hơn, hoàn thiện hơn, cao cấp hơn, sang trọng hơn... trong hệ thống cơ sở dịch vụ du lịch điểm đến, ngang tầm với các trung tâm du lịch biển lớn trong khu vực.

Đó là, sự phối hợp nguồn lực giữa các địa phương, đã hình các nhóm liên kết hoạt động khá hiệu quả; là sự quan tâm, chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo các địa phương cho phát triển du lịch; là sự phát triển nhanh chóng, đáp ứng về cơ bản nhu cầu ngày càng cao của du khách ở nguồn nhân lực du lịch trong cả cơ quan quản lý và hệ thống dịch vụ du lịch; là việc tạo ra môi trường an ninh, an toàn, thân thiện, mến khách của hầu hết các điểm đến.

Đó là, sự tin tưởng và lạc quan của lần trở lại này. Nghị quyết 128 của Chính phủ về thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh covid19 đã mở đường cho các địa phương và cộng đồng doanh nghiệp trong việc khôi phục các hoạt động một cách bền vững hơn; các nguồn khách trong nước bắt đầu có dấu hiệu phục hồi, nhiều địa phương, doanh nghiệp đã mở cửa hoạt động trở lại. Chính phủ đã đồng ý và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang triển khai phương án thí điểm Hộ chiếu vắc xin cho khách quốc tế, tất cả đang tạo nên một luồng gió mới ở vùng Duyên hải Miền Trung.

2. Đề xuất mô hình liên kết trong trạng thái bình thường mới

Liên kết phát triển du lịch được định nghĩa là quá trình liên kết có hệ thống giữa các điểm đến của các địa phương; phát triển các tài nguyên vô hình, hữu hình giữa các địa phương; xác định rõ văn hóa đặc sắc từng địa phương để hình thành liên kết phát triển du lịch nhằm cải thiện đời sống người dân và đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Ở tầm bao quát hơn thì đó là liên kết về không gian du lịch, bao gồm các đối tượng du lịch và các cơ sở phục vụ có liên quan dựa trên việc sử dụng tối ưu các nguồn tài nguyên du lịch, kết cấu hạ tầng và các nhân tố khác nhằm đạt được các mục tiêu đặt ra với hiệu quả cao nhất.

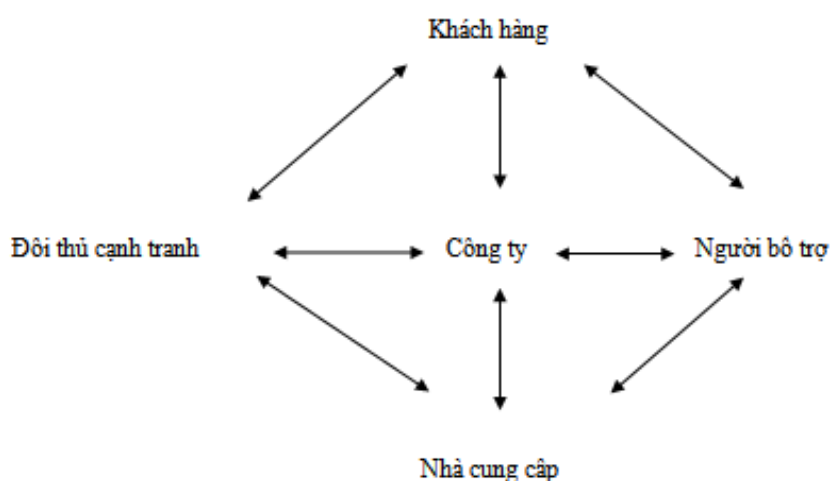
Nhìn chung, liên kết trong phát triển du lịch là một yêu cầu khách quan trong quá trình phát triển du lịch ở tất cả các quy mô khác nhau từ khu vực, quốc gia đến các địa phương và điểm du lịch trong từng địa phương nhằm có được những lợi ích và cơ hội phát triển đẳng cấp du lịch mà trước hết đó là cơ hội mở rộng thị trường du lịch, cơ hội phát triển các tuyến du lịch và sản phẩm du lịch liên kết ở quy mô lãnh thổ lớn hơn với chất lượng tốt hơn, cơ hội có được những chính sách chung hỗ trợ hiệu quả hơn.

Các lý thuyết khoa học đã chứng minh hợp tác công tư và hợp tác giữa các khu vực đồng cấp với nhau được xem là một trong những điều kiện cần thiết để nâng cao lợi thế cạnh tranh của toàn khu vực. Wood và Gray (1992) định nghĩa hợp tác trong phát triển du lịch là là dạng các hoạt động tình nguyện chung, trong đó các bên liên quan tham gia vào quá trình tương tác thông qua các quy định, điều luật, và cấu trúc chung, nhằm quyết định và có hành động giải quyết các vấn đề liên quan đến phát triển du lịch trong khu vực. Để phân tích vai trò của hợp tác trong

phát triển du lịch, nhiều lý thuyết đã được nghiên cứu phát triển, trở thành những lý thuyết kinh điển làm nền tảng để cho ra đời những chính sách và chiến lược liên kết phát triển du lịch.

Lý thuyết trò chơi, mà nền tảng ứng dụng là mạng giá trị (Net value) là một trong những lý thuyết cụ thể nhất giải thích hành vi hợp tác (Beritelli, 2011). Lý thuyết mạng giá trị được phát triển bởi Adam Brandenburger and Barry Nalebuff vào khoảng giữa những năm 1990, trong đó chỉ ra qua trình tạo ra giá trị trong thị trường cần đến sự tương tác giữa 4 yếu tố: khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà cung cấp, và người hỗ trợ.

Ở góc độ các doanh nghiệp đang khai thác khách du lịch đến vùng Duyên hải Miền Trung thì khách hàng chính là nguồn khách đến tham quan du lịch; nhà cung cấp là các đơn vị cung ứng dịch vụ trong khu vực (khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan, mua sắm, giải trí...); các công ty cùng khai thác khách đến khu vực này sẽ là người hỗ trợ khi cùng nhau xác định sản phẩm, thị trường và chia sẻ nguồn lực để triển khai hoạt động xúc tiến, và sẽ là đối thủ cạnh tranh khi nguồn khách đã chọn vùng Duyên hải Miền Trung là điểm đến du lịch.



Hình 1. Mô hình mạng giá trị

Mô hình này càng có ý nghĩa trong bối cảnh các địa phương khu vực Duyên hải Miền Trung đang nỗ lực phục hồi ngành du lịch. COVID-19 đặt cộng đồng doanh nghiệp đứng trước những khó khăn thách thức chưa từng có: Nguồn khách gần như về 0, chuỗi cung ứng đứt gãy, cơ sở vật chất, phương tiện vận chuyển xuống cấp, lao động ngừng việc, thất nghiệp, doanh nghiệp đóng cửa, giải thể, phá sản... Liên kết các địa phương trong việc xác định các sản phẩm du lịch đặc thù, phối hợp vào các tuyến sản phẩm mới, tái cơ cấu nguồn khách cho phù hợp với trạng thái bình thường mới và phối hợp các nguồn lực cho hoạt động xúc tiến là những nội dung cấp bách giúp giải cứu doanh nghiệp, người lao động.

Quá trình phục hồi sau COVID19 với nguồn lực ít ỏi từ phía cộng đồng doanh nghiệp sẽ làm gia tăng vai trò định hướng, quản lý, kiểm tra, giám sát, hỗ trợ

của Nhà nước và như vậy việc ứng dụng mạng giá trị trong mô hình hợp tác công tư càng trở nên rõ nét hơn. Trong đó vai trò của Công ty sẽ được đổi thành Cơ quan xúc tiến du lịch địa phương, Khách hàng và Nhà cung cấp vẫn giữ như cũ, trong khi Đối thủ cạnh tranh và Người hỗ trợ sẽ chính là các Cơ quan xúc tiến của các địa phương khác, sẽ là Người hỗ trợ khi cùng hợp tác khai thác khách đến với khu vực và sẽ là Đối thủ cạnh tranh khi khách hàng lựa chọn một điểm đến cụ thể. Trong bối cảnh nguồn lực xúc tiến của từng địa phương còn rất nhỏ bé thì việc hợp tác theo mô hình này sẽ giúp tiết kiệm chi phí và đem lại hiệu quả khai thác cao hơn rất nhiều.

Luận điểm chính cần được nhấn mạnh ở đây là cạnh tranh và hợp tác cùng tồn tại với nhau: hợp tác với đối thủ cạnh tranh để thúc đẩy sự phát triển của thị trường, đồng thời cạnh tranh với đối thủ để tối đa hóa thị phần và lợi ích. Mô hình này càng có giá trị và phù hợp khi sản phẩm được hình thành cho vùng Duyên hải Miền Trung sẽ kết nối với khu vực khác trong cả nước và khu vực Đông Nam Á tạo thành các sản phẩm liên tuyến, liên quốc gia; cần có sự phối hợp của nhiều nguồn lực, trong đó có các cơ quan xúc tiến du lịch quốc gia và địa phương, các công ty lữ hành và đơn vị cung ứng dịch vụ đang khai thác sản phẩm trên tuyến để triển khai các hoạt động xúc tiến thị vào các thị trường lớn, nơi mà các hoạt động đơn lẻ gần như không mang lại hiệu quả.

Như vậy có thể thấy mô hình mạng giá trị là rất phù hợp trong bối cảnh liên kết nhiều địa phương để cùng khai thác các nguồn khách cụ thể. Cách tiếp cận này càng có giá trị trong quá trình phục hồi các hoạt động du lịch sau đại dịch ở vùng Duyên hải Miền Trung. Việc liên kết theo mô hình này về cơ bản sẽ được thực hiện trên 3 nội dung: Liên kết trong xác định thị trường khách trọng điểm, liên kết trong xây dựng sản phẩm chung và liên kết trong công tác quảng bá xúc tiến.

3. Các nội dung liên kết trong trạng thái bình thường mới

Liên kết trong xác định các thị trường khách trọng điểm:

Mỗi địa phương trong khu vực đều đã có những nghiên cứu để xác định nguồn khách tiềm năng dựa trên đặc điểm và lợi thế của mình, sau đó sẽ triển khai các hoạt động xúc tiến. Để có thể tăng cường khả năng hợp tác nhắm đến các thị trường chung, sản phẩm chung và chia sẻ nguồn lực xúc tiến thì tất yếu các địa phương phải liên kết với nhau trong xác định các thị trường khách trọng điểm. Với vị trí địa lý, hệ thống tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng, cơ sở dịch vụ phục vụ khách như đã nêu ở trên, có thể đề xuất các nguồn khách trọng điểm đến vùng Duyên hải Miền Trung theo thứ tự ưu tiên như sau:

* *Nguồn khách trong nước:* Đây có thể coi là nguồn khách cơ bản nhất đến với vùng duyên hải Miền Trung, tập trung vào 3 khu vực chính:

- Hà Nội và các tỉnh phía Bắc.
- Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam.
- Nguồn khách nội vùng và các tỉnh Tây Nguyên.

Với mức độ phù hợp ngày càng cao của điểm đến, đặc biệt là khu vực Đà Nẵng - Quảng Nam - Thừa Thiên Huế, Bình Định - Phú Yên và Khánh Hòa - Ninh Thuận - Bình Thuận, nguồn khách trong nước sẽ phát triển hết sức sôi động, trên cả các nguồn khách du lịch thuần túy, du lịch MICE, du lịch theo chủ đề... và bằng cả đường hàng không, đường sắt và đường bộ. Nguồn khách này tập trung cao điểm vào mùa hè từ tháng 5 đến tháng 9 và thấp điểm vào mùa đông từ tháng 10 đến tháng 12. Chính vì vậy, các nỗ lực xúc tiến phải làm sao hạn chế được tính mùa vụ này.

* *Nguồn khách Quốc tế đến bằng các đường bay trực tiếp*: Đây là nguồn khách cơ bản cho việc phát triển bền vững các nguồn khách quốc tế cũng như là một trong những giải pháp chính hạn chế tính mùa vụ của vùng Duyên hải Miền Trung, chủ yếu tập trung vào sân bay Đà Nẵng, Cam Ranh, Phù Cát, sau đó mở rộng chương trình tham quan ra toàn vùng.

Với các đường bay quốc tế hiện tại và khả năng phát triển đường bay trong tương lai, có thể xác định các thị trường khách quốc tế bay trực tiếp đến khu vực Duyên hải Miền Trung bao gồm:

- Thị trường Hàn Quốc, Nhật Bản.
- Thị trường Trung Quốc, Hongkong, Đài Loan.
- Thị trường Nga và một số nước Tây Âu, Bắc Âu.
- Thị trường các nước Đông Nam Á (Singapore, Malaysia, Thái Lan, Indonesia, Philippines).
- Thị trường Nam Á và một số thị trường khác.

* *Nguồn khách quốc tế đến bằng các đường bay nội địa (chủ yếu là từ Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh)*: Đây vẫn là nguồn khách quan trọng trong cơ cấu nguồn khách đến vùng Duyên hải Miền Trung và Tây nguyên, chủ yếu tập trung ở khu vực Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam và Nha Trang, Mũi Né. Nguồn khách này thường là tham gia các chương trình dài ngày, đến cả ba miền Bắc - Trung - Nam. Chủ yếu tập trung vào một số quốc tịch:

- Thị trường Tây Âu: Pháp, Đức, Anh, Tây Ban Nha, Thụy Sĩ...
- Thị trường Úc, Newzeland.
- Thị trường Mỹ, Canada.
- Thị trường Nhật Bản, Trung Quốc, Đài Loan.
- Thị trường Thái Lan, Singapore, Malaysia, Indonesia...

* *Nguồn khách đến bằng đường bộ qua các cửa khẩu Quốc tế*: Đây cũng là nguồn khách cơ bản và có khả năng phát triển mạnh mẽ trong tương lai, khi có 1 ASEAN thống nhất và hệ thống đường bộ cao tốc giữa các nước được hình thành một cách đồng bộ, các sản phẩm liên tuyến, liên quốc gia được hình thành một cách phổ biến nối vùng Duyên hải Miền Trung với Hành lang Đông Tây & tuyến đường xuyên Á qua các cửa khẩu Đắc Ôc (Quảng Nam), Bờ Y (Kon Tum), Lệ Thanh (Gia Lai), Lao Bảo (Quảng Trị), cho cả 2 loại hình là khách sử dụng xe của các công ty du lịch và khách sử dụng xe tự lái (Caravan), bao gồm các nguồn khách sau:

- Thị trường khách Thái Lan.
- Thị trường khách Lào.
- Thị trường khách Campuchia.
- Thị trường khách Singapore, Malaysia.
- Thị trường khách Châu Âu, Úc.

* *Nguồn khách đến bằng tàu biển:* Mỗi năm, vùng Duyên hải Miền Trung đón gần 300 chuyến tàu biển du lịch đến các cảng Chân Mây (Thừa thiên - Huế), Tiên Sa (Đà Nẵng) và Nha Trang (Khánh Hòa). Nguồn khách này đang có xu hướng tăng rất nhanh khi mà các hãng tàu biển lớn đang hướng sự quan tâm đến khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và nguồn khách tham gia các chương trình du lịch tàu biển ngày càng đa dạng, bao gồm:

- Thị trường Châu Âu, Úc, Mỹ.
- Thị trường Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc).
- Thị trường Đông Nam Á (Singapore, Malaysia, Thái Lan, Indonesia).

* *Nguồn khách đến bằng đường bộ, tàu hỏa nội địa:* Nguồn khách này chiếm tỷ trọng không quá lớn, chỉ tập trung vào thị trường khách thu nhập trung bình và thấp, nguồn khách du lịch ba lô, chủ yếu tập trung ở thị trường khách Tây Âu, Úc...

Liên kết trong xây dựng các sản phẩm chung:

Theo nghiên cứu của nhóm chuyên gia dự án EU thì trình tự liên kết xây dựng sản phẩm du lịch chung cho điểm đến nên tiếp cận theo các bước sau:

+ Cơ quan quản lý Nhà nước của mỗi địa phương đề xuất nhóm các sản phẩm ưu tiên của địa phương mình.

+ Tổ chức họp kỹ thuật giữa các địa phương gồm cơ quan quản lý Nhà nước, cơ quan xúc tiến du lịch địa phương và cộng đồng doanh nghiệp để lấy ý kiến tìm ra các sản phẩm cốt lõi, các sản phẩm có khả năng liên kết bằng phương pháp định lượng.

+ Nhóm gộp các sản phẩm có cùng chủ đề thành các cụm sản phẩm (cluster) hay tuyến sản phẩm (route) chung cho cả vùng Duyên hải Miền Trung.

+ Phân tích những thiếu hụt (Gaps) và đề xuất các biện pháp khắc phục để sản phẩm có thể được khai thác một cách bền vững.

Với trình tự như vậy, có thể đề xuất các sản phẩm chung cho vùng Duyên Hải Miền Trung thành 3 nhóm chính theo thứ tự ưu tiên như sau:

- + Nhóm Thiên đường biển đảo (Central Coast Paradise) gồm các cụm:
 - . Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam.
 - . Bình Định - Phú Yên.
 - . Khánh Hòa - Ninh Thuận - Bình Thuận.

+ Nhóm Con đường Di sản (World Heritage Road) kết nối với Tây Nguyên (Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên).

+ Nhóm Con đường sinh thái (Nature trail) và du lịch cộng đồng (Community Based Tourism) là sự kết nối các tài nguyên du lịch sinh thái và văn hóa cộng đồng cư dân bản địa của vùng Duyên hải Miền Trung với Đại ngàn Tây nguyên.

Liên kết trong công tác quảng bá, xúc tiến:

Việc liên kết giữa các địa phương trong hoạt động quảng bá xúc tiến có lẽ là hoạt động có ý nghĩa nhất khi đã xác định được các sản phẩm chung và các địa phương có thể phối hợp các nguồn lực riêng lẻ thành nguồn lực xúc tiến chung cho cả khu vực. Các hướng đề xuất liên kết như sau:

** Hình thức quảng bá, xúc tiến và các thị trường, sự kiện tương ứng*

+ Quảng bá, xúc tiến thông qua các hội chợ du lịch, bao gồm:

Tại Việt Nam: VITM, ITE và các hội chợ tại các địa phương

Đông Nam Á: ATF, TTM, MATTA, NATAS, ITB Aisa, TTC

Đông Bắc Á: JATA, KOFA, CITM, ITE Hongkong

Châu Âu: ITB, WTM, MITT

Hội chợ du lịch tàu biển: Miami

+ Tổ chức chương trình giới thiệu sản phẩm tại các thị trường trọng điểm như:

Trong nước: Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Cần Thơ...

Nước ngoài: Trung quốc, Hàn quốc, Nhật Bản, Nga, Thái Lan, Malaysia, Singapore...

+ Mời các đoàn Fam Trip, Press Trip từ các thị trường trọng điểm đến khảo sát và đưa tin về điểm đến.

+ Quảng bá thông tin, hình ảnh, sản phẩm đặc thù của vùng Duyên hải Miền Trung trên các phương tiện truyền thông đại chúng nước ngoài (báo chí, truyền hình), qua các văn phòng đại diện, các cơ quan ngoại giao, các website giới thiệu điểm đến.

+ Tổ chức các sự kiện chuyên đề để giới thiệu điểm đến: Festival Huế, Festival di sản Hội An, Cuộc thi pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng, Festival biển Nha Trang, Mũi Né...

+ Luân phiên tổ chức hội chợ du lịch chuyên đề tại vùng Duyên hải Miền Trung.

4. Các đề xuất đẩy mạnh liên kết vùng Duyên hải Miền Trung trong trạng thái bình thường mới

Để có thể nhanh chóng phục hồi hoạt động du lịch, tạo điều kiện cho doanh nghiệp, người lao động vượt qua khó khăn, đạt được mục tiêu kép do Chính phủ đặt ra, cần có sự hỗ trợ và vào cuộc quyết liệt của nhiều cấp, nhiều ngành cả ở Trung ương và địa phương, cùng với sự chung tay góp sức của cộng đồng doanh nghiệp, cụ thể là:

+ Đối với Quốc hội, Chính phủ: Đề xuất tiếp tục triển khai các gói hỗ trợ doanh nghiệp, người lao động vượt qua khó khăn, tránh đóng cửa, giải thể, phá sản; duy trì hoạt động và từng bước phục hồi để có nguồn lực tham gia vào các hoạt động liên kết tạo sản phẩm, thu hút khách. Bên cạnh đó, quan tâm quy hoạch, đầu tư vào các dự án trọng điểm, tạo động lực, tạo sức lan tỏa toàn vùng, đặt biệt là các dự án về hạ tầng giao thông như: Sân bay, cảng biển, hệ thống đường bộ cao tốc...

+ Đối với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch: Đề xuất xác định vùng Duyên hải Miền Trung là một cực tăng trưởng khách mới để phân bổ thêm nhiều nguồn lực xúc tiến. Nên hình thành các bộ phận chuyên trách xúc tiến vùng để có thể dễ dàng chủ trì và phối hợp nguồn lực của các địa phương trong việc tạo sản phẩm chung, định vị nguồn khách và triển khai các hoạt động xúc tiến vào các thị trường chính. Tổng cục Du lịch chủ trì các hoạt động xúc tiến mang tầm quốc gia tại các sự kiện, hội chợ du lịch, tổ chức các đoàn khảo sát từ các thị trường lớn, trong đó có giới thiệu các sản phẩm du lịch của vùng Duyên hải Miền Trung, có các doanh nghiệp Miền Trung tham gia. Hỗ trợ các địa phương trong việc tổ chức các hội chợ, hội nghị, hội thảo chuyên đề.

+ Đối với Lãnh đạo các địa phương vùng Duyên hải Miền Trung: Tiếp tục kích hoạt cơ chế hợp tác vùng đã hình thành trước đây, lấy liên kết phát triển du lịch làm trọng tâm cho các hoạt động phối hợp; huy động thêm nhiều nguồn lực, quan tâm và đầu tư thích đáng cho hoạt động xúc tiến du lịch địa phương, tạo ra các liên kết vùng để phối hợp sản phẩm và triển khai các hoạt động xúc tiến; có sự hỗ trợ mạnh mẽ cho cơ quan xúc tiến du lịch địa phương, các doanh nghiệp trong công tác quảng bá thu hút khách và giới thiệu điểm đến, đặc biệt là có chính sách hỗ trợ cho các đường bay quốc tế trực tiếp.

+ Về phía các trung tâm xúc tiến du lịch địa phương: Làm đầu mối cho các hoạt động xúc tiến, quảng bá, giới thiệu sản phẩm của từng địa phương cũng như liên kết các địa phương trong vùng. Trên cơ sở các thị trường trọng điểm và sản phẩm chung đã được xác định, trung tâm xúc tiến du lịch địa phương chủ động lên kế hoạch phối hợp với các đơn vị liên quan để có kế hoạch xúc tiến dài hạn.

+ Đối với cộng đồng doanh nghiệp: Rất cần vai trò dẫn dắt của các doanh nghiệp lớn, các hãng hàng không, các công ty lữ hành. Với tình hình hiện nay, khó có thể để thị trường phục hồi một cách tự phát mà cần vai trò định hướng của cơ quan quản lý Nhà nước và sự chung tay góp sức của cộng đồng doanh nghiệp để nhanh chóng chào bán các gói sản phẩm hấp dẫn, tạo ra các luồng khách cả trong và ngoài nước quay lại địa phương một cách chủ động, vừa giúp phục hồi nguồn khách vừa đảm bảo an toàn chống dịch. Bên cạnh đó, trong dài hạn, cần triển khai các hoạt động thúc đẩy phát triển du lịch vùng, đó là:

Về phía các hãng hàng không: Giúp giới thiệu hình ảnh vùng Duyên hải Miền Trung tại các Văn phòng trên khắp thế giới. Hỗ trợ các địa phương và doanh nghiệp khu vực này tham gia vào các hội chợ du lịch Quốc tế, mời các đoàn Fam Trip, Press trip từ các thị trường tiềm năng để giới thiệu điểm đến. Phối hợp với các doanh nghiệp địa phương trong việc tạo ra các chương trình kích cầu thu hút khách hàng

Về phía các công ty lữ hành: Tích cực tham gia vào các chương trình xúc tiến của Tổng cục du lịch cũng như của địa phương. Kết nối các đơn vị liên quan trong các chương trình xúc tiến điểm đến cũng như cụ thể hóa các sản phẩm chung, sản phẩm kích cầu giới thiệu đến khách hàng. Thông qua các đối tác lữ hành nước ngoài để chuyển các thông tin về khu vực này đến các khách hàng tiềm năng.

Về phía hệ thống cung ứng dịch vụ: Chủ động đề xuất và tham gia vào các chương trình xúc tiến điểm đến dưới nhiều hình thức. Hỗ trợ tài chính cho các hoạt động xúc tiến. Hình thành các nhóm marketing điểm đến để phối hợp các nguồn lực thu hút khách từ các thị trường chính, các thị trường khách phù hợp với đặc điểm địa phương. Hỗ trợ cho việc mở đường bay trực tiếp, đón tiếp các đoàn khảo sát...

Tóm lại, qua gần 2 năm đối mặt với những khó khăn, thách thức chưa từng có do đại dịch COVID-19 gây ra, vùng Duyên hải Miền Trung đang từng bước chuyển mình phục hồi trong trạng thái bình thường mới. Với rất nhiều tiềm năng và lợi thế, du lịch vùng Duyên hải Miền Trung nhất định sẽ vươn lên bắt kịp với đà tăng trưởng trong những năm trước đây, phát triển thành những trung tâm du lịch biển của khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên, để biến tiềm năng thành hiện thực, cần có sự hỗ trợ quyết liệt, hiệu quả từ Trung ương đến địa phương, cần có sự liên kết chặt chẽ trong cộng đồng doanh nghiệp, giữa cộng đồng doanh nghiệp với cơ quan quản lý Nhà nước và giữa các địa phương với nhau theo mô hình mạng giá trị để có thể tận dụng tối đa nguồn lực, cùng hợp tác phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu nước ngoài:

1. Von Neumann, John; Morgenstern, Oskar (1944), *Theory of games and economic behavior*, Princeton University Press
2. A.M. Bradenburger; B.J. Nalebuff (1998), *Lý thuyết trò chơi trong kinh doanh*, Nhà xuất bản tri thức
3. Axelrod, R., & Hamilton, W. D. (1981). The Evolution of Cooperation. *Science*, 211(4489), 1390–1396
4. Donaldson, B., & O'Toole, T. (2000). Classifying relationship structures: Relationship strength in industrial markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 15(7), 491–506.
5. Fagence, M., 1991: Rural tourism and the small country town, *Tourism Recreation Research*, 16(1), 34–43.
6. Granovetter, M. S. (1985). Economic Action and Social Structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481–510.
7. Gunn, C.A., 1979: *Tourism Planning: Basics, Concepts, and Cases*, New York: Crane, Russak.
8. Kim, N., & Wicks, B. E. (2010). Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness. *International CHRIE Conference-Refereed Track*. Paper 28.

Tài liệu trong nước:

1. GS.TS. Lê Thế Giới, TS. Nguyễn Thanh Liêm, Ths. Trần Hữu Hải (2009): *Quản trị chiến lược*, NXB Dân Trí.

2. TS. Nguyễn Thanh Liêm, Ths Hồ Tấn Tuyền (2013): Tiếp cận các mô hình liên kết trong nền kinh tế toàn cầu.
3. TS. Nguyễn Xuân Lãn, Nguyễn Hữu Nam Phúc (2013): Vai trò của mạng giá trị và lý thuyết trò chơi trong cạnh tranh.
4. Ths. Cao Trí Dũng: Liên kết phát triển loại hình du lịch đường bộ qua các cửa khẩu miền Trung, Tạp chí Phát triển Kinh tế - xã hội Đà Nẵng.
5. TS. Cao Trí Dũng, Ths. Don Taylor: Nghiên cứu đề xuất hệ thống sản phẩm chung cho điểm đến Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam, dự án EU 2015.

GIẢI PHÁP HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP DU LỊCH VỪA VÀ NHỎ PHỤC HỒI, PHÁT TRIỂN SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

Nguyễn Thị Lan

*Chi hội Du lịch doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam,
Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam*

1. Một số đặc điểm chung và tác động của đại dịch COVID - 19 đến ngành du lịch của Việt Nam

Du lịch Việt Nam trong giai đoạn 5 năm (2015-2020) trước khi chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid19 đã chứng minh bằng những con số đóng góp thực tế, cụ thể vào mục tiêu phát triển kinh tế chung của quốc gia và Trung ương từ đó cũng đã ban hành nghị quyết số 08/NQ-TW, ngày 16/01/2017, trong đó cũng đã nêu rõ:

“Mười lăm năm qua, ngành Du lịch đã có bước phát triển rõ rệt và đạt được những kết quả quan trọng, rất đáng khích lệ. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đạt 10,2%/năm, khách du lịch nội địa đạt 11,8%/năm. Năm 2016, số lượng khách du lịch quốc tế đạt 10 triệu lượt người, tăng hơn 4,3 lần so với năm 2001; khách du lịch nội địa đạt 62 triệu lượt người, tăng 5,3 lần so với năm 2001; đóng góp trực tiếp ước đạt 6,8% GDP, cả gián tiếp và lan tỏa đạt 14% GDP. Hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch ngày càng phát triển. Loại hình sản phẩm, dịch vụ du lịch ngày càng phong phú và đa dạng. Chất lượng và tính chuyên nghiệp từng bước được nâng cao. Lực lượng doanh nghiệp du lịch lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, tạo được một số thương hiệu có uy tín ở trong nước và quốc tế. Bước đầu hình thành một số địa bàn và khu du lịch trọng điểm.

Sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam.”...

Tuy nhiên, khi đà tăng trưởng đang ngày một mạnh mẽ và ổn định thì đại dịch COVID-19 đã ập đến với cả thế giới nhân loại nói chung và ngành du lịch nói riêng trên toàn cầu, du lịch Việt nam cũng không tránh khỏi những ảnh hưởng nặng nề bởi tác động nghiêm trọng của dịch bệnh thế kỷ. Khỏi ngành dịch vụ, trong đó có ngành du lịch là ngành nhạy cảm đặc biệt trước những diễn biến của bất cứ loại dịch bệnh nào, chịu tác động tiêu cực sớm nhất và hậu quả dài nhất, hồi phục sau cùng.

Định hướng của Chính phủ là thúc đẩy khối kinh tế tư nhân, tập trung nguồn lực, cơ chế, chính sách để hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia rộng hơn, sâu hơn vào quá trình phát triển nền kinh tế chung của nước nhà, đặc biệt là phục hồi và phát triển du lịch Việt nam trong bối cảnh mới.

Dịch COVID-19 lần thứ 4 bùng phát trở lại sau kỳ nghỉ lễ 30/4-1/5/2021, đúng vào thời điểm mùa vàng của du lịch nội địa. Ngay lập tức các lệnh cấm bay,

hạn chế đi lại, tụ tập đông người, cộng với sự e ngại của du khách do lo sợ ảnh hưởng của dịch COVID-19 đã khiến nhiều nhà hàng, khách sạn tại các điểm đến du lịch phải đóng cửa vì vắng khách, doanh thu sụt giảm mạnh.

Số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, đại dịch COVID-19 tiếp tục tác động xấu tới tình hình du lịch 7 tháng đầu năm 2021. Tất cả các chỉ số về khách quốc tế, dịch vụ lữ hành, lưu trú đều giảm mạnh so với cùng kỳ năm ngoái. Cụ thể: Ước tính trong tháng 7 có khoảng 7,5 nghìn lượt du khách, tăng 3,7% so với tháng trước và giảm 46,4% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 7 tháng năm 2021, khách quốc tế đến nước ta ước đạt 95,7 nghìn lượt người, giảm 97,5% so với cùng kỳ năm trước. Hoạt động du lịch ở hầu hết các địa phương gần như tê liệt. Lượng khách quốc tế đến châu Á và Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam sụt giảm nghiêm trọng, lượng khách quốc tế đến Việt Nam 7 tháng đầu năm 2021 đạt 95.719 nghìn lượt khách giảm 97,5%. Tất cả những thiệt hại của ngành du lịch khó đo đếm được và chắc chắn vượt hơn nhiều con số 7 tỷ USD như dự báo của Tổng cục Du lịch. Doanh thu của các doanh nghiệp du lịch lữ hành giảm mạnh chỉ đạt 243,6 nghìn tỷ đồng giảm 11,8%, doanh thu ngành hàng dịch vụ ăn uống và lưu trú đạt 4,3 nghìn tỷ đồng giảm 58,8%. Nhiều doanh nghiệp lữ hành, doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống phải tạm dừng hoạt động hoặc hoạt động cầm chừng.

2. Xu hướng sau đại dịch COVID-19

Có thể thấy những tác động tiêu cực của dịch COVID-19 đến ngành du lịch là rất nặng nề. Tuy nhiên, dịch COVID-19 cũng gợi mở nhiều cơ hội để ngành du lịch vượt qua thách thức qua việc đánh giá, nhận định được xu hướng phát triển của ngành du lịch cũng như nhu cầu của du khách trong thời gian tới theo một số xu hướng sau:

Xu hướng du lịch điểm đến an toàn, thân thiện. Trong tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp trên thế giới và Việt Nam, cũng như sự bất ổn chính trị của một số quốc gia trên thế giới gần đây đã và đang tác động đến quyết định đến việc đi du lịch của du khách và điểm đến du lịch an toàn, thân thiện sẽ là sự lựa chọn, ưu tiên hàng đầu của du khách khi dịch bệnh được kiểm soát và mọi hoạt động sinh hoạt trở lại trong trạng thái bình thường mới.

Xu hướng du lịch được bảo đảm về chăm sóc sức khỏe cũng như bảo hiểm cao hơn. Dịch COVID-19 được dự báo sẽ chưa thể kết thúc sớm cho đến khi có đầy đủ vaccine để tiêm cho mọi người dân. Điều này đồng nghĩa với việc khách du lịch cần biết thông tin chi tiết về hệ thống chăm sóc sức khỏe của điểm đến và các gói bảo hiểm du lịch ngoài những thông tin về điểm đến, dịch vụ... Những thông tin như vậy sẽ giúp khách du lịch giảm bớt lo lắng và yên tâm để thực hiện những chuyến đi.

Xu hướng chuyển từ nhu cầu du lịch quốc tế sang nhu cầu du lịch nội địa. Việc hạn chế đi lại giữa các quốc gia trong tình hình dịch bệnh COVID-19, cùng với những lo sợ về tính an toàn và chi phí y tế của điểm đến... thì du lịch nội địa sẽ là lựa chọn của rất nhiều du khách Việt Nam và các nước trên thế giới.

Xu hướng sử dụng sản phẩm du lịch trọn gói, các gói (combo) thiết kế sẵn dành cho các nhóm nhỏ hoặc du lịch gia đình cũng sẽ là một trong những lựa chọn tối ưu của du khách.

Xu hướng linh hoạt trong sử dụng dịch vụ. Trong bối cảnh các hạn chế đi lại cũng như việc đóng cửa biên giới có thể xảy ra vào bất cứ lúc nào vì dịch bệnh, khách du lịch sẽ ưu tiên hơn cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ có nhiều lựa chọn linh hoạt và chính sách hợp lý trong việc thay đổi ngày, hoãn hoặc hủy đặt chỗ vào phút chót nhằm hạn chế những rủi ro có thể xảy ra trong chuyến du lịch.

3. Một số gợi ý về giải pháp

3.1. Giải pháp phát triển chung

Để hoạt động du lịch được phục hồi hiệu quả sau dịch COVID-19 và thích ứng với trạng thái bình thường mới, ngành du lịch Việt Nam cần xây dựng một mô hình phát triển bền vững hơn, linh hoạt hơn, đặc biệt đối với các doanh nghiệp. Theo đó, doanh nghiệp du lịch cần chủ động sẵn sàng thích ứng, có cơ chế chuyển đổi linh hoạt, hiệu quả, giữa các hoạt động du lịch nội địa và quốc tế nhằm kiểm soát, hạn chế tác động ảnh hưởng và quản trị khủng hoảng hiệu quả hơn.

Đặc biệt, ngay từ bây giờ, các cơ quan quản lý nhà nước, các Hiệp hội du lịch cần chung sức đồng lòng phối hợp xây dựng các chiến dịch kích cầu ngay sau khi dịch kết thúc. Cần chủ động xây dựng kế hoạch và dự kiến thời điểm tổ chức các hoạt động xúc tiến lại các thị trường du lịch quốc tế và nội địa, trong đó đặc biệt quan tâm thúc đẩy du lịch nội địa.

Ngoài ra, Chính phủ cần sớm ban hành chính sách, cơ chế hỗ trợ cho doanh nghiệp trong ngành du lịch để có điều kiện hoạt động tốt nhất, sản phẩm du lịch được quảng bá rộng rãi đến người dân với giá thành phù hợp, thí dụ như giảm phí các điểm tham quan từ 30% - 50%, trợ giá cho du khách để ngành du lịch sớm phục hồi sau đại dịch.

Chú trọng và đầu tư cho công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch đã thiếu lại càng thiếu khi ngành du lịch trở lại; đề ra phương hướng và giải pháp đào tạo nhân lực ngành du lịch thích ứng với trạng thái bình thường mới sau đại dịch COVID-19 và các rủi ro khác; đồng thời tạo cơ hội để các cơ quan quản lý nhà nước về đào tạo nhân lực du lịch, các cơ sở đào tạo du lịch, các doanh nghiệp du lịch, các tổ chức cá nhân liên quan trao đổi kinh nghiệm, chia sẻ thông tin về đào tạo và sử dụng nhân lực du lịch, tăng cường sự phối hợp, liên kết chặt chẽ hơn nữa trong đào tạo nhân lực du lịch. Thách thức và cơ hội đối với đào tạo nhân lực du lịch giai đoạn hiện nay và trong thời gian tới cùng dự báo nhu cầu nhân lực và đào tạo nhân lực du lịch đến năm 2030: Cần các chính sách hỗ trợ người học nghề ở nhiều trình độ, cấp độ chuyên nghiệp, kịp thời đáp ứng từng bước theo giai đoạn phục hồi và phát triển.

3.2. Giải pháp đối với các doanh nghiệp du lịch trong chính sách của quốc gia

Theo báo cáo của Tổng cục Du lịch, do tác động của dịch COVID-19 trong 2 năm 2020-2021, hàng loạt doanh nghiệp bị ảnh hưởng nặng nề, rơi vào tình trạng

khó khăn. Năm 2020, có gần 400/2.500 doanh nghiệp lữ hành quốc tế thu hồi giấy phép, 90% doanh nghiệp lữ hành đóng cửa. Hiện doanh nghiệp lữ hành xin thu hồi giấy phép chiếm 35% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động. Lĩnh vực lưu trú, công suất buồng phòng 6 tháng đầu năm 2021 đạt dưới 10%, đặc biệt những nơi trung tâm du lịch công suất rất thấp. Từ năm 2021, số doanh nghiệp lữ hành hoạt động chỉ chiếm 25% so với 2020. Nhiều lao động tạm nghỉ việc, lao động cầm chừng. Lượng khách sạn rao bán ngày càng tăng. Trong số đó, phần lớn các doanh nghiệp du lịch ở quy mô vừa và nhỏ vì gần như không nhận được sự hỗ trợ nào từ Chính phủ hay cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, cả về vốn lẫn cơ chế.

Chính vì những lý do trên, việc cần phải đưa ra quyết định hợp lý, nhanh chóng và quyết liệt từ cấp trung ương đến địa phương, đặc biệt là những khu vực có tiềm năng phục hồi mạnh. Chính phủ cần giao nhiệm vụ cụ thể cho một đơn vị trực thuộc TW (Tổng cục Du lịch) làm trưởng ban chỉ đạo quốc gia về phát triển du lịch, có tiếng nói và trách nhiệm với các lĩnh vực liên quan như: Y tế, an ninh, giao thông, thương mại... nhằm có sự thống nhất xuyên suốt và hợp tác toàn diện trong các quyết định được ban hành.

Cần chuẩn bị cho sự tái hoạt động thì việc ưu tiên rà soát tiêm đầy đủ vaccine cho các đối tượng phục vụ của ngành du lịch và các ngành có liên quan trực tiếp. Giai đoạn này dù đã chuẩn bị sẵn sàng đón khách quốc tế nhưng nội địa vẫn là trọng tâm. Bên cạnh đó, cần hợp tác, phối hợp chặt chẽ tất cả cơ quan nhà nước, đơn vị tạo thống nhất, trong đó cơ quan nhà nước phải là cầu nối, tác động tích cực cho mở cửa, phục hồi du lịch để doanh nghiệp có điều kiện tốt nhất. Nếu không, doanh nghiệp sẽ rất khó khăn, không có tâm lý thoải mái.

Khởi động lại du lịch theo hướng xanh và an toàn, sản phẩm du lịch trọn gói trên cơ sở nhu cầu của khách, hướng đến gần gũi thiên nhiên, văn hóa vùng miền, tập trung các tỉnh, thành, địa bàn đang xanh.

Cần có chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp, trong đó chính sách cụ thể như miễn giảm tiền điện cho các cơ sở lưu trú du lịch, các gói về tín dụng...; cùng với doanh nghiệp xem xét ổn định nguồn nhân lực lao động để không bị đứt gãy; tổ chức tập huấn, đào tạo; đẩy mạnh số hóa, ứng dụng công nghệ trong du lịch như đẩy mạnh xây dựng app cung cấp dịch vụ cho du khách lựa chọn thay vì phải tìm đến doanh nghiệp lữ hành thì họ tự tìm đến trên không gian số để lựa chọn.

3.3. Đối với du khách trong nước

Đầu tiên là định hướng ưu tiên du lịch nội địa, coi là cơ sở phát triển lại du lịch. Theo đó, xem xét khảo sát đúng thực trạng nhu cầu mong muốn của khách du lịch.

Cùng các địa phương thiết kế lại sản phẩm du lịch mang đặc trưng và phù hợp với tình hình. Chính phủ yêu cầu phải an toàn và chuyên nghiệp hoạt.

Khởi động lại du lịch theo hướng xanh và an toàn, sản phẩm du lịch trọn gói trên cơ sở nhu cầu của khách, hướng đến gần gũi thiên nhiên, văn hóa vùng miền, tập trung các tỉnh, địa bàn đang xanh.

Thứ hai, đồng hành cùng doanh nghiệp, có chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp, trong đó có chính sách cụ thể mà Chính phủ đã ban hành. Ví dụ: giảm tiền

ký quỹ, gói tín dụng trong tổng thể chung để doanh nghiệp du lịch tiếp cận chung với nguồn lực này.

Thứ ba, cùng doanh nghiệp xem xét ổn định nguồn nhân lực lao động để không bị đứt gãy; tổ chức tập huấn, đào tạo...

Thứ tư là số hóa, ứng dụng công nghệ, đây là hướng đi trong tương lai và cần thực hiện ngay lúc này nhằm tiếp cận diện rộng cho du khách trong nước và thích ứng khi triển khai đón du khách quốc tế đến

Đối với các doanh nghiệp cũng cần sự hỗ trợ rất lớn của nhà nước để giảm bớt chi phí, đặc biệt trong vấn đề chi phí để kiểm soát dịch bệnh, xét nghiệm nhanh, chi phí liên quan phòng dịch... Một số địa phương cần bảo đảm năng lực xét nghiệm, trả kết quả nhanh chóng cho các đoàn khách du lịch khi đến.

Lo nhất là mở ra nếu không quản trị được thì đóng lại. Năm 2020 có chương trình kích cầu lớn nhưng tháng 7 lại đóng, cuối năm cũng tương tự. Khi mở lại hoạt động du lịch không hề đơn giản. Cơ sở vật chất, nhân lực như nào? Nếu không tính toán quản trị để hoạt động bền vững thì không bảo đảm. Truyền thông những vùng an toàn rồi thì thế nào để người dân yên tâm? Tâm lý người dân còn chưa an tâm. Cứ xây dựng chương trình nhưng đã tìm hiểu người dân chưa? Bao nhiêu người đồng lòng với chính quyền?

Ngoài ra, cần phải truyền thông tích cực, chủ động, tạo niềm tin cho người dân, từ đó mới thu hút được khách đi du lịch. Cũng cần công khai điều kiện, chương trình của các địa phương để đáp ứng.

Tiếp tục quan tâm xem xét hỗ trợ người lao động thời gian tới nhằm từng bước để nhân lực chuyên ngành trở lại, tạo tâm lý vững tin và tiếp tục cống hiến cho công tác phục hồi và phát triển sau dịch

Nghị quyết 128 và quyết định của Bộ Y tế tạo điều kiện đi lại thuận lợi của người dân trong nước, từ đó hỗ trợ du khách trong nước di chuyển giữa các địa phương và tham quan du lịch; cơ sở để đón khách quốc tế.

3.4. Đối với du khách quốc tế đến Việt Nam

Đối với đón khách quốc tế, tùy thuộc vào yếu tố quan hệ song phương với các thị trường khách đến mà từng bước triển khai hợp tác. Kiến nghị Bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch thống nhất với các thị trường chung về hộ chiếu vắc-xin ở các thị trường trọng điểm, để tổ chức các chuyến du lịch tới một số địa điểm thí điểm và sau đó có thể đến các vùng khác trong cả nước.

Trong các khảo sát của các doanh nghiệp lữ hành và các cổng thông tin du lịch điện tử thì lượng khách quốc tế đặt giữ chỗ đến du lịch Việt Nam vẫn khá đông. Bản thân về độ uy tín của quốc gia cũng như tiềm năng du lịch phong phú của Việt Nam vẫn đang có ảnh hưởng tích cực đến việc lựa chọn điểm đến của du khách nhiều nơi trên thế giới. Vì vậy, việc quảng bá tiếp thị tập trung chủ yếu vào các vấn đề liên quan đến cơ chế mang tính an toàn y tế và mở cửa thân thiện của chúng ta sẽ có hiệu quả.

Có thể lựa chọn một số hòn đảo độc lập hoặc một vài địa điểm có thể mạnh về du lịch nghỉ dưỡng, có khả năng tiếp nhận du khách theo từng khu vực hoặc quốc gia để triển khai sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng tối đa trong vòng 5 ngày, sau đó sàng lọc và cấp phép đi đến các địa điểm khác trên toàn quốc, có kiểm soát lịch trình và áp dụng các công nghệ đảm bảo an toàn y tế. Việc làm này sẽ giúp cho các doanh nghiệp trong cả 2 khối lữ hành và lưu trú, giải quyết được nhiều vấn đề về đáp ứng nhu cầu của du khách cũng như nguồn nhân lực phục vụ.

Đối với nhiều doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ chuyên kinh doanh các sản phẩm du lịch inbound thì việc tiếp cận nguồn khách hàng tiềm năng còn có những phụ thuộc về liên kết khu vực, đặc biệt là khu vực Đông Nam Á, nên việc phối hợp đồng thuận về chính sách du lịch chung giữa các quốc gia trong khu vực này cũng là một yếu tố vô cùng quan trọng để phục hồi và phát triển chung.

Nguồn thu ngoại tệ, kèm theo nhiều nguồn thu bổ sung từ các hoạt động hỗ trợ trong các sản phẩm du lịch inbound luôn là nguồn thu ổn định và có tỷ lệ hiệu quả về lợi nhuận cao hơn so với sản phẩm du lịch nội địa nên việc đẩy mạnh các công tác triển khai chào bán các sản phẩm có sẵn và sản phẩm lựa chọn bổ sung mang tính an toàn sẽ giúp doanh nghiệp có khả năng tiếp cận nhanh chóng với các nguồn thị trường mà doanh nghiệp đã và đang tiếp tục khai thác.

Không cần quá tập trung vào nghiên cứu và xây dựng các sản phẩm mới mà cần tập trung xây dựng cơ chế đón khách trong an toàn, quan điểm là có cơ chế tốt, có khách đến là có sản phẩm tốt.

Tạo hành lang nhất quán giữa các hiệp hội, các nhà cung cấp dịch vụ cho phép khách hàng quốc tế được đặt giữ chỗ và miễn phí hoàn, hủy trong thời gian 2 năm. Việc này vừa giúp doanh nghiệp giữ chân được khách hàng tiềm năng, vừa có được nguồn thu ngắn hạn nhằm giải quyết các vấn đề về vốn trong ngắn và trung hạn.

Cần nhiều hơn nữa những hỗ trợ trực tiếp về vốn và chính sách thuế cho các doanh nghiệp tham gia vào thị trường kinh doanh inbound vì bản thân các doanh nghiệp này có đóng góp rất nhiều về nguồn thu ngoại tệ và thuế đối với với ngành và quốc gia nói chung.

Việc giữ chân nguồn lực lao động của các doanh nghiệp lữ hành inbound, cũng như chuẩn bị bù đắp nguồn nhân lực còn thiếu hụt là một bài toán mà nhiều doanh nghiệp đang gặp khó khăn còn loay hoay tính toán, vì nhân lực trong các doanh nghiệp chuyên doanh này là những đối tượng có trình độ khá cao so với mặt bằng chung của ngành. Vậy nên, Chính phủ cần có phương án hỗ trợ tối thiểu cho doanh nghiệp trong việc chi trả lương hoặc ứng trước 1 phần chi phí rồi thu hoàn sau khi doanh nghiệp có doanh thu.

3.5. Đối với thị trường khách Việt nam đi du lịch nước ngoài

Các doanh nghiệp chuyên doanh về lĩnh vực này chịu tác động rất lớn về các chính sách của các quốc gia có điểm đến nằm trong sản phẩm của các doanh nghiệp nên việc kết nối cập nhật giữa các đối tác nước ngoài và các đơn vị cung ứng trong nước cần liên tục và kịp thời để sớm đưa ra được dự đoán cho quá trình kinh doanh ngay sau khi mọi hoạt động dần trở lại.

Tác động lớn nhất đối với lĩnh vực kinh doanh sản phẩm du lịch outbound chính là tâm lý của khách hàng, họ cần sự an toàn, thoải mái khi bỏ tiền chi trả để mua sản phẩm và điều này chắc chắn còn ảnh hưởng lâu dài trong 1 - 2 năm tới. Việc này có thể phải xử lý phân loại sản phẩm theo mục đích của khách hàng nhằm đáp ứng phù hợp với tình hình thực tế của thị trường.

4. Thay cho lời kết

Việc trở lại bình thường mới đối với ngành du lịch nước nhà sẽ phải diễn ra, vấn đề là chưa ai có thể chắc chắn 100% rằng sẽ dứt điểm hoàn toàn đại dịch vào khi nào và tình hình chung của cả thế giới vẫn còn nhiều phức tạp. Việc các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ có đủ sức chống chọi với những khó khăn trong thời gian dài hay không, có thể sớm phục hồi và phát triển trở lại hay không là phụ thuộc vào phần lớn cơ chế của Chính phủ. Doanh nghiệp có muốn làm gì đi chăng nữa, có sẵn sàng tâm, sức và trí để bước tiếp chặng đường bình thường mới phía trước hay không còn chờ mong những quyết sách của quốc gia. Mong rằng, dịch bệnh sẽ sớm được kiểm soát và những người yêu nghề vẫn luôn tâm huyết xây dựng lĩnh vực du lịch nước nhà vượt qua gian khó và tiến lên vững chắc như cách mà chúng ta đang hướng tới: Du lịch bền vững./.

GIẢI PHÁP PHỤC HỒI VÀ PHÁT TRIỂN KINH DOANH DU LỊCH CỦA TẬP ĐOÀN BRG TRONG BỐI CẢNH MỚI VÀ KIẾN NGHỊ VỀ CHÍNH SÁCH

Tập đoàn BRG

1. Phân tích SWOT của Du lịch Việt Nam sau đại dịch Covid-19

1.1. Điểm mạnh (S)

- Năm 2020 và 2021, bất chấp những tác động nặng nề của đại dịch Covid-19, du lịch Việt Nam vẫn ghi dấu bằng loạt giải thưởng quốc tế quý giá. Trong khu vực, Việt Nam tiếp tục được bình chọn là Điểm đến Văn hóa, Điểm đến Di sản và Điểm đến Ẩm thực hàng đầu châu Á, cùng với danh hiệu Điểm đến Golf tốt nhất châu Á.

- Tạp chí Travel+Leisure của Mỹ đã xếp hạng Việt Nam đứng thứ 16 trong danh sách 20 điểm đến dành cho du lịch cá nhân năm 2021. CNTravel cũng lựa chọn Việt Nam ở vị trí thứ 13 trong xếp hạng 21 điểm đến tốt nhất cho năm 2021 dựa trên đánh giá kiểm soát tốt đại dịch Covid-19...

- Nhiều ưu thế về sản phẩm du lịch: Các sản phẩm, dịch vụ du lịch tại Việt Nam rất đa dạng, từ du lịch sinh thái, cảm giác mạnh, đến du lịch tâm linh, lễ hội, ẩm thực. Đặc biệt, với vị trí địa lý ở vùng trung tâm Đông Nam Á, từ Việt Nam, du khách có thể dễ dàng di chuyển và tiếp tục hành trình du lịch đến các quốc gia khác trong khu vực.

1.2. Điểm yếu (W)

- **Ngành du lịch bị tác động nặng nề bởi đại dịch và mất thời gian dài để phục hồi:** Theo dự báo của các chuyên gia, ngành du lịch Việt Nam cần ít nhất 5 năm để phục hồi. Cơ sở du lịch lưu trú ở tất cả các quy mô và loại hình chịu tác động nặng nề từ đại dịch Covid-19. Nhiều khách sạn phải ngừng hoạt động hoặc phải đóng cửa dẫn đến chủ đầu tư khó khăn về dòng tiền, người lao động ngành du lịch bắt buộc phải chuyển đổi nghề khác để kiếm sống, dẫn tới nguy cơ thiếu hụt nhân lực khi du lịch khôi phục trở lại.

- **Việc đi lại giữa các quốc gia vẫn bị hạn chế, ảnh hưởng đến du lịch quốc tế:** Dịch bệnh diễn biến phức tạp khiến nhiều quốc gia tiếp tục áp dụng các biện pháp hạn chế đi lại, gây tác động đáng kể tới khả năng phục hồi của ngành du lịch.

- **Chưa tạo ra chuỗi liên kết đủ mạnh để cạnh tranh với các nước trong khu vực:** Theo tiến trình phát triển, sự liên kết giữa các bên tham gia trong chuỗi cung ứng du lịch đã được hình thành trong những năm qua trên cơ sở hướng tới đạt được các lợi ích chung và phát triển theo hướng hiệu quả, bền vững, tạo ra khả năng cạnh tranh cao hơn cho sản phẩm du lịch Việt Nam. Tuy nhiên hiện nay, Du lịch Việt Nam vẫn thiếu các mô hình liên kết tốt, hiệu quả, có sự định hướng của Nhà nước,

tạo ra giá trị và sức cạnh tranh cao hơn. Chính vì vậy, mặc dù sản phẩm du lịch đang phát triển một cách ồ ạt nhưng phần lớn trùng lặp và nghèo nàn về nội dung.

1.3. Cơ hội (O)

- Nhu cầu du lịch tăng cao sau dịch:

+ Một khảo sát của Booking.com với hơn 28.000 người từ 28 quốc gia trên khắp thế giới cho thấy rất nhiều du khách mong chờ được đi du lịch trở lại ngay trong năm 2021. Hơn 60% số câu trả lời cho rằng, việc không thể du lịch thoải mái trong năm 2020 đã khiến họ khao khát các chuyến đi hơn; và du lịch trở thành nhu cầu quan trọng hơn nhiều so với trước khi xuất hiện đại dịch Covid-19.

+ Theo một điều tra vào tháng 3-4/2021 của Hội đồng tư vấn du lịch (TAB), khách du lịch nội địa khá sẵn sàng quay lại hoạt động du lịch, ngay khi dịch bệnh được kiểm soát. Với kỳ vọng vào khả năng kiểm soát dịch bệnh, khả năng quay trở lại của khách du lịch là khá cao (gần 30% sẵn sàng đi du lịch ngay; trên 50% sẵn sàng đi du lịch trong mùa du lịch tiếp theo, 70% trả lời sẽ đi du lịch bằng phương tiện máy bay).

- Sự quan tâm và hỗ trợ về mặt chính sách từ Chính phủ và các bộ, ngành

Đầu tháng 11, Chính phủ đã đồng ý chủ trương về lộ trình thí điểm đón khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, theo đề nghị của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch. Theo đó, lộ trình mở lại hoạt động du lịch quốc tế gồm 3 giai đoạn:

+ Giai đoạn 1 (từ tháng 11/2021): thí điểm đón khách quốc tế theo các chương trình du lịch trọn gói, thông qua các chuyến bay thuê bao chuyên và chuyên bay thương mại tại thành phố Phú Quốc (Kiên Giang), Cam Ranh (Khánh Hòa), Quảng Nam, Đà Nẵng.

+ Giai đoạn 2 (từ tháng 1/2022): sẽ mở rộng phạm vi đón khách du lịch quốc tế, kết nối các điểm đến thông qua các chuyến bay thuê bao và quốc tế thường lệ.

+ Giai đoạn 3 (từ quý II/2022): mở cửa lại hoàn toàn đối với thị trường khách quốc tế với điều kiện bảo đảm các phương án phòng, chống dịch theo quy định.

- Các xu hướng của ngành du lịch sau đại dịch: Việc đánh giá, nhận định được xu hướng phát triển của ngành du lịch cũng như nhu cầu của du khách sau đại dịch sẽ gợi mở các cơ hội phát triển cho ngành du lịch trong thời gian tới.

+ Xu hướng du lịch điềm đến an toàn, thân thiện. Trong tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp trên thế giới và Việt Nam, cũng như sự bất ổn chính trị của một số quốc gia trên thế giới gần đây đã và đang tác động đến quyết định đến việc đi du lịch của du khách và điềm đến du lịch an toàn, thân thiện sẽ là sự lựa chọn, ưu tiên hàng đầu của du khách khi dịch bệnh được kiểm soát và mọi hoạt động sinh hoạt trở lại trong trạng thái bình thường mới.

+ Xu hướng du lịch được bảo đảm về chăm sóc sức khỏe cũng như bảo hiểm cao hơn. Dịch COVID-19 được dự báo sẽ chưa thể kết thúc sớm cho đến khi có đầy đủ vaccine để tiêm cho mọi người dân. Điều này đồng nghĩa với việc khách du lịch cần biết thông tin chi tiết về hệ thống chăm sóc sức khỏe của điềm đến và các gói

bảo hiểm du lịch ngoài những thông tin về điểm đến, dịch vụ..., giúp khách du lịch giảm bớt lo lắng và yên tâm để thực hiện những chuyến đi.

+ Xu hướng chuyển từ nhu cầu du lịch quốc tế sang nhu cầu du lịch nội địa. Việc hạn chế đi lại giữa các quốc gia trong tình hình dịch bệnh COVID-19, cùng với những lo sợ về tính an toàn và chi phí y tế của điểm đến..., thì du lịch nội địa sẽ là lựa chọn của rất nhiều du khách Việt Nam và các nước trên thế giới.

+ Xu hướng sử dụng sản phẩm du lịch trọn gói, các gói (combo) thiết kế sẵn dành cho các nhóm nhỏ hoặc du lịch gia đình cũng sẽ là một trong những lựa chọn tối ưu của du khách.

+ Xu hướng linh hoạt trong sử dụng dịch vụ. Trong bối cảnh các hạn chế đi lại cũng như đóng cửa biên giới có thể xảy ra vào bất cứ lúc nào do dịch bệnh, khách du lịch sẽ ưu tiên các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ có nhiều lựa chọn linh hoạt và chính sách hợp lý trong việc thay đổi ngày, hoãn hoặc hủy đặt chỗ vào phút chót nhằm hạn chế những rủi ro có thể xảy ra trong chuyến du lịch.

1.4. Thách thức (T)

- Cạnh tranh với các thị trường du lịch quốc gia khác như Thái Lan, Trung Quốc, Singapore,...: Hiện các quốc gia trong khu vực cũng đang từng bước khôi phục thị trường du lịch và sẽ ban hành nhiều chính sách thu hút khách du lịch trong thời gian tới. Chẳng hạn như Thái Lan dự kiến khôi phục các hoạt động du lịch quốc tế tại đảo Phuket và một số điểm du lịch khác; Trung Quốc đã chấp nhận xác nhận y tế như là một điều kiện cho các hoạt động tự do trong nước và giao thương quốc tế; Singapore áp dụng mô hình giải pháp “Bong bóng du lịch” và thỏa thuận “Làn xanh đôi ứng”.... (Statista, 2021)

- Duy trì nguồn nhân lực cho ngành du lịch: Bất lợi lớn đối với ngành du lịch sau đại dịch là rất nhiều người lao động đã phải bỏ ngành. Do ảnh hưởng của đại dịch, họ bắt buộc phải chuyển đổi nghề khác để kiếm sống, và sẽ rất khó khăn để đưa những nhân lực này quay trở lại với nghề, dẫn tới nguy cơ thiếu hụt nhân lực khi du lịch khôi phục trở lại.

2. Tình trạng, giải pháp phục hồi và phát triển kinh doanh du lịch của Tập đoàn BRG trong bối cảnh mới

2.1. Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đối với các mảng kinh doanh liên quan đến du lịch của Tập đoàn BRG

Kể từ khi bắt đầu đại dịch đến nay, Tập đoàn BRG cũng đã phải chịu những ảnh hưởng nặng nề đối với những lĩnh vực kinh doanh trọng yếu như du lịch, khách sạn, sân golf, xuất nhập khẩu. Hệ thống sân golf, khách sạn phải đóng cửa trong thời gian giãn cách xã hội để đảm bảo an toàn, gây thiệt hại lớn đến doanh thu của các mảng kinh doanh này. Phần lớn cán bộ, nhân viên phải bố trí nghỉ luân phiên, thu nhập và đời sống người lao động bị ảnh hưởng nặng nề. Gánh nặng thuế phí để tiếp tục duy trì và vận hành các mảng kinh doanh liên quan đến du lịch.

2.2. Đề xuất các giải pháp nhằm phục hồi và phát triển kinh doanh du lịch của Tập đoàn BRG

(1) Tăng cường hợp tác để đưa ra các sản phẩm mới, thu hút khách du lịch

- Mở rộng hợp tác với các công ty lữ hành trong nước kiến tạo các sản phẩm du lịch độc đáo và phù hợp bối cảnh mới: Là một trong những Tập đoàn kinh tế đứng đầu Việt Nam với hệ sinh thái phong phú, BRG mở rộng hợp tác với các công ty lữ hành trong nước, kiến tạo trọn gói du lịch tour tuyến, kết hợp các điểm thăm quan, trải nghiệm văn hóa và hợp tác bán chéo hệ sinh thái BRG. Kết hợp với Ngân hàng SeABank, Sân golf, gồm Chu Đậu, hệ thống bán lẻ.... kiến tạo các chương trình du lịch trải nghiệm, khám phá, mua sắm và du lịch thể thao, sức khỏe “Play & Stay”, “Room and Spa, wellness package”....

- Tăng cường mở rộng hợp tác chiến lược, đặc biệt với đối tác hàng không: Vào tháng 7 năm 2021, Tập đoàn BRG, Ngân hàng SeABank và Tổng công ty Hàng không Việt Nam đã ký kết thỏa thuận hợp tác chiến lược. Theo đó, các bên cùng xúc tiến các hoạt động hỗ trợ nhau mở rộng và phát triển hoạt động kinh doanh để khai thác thế mạnh, tệp khách hàng phong phú đa dạng. Các gói kích cầu, combo Air & Stay, thẻ đồng thương hiệu SeAtravel với hàng loạt các ưu đãi và đặc quyền cho khách hàng mới, khách hàng thường xuyên Bông sen vàng (Golden Lotus).

- Mở rộng hợp tác, kết hợp với các Công ty tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, kiến tạo các chương trình hoạt động nhóm team building theo chủ đề khép kín, đảm bảo an toàn trong khuôn viên khách sạn. Với lợi thế sở hữu những khách sạn có vị trí đắc địa, khuôn viên ngoài trời, các điểm du lịch biển, khách sạn Tập đoàn BRG đã có những chính sách, kiến tạo các gói tiệc cưới sang trọng, tinh tế, quy mô vừa và nhỏ, trang trí ấn tượng, đặc sắc theo chủ đề tại các khu vực check-in, chụp ảnh sang trọng. Tổ chức các buổi tư vấn, workshop tiệc cưới, triển lãm cưới. Đồng thời phát triển thị trường tiệc cưới quốc tế như quảng bá “Destination Weddings” đối với thị trường mục tiêu như Ấn Độ.

- Đối với mảng golf, nhằm định vị Việt Nam là điểm đến golf nổi bật của Châu Á, BRG Golf tăng cường hợp tác với công ty lữ hành quảng bá hình ảnh Golf Việt Nam tại hội thảo, triển lãm, sự kiện xúc tiến du lịch ở các thị trường trọng điểm để thu hút khách du lịch, khách chơi golf trong nước và quốc tế.

- Tập đoàn BRG cũng đẩy mạnh hợp tác liên kết giữa các sân golf và các hãng lữ hành để tạo nên những golf tour chất lượng, kết hợp cả những sản phẩm du lịch MICE, du lịch nghỉ dưỡng; Đồng thời triển khai nhiều ưu đãi tại sân golf cho khách của công ty lữ hành, tăng cường quảng bá hình ảnh sân golf và dịch vụ golf chuyên nghiệp tại Việt Nam đến golf thủ quốc tế. Ngoài ra, triển khai nhiều ưu đãi tại sân golf cho khách của công ty lữ hành, tạo ấn tượng tốt đẹp về chất lượng và dịch vụ của hệ thống sân golf BRG. Tập đoàn cũng triển khai những tổ hợp sân golf khách sạn nhằm đem đến sản phẩm du lịch độc đáo, góp phần khai thác tối đa tiềm năng du lịch của tỉnh thành và tái khẳng định hình ảnh golf Việt Nam trên bản đồ thế giới.

(2) Ban hành các chính sách ưu đãi, khuyến mại, các gói kích cầu nhằm thu hút khách hàng

- Đa dạng hóa các kênh bán hàng trực tiếp với các chính sách đặt phòng & hình thức thanh toán linh hoạt, chính sách miễn phí hoãn hủy, lấy phòng sớm, trả phòng muộn.... Đặc biệt chú trọng kênh Digital Marketing, quảng bá và tương tác với khách hàng qua mạng xã hội, website... Chú trọng ưu đãi đặc quyền đối với hệ thống khách hàng thân thiết như nhân đôi điểm thưởng và chính sách đổi điểm trực tuyến nhanh chóng, linh hoạt.

- Thường xuyên tung ra các gói kích cầu, khuyến mại hấp dẫn người bản địa, địa phương và các vùng lân cận (kỳ nghỉ gia đình cuối tuần, ở trong ngày, dịch vụ ăn uống, vui chơi trẻ em...).

- Các chương trình ưu đãi với thành viên các Hiệp hội thương mại của các nước Mỹ (Amcham), Châu Âu (Eurocham), Nhật Bản (Japan Business Association in Vietnam), Hàn Quốc (Korcham, Koica), Singapore... và các tổ chức quốc tế tại Việt Nam. Đồng thời thúc đẩy kinh doanh, mở rộng thị trường khách hàng doanh nghiệp, cung cấp dịch vụ cơ sở lưu trú ngắn hạn và dài hạn đối với các chuyên gia làm việc tại Việt Nam, các doanh nghiệp FDI, khu công nghiệp.

- Đối với thị trường khách nội địa, các khách sạn BRG tập trung vào các chương trình du lịch gia đình, bạn bè và các nhóm nhỏ. Khách sạn ra mắt hàng loạt các gói combo bao gồm phòng ở, ăn trưa, ăn tối.

- Đối với thị trường quốc tế, tham gia các chương trình giới thiệu điểm đến với các Hãng lữ hành quốc tế, giới thiệu cơ sở vật chất khách sạn qua các Video thực tế ảo (Virtual Video). Tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trên toàn cầu có thể tìm hiểu khách sạn trực tuyến.

- Đối với khách đã tiêm đủ 2 liều vắc-xin, hộ chiếu vắc-xin, khách đi tour trọn gói, lưu trú tại khách sạn được lựa chọn thông qua các chuyến bay thuê bao chuyến (charter flight), tập trung tham gia, khai thác chương trình du lịch trọn gói của doanh nghiệp lữ hành từ các thị trường mục tiêu như Đông Bắc Á (Hàn Quốc, Nhật Bản), Đông Nam Á (Singapore, Thái Lan), Ấn Độ, Châu Âu, Hoa Kỳ, Trung Đông, Châu Úc... Tổ chức các hoạt động và chương trình ưu đãi áp dụng trong các kỳ nghỉ, lễ hội, Noel, Tết, hội nghị tổng kết...

(3) Tăng cường các hoạt động xúc tiến quảng bá của ngành du lịch trong và ngoài nước

- Tổ chức truyền thông, xúc tiến, quảng bá, xây dựng sản phẩm phục vụ khách du lịch nội địa và quốc tế. Tổ chức các hội thảo, các đoàn FAM với các doanh nghiệp lữ hành, các cơ quan thông tấn báo chí trong nước và nước ngoài, kết hợp với các hãng hàng không trong nước và quốc tế tổ chức các cuộc khảo sát điểm đến, khảo sát khách sạn và điểm thăm quan du lịch, kết nối thị trường.

- Tổ chức các chương trình trải nghiệm thực tế, khách mời là những người nổi tiếng KOL để tăng sự nhận diện thương hiệu, quảng bá Khách sạn thành viên trên phương tiện thông tin đại chúng, mạng xã hội.

- Tham dự các sự kiện, triển lãm du lịch kích cầu trong nước và quốc tế: VITM, Triển lãm du lịch trực tuyến ITB...

- Du lịch MICE, hội họp đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của điểm đến và ngược lại, điểm đến cũng đóng một vai trò thiết yếu trong việc giúp du lịch MICE diễn ra thành công. MICE là loại hình du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện, du lịch khen thưởng của các công ty cho nhân viên và đối tác. Các khách sạn trong tập đoàn BRG với hệ thống trang thiết bị hội họp hiện đại, tăng cường nâng cấp các hệ thống kết nối phục vụ các hội họp trực tuyến.

(4) Tăng cường các hoạt động Thương mại điện tử. Nâng cấp hệ thống đặt phòng trực tuyến để tạo thuận tiện cho khách hàng khi đặt phòng hoặc qua các đại lý du lịch trực tuyến (OTA). Áp dụng các chương trình khuyến mại đặc biệt như Flash Sales, giờ vàng khuyến mại giảm giá đến 50%. Chính sách ưu đãi với các khách hàng đặt sớm (Early Bird Booking), hoàn trả tiền...

3. Kiến nghị

3.1. Các chính sách thu hút khách du lịch trong điều kiện “bình thường mới”

- Ổn định và thúc đẩy tăng trưởng thị trường du lịch nội địa. Trước mắt, trong bối cảnh du lịch quốc tế chưa thể quay trở lại ổn định và lượng khách quốc tế tăng chậm sau đại dịch thì ổn định và thúc đẩy tăng trưởng thị trường khách nội địa là giải pháp quan trọng. Điều này vừa đáp ứng nhu cầu du lịch của người dân trong nước, vừa bảo đảm khả năng duy trì cho các doanh nghiệp du lịch trong ngắn hạn.

- Tiếp tục đầu tư, hoàn thiện kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển đa dạng sản phẩm và dịch vụ du lịch. Covid-19 mặc dù gây ảnh hưởng nghiêm trọng đối với ngành du lịch nhưng đây cũng là khoảng thời gian ngành du lịch nhìn nhận lại quá trình phát triển, chỉnh trang lại cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, hoàn thiện kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch để chuẩn bị cho một giai đoạn phát triển mới. Đồng thời, ngành du lịch cần tăng cường nghiên cứu, phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch đa dạng, hình thành các dòng sản phẩm du lịch mới (du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ du lịch về đêm...) và nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch sau đại dịch. Trước mắt, cần tái khởi động các chương trình xúc tiến quảng bá, kích cầu du lịch tại một số thị trường truyền thống, thị trường gần, như thị trường Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản), Đông Nam Á (Thái Lan, Ma-lai-xi-a,...); đồng thời, tiếp tục nghiên cứu, tiếp cận và mở rộng các thị trường tiềm năng, thị trường xa, như Tây Âu, Bắc Mỹ, Nga, Ô-xtrây-li-a, Niu Di-lân... Sau đại dịch, tâm lý, xu hướng, nhu cầu của khách du lịch sẽ có những thay đổi nhất định. Vì thế, công tác xúc tiến, quảng bá du lịch không những phải triển khai tích cực mà còn phải thay đổi, điều chỉnh phương pháp, cách thức tổ chức cho phù hợp. Bên cạnh các phương pháp xúc tiến, quảng bá truyền thống, như tổ chức các sự kiện quốc tế, hội chợ, hội nghị, hội thảo, quảng bá qua các phương tiện truyền thông đại chúng, quảng bá thông qua các hãng hàng không, các đại lý lữ hành quốc tế... cần phải áp dụng các phương pháp hiện đại,

ứng dụng công nghệ số, thực hiện ma-kết-tinh số, quảng bá trực tuyến, quảng bá trên các kênh truyền hình nổi tiếng, như CNN, BBC, National Geographic, Discovery và thiết lập văn phòng đại diện tại một số quốc gia, một số thị trường trọng điểm.

- Phục hồi và phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực du lịch chất lượng cao. Đại dịch đã tước đi công việc của hàng trăm nghìn lao động du lịch Việt Nam, nhiều lao động du lịch đã bỏ ngành, chuyển ngành. Vì thế, sau đại dịch, việc quan trọng đầu tiên là cần có biện pháp giữ chân, thu hút, phục hồi lại lực lượng lao động cho ngành du lịch. Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực du lịch chất lượng cao để bổ sung cho ngành du lịch, đáp ứng nhu cầu phát triển trong giai đoạn mới.

- Tăng cường phối hợp và liên kết ngành. Tăng cường phối hợp với ngành hàng không trong công tác xúc tiến, quảng bá, kết nối và phát triển thị trường du lịch; phối hợp với các cơ quan hải quan, thuế trong việc tạo thuận lợi cho khách du lịch quốc tế xuất, nhập cảnh Việt Nam và mua hàng miễn thuế; phối hợp với ngành nông nghiệp trong việc cung ứng thực phẩm đầu vào cho các nhà hàng, cơ sở kinh doanh ăn uống, bảo đảm an toàn thực phẩm phục vụ khách du lịch; phối hợp với ngành công an bảo đảm an ninh, trật tự tại các khu, điểm du lịch, phòng, chống các loại tội phạm...

- Xây dựng môi trường du lịch thân thiện, an toàn. Sau đại dịch, có thể xuất hiện trở lại các hiện tượng chèo kéo khách, cò mồi, nâng giá, ép giá, lừa đảo, cướp giật,... gây ảnh hưởng lớn đến hình ảnh du lịch Việt Nam. Vì vậy, cần chú trọng công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho cộng đồng, doanh nghiệp và toàn xã hội, tích cực hành động để xây dựng hình ảnh du lịch Việt Nam thân thiện, an toàn, hiếu khách.

3.2. Các chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh mới

- Xây dựng và triển khai các gói hỗ trợ cho doanh nghiệp và người lao động ngành du lịch: Chính phủ chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương triển khai giải ngân gói hỗ trợ cho doanh nghiệp và người lao động nói chung và ngành du lịch nói riêng với các thủ tục hành chính giảm thiểu để giảm bớt khó khăn cho doanh nghiệp và người lao động.

- Chính sách về tín dụng, tài khóa: Ban hành các giải pháp chính sách về tín dụng, hỗ trợ miễn, giảm lãi suất cho các doanh nghiệp du lịch trong và sau dịch bệnh, tạo điều kiện phù hợp để các doanh nghiệp du lịch phục hồi hoạt động kinh doanh.

- + Miễn giảm các khoản đóng góp bảo hiểm y tế và xã hội cho doanh nghiệp du lịch, giảm lãi suất vay ngân hàng cho các doanh nghiệp có nguồn tài chính vững chắc, nhưng đang gặp vấn đề về dòng tiền tạm thời do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19.

- + Nhà nước cần có những chính sách miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp trong ngành du lịch, như: miễn thuế giá trị gia tăng cho tiêu dùng du lịch và các doanh nghiệp du lịch, giảm chi phí môi trường cho các doanh nghiệp du lịch, giảm

thuế khoán đối với các hộ kinh doanh du lịch cá thể, áp dụng mức giá điện theo đơn giá điện sản xuất cho các cơ sở kinh doanh nhà hàng, dịch vụ lưu trú du lịch thay vì áp dụng mức giá dịch vụ.

- Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh: UNWTO đã khẳng định xu hướng của du lịch (cả nội địa và quốc tế) sau đại dịch COVID-19 sẽ là du lịch xanh, khám phá và gần gũi thiên nhiên, bảo vệ môi trường. Chính phủ cần chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương triển khai Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh và phát triển bền vững; tăng cường các biện pháp quản lý tài nguyên thiên nhiên và văn hóa, bảo vệ môi trường, sử dụng năng lượng tái tạo.

- Thực hiện chuyển đổi số: Xây dựng mô hình kinh doanh trực tuyến, ứng dụng số cho dịch vụ không tiếp xúc, bán hàng qua mạng, phù hợp với thị trường và nhân lực du lịch của doanh nghiệp sau COVID-19. Chuyển đổi số sẽ là chìa khóa để các khách sạn thu hút khách và cũng để giảm yêu cầu về nhân lực, vốn là yếu tố cần thiết để kiềm chế chi phí khi việc thu hút nguồn nhân lực ngày càng khó khăn hơn. Chuyển đổi số cũng có thể hỗ trợ hướng dẫn khách du lịch bằng những ngôn ngữ chưa được đào tạo. Ngoài ra, điều này tạo thuận lợi cho công ty lữ hành khi khách du lịch có xu hướng lựa chọn chuyển từ các nhóm du lịch lớn sang các nhóm du lịch nhỏ hơn, giúp tiết kiệm chi phí và giải quyết khó khăn do thiếu hụt nhân lực hướng dẫn viên. Mô hình kinh doanh trực tuyến sẽ có thể linh hoạt và ứng phó với biến động. Tiếp thị và chăm sóc khách hàng thông qua nền tảng công nghệ.

THAM LUẬN HỘI THẢO DU LỊCH

“Du lịch Việt Nam - phục hồi và phát triển bối cảnh mới”

Nguyễn Thị Hồng Liên

Giám đốc Công ty cổ phần Dạ Lan, Thanh Hóa

Kính thưa quý vị đại biểu, thưa hội thảo!

Lời đầu tiên cho phép tôi được thay mặt tập thể lãnh đạo và cán bộ, nhân viên Công ty cổ phần Dạ Lan trân trọng gửi tới các đồng chí lãnh đạo và các quý vị đại biểu lời chúc sức khỏe, chúc hội nghị thành công tốt đẹp.

Kính thưa quý vị đại biểu!

Từ năm 2020 đến nay, do tác động của đại dịch COVID-19, ngành Du lịch Việt Nam cũng như thế giới đang trải qua một cuộc lao đao. Du lịch đóng băng trong thời gian dài do đại dịch khiến hàng nghìn doanh nghiệp phải đóng cửa, tạm ngừng hoạt động, nhiều lao động trong ngành Du lịch phải nghỉ việc. Việc khởi động lại các hoạt động du lịch có ý nghĩa quan trọng, nhất là đối với cộng đồng cộng đồng nhằm từng bước vượt qua khó khăn, bắt nhịp lại trong điều kiện bình thường mới. Song yêu cầu đặt ra là phải bảo đảm mục tiêu kép vừa phòng, chống dịch bệnh, vừa phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội, an toàn, thích ứng, linh hoạt trong trạng thái bình thường mới.

Công ty cổ phần Dạ Lan chúng tôi với 20 năm hoạt động trong lĩnh vực nhà hàng, tổ chức sự kiện, đào tạo nghề nhà hàng, sản xuất Rượu gạo truyền thống, nước uống tinh khiết và thể dục thể thao. Với hệ thống 3 nhà hàng nằm ở các vị trí đắc địa trên các cửa ngõ lưu thông của thành phố Thanh Hóa thì Dạ Lan là một trong những đơn vị đã xây dựng được vị thế nhất định trên bản đồ du lịch Thanh Hóa. Trải qua giai đoạn khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, Dạ Lan đã có những bước chuyển mình mạnh mẽ, tìm thấy cơ hội trong khó khăn. Tự vận động, đổi mới và tìm ra giải pháp cho chính mình. Linh hoạt ứng biến, xây dựng kế hoạch cho mọi tình huống xảy ra. Công tác bán hàng online được đẩy mạnh và vận hành một cách có hệ thống từ việc xây dựng các phần mềm lên đơn hàng đến những phương pháp tiếp cận với khách hàng. Căn cứ vào nhu cầu tiêu dùng trong mùa dịch, bộ phận khoa học kỹ thuật đã cơ cấu, chuyển hướng bổ sung thêm vào hệ thống thực đơn nhiều món ăn mang tính thông dụng trong bữa ăn hàng ngày, đầu tư vào việc nâng cấp mẫu mã, tem nhãn, hình thức các sản phẩm bán mang về. Khi mà nhiều nhà hàng tạm dừng hoạt động để cắt giảm chi phí, thì hệ thống nhà hàng Dạ Lan đã triển khai đồng bộ trong việc sửa chữa, xây dựng mới hệ thống cơ sở vật chất cập nhật theo xu hướng để đón đầu thị trường khi tình hình dịch bệnh ổn định. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng đã nghiên cứu và tiếp cận với nhiều lĩnh vực khác nhau để nâng cao về doanh thu cũng như uy tín về thương hiệu. Bên cạnh việc nghiên cứu các đề tài khoa học, Dạ Lan cũng đã phối hợp với sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch Thanh Hoá tổ chức thành công dự án đào tạo du lịch cộng đồng - dạy kỹ

năng nấu ăn cho các hộ kinh doanh lưu trú tại các khu du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá.

Thời gian tới đây xác định vẫn là thời điểm khó khăn của ngành du lịch, tham gia Hội nghị ngày hôm nay, tôi xin phép được đưa ra một số ý kiến bàn về giải pháp phục hồi và phát triển như sau:

1. Tạo điều kiện phát triển du lịch ở “vùng xanh”: Các cấp, các ngành liên quan đưa ra các biện pháp khoanh vùng theo từng điểm dịch, từng khu vực dịch để thiết lập và bảo vệ “vùng xanh” (vùng bình thường mới, vùng không có dịch bệnh, vùng an toàn) để các doanh nghiệp nằm trong khu vực này vẫn duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh và phát triển kinh tế.

2. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong kinh doanh: Thực hiện số hóa dữ liệu về hướng dẫn viên du lịch, Doanh nghiệp lữ hành, cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, cơ sở lưu trú, các khu, điểm du lịch, các di tích danh thắng...; xây dựng nền tảng hệ thống du lịch thực tế ảo trên bản đồ số đối với các khu, điểm du lịch, di tích danh thắng do nhà nước quản lý, đáp ứng yêu cầu phục vụ du khách. ứng dụng công nghệ trong việc đổi mới công tác xúc tiến và quảng bá du lịch bằng số hóa hoạt động quản lý, điều hành để kiểm soát tốt giá cả, chất lượng sản phẩm cung cấp, chăm sóc khách hàng; xây dựng hệ thống sản phẩm kết nối với đa dạng các kênh bán, tăng khả năng tiếp cận của khách hàng; số hóa giao dịch, thanh toán điện tử để đáp ứng xu thế mua dịch vụ trực tuyến.

3. Tập trung công tác đào tạo nguồn nhân lực: Dịch COVID-19 khiến nhiều xu hướng du lịch thay đổi. Để đón đầu thị trường khi tình hình dịch bệnh ổn định, các doanh nghiệp du lịch cần tận dụng thời gian "đóng cửa" để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực hiện có, tập huấn thêm các kỹ năng chuyên môn, ngoại ngữ. Chủ động tự đào tạo và bồi dưỡng, nâng cao tay nghề cho người lao động tại chỗ. Cùng với đó là việc đào tạo về văn hoá giao tiếp, văn hoá du lịch, phẩm chất cần có của người làm du lịch là sự thân thiện, tinh tế, chuyên nghiệp.

4. Liên kết để tạo sức mạnh giữa các doanh nghiệp: Vai trò của liên minh, liên kết giữa các đơn vị lữ hành với các doanh nghiệp hoạt động du lịch như nhà hàng, khách sạn hay vận tải cần phải đi vào chiều sâu, thực chất hơn nữa, cần có sự liên kết chặt chẽ giữa các bên: cơ quan quản lý điểm đến, cơ sở cung ứng dịch vụ tại điểm đến, nhà vận chuyển (hàng không, tàu hỏa, ô tô...).

Các doanh nghiệp du lịch trên cả nước tập trung xây dựng hệ thống tour tuyến với sự kết nối, liên minh, liên kết của các sản phẩm du lịch xanh như resort, nhà hàng, khách sạn, trung tâm vui chơi giải trí, vận tải ... và các sản phẩm du lịch xanh này phải cam kết thực hiện các biện pháp đảm bảo an toàn trong mùa dịch.

5. Đưa ra các sản phẩm mới, đặc sắc phù hợp với thị hiếu, nhu cầu thời dịch: Phát triển các sản phẩm du lịch mới dựa trên thế mạnh đặc thù của từng vùng miền, địa phương, tăng cường phát triển tập trung vào lịch sinh thái và du lịch cộng đồng. Xây dựng các tour trọn gói kết hợp giữa nhiều loại hình du lịch như du lịch biển, du lịch văn hoá tâm linh, du lịch trải nghiệm... Khai thác mạnh dòng sản phẩm tour tự do/dịch vụ tour thiết kế riêng theo yêu cầu của từng nhóm khách nhỏ, nhóm

khách gia đình. Xây dựng thí điểm các điểm đến an toàn để từ đó nhân rộng đồng thời thúc đẩy liên kết phát triển du lịch.

Cuối cùng xin kính chúc các đồng chí lãnh đạo cùng toàn thể quý vị sức khỏe, hạnh phúc và thành đạt. Chúc Hội thảo thành công tốt đẹp.

Xin trân trọng cảm ơn !

GIẢI PHÁP PHỤC HỒI VÀ PHÁT TRIỂN KINH DOANH DU LỊCH CỦA CÔNG TY GLOBAL TOSERCO TRONG BỐI CẢNH TÌNH HÌNH MỚI VÀ KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

Lê Thanh Hà
Phó Tổng giám đốc Công ty TNHH Global Toserco

Kính thưa các vị Lãnh đạo Quốc hội và Thường trực Chính phủ.

Thưa các đại biểu tham dự hội nghị.

Nhân Hội thảo Du lịch năm 2021, thay mặt công ty TNHH Global Toserco chúng tôi xin được cảm ơn Chính phủ Việt Nam cùng các cơ quan trung ương và địa phương đã giúp đỡ, hỗ trợ trong suốt quá trình đầu tư tại Hà Nội cũng như đã tạo điều kiện để chúng tôi được nêu lên những đề xuất của mình nhằm vượt qua khó khăn tiếp tục phát triển. Trong bài tham luận này chúng tôi xin đưa ra một vài thực trạng về hoạt động kinh doanh khách sạn nói chung và của công ty nói riêng cũng như một số đề xuất góp phần tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực khách sạn cao cấp.

1. Khái quát về hoạt động kinh doanh khách sạn tại Việt Nam

Việt Nam hiện đang là một trong những điểm đến hấp dẫn đối với du khách nước ngoài, là một trong những địa điểm thu hút vốn đầu tư nước ngoài lớn trên thế giới. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc kinh doanh khách sạn và văn phòng cho thuê. Có được thuận lợi này là nhờ những nỗ lực của Quốc hội, Chính phủ và nhân dân Việt Nam trong việc duy trì được môi trường chính trị xã hội ổn định, việc xây dựng luật pháp, chính sách, ngày càng rõ ràng và hướng đến người dân, doanh nghiệp; chi phí lao động cạnh tranh so với các nước trong khu vực.

Với sự xuất hiện ngày càng nhiều các khách sạn 5 sao do các tập đoàn lớn chuyên về quản lý khách sạn trên thế giới như Starwood, IHG, Accor, Hilton... đã góp phần làm nâng cao chất lượng ngành du lịch, khách sạn, nâng cao chất lượng nhân sự, tạo công ăn việc làm cho một lượng lớn lao động và đóng góp rất lớn vào ngân sách nhà nước.

Tuy nhiên nhà đầu tư cũng gặp nhiều khó khăn trong hoạt động kinh doanh, cụ thể như sau:

- Tính phụ thuộc của kinh doanh khách sạn vào môi trường kinh tế xã hội: kinh doanh khách sạn chịu ảnh hưởng rất lớn từ những biến động đời sống xã hội như suy thoái kinh tế, dịch bệnh, chiến tranh thiên tai địch họa v.v... Kể từ khi thành lập vào đầu những năm 90 của thế kỷ trước, chúng tôi đã trải qua những biến cố làm ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh như dịch SARS năm 2003 làm các khách sạn hoạt động cầm chừng trong mấy tháng, giá sụt giảm vì không có khách. Vừa mới hồi phục lại và kinh doanh tốt vào những năm 2005- 2007 thì trường lại gặp khủng hoảng kinh tế châu Á năm 2008, lãi vay tăng cao, nguồn vốn

gặp khó khăn làm ảnh hưởng mạnh đến ngành khách sạn. Ngay sau giai đoạn khởi sắc vào những năm 2017-2019 các nhà đầu tư lại chịu thiệt hại nặng nề với đại dịch COVID-19 ảnh hưởng toàn cầu. Đây là cú đánh mạnh nhất vào các doanh nghiệp, trong đó ngành du lịch, khách sạn, hàng không chịu thiệt hại nặng nhất, nhiều khách sạn phải đóng cửa tạm thời, cắt giảm nhân viên thậm chí bán khách sạn.

- Kinh doanh khách sạn đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu lớn, đặc biệt là các khách sạn cao cấp đạt tiêu chuẩn 5 sao nhưng thời gian thu hồi vốn dài. Xuất đầu tư một khách sạn 5 sao theo tiêu chuẩn quốc tế rất cao, đặc biệt là các khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao của các tập đoàn quản lý tên tuổi như Starwood, IHG, Accor, Hilton... Để duy trì tiêu chuẩn 5 sao, các doanh nghiệp khách sạn cao cấp phải duy trì một khoản đầu tư hàng năm khoảng 3-5% doanh thu, thậm chí nhiều hơn (đối với những khách sạn đã hoạt động nhiều năm) để sửa chữa, nâng cấp cơ sở vật chất. Ngoài ra cứ khoảng 5-10 năm lại phải đầu tư thêm từ 5-10 triệu đôla Mỹ để cải tạo lớn và nâng cấp khách sạn. Trong khi đó các chi phí như điện, nước, tiền thuê đất ngành khách sạn đều bị áp ở mức giá cao nhất so với các ngành sản xuất, dịch vụ khác.

- Trình độ nhân lực trong ngành khách sạn đã được nâng cao rất nhiều so với thời gian trước, đội ngũ lãnh đạo cấp trung đã thay thế được nhiều vị trí trước đây do người nước ngoài đảm nhiệm. Các khách sạn cao cấp đã góp một phần rất lớn công sức trong việc nâng cao chất lượng nhân lực ngành khách sạn qua quá trình rèn luyện, đào tạo nhân viên. Tuy nhiên với nhân lực quản lý cao cấp người Việt (Tổng quản lý, Phó Tổng quản lý khách sạn, Giám đốc bán hàng và marketing, Bếp trưởng ...) còn rất thiếu và hầu như các khách sạn 5 sao phải thuê người nước ngoài đảm nhiệm với chi phí rất cao.

- Chính sách của Việt Nam đang được điều chỉnh theo chiều hướng ngày càng tốt lên nhưng còn nhiều bất cập trong việc thực hiện. Cụ thể:

- + Việc ra chính sách: 1) Khi luật ra đời nên hoàn chỉnh có tính thực thi ngay và ra ngay các Nghị định, Thông tư hướng dẫn. 2) Chính sách cần sát với thực tiễn để tránh gây bất lợi đến lợi ích của người dân, doanh nghiệp.

- + Thi hành chính sách: Trên thực tế việc áp dụng thực hiện chính sách ở các cấp địa phương còn phụ thuộc vào cách hiểu của cán bộ thực hiện nên nhiều lúc gây khó khăn, bất lợi cho doanh nghiệp.

2. Tình hình đầu tư kinh doanh của công ty Global Toserco

Công ty TNHH Global là liên doanh giữa đối tác Việt Nam và Indonesia, được thành lập từ tháng 11/1992, là một trong những nhà đầu tư đầu tiên trong lĩnh vực khách sạn tại Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng. Công ty đầu tư vào dự án khách sạn Pullman Hà Nội và tòa tháp văn phòng Horison tại 40 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội với thời hạn 50 năm kể từ tháng 11/1992. Qua gần 30 năm đầu tư, hiện nay tổng số vốn đầu tư của dự án là 65,8 triệu đô la, trong đó bên nước ngoài chiếm 65% và bên Việt Nam chiếm 35% vốn. Bên Việt nam góp vốn bằng tiền thuê đất của 27 năm đầu, từ năm thứ 28 Công ty trả tiền thuê đất hàng năm.

Giống như phần lớn các khách sạn 5 sao tên tuổi tại Việt Nam, việc vận hành được các tập đoàn quản lý khách sạn quốc tế thực hiện theo các hợp đồng quản lý.

Khách sạn Pullman Hà Nội được tập đoàn Accor quản lý theo các tiêu chuẩn của tập đoàn áp dụng với tất cả khách sạn Pullman trên toàn thế giới. Các tiêu chuẩn được cụ thể hóa từ cơ sở vật chất đến người lao động để đảm bảo chất lượng. Do vậy khách sạn phải thường xuyên bảo dưỡng, nâng cấp trang thiết bị và liên tục đào tạo cho người lao động. Chính vì vậy chi phí vận hành khách sạn khá lớn mặc dù chưa tính đến chi phí khác như lãi vay, bảo hiểm, khấu hao, thuê đất... Các chi phí khác này rất lớn và được tính vào chi phí chung của công ty.

Do sử dụng nhiều lao động nên chi phí lương và đào tạo cho người lao động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí của khách sạn. Việc thiếu nhân sự quản lý cấp cao ở Việt Nam buộc công ty phải thuê người nước ngoài cho các vị trí Tổng quản lý khách sạn, Phó Tổng quản lý, Bếp trưởng, Giám đốc bán hàng và marketing. Chi phí lương và phụ cấp cho họ chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng quỹ lương và việc tuyển dụng không phải lúc nào cũng thuận lợi, đặc biệt là vị trí Bếp trưởng vì thông thường ứng viên không có bằng đại học theo qui định mới đây của Giấy phép lao động.

Trong cơ cấu chi phí vận hành khách sạn, chi phí năng lượng (điện, nước) chiếm một phần quan trọng. Hiện nay giá điện áp dụng cho ngành khách sạn đang cao hơn so với lĩnh vực sản xuất là khoảng 30-35%. Với cách tính giá điện bậc thang và theo giờ cao điểm, khách sạn luôn ở phân bất lợi vì nhu cầu sử dụng điện cao, thời gian sử dụng nhiều vào giờ cao điểm. Mặc dù luôn cập nhật để áp dụng các biện pháp tiết kiệm điện bằng cách đầu tư, chuyển đổi các thiết bị tiết kiệm điện tiên tiến nhất nhưng chi phí vẫn cao do việc sử dụng điện hoàn toàn phụ thuộc vào nhu cầu của khách, khách sạn không thể điều tiết để chuyển việc sử dụng điện sang giờ thấp điểm.

Chi phí thuê đất là một khoản chi phí rất lớn. Từ khi chuyển sang thuê đất hàng năm, chi phí này chiếm tới 20% tổng chi phí của công ty. Trên thực tế, giá thuê đất cho lĩnh vực khách sạn cũng là mức giá cao nhất. Ngoài ra, giá thuê đất chỉ áp dụng một mức giá cho toàn bộ khu đất trong khi hệ số sử dụng đất của khu đất chỉ là 37,9%. Như vậy Công ty phải trả hơn 60% tiền thuê đất cho diện tích đất làm cảnh quan, đỗ xe.

Theo qui định tại Thông tư 36/2014/TT-BTNMT ngày 30/06/2014, khi tính giá đất, nếu theo phương pháp thu nhập, là phương pháp áp dụng với các dự án đã đi vào hoạt động sẽ áp dụng chiết khấu lãi suất tiền gửi ngân hàng. Việc áp dụng mức chiết khấu này không hợp lý với ngành khách sạn vì trên thực tế đầu tư vào ngành này gặp rủi ro cao hơn rất nhiều so với gửi tiền ngân hàng.

Trong năm 2020-2021, đại dịch COVID-19 đã gây khó khăn trầm trọng cho công ty. Khách ít, khách sạn có lúc phải tạm dừng hoạt động để chống dịch nhưng chi phí vẫn rất lớn do các chi phí cố định để trì hoạt động của tòa nhà (dù không có hay có ít khách) không nhỏ. Ngoài ra với số lượng không nhỏ người lao động, mặc dù tạm hoãn hợp đồng lao động với một số nhân viên vì không có khách trong thời gian này nhưng công ty vẫn có trợ cấp hàng tháng để giữ chân người lao động. Kết quả là công ty đã chịu lỗ trong cả 2 năm 2020 và 2021.

Kể từ khi nhận giấy phép đầu tư, trải qua gần 30 năm hoạt động kinh doanh nhưng đến nay công ty Global Toserco mới thu hồi được một phần nhỏ vốn, mặc dù thuận lợi hơn nhiều khách sạn khác là không còn bị lỗ (cho đến trước năm 2020).

Nếu giả định từ nay đến khi hết thời hạn của Giấy chứng nhận đầu tư (năm 2042) tất cả mọi điều kiện kinh doanh đều thuận lợi như năm 2019 (là năm công ty có kết quả kinh doanh tốt nhất) thì công ty vẫn chưa thu hồi được vốn đầu tư.

Thời hạn giấy phép kinh doanh chỉ còn hơn 20 năm và điều khoản chuyển giao toàn bộ dự án không bồi hoàn cho Nhà nước khiến công ty rất khó có thể đầu tư thêm vào dự án mặc dù rất mong muốn do không đủ thời gian để thu hồi vốn. Điều này cũng khá phổ biến với các công ty liên doanh khách sạn được thành lập trong những năm 1990 và có điều khoản chuyển giao không bồi hoàn dự án cho nhà nước sau khi hết thời hạn giấy phép.

Trong khi đó số đóng góp cho ngân sách của công ty trong quá trình hoạt động là rất lớn. Trên thực tế lợi nhuận của công ty chỉ bằng 45% so với tổng số nộp ngân sách từ khi thành lập đến nay.

3. Đề xuất của Công ty về chính sách

3.1. Áp dụng giá điện cho khách sạn bằng giá điện sản xuất. Hiện nay giá điện khách sạn đang bị tính cao hơn giá điện sản xuất khoảng 35%.

3.2. Tăng thời gian giảm tiền thuê đất, vì 2 năm vừa rồi khách sạn hoạt động cầm chừng vì ít khách, mà năm 2021 mới được giảm 30%.

3.3. Liên quan đến định giá tiền thuê đất:

- Cần có sự khác biệt theo chức năng/chỉ tiêu qui hoạch trong tiền thuê đất của khu đất dự án: mức tiền thuê đất cho diện tích trong chỉ tiêu qui hoạch (...% được xây dựng công trình) và tiền thuê đất cho diện tích ngoài chỉ tiêu qui hoạch (chỉ làm cảnh quan, đường đi...). Hiện nay giá thuê đất giữa hai loại diện tích này không có sự khác biệt trong khi nhà đầu tư nhiều khi chỉ được xây 30-40% diện tích khu đất mà phải trả tiền thuê đất theo cùng mức giá giữa đất xây dựng và đất cảnh quan.

- Thay qui định áp dụng tỷ lệ chiết khấu bằng lãi suất tiền vay trong phương pháp thu nhập thay cho lãi suất tiền gửi như qui định hiện tại để tính giá đất trong Thông tư 36/2014/TT-BTNMT ngày 30/06/2014.

- Theo Thông tư 36/2014/TT-BTNMT, các khoản chi phí để hình thành thu nhập của thửa đất cần định giá được tính theo định mức, đơn giá do cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành. Với việc định giá cho đất cho khách sạn, các cơ quan có thẩm quyền thường áp dụng theo định mức suất vốn đầu tư xây dựng của Bộ Xây dựng cho một công trình thấp hơn rất nhiều so với thực tế xây dựng một khách sạn, nhất là khách sạn cao cấp.

Tất cả các yếu tố trên khiến giá cho thuê đất cho khách sạn rất cao, gây thiệt thòi cho doanh nghiệp.

3.4. Bỏ khoản nộp bảo hiểm cho BHXH Việt Nam cho người nước ngoài vì trong hợp đồng với công ty quản lý khách sạn, chủ đầu tư buộc phải mua bảo hiểm sức khỏe và trả tiền cho họ đóng quỹ hưu trí trong khi theo qui định của BHXH, công ty hiện phải đóng 8% mức lương trần và từ 1/1/2022 sẽ phải đóng thành 22%.

Trên thực tế, người lao động nước ngoài không sử dụng các loại bảo hiểm này mà chỉ sử dụng bảo hiểm sức khỏe và tiền nộp quỹ hưu trí.

3.5. Cần nhắc việc gia hạn giấy chứng nhận đầu tư cho các doanh nghiệp có điều khoản chuyển giao không bồi hoàn cho nhà nước Việt nam khi hết hạn đầu tư.

3.6. Với thực tế số người được tiêm vacxin phòng COVID-19 ngày càng tăng đề nghị Chính phủ cần nhắc mở các đường bay thương mại với khách đã tiêm phòng đầy đủ và có xét nghiệm âm tính và có chính sách cách ly phù hợp để tạo điều kiện thuận lợi cho du khách đến Việt Nam.

Xin trân trọng cảm ơn.

DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH L COVID-19 LIÊN KẾT XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐÁP ỨNG NHU CẦU MỚI

Phùng Quang Thắng
Giám đốc Công ty Lữ hành Hanoitourist

Tóm tắt: Trong và sau đại dịch COVID-19, xu hướng và nhu cầu du lịch của khách nội địa và quốc tế đã thay đổi. Để đáp ứng với tình hình mới trong phát triển sản phẩm du lịch, hoạt động được cho là một trong những khâu cốt lõi của kinh doanh lữ hành. Phương pháp tiếp cận vấn đề từ nhiều hướng trong đó góp phần từ những đơn vị đang hoạt động trong lĩnh vực lữ hành được doanh nghiệp đánh giá cao và thiết thực. Bài viết này xem xét từ nhu cầu chung của thị trường du lịch để đưa ra những hoạt động và một số ví dụ cụ thể nhằm xác định xây dựng sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu mới không những ở góc độ liên kết các doanh nghiệp lữ hành mà còn là liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp lữ hành và các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch ở địa phương.

Từ khóa: Bối cảnh mới, nhu cầu du lịch, sản phẩm du lịch, bình thường mới, liên kết doanh nghiệp lữ hành, xây dựng sản phẩm du lịch.

Đặt vấn đề

Du lịch là một trong những ngành bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi đại dịch COVID-19. Những hoạt động bình thường trước đây của điem đến du lịch, điem du lịch, lưu trú du lịch, vận chuyển, nhà hàng, dịch vụ ẩm thực, dịch vụ hướng dẫn du lịch v.v. gần như không hoạt động hoặc hoạt động cầm chừng, bị gián đoạn nhiều lần trong suốt hai năm 2020 và 2021.

Trong bối cảnh tình hình dịch COVID-19 vẫn còn diễn ra phức tạp, sống chung với COVID-19, “thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả phòng chống COVID-19” là kim chỉ nam cho tổ chức hoạt động du lịch trong bối cảnh mới. Liên kết doanh nghiệp lữ hành để có thể tạo ra và cung cấp các sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu mới là điều cần thiết ngay trong giai đoạn còn phải đối phó với đại dịch cũng như trước và sau khi đại dịch kết thúc.

Nhằm khôi phục, hồi phục những dấu mốc cao trong phát triển du lịch thời gian qua và hướng tới sự tăng trưởng trong tương lai, sản phẩm du lịch phù hợp với bối cảnh mới là yếu tố đặc biệt quan trọng trong hoạt động của du lịch nói chung và của từng doanh nghiệp du lịch, lữ hành nói riêng. Quá trình này sẽ được diễn ra ở nhiều khâu và ở hoạt động khác nhau như sản phẩm phải đáp ứng nhu cầu du lịch đã thay đổi, chiến lược sản phẩm du lịch được cân nhắc, nguồn lực để tạo ra sản phẩm thích hợp được đề cao trong đó vai trò quan trọng là nguồn nhân lực, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã buộc hoạt động xây dựng sản phẩm thay đổi không như cách truyền thống từng làm, liên kết doanh nghiệp trong xây dựng sản phẩm cũng là một trong những giải pháp để vượt qua khó khăn và thích ứng với bối cảnh mới do ảnh hưởng của đại dịch tạo ra.

1. Tóm tắt ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 đến du lịch Việt Nam

Từ đầu năm 2020 đến nay, dịch COVID-19 đã tác động nặng nề đến du lịch thế giới nói chung và du lịch Việt Nam nói riêng. Dịch COVID-19 đã chấm dứt chuỗi tăng trưởng trung bình gần 23%/năm về lượng khách quốc tế của giai đoạn 2015-2019. Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch COVID-19 cả nước chỉ đón được 3,7 triệu lượt khách quốc tế, giảm 80% so với năm 2019; 56 triệu lượt khách nội địa, giảm 34,1% và tổng thu du lịch giảm khoảng 58,7%. Trong 9 tháng đầu năm 2021, khách du lịch nội địa tiếp tục giảm 16% so với cùng kỳ 2020, đạt 31,5 triệu lượt khách; tổng thu từ khách du lịch giảm 41%. (Theo Báo cáo của Tổng cục Du lịch).

Đại dịch đã ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động của các đơn vị tham gia du lịch như:

- Hầu như các điểm du lịch vắng khách, những điểm du lịch trước đây chủ yếu đón khách du lịch quốc tế nay phải tạm thời chuyển sang đón khách du lịch nội địa, tuy nhiên, lượng khách cũng sụt giảm mạnh. Nhiều thời gian phải đóng cửa để phòng chống dịch.

- Doanh thu của doanh nghiệp du lịch sụt giảm nghiêm trọng, nhiều tháng không có doanh thu, không đảm bảo chi phí vận hành doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp đã đóng cửa, tạm dừng hoạt động, chỉ còn một số ít doanh nghiệp đang hoạt động hoặc hoạt động cầm chừng.

- Người lao động mất việc làm, nhiều người tìm các việc làm khác tạm thời hoặc chuyển hẳn sang làm nghề khác. Sinh viên du lịch tốt nghiệp ra trường cũng không thể tìm được việc làm trong giai đoạn ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch bệnh.

- Sau mỗi đợt dịch bùng phát, các doanh nghiệp rất cố gắng khôi phục hoạt động ngay, tuy nhiên, hoạt động sau một thời gian lại phải ngưng hoạt động để phòng chống dịch. Do vậy, nguồn lực của đa số doanh nghiệp hầu như cạn kiệt về nguồn ngân sách, lực lượng lao động và thị trường khách không bền vững trong giai đoạn dịch.

2. Nhu cầu du lịch

Từ những ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, thói quen tiêu dùng và nhu cầu đi du lịch của du khách đã thay đổi. Sau đây là một số nhu cầu của du khách trong bối cảnh mới:

- 1) An toàn và vệ sinh: An toàn được đặt lên tiêu chí hàng đầu của tất cả du khách khi tham gia vào hoạt động du lịch. An toàn còn tạo ra tâm lý du khách đặc biệt quan tâm đến khâu vệ sinh ở các công đoạn trong quá trình thực hiện chương trình du lịch.

- 2) Sức khỏe và thực phẩm hữu cơ: Xu hướng du lịch kết hợp với chăm sóc sức khỏe ngày càng gia tăng, loại hình du lịch nghỉ dưỡng mang tính du lịch truyền thống nay đã được bổ sung nhu cầu về dịch vụ chăm sóc sức khỏe, thậm chí là du lịch y tế (medical tourism). Ngoài ra, du khách còn hướng đến sử dụng những sản phẩm chế biến từ nguyên liệu hữu cơ.

3) Sinh thái: Trong và sau đại dịch, nhu cầu đi du lịch gắn gũi với thiên nhiên gia tăng. Du lịch bền vững gắn với bảo vệ môi trường là những đòi hỏi của du khách ở tất cả các khâu liên quan đến dịch vụ du lịch.

4) Nghỉ dưỡng: nhu cầu này đã tạo ra sản phẩm mang tính truyền thống, tuy nhiên, trong và sau đại dịch nhu cầu này càng thể hiện rõ. Các khu du lịch nghỉ dưỡng ở khu vực biển, núi, nơi có khí hậu hoặc điều kiện thiên nhiên tốt phục vụ khách nghỉ dưỡng luôn thu hút du khách sau mỗi đợt dịch, thời gian cuối tuần, các kỳ nghỉ của người dân.

5) Du lịch gần nhà: trong giai đoạn ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, du lịch đang dần chuyển hướng từ du lịch quốc tế sang du lịch nội địa, từ du lịch xuyên vùng sang du lịch vùng, từ vùng chuyển sang du lịch tại một địa phương (nội tỉnh/thành phố). Đây là xu hướng rất thực tiễn ở nhiều quốc gia trong đó có Việt Nam. Giai đoạn hậu COVID-19 cần có nhiều sản phẩm du lịch cũng như những hoạt động thiết thực để khôi phục du lịch quốc tế, đặc biệt ở các thị trường xa và tiềm năng.

6) Du lịch theo nhóm nhỏ: xu hướng tìm đến những hoạt động du lịch trong điều kiện an toàn hơn, đồng thời công nghệ số đã tác động tới thói quen tiêu dùng, dễ dàng đặt và sử dụng dịch vụ, du lịch theo gia đình hay nhóm nhỏ, thậm chí chủ động sử dụng phương tiện di chuyển của gia đình đang dần thay thế loại hình du lịch theo đoàn lớn.

7) Du lịch trải nghiệm: du lịch nội địa đang có xu hướng trải nghiệm ngày càng nhiều hơn, đặc biệt du lịch quốc tế càng có những đòi hỏi về chất lượng trải nghiệm tại điểm đến. Phát triển công nghiệp, vận chuyển hàng không quốc tế, phương tiện di chuyển đường bộ, đường biển càng ngày tạo ra thuận tiện, rút ngắn thời gian di chuyển, giúp du khách có thể tiếp cận với những vùng, điểm du lịch xa hơn, còn hoang sơ, do đó, du lịch trải nghiệm ngày càng phát triển đặc biệt là loại hình du lịch văn hóa.

8) Trải nghiệm theo nhu cầu: đi theo nhóm nhỏ, ứng dụng công nghệ, nhiều thuận lợi trong việc cung cấp dịch vụ ở các địa phương khác nhau dẫn đến nhu cầu trải nghiệm theo yêu cầu có thể thực hiện với chi phí hợp lý. Điều này giúp cho công tác xây dựng sản phẩm ngày càng được chú trọng, đặc biệt trong việc nghiên cứu nhu cầu của khách và sáng tạo trong phát triển sản phẩm du lịch.

9) Du lịch không chạm: nhu cầu về an toàn trong quá trình đi lịch trong giai đoạn dịch bệnh đã tạo ra hình thức du lịch hạn chế tối đa tiếp xúc với người xung quanh và người lao động tại các đơn vị cung cấp dịch vụ, du lịch không chạm được hình thành ở bất cứ khâu dịch vụ nào có thể làm như thanh toán không tiếp xúc, nhận phòng trả phòng không tiếp xúc tại khu lưu trú, cửa tự động, điều khiển bằng giọng nói v.v.

10) Đặt dịch vụ trực tuyến: công nghệ số đã thay đổi phương thức giao tiếp của du khách với nhà cung cấp dịch vụ. Tìm kiếm, đặt và sử dụng dịch vụ trực tiếp đang dần thay thế những đơn vị trung gian trong quá trình kết nối cung và cầu trong du lịch.

3. Yêu cầu mới đối với sản phẩm du lịch trong bối cảnh mới

Giai đoạn khôi phục hoạt động du lịch trong bối cảnh sống chung với COVID-19, hướng tới sự hồi phục du lịch trở lại như năm 2019 và bứt phá phát triển trong giai đoạn hậu COVID-19 đặt ra đòi hỏi cần có những sản phẩm du lịch thích ứng và phù hợp. Ngoài những yếu tố quan trọng như đáp ứng nhu cầu thị trường, những trải nghiệm du lịch, tính đa dạng và sáng tạo, tính giáo dục; sản phẩm du lịch còn cần đáp ứng những yêu cầu trong bối cảnh mới, sau đây là một số gợi mở:

- **Sản phẩm du lịch an toàn:** là một trong những vũ khí hữu hiệu để tổ chức hoạt động thích ứng an toàn và linh hoạt trong trạng thái bình thường mới. Trong giai đoạn vẫn còn áp dụng nhiều biện pháp phòng chống dịch, các tiêu chí cần đáp ứng như giữ khoảng cách, tránh đám đông, đeo khẩu trang, rửa tay thường xuyên, khai báo y tế luôn được áp dụng trong quá trình xây dựng sản phẩm du lịch cũng như tổ chức hoạt động du lịch nói chung.

- **Tiêu chí “xanh” trong sản phẩm du lịch:** Du lịch bền vững trở thành tiêu chí cho mọi hoạt động du lịch, đặc biệt từ khâu xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đòi hỏi của du khách trong nước và quốc tế, đó là du lịch gần gũi với thiên nhiên, bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ di sản văn hóa, bảo vệ lợi ích cho các cộng đồng cư dân địa phương trong đó có lợi ích về kinh tế.

- **Tiêu chí sản phẩm du lịch khác biệt:** Trong bối cảnh mới, giải pháp khôi phục lại và tăng nhu cầu đi du lịch cần đến sự hấp dẫn và thu hút của sản phẩm du lịch. Sự khác biệt, độc đáo, đặc sắc của sản phẩm du lịch sẽ giúp cho doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh hơn trong thị trường du lịch. Sự khác biệt này có thể đến từ việc phát hiện những giá trị đặc sắc của tài nguyên du lịch, nhưng có thể có được từ sáng tạo của một hay sự liên kết nhiều doanh nghiệp để tạo ra sự khác biệt dựa vào nhu cầu trải nghiệm của khách du lịch.

- **Hàm lượng ứng dụng công nghệ số vào sản phẩm du lịch:** Trong thời đại mới, cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) không thể thiếu được sự xuất hiện của công nghệ (4.0) ở một hay nhiều khâu xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch hay sử dụng dịch vụ của du khách. Mức độ hay hàm lượng công nghệ đến đâu phụ thuộc vào loại hình sản phẩm hay một sản phẩm du lịch cụ thể.

4. Xây dựng sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu

Định hướng phát triển chiến lược sản phẩm du lịch mang tính đại trà hay chuyên biệt cần cân nhắc kỹ lưỡng trong mỗi giai đoạn phát triển du lịch nhằm tối ưu việc sử dụng tài nguyên du lịch. Dưới đây là một trong những góc nhìn:

4.1. Sản phẩm du lịch cho du lịch đại trà

Nói chung, trong thực tế phát triển du lịch, các điểm đến du lịch thường hướng đến phát triển du lịch đại trà, tức là thu hút số lượng lớn khách du lịch quốc tế và đặc biệt dễ dàng hơn đối với thị trường du lịch nội địa. Du lịch đại trà phát triển trên nền tảng giá trị và điều kiện tự nhiên cùng với sự đầu tư hạ tầng du lịch lớn, thường tập trung vào du lịch nghỉ dưỡng, giải trí ở các bãi biển, ở khu vực vùng núi có điều kiện tự nhiên tốt; hoặc các sự kiện lớn được tổ chức tại địa phương thu hút lượng lớn du khách tại chỗ hoặc các địa phương khác.

Xây dựng sản phẩm du lịch cho loại hình du lịch đại trà thường do những doanh nghiệp lớn chủ động tổ chức triển khai hơn là có tính liên kết triển khai; phụ thuộc vào chủ trương và chiến lược phát triển điểm đến du lịch. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ thường sẽ hưởng ứng theo xu hướng phát triển du lịch của địa phương để tham gia vào thị trường du lịch, song song với đó là tìm ra những thị trường ngách để phát triển sản phẩm.

4.2. Sản phẩm du lịch chuyên biệt

Dựa vào tài nguyên du lịch của một địa phương, doanh nghiệp sẽ tập trung phát triển riêng cho từng phân khúc thị trường, ở tầm vĩ mô có thể đề cập như du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch mạo hiểm v.v.; sát với doanh nghiệp du lịch nhiều hơn được đề cập ở khía cạnh du lịch chuyên đề ví dụ như tham quan thành phố bằng xe 2 tầng mui mở, tour đi bộ, tour xe đạp, tour ẩm thực phố cổ, tour bảo tàng v.v.

Với sự đa dạng và phong phú của các tour chuyên biệt như vậy đã tạo ra sự tham gia đông đảo của các doanh nghiệp du lịch khác nhau trong đó có cả doanh nghiệp lẻ hành và các đơn vị cung cấp dịch vụ tại địa phương.

Phát triển sản phẩm du lịch chuyên biệt này cần có sự gắn kết, phối hợp giữa đơn vị chuyên ngành du lịch hiểu rõ nhu cầu của khách du lịch và đơn vị quản lý hay người dân địa phương là chủ sở hữu những giá trị tài nguyên du lịch vô hình hay hữu hình tại địa phương. *Trong bối cảnh ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, xu hướng hay nhu cầu du lịch thay đổi một cách nhanh chóng, sự thích ứng nhanh và linh hoạt của điểm du lịch sẽ được thể hiện qua việc liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp du lịch để xây dựng sản phẩm du lịch tại điểm du lịch đó.*

Sự điều chỉnh cân bằng giữa du lịch đại trà và du lịch chuyên biệt sẽ giúp cho việc phát triển du lịch bền vững và nâng cao khả năng cạnh tranh chung của du lịch Việt Nam.

5. Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu mới về sản phẩm du lịch

Xây dựng sản phẩm du lịch là khâu hết sức quan trọng trong hoạt động của một doanh nghiệp. Trong điều kiện bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch, người lao động của nhiều doanh nghiệp du lịch đã nghỉ làm hoặc chuyển nghề làm các công việc khác. Sự gián đoạn của thị trường đã làm cho nhiều doanh nghiệp không thể cập nhật tình hình thực tế như trước đây, mặt khác xu hướng du lịch và nhu cầu của du khách đã thay đổi. Tất cả những điều vừa đề cập đòi hỏi những lao động tham gia xây dựng sản phẩm du lịch cần được bổ sung kiến thức hay rèn luyện kỹ năng nhằm đáp ứng yêu cầu mới về sản phẩm du lịch. Ngoài kiến thức và kỹ năng chuyên ngành du lịch, còn cần đào tạo kiến thức và kỹ năng về ứng dụng công nghệ thông tin nhằm đáp ứng hàm lượng công nghệ trong sản phẩm du lịch.

Đối với nguồn nhân lực mới được các cơ sở đào tạo trong cả nước đào tạo trong hai năm vừa qua cũng gặp không ít khó khăn trong việc tổ chức các hoạt động thực hành, thực tập tại các doanh nghiệp bởi đa số doanh nghiệp không có khách, tạm dừng hoạt động hay giải thể. Đào tạo tại chỗ cho những nhân sự mới tốt nghiệp

ra trường trong thời gian qua và hiện tại cũng là thách thức cho các doanh nghiệp du lịch.

6. Ứng dụng công nghệ số trong sản phẩm du lịch

Chuyển đổi số trong du lịch là điều kiện sống còn của doanh nghiệp trong thời đại công nghiệp 4.0. Hai năm qua, công nghệ số đã có những bước tiến xa, xâm nhập vào hầu hết hoạt động của các ngành nghề khác nhau, trong đó có du lịch. Chuyển đổi số trong các doanh nghiệp du lịch ở khâu xây dựng sản phẩm du lịch có thể ở nhiều mức độ khác nhau như:

- Phát hiện những ứng dụng mới, sẵn có và có thể ứng dụng ngay mà doanh nghiệp lữ hành không cần đầu tư xây dựng ứng dụng tương tự.

- Sử dụng công nghệ số để tăng trải nghiệm du lịch trong quá trình đi du lịch. Ví dụ như ứng dụng công nghệ AR/VR để tái hiện những công trình, hiện vật có giá trị về lịch sử, kiến trúc... không còn tồn tại.

- Ứng dụng công nghệ số để du khách có thể thử trải nghiệm sản phẩm du lịch trước chuyến đi hoặc chưa có điều kiện đến trải nghiệm thực tế tại các điểm du lịch.

- Phối hợp với đơn vị công nghệ để tạo ra những sản phẩm du lịch có hàm lượng công nghệ cao nhằm tăng hiệu quả kinh tế, tăng mức độ hấp dẫn của sản phẩm, thuận tiện sử dụng dịch vụ v.v. *Trong đó có việc liên kết các doanh nghiệp lữ hành với cùng đối tác công nghệ nhằm dễ dàng hơn ứng dụng chuyển đổi số vào doanh nghiệp.*

7. Liên kết doanh nghiệp lữ hành trong xây dựng sản phẩm du lịch

Trong bối cảnh mới, tính liên kết doanh nghiệp lữ hành trong việc xây dựng sản phẩm du lịch không chỉ tập hợp những thế mạnh của từng doanh nghiệp để vượt qua những khó khăn do đại dịch gây ra, mà còn tạo thúc đẩy những mô hình hợp tác khác nhau tại mỗi địa phương hay liên kết vùng miền. Hoạt động liên kết thể hiện qua một số những hoạt động chính sau đây:

7.1. Chia sẻ nghiên cứu thị trường và các thông tin về nhu cầu du lịch

Thị trường du lịch không bền vững do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 dẫn đến sự thay đổi và linh hoạt của doanh nghiệp nhằm thích ứng với bối cảnh mới. Từ đó đặt đòi hỏi sự nhanh, nhạy, chính xác trong mọi quyết định liên quan đến kinh doanh của doanh nghiệp. Thị trường du lịch quốc tế bị gián đoạn trong suốt thời gian gần hai năm qua đã làm cho các doanh nghiệp có phần lúng túng trong việc đánh giá tình hình du lịch quốc tế để có những hoạt động chuẩn bị, khôi phục phù hợp.

Doanh nghiệp du lịch luôn cần hiểu về thị trường và nhu cầu của khách du lịch để có những hoạt động xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch phù hợp. Liên kết doanh nghiệp du lịch trong vấn đề này được thông qua và có thể là những hoạt động sau đây: 1) Chia sẻ về thông tin thị trường và khách thông qua các hội thảo, tọa đàm, diễn đàn du lịch do các cơ quan quản lý và hiệp hội du lịch tổ chức; 2) Sự liên kết chia sẻ của các nhóm doanh nghiệp du lịch khác nhau có cùng một nhu cầu

về nghiên cứu thị trường; 3) Sự chia sẻ thông tin từ các nhà cung ứng dịch vụ du lịch ra thị trường mà nòng cốt là những doanh nghiệp lớn.

7.2. Xây dựng các sản phẩm du lịch tại địa phương

Xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với thị trường trong từng giai đoạn nhất định được coi là hoạt động cốt lõi của doanh nghiệp du lịch và phản ánh phần nào mức độ phát triển du lịch của mỗi địa phương và vùng miền. Hoạt động đó có thể là:

- Mặc dù ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, những doanh nghiệp có kế hoạch xây dựng sản phẩm du lịch khác biệt hoặc ở những điểm đến du lịch tiềm năng mà hạ tầng du lịch còn chưa đáp ứng vẫn có cơ hội đầu tư trong giai đoạn chờ đại dịch đi qua. Ví dụ như: khách sạn, khu nghỉ dưỡng, khu lưu trú sinh thái, gần gũi với thiên nhiên, du lịch cộng đồng...

- Đóng gói dịch vụ là cách mà các doanh nghiệp liên kết hợp tác để đưa ra thị trường những sản phẩm du lịch linh hoạt, dễ điều chỉnh bổ sung, phù hợp với nhiều đối tượng, khả năng chi trả, linh hoạt xử lý tình huống ứng phó với dịch bệnh.

- Liên kết hợp tác giữa doanh nghiệp và điểm du lịch để xây dựng các sản phẩm đặc thù. Ví dụ: Công ty Lữ hành Hanoitourist hợp tác với Ban quản lý Di tích nhà tù Hỏa Lò xây dựng sản phẩm với chủ đề: Đêm thiên liêng - Sáng ngời tinh thần Việt; Đêm thiên liêng - Sống như những đóa hoa; Hợp tác với Trung tâm Bảo tồn Di sản Thăng Long - Hà Nội cho ra mắt thị trường Tour đêm: Giải mã Hoàng Thành Thăng Long; Hợp tác với Bảo tàng Lịch sử quốc gia ra mắt chương trình du lịch “Kiến trúc Pháp trong lòng Hà Nội”.

- Hợp tác giữa Hội nghề du lịch với điểm du lịch trong xây dựng và thực hiện các chương trình du lịch lịch sử, văn hóa nhằm tăng cường tính liên kết vùng trong du lịch. Ví dụ như: Hợp tác giữa Hội Lữ hành Hà Nội, Câu lạc bộ Du lịch Bền vững VGREEN và Bảo tàng Lịch sử quốc gia để xây dựng các sản phẩm du lịch có hành trình bắt đầu từ Bảo tàng Lịch sử quốc gia như: “Caravan Tây Bắc - mùa Ban nỏ” kết nối Hà Nội với các tỉnh khu vực Tây Bắc; Tour đêm tại Khu Di tích lịch sử Đền Hùng với chủ đề “Trở về cội nguồn - Linh thiêng đất Tổ”.

Liên kết doanh nghiệp lữ hành còn có thể diễn ra và mang lại hiệu quả nhằm phát triển một số loại hình du lịch như sau:

Du lịch nông thôn: ở nhiều địa phương, gắn liền phát triển du lịch nông nghiệp hay du lịch làng nghề trong phát triển du lịch nông thôn sẽ dễ dàng hơn, nhiều doanh nghiệp lữ hành có thể tham gia xây dựng sản phẩm du lịch đa dạng và khai thác hiệu quả. Du lịch nông thôn được thực hiện trên phạm vi rộng hơn, bao trùm và phát huy được nhiều giá trị của khu vực nông thôn đó như di tích lịch sử, văn hóa, cảnh quan nông thôn, nếp sống và văn hóa nông thôn v.v.

Du lịch cộng đồng: đây là loại hình du lịch có thể có sự phối kết hợp của nhiều doanh nghiệp lữ hành tham gia để xúc tiến, phát triển du lịch cho một địa phương. Loại hình du lịch này sẽ mang lại những trải nghiệm thực tế đáp ứng nhu cầu du khách dựa vào những giá trị của địa phương đặc biệt là giá trị văn hóa.

Du lịch mạo hiểm: loại hình du lịch này có đặc thù cần tuân thủ những tiêu chuẩn về an toàn, tuy nhiên, đang là xu thế phát triển trên thế giới bởi tính chất mang lại tính hấp dẫn nâng cao cảm nhận của du khách về cảnh quan và văn hóa địa phương. Du lịch “mạo hiểm khó” thường là điểm nhấn gây ấn tượng cho loại hình này, tuy nhiên, du lịch “mạo hiểm dễ” đang chiếm đa số trong hoạt động du lịch mạo hiểm với đông đảo khách du lịch có thể tham gia, địa điểm là những nơi có cảnh quan như khu vực miền núi và có những giá trị đặc sắc về văn hóa của cư dân địa phương; các sản phẩm du lịch thường là tour đi bộ, xe đạp...

7.3. Hình thành hệ thống sản phẩm sau đại dịch

Thói quen đi du lịch đã thay đổi sang hướng khách tự đặt sản phẩm và dịch vụ du lịch trước chuyến đi hoặc dịch vụ bổ sung tại điểm đến. Phân nhỏ các gói du lịch tạo ra dữ liệu lớn đặt ra yêu cầu cần có hệ thống sản phẩm và dịch vụ đáp ứng các tiêu chí sau đây:

- Sử dụng nền tảng công nghệ số và hệ thống internet để tổ chức và kiểm soát hệ thống sản phẩm du lịch và dịch vụ, khách hàng, đối tác cung cấp dịch vụ v.v.
- Truy cập vào một địa chỉ trên mạng internet để tìm kiếm thông tin du lịch một cách dễ dàng có thể là website hay application (ứng dụng trên điện thoại thông minh).
- Nhóm các sản phẩm và dịch vụ cùng loại nhằm dễ phân biệt và lựa chọn.
- Thông tin chi tiết về sản phẩm và dịch vụ đảm bảo rõ ràng, dễ hiểu, chính xác và cập nhật.
- Quy trình đặt giữ cho hay thanh toán thuận tiện và an toàn.
- Địa chỉ liên hệ và chăm sóc khách hàng đảm bảo toàn thời gian 24/7.
- Hệ thống được xác thực bởi cơ quan quản lý có thẩm quyền, tạo dựng niềm tin với khách du lịch và bảo vệ hình ảnh du lịch của địa phương.

7.4. Điều chỉnh các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với từng đối tượng khách du lịch

- Dựa trên cơ sở sản phẩm du lịch cơ bản sử dụng cho nhiều khách du lịch, các địa phương hay doanh nghiệp có thể phát triển sản phẩm đó phù hợp với từng đối tượng khách hướng tới.
- Sự bổ sung các dịch vụ hay trải nghiệm sản phẩm có thể sẽ tạo ra sự khác biệt nâng cao giá trị sản phẩm của địa phương, tăng nguồn thu cho du lịch, tăng giá trị thương hiệu điểm đến, doanh nghiệp.

7.5. Hội Lữ hành là ngôi nhà chung của các doanh nghiệp để liên kết tổ chức hoạt động chuyên ngành du lịch

- Chi hội Lữ hành ở các địa phương là tổ chức tập hợp doanh nghiệp lữ hành địa phương, kết nối các nhà cung cấp dịch vụ, xây dựng các sản phẩm du lịch địa phương.
- Hiệp hội Lữ hành trung ương là tổ chức hướng dẫn cho các địa phương triển khai hoạt động xây dựng sản phẩm du lịch của địa phương.

- Trong các tổ chức lữ hành có thể phân nhỏ thành các nhóm doanh nghiệp hợp tác xây dựng và phát triển các sản phẩm khác nhau, tiết kiệm chi phí, nhân lực, thời gian và tập hợp được sự sáng tạo của các thành viên nhóm.

Doanh nghiệp lữ hành đặt trong tình trạng bị ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 được đề cập ở phần đầu bài viết đòi hỏi cần có những hướng đi thích hợp với bối cảnh mới để khôi phục hoạt động, phục hồi trở lại như năm 2019 trước đại dịch và tăng trưởng tiếp theo trong tương lai. Sự liên kết doanh nghiệp lữ hành trong việc xây dựng sản phẩm du lịch đáp ứng bối cảnh mới là một trong những giải pháp khắc phục những khó khăn do đại dịch gây ra. Trước hết là duy trì hoạt động để tạo việc làm cho người lao động, duy trì hình ảnh doanh nghiệp trên thị trường du lịch, chuẩn bị sẵn sàng cho giai đoạn khôi phục và phục hồi du lịch. Sự liên kết các doanh nghiệp lữ hành tạo ra sức mạnh cộng hưởng, hoạt động hiệu quả hơn từ đó thúc đẩy việc dần khôi phục hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành hiện đang tạm dừng hoạt động, khuyến khích việc thành lập các doanh nghiệp lữ hành mới đặc biệt là các doanh nghiệp có ứng dụng công nghệ số và xây dựng những sản phẩm mới, đặc thù. Hội sinh hệ thống sản phẩm du lịch và điều chỉnh hay bổ sung đáp ứng bối cảnh mới là cơ sở để khôi phục hoạt động lữ hành, góp phần vào khôi phục hoạt động du lịch đáp ứng tình hình mới./.

GIẢI PHÁT PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH MỚI AN TOÀN, THÍCH ỨNG TRONG TRẠNG THÁI BÌNH THƯỜNG MỚI.

Trần Xuân Cường
Chủ tịch Hội lữ hành Quảng Bình
Giám đốc Công ty TNHH NETIN

1. Thực trạng du lịch trong tình hình hiện nay

Trải qua gần 2 năm ảnh hưởng của đại dịch Covid ngành du lịch đã và đang chịu thiệt hại nặng nề. Khi nhiều doanh nghiệp du lịch đã gần như rời khỏi thị trường, hay dừng hoạt động trong thời gian dài. Đặc biệt là người lao động trong ngành dịch vụ lữ hành hầu như đã chuyển đổi việc làm. Tâm lý du khách còn e ngại khi di chuyển và thăm quan du lịch. Các tỉnh chưa thống nhất trong việc tổ chức các hoạt động du lịch khi mở cửa trở lại. Mỗi địa phương có một cách phòng dịch khác nhau nên rất khó khi tổ chức các tour du lịch liên tỉnh. Nhiều điểm đến vẫn đóng cửa mặc dù đã có nghị quyết 128 của thủ tướng chính phủ. Ngành du lịch muốn hồi phục cũng cần có thời gian và mất nhiều công sức để có thể khôi phục lại như trước đây.

Để du lịch sớm ổn định trở lại, cần thiết có những chính sách rõ ràng từ cơ quan quản lý nhà nước, tập trung đưa du lịch trở thành kinh tế mũi nhọn, từng bước và có những lộ trình bài bản. Đồng thời tạo cơ chế chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng những sản phẩm du lịch mới phù hợp với tình hình hiện nay, hỗ trợ kích cầu và quảng bá cho các sản phẩm du lịch mới mà các doanh nghiệp triển khai trong giai đoạn hiện nay.

2. Xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch mới đảm bảo an toàn, linh hoạt và hấp dẫn

Dựa trên những sản phẩm du lịch hiện có, cũng như sự đa dạng về tài nguyên thiên nhiên của Việt Nam, Netin Travel mạnh dạn đề xuất những giải pháp phát triển du lịch đảm bảo an toàn trong giai đoạn hiện nay, những sản phẩm đang được nhiều du khách lựa vào thời điểm này.

Trước khi nói về các sản phẩm du lịch có thể triển khai tốt, tôi xin nói qua 1 xu hướng du lịch mới nổi trong thời gian gần đây là Trekking Camping về với thiên nhiên những nơi có phong cảnh đẹp. Những điểm du lịch hấp dẫn sự quan tâm của nhiều du khách sau những thắc bí bách của việc cách ly phong tỏa.

Việt Nam các tài nguyên gắn liền với thiên nhiên được nhiều du khách lựa chọn cho chuyến trekking và camping như Tà Năng Phan Dũng, Tà Xùa, Lão Thần, Tú Làn, Chà Lòi...

Tuy nhiên với dưới góc nhìn cá nhân thì hiện tại các sản phẩm du lịch trải nghiệm đang mang tính tự phát, chỉ có Quảng Bình là tỉnh cấp phép các sản phẩm

du lịch và giao cho từng đơn vị khai thác. Vừa đảm bảo an toàn cho du khách, vừa đa dạng sản phẩm du lịch và tăng nguồn thu ngân sách cho nhà nước.

Từ những nhu cầu thực tế của thị trường du lịch trong giai đoạn hiện tại và hậu Covid-19, khai thác các giá trị tài nguyên du lịch gắn liền với thiên nhiên. Những sản phẩm du lịch được doanh nghiệp xác định mang tính chiến lược và cốt lõi cho ngành du lịch trong giai đoạn hiện nay.

2.1. Du lịch nghỉ dưỡng cho gia đình hoặc nhóm nhỏ

Với hơn 3.200 km bờ biển và nhiều đảo lớn nhỏ, những năm qua Du lịch Việt Nam đã tạo ra nhiều trung tâm du lịch biển và khu du lịch biển hấp dẫn khách nội địa và quốc tế. Ví dụ như Quảng Bình, Hạ Long, Cát Bà, Sầm Sơn, Đà Nẵng, Hội An, Bình Định, Nha Trang, Phan Thiết, Vũng Tàu, Côn Đảo, Phú Quốc v.v. Hạ tầng du lịch biển được đầu tư rộng khắp, có khả năng đón lượng lớn khách du lịch nội địa và quốc tế. Nhiều khu du lịch biển đã được đầu tư lớn, đồng bộ với nhiều dịch vụ kể cả vui chơi giải trí v.v. Cùng với phát triển của bất động sản, du lịch biển đang thực sự hot với nhiều điểm nghỉ dưỡng đẳng cấp được xây dựng có thể triển khai các tour khép kín.

Yếu tố hấp dẫn của du lịch biển:

- Không gian tự nhiên bao gồm biển, bãi cát, nắng, gió và khung cảnh xung quanh đã mang lại cho điểm đến du lịch biển hấp dẫn một cách tự nhiên, đặc biệt hơn nữa các điểm du lịch biển đảo có yếu tố không gian biển khác biệt.

- Hạ tầng du lịch biển được đầu tư bài bản, chuyên nghiệp bao gồm giao thông tiếp cận và giao thông nội bộ, cơ sở dịch vụ lưu trú, thương mại, ăn uống, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe v.v. tạo nên sức hút của điểm du lịch biển.

- Hạ tầng du lịch được đầu tư hài hòa với thiên nhiên, bảo vệ môi trường kết hợp với quản lý điểm đến tốt sẽ tạo nên sự hấp dẫn của điểm du lịch. Trên bờ và dưới biển không có rác thải, nhất là rác thải nhựa sẽ tạo hình ảnh ấn tượng cho du khách quốc tế.

Đặc thù của du lịch nghỉ dưỡng là phù hợp với nhiều nhóm khách khác nhau, với nhiều lứa tuổi.

2.2. Du lịch mạo hiểm

Du lịch mạo hiểm là sản phẩm đặc thù cần tuân thủ những tiêu chuẩn về an toàn, tuy nhiên, đang là xu thế phát triển trên thế giới bởi tính chất mang lại tính hấp dẫn nâng cao cảm nhận của du khách về cảnh quan và văn hóa địa phương. Du lịch “mạo hiểm khó” thường là điểm nhấn gây ấn tượng cho loại hình này, tuy nhiên, du lịch “mạo hiểm dễ” đang chiếm đa số trong hoạt động du lịch mạo hiểm với đông đảo khách du lịch có thể tham gia ở những nơi có cảnh quan, khu vực miền núi và đặc sắc về văn hóa của cư dân địa phương.

Giới thiệu về du lịch Quảng Bình:

Ở Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển mô hình du lịch mạo hiểm này. Các sản phẩm du lịch mạo hiểm tuy có giới hạn số lượng khách nhưng giá trị cao, quảng bá tốt và đảm bảo an toàn trong tình hình hiện nay do mặc định

hạn chế số lượng du khách tham gia trong chương trình tour. Trong thời gian dịch COVID-19, Netin Travel cũng đã nghiên cứu thêm sản phẩm mạo hiểm tại Quảng Bình, chinh phục thệ thống thác tại khu dự trữ thiên nhiên Động Châu Khe nước trong tại Quảng Bình và được tỉnh tạo điều kiện phê duyệt khai thác thử nghiệm.

2.3. Du lịch vùng núi và phát triển các loại hình cắm trại

Du lịch Việt Nam có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch nghỉ dưỡng, cắm trại ở các khu vực miền núi và cao nguyên nổi bật như Tây Bắc, Đông Bắc, Quảng Bình, Lâm Đồng v.v. Cảnh đẹp thiên nhiên, hệ sinh thái động thực vật, đặc biệt là khí hậu mát mẻ đã làm nên vẻ đẹp hấp dẫn tự nhiên của khu vực vùng núi và cao nguyên. Hạ tầng du lịch đầu tư hài hòa với cảnh quan thiên nhiên sẽ tạo nên sự hấp dẫn của điểm đến đặc biệt đối với cư dân thành thị và khách quốc tế. Gắn gũi với thiên nhiên là xu hướng đi du lịch, hạ tầng du lịch cũng cần bắt kịp xu hướng này. Trong thực tế cơ sở lưu trú qui mô thường được đầu tư tập trung ở trung tâm du lịch lớn, tuy nhiên, phát triển du lịch gắn gũi với thiên nhiên có thể là cơ sở lưu trú qui mô nhỏ, dễ đầu tư như glamping, camping v.v. loại hình này có thể phát triển ở các khu vực vùng sâu, vùng xa. Trong tình hình hiện nay, đây là sản phẩm được nhiều người ưa chuộng.

2.4. Du lịch cộng đồng

Đây là loại hình du lịch có thể có sự phối kết hợp của nhiều doanh nghiệp lữ hành tham gia để xúc tiến, phát triển du lịch cho một địa phương. Loại hình du lịch này sẽ mang lại những trải nghiệm thực tế đáp ứng nhu cầu du khách dựa vào những giá trị của địa phương đặc biệt là giá trị văn hóa. Kết hợp phát triển làng nghề, thăm quan các địa điểm du lịch gần đó sẽ là điểm nhấn. Người dân cùng tham gia vào các hoạt động du lịch, trong chuỗi cung ứng dịch vụ. Tạo công ăn việc làm và bảo vệ môi trường. Những vùng quê Việt Nam với những tập tục, văn hóa khác nhau sẽ tạo nên tính đa dạng cho du lịch cộng đồng và phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch mới hiện nay. Các sản phẩm du lịch cộng đồng hứa hẹn sẽ là điểm nhấn cho du lịch Việt Nam trong thời gian sau đại dịch.

3. Đề nghị hỗ trợ

Để du lịch sớm ổn định cần có một chiến lược đầy đủ về quy trình, cách thức và quảng bá, kết nối từ các cấp. Sự vào cuộc mạnh mẽ của chính quyền, người dân và doanh nghiệp. Trong bối cảnh hiện nay bức tranh về phát triển du lịch còn chưa rõ nét. Để góp phần phát triển du lịch trong giai đoạn hiện nay chúng tôi xin đề xuất 1 số giải pháp như sau:

4.1. Giải pháp nguồn nhân lực

Ngoài việc hỗ trợ các lớp học truyền thống như buồng, bàn, bar, bếp thì cần có cơ chế hỗ trợ Đào tạo nhân lực với những tour du lịch đặc thù như đu dây, kỹ năng an toàn, các lớp về cứu hộ, sinh tồn và nấu ăn ngoài trời...

Nguồn nhân lực du lịch đang giảm mạnh về số lượng, nên có những cơ chế, chính sách hỗ trợ miễn giảm các loại phí và lệ phí các chứng chỉ nghiệp vụ để thu hút nguồn nhân lực quay trở lại.

4.2. Giải pháp về hỗ trợ tài chính

Hỗ trợ các gói vay tín dụng cho các doanh nghiệp làm du lịch, với những chính sách, yêu cầu dễ dàng hơn, doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận với các nguồn vốn hơn. Khoanh nợ, giãn nợ về các khoản vay, bảo hiểm xã hội, thuế... Hiện nay các doanh nghiệp du lịch chưa thực sự nhận được sự hỗ trợ cụ thể nào về tiếp cận nguồn vốn.

4.3. Giải pháp về marketing quảng bá

Hỗ trợ xây dựng các giải pháp về quảng bá điểm đến, liên kết các điểm đến. Tăng cường giới thiệu về các điểm điểm đến trên nền tảng mạng xã hội. Hỗ trợ chi phí cho các doanh nghiệp có điểm đến quảng bá sản phẩm và thu hút du khách. Tạo và xây dựng 1 trào lưu du lịch sau đại dịch, có chiến dịch và kế hoạch cụ thể. Xây dựng nhiều cuộc thi về khám phá du lịch Việt Nam để tăng sự tương tác cũng như quảng bá du lịch trong tình hình hiện nay. Đẩy mạnh song song quảng bá du lịch Việt Nam ra thị trường Quốc tế, thông qua các video, hình ảnh trên nền tảng mạng xã hội và hướng đến các thị trường mục tiêu, chi tiền cho facebook và google để thực hiện việc này

4.4. Giải pháp về liên kết

Liên kết các doanh nghiệp lữ hành để bán chung các sản phẩm về du lịch. Phát huy vai trò của hiệp hội du lịch, liên kết các hội và hiệp hội để xây dựng các phát triển các sản phẩm. Tổ chức các chuyên famtrip và presstrip để quảng bá các điểm đến an toàn. Các hội và hiệp hội ký biên bản liên kết, ưu tiên sử dụng dịch vụ chéo của nhau. Cùng tuyên truyền và quảng bá về du lịch Việt Nam.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DU LỊCH NHỮNG VẤN ĐỀ THỰC TIỄN TRIỂN KHAI TẠI ĐỊA PHƯƠNG

Dư Thái Hùng
Giám đốc Trung tâm CNTT Mobifone

Tóm tắt: Trong vài năm qua, cụm từ “chuyển đổi số trong du lịch” đã được nhắc đến nhiều hơn và ngày càng nhiều hơn. Không thể phủ nhận rằng chuyển đổi số đang làm thay đổi cơ bản mô hình và cách thức hoạt động của một tổ chức, doanh nghiệp trên cơ sở tận dụng công nghệ số hiện đại để tạo ra những cơ hội và giá trị mới. Theo nghiên cứu của tập đoàn Microsoft về tác động kinh tế của chuyển đổi kỹ thuật số tại Châu Á Thái Bình Dương, năm 2017, các sản phẩm và dịch vụ kỹ thuật số đã mang lại 6% GDP cho khu vực này. Dự báo đến năm 2021, con số này sẽ tăng nhanh lên 60%. Báo cáo cũng cho biết trong 3 năm tới, 89% việc làm trong khu vực sẽ được chuyển đổi.

Sức lan tỏa mạnh mẽ của Công nghiệp 4.0 với sự ra đời của các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), Internet vạn vật (IoT), dữ liệu lớn, blockchain, thực tế ảo (VR)... đang tác động sâu rộng đến toàn bộ đời sống kinh tế - xã hội. Từ đó từng bước thay thế phương thức hoạt động truyền thống sang hoạt động trong môi trường số. Và ngành du lịch lữ hành cũng không ngoại lệ. Chuyển đổi số, hay nói cách khác, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong phát triển du lịch là một trong những yếu tố sống còn, là giải pháp tối ưu với nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ trong đại dịch. Chính vì vậy, tác giả xin trình bày một số quan điểm của mình về “Chuyển đổi số trong du lịch - Những vấn đề thực tiễn triển khai tại địa phương”.

Từ khóa: Du lịch, COVID-19, chuyển đổi số, thực tế ảo, địa phương.

Dẫn nhập

Trong những năm gần đây, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0) đã có những ảnh hưởng mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực trong xã hội. Với sự quan tâm sâu sắc của Đảng và Nhà nước, nhiều chủ trương, văn bản đã được ban hành về việc chủ động tiếp cận và tham gia CMCN 4.0, trong đó nêu rõ giải pháp ưu tiên phát triển du lịch thông minh, du lịch số.

Sự phát triển của các công nghệ đóng một vai trò rất lớn trong việc mang lại các trải nghiệm du lịch mới mẻ, hấp dẫn và tiện lợi đối với khách du lịch. Đặc biệt, các công nghệ về AR (Augmented Reality - Thực tế tăng cường), VR (Virtual Reality - Thực tế ảo) thực sự mang lại những đột phá lớn về việc trải nghiệm tại các địa điểm du lịch cho du khách. Trên cơ sở nghiên cứu các công nghệ nêu trên, nhóm đề tài sẽ đề xuất áp dụng các công nghệ này vào hệ sinh thái du lịch để xây dựng một hệ sinh thái hoàn thiện và tập trung mang lại trải nghiệm tốt nhất cho du khách.

Riêng đối với lĩnh vực du lịch, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025, theo Quyết định số 1671/QĐ-TTg ngày 30/11/2018.

Là đơn vị chuyên trách về công nghệ thông tin trực thuộc Tổng Công ty Viễn thông MobiFone, thực hiện chỉ đạo của Lãnh đạo Tổng Công ty, trong thời gian

qua, Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone đã chủ động đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ công tác quản lý và xúc tiến quảng bá du lịch.

Trên đây, tham luận đã điếm qua tầm quan trọng của chuyển đổi số trong du lịch, đồng thời là ý nghĩa khoa học và thực tiễn vấn đề. Nhận thức được điều này, tác giả đã chọn chủ đề là: **“Chuyển đổi số trong du lịch - Những vấn đề thực tiễn triển khai tại địa phương”**.

1. Vai trò của chuyển đổi số trong du lịch

1.1. Đặt vấn đề

Cách mạng công nghiệp được hiểu là sự thay đổi cơ bản về công nghệ công nghiệp trên phạm vi toàn cầu, làm thay đổi toàn cảnh bức tranh xã hội theo hướng phát triển tích cực. Nếu chỉ tính từ khi phát minh ra động cơ hơi nước cho đến nay thì nhân loại đã trải qua 3 cuộc cách mạng công nghiệp và đang bước vào Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (cuộc cách mạng 4.0). [1]

Trong thập kỷ qua, ngành du lịch đã quá phổ biến với các đại lý du lịch ngoại tuyến thông thường và ít xuất hiện các đại lý công nghệ cao. Khi những đại lý truyền thống không thể cung cấp đủ thông tin cần thiết, trực quan cho khách hàng trước những chuyến đi. [2]

Cùng với đó trước một chuyến đi khách hàng thường cần phải dành hàng giờ chỉ để đặt vé sau khi trải qua một loạt các giấy tờ và biểu mẫu xác nhận. Đặc biệt với những hành trình liên quan đến chuyến bay, hành khách phải mất khoảng 2 giờ đồng hồ chờ đợi để làm thủ tục lên máy bay do tất cả các thủ tục thủ công.

Chuyển đổi số là một quá trình lâu dài và là một xu thế, đóng vai trò quan trọng trong các vấn đề phát triển bền vững, đồng thời giúp cải thiện năng suất lao động, cũng như tăng cường khả năng kết nối trong cuộc cách mạng 4.0. Vì vậy, ứng dụng công nghệ thông tin nhằm phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, chủ động đáp ứng nhu cầu đặc thù, chuyên biệt của thị trường khách du lịch, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch kết nối hiệu quả với các chủ thể liên quan, tạo môi trường cho cộng đồng, các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo phù hợp với xu hướng của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, đáp ứng yêu cầu về đổi mới phương thức, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước, góp phần thúc đẩy tăng trưởng và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam. [3]

1.2. Vai trò của chuyển đổi số [1]

Có thể hiểu, chuyển đổi số là tổng thể công nghệ số hóa dữ liệu và ứng dụng dữ liệu dựa trên nền tảng kỹ thuật số. Công nghệ ở đây được hiểu là một hệ thống, trong đó có trang thiết bị kỹ thuật số, có các chương trình kỹ thuật số, có dữ liệu đầu vào ở dạng số, có con người, có phương thức tổ chức hoạt động... liên kết, tác động qua lại lẫn nhau và cho kết quả đầu ra những sản phẩm có hiệu suất lớn về giá trị sản xuất.

Về vị trí, có thể thấy chuyển đổi số là nội dung cơ bản trong trụ cột kỹ thuật số của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. C đóng vai trò rất quan trọng trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Hiện nay, khái niệm chuyển đổi số đã trở nên phổ biến, lan tỏa trên toàn xã hội. Trong đó, doanh nghiệp và cơ quan quản lý

nhà nước là những tổ chức tiên phong và xem Chuyển đổi số là xu thế bắt buộc, tất yếu để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, sức cạnh tranh và thực hiện thành công chiến lược xây dựng chính quyền số, nền kinh tế số và xã hội thông minh trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0.

Theo khảo sát năm 2018 của IDC, chuyển đổi số đã trở thành chiến lược của các doanh nghiệp, tổ chức trong Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, trong đó 90% doanh nghiệp đã bắt đầu chuyển đổi số, 30% lãnh đạo doanh nghiệp xem chuyển đổi số là vấn đề sống còn.

Chuyển đổi số đối với doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước giúp xây dựng nên những cơ sở dữ liệu từ giá trị thực (biến đổi giá trị nghe, nhìn, cảm nhận được từ thế giới thực) sang dạng số (dạng điện toán được lưu trữ trên máy tính), nên rất thuận lợi cho việc quản lý, khai thác sử dụng. Dữ liệu số hóa đã trở thành tài sản của các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước. Dữ liệu ngành càng được bổ sung, liên kết, tích hợp với nhau đã giảm được nhiều kinh phí xây dựng dữ liệu đơn lẻ, không đồng bộ như trước đây.

Chuyển đổi số giúp doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước không những giải quyết công việc hiện tại hiệu quả mà quan trọng hơn là hoạch định được tầm nhìn chiến lược để thực hiện Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 có hiệu quả nhất. Thay đổi phương thức quản lý của các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước theo hướng đơn giản về cơ cấu, logic, kế thừa và hiệu quả về hoạt động, hội nhập với quốc tế. Tạo ra những thay đổi lớn trong chuỗi giá trị hàng hóa và cung ứng sản phẩm; tự động hóa nâng cao hiệu suất công việc, hiệu quả sản xuất kinh doanh, năng lực cạnh tranh, gia tăng mạnh mẽ giá trị sản xuất, chất lượng dịch vụ công.

1.3. Vai trò của chuyển đổi số trong du lịch [2]

Với sự xuất hiện của chuyển đổi kỹ thuật số, các hoạt động trong ngành công nghiệp du lịch đã tạo ra một sự đổi mới trong cách mọi người nhận thức và nắm bắt thông tin và dịch vụ mà các đại lý du lịch cung cấp. Cụ thể, sự tồn tại và phổ biến của việc sử dụng Internet, cũng như sự phát triển phần mềm du lịch, đã xóa tan thách thức về mặt địa lý, cho phép các công ty và khách hàng tương tác với nhau chỉ qua một màn hình. Với sự hỗ trợ của quá trình số hóa, các đại lý du lịch đã tận dụng để thực hiện các giao dịch và công bố chi tiết thông tin trong từng giai đoạn của chuyến đi, cho phép khách hàng nghiên cứu kỹ lưỡng trước khi chuẩn bị xuất phát. Nhiều mong muốn của khách hàng được đáp ứng thông qua việc so sánh giữa các đại lý và kiểm tra phản hồi từ những người dùng trước hay các tính năng quan trọng như đặt vé, đặt chỗ ở, hoặc thậm chí yêu cầu một chuyến tham quan ảo đến điểm đến mong muốn của họ.

Nhu cầu và cách đưa ra quyết định của các khách hàng của ngành du lịch và lữ hành thay đổi nhanh chóng theo thời gian. Và với cách tiếp cận truyền thống họ khó có thể đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Các công ty muốn phát triển mạnh cần phải cung cấp các điểm đến một cách linh hoạt để đáp ứng du khách của họ và phong phú thông tin trên nhiều nền tảng đặc biệt là trên các trang mạng xã hội để khách hàng có thể chia sẻ và khám phá.

Trong thời gian bùng phát dịch Covid-19, sự phát triển ngành du lịch và lữ hành đã bị chững lại. Kết quả là, tầm quan trọng và nhu cầu về chuyển đổi số tăng cao. Chủ các doanh nghiệp du lịch đã và đang thực hiện các giải pháp khác nhau để điều chỉnh sự hiện diện của họ trên các nền tảng kỹ thuật số và cung cấp những trải nghiệm kỹ thuật số tuyệt vời.

Vì vậy, câu trả lời cho câu hỏi thường thấy “làm thế nào ngành du lịch và lữ hành có thể phục hồi sau đại dịch Covid-19?” là các doanh nghiệp cần thể hiện khả năng xử lý quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch một cách hiệu quả và xuất sắc.

Ngoài ra quá trình chuyển đổi số trong ngành du lịch sẽ giúp nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Có thể nói, mỗi một khách hàng du lịch hiện đã được hỗ trợ đầy đủ thông qua các ứng dụng, tài khoản nhà cung cấp dịch vụ tạo lập với nhiều tính năng hiện đại. Dù bạn chọn hãng hàng không, dịch vụ vận tải biển, hoặc nhiều loại chỗ ở như khách sạn hoặc căn hộ, thì khi áp dụng các công nghệ số hiện đại cũng tạo ra sự khác biệt của mỗi chuyến đi. Có thể nhận thấy bất kỳ công ty du lịch nào ngày nay cũng đang cố gắng nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng thông qua các nền tảng kỹ thuật số hiện đại.

Trong một thế giới hiện đại đầy hỗn loạn và bất trắc, có một điều có thể chắc chắn: đó là chúng ta phải cùng nhau vượt qua điều này. Vì chúng ta cần phải thực hiện các động thái để phục hồi sau những tác động nghiêm trọng của đại dịch, việc áp dụng các biện pháp chuyển đổi số phải là một bước tiến quan trọng được các doanh nghiệp dịch vụ du lịch tính đến.

Cũng như các lĩnh vực kinh doanh khác, các doanh nghiệp lữ hành, du lịch và khách sạn chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của đại dịch. Trong số các giải pháp công nghệ cao đang phát triển với tốc độ nhanh chóng, có thể kể đến một số giải pháp giúp ngành du lịch phục hồi ngay khi kết thúc giãn cách và kinh doanh vận tải quốc tế và trong nước được mở cửa.

Như vậy, chuyển đổi số chắc chắn là yếu tố bắt buộc đối với các công ty du lịch muốn phát triển mạnh giữa thị trường du lịch cạnh tranh ngày nay. Tuy nhiên, những xu hướng số hóa này chỉ mang lại lợi ích khi doanh nghiệp của họ tương tác thường xuyên và nhất quán với khách hàng, lắng nghe họ và cố gắng hiểu nhu cầu của họ để liên tục cung cấp cho họ trải nghiệm tuyệt vời.

2. Những vấn đề thực tiễn khi triển khai chuyển đổi số trong du lịch tại địa phương

2.1. Những vấn đề thực tiễn khi triển khai chuyển đổi số [4]

Chuyển đổi số là một quá trình lâu dài, phức tạp, thực hiện trong nhiều năm, bao gồm nhiều bước. Vì vậy, cần có tầm nhìn xa nhưng chia mục tiêu và lộ trình thành nhiều phần nhỏ, bước nhỏ để thực hiện. Không nên phức tạp hóa, trìu tượng hóa, nhưng cũng không được đơn giản hóa chuyển đổi số, các yếu tố tác động đến chuyển đổi số có sự liên quan mật thiết và tác động đan xen, phức tạp.

Ở cấp độ địa phương, chuyển đổi số là chuyển đổi sang chính quyền số, kinh tế số và xã hội số trên địa bàn của địa phương đó. Địa phương chuyển đổi số thành

công sẽ đóng góp vào thành công chung của chuyển đổi số quốc gia. Do vậy, chuyển đổi số là nhiệm vụ cần sự vào cuộc quyết tâm của toàn hệ thống chính trị, triển khai xuyên suốt, đồng bộ từ cấp Trung ương đến địa phương. Trong quá trình chỉ đạo, điều hành thực hiện chuyển đổi số, để thành công, các cấp chính quyền, các cơ quan, đơn vị cần nhận thức đầy đủ và tập trung giải quyết những vấn đề sau.

Thứ nhất, chuyển đổi nhận thức (nhận thức số). Nhận thức đóng vai trò quyết định trong chuyển đổi số, muốn chuyển đổi số trước hết phải chuyển đổi nhận thức. Tham gia vào tiến trình chuyển đổi số, mỗi cán bộ, công chức, viên chức, người dân và doanh nghiệp cần cảm nhận, thấy rõ, nhận thức rõ về vai trò, ý nghĩa, tầm quan trọng của chuyển đổi số trước khi có hành động cụ thể để thực hiện. Chuyển đổi số không phải là một khái niệm trừu tượng, xa vời, không thiết thực với bản thân.

Trên thực tế chúng ta đang sống trong thời kỳ mà chuyển đổi số là xu thế tất yếu; nhiều cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân đã và đang tham gia vào quá trình chuyển đổi số trên các lĩnh vực quản lý, giáo dục, y tế, kinh tế... nhưng vẫn chưa ý thức được những gì đang diễn ra chính là biểu hiện của thực hiện chuyển đổi số và mình đã và đang làm gì ở đâu, trong quá trình chuyển đổi số.

Tuy nhiên, giữa tham gia quá trình chuyển đổi số và tiến tới đạt được các mục tiêu Chương trình chuyển đổi số đặt ra là quá trình lâu dài, việc nâng cao nhận thức, chuyển đổi nhận thức của mỗi cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, mỗi người dân, doanh nghiệp về chuyển đổi số vẫn cần triển khai ngay những giải pháp cụ thể. Chìa khóa để đẩy nhanh sự chuyển đổi nhận thức nằm ở trong "nhận thức", trách nhiệm nêu gương của người đứng đầu.

Thứ hai, phát triển hạ tầng số, nền tảng số. Tập trung phát triển hạ tầng số, nền tảng số là nhiệm vụ hàng đầu, là giải pháp đột phá thúc đẩy sự phát triển chính quyền số, kinh tế số, xã hội số đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số. Các thành phần của hạ tầng số phục vụ chính phủ số liên quan và tác động lẫn nhau, như kết nối liên thông phải đi cùng chia sẻ dữ liệu và phải được bảo đảm bởi pháp luật. Công tác xây dựng hạ tầng số là việc cần kiên trì, sự tham gia của toàn bộ hệ thống chính trị, doanh nghiệp và người dân từ trung ương đến địa phương.

Trong quá trình triển khai thực hiện chuyển đổi số ở các địa phương, hạ tầng số phải được xem là yếu tố nền tảng cần được quan tâm, ưu tiên đầu tư sớm đảm bảo sự đồng bộ, hiện đại. Kế hoạch xây dựng hạ tầng số phục vụ chuyển đổi số ở từng địa phương phải trên cơ sở kế thừa, phát triển từ các nền tảng hạ tầng sẵn có; xác định rõ mục tiêu, ưu tiên bố trí nguồn lực để tập trung thực hiện đồng bộ nền tảng hạ tầng công nghệ thông tin trọng yếu, như: hạ tầng băng thông rộng, hạ tầng Internet vạn vật (IoT); hạ tầng điện toán đám mây; ứng dụng địa chỉ giao thức Internet thế hệ mới (IPv6) Trung tâm tích hợp dữ liệu, Trung tâm điều hành thông minh, Trung tâm giám sát an toàn thông tin; nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu cấp tỉnh; Hệ thống Trung tâm giám sát, điều hành an toàn, an ninh mạng; nền tảng thanh toán trực tuyến, di động...

Thứ ba, xây dựng, phát triển dữ liệu số. Yếu tố quan trọng đầu tiên của bất kỳ quá trình chuyển đổi số nào chính là dữ liệu số. Nếu không có dữ liệu số, sẽ không thể xác định mô hình hoạt động số và tiến hành chuyển đổi số. Để công cuộc

chuyển đổi số thành công, mỗi địa phương trong quá trình triển khai xây dựng dữ liệu phải có chiến lược cụ thể, phù hợp với chiến lược dữ liệu quốc gia, tuân thủ nguyên tắc thu thập dữ liệu một lần (once-only) nghĩa là, khi dữ liệu đã được cơ quan nhà nước thu thập, quản lý và chia sẻ thì cơ quan nhà nước sẽ không được yêu cầu người dân, doanh nghiệp cung cấp lại.

Quá trình triển khai, xây dựng, phát triển dữ liệu số bao gồm: xác định mục đích sử dụng dữ liệu, thu thập nguồn dữ liệu, số hóa dữ liệu; triển khai kết nối liên thông dữ liệu từ các hệ thống, chuẩn hóa, tái cấu trúc cơ sở dữ liệu đang hoạt động (trong và ngoài địa phương) thông qua các hệ thống, nền tảng chia sẻ tích hợp dữ liệu của địa phương (LGSP), của quốc gia (NGSP); hình thành, xây dựng Kho dữ liệu dùng chung của địa phương trên cơ sở vừa cung cấp dữ liệu phục vụ chuyển đổi số ở các lĩnh vực đang triển khai, cũng như khai thác trực tiếp để phục chuyển đổi số ở các lĩnh vực mới.

Thứ tư, phát triển ứng dụng số hóa (hoạt động số). Sự biểu hiện cụ thể của quá trình chuyển đổi số ở mỗi lĩnh vực chính là việc xác định mô hình chuyển đổi, lựa chọn các ứng dụng số (các phần mềm, dịch vụ CNTT, công cụ hỗ trợ...) để tổ chức hoạt động số dựa trên các yếu tố hạ tầng số, nền tảng số, nguồn dữ liệu số, cơ sở pháp lý, đảm bảo an toàn, an ninh thông tin, nguồn nhân lực...

Việc phát triển ứng dụng số - hoạt động số cần được quan tâm triển khai thực hiện trên cả 3 trụ cột: Chính quyền số, kinh tế số và xã hội số. Trong đó, tập trung ưu tiên cho phát triển các ứng dụng số hóa trong hoạt động của chính quyền để đẩy nhanh tiến trình xây dựng Chính quyền điện tử hướng tới Chính quyền số ở các địa phương.

Ngoài những vấn đề cơ bản nêu trên, để công cuộc chuyển đổi số ở các địa phương thành công còn phụ thuộc vào các yếu tố: Hoàn thiện cơ sở pháp lý, nguồn lực đầu tư cho chuyển đổi số; đảm bảo an toàn và an ninh thông tin; đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, xây dựng, hình thành văn hóa số...

2.2. Những vấn đề thực tiễn khi triển khai chuyển đổi số trong du lịch tại địa phương

Vấn đề thiếu hụt nguồn nhân lực và dữ liệu. Những thách thức lớn hiện nay chủ yếu đến từ: thiếu hụt nguồn lực (bao gồm nguồn lực tài chính, công nghệ và nhân lực); rào cản trong văn hóa doanh nghiệp; thiếu hụt dữ liệu (bao gồm các báo cáo, phân tích thông tin); tầm nhìn người lãnh đạo và tâm lý trong việc tiếp nhận và ứng dụng.

Vấn đề chi phí. Đối với doanh nghiệp đang hoạt động khi họ tiến hành chuyển đổi số sẽ phải áp dụng công nghệ mới dẫn đến vấn đề chi phí đầu tư bước đầu khá lớn. Chi phí đó bao gồm chi phí do máy móc công nghệ, thay đổi hệ thống quản lý, con người, hệ thống đào tạo. Trong đó, yếu tố về con người là trọng tâm hàng đầu.

Vấn đề phát sinh do công nghệ cập nhật. Các giải pháp công nghệ liên tục phát triển giúp cho sự chuyển đổi ngày càng trở nên nhanh chóng hơn. Tuy nhiên, chính những nhu cầu tức thời phát sinh các giải pháp cũng tức thời, ngắn hạn lại là điểm yếu cho sự chuyển đổi bền vững.

Vấn đề nhiều công cụ. Nhiều công cụ để giải quyết vấn đề quản trị doanh nghiệp du lịch đã xuất hiện trên thị trường, song việc giải quyết đơn lẻ từng bài toán với nhiều công cụ khác nhau sẽ gây ra nhiều khó khăn cho người quản lý. Doanh nghiệp dùng quá nhiều phần mềm với tính năng riêng biệt, khiến dữ liệu không được đồng bộ, chi phí tăng cao và khi mỗi phòng ban dùng một phần mềm khiến truyền thông nội bộ cũng trở nên hạn chế.

Vấn đề đào tạo quy trình làm việc. Một khó khăn của bất cứ địa phương nào là đào tạo quy trình làm việc. Con người bây giờ có quá nhiều mối bận tâm và vì thế rất khó chú tâm vào một việc. Học thì nhanh quên. Và lại có quá nhiều thứ phải học. Cứ mỗi lần có thay đổi gì, về quy trình mới hay quy trình làm việc mới, lại phải đào tạo, huấn luyện hàng chục, hàng trăm ngàn người. Tổ chức đào tạo tập trung thì tốn kém và cán bộ công chức bận việc cũng rất khó tìm được thời gian đi học. Cán bộ lãnh đạo thì còn ít thời gian hơn nữa để đi học. Và kết quả là cán bộ ít được cập nhật kiến thức, làm việc theo kinh nghiệm.

Bên cạnh đó, nhiều nền tảng tiện ích mới về du lịch Việt Nam cũng đang được đẩy mạnh phát triển phục vụ du lịch Việt Nam như Trang vàng du lịch Việt Nam, ứng dụng Du lịch Việt Nam an toàn, ... là các nền tảng kết nối người tiêu dùng và nhà cung cấp dịch vụ uy tín trong lĩnh vực du lịch; Hệ thống vé điện tử cho phép người dùng tìm kiếm và đặt vé các chương trình văn bản nghệ thuật, vé tham quan du lịch, vé dịch vụ vận chuyển, ...

Có thể thấy, trong xu thế chung, ngành du lịch đang chủ động chuyển đổi số, tiếp cận và tham gia vào cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, phát huy lợi ích của công nghệ số, tiến tới hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh gắn kết các chủ thể từ khách du lịch, doanh nghiệp cung ứng dịch vụ và cơ quan quản lý nhà nước. Đây là một quá trình chuyển đổi tư duy, cách thức hoạt động của ngành du lịch, đòi hỏi nhiều công sức, trí tuệ và nguồn lực, đặc biệt là sự tham gia tích cực của các bên liên quan. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và thúc đẩy chuyển đổi số sẽ giúp ngành du lịch khai thác hiệu quả hơn các giá trị gia tăng từ môi trường số, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững hơn.

3. Giải pháp của mobifone về chuyển đổi số trong du lịch

3.1. Thế mạnh của MobiFone về chuyển đổi số

Tại thị trường Việt Nam, việc áp dụng chuyển đổi số vào công tác điều hành, quản lý hiện nay vẫn mang tính rời rạc, chưa thu được những hiệu quả mong muốn và tồn tại nhiều hạn chế. Các ứng dụng mới chỉ dừng ở mức độ khiêm tốn, chủ yếu tập trung vào các ứng dụng điều hành thông thường, mức độ tự động hóa chưa cao. Bản thân các doanh nghiệp lớn như Viettel và VNPT, mặc dù đã ký kết các thỏa thuận hợp tác xây dựng giải pháp chuyển đổi số với các Tỉnh, Thành phố trên cả nước nhưng đến thời điểm hiện tại vẫn chủ yếu dừng lại ở việc nghiên cứu, tư vấn, thử nghiệm. Do vậy, có thể thấy tiềm năng, quy mô thị trường trong chuyển đổi số vẫn còn rất lớn cho các doanh nghiệp tham gia vào thị trường sau như MobiFone. Quan trọng nhất là MobiFone nắm bắt được cơ hội và bắt tay vào tập trung đầu tư, nghiên cứu, phát triển các ứng dụng, giải pháp đáp ứng nhu cầu của địa phương.

Mặc dù lĩnh vực kinh doanh chính mang lại nguồn doanh thu chủ yếu của MobiFone vẫn là lĩnh vực viễn thông di động, tuy nhiên khi tham gia vào lĩnh vực kinh doanh với chuyển đổi số, MobiFone vẫn phát huy được những thế mạnh sau đây:

1) Về nguồn lực triển khai: MobiFone có đội ngũ kinh doanh, kỹ thuật hiện diện trên khắp 63 tỉnh, thành phố trên toàn quốc nên nếu được đào tạo, huấn luyện các kỹ năng cần thiết thì có thể dễ dàng tiếp cận, hỗ trợ, chăm sóc khách hàng tại từng địa phương. Đây được xem là lợi thế của MobiFone so với nhiều doanh nghiệp đối thủ khác trên thị trường với quy mô nhân sự và phạm vi hoạt động hạn chế.

2) Về kinh nghiệm triển khai kinh doanh các giải pháp CNTT: MobiFone đã có kinh nghiệm phát triển, kinh doanh các giải pháp về AI, IoT trong thời gian qua và bước đầu đã được thu được khách hàng, thị trường đón nhận, đánh giá cao. Trong đó, có thể kể đến các giải pháp như truyền thanh thông minh, giám sát hành trình mTracker, thiết bị chống trộm và giám sát hành trình xe máy mBike, phần mềm quản lý đô thị MobiFone AI Social Monitoring,... Đây là bước đệm để giúp MobiFone thâm nhập thị trường kinh doanh chuyển đổi số được nhanh hơn trong thời gian tới.

3) Về cơ sở dữ liệu khách hàng và hạ tầng kết nối, kỹ thuật: MobiFone có cơ sở hạ tầng kỹ thuật Viễn thông, CNTT hiện đại và cơ sở dữ liệu thuê bao rộng lớn lên đến hàng chục triệu thuê bao. Đặc biệt khi công nghệ 5G băng thông rộng được triển khai trên toàn quốc thì sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh rất lớn cho MobiFone trong việc triển khai các ứng dụng chuyển đổi số.

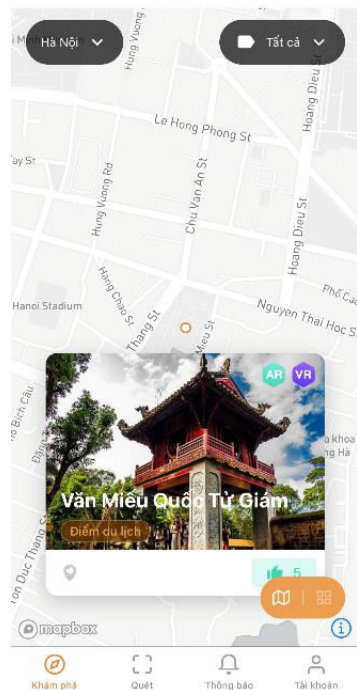
4) Về quan hệ với các đối tác trong nước, quốc tế: Sau hơn 28 năm hoạt động, MobiFone đã tạo dựng được các mối quan hệ hợp tác sâu rộng với rất nhiều đối tác cả trong nước và quốc tế. Đặc biệt MobiFone cũng đã và đang tham gia hợp tác với các thành viên Liên minh Bridge để triển khai các dự án chuyển đổi số có quy mô toàn cầu. Do vậy, MobiFone hoàn toàn có thể khai thác, học hỏi được kiến thức, kinh nghiệm từ đối tác để rút ngắn thời gian phát triển hoặc hợp tác với đối tác phát triển các hệ thống, giải pháp ứng dụng chuyển đổi số đáp ứng nhu cầu thị trường.

5) Về mối quan hệ với chính quyền, địa phương: MobiFone là doanh nghiệp nhà nước, có quy mô hoạt động trên cả nước, là thương hiệu lớn có uy tín trên thị trường, do vậy việc triển khai tiếp xúc, gặp gỡ chính quyền địa phương để đề xuất ký kết các hợp đồng hợp tác chiến lược trong lĩnh vực CNTT sẽ thuận lợi hơn so với các doanh nghiệp tư nhân khác trên thị trường. Đây cũng là lợi thế của MobiFone khi tham gia vào thị trường kinh doanh CNTT trong thời gian tới.

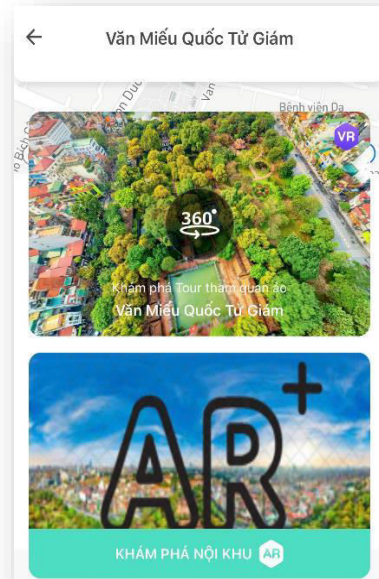
3.2. Giải pháp của MobiFone về chuyển đổi số trong du lịch

Là đơn vị chuyên trách về công nghệ thông tin trực thuộc Tổng Công ty Viễn thông MobiFone, thực hiện chỉ đạo của Tổng Công ty Viễn thông MobiFone, trong thời gian qua, Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone đã dựa trên thỏa thuận hợp tác giữa Tổng cục Du lịch, Một số địa phương và Tổng Công ty Viễn thông MobiFone về Chuyển đổi số ngành du lịch và Phát triển du lịch thông minh ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ công tác quản lý và xúc tiến quảng bá du lịch để xây dựng ứng dụng di động du lịch thông minh MobiFone Smart Travel. Ứng dụng

được triển khai dưới dạng nền tảng để Số hóa di sản, điểm tham quan trên toàn quốc; Phát triển tour du lịch ảo dành cho du khách.

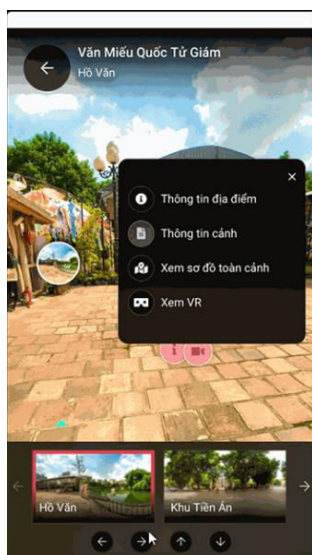


Hình 1. Tìm kiếm điểm du lịch

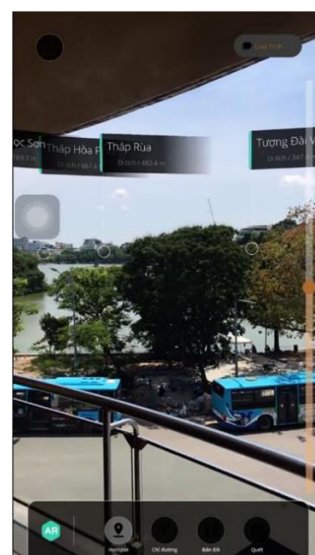


Hình 2. Khám phá điểm du lịch

Các chuyên gia phần mềm của Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone đã xây dựng ứng dụng du lịch thông minh dựa trên nền tảng công nghệ mới nhất hiện nay là AR (Augmented Reality - Thực tế tăng cường) và VR (Virtual Reality - Thực tế ảo). Thực tế tăng cường AR giúp cho quá trình lập kế hoạch, lịch trình du lịch liền mạch, đơn giản hơn và có sự liên kết hơn nhiều. Du lịch thực tế ảo cho phép người dùng có được những trải nghiệm trên những kịch bản thực tế đã được xây dựng. AR là công nghệ sử dụng kỹ thuật thị giác dựa trên video thực tế, sau đó hỗ trợ bằng đồ họa để dễ nhận biết. Việc ứng dụng thực tế ảo trong du lịch là một đột phá mới, thu hút sự chú ý của du khách tới các địa điểm du lịch của các địa phương. Công nghệ thực tế ảo sẽ phát huy tối đa sự thu hút đó, tạo nên sự ấn tượng, thèm khát đến một địa điểm nào đó. Du lịch ảo hay du lịch bằng thực tế ảo là bước tiến mới cho ngành du lịch là cơ hội để quảng bá, làm truyền thông theo cách mới phù hợp với xu thế phát triển hiện nay, là cách làm mới ngành du lịch cần hướng tới là quảng bá “Du lịch 4.0”. Thực tế ảo VR là môi trường mô phỏng thế giới thực, trong môi trường mô phỏng đó, người dùng có thể di chuyển, khám phá, cảm nhận và trải nghiệm một cách chân thực nhất. Người xem thì có thể thực hiện những thao tác như tiến, lùi, quay trái, phải để có được những góc nhìn chân thật nhất đem lại những trải nghiệm du lịch thực tế ảo ấn tượng.



Hình 3. Tham quan du lịch bằng công nghệ Thực tế ảo VR 360



Hình 4. Tham quan du lịch bằng công nghệ Thực tế tăng cường AR

Ngoài ra, nhóm kỹ sư phần mềm thuộc Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone cũng áp dụng thêm một số công nghệ nổi bật như: công nghệ dịch tự động, công nghệ chuyển văn bản thành giọng nói (Text to Speech) và công nghệ bản đồ trong nhà. Công nghệ dịch tự động/Dịch máy (Machine translation) là sự kết hợp giữa ngôn ngữ, dịch thuật và khoa học máy tính. Như tên gọi, dịch tự động có chức năng dịch một ngôn ngữ sang một hoặc nhiều ngôn ngữ đích một cách tự động. Không có bất kỳ một sự can thiệp nào của con người trong quá trình dịch. Công nghệ chuyển văn bản thành giọng nói (Text to Speech) đã hỗ trợ cho các nhà phát triển ứng dụng vào hệ thống ứng dụng du lịch thông minh như thuyết minh tự động các địa điểm du lịch thông qua các bài viết, lịch sử về di tích du lịch. Cuối cùng, về công nghệ bản đồ trong nhà (VRMAP) cho phép ứng dụng du lịch thông minh như một người hướng dẫn viên dẫn chúng ta tham quan toàn bộ vị trí trong một khu du lịch một cách dễ dàng. Trước đây khi chưa có công nghệ VRMAP, mọi người cần phải hỏi dò các nhân viên bên trong khu du lịch, đôi khi nó khiến chúng ta cảm thấy khó chịu bởi nhiều lý do như cảm giác làm phiền người khác, sự chỉ dẫn của các nhân viên đôi khi không rõ ràng và gây bối rối. VRMAP giúp người dùng tiết kiệm thời gian và giảm đi sự bối rối khi tìm đường đi trong những khu du lịch có cấu trúc di chuyển phức tạp.

Trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 bùng phát và ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành du lịch, Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone đã xây dựng và dựa vào hoạt động nhiều sản phẩm công nghệ hữu ích nhằm ứng phó với dịch bệnh Covid-19 và đảm bảo an toàn cho du khách.

Trong thời gian tới, thực hiện chỉ đạo của Tổng Công ty Viễn thông MobiFone cũng như lãnh đạo Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Công nghệ thông tin MobiFone sẽ tiếp tục tham mưu xây dựng các chương trình, đề án về chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển du lịch trình các cấp có thẩm quyền phê duyệt, xác định hướng đi và lộ trình chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch giai đoạn tới.

4. Kết luận

Trên đây, tác giả đã trình bày những ý kiến tham luận cá nhân về chủ đề “Chuyển đổi số trong du lịch - Những vấn đề thực tiễn triển khai tại địa phương”. Có thể thấy, trong bối cảnh ngành du lịch đang chịu tác động nặng nề như hiện tại do ảnh hưởng bởi đại dịch, chuyển đổi số là một điều cần thiết. Rất ít tổ chức có thể đảm bảo việc kinh doanh bền vững và phát triển nếu không có một kế hoạch chuyển đổi số cụ thể và ứng dụng lợi thế của công nghệ số. Chính vì vậy tác giả đã biên soạn tham luận này để giúp cho doanh nghiệp cũng như MobiFone hình thành một kế hoạch chuyển đổi số trong du lịch đường dài để theo kịp với xu thế phát triển của thời đại 4.0 hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. T. Q. Hoàn, “Vị trí, vai trò của chuyển đổi số trong cuộc cách mạng 4.0,” 2021. <https://binhphuoc.gov.vn/vi/news/tin-noi-bat/vi-tri-vai-tro-cua-chuyen-doi-so-trong-cuoc-cach-mang-4-0-24640.html>.
2. “Giải pháp chuyển đổi số ngành du lịch sau đại dịch Covid-19,” 2021. <https://fsivietnam.com.vn/giai-phap-chuyen-doi-so-nganh-du-lich/>.
3. “Quyết định phê duyệt ‘Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025,’” p. 2018, 2018.
4. T. Q. Phương, “Đề chuyển đổi số thành công - Những vấn đề cơ bản cần quan tâm trong triển khai thực hiện,” 2021. <https://baoninhbinh.org.vn/de-chuyen-doi-so-thanh-cong-nhung-van-de-co-ban-can-quan-tam/d20210727093832311.htm>.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG LƯU TRÚ DU LỊCH VÀ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Phạm Ngọc Lợi
Công ty Cổ phần địa ốc Phú Long

Tóm tắt: Bài tham luận trình bày hiện trạng của giai đoạn bình thường mới sau đại dịch Covid -19 của công tác chuyển đổi số trong ngành dịch vụ lưu trú. Hiện nay, công tác chuyển đổi số đã được lãnh đạo các doanh nghiệp, cơ quan ban ngành du lịch chú trọng hơn và đang tập trung để tìm ra giải pháp và lộ trình áp dụng, tuy nhiên vẫn chưa có mô hình tiêu chuẩn hay các chỉ dẫn rõ ràng mà tự bản thân doanh nghiệp đang phải tìm ra chiến lược cho riêng mình. Với thực trạng đó, tác giả cũng đề xuất công tác chuyển đổi số phải được lãnh đạo doanh nghiệp quyết tâm tham gia và tất cả nhân viên hưởng ứng với chiến lược là thay đổi số trong tầm tay bằng việc đào tạo nguồn nhân lực và áp dụng điện toán đám mây, di động hóa, big data, IOT, robot, AI để đưa doanh nghiệp tiếp cận công nghệ số với tất cả các bộ phận từ truyền thông, bán hàng, dịch vụ và chăm sóc khách hàng. Để các doanh nghiệp thành công thì phải có sự hỗ trợ tất yếu từ các cơ quan quản lý ban ngành. Các cơ quan quản lý phải là đầu tàu chuyển đổi số để cung cấp các thủ tục nhanh gọn và thuận tiện cho doanh nghiệp, ngoài ra nhà nước cùng tham gia phát triển cùng doanh nghiệp, hay hỗ trợ trực tiếp cho các cơ sở lưu trú thông các chính sách ưu đãi thuế, phí cũng như hỗ trợ gián tiếp cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ chuyển đổi số. Cùng với đó, doanh nghiệp cũng mong tạo ra các diễn đàn, hội thảo chuyên sâu các nhà nước hay các chuyên gia, việc mở ra các hội chợ triển lãm ảo hoặc thực hăng năm về giải pháp công nghệ số từ quốc tế hay trong nước cũng bổ ích và doanh nghiệp được tiếp cận với các nhà cung cấp và có những bước đi chính xác trong công cuộc chuyển đổi số. Cuối cùng, tác giả cũng đưa ra quan điểm chuyển đổi số là chìa khóa để doanh nghiệp về lưu trú du lịch phục hồi kinh doanh và tạo ra sức mạnh để tiến ra thị trường quốc tế.

Từ khóa: Ban chuyển đổi số; chuyển đổi số trong tầm tay; chuyển đổi số là chìa khóa phát triển doanh nghiệp; nguồn nhân lực; điện toán đám mây; di động hóa; IOT, robot, AI; chính phủ số ; hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số; hội nhập thị trường thế giới; chuyển đổi số Phú Long; chuyển đổi số Sovico.

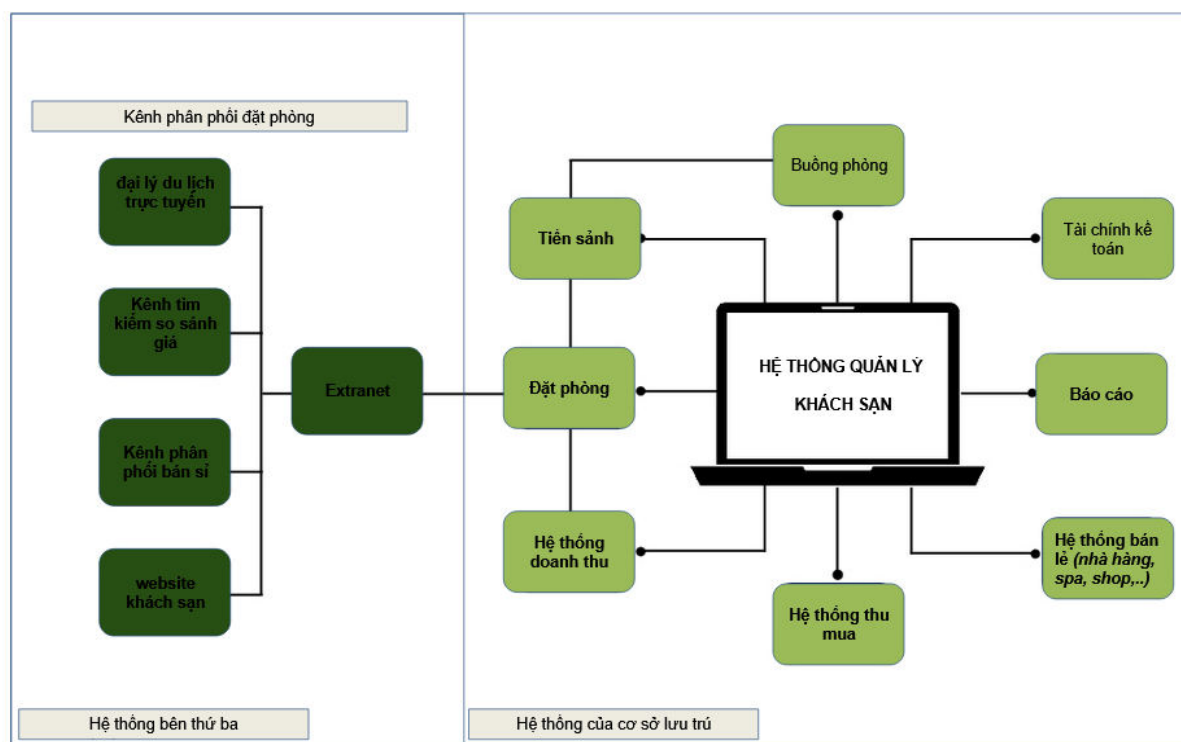
1. Vai trò chuyển đổi số trong lưu trú du lịch

Đúng như Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc khi đảm nhận chức vụ Thủ tướng đã nói “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia được thực hiện nhằm đến mục tiêu kép vừa phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, vừa hình thành các doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam có năng lực đi ra toàn cầu” tại hội thảo Ehealth Vietnam Summit 2021. Công tác chuyển đổi số là xu hướng phát triển tất yếu mà mọi quốc gia hướng tới, quyết tâm chuyển đổi số mạnh mẽ là chìa khóa giúp các quốc gia phát triển kinh tế trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư này. Đặc biệt, dưới sự ảnh hưởng của làn sóng dịch COVID-19 thì tất cả Chính phủ, tất cả doanh nghiệp phải thúc đẩy nhanh hơn, nhất là những doanh nghiệp trong lĩnh vực bị ảnh hưởng nặng nề như du lịch cần thấy rõ tầm quan trọng và tham gia chuyển đổi số từ các giao dịch, cách quản lý truyền thống sang môi trường số. Chuyển đổi số giúp các doanh nghiệp du lịch nói chung và cơ sở lưu trú nói riêng vận hành gọn nhẹ, nhanh chóng, tiết kiệm chi phí và có hiệu quả kinh doanh cao nhất. Với tầm

quan trọng của chuyển đổi số trong nền kinh tế nói chung và trong lưu trú du lịch nói riêng, chúng ta cần có cái nhìn toàn cảnh về thực trạng chuyển đổi số, nguyên nhân và có những lộ trình, giải pháp thiết thực nhằm thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số trong doanh nghiệp của mình.

2. Hiện trạng của công tác chuyển đổi số trong ngành lưu trú du lịch

Nhìn từ góc độ quốc tế với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc chuyển đổi số đã có một số hướng phát triển như khách sạn robot - Henna-na đầu tiên tại Nhật Bản năm 2015, hay khách sạn Hotel 100 - tại Seattle, Mỹ đã trang bị sân golf ảo, hệ thống phòng thông minh, tủ minibar kết nối internet có thể tự liên lạc lễ tân khi cần tiếp đồ. Tuy nhiên, những thay đổi này diễn ra đơn lẻ và chưa thu hút các tập đoàn quốc tế về lưu trú tham gia. Các tập đoàn khách sạn hàng đầu hầu như Marriott, IHG, Accor, Melia,... đã không thay đổi thiết kế hệ thống chính từ năm 2000 cho đến nay như mô hình ở hình bên dưới và ít đầu tư công nghệ, giải pháp số vào các hệ thống khách sạn do mình quản lý.



(Nguồn tham khảo từ internet)

Đại dịch COVID đã làm thay đổi ngành lưu trú mạnh mẽ với việc cắt giảm hàng loạt lao động, tối ưu chi phí, xu hướng làm việc tại nhà hay việc bắt buộc áp dụng công nghệ giảm tiếp xúc để phòng tránh lây lan bệnh dịch hay áp dụng điện toán đám mây tại các tập đoàn quản lý quốc tế.

Riêng tại Việt Nam, ngành Du lịch nói chung và cơ sở lưu trú nói riêng đã phát triển một cách nhanh chóng những năm 1990 trở lại đây. Theo Tổng Cục Du lịch “Hệ thống cơ sở lưu trú du lịch cả nước được đầu tư ngày càng mạnh mẽ, năm 1990 mới có 350 cơ sở với 16.700 phòng thì đến hết năm 2019 cả nước đã có 30.000 cơ sở lưu trú du lịch với 650.000 phòng”. Với mức độ tăng trưởng nóng như vậy,

nhất là những năm gần đây nên các cơ sở lưu trú chỉ tập trung phát triển về số lượng và tuyển đủ nhân viên để hoạt động mà chưa chú trọng đến công tác tăng cường chất lượng dịch vụ và nhất là áp dụng công nghệ để tối ưu hoạt động.

Một ví dụ thực tế là khách sạn InterContinental Đà Nẵng là gần 34 hecta và diện tích của sân golf Montgomerie Links Đà Nẵng 165 hecta. Về diện tích, sân golf có diện tích lớn gần 5 lần, tuy nhiên nhân viên làm vườn chỉ bằng một nửa nhân viên cây xanh của khách sạn InterContinental Đà Nẵng có lúc lên đến 40 người. Sân golf làm được điều này nhờ đã áp dụng tiêu chuẩn của quốc tế từ thiết kế ban đầu và sử dụng những kỹ thuật hiện đại đồng bộ qua hệ thống máy chủ phức tạp gồm lấy thông tin về thời tiết, môi trường xung quanh và tối ưu hóa, tự động hóa hệ thống tưới tiêu toàn sân cỏ, cơ giới hóa công cụ dụng cụ được đưa vào sử dụng. Nếu như các cơ sở lưu trú chú trọng đến công tác chăm sóc cây xanh ngay từ đầu và áp dụng số hóa thì việc tối ưu hóa nguồn nhân lực sẽ tốt hơn rất nhiều.

Theo xu hướng chung của tập đoàn khách sạn lớn trên thế giới đã đề cập ở trên, hiện trạng hệ thống quản lý tại các cơ sở lưu trú trong nước đã không thay đổi thời gian dài nên không còn phù hợp và gây nhiều khó khăn trong công tác quản lý, vận hành. Đặc biệt là bốn hệ thống quản lý chính và là xương sống của cơ sở lưu trú như: hệ thống quản lý khách hàng, hệ thống kế toán, hệ thống nhân sự và hệ thống quản lý kỹ thuật.

Về hệ thống quản lý khách hàng, trong tiếng Anh gọi là PMS – Property Management System. Hệ thống này quản lý tất cả các chi tiết đặt phòng đến khi khách nhận phòng, sử dụng dịch vụ, trả phòng và liên kết các trang đặt phòng. Các cơ sở dưới 4 sao thường phải điều chỉnh thủ công với các hệ thống đặt phòng nên thường xảy ra sai sót khi cập nhật tình trạng đặt phòng dẫn đến khách phàn nàn rất nhiều và không tối ưu được doanh thu và giá bán phòng theo từng thời điểm. Với các cơ sở từ 4 đến 5 sao có áp dụng các hệ thống chuẩn quốc tế thì việc tự động liên kết đã được hỗ trợ, tuy nhiên các nhân viên thường chỉ thao tác trên hệ thống quản lý khách sạn thông qua mạng nội bộ nên khi dịch bệnh xảy ra và phải làm việc ở nhà thì rất khó khăn để nhân viên có thể truy cập hệ thống từ xa.

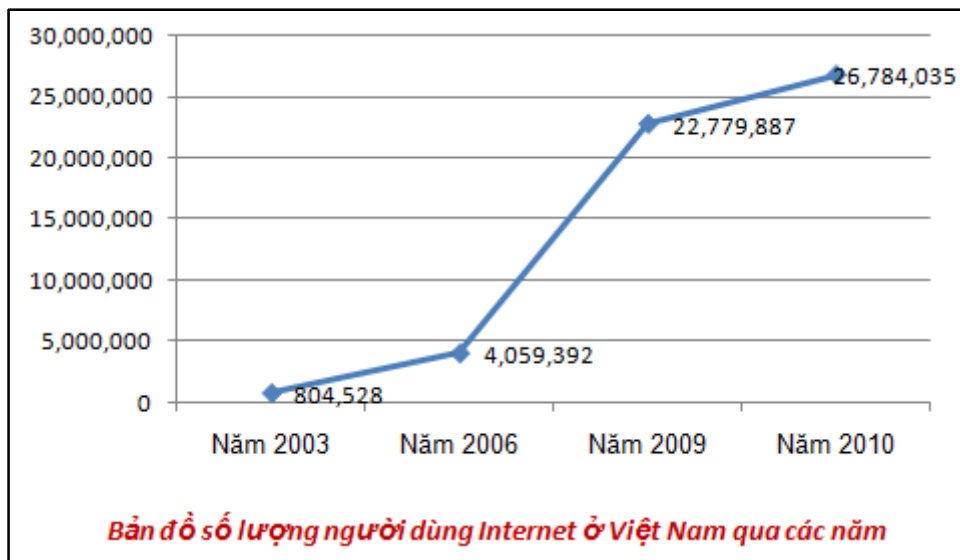
Với hệ thống kế toán thì mọi việc còn khó khăn hơn nhiều lần bởi nếu các cơ sở lưu trú 4-5 sao dùng hệ thống quốc tế thì ngoài chi phí đầu tư vận hành lớn thì cần phải đúng tiêu chuẩn quốc tế như về số lượng nhân sự phải có đủ các chức năng kế toán doanh thu, kế toán chi phí, kế toán công nợ, kế toán thu ngân, kế toán tổng hợp, kế toán trưởng thì ngoài ra đối với các báo cáo biểu mẫu theo yêu cầu của Thuế, bộ tài chính Việt Nam chưa được đáp ứng phải tốn nhiều thời gian. Ngay cả việc áp dụng tiếng Việt có dấu để thể hiện đầy đủ các thông tin vẫn chưa làm được và kế toán viên phải yêu cầu trình độ cao, có tiếng Anh để am hiểu kế toán nước ngoài và kế toán Việt Nam để làm việc được hệ thống. Đối với các cơ sở lưu trú dưới 4 sao thì việc áp dụng kế toán Việt Nam vào công việc thì tốt hơn, tuy nhiên các hệ thống này thao tác thủ công nhập liệu khá nhiều nên dễ xảy ra sai sót và tốn khá nhiều thời gian để đối soát cuối tháng.

Tiếp đến là hệ thống nhân sự, hầu hết các doanh nghiệp đều xem nhân viên là tài sản của mình. Tuy nhiên, hệ thống nhân sự các cơ sở lưu trú chỉ làm công việc

chính là quản lý công, lương, phúc lợi, và điều này dẫn đến nhân sự thường có bộ phận hành chính để chuyên trách khâu tuyển dụng và quản lý hồ sơ ứng viên. Còn việc đánh giá năng lực, khảo sát hàng năm đều làm trên giấy hay các hệ thống đơn lẻ khác. Vì các điểm bất lợi này nên hầu hết các quản lý nhân sự thường dựa vào kinh nghiệm và năng lực quản lý hồ sơ để làm tốt công việc của mình chứ chưa có hệ thống để trợ giúp để tối ưu hóa công tác nhân sự và giảm các công việc quản lý, sao lưu hồ sơ.

Hệ thống lớn cuối cùng là quản lý kỹ thuật, chúng ta đều hình dung các cơ sở lưu trú là một xã hội thu nhỏ. Trong đó, các khách hàng đều được đáp ứng tất cả các nhu cầu của mình tại trong thời gian lưu trú. Vì vậy, hệ thống của các cơ sở lưu trú rất lớn và trải dài từ cung cấp điện lưới, máy phát điện, nước nóng, nước lạnh, điều hòa, hệ thống máy giặt, sấy, hệ thống bếp, hệ thống chữa cháy, âm thanh công cộng hay đến cả hệ thống tivi, điện thoại. Với số lượng hệ thống và thiết bị khá lớn như vậy nên hầu hết đội ngũ kỹ thuật thường khá lớn để vận hành và bảo trì bảo dưỡng thiết bị. Cũng giống như hầu hết các hệ thống khác việc tích hợp tất cả hệ thống này lại và quản lý điện tử chưa có, nên việc duy tu bảo dưỡng từng hệ thống phải dựa vào việc đặt kế hoạch và triển khai của từng đội nhóm kỹ thuật. Vì việc dựa vào nhân công khá nhiều và việc ghi lại số liệu cũng không mang lên hệ thống báo cáo nên công tác quản lý điều hành, dự đoán ngân sách và tối ưu chi phí vẫn là bài toán khó và thách thức với mọi khách sạn.

Ngoài các hệ thống chính thì các tiện ích internet trong cơ sở lưu trú chưa đáp ứng được với nhu cầu của khách hiện nay. Internet được đưa vào Việt Nam vào ngày ngày 19 tháng 11 năm 1997(*theo wikipedia*) và được áp dụng rộng rãi vào khách sạn từ năm 2009. Từ những năm này, Việt Nam là nước tiên phong miễn phí internet trong các khách sạn trong khi đó internet vẫn là dịch vụ thu tiền ở hầu hết các nước ở Đông Nam Á như Thái Lan, Singapore trong cùng thời gian ấy. Với động lực này, các khách sạn Việt Nam đã mang lại sự thích thú và tin dùng từ du khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên với sự phát triển công nghệ và yêu cầu ngày càng cao thì khách hàng không những cần internet mà còn cần các dịch vụ trên nền tảng internet để thuận tiện trong các giao dịch, vì vậy một số cơ sở lưu trú trên thế giới đã nhanh chóng đưa các tiện ích công nghệ vào phục vụ khách như năm 2010, khách sạn Plaza New York đã áp dụng hệ thống máy tính bảng Ipad tại phòng để phục vụ du khách từ dịch vụ gọi thức ăn tại phòng, yêu cầu các dịch vụ khách sạn hay điều khiển thiết bị điện, tivi, rèm qua máy tính bảng. Hay QR code hiện đang phổ biến trên toàn cầu, với QR code sẽ giúp đặt hàng chính xác hơn, nhanh hơn và tăng năng suất lao động của nhân viên nhà hàng. Tuy nhiên các khách sạn lớn đa số chưa áp dụng các chức năng này vì hệ thống các khách sạn lớn đều mua từ nước ngoài nên chi phí rất đắt để nâng cấp những tính năng mới nên đành duy trì cách gọi món thủ công bằng biểu mẫu trên giấy in. Việc này sẽ dẫn đến hai hệ quả, thứ nhất chưa thỏa mãn được những trải nghiệm mới cho khách hàng và thứ hai sẽ tốn nhiều nhân lực để vận hành các dịch vụ cho khách sạn.



Với những dẫn chứng được đưa ra, chúng ta đều thấy rõ ràng các cơ sở lưu trú thường đi sau trong việc chuyển đổi số, áp dụng công nghệ vào công tác vận hành để tối ưu nhân lực và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Với sự lạc hậu trong công tác chuyển đổi số, các cơ sở lưu trú gần như rất khó khăn để mở cửa hoạt động trở lại sau đại dịch covid khi giá cả nguyên vật liệu tăng, giá phòng đã giảm hơn một nửa và lượng khách vẫn còn rất thấp.

3. Nguyên nhân

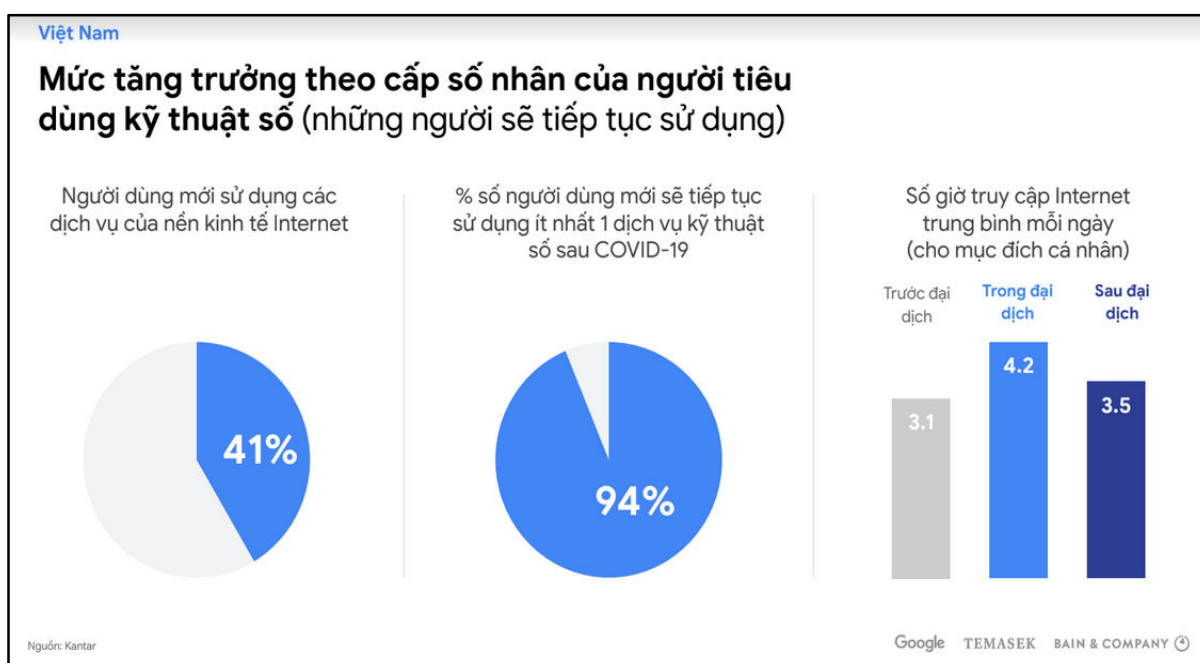
Như Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ đã phát biểu: “Hơn bao giờ hết, đại dịch COVID-19 đặt ra những yêu cầu cấp bách đối với các quốc gia, cần đổi mới quản trị đất nước, điều chỉnh chính sách và những mục tiêu phát triển, trong đó có yêu cầu về chuyển đổi kỹ thuật số, xây dựng nền kinh tế số nhằm kịp thời ứng phó với đại dịch, duy trì phát triển kinh tế-xã hội ổn định” tại hội nghị AIPA- 42 vào ngày 23/08/2021. Cũng như cuộc khảo sát quốc tế sau đó vào ngày 30/09/2021 của trang <https://www.hospitalityandcateringnews.com> đã dẫn chứng rằng hơn 63% nhà điều hành các cơ sở lưu trú trên toàn cầu tin rằng cần nên đầu tư hơn nữa vào lĩnh vực chuyển đổi số cho doanh nghiệp của mình. Chuyển đổi số trong ngành lưu trú du lịch sau đại dịch được đẩy mạnh xuất phát từ một trong các nguyên nhân sau:

Thứ nhất, nguyên nhân tình hình kinh doanh giảm sút do dịch Covid. Tại Việt Nam, Covid cũng làm lượng khách nội địa năm 2020 giảm hơn 34% so với 2019 và lượng khách quốc tế năm 2020 cũng giảm 79.5% và dự đoán năm 2021 còn giảm sâu hơn thì hầu như công suất khai thác phòng trung bình năm 2021 đều dưới hai con số (*trừ khách sạn cách ly*). Với việc giảm doanh thu và các chi phí về nguyên vật liệu đầu vào lại tăng nên lúc này việc cấp thiết các nhà quản lý đều hướng đến áp dụng chuyển đổi số để tìm ra chiến lược để tối ưu mô hình kinh doanh, gia tăng doanh thu và thích ứng trong hoàn cảnh mới.

Thứ hai, hành vi của khách hàng từ đặt phòng, nhận phòng, sử dụng dịch vụ và trả phòng đã thay đổi hoàn toàn sau gần hai năm diễn ra đại dịch. Xu hướng khách hàng mong muốn trải nghiệm nhiều hơn các dịch vụ, tiện nghi qua thiết bị di

động. Theo dẫn chứng từ báo cáo của Temasek và Google thì đại dịch đã làm người dùng tại Việt Nam sử dụng internet nhiều hơn, trung bình lên đến 4.2 tiếng/ngày, số người mới tham gia vào kinh tế internet cũng tăng nhanh chóng lên đến 41% và xu hướng thương mại điện tử bùng nổ và phát triển mạnh với tăng trưởng năm 2020 tăng 46% so với 2019.

Nguyên nhân thứ ba thúc đẩy chuyển đổi số trong giai đoạn này dựa vào các công nghệ được phát triển nhanh chóng và trải khắp tất cả mọi lĩnh vực. Lấy ví dụ, trước đây các cuộc họp hàng ngày của khách sạn thường phải gồm tất cả thành viên ngồi lại với nhau và bàn luận, tuy nhiên trong đại dịch Zoom Meeting hay các công cụ họp ảo được tất cả các công ty đưa vào sử dụng trên toàn thế giới. Ngoài ra, các công nghệ được đưa vào giai đoạn này được phát triển rất nhanh và chi phí rất hợp lý, nên nhiều công ty đã giảm chi phí đi công tác hay tổ chức hội thảo nhờ áp dụng Meeting ảo.



(Số liệu phân tích về kinh tế số Việt Nam 2020 của Temasek)

Thứ tư, các sản phẩm công nghệ số hóa có giá cạnh tranh hơn. Khi đại dịch diễn ra thì xu hướng làm việc tại nhà lên ngôi kéo theo các dịch vụ đám mây và các xu hướng số hóa trên nền tảng di động phát triển vượt bậc, giảm giá thành và hỗ trợ tất cả các ngành nghề trong đó có dịch vụ lưu trú. Với dịch vụ đám mây, số hóa trên nền tảng di động đã đem lại rất nhiều tiện ích cho người dùng và dễ dàng thấy nhất là làm việc ở mọi nơi và dịch vụ được đăng ký nhanh chóng. Ngoài ra, nếu như các ứng dụng quốc tế trước đây khi phải cài trên máy chủ tại công ty, hầu hết chỉ hỗ trợ tiếng Anh với chi phí lớn, thời gian triển khai rất lâu. Thì hiện nay cùng với sự phát triển nhanh chóng của dịch vụ đám mây cũng đem lại lợi ích rất lớn là hầu như các ứng dụng đều có bản di động và hỗ trợ tiếng Việt. Với những sự thay đổi nhỏ này đã mang lại lợi ích to lớn là những ứng dụng này được đón nhận và sử dụng rộng rãi nhờ giao diện thân thiện, dễ sử dụng và chi phí đầu tư rất hợp lý cho mọi doanh nghiệp.

4. Đề xuất, biện pháp

Các lãnh đạo cũng đều nhìn nhận rằng chuyển đổi số là cần thiết, cấp bách để doanh nghiệp chuyển mình và đáp ứng yêu cầu kinh doanh mới. Việc chuyển đổi số phải làm từ trên xuống dưới, nghĩa là lãnh đạo công ty phải tham gia và chỉ đạo quyết liệt công tác này và nên thành lập ban chuyển đổi số doanh nghiệp. Đứng đầu ban là lãnh đạo của doanh nghiệp, trưởng phòng IT cùng sự tham gia đóng góp của trưởng các phòng ban. Nhiệm vụ ban chuyển đổi số là đưa ra mục tiêu, lập các buổi thảo luận và các bài nghiên cứu chuyên sâu về các công nghệ, mô hình chuyển đổi số trên thế giới của ngành cùng với phân tích về thị trường Việt Nam để tạo chiến lược kinh doanh mới và đưa ra lộ trình chuyển đổi số phù hợp nhằm đi tắt đón đầu trong giai đoạn bình thường mới và đưa doanh nghiệp thoát khỏi khủng hoảng, vận hành hiệu quả trong tương lai. Điều này đã được minh chứng ở tại khối Khách sạn Nghỉ dưỡng của Phú Long, việc thành lập ban chuyển đổi số đã diễn ra từ những ngày đầu sau đại dịch với thành phần là giám đốc khối Khách sạn Nghỉ dưỡng, Trưởng ban chuyển đổi số và sự tham gia của quản lý tại khách sạn thành viên như Furama Resort Đà Nẵng, L'Alya Ninh Vân Bay Nha Trang, Ana Mandara Nha Trang, Pax Ana, Melina, Ariyana Nha Trang. Sự hiệu quả của ban chuyển đổi số đã chứng minh bằng những giải pháp đột phá và sáng tạo như quản lý tập trung tất cả các hệ thống quản lý khách sạn, tài chính, thu mua, nhân sự hay cả quản lý chất lượng trên điện toán đám mây. Nhờ quản lý tập trung trên điện toán đám mây không những giúp cơ sở lưu trú tiết kiệm chi phí vận hành, mua sắm phần cứng, chi phí bảo mật, giảm thời gian triển khai mới hơn một nửa và nhất là mang lại giải pháp kinh doanh mới như làm việc từ xa, hỗ trợ bán chéo giữa các khách sạn, liên kết tự động với các đối tác hay hệ sinh thái của Sovico để gia tăng doanh thu. Với quản lý tập trung, các hệ thống báo cáo, các thông số kinh doanh hoạt động được cập nhật tức thì và thể hiện trực quan trên giao diện web, điện thoại để các lãnh đạo có cái nhìn tổng thể về sức khỏe doanh nghiệp, phân tích tình hình nội bộ, thị trường để đưa ra những quyết định nhanh, hợp lý và chính xác cho hoạt động kinh doanh. Cuối cùng, việc quản lý tập trung là nền tảng mang lại chất lượng dịch vụ đẳng cấp và đồng nhất trong khối khách sạn nghỉ dưỡng để mang lại trải nghiệm đáng nhớ, đẳng cấp nhất cho khách hàng và lôi cuốn khách hàng quay trở lại sử dụng dịch vụ.

Ngoài ra, một tiêu chí bắt buộc là việc chuyển đổi số phải nằm trong bàn tay theo nghĩa đen và bóng. Theo nghĩa đen, việc chuyển đổi số trong lòng bàn tay là tất cả hệ thống, ứng dụng phải nằm trên tay với các ứng dụng di động. Đây cũng là xu hướng tất yếu của các hệ thống số và hệ thống công nghệ thông tin là phải nằm trên cloud và ứng dụng mobile. Theo nghĩa bóng, việc chuyển đổi số phải nằm trong lòng bàn tay nghĩa là mục đích cuối cùng là tạo ra môi trường làm việc, mô hình kinh doanh mới mà mọi nhân viên dễ quản lý, khách hàng dễ dàng, thuận tiện sử dụng mà không cần phải đào tạo hay chỉ dẫn phức tạp, đó là chuyển đổi số có thể nằm trong lòng bàn tay. Một trường hợp về chuyển đổi số đã được Furama Đà Nẵng áp dụng thành công là việc đưa tất cả dịch vụ khách hàng lên app mobile mang lại trải nghiệm dịch vụ nhanh chóng và chất lượng cho tất cả khách hàng tại khu nghỉ dưỡng. Các khách nghỉ dưỡng tại Furama Đà Nẵng chỉ cần quét mã QR code hay cài ứng dụng lên điện thoại là có thể sử dụng tất cả tiện ích từ yêu cầu

dịch vụ phòng, lễ tân hay đặt món, đặt chỗ nhà hàng, spa hay cả đặt tour giải trí của khu nghỉ dưỡng. Ngoài cung cấp dịch vụ thì ứng dụng còn là cầu nối để thu nhận phản hồi về chất lượng dịch vụ để khu nghỉ mát luôn luôn nâng cao dịch vụ và tối ưu hóa trải nghiệm của mọi khách hàng.

Với các đề xuất trên, ban chuyển đổi số là đầu tàu để tìm ra hướng đi chuyển đổi số phù hợp với doanh nghiệp và vạch ra lộ trình áp dụng số nhằm đi tắt đón đầu về công nghệ, thu hút khách hàng và cạnh tranh được với tập đoàn toàn cầu trong giai đoạn mới. Các cơ sở lưu trú có thể tham khảo một số biện pháp, công nghệ dưới đây cho doanh nghiệp của mình.

Thứ nhất, áp dụng điện toán đám mây, mobile hóa. Bài toán được đưa ra sau đại dịch Covid cho tất cả lãnh đạo của các cơ sở lưu trú đó là làm sao để tối ưu hóa kết quả kinh doanh đồng thời tiết kiệm tất cả các nguồn tài nguyên từ nhân lực đến chi phí vận hành. Trước đây, một khách sạn tiêu chuẩn 5 sao phải tốn ngân sách hơn 5 tỉ đồng và hơn 100 ngày làm việc cùng với các chuyên gia về hệ thống trong và ngoài nước để xây dựng bốn hệ thống chính của khách sạn: hệ thống quản lý khách sạn PMS, hệ thống kế toán tài chính, hệ thống nhân sự, hệ thống kỹ thuật. Với điện toán đám mây, chi phí đầu tư đã giảm đáng kể do không đầu tư nhiều vào phần cứng, bảo mật, sao lưu. Chi phí ban đầu giảm hơn 30% và thời gian triển khai đào tạo giảm hơn một nửa, đồng thời đáp ứng tiêu chuẩn bảo mật thông tin quốc tế và giảm chi phí vận hành nhờ việc cắt giảm bảo trì phần cứng, tối ưu nhân lực để quản lý và hỗ trợ hệ thống. Nhờ áp dụng điện toán đám mây và di động hóa dịch vụ còn đem lại hiệu suất công việc cao hơn cho nhân viên và mở ra nhiều hướng đi mới trong cách vận hành doanh nghiệp cũng như xây dựng nền tảng big data doanh nghiệp. Big data sẽ được ứng dụng vào công tác các truyền thông tiếp thị và chăm sóc khách hàng một cách tốt nhất nhờ việc thu thập, phân tích dữ liệu khách hàng, thị trường và đưa ra các chiến dịch truyền thông tiếp thị hiệu quả, mặt khác nhân viên cũng sẽ chăm sóc khách hàng tốt hơn nhờ thông tin sở thích về khách hàng do Big data đem lại. Điện toán đám mây còn làm cơ sở cho xu hướng làm việc tại nhà hoặc làm việc khắp mọi nơi với kết nối internet nhằm tạo ra mô hình làm việc mới tiết kiệm chi phí nhưng vẫn mang hiệu quả cao trong công việc và sự yêu nghề của nhân viên. Hiện nay tập đoàn khách sạn quốc tế hàng đầu thế giới như Wyndham đã ký kết với Oracle để trở thành tập đoàn đầu tiên áp dụng điện toán đám mây vào hệ thống quản lý khách sạn nhằm mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Và tại Việt Nam, khối Khách sạn Nghỉ dưỡng của Phú Long cũng là đơn vị tiên phong đã ký kết với Oracle để mang lại công nghệ hiện đại nhất của hệ thống quản lý khách sạn trên nền tảng điện toán đám mây cho các khách sạn của mình trong tháng 10 năm 2021.

Thứ hai, áp dụng các công nghệ hiện đại vào chăm sóc khách hàng như công nghệ thực tế ảo, IOT, Robot, AI. Vài năm trước công nghệ rất đắt đỏ, các cơ sở lưu trú hầu như không thể áp dụng thì hiện nay các công nghệ này nhiều hơn với giá cả phù hợp hơn để đầu tư. Các cơ sở lưu trú cũng nên xem xét áp dụng thực tế ảo cho khách tham quan cơ sở vật chất của mình trước khi đặt phòng, bộ phận sales có thể áp dụng công nghệ này để giảm chi phí công tác mà vẫn đảm bảo giới thiệu sản phẩm đến với các đối tác. IOT sẽ mang lại trải nghiệm tốt nhất về dịch vụ

phòng, cùng với big data IOT sẽ xây dựng những kịch bản để phục vụ khách như các chế độ sử dụng điều hòa, điện, nước hay các tiện ích giải trí tivi tại phòng. Một số cơ sở lưu trú đã áp dụng công nghệ điều khiển bằng giọng nói để đem lại sự tiện dụng nhất cho khách hàng như khách sạn ZooFly của Alibaba đã hoạt động vào năm 2019 với tất cả trang thiết bị được tự động hóa được điều khiển bằng nhận diện khuôn mặt và giọng nói. Robot có thể áp dụng để nâng cao các tác vụ lặp lại như dọn dẹp vệ sinh, sát khuẩn bằng tia cực tím. Các camera AI thì được các khách sạn tối ưu hoạt động nhận diện khách hàng, công tác phòng dịch bệnh cũng như quét nhiệt độ, phân tích số lượng người tại nhà hàng, nơi hội nghị để đảm bảo tiêu chuẩn phòng chống dịch. Với những công nghệ này, một trong những khách sạn của Phú Long đã từng bước mang giải pháp này vào hoạt động. Cụ thể, ban chuyển đổi số và khách sạn Furama đã làm việc và từng bước tiến đến hợp tác với IEX group, đơn vị cung cấp giải pháp triển lãm ảo cho Internet Expo 2021. Ban quản lý Furama Đà Nẵng kỳ vọng sẽ mang lại những vụ đột phá cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ tổ chức hội nghị hybrid kết hợp thực và ảo hay tổ chức các hội thảo của khách hàng trên nền tảng của khu nghỉ dưỡng.

Thứ ba, tích hợp các giải pháp, hệ thống với nhau và hoạt động tự động. Vì chuyển đổi số không phải là áp dụng một phần mềm mà áp dụng nhiều phần mềm, nhiều giải pháp về công nghệ thông tin, số hóa nên việc tích hợp các hệ thống với nhau để chạy tự động là yêu cầu bắt buộc. Với việc liên kết tất cả hệ thống sẽ giảm việc phân mảnh các hệ thống, việc báo cáo thủ công, các công tác vận hành phụ thuộc quá nhiều vào con người nhưng không lại hiệu quả cao. Ví dụ, việc liên kết hệ thống đặt phòng với sự kiện, với kỹ thuật, buồng phòng sẽ tối ưu được việc vận hành, khi có một đoàn khách mới được lễ tân cập nhật thì hệ thống đặt phòng online sẽ tự động giảm số phòng hiện có để tránh việc đặt quá số hiện có trên các trang điện tử này. Mặt khác nhân viên buồng phòng sẽ nhận được công việc dọn dẹp qua các ứng dụng cũng như các báo cáo liên quan để chuẩn bị vật tư trong phòng hay bộ phận kỹ thuật cũng sẽ tự động khởi chạy các hệ thống tại khu vực khách sẽ nhận phòng và thông báo tự động đến nhân viên nếu một trong số hệ thống gặp lỗi để nhân viên sửa chữa sớm nhất. Với cơ sở lưu trú, nếu có đã có ứng dụng cho mình và khách, đồng thời các hệ thống được liên kết tự động sẽ làm các bộ phận hoạt động nhịp nhàng, tối ưu các chi phí và tạo ra dịch vụ hoàn hảo để phục vụ khách hàng và tạo điều kiện để thu hút khách quay trở lại.

Thứ tư, đầu tư đào tạo kỹ năng công nghệ thông tin, kỹ năng làm việc cho nhân viên trong giai đoạn mới. Dịch vụ lưu trú luôn có đặc thù với các ngành khác, với cơ sở lưu trú nhân viên là trung tâm của mọi hoạt động và là những điểm chạm dịch vụ mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Các công cụ chuyển đổi số nhằm mục đích tối ưu vận hành và hỗ trợ kinh doanh, hoạt động, vì vậy việc đào tạo nhân viên để đáp ứng và làm chủ công nghệ là yếu tố sống còn để mang lại thành công cho công cuộc chuyển đổi số. Năm rõ vấn đề này, học viện IBH của khối Khách sạn Nghỉ dưỡng Phú Long đã ra đời vào ngày 19/12/2020 để đáp ứng nhiệm vụ đào tạo nguồn nhân lực trong giai đoạn với đầy đủ kiến thức và vững kỹ năng làm việc với những công nghệ hiện đại.

Tuy nhiên với những khó khăn do đại dịch để lại, các cơ sở lưu trú luôn mong sự thấu hiểu và ủng hộ từ các cơ quan ban ngành nhất là trong các công tác như sau:

Thứ nhất, các cơ quan ban ngành là đầu tàu trong công tác chuyển đổi số để tạo ra chính quyền số, công cụ số nhằm đơn giản hóa các thủ tục và tạo điều kiện để doanh nghiệp phát triển. Lấy ví dụ về thành phố Đà Nẵng là một trong những đơn vị hành chính xếp hạng chuyển đổi số cao nhất cả nước năm 2020 và điều này giúp nhân dân và các doanh nghiệp rất thuận tiện trong các thủ tục công. Và trong đợt dịch vừa qua, việc áp dụng giấy đi đường có mã QR là một sáng kiến chuyển đổi số được người dân TP. Đà Nẵng đồng tình, dư luận đánh giá cao, mang lại thuận tiện cho doanh nghiệp và vẫn bảo đảm các biện pháp phòng, chống dịch.

Thứ hai, đề xuất chính phủ tham gia hỗ trợ các dự án, sáng kiến về chuyển đổi số cùng doanh nghiệp để tạo ra sản phẩm chất lượng, ứng dụng toàn cầu. Như hiện nay, các cơ sở lưu trú gặp rất nhiều khó khăn để vừa đảm bảo phòng chống dịch vừa phát triển kinh doanh. Thiết nghĩ Tổng cục du lịch, hiệp Hội du lịch địa phương và doanh nghiệp công nghệ thông tin có thể tạo ra nền tảng để kết nối trực tuyến, kiểm soát lượng khách nội địa và quốc tế đến/đi ở địa phương, các thủ tục y tế trên cùng dashboard thì sẽ tạo điều kiện rất lớn cho du khách tự tin đi du lịch trở lại. Một điển hình thành công về doanh nghiệp và nhà nước cùng tham gia dự án lớn là VietNamKhoeManh.vn, đây là một chương trình hợp tác phi lợi nhuận giữa tập đoàn Sovico với cục công nghệ thông tin - bộ Y tế để hướng dẫn người dân chống lại cuộc chiến chống Covid đầy cam go. Hệ thống được xây dựng theo tư vấn của Tập đoàn Gov Tech – Chính phủ Singapore, tập đoàn này đang vận hành giải pháp TraceTogether quản lý phòng chống dịch của Singapore và được 90% dân số Singapore cài đặt và phân hệ quản lý xét nghiệm và Vaccine là giải pháp của Tập đoàn Intelisys – Canada được phát triển và Việt hoá. Chương trình đã ứng dụng thành công cho công tác xét nghiệm phòng chống dịch tại kỳ họp thứ 2, Quốc hội khóa XV, hay tại thành phố Bến Tre và được nhiều quận huyện tại thành phố Hồ Chí Minh trong và sau đợt dịch thứ tư. Ứng dụng vẫn tiếp tục được phát triển để đáp ứng hỗ trợ công tác xét nghiệm, phòng dịch bệnh và có thể được ứng dụng cho ngành du lịch để kiểm soát lượng khách trong nước, quốc tế đến/đi ở địa phương trên dashboard trực tuyến với sự giám sát của bộ Y Tế.

Thứ ba, cơ quan ban ngành có nhiều chính sách hỗ trợ công tác chuyển đổi số cho các cơ sở lưu trú. Các doanh nghiệp về lưu trú du lịch hiện nay thiệt đơn, thiệt kép do Covid gây ra và đang tìm các chiến lược để kinh doanh trong tình hình mới nên rất mong có sự hỗ trợ về tài chính từ các cơ quan ban ngành thông qua các chính sách ưu đãi về thuế, phí hay hỗ trợ gián tiếp bằng việc đầu tư nghiên cứu, hỗ trợ các sản phẩm của Việt Nam có đóng góp trong công tác chuyển đổi số. Ví dụ, nhà nước có chính sách hỗ trợ các đơn vị trong nước đang phát triển điện toán đám mây, các công nghệ số cho ngành lưu trú từ các đơn vị trong nước để mang lại giải pháp tiêu chuẩn quốc tế, giá cả cạnh tranh có thể áp dụng các doanh nghiệp lưu trú.

Thứ tư, các cơ quan ban ngành là cầu nối, đầu mối tổ chức các nghiên cứu, tham luận của các chuyên gia và các diễn đàn chia sẻ kinh nghiệm của những doanh nghiệp đi trước về chuyển đổi số để các cơ sở lưu trú được giao lưu, học hỏi kinh nghiệm. Vì hiện nay, các cơ sở lưu trú trong và ngoài nước chưa có mô hình hoàn

chính về chuyển đổi số, nên thiết nghĩ các cơ quan ban ngành là trung gian để tạo ra các diễn đàn giao lưu, học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm để các doanh nghiệp giảm thiểu thất bại và học hỏi thành công để ngành cơ sở lưu trú du lịch cùng phát triển và cạnh tranh với các nước trong khu vực hay quốc tế.

Cuối cùng, là tổ chức định kỳ các triển lãm ảo hoặc thật về lĩnh vực công nghệ của ngành lưu trú du lịch với sự tham gia của các nhà cung cấp hàng đầu tại Việt Nam và thế giới. Với các triển lãm này, các lãnh đạo và IT của doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận và nắm bắt những thông tin về công nghệ số đang thịnh hành và có cái nhìn tổng quan để áp dụng cho doanh nghiệp của mình. Hiện nay, các nước trong khu vực Đông Nam Á như Singapore, Thái Lan đều đã có tổ chức hội thảo công nghệ hàng năm để các cơ sở lưu trú có cơ hội nắm bắt thông tin và đưa ra những quyết định cho doanh nghiệp của mình.

5. Kết luận

Trước đại dịch, hầu hết các cơ sở lưu trú độc lập hay mang thương hiệu Việt Nam đều khó cạnh tranh với các tập đoàn quốc tế ngay tại sân nhà và không thể có cơ hội để vươn ra quốc tế như các tập đoàn về lưu trú du lịch của nước láng giềng Thái Lan với nhiều tập đoàn như Dusit Thani, Minor Hotels, Centara Hotels & Resorts,... đã tiến vào thị trường quốc tế rất thành công.

Tuy nhiên, đại dịch Covid gần như đã thiết lập lại tình hình kinh doanh các cơ sở lưu trú du lịch trên toàn cầu. Các tập đoàn lớn thì thiệt hại lớn, các tập đoàn nhỏ thì thiệt hại ít hơn. Đây là sự thách thức và khó khăn với hầu hết với tất cả các doanh nghiệp lưu trú, tuy nhiên trong nguy có cơ, đây cũng sẽ là cơ hội rất lớn để các cơ sở lưu trú Việt Nam có thể thông qua cách mạng công nghiệp 4.0, thông qua chuyển đổi số với sự hỗ trợ từ chính phủ để tìm ra chiến lược sáng tạo để tạo dịch vụ đẳng cấp, cá nhân hóa cho từng khách hàng và tạo ra thể hệ nhân viên của ngành dịch vụ lưu trú vừa hồng vừa chuyên nhằm đưa doanh nghiệp trụ vững tình hình mới và từng bước vững chắc hội nhập thị trường thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- <https://www.hotellinksolutions.com/vi/pms-system-indispensable-management-tool-for-hotel-industry-today/>
- <https://www.hospitalityandcateringnews.com/2021/09/digital-transformation-of-hospitality-report-2021/>
- <https://www.vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/32540>
- <https://thanhnien.vn/the-gioi/kinh-te-the-gioi/>
- <https://skift.com/2021/05/18/wyndham-signs-on-for-next-gen-technology-from-oracle-hospitality/>
- <https://www.alizila.com/introducing-alibabas-flyzoo-future-hotel/>
- <https://economysea.withgoogle.com/>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Hospitality_companies_of_Thailand
- https://vi.wikipedia.org/wiki/Internet_t%E1%BA%A1i_Vi%E1%BB%87t_Nam
- <https://moit.gov.vn/tin-tuc/hoat-dong/bo-cong-thuong-nam-trong-top-dau-cac-bo-nganh-ve-muc-do-chuyen-doi-so.html>

GIẢI PHÁP THÁO GỖ KHÓ KHĂN CHO DOANH NGHIỆP DU LỊCH DO TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH COVID-19

Đỗ Đức Mạnh

CEO Khách sạn Pù Luông Eco Garden

Du lịch có vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế quốc gia, vì thế đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia trên thế giới. Đặc biệt, đối với Việt Nam, ngành du lịch hiện nay được đánh giá là một trong ba ngành kinh tế mũi nhọn, được chú trọng đầu tư, không ngừng phát triển và có những đóng góp tích cực vào sự tăng trưởng của toàn nền kinh tế.

Trong những năm gần đây, du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển thần tốc, số lượng khách du lịch tăng lên mỗi năm, tuy nhiên so với mặt bằng chung của Thế giới thì ngành Du lịch của chúng ta vẫn còn khá non trẻ, hạ tầng du lịch còn chưa đáp ứng được với nhu cầu của du khách nên phần lớn các doanh nghiệp làm du lịch đều mới chỉ đang trong giai đoạn tập trung đầu tư vào cơ sở vật chất, phương tiện và nhân sự để có thể theo kịp với nhu cầu gia tăng đó nhằm đuổi kịp mặt bằng chung của khu vực và Thế giới. Nhưng khi đại dịch COVID-19 bất ngờ ập đến trong hai năm nay khiến nguồn khách bị đứt gãy dẫn đến thực trạng các công ty lữ hành không kịp trở tay, nguồn vốn kinh doanh bị cạn kiệt trong khi đó thì vẫn phải trang trải rất nhiều chi phí cho việc quản lý, vận hành, đặc biệt là các khoản vay vốn từ các tổ chức tín dụng và ngân hàng. Mặc dù Chính phủ đã có những chủ trương nhằm giúp đỡ và tháo gỡ các khó khăn cho các doanh nghiệp tuy nhiên việc vận hành các chủ trương đó vào trong thực tế thì vẫn còn rất nhiều bất cập và phụ thuộc vào chính sách của từng ngân hàng cho vay. Có rất nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ như chúng tôi chưa được hỗ trợ đầy đủ hoặc kịp thời dẫn đến thực trạng có rất nhiều công ty du lịch buộc phải giải thể hoặc phá sản giống như lời của Tổng giám đốc Vietravel từng nói: “Tôi sợ ngành Du lịch sẽ biến mất.”

Bên cạnh đó, do ảnh hưởng của đại dịch COVID nên chính sách kích cầu du lịch của nước ta phải tạm dừng để tiếp tục thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch. Từ cuối tháng 4/2021, dịch COVID-19 bùng phát trở lại khiến một số địa phương phải thực hiện giãn cách xã hội, nhiều sự kiện lễ hội văn hóa bị hủy bỏ, nhiều địa điểm tham quan phải đóng cửa đã ảnh hưởng tới doanh thu du lịch lữ hành. Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, 9 tháng đầu năm 2021, khách quốc tế đến Việt Nam ước tính đạt 114,5 nghìn lượt người, giảm 97% so với cùng kỳ năm trước. Các địa phương có doanh thu du lịch lữ hành 9 tháng năm 2021 giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước như Quảng Ninh giảm 31,5%; Đà Nẵng giảm 42%; Cần Thơ giảm 45,3%; Hà Nội giảm 55,4%; Hải Phòng giảm 55,7%; Thành phố Hồ Chí Minh giảm 56,2%; Thừa Thiên Huế giảm 63,1%; Bình Dương giảm 67,8%; Quảng Nam giảm 82,4% và Khánh Hòa giảm 89,5%.

Với mục tiêu tháo gỡ khó khăn, từng bước kích hoạt phục hồi hiệu quả ngành du lịch Việt Nam sau dịch COVID-19 và thích ứng với trạng thái bình thường mới, tôi xin đề xuất 05 giải pháp như sau:

1. Chú trọng khách du lịch trong nước

Khi lượng khách quốc tế bị sụt giảm nghiêm trọng ảnh hưởng do các lệnh đóng cửa biên giới và đóng cửa các đường bay quốc tế thì khách du lịch trong nước là một biện pháp cứu cánh và phát triển lâu dài cho du lịch hậu COVID -19. Biện pháp nhằm vực dậy nhu cầu trong nước bằng cách tập trung vào những điểm đến đang thịnh hành và phối hợp cùng chính quyền địa phương, công ty lữ hành trực tuyến, điểm du lịch, khách sạn và hãng hàng không. Sau khi lệnh phong tỏa được dỡ bỏ, các hoạt động du lịch nhằm đảm bảo sức khỏe và độ giãn cách trong mùa dịch nên được triển khai như các hoạt động du lịch ngoài trời để du khách có thể tận hưởng ánh nắng, bãi biển, núi non và thiên nhiên sau thời gian dài học tập và làm việc online tại nhà. Để khai thác triệt để du lịch trong nước, các doanh nghiệp du lịch cần chú trọng đến những sản phẩm dịch vụ phù hợp khả năng chi trả của khách, đồng thời duy trì các sản phẩm và trải nghiệm chất lượng cao.

2. Thiết lập mô hình giá mới

Trong giai đoạn đầu của quá trình phục hồi, việc kích thích nhu cầu và đẩy mạnh số lượng bằng các gói giảm giá là những chiến thuật quan trọng, đặc biệt là đối với những công ty cung cấp dịch vụ cao cấp do việc tiếp cận lượng khách quốc tế vẫn đang gặp nhiều khó khăn. Trong bối cảnh nhu cầu cạn kiệt này thì giảm giá là một con dao hai lưỡi, vừa cần thiết nhưng cũng rất nguy hiểm. Doanh nghiệp cũng có thể tìm cách bán sản phẩm theo gói, đồng thời đa dạng hóa nguồn doanh thu, củng cố sản phẩm cao cấp với khả năng thu được mức giá cao hơn. Ví dụ, các khách sạn 5 sao tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh có thể bán gói “staycation” cho gia đình kèm theo phòng nghỉ cao cấp là dịch vụ xe sang đưa đón và giảm giá dịch vụ ăn uống. Các công ty du lịch và khách sạn có thể phối hợp cùng nhau để cung cấp trọn gói từ vé máy bay, vé tàu, xe limousine đến phòng nghỉ. Ngoài ra cũng có thể khai thác một nhu cầu du lịch đang bùng nổ như farm stay, camping...

Trong tương lai, mô hình giá linh hoạt và chức năng quản lý doanh thu sẽ được xem xét lại do 3 yếu tố. Thứ nhất, trong một thời gian dài tới đây, cơ cấu phân khúc du khách sẽ không còn giống như trước nữa, đặc biệt là việc du khách trong nước sẽ nắm thị phần lớn hơn và đa dạng hơn. Thứ hai, độ co giãn về nhu cầu sẽ không còn giống như trước, do mối quan ngại về sức khỏe đóng vai trò quan trọng chi phối quyết định của du khách. Thứ ba, nhu cầu du lịch của người dân sẽ vẫn duy trì trạng thái không ổn định như trong trường hợp Tết Nguyên đán hoặc dịp lễ 30/4 - 01/5 vừa qua, khi số ca nhiễm COVID-19 vừa tăng nhẹ đã khiến nhu cầu đi lại cũng như lượng đặt chỗ trên cả nước giảm mạnh.

3. Áp dụng công nghệ số

Ngay cả thời điểm trước đại dịch, du khách đã có xu hướng sử dụng kênh số để đặt chỗ ngày càng nhiều. Đại dịch nổ ra đã khiến việc sử dụng thiết bị di động và

công cụ số càng trở nên thiết yếu. Việc hợp tác chiến lược với các nền tảng mạng xã hội cũng là một cơ hội giúp các doanh nghiệp du lịch có cơ hội thâm nhập thị trường.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp lữ hành cần cố gắng gia tăng truyền thông trực tuyến để tăng trải nghiệm khách hàng. Phương án này đã được áp dụng hiệu quả khi trang web chính thức của Tổng cục Du lịch đã có các tour du lịch ảo đến những điểm du lịch phổ biến nhất cả nước và một số hướng dẫn viên du lịch cũng đã tổ chức tour trực tuyến theo thời gian thực cho du khách quốc tế. Tháng 10/2020, trên kênh CNN đã phát một đoạn quảng cáo có tựa đề “Why not Vietnam” - “Tại sao không lựa chọn Việt Nam” nhằm thúc đẩy lượng truy cập vào trang web. Một số phương hướng khác có thể được xem xét như tổ chức các cuộc thi ảnh, video trực tuyến để tăng lượng người xem và quảng bá nét đẹp của địa phương.

Tác động kéo dài của COVID-19 đã làm thay đổi đáng kể thói quen du lịch của khách hàng. Giờ đây cùng với đòi hỏi về mặt trải nghiệm, du khách còn đặc biệt quan tâm tới yếu tố an toàn trong suốt hành trình du lịch. Để đáp ứng nhu cầu này, “Du lịch không tiếp xúc” hay “du lịch không chạm” được coi là giải pháp, cũng là hướng đi phù hợp giúp du lịch phát triển linh hoạt, thích ứng với đại dịch.

“Du lịch không tiếp xúc” hay “du lịch không chạm” có thể hiểu là hình thức du lịch hướng đến cung cấp những dịch vụ giúp giảm đến mức thấp nhất sự tiếp xúc trực tiếp giữa mọi người với nhau để hạn chế nguy cơ lây nhiễm dịch bệnh mà vẫn bảo đảm chất lượng sản phẩm, không gây ảnh hưởng tới trải nghiệm du lịch của du khách. Nếu như trước đây, mọi thủ tục đặt mua, sử dụng dịch vụ, làm thủ tục để đi du lịch đều cần làm việc trực tiếp với cán bộ, nhân viên ở các đơn vị liên quan thì giờ đây, du lịch không tiếp xúc sẽ giúp các quy trình này được thông suốt nhờ công nghệ tự động hóa. Đến sân bay, với các ki-ốt điện tử, khách có thể check-in tự động, lấy vé điện tử, ký gửi hành lý trực tuyến, khai báo hải quan online... Điều này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian mà còn giữ an toàn di chuyển bởi du khách không còn phải chen chúc xếp hàng làm thủ tục hay lo lắng về nguy cơ có thể làm mất giấy tờ. Tại khách sạn, thay vì phải trực tiếp tới quầy lễ tân để nhận, trả phòng, tìm kiếm thông tin tư vấn về hành trình du lịch, khách có thể tự lấy, trả chìa khóa, khởi động các thiết bị nơi lưu trú thông qua công nghệ tự động và tính năng nhận diện khuôn mặt. Hay khi tới nhà hàng, việc gọi, chọn món, tính tiền... cũng không cần trực tiếp trao đổi với nhân viên phục vụ mà có thể thực hiện tự động thông qua các menu điện tử, thanh toán điện tử... Trong bối cảnh hạn chế tiếp xúc đang dần trở thành ưu tiên hàng đầu, nhiều nước đã áp dụng các mô hình “sân bay, khách sạn, nhà hàng không tiếp xúc”... trong chuỗi dịch vụ du lịch để cung cấp cho khách. Theo các chuyên gia, hình thức này vừa giúp du khách yên tâm hơn trong hành trình du lịch vừa tối ưu hóa trải nghiệm của du khách.

Tại Việt Nam, thời gian qua, nhiều doanh nghiệp lữ hành đã tích cực chuyển đổi số, tăng cường sử dụng công nghệ trong các hoạt động, giới thiệu sản phẩm, hỗ trợ du khách tìm hiểu, đặt mua, thanh toán tour trực tuyến. Một số sản phẩm du lịch trực tuyến của Việt Nam đã hình thành, cho phép người dùng mua các tour trọn gói, vé máy bay, phòng khách sạn qua các giao dịch trực tuyến. Nhằm nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách trong đại dịch, các tập đoàn, doanh nghiệp có tiềm lực cũng lên phương án đầu tư kinh phí cho những công nghệ mới. Việt Nam

Airlines đã xây dựng dịch vụ check-in không tiếp xúc dành cho du khách thông qua thủ tục check-in trực tuyến trên website hoặc qua ứng dụng di động; hệ thống ki-ốt tự động... SunGroup cũng đang nghiên cứu triển khai công nghệ không chạm trong tiếp đón du khách; Vinpearl kết hợp Viện Nghiên cứu dữ liệu lớn VinBigdata cho ra mắt ứng dụng “Quản gia thông minh”-Smart Butler để du khách có thể ra lệnh bằng giọng nói khi muốn tìm hiểu các thông tin về nhà hàng, khu vui chơi giải trí... Vừa qua, chuỗi “khách sạn không điểm chạm” đầu tiên mang tên SOJO Hotels đã xuất hiện tại Việt Nam, cung cấp cho khách lưu trú những trải nghiệm tự động hóa hoàn toàn từ nhận khóa, mở phòng tới khởi động các hệ thống trang thiết bị, tùy chỉnh nhiệt độ, ánh sáng... thông qua ứng dụng điện thoại thông minh, tạo mô hình lưu trú an toàn, tiện ích trong bối cảnh dịch.

Du lịch không tiếp xúc “lên ngôi” trong đại dịch đã tiếp tục chứng minh chuyển đổi số chính là tương lai của du lịch. Muốn bắt kịp xu hướng và không đánh mất lợi thế cạnh tranh du lịch, các doanh nghiệp cần có sự quan tâm đúng mức và đầu tư thích đáng cho công nghệ. Quá trình này không thể thiếu sự đồng hành, hỗ trợ, tạo điều kiện của các cơ quan chức năng, nhất là khi phần lớn các doanh nghiệp du lịch Việt Nam có quy mô vừa và nhỏ.

4. Bổ sung trải nghiệm đa dạng, phi truyền thống

Trên toàn thế giới, du khách đang cá nhân hóa những chuyến đi của mình bằng việc thám hiểm các điểm đến. Chi tiêu trong ngành du lịch đang dần chuyển trọng tâm từ chi tiêu cho lưu trú sang chi tiêu cho hoạt động và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế này. Thay vì chỉ cho phòng nghỉ hạng sang, du khách có sự quan tâm ngày càng tăng tới những trải nghiệm đi kèm. Những hoạt động mạo hiểm như khám phá hang động, đi bộ vùng cao, nghỉ dưỡng trên những hòn đảo tách biệt, thể thao dưới nước và hội chợ ẩm thực đang trở thành những lý do thu hút du khách đến với một điểm du lịch.

Là một doanh nghiệp phát triển du lịch trên địa bàn Khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông thuộc huyện Bá Thước, tỉnh Thanh Hóa, tôi luôn cố gắng hết sức để có thể lan tỏa những giá trị về văn hóa và cộng đồng của địa phương tới du khách tham quan và bạn bè quốc tế. Đặc biệt hơn, trong thời gian gần đây, để mở rộng và đa dạng hóa các trải nghiệm cho du khách tới thăm, Pu Luong Eco Garden đã kết hợp cùng Khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông và tổ chức GRET - một tổ chức phi chính phủ phát triển của Pháp trong việc thực hiện dự án nhằm quảng bá du lịch xanh tại địa phương. Kế hoạch được triển khai với các tour trekking tham quan Khu bảo tồn thiên nhiên Pù Luông nhằm khám phá vẻ đẹp của thiên nhiên nơi đây và giới thiệu về lịch sử và nếp sống văn hóa của người dân tại địa phương, hứa hẹn sẽ mang tới những trải nghiệm thực tế, đầy mới lạ cho du khách nơi đây.

5. Nâng cao vai trò của Nhà nước

Tại hầu hết các quốc gia, công cuộc đổi mới ngành du lịch cần có sự tham gia của chuyên gia trong ngành phối hợp với các hiệp hội doanh nghiệp và nhà nước. Với mục tiêu ngắn hạn là thúc đẩy nhu cầu trong nước để bù đắp cho thu nhập thiếu hụt từ du khách quốc tế, và dài hạn là quảng bá hình ảnh của Việt Nam - một quốc gia kiểm soát dịch hiệu quả, cần thực hiện 3 điều sau:

Thứ nhất, cơ quan nhà nước và hiệp hội ngành cần đảm bảo cho sự tồn tại của doanh nghiệp. Chính phủ nên xem xét các phương án hỗ trợ cắt giảm lãi suất đối với các doanh nghiệp đang có dấu hiệu phục hồi sau khi phải chịu thiệt hại hết sức nặng nề do đại dịch trong suốt 2 năm qua.

Thứ hai, trong trung hạn, Chính phủ cần hậu thuẫn cho các chương trình chuyển đổi công nghệ số và phân tích dữ liệu nhằm tạo sân chơi bình đẳng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Việc khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp trong nước điều chỉnh để đáp ứng nhu cầu dịch vụ du lịch trực tuyến có ý nghĩa rất lớn trong việc duy trì năng lực cạnh tranh. Nhà nước có thể đóng vai trò kết nối nhà cung cấp với nhà phân phối và đơn vị trung gian để tạo ra các gói sản phẩm hấp dẫn cho từng phân khúc du khách, và sau đó dựa trên những tương tác với du khách để phân tích, đưa ra những kiến thức quan trọng cho các bên trung gian. Điều này giúp các trang cung cấp dịch vụ du lịch trực tuyến đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ của mình bằng những trải nghiệm mới, chưa từng xuất hiện ở đâu khác.

Thứ ba, Việt Nam có cơ hội thực tế trong việc thúc đẩy thị trường du lịch mạo hiểm của mình. Chính phủ và các hiệp hội ngành có thể tận dụng đà tăng trưởng chung của cả nước và sự phục hồi của giao thương quốc tế để thúc đẩy nhu cầu. Hiện nay, trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, du lịch mạo hiểm vẫn đang là một trong những xu hướng được du khách tìm kiếm nhiều nhất, và Việt Nam hoàn toàn có vị thế thuận lợi để khai thác xu hướng này. Tương tự, vốn đầu tư dự kiến sẽ chuyển hướng từ những dự án phát triển đồ sộ như Phú Quốc hay Nha Trang sang những dự án và đô thị cỡ nhỏ và trung bình có những sản phẩm đặc biệt như du lịch thể thao, du lịch chữa bệnh, và thậm chí là cả du lịch nông nghiệp.

Với 05 đề xuất đưa ra, hy vọng có thể đưa ra những góc nhìn, những hướng đi thực tiễn góp phần vào công cuộc phục hồi những khó khăn do COVID-19 gây ra và định hướng phát triển mạnh mẽ nền kinh tế du lịch trong tương lai gần.

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN HỖ TRỢ TĂNG CƯỜNG TRẢI NGHIỆM VÀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI CỦA KHÁCH DU LỊCH

Trần Minh Huy
Chủ tịch Tập đoàn Vietsens

Dẫn nhập

Du lịch là ngành đặc thù với sản phẩm rất đặc trưng; khác với các sản phẩm có trải nghiệm người dùng chủ yếu diễn ra ở khâu cuối cùng của chuỗi giá trị (mua hàng, CSKH, bảo hành/sửa chữa), sản phẩm du lịch là tổ hợp của rất nhiều sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm người dùng diễn ra trong suốt chiều dài của chuỗi giá trị ngành du lịch. Bởi vậy, nâng cao trải nghiệm người dùng đồng nghĩa với việc mọi khâu trong chuỗi giá trị phải tốt, mọi liên kết trong chuỗi giá trị cũng cần phải chặt chẽ.

Chuỗi giá trị của ngành du lịch được khởi điểm từ việc nghiên cứu thị trường, xúc tiến, quảng bá du lịch và quản lý nhà nước về du lịch của các cấp, cơ quan nhà nước.

Tiếp đến trong chuỗi giá trị là các doanh nghiệp lữ hành với vai trò nghiên cứu thị trường, thiết kế tour, xúc tiến, quảng bá, marketing, liên kết vận tải, thực hiện tour.

Tiếp đó là các doanh nghiệp du lịch như khách sạn, nhà hàng, điểm du lịch... cung cấp các sản phẩm dịch vụ trong quá trình du lịch của du khách.

Cuối cùng là khách du lịch - là người đi du lịch hoặc kết hợp du lịch trừ trường hợp học tập hay làm việc nhận thu nhập tại nơi đến (ra khỏi nơi lưu trú hơn 30 km và lưu trú qua ngày) vậy nên trải nghiệm của khách du lịch gần như là mọi sinh hoạt hàng ngày cộng thêm với các hoạt động chính tùy theo chương trình và loại hình du lịch. Trải nghiệm của du khách là các hoạt động liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú không quá 1 năm như:

- Khám phá danh lam thắng cảnh.
- Nghỉ ngơi thư giãn.
- Vui chơi giải trí.
- Giao lưu.
- Ẩm thực.
- Tham gia và thưởng thức văn hoá văn nghệ.
- Dã ngoại, tắm biển, leo núi.
- Khám chữa bệnh, hồi phục sức khoẻ.
- Dưỡng lão.
- Tham gia giao thông.
- Mua bán thương mại.

- Trải nghiệm thời tiết.
- Trải nghiệm công nghệ tiện ích.
- Trải nghiệm môi trường, xã hội, văn hoá...

Luật Du lịch 2017 đã quy định rất cụ thể về các hoạt động liên quan đến du lịch, đặc biệt trong chương 2 có nội dung quy định quyền lợi và trách nhiệm, giải quyết khiếu nại của khách du lịch. Theo Quyết định số 718 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Quy tắc ứng xử văn minh du lịch thì các thành phần tham gia hoạt động du lịch đều được quy định rất rõ về nội dung này.

Về quyền lợi của khách du lịch, theo QĐ718 nói trên, khách du lịch được bảo đảm về:

- Chất lượng dịch vụ.
- Thông tin sản phẩm, chất lượng sản phẩm.
- Giá sản phẩm, dịch vụ.
- Hỗ trợ thông tin.
- Không bị làm phiền, bị chèo kéo đeo bám để bán hàng.
- Được hỗ trợ sức khoẻ...

Xuất phát từ việc lấy khách du lịch làm trọng tâm tôi đề cập đến việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch, nhấn mạnh việc nâng cao trải nghiệm và bảo vệ quyền lợi của khách du lịch.

1. Vai trò tầm quan trọng của ứng dụng công nghệ thông tin

Chuyển đổi số trong Du lịch bao gồm big data, dashboard, thực tế ảo, thanh toán điện tử, thương mại điện tử, hợp đồng, đặt hàng, phản ánh khiếu nại, đánh giá xếp hạng, thông báo, bản đồ số, xác thực định danh, hỗ trợ thông tin, tư vấn du lịch theo sở thích (personalization), mạng xã hội chia sẻ trải nghiệm...

Chuyển đổi số làm tăng hiệu quả, tăng chất lượng, ảnh hưởng trực tiếp đến việc cạnh tranh thu hút khách du lịch của một quốc gia, vùng hay khu điểm, doanh nghiệp du lịch. Chính vì vậy việc ứng dụng công nghệ thông tin vào du lịch đang được chính phủ các nước đặc biệt quan tâm như Châu Âu, Singapore, Malaysia... với các sản phẩm rất đa dạng như Thẻ du lịch, check in điện tử, vé, thanh toán điện tử, ứng dụng cá nhân, cổng thông tin... Các sản phẩm này đều có mục đích nhằm:

Thông tin chính xác, nhanh (tức thời); tiết kiệm chi phí, tăng sự lựa chọn cho du khách...

Quản lý giám sát, số liệu đầy đủ phục vụ cho việc ra quyết định điều hành, điều chỉnh chính sách kịp thời, chính xác đối với cơ quan quản lý nhà nước, hoạch định chính sách.

Các giao dịch điện tử diễn ra nhanh gọn, thuận tiện và chính xác giảm rủi ro và chi phí khi dùng tiền mặt và văn bản, chứng từ giấy.

Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) phục vụ khách du lịch thì tăng chất lượng phục vụ, giảm chi phí nhân công, giảm thủ tục hành chính, tăng công suất phục vụ khách, tăng hiệu quả hoạt động doanh nghiệp.

Thể hiện sự văn minh tiến bộ của xã hội, người dân và doanh nghiệp được sử dụng thành quả của công nghệ. Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, việc thanh toán điện tử không dùng tiền giấy, các tương tác diễn ra từ xa giảm bớt các tiếp xúc trực tiếp cũng góp phần hạn chế sự lây lan dịch bệnh trong cộng đồng.

Tăng thu ngân sách do tối ưu được mọi hoạt động nhờ ứng dụng công nghệ.

2. Hiện trạng tại Việt Nam

Chưa có kho dữ liệu ngành du lịch, chuẩn kết nối thông tin giao dịch du lịch, trung tâm điều hành giám sát hoạt động du lịch...

Các giao dịch du lịch vẫn có tỉ lệ sử dụng trên giấy cao, chưa áp dụng hợp đồng điện tử, chứng từ điện tử.

Thanh toán điện tử đã được ứng dụng rộng khắp nhưng tỷ lệ tiêu dùng tiền mặt trong du lịch vẫn cao.

Vé giấy vẫn còn nhiều, tỉ lệ vé điện tử thấp.

Chưa xác thực điện tử và check in điện tử, vẫn kiểm soát bằng con người từ giao thông, biểu diễn nghệ thuật, thể thao...

Các công cụ thực tế ảo, 3D hỗ trợ trải nghiệm mới ở giai đoạn bắt đầu gia nhập thị trường, lát đặc một số khu điểm du lịch có sử dụng để hỗ trợ khách trải nghiệm hoặc trải nghiệm từ xa. Chưa có tour du lịch ảo (hướng dẫn viên ảo).

Nhà vệ sinh công cộng chưa ứng dụng thanh toán điện tử, dùng tiền mặt...

Các bức xúc của khách du lịch hiện tại đang chưa được nắm bắt, tổng hợp và giải quyết kịp thời. Thông thường, khách hàng phản ánh với chủ cơ sở hoặc hướng dẫn viên, sự tham gia của cơ quan quản lý nhà nước còn hạn chế vì khó tiếp cận được thông tin phản ánh.

Việc đánh giá xếp hạng các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch chưa có sự tham gia của khách du lịch (như mô hình Grab) dẫn đến việc các doanh nghiệp thiếu thông tin để điều chỉnh, nâng cấp dịch vụ cho tốt hơn...

Việc kết nối với hướng dẫn viên, công cụ hỗ trợ tour cho khách, đoàn hiện chưa có.

Tổng đài tư vấn hỗ trợ vẫn phụ thuộc tổng đài viên nên hạn chế về lưu lượng, khả năng đáp ứng và trả lời còn hữu hạn.

3. Xu thế

Cũng như các lĩnh vực kinh doanh khác, ngành du lịch ở Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung trong đó có *cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp* lữ hành, du lịch, khách sạn..., *khách du lịch* đều chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của các

động thái chuyển đổi số. Trong số các giải pháp công nghệ cao đang phát triển với tốc độ nhanh chóng, có thể kể đến một số xu hướng chuyển đổi số nổi bật sau đây:

3.1. Sự gia tăng của ứng dụng di động (Mobile App)

Các ứng dụng di động được thiết kế để phù hợp với đặc điểm nổi bật của khách hàng trong lĩnh vực du lịch (du khách), đó là khách hàng thường ở rất xa nơi đặt “sản phẩm” và nơi “tiêu thụ” sản phẩm trong quá trình di chuyển. Ứng dụng trên smartphone cho phép khách hàng khai thác thông tin, thực hiện các giao dịch và tích hợp hàng loạt các tiện ích khác. Chẳng hạn, các ứng dụng trên smartphone hiện nay được dùng để mở phòng khách sạn, đặt suất ăn phục vụ tận phòng, đặt dịch vụ bổ sung trong khách sạn... Thực tế đã chứng minh rằng với thiết bị di động, người ta có thể lên kế hoạch cho toàn bộ chuyến đi từ đặt vé, đặt phòng, dịch vụ tìm kiếm thông tin về các địa điểm tham quan, chọn hướng dẫn viên... trong suốt chuyến đi mà không cần phải tương tác trực tiếp với bất kỳ ai theo cách truyền thống.

Theo báo cáo du lịch nhanh của Criteo (một công ty media lớn của Pháp với 2,800 nhân viên, được thành lập năm 2005) đã thông tin, hơn 1/3 dân số thế giới sử dụng thiết bị di động để đặt phòng khách sạn. Ở nhiều nơi kết nối di động miễn phí là điều bắt buộc phải có để phục vụ du khách, cả Wi-Fi và 4G. Kết nối Internet hiện đã được cung cấp ở hầu hết các khách sạn, nhà hàng và sân bay. Công nghệ này còn tiến xa hơn nữa: một số chuỗi đã cung cấp các thiết bị cho khách hàng trong suốt thời gian lưu trú tại khách sạn của họ như một “phép lịch sự”. Ví dụ, chuỗi Casual Hoteles (một hãng khách sạn của Tây Ban Nha) cung cấp dịch vụ Mobile Pack, bao gồm thiết bị có kết nối Wi-Fi, pin di động và gậy chụp ảnh selfie, miễn phí cho những khách hàng đặt phòng trực tiếp trên trang web của họ.

Việt Nam hiện nay có khoảng 44 triệu người dùng smartphone, hơn 67 triệu người dùng internet, 66 triệu người dùng mạng xã hội và 145 triệu thuê bao di động là nền tảng tốt cho chuyển đổi số.

Chính phủ đã phê duyệt chương trình chuyển đổi số quốc gia từ nay đến năm 2025, trong đó dự kiến Việt Nam sẽ trở thành một trong 50 quốc gia hàng đầu về công nghệ thông tin và nền kinh tế số chiếm 20% GDP.

Những điều này tạo tiền đề cho việc thúc đẩy chuyển đổi số trong tất cả các ngành, đặc biệt là khách sạn và du lịch. Chuyển đổi số được xem là một trong những giải pháp giúp ngành du lịch khắc phục tình trạng khó khăn do dịch bệnh hiện nay.

3.2. AI và Chatbot

Trí tuệ nhân tạo (AI) đã khẳng định được vị trí của mình trong xu hướng của thị trường kỹ thuật số, lĩnh vực du lịch cũng không phải là ngoại lệ. Chatbot là một chương trình được tạo ra trên máy tính, có thể được định nghĩa là một công cụ cho phép con người giao tiếp tương tác, thông qua một trí tuệ nhân tạo được lập trình sẵn. Chatbot được chia thành hai loại theo cách chúng tương tác với con người, thính giác (âm thanh) và văn bản, việc sử dụng các chatbot này ngày càng phổ biến trên các trang web kinh doanh du lịch. Ưu điểm của Chatbot là khả năng làm việc liên tục và sẵn sàng trả lời nhiều loại yêu cầu khác nhau của mọi người như xử lý

yêu cầu đặt chỗ, báo thời tiết, hiển thị vị trí của các cây ATM... có mặt ở mọi nơi, mọi lúc, mọi ngôn ngữ.

Ngày nay, rất nhiều thông tin được cung cấp thông qua các ứng dụng và công nghệ do AI hỗ trợ để khách có thể truy cập thông tin bất cứ lúc nào, từ bất kỳ thiết bị nào. Thậm chí, họ còn có quyền truy cập vào các chương trình trò chuyện được kích hoạt bằng giọng nói để mở rèm, đặt báo thức hoặc đặt bữa ăn mà không bao giờ nói chuyện với một người trực tiếp. Ví dụ: Marriott đã và đang sử dụng các bot trò chuyện do AI hỗ trợ tại hơn 5.000 khách sạn để thực hiện những việc như thay đổi đặt phòng, kiểm tra số dư tài khoản hoặc phiếu đổi quà.

3.3. Kết nối vạn vật (IoT)

Với việc ngày càng có nhiều thiết bị kết nối Internet vạn vật, các doanh nghiệp lữ hành, du lịch có thể tìm cách khai thác để giúp phục vụ khách hàng thuận tiện và hiệu quả hơn. Dữ liệu IoT tạo điều kiện cho các doanh nghiệp biết được nhu cầu của khách hàng, thói quen đi lại và một số đặc điểm khác để họ có thể truyền tải đến khách hàng tiềm năng những thông tin mà họ biết rằng khách hàng quan tâm. Khai thác dữ liệu IoT vừa giúp doanh nghiệp tăng khả năng bán sản phẩm, biết đến khách hàng nhiều hơn, đồng thời giúp khách hàng tiết kiệm thời gian tìm kiếm và thực hiện các thao tác mua sản phẩm mình mong muốn.

Vì nhiều thiết bị được kết nối với IoT nên ngành du lịch sẽ bắt đầu tận dụng dữ liệu đó để cải thiện trải nghiệm của khách hàng. Doanh nghiệp du lịch càng biết nhiều về khách của mình thì họ càng có thể đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Nếu dữ liệu IoT báo cáo rằng một khách hàng đã đến thăm khu nghỉ dưỡng hàng năm trong vài năm qua, hệ thống có thể tự động gửi một tin nhắn chủ động hỏi khách xem họ có muốn đặt phòng nữa trong năm nay hay không.

3.4. Đánh giá (Review & Rating)

Việc khách hàng có thể chia sẻ ý kiến của mình một cách nhanh chóng và thuận tiện thông qua Internet, đặc biệt là các nền tảng mạng xã hội được thiết kế riêng cho ngành du lịch và lữ hành như Facebook, Yelp, TripAdvisor hoặc các trang web du lịch giúp các cơ sở lưu trú và nhà cung cấp dịch vụ du lịch hiểu sâu hơn về mong muốn và nhu cầu của khách truy cập.

Các công cụ kỹ thuật này thúc đẩy các doanh nghiệp này quan tâm hơn đến chất lượng để tạo sự hài lòng của du khách, tạo dựng uy tín thông qua điểm đánh giá của khách hàng. Bên cạnh đó, đây còn là kênh tham khảo, giúp khách hàng yên tâm khi lựa chọn sản phẩm, dịch vụ du lịch. Tuy nhiên, có thể thấy xu hướng này hướng tới dịch vụ khách hàng tốt hơn chứ không phải để tăng lợi nhuận cho các doanh nghiệp du lịch.

3.5. Du lịch ảo (Virtual reality travel)

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ cao dựa trên internet, thuật ngữ Virtual Tour hay Interactive Tour xuất hiện vào năm 1994. Theo thời gian, nó trở nên phổ biến hơn với khách du lịch ở nhiều nước trên thế giới. Tuy nhiên, thuật ngữ này vẫn còn rất mới và chưa được áp dụng rộng rãi ở các nước đang phát triển.

Để đáp ứng nhu cầu tìm kiếm thông tin, trải nghiệm các điểm du lịch trên internet trước và trong chuyến đi của khách hàng, nhiều điểm du lịch hoặc công ty cung cấp dịch vụ du lịch đã xây dựng các tour du lịch ảo hoặc tour du lịch tương tác như một phần của quá trình chuyển đổi số trong trào lưu du lịch mô phỏng các địa điểm du lịch thông qua việc tái tạo hình ảnh, video, các yếu tố đa phương tiện khác như hiệu ứng âm thanh, âm nhạc hoặc tường thuật, mô tả, văn bản. Yếu tố khiến tour ảo hấp dẫn du khách là những công nghệ mới được ứng dụng làm cốt lõi của hệ thống đó như ảnh 360, video 360, ảnh Panorama, ảnh Flycam... Du khách có thể hiểu rõ hơn về địa điểm tham quan và khơi dậy nguồn cảm hứng du lịch của mình.

Hiện nay, xu hướng cá nhân hóa du lịch với hình thức du lịch tự túc, tham quan đang phát triển mạnh mẽ. Hưởng ứng xu hướng này, ứng dụng tour ảo sẽ giúp du khách hình dung đầy đủ lịch trình trước khi đi. Đồng thời trong quá trình du lịch, ứng dụng ảo tour có thể cung cấp những thông tin cần thiết giúp khách du lịch có được trải nghiệm trọn vẹn nhất tại điểm đến. Thậm chí, một số doanh nghiệp còn đề xuất tour du lịch “tại nhà” với chi phí thấp hơn nhiều so với việc đi thực tế. Ví dụ, du khách có thể bỏ ra 200 USD để mua một chuyến tham quan ảo tại Louvre, thay vì phải bỏ ra một số tiền lớn để đến Paris và mua vé vào thăm bảo tàng. Tuy nhiên, nhiều người vẫn cảnh giác với cách làm này, vì cho rằng thông tin được cung cấp thông qua các chuyến tham quan ảo không thể thay thế trải nghiệm, đặc biệt là về mặt cảm xúc.

Cho dù đó là khách sạn hay địa điểm du lịch, khách có thể xem mà không cần rời khỏi phòng khách của mình thông qua thực tế ảo. Mục đích là cung cấp bản xem trước về những gì khách sẽ trải nghiệm. Điều này vẫn chưa được thực hiện trên quy mô rộng rãi, nhưng một số nhà khai thác lớn đang cung cấp cho khách cơ hội trải nghiệm ít nhất một đoạn kinh nghiệm du lịch của họ - cung cấp một lựa chọn tuyệt vời để có được trải nghiệm trước tuyệt vời cho những người có kế hoạch đến thăm điểm đến xa.

Để minh họa, Navitaire, một công ty của Amadeus, đang tạo ra một công cụ tìm kiếm và đặt chỗ du lịch cho phép khách du lịch tiềm năng đến thăm một điểm đến, chọn chỗ ngồi trên máy bay và kiểm tra xe ô tô thuê - và sau đó thanh toán cho toàn bộ chuyến đi - tất cả đều nằm trong không gian thực tế ảo.

3.6. Xu thế cá thể hóa (Personalization as a crucial element of your travel business)

Cá thể hóa các gói và ưu đãi dựa trên sở thích của khách hàng trở thành một miếng bánh ngọt với các công nghệ tiên tiến như dữ liệu lớn và điện toán đám mây. Đồng thời, cá thể hóa là một từ đồng nghĩa với thành công. Các chuyến du lịch vì mô cung cấp hành trình ít bận rộn hơn và tập trung vào một mối quan tâm cụ thể là một ví dụ cá thể hóa hoàn hảo. Bằng cách triển khai dữ liệu lớn hỗ trợ cung cấp thông tin chi tiết có giá trị về thói quen của khách du lịch (ví dụ: điểm đến yêu thích, sở thích hàng không, lựa chọn đồ ăn nhẹ), các công ty du lịch hiện có thể tăng đáng kể mức tổng thể của các ưu đãi tùy chỉnh.

Mặt khác, các ứng dụng dành cho thiết bị di động gửi email được cá nhân hóa để thu hút khách du lịch và duy trì thông tin cho họ với các xu hướng mới nhất trong

ngành du lịch. Cá thể hóa dự kiến sẽ đóng một vai trò quan trọng hơn nữa trong ngành du lịch trong tương lai vì việc cung cấp thông tin và nội dung có liên quan để cải thiện trải nghiệm của người dùng trở thành trọng tâm của chiến lược chuyển đổi số.

3.8. Điện toán nhận thức (Cognitive computing)

Mô tả sở thích du lịch về nơi nghỉ ngơi trong mơ của du khách và đưa ra các đề xuất chi tiết được điều chỉnh dựa trên hành vi du lịch trong quá khứ không phải là điều tưởng tượng điên rồ. Chúng ta đang đi đến thời điểm khi một máy tính sẽ đặt toàn bộ gói du lịch cho du khách bao gồm vé máy bay, chỗ ở khách sạn, hoàn toàn dựa trên các tính năng hồ sơ và kinh nghiệm trong quá khứ.

Điện toán nhận thức, một hệ thống tự học đột phá hoạt động thông qua nhận dạng giọng nói, khai thác dữ liệu và xử lý ngôn ngữ tự nhiên để tái tạo não người, có khả năng ra quyết định thay con người.

3.9. Tập trung vào dữ liệu (Focus on data)

Dữ liệu là nhân vật chính thực sự của quá trình chuyển đổi số ngày nay. Các công ty du lịch nắm bắt và lưu trữ một lượng lớn dữ liệu. Trong mỗi bước của hành trình du lịch, họ thu thập dữ liệu như dữ liệu khách hàng, đường bay, giao dịch. Phần thưởng của việc sử dụng dữ liệu bao gồm khả năng đưa ra quyết định sáng suốt hơn, tìm hiểu về khách hàng và đối thủ cạnh tranh, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tăng doanh thu.

Khi được sử dụng hiệu quả, thông tin này có thể tiết lộ dịch vụ nào mà khách hàng sử dụng nhiều nhất và dịch vụ nào ít phổ biến nhất. Đồng thời, để tối đa hóa hiệu quả tài chính, các khách sạn cần biết cách bán đúng sản phẩm cho đúng khách hàng và vào đúng thời điểm. Đối với dữ liệu nội bộ, chẳng hạn như tỷ lệ lấp đầy trước đây, doanh thu phòng và đặt phòng hiện tại, nó có thể được kết hợp với dữ liệu bên ngoài (ví dụ: thông tin về các sự kiện địa phương, chuyến bay và ngày nghỉ học) để dự đoán chính xác hơn và dự đoán nhu cầu.

Do đó, các khách sạn sẽ quản lý giá cả và giá phòng một cách hiệu quả hơn, tăng chúng vào những thời điểm có nhu cầu cao, nhằm tối đa hóa doanh thu được tạo ra.

3.10. Danh tiếng (Reputation)

Danh tiếng đã trở thành mục tiêu hàng đầu. Trên thực tế, điều quan trọng là đầu tư vào trải nghiệm của khách hàng hơn là vào quảng cáo đơn thuần. Đây là một khoản đầu tư mang lại lợi nhuận rất cao. Vào cuối ngày, 55% khách hàng sẵn sàng trả thêm tiền để được phục vụ tốt hơn.

Trong du lịch, dịch vụ là tất cả. Tất cả các công ty du lịch cần đạt được sự xuất sắc để biến khách hàng của họ thành những người ủng hộ và đại sứ tốt nhất.

Việc khách có thể đặt phòng ngay lập tức cũng có nghĩa là họ có thể chia sẻ ý kiến của mình ngay lập tức qua Facebook, Instagram, TripAdvisor ... Đó là lý do tại sao công nghệ đã thúc đẩy các khách sạn và nhà hàng tập trung hơn nữa vào việc cung cấp dịch vụ khách hàng chất lượng. Bất cứ ai muốn có một bài đánh giá tuyệt vời, cần quan tâm đến mức độ trải nghiệm mà họ cung cấp cho khách hàng.

Trong cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư thì các nước dẫn đầu về khoa học công nghệ đang áp dụng tối đa các tiện ích và công dụng của chuyển đổi số vào phục vụ du khách từ việc hỗ trợ lựa chọn điểm du lịch bằng trực quan hình ảnh 3D hoặc tổng đài Digital call center (chuẩn bị du lịch, đi du lịch sử dụng sản phẩm dịch vụ du lịch, hỗ trợ trong quá trình du lịch và nắm bắt được tâm lý, sở thích khả năng tài chính để tư vấn mời khách du lịch quay lại và khám phá những khu điểm du lịch phù hợp).

Việc thanh toán không dùng tiền mặt là hết sức cần thiết giảm thiểu việc mất mát, đưa các giao dịch thanh toán qua thẻ (là công cụ định danh xác thực) tương tác với cả hệ thống IOT như kiểm soát vào ra, soát vé, đăng nhập check in...

Ứng dụng CNTT để quản lý chất lượng dịch vụ du lịch, tất cả các doanh nghiệp cá nhân cung cấp dịch vụ du lịch đều phải tuân thủ quy định và được chính khách du lịch giám sát, tất cả các giao dịch đều phải được lưu trữ và đánh giá mức độ hài lòng, xếp loại và phản ánh nếu không được phục vụ đúng cam kết.

Cơ quan quản lý nhà nước tham gia vào việc giám sát, theo dõi quản lý chất lượng của các điểm cung cấp dịch vụ du lịch, sử dụng hệ thống CNTT để tổng hợp thu thập ý kiến của khách du lịch, kịp thời giải quyết hỗ trợ khách.

Các dịch vụ công cộng được ứng dụng CNTT, vé điện tử trong giao thông, biểu diễn nghệ thuật, thể thao, khu vui chơi khách chỉ cần có thẻ du lịch là có thể dễ dàng sử dụng tất cả các dịch vụ. Không còn giấy tờ giảm chi phí tránh mất mát...

Trước khi muốn đi du lịch khách có thể tra cứu thông tin, được tư vấn, mua vé giao thông, booking khách sạn, đặt tour, mua vé biểu diễn ... tại nhà.

Khi đi du lịch sử dụng công cụ định vị và QR (Quick Response) code hoặc NFC (Near-Field Communications) để có hướng dẫn du lịch điện tử hỗ trợ điện tử.

Nhà vệ sinh công cộng có thu phí, với đối tượng miễn phí thì cấp thẻ để quản lý được lượt sử dụng, kiểm soát điện tử.

4. Giải pháp cụ thể

Như đã đề cập ở phần đầu, do tính đặc thù của sản phẩm cũng như của ngành du lịch, để nâng cao trải nghiệm và bảo vệ người dùng thì cần thực hiện tốt ở tất cả các khâu, các kết nối trong chuỗi giá trị ngành du lịch.

Về phía cơ quan quản lý nhà nước thì cần thiết phải có một kho dữ liệu bigdata về du lịch, có các API và các chuẩn kết nối, các hệ thống xác thực tập trung SSO để làm nền tảng CSDL dùng chung và chia sẻ trong toàn ngành. Một số nền tảng cần được chuẩn hoá và thống nhất tránh gây phiền hà cho khách du lịch bị nhiễu bởi nhiều nguồn thông tin, định hướng các nguồn tin đảm bảo an toàn và tin cậy cũng rất qua trọng, các ứng dụng phục vụ khách du lịch nhất thiết phải được xác thực và SSO bằng tài khoản khách du lịch. Việc thu thập dữ liệu để phục vụ phân tích đánh giá phải đảm bảo không trái với pháp luật về an toàn thông tin cá nhân; có hệ thống để ghi nhận tức thời mọi phản ánh của du khách để có giải pháp nâng cao chất lượng kịp thời giữ gìn và quảng bá hình ảnh về đất nước, con người Việt Nam...

Các doanh nghiệp tham gia cung cấp dịch vụ du lịch thì có công cụ chăm sóc khách hàng, truyền thông quảng cáo sản phẩm của mình đến du khách, tập trung vào việc nâng cao chất lượng, công khai minh bạch chất lượng dịch vụ, giá cả, hạn chết tối đa gian lận thương mại, mọi ý kiến của khách du lịch đều đến chủ doanh nghiệp và được xem xét đáp ứng, từ đó cải thiện chất lượng và thu hút nhiều khách du lịch hơn. Hợp đồng điện tử, thanh toán điện tử cũng giúp cho các doanh nghiệp hợp tác tốt hơn, quản lý tốt hơn, hiệu quả cao hơn.

Để có ngành du lịch số hóa thì phải có khách du lịch số tức là công cụ cho khách du lịch, với khách có smartphone thì là ứng dụng du lịch với khách không sử dụng smartphone thì dùng thẻ du lịch. Qua 2 công cụ này thì khách du lịch có thể sử dụng trải nghiệm tất cả các tiện ích số của ngành du lịch như (thanh toán điện tử, ưu đãi giám giá, tích điểm, check in điện tử, mua sắm booking, mua vé nạp vé điện tử, kiểm soát vào ra, soát vé điện tử, giao thông và các tương tác IOT khác, toilet, donate, phiên dịch, hướng dẫn điện tử, định vị...) việc tương tác này không được trái với luật an toàn thông tin. Khách du lịch có thể đánh giá chất lượng, tham gia xếp hạng cơ sở cung cấp dịch vụ theo tiêu chí Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành, phản ánh khiếu nại khi bị xâm hại về quyền lợi...

5. Đề xuất kiến nghị, phương án thực hiện

Nhà nước cần tiếp tục đẩy mạnh hỗ trợ đầu tư số hoá toàn trình, đồng bộ ngành du lịch, các điểm du lịch điển hình của Việt Nam, quảng bá ra thế giới.

Việc đánh giá hiệu quả của Chuyển đổi số cần có hướng dẫn và khung pháp lý, tiết kiệm giấy, tiết kiệm thời gian thuận tiện cho việc đầu tư. Chuyển đổi số hiệu quả giúp Việt Nam thu hút thêm khách du lịch, đất nước hiện đại hoá, theo kịp xu thế; cơ quan nhà nước quản lý minh bạch chống thất thoát, chống tệ nạn; doanh nghiệp quản lý hiệu quả tăng được lợi nhuận và cuối cùng là du khách thì được bảo vệ quyền lợi và tăng được trải nghiệm người dùng.

DU LỊCH NÔNG NGHIỆP – MỎ VÀNG CẦN ĐƯỢC KHAI THÁC

Phan Đình Huê

*Chuyên gia tư vấn phát triển du lịch ĐBSCL
Chủ tịch Công ty Dịch vụ Du lịch Vòng Tròn Việt*

Tóm tắt: Du lịch nông nghiệp đã được nhiều nước trên thế giới phát triển thành một trong những loại hình du lịch chính. Nước ta với tài nguyên du lịch vùng nông thôn đa dạng, trải dài khắp cả nước, nên có lợi thế lớn để phát triển loại hình sản phẩm du lịch này. Đồng thời với dân số gần 100 triệu người và tỷ lệ sống trong đô thị ngày càng tăng nên Việt Nam có một thị trường du lịch nội địa khổng lồ để du lịch nông nghiệp khai thác. Xu hướng du lịch hậu COVID-19 được nhiều chuyên gia dự báo khách sẽ chọn các địa điểm gần gũi thiên nhiên, nên đây chính là thời cơ để phát triển du lịch nông nghiệp.

Cần phải phát triển du lịch nông nghiệp thành kỳ nghỉ vùng quê, đồng thời liên kết với chương trình chuyển đổi ngành nông nghiệp chuyên sản xuất nông sản sang làm kinh tế và dịch vụ. Mục đích lâu dài là phát triển bền vững vùng nông thôn, đồng thời cung cấp cho ngành du lịch nhiều sản phẩm mới.

Từ khóa: COVID-19, Du lịch nông nghiệp, du lịch nông nghiệp ĐBSCL.

1. Dẫn nhập

1.1. Du lịch nông nghiệp trên thế giới

Du lịch nông nghiệp có nhiều tên gọi khác nhau như agri-tourism, agro-tourism, farm tours, study tours, farm holidays...với các hoạt động chính diễn ra trong các trang trại riêng biệt, cộng thêm một số hoạt động bên ngoài. Còn du lịch nông thôn (rural tourism) là đề cập đến các nhiều loại hình du lịch diễn ra ở vùng nông thôn như du lịch sinh thái, nông nghiệp, thiên nhiên, sức khỏe...

Du lịch nông nghiệp xuất hiện ở châu Âu hơn một trăm năm trước và trở nên phổ biến từ những năm 80 của thế kỷ 20. Nếu như Anh Quốc, Ý, Đức, Hà Lan có gần 10% trên tổng số trang trại đầu tư làm du lịch như là dịch vụ cộng thêm (pluriactivities), thì ở Thụy Sĩ và Áo con số này chiếm gần 20% (Filippo và cộng sự, 2008).

Các trang trại của Châu Âu phần lớn trồng cây ăn trái, rau màu, hoa, chăn nuôi gia súc, gia cầm, và do ở cách xa các thị trấn, nên các chủ trang trại đã đầu tư thêm dịch vụ lưu trú cho những khách muốn nghỉ lại qua đêm. Tùy mỗi nước mà các trang trại được phép xây dựng đơn vị lưu trú khác nhau, như với Cộng hòa Áo thì không quá 10 giường/ trang trại, Pháp không quá 5 phòng hoặc 15 giường; Ý thì từ 10 đến 30 giường tùy theo vùng; Anh Quốc tối đa 4 phòng (Erika Quendler, 2019). Theo Hiệp hội du lịch Farm Holidays Association của Áo, thì quốc gia này có khoảng 9900 trang trại làm du lịch, cung cấp 114.000 giường, chiếm 1/7 tổng số giường lưu trú dành cho khách du lịch trên toàn quốc, và nguồn thu từ dịch vụ du lịch tạo ra hơn 30% thu nhập cho các trang trại này (HoF, 2016).

Tại Thái Lan theo Ming-Lang Tseng và cộng sự (2019), thì nước này có hơn 400 trang trại làm du lịch với các dịch vụ như trải nghiệm hoạt động sản xuất, thu hoạch, đánh bắt thủy sản, đào tạo và nghỉ dưỡng. Các chương trình du lịch nông nghiệp ở Thái Lan được liên kết với OTOP (mỗi làng một sản phẩm) để khách vừa tham quan quy trình sản xuất, vừa mua sản phẩm tại chỗ.

Còn Philippine được bình chọn trong top 8 điểm đến về du lịch nông nghiệp trên thế giới, thì đã ban hành Đạo Luật Phát triển Du lịch Trang Trại (Act 10816) vào năm 2016, theo đó các trang trại du lịch được định nghĩa là nơi “Thực hiện việc thu hút khách du lịch đến khuôn viên trang trại vì các mục đích sản xuất, giáo dục và giải trí”. Du lịch trang trại đóng góp khoảng 20 – 30% thị trường khách du lịch cho Philippine (Kafferine Yamagishi, 2021). Một trong những trang trại du lịch nổi tiếng nhất ở đảo quốc này là Villa Escudero rộng hơn 800 hecta trồng dừa gần thủ đô Manila với rất nhiều dịch vụ hấp dẫn như đi xe trâu, chèo xuồng, câu cá, ăn trưa dưới suối nước chảy và nghỉ dưỡng dưới tán dừa xanh mát.

1.2. Du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

So với các nước, thì Việt Nam không có nhiều trang trại lớn, tách biệt với khu dân cư, mà chủ yếu là các hộ dân “ba trong một”, tức là trên cùng một diện tích đất, chủ nhà vừa làm nơi cư trú, trồng trọt và chăn nuôi. Hiện chưa có số liệu thống kê chính thức các điểm du lịch nông nghiệp ở Việt Nam, nhưng có thể nói loại hình du lịch nhà vườn, trang trại đã phát triển hàng chục năm nay, ví dụ như Đà Lạt có “Du lịch canh nông”, Hội An là “Một ngày làm nông dân” ở làng rau Trà Quế. Vùng có phong trào làm du lịch nông nghiệp mạnh nhất hiện nay là ĐBSCL, với nhiều mô hình đa dạng như phát triển cơ sở du lịch trên cánh đồng sen, ao nuôi cá ở Đồng Tháp; vườn tôm ở Sóc Trăng, Trà Vinh; trại nuôi dê ở Hậu Giang; rừng đước, rừng tràm ở Cà Mau. Khái niệm du lịch nông nghiệp dựa vào cộng đồng xuất hiện đầu tiên ở Đồng Tháp, với mô hình “Hội quán làm du lịch” để gắn kết các chủ cơ sở ở nhiều huyện, thị trong tỉnh lại với nhau, cùng chia sẻ thông tin về thị trường và sản phẩm (Lê Minh Hoan, 2019). Gần đây nhiều chủ đầu tư xây dựng các khu nghỉ dưỡng nhỏ ở ven sông rạch, nhà vườn được đặt tên là “lodge” hay “bungalow” như ở Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Cần Thơ với giá bán phòng ngủ có khi còn cao hơn một số khách sạn 4- 5 sao trên địa bàn cùng thời điểm.

2. Tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

2.1. Điều kiện thuận lợi

2.1.1. Tài nguyên

Việt Nam là một trong những quốc gia có diện tích vùng nông thôn lớn, với các điều kiện tự nhiên tương đối khác nhau, như vùng núi cao có ở Miền Bắc, cao nguyên ở Miền Trung; đồng bằng sông Hồng và sông Cửu Long; vùng duyên hải ven biển.

Hầu hết các vùng đồng bằng lớn của nước ta đều gần các đại đô thị, như đồng bằng Sông Hồng được bao quanh Hà Nội, Hải Phòng, còn ĐBSCL là TP Hồ Chí Minh, Cần Thơ và các tỉnh công nghiệp Miền Đông, nên rất dễ phát triển các sản phẩm tham quan trong một vài ngày. Trong khi đó các tỉnh miền núi, ven biển, ven

sông lại có lợi thế về môi trường, cảnh quan thiên nhiên nên rất thuận lợi để làm các khu nghỉ dưỡng. Cư dân đô thị tìm về vùng quê là để được thưởng thức khí hậu trong lành, ánh nắng, ánh trăng, cảnh quan đồng ruộng và làng xóm. Đó cũng chính là “đầu vào” quan trọng nhất của du lịch nông nghiệp và đều có sẵn, không phải mua.

Bên cạnh đó, vùng nông thôn còn giữ được nhiều phong tục, lễ hội và phương thức sản xuất truyền thống nên khách có thể tham gia, trải nghiệm. Món ăn tươi ngon, bánh dân gian, các loại thảo dược thiên nhiên cũng là một thế mạnh để thu hút khách nếu biết “gói” chung vào trong các sản phẩm du lịch nông nghiệp.

2.1.2. Thị trường

Với dân số gần 100 triệu người, thì Việt Nam là một trong những quốc gia có thị trường du lịch nội địa lớn, riêng năm 2019 có khoảng 85 triệu khách đi du lịch trong nước (Tổng cục Du lịch, 2019). Thị trường du lịch nội địa này có thể chia thành các phân khúc sau đây cho du lịch nông nghiệp:

- Khách theo lứa tuổi: Học sinh đi học tập thực tế về sinh vật, người lớn tuổi thích thư giãn, nghỉ ngơi, tìm về với ký ức tuổi thơ.
- Căn cứ vào mức chi tiêu: Khách trả giá cao để được được hưởng dịch vụ cao cấp, khách tiết kiệm chỉ cần dịch vụ căn bản.
- Căn cứ theo mùa: Khách xuân - hè, thu - đông; khách đi hái vải thiều, hái xoài; bắt tôm, cá.
- Khách tham quan trong ngày, nhiều ngày.
- Khách có lưu trú và không lưu trú.
- Khách chọn nhiều dịch vụ hỗn hợp, đi kết hợp công vụ...

Như vậy quy mô thị trường nội địa đủ lớn để các trang trại, nhà vườn xác định khách hàng mục tiêu của mình và tập trung vào tuyến sản phẩm mà họ cần. Bên cạnh đó, các hãng lữ hành vẫn tổ chức tour kết hợp thành phố với đồng bằng dành cho khách quốc tế, nên nếu có sản phẩm du lịch nông nghiệp hấp dẫn, chắc chắn sẽ kéo dài được chương trình tham quan của họ. Ngoài ra đối tượng sinh viên nước ngoài rất thích ở dài ngày tại các điểm du lịch vùng quê, để tìm hiểu văn hóa bản địa, nên đây cũng là một nguồn khách ổn định cho các cơ sở lưu trú homestay, farmstay.

2.1.3. Cơ sở vật chất

Du lịch nông nghiệp là phát triển dựa trên nhà vườn, ruộng lúa, đồng sen, ao nuôi cá hay vuông tôm thì hầu như đều có sẵn. Như vậy nếu chỉ phát triển dịch vụ tham quan, hoạt động trải nghiệm, ăn uống, mua trái cây, đặc sản thì chi phí ban đầu không lớn. Còn những nhà nông muốn đầu tư dịch vụ lưu trú cao cấp phòng ngủ, nhà hàng, hồ bơi thì chi phí cao hơn, nhưng chắc chắn hiệu quả kinh doanh của họ cũng cao tương ứng.

Trong một cộng đồng dân cư, nếu phát triển các hộ làm du lịch thành chuỗi giá trị, bao gồm cơ sở lưu trú; điểm phục vụ ăn uống, bánh dân gian; vườn trái cây; dịch vụ trải nghiệm; bán hàng đặc sản, thủ công mỹ nghệ địa phương ... thì sẽ tối

ưu hóa cơ sở vật chất, vốn đầu tư, đồng thời tạo ra được một “gói” hay “combo” hấp dẫn. Đây chính là mô hình của Câu lạc bộ Du lịch Cồn Sơn (TP Cần Thơ) với 47 thành viên cung cấp trọn gói tour tham quan cồn (đảo) trên Sông Hậu, nhà vườn, tát mương bắt cá; và ăn buffet bánh dân gian được chế biến bởi nhiều hộ gia đình (Phan Đình Huê, 2021).

2.1.4. Cơ hội

Theo nhận định của nhiều chuyên gia du lịch, thì hậu COVID-19 việc đi du lịch ra nước ngoài sẽ không còn rẻ và dễ dàng như trước, nên khách nội địa sẽ chuyển hướng đi du lịch trong nước trong những năm sắp tới. Mục đích của chuyến đi là thư giãn, nghỉ ngơi ở nơi gần gũi mới thiên nhiên với nhóm khách chủ yếu là gia đình và bạn bè. Đây chính là cơ hội để các vùng nông thôn phát triển sản phẩm du lịch để đón khách nội địa.

Bên cạnh đó, hạ tầng giao thông đang được phát triển rộng khắp, đặc biệt là đường bộ, cùng với các phương tiện vận chuyển công cộng thuận tiện và xe cá nhân đang ngày càng thịnh hành, thì việc tiếp cận các điểm du lịch nông nghiệp sẽ ngày càng dễ dàng.

Đồng thời công nghệ 4.0 và các chương trình số hóa ngành nông nghiệp, sẽ tạo điều kiện cho các cơ sở kinh doanh du lịch tiếp cận khách hàng và thanh toán dễ dàng hơn. Việc tiếp thị khách hàng thông qua ứng dụng, các trang mạng xã hội ngày càng phổ biến, các nhà vườn, chủ trang trại chỉ phát trực tiếp lên mạng (livestream) về một khu vườn có trái cây sắp chín; áo cá, vuông tôm; hay lễ hội ẩm thực địa phương sắp diễn ra... là có khách. Thậm chí khách có thể đặt nông dân chăm, nuôi và cập nhật về một khu vườn nào đó kiểu “cây xoài nhà tôi” ở tỉnh Đồng Tháp, đều là những hoạt động thu vị nhờ kết hợp với các tiến bộ của công nghệ thông tin.

2.2. Hiệu quả của du lịch nông nghiệp

2.2.1. Hiệu quả đối với cộng đồng

Hầu hết các hộ nông dân làm du lịch nông nghiệp của tỉnh Đồng Tháp đã được khảo sát năm 2019 có thu nhập gia tăng so với năm trước từ 30 – 40% so với chỉ làm vườn, nuôi cá hay trồng hoa, thậm chí khi được phỏng vấn thì nhiều chủ hộ trồng sen ở huyện Tháp Mười và Tam Nông đều trả lời là họ thích làm du lịch vì thu nhập ổn định hơn làm nông (Phan Đình Huê, 2019). Còn các hộ dân trong Câu lạc bộ Du lịch Cồn Sơn thì nói rằng họ có thu nhập cao hơn 5 lần so với mức thu nhập bình quân 3 triệu đồng/ tháng trước khi làm du lịch (Phan Đình Huê, 2021).

Làng rau Trà Quế ở Hội An rất nổi tiếng nhưng có lúc nghèo vì rau không bán được, sau đó chính quyền tổ chức tour cho khách quốc tế đến trồng rau và “Một ngày làm nông dân”, thì cả làng đều giàu lên, thậm chí có người thành tỷ phú (Nguyễn Sự, 2019).

Bên cạnh thu nhập của các hộ dân và chủ cơ sở làm du lịch tăng lên, thì nguồn thu ngân sách thông qua thu trực tiếp (thuế, phí) và gián tiếp (tiêu dùng), cũng tăng lên. Vẫn theo ông Nguyễn Sự (2019), thì “Cù Lao Chàm những năm

trước đều phải nhận cứu trợ 30 - 40 tấn gạo/năm, thu ngân sách không đủ trả lương cho 1 cán bộ, nhưng bây giờ thu từ du lịch khoảng 400 tỷ đồng/năm”.

Như vậy có thể nói hiệu quả kinh tế của du lịch nông nghiệp là tốt và ổn định, nhưng không chỉ dừng lại ở đó. Khi làm du lịch thì nhà cửa, ruộng vườn phải sạch đẹp; gia chủ phải ăn mặc tươm tất và ứng xử văn minh, lịch sự, đó là cái được lớn hơn doanh thu. Trước đây nhà vườn bán trái cây cho thương lái, không biết sau đó thương lái bán lại cho ai, nên họ cứ thần nhiên dùng thuốc bảo vệ thực vật, còn nay “rõ” là người mua đến tận vườn trả giá cao nên không thể làm như vậy được (Lê Minh Hoan, 2019). Cù Lao Chàm là nơi đầu tiên trong cả nước không sử dụng túi ni-lông, được người dân tuân thủ nghiêm ngặt và đó là sự thay đổi lớn nhất ở xã đảo này (Nguyễn Sự, 2019).

Do ý thức của các cộng đồng dân cư làm du lịch được ràng buộc bởi những quyền lợi trực tiếp hay gián tiếp (cung cấp thực phẩm, nguyên liệu đầu vào cho các hộ làm du lịch), nên họ tự nguyện tuân thủ. Bên cạnh đó, người dân còn có cơ hội tiếp xúc, giao lưu với tầng lớp ưu tú, giúp họ tăng thêm kiến thức, đặc biệt là giới trẻ. Các xã nông thôn mới nếu được khách bình chọn theo tiêu chí của điểm đến từ 1 đến 5 sao, thì đó sẽ là những đánh giá chính xác, công bằng và cập nhật nhất, giúp cho chính quyền địa phương điều chỉnh kịp thời.

2.2.2. Phát triển sản phẩm du lịch mới

Lâu nay các chương trình du lịch chủ yếu tập trung ở các thành phố lớn, bãi biển, di tích lịch sử - văn hóa, thì nay mở ra hướng mới là đi về vùng nông thôn để hít thở không khí trong lành, tìm hiểu về cuội nguồn văn hóa của dân tộc. Trước đây chúng ta chỉ mới phát triển được những tài nguyên sẵn có do thiên nhiên hoặc cha ông để lại thành sản phẩm du lịch, thì nay sẽ có những loại sản phẩm mới sáng tạo từ những tài nguyên ít nổi tiếng hơn, nhưng lại có ở khắp mọi nơi. Xa hơn nữa, là chuyển các giá trị văn hóa ở vùng nông thôn như phong tục tập quán, lễ hội âm nhạc, ẩm thực thành sản phẩm du lịch độc đáo.

Như vậy có thể nói, phát triển du lịch nông nghiệp có thể đem lại hiệu quả kép cho cả ngành nông nghiệp lẫn ngành du lịch, và ở một chừng mực nào đó, là phát triển vùng nông thôn bền vững.

3. Một vài đề xuất

3.1. Xây dựng thương hiệu du lịch nông nghiệp

Hiện nay, du khách thường liên tưởng du lịch nông nghiệp với hình ảnh đi coi cây trồng, vật nuôi, lội ruộng... Nhưng nếu được phát triển chuyên nghiệp thì đó phải là kỳ nghỉ vùng quê. Kỳ nghỉ này bao gồm tham quan, trải nghiệm, ăn uống, nghỉ dưỡng, hít thở không khí trong lành và mua đặc sản tươi sống ở vùng quê thanh bình. Vì vậy cần định vị thương hiệu du lịch nông nghiệp gắn với “Kỳ nghỉ vùng quê” và có phiên bản tiếng Anh tương xứng để làm truyền thông, đồng thời cần có các hiệp hội du lịch nông nghiệp vùng để quản lý thương hiệu này.

3.2. Phát triển sản phẩm

Khách du lịch chỉ mua sản phẩm chứ không mua tài nguyên du lịch, hay họ mua tour tham quan sông, nhà vườn, chứ không mua sông hay vườn. Vì vậy dù tài nguyên du lịch lớn nhưng nếu không có sản phẩm, thì cũng không có khách.

Ưu điểm của du lịch nông nghiệp Việt Nam là có thể phát triển được nhiều sản phẩm, dựa trên sự đa dạng về tài nguyên, khí hậu, văn hóa, mùa vụ của các vùng miền. Tuy vậy điểm yếu của các cơ sở du lịch nông nghiệp cũng là kiến thức về phát triển sản phẩm, nên họ thường “học tập” nhau, nhưng thực chất là sao chép, ít có tính sáng tạo, nên kém hấp dẫn. Vì vậy cần có các lớp tập huấn về nghiệp vụ phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp với trọng tâm là phần thực hành cho các chủ cơ sở và nông dân.

3.3. Nhân lực

Một trong những điểm yếu lớn nhất của du lịch nông nghiệp Việt Nam là nguồn nhân lực. Hiện tại ở các cơ sở du lịch nông nghiệp, nông dân là những người tham gia chính, nên họ chỉ có khả năng phát triển sản phẩm đơn giản, có giá trị thấp, trong khi đó nhiều sinh viên tốt nghiệp ra trường ở lại thành phố không có việc làm.

Để khắc phục tình trạng này, cần có các chương trình đào tạo nghiệp vụ du lịch nông nghiệp cho sinh viên. Các chương trình này có thể do các trường đại học, cao đẳng hay các dự án tổ chức giảng dạy.

Bên cạnh đó, tại mỗi vùng du lịch nên có các trung tâm đào tạo thực hành để tập huấn cho những người muốn khởi nghiệp du lịch nông nghiệp- nông thôn. Các trung tâm này có thể thuộc sự quản lý của các trường đại học, cao đẳng; trung tâm khuyến nông, hoặc đặt tại các cơ sở kinh doanh du lịch nông nghiệp thành công. Sau các khóa học, cần cho người học đi thực tế để trao đổi với các cơ sở du lịch nông nghiệp- nông thôn, giúp tạo ra một đội ngũ làm du lịch ở vùng quê có chuyên môn cao. Đồng thời, cần đào tạo một đội ngũ những người trí thức ở các làng xã, thành người “kể chuyện địa phương”, để giới thiệu chiều sâu văn hóa, lịch sử của quê hương.

3.4. Chính sách

Trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, dịch vụ có khả năng đem lại lợi nhuận cao nhất là lưu trú, nhưng theo các quy định pháp luật hiện hành, thì nông dân và các chủ trang trại không được xây dựng cơ sở lưu trú đất nông nghiệp. Vấn đề này cần được giải quyết thì mới phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp hoàn chỉnh.

Bên cạnh đó, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ vốn và giảm thuế đối với những người khởi nghiệp du lịch nông nghiệp. Đồng thời xây dựng các tiêu chuẩn an toàn về sản xuất, chế biến và môi trường đối với du lịch nông nghiệp-nông thôn.

4. Kết luận

Du lịch nông nghiệp, trang trại là loại hình du lịch phổ biến trên thế giới và những quốc gia thành công là biết phát triển sản phẩm đa dạng, đáp ứng được thị hiếu của khách hàng đô thị.

Ở nước ta vùng nông thôn chiếm phần lớn diện tích quốc gia, là nơi có các làng quê xinh đẹp với nhiều phong tục, lễ hội và ẩm thực truyền thống còn được lưu giữ. Những điều kiện để phát triển du lịch nông nghiệp là nhà vườn, ruộng lúa, vườn tôm thì đang có sẵn, thậm chí các loại “nguyên liệu” quan trọng nhất để làm cho sản phẩm du lịch này hấp dẫn đều không phải mua, đó chính là trời, đất và nước, là gió mát trăng thanh, tiếng chim hót líu lo. Đây chính là những mỏ vàng lộ thiên ở vùng nông thôn mà chúng ta cần phải khai thác.

Thực tế cho thấy những địa phương đã làm du lịch nông nghiệp đều thu được kết quả tốt, đó là giá trị tổng hợp từ kinh tế, việc làm, nâng cao dân trí đến bảo vệ môi trường. Vì vậy cần xây dựng chiến lược phát triển du lịch nông nghiệp thành một chương trình quốc gia với sự tham gia của nhiều bộ - ngành và các địa phương. Đây chính là một trong những việc làm cần thiết để phát triển bền vững vùng nông thôn như Nghị Quyết của Đại Hội Đảng Lần thứ XII, và tạo ra nhiều sản phẩm mới cho ngành du lịch trong bối cảnh hậu COVID-19./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu trong nước

Lê Minh Hoan (2019). Nông dân là hạt nhân của du lịch nông nghiệp. *Kỷ yếu hội thảo Chung tay làm Du lịch nông nghiệp*. Thời báo Kinh tế Sài Gòn và UBND Tỉnh Hậu Giang xuất bản. 8/7/2019

Phan Đình Huê (2021). Báo cáo đánh giá các điểm du lịch cộng đồng và nông nghiệp ở TP Cần Thơ và tỉnh Lâm Đồng. *Báo cáo tư vấn*. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP Cần Thơ

Phan Đình Huê (2019). ĐBSCL là "Mỏ vàng" của du lịch nông nghiệp. *Kỷ yếu hội thảo Chung tay làm Du lịch nông nghiệp*. Thời báo Kinh tế Sài Gòn và UBND Tỉnh Hậu Giang xuất bản. 8/7/2019

Phan Đình Huê (2019). Báo cáo đánh giá các điểm du lịch nông nghiệp - trang trại tỉnh Đồng Tháp. *Báo cáo tư vấn*. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Tỉnh Đồng Tháp. Tháng 9/2019

Lưu Ngọc Trinh và cộng sự (2015), *Tác động của biến đổi khí hậu toàn cầu – phản ứng chính sách của một số nước và bài học cho Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Tr.27 – 28

Nguyễn Sự (2019). Chuyện làm du lịch của Hội An. *Kỷ yếu hội thảo Chung tay làm Du lịch nông nghiệp*. Thời báo Kinh tế Sài Gòn và UBND Tỉnh Hậu Giang xuất bản. 8/7/2019

Tổng cục Du lịch (2019). *Báo cáo Thường niên Du lịch Việt Nam 2019*. Nhà xuất bản Lao Động, Hà Nội.

VCCI-Fulbright (2020). *Báo cáo Kinh tế Thường niên ĐBSCL - 2020*. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.

Tài liệu nước ngoài

Erika Quendler (2019). The position of the farm holiday in Austrian tourism. *Open Agriculture*. 2019; 4:697-711 <https://doi.org/10.1515/opag-2019-0069>.

Filippo Fiume Fagioli, Francesco Diotallevi, Adriano Ciani (2014). *Strengthening the sustainability of rural areas: the role of rural tourism and agritourism*. University of Perugia, Borgo.

HoF (2016). *Facts and Figures*. Austria Farm Holidays Association.

Kafferine Yamagishi et al (2021). *The future of farm tourism in the Philippines: challenges, strategies and insights*. Journal of Tourism Futures. March 2021

Kuldeep Singh, Arnab Gantait, Goldi Puri, G. Anjaneya Swamy (2016). *Rural tourism: Need, scope and challenges in Indian context*. Pondicherry University.

Ming-Lang Tseng et al (2019). “Sustainable Agritourism in Thailand: Modeling Business Performance and Environmental Sustainability under Uncertainty”. *Sustainability Journal*. Published: 29 July 2019.

Talavera, C. (2019). DOT eyeing more accredited farm sites. *The Philippine Star*. available at: www.philstar.com/business/2019/09/26/1954933/dot-eyeing-more-accredited-farm-sites.

Apinya (2016). Agritourism likely to pull in B370m. *Báo Bangkok Post*. <https://www.bangkokpost.com/thailand/general/1034469/agritourism-likely-to-pull-in-b370m>. Truy cập ngày 8/7/2021.

HỘI THẢO DU LỊCH 2021

Du lịch Việt Nam phục hồi và phát triển

Đơn vị chủ trì tổ chức:

ỦY BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC CỦA QUỐC HỘI

Đơn vị phối hợp tổ chức:

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỈNH NGHỆ AN

CHỈ ĐẠO

Đ/c Nguyễn Đắc Vinh

*Ủy viên Trung ương Đảng,
Ủy viên Ủy ban Thường vụ Quốc hội,
Chủ nhiệm Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội*

Đ/c Nguyễn Văn Hùng

*Ủy viên Trung ương Đảng,
Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch*

Đ/c Thái Thanh Quý

*Ủy viên Trung ương Đảng,
Bí thư Tỉnh ủy - Chủ tịch Hội đồng nhân dân Tỉnh Nghệ An*

PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

Đ/c Tạ Văn Hạ

Phó Chủ nhiệm Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội

Đ/c Đoàn Văn Việt

Thứ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Đ/c Bùi Đình Long

Phó Chủ tịch Tỉnh Nghệ An

THƯ KÝ – BIÊN TẬP

Vũ Minh Đạo

Vụ trưởng Vụ Văn hóa, Giáo dục

Nguyễn Thanh Hải

Phó Vụ trưởng Vụ Văn hóa, Giáo dục

Đoàn Mạnh Cường

Chuyên viên chính Vụ Văn hóa, Giáo dục

Trịnh Thị Vân Khánh

Chuyên viên Vụ Văn hóa, Giáo dục



ỦY BAN VĂN HÓA, GIÁO DỤC
CỦA QUỐC HỘI
BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO
VÀ DU LỊCH
TỈNH NGHỆ AN

HỘI THẢO DU LỊCH 2021

Du lịch Việt Nam phục hồi và phát triển

TX. Cửa Lò, 25 | 12 | 2021



tài liệu Hội thảo