MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO KHẢ NĂNG THU HÚT KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA ĐỐI VỚI ĐIỂM ĐẾN THỪA THIÊN HUẾ

ThS. Lê Thị Ái Nhi

TÓM TẮT: Du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn mang lại nguồn tài chính khổng lồ cho nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam. Thừa Thiên Huế là vùng đất địa linh nhân kiệt, văn hiến, có bề dày về văn hóa, có chiều sâu về lịch sử. Nơi đây còn lưu giữ gần như nguyên vẹn tổng thể kiến trúc của một kinh đô với những giá trị di sản vật thể và phi vật thể vô giá, thiên nhiên và ẩm thực độc đáo. Tuy nhiên, hiện nay, điểm đến Thừa Thiên Huế vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và thế mạnh sẵn có của mình. Đặc biệt, từ tháng 1 năm 2020, dịch bệnh Covid-19 bùng phát làm cho du lịch Thừa Thiên Huế bị ảnh hưởng nghiêm trọng, lượng khách du lịch sụt giảm, đặc biệt các hoạt động đón khách du lịch quốc tế tại Thừa Thiên Huế dường như ngừng hoạt động. Bài viết đi sâu phân tích đặc điểm, đồng thời đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút khách du lịch nội địa tới điểm đến Thừa Thiên Huế.

Từ khoá: khách du lịch, Covid-19, du lịch Thừa Thiên Huế,

1. Đặt vấn đề

Du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn mang lại nguồn tài chính khổng lồ cho nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, du lịch lại "dễ bị tổn thương" trước tác động của khủng hoảng kinh tế, bất ổn chính trị, thiên tai, dịch bệnh… Khi xảy ra các biến động khách quan, du lịch nội địa được xem như một biện pháp "giảm xóc" hiệu quả giúp các điểm đến vượt qua khó khăn, từng bước hồi phục trở lại. Chính vì thế, du lịch nội địa được coi là một điểm tựa để thúc đẩy ngành du lịch phục hồi và phát triển.

Thừa Thiên Huế là miền đất địa linh nhân kiệt, văn hiến, có bề dày về văn hóa, có chiều sâu về lịch sử. Nơi đây còn lưu giữ gần như nguyên vẹn tổng thể kiến trúc của một kinh đô với những giá trị di sản vật thể và phi vật thể vô giá. Bên cạnh đó, Thừa Thiên Huế còn là nơi hội tụ các tiềm năng, thế mạnh của đa dạng vùng miền, được thiên nhiên ban tặng những di sản thiên nhiên kỳ vĩ như sông Hương, núi Ngự; Hệ đầm phá Tam Giang – Cầu Hai có tổng diện tích trên 22 nghìn ha, lớn nhất khu vực Đông Nam Á; Vườn quốc gia Bạch Mã; Vịnh Lăng Cô là một trong những vịnh đẹp nhất thế giới.

Tuy nhiên, ngành du lịch Thừa Thiên Huế hiện nay vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và thế mạnh sẵn có của mình, còn bộc lộ một số hạn chế cần phải khắc phục như sản phẩm du lịch chưa có sự cạnh tranh cao, các thế mạnh tiềm năng du lịch chưa khai thác hết, chủ yếu mới dựa vào du lịch di sản; thời gian lưu trú của khách du lịch ngắn; việc đầu tư phát triển, quản lý và kiểm tra chất lượng của các đơn vị kinh doanh du lịch chưa được quan tâm đúng mức, chưa thật sự để lại ấn tượng mạnh trong lòng du khách đặc biệt là khách du lịch nội địa trong khi ngày càng xuất hiện nhiều điểm đến trong khu vực có tính cạnh tranh cao như Hội An, Đà Nẵng, Quảng Bình,… Theo thống kê của Sở du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, lượt khách và doanh thu du lịch của Thừa Thiên Huế giai đoạn 2019-2021 như sau (Bảng 1):

Bảng 1. Lượt khách và doanh thu du lịch của Thừa Thiên Huế giai đoạn 2019 - 2021

Tiêu chí	ĐVT	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020
					%	%
Tổng lượt khách	**Lượt khách**	**4.817.076**	**1.687.740**	**691.571**	**-64,96**	**-40,97**
Khách quốc tế	Lượt khách	2.186.747	558.841	22.735	-74,44	-95,93
Khách nội địa	Lượt khách	2.630.329	1.129.199	668.836	-57,07	-40.76
Tổng doanh thu	**Triệu đồng**	**4.945.196**	**3.839.986**	**1.777.799**	**-22,34**	**-53,70**

Nguồn: Số liệu thống kê từ Sở du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

Lượt khách du lịch đến Thừa Thiên Huế năm 2019 là 4.817.076 lượt khách, với tổng doanh thu du lịch là 4.945.196 triệu đồng. Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch Covid nên lượng khách đến Thừa Thiên Huế giảm mạnh, chỉ còn 1.687.740 lượt, giảm 3.129.336 lượt khách, tương ứng giảm 64,96% so với năm 2019. Trong đó, khách du lịch quốc tế giảm 1.627.906 lượt khách tương đương giảm 74,44%, khách nội địa giảm 1.501.130 lượt tương đương giảm 57,07%. Năm 2021, hoạt động du lịch của Thừa Thiên Huế vẫn diễn ra khá ảm đạm do đại dịch Covid bùng phát dữ dội. Tổng lượt khách và doanh thu du lịch giảm mạnh, lượt khách đến Thừa Thiên Huế năm 2021 là 691.751 lượt khách, tương ứng giảm 40.97% so với năm 2020, tổng doanh thu du lịch là 1.777.799 triệu đồng, tương ứng giảm 53.70% so với năm 2021.

Qua các bảng số liệu ta có thể thấy, lượt khách du lịch đến Thừa Thiên Huế và doanh thu du lịch từ năm 2019 đến 2021 có sự biến đổi mạnh. Đặc biệt sau đại dịch COVID-19, việc thu hút khách quốc tế đến Việt Nam là điều rất khó khăn. Trong khi đó, thị trường khách trong nước với gần 100 triệu dân đầy tiềm năng vẫn chưa được quan tâm và khai thác đúng mức. Qua hơn hai năm "sống chung" với dịch bệnh, hoạt động du lịch quốc tế bị đình trệ, xác định du khách nội địa làm đối tượng cho hướng đi trong tương lai để xây dựng thị trường du lịch chủ lực là cần thiết. Vì vậy, việc xây dựng và hoàn thiện điểm đến du lịch Thừa Thiên Huế, thu hút ngày càng nhiều khách du lịch nội địa hơn để góp phần phát triển kinh tế là điều hết sức cấp thiết.

2. Một số khái niệm cơ bản

2.1. Điểm đến du lịch (Tourism Destination)

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (World Tourism Organisation, 2007), "Điểm đến du lịch là một vị trí địa lý, nơi khách du lịch lưu lại ít nhất một đêm. Nó bao gồm các sản phẩm du lịch như các dịch vụ hỗ trợ, các nguồn lực du lịch và các điểm tham quan có thể đi và về trong vòng một ngày, có ranh giới vật chất và hành chính xác định các hình ảnh, quan điểm, quản lý và lợi thế cạnh tranh trên thị trường".

Ở Việt Nam, điểm đến du lịch vẫn chưa được nghiên cứu nhiều và chưa được đưa vào luật hóa. Trong luật du lịch Việt Nam chỉ mới đề cập đến khái niệm khu du lịch và điểm du lịch.

2.2. Khả năng thu hút của điểm đến du lịch (Destination Attractiveness)

Theo Hu và Ritchie khả năng thu hút của điểm đến "phản ánh cảm nhận, niềm tin, và ý kiến mà mỗi cá nhân có được về khả năng làm hài lòng khách hàng của điểm đến trong mối liên hệ với nhu cầu chuyến đi cụ thể của họ". Có thể nói một điểm đến càng có

khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách thì điểm đến đó càng có cơ hội để được du khách lựa chọn. Điều này cũng phù hợp với quan điểm của Mayo và Jarvis (1981) cho rằng khả năng thu hút của điểm đến là "khả năng của điểm đến mang lại các lợi ích cho du khách". Các khả năng này phụ thuộc vào các thuộc tính của điểm đến và cũng là những yếu tố thúc đẩy du khách đến với điểm đến (Vengesayi, 2003; Tasci et al., 2007). Như vậy, khả năng thu hút của điểm đến có thể được nhận thức bởi du khách mỗi khi họ được tiếp cận thông tin về điểm đến mà không nhất thiết phải có trải nghiệm thực tế ở điểm đến.

2.3. Khả năng cạnh tranh của điểm đến du lịch (Destination Competitiveness)

Trên thực tế không ít người nhầm lẫn giữa khả năng thu hút và khả năng cạnh tranh của điểm đến. Theo Buhalis (2000), khả năng cạnh tranh và khả năng thu hút xem xét một điểm đến từ hai phương diện khác nhau. Khả năng thu hút của điểm đến như đã nêu trên là những yếu tố nhận thức của du khách đánh giá về các yếu tố thuộc tính của điểm đến. Đó là phương diện cầu của một điểm đến (the demand side of destination, Vengesayi, 2003) hay phương diện du lịch (touristic perspectives, Buhalis, 2000). Trong khi đó, khả năng cạnh tranh nhìn nhận theo phương diện cung của điểm đến (supply side of the destination) – đó là các yếu tố phản ánh khả năng của điểm đến mang lại những trải nghiệm cho du khách khác với các điểm đến tương đồng (Vengesayi, 2003).

3. Quan điểm và định hướng phát triển du lịch của điểm đến Thừa Thiên Huế

3.1. Quan điểm và mục tiêu phát triển du lịch của điểm đến Thừa Thiên Huế

* Quan điểm:

Xây dựng và phát triển Thừa Thiên Huế trở thành thành phố trực thuộc Trung ương trên nền tảng bảo tồn, phát huy giá trị di sản cố đô và bản sắc văn hóa Huế.

Xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế phải trên cơ sở khai thác, phát huy hiệu quả các tiềm năng, lợi thế của thành phố, của vùng, nhất là sự kết hợp hài hòa giữa di sản văn hóa, lịch sử với cảnh quan tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên đa dạng, phong phú, vị trí cửa ngõ của hành lang kinh tế Đông – Tây và con người Huế.

Phát triển du lịch Thừa Thiên Huế nhanh, bền vững, đảm bảo chất lượng và khả năng cạnh tranh, gắn chặt với việc bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, đặc biệt là giá trị của quần thể di tích Cố đô Huế và Nhã nhạc cung đình Huế; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường, tạo bước đột phá với những mô hình phát triển mới, mang tính khác biệt với một tầm nhìn tổng hòa trong mối liên kết vùng, quốc gia và quốc tế. Du lịch Thừa Thiên Huế sẽ được phát triển theo các tiêu chí: Di sản văn hóa được bảo tồn, cảnh quan môi trường và lịch sử được gìn giữ và tôn trọng, con người thân thiện và ứng xử văn mình, các hoạt động dịch vụ đậm giá trị văn hóa truyền thống.

Tập trung nghiên cứu và ứng dụng mạnh mẽ các công nghệ tiên tiến, hiện đại, tăng cường cải cách hành chính.

Nâng cao năng lực lãnh đạo của các cấp ủy, tổ chức đảng và đội ngũ cán bộ; hiệu lực, hiệu quả quản lý của các cấp chính quyền.

* Mục tiêu:

Đến năm 2025, Thừa Thiên Huế trở thành thành phố trực thuộc Trung ương. Đến năm 2030, Thừa Thiên Huế là một trong những trung tâm lớn, đặc sắc của khu vực Đông Nam Á. Tầm nhìn đến năm 2045, Thừa Thiên Huế là thành phố Festival, trung tâm văn hoá, giáo dục, du lịch và y tế chuyên sâu đặc sắc của Châu Á.

3.2. Định hướng phát triển du lịch của điểm đến Thừa Thiên Huế

- Phát triển đồng thời du lịch quốc tế và nội địa.
- Phát triển sản phẩm du lịch.
- Tổ chức không gian du lịch

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận, phân tích thực trạng và những định hướng liên quan, chúng tôi xin mạnh dạn đề xuất một số nhóm giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút khách du lịch nội địa đối với điểm đến Thừa Thiên Huế.

4. Một số giải pháp nâng cao khả năng thu hút khách du lịch nội địa đối với điểm đến Thừa Thiên Huế

4.1. Nhóm giải pháp về yếu tố thuộc về đặc điểm tự nhiên

Con người đang phải đối diện với vấn đề ô nhiễm môi trường, sự nóng lên của trái đất, thiên tai, dịch bệnh vì thế du khách bắt đầu có xu hướng tìm đến những điểm du lịch được hoà mình với thiên nhiên, thân thiện với môi trường. Để thu hút nhiều hơn nữa khách du lịch nội địa đến Thừa Thiên Huế, cần có những giải pháp cho yếu tố này như sau:

- *Thứ nhất, quản lý và khai thác hiệu quả, bền vững hệ động thực vật phong phú và hệ thống đầm phá*:

Quá trình khai thác nên hướng đến việc bảo vệ và phục hồi các loài thủy sản quý hiếm, đặc trưng, có giá trị bảo tồn và giá trị kinh tế; duy trì các chức năng sinh thái của đầm phá ven biển. Phát triển kinh tế - xã hội theo hướng bền vững và hỗ trợ nghiên cứu, giáo dục; cộng đồng địa phương được tham gia quản lý, khai thác, sử dụng bền vững các giá trị của hệ thống đầm phá.

Cần có sự phối hợp giữa các cấp, ngành liên quan để thực hiện tốt công giáo dục, tuyên truyền, nâng cao ý thức bảo vệ đa dạng sinh học, bảo vệ môi trường của người dân. Tăng cường hơn nữa công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý nghiêm các vi phạm pháp luật trong lĩnh vực đa dạng sinh học và các vi phạm về bảo vệ môi trường.

Nghiên cứu, lựa chọn các dự án đầu tư có hiệu quả kinh tế cao đồng thời không gây ô nhiễm, không tổn hại đến môi trường sinh thái, không vi phạm quy hoạch phát triển du lịch của thành phố. Kiên quyết loại bỏ các dự án đầu tư không hiệu quả, gây ô nhiễm và tổn hại đến môi trường sinh thái.

- *Thứ hai, trồng rừng ngập mặn bảo vệ đầm phá:* Do diện tích rừng ngập mặn còn lại ít nên việc trồng và phát triển thêm các diện tích rừng ngập mặn để tái tạo và phục hồi, góp phần thích ứng với biến đổi khí hậu, tạo các vành đai xanh bảo vệ vùng ven đầm phá và bảo tồn đa dạng sinh học vùng đầm phá ven biển cũng là một trong những giải pháp quan trọng hàng đầu để bảo vệ tài nguyên, môi trường vùng ven biển của Thừa Thiên Huế đồng thời tận dụng các khu vực rừng ngập mặn để phát triển du lịch sinh thái.

Hình 1. Rừng Rú Chá- Thừa Thiên Huế *(Nguồn Internet)*

- Thứ ba, quy hoạch phát triển các mô hình du lịch sinh thái : Tạo cơ chế, chính sách phát triển du lịch sinh thái bền vững. Đẩy mạnh công tác giáo dục môi trường không chỉ dừng lại ở du khách và cộng đồng cư dân địa phương mà còn phải tiến hành cho các nhà lập chính sách, nhà quản lý, các đơn vị và đối tượng kinh doanh du lịch tại điểm tài nguyên. Phát triển du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng. Đào tạo nguồn nhân lực, đầu tư nguồn vốn cho du lịch sinh thái.

4.2. Nhóm giải pháp về yếu tố thuộc về văn hoá – xã hội

Là vùng đất văn hiến, có bề dày lịch sử, văn hoá đặc sắc và truyền thống cách mạng vẻ vang, bên cạnh các di tích lịch sử, di tích tôn giáo, Thừa Thiên Huế còn tự hào là nơi có một không gian văn hóa đặc sắc (vật thể và phi vật thể), một "gia tài" văn hóa tiêu biểu cho văn hóa Việt Nam. Để sản phẩm này không đến giai đoạn bão hoà và thu hút nhiều hơn nữa lượng khách du lịch nội địa đến Thừa Thiên Huế, ta cần những giải pháp sau:

- Thứ nhất, đa dạng hóa sản phẩm du lịch để khai thác đầy đủ giá trị văn hoá – xã hội:

Loại hình du lịch tham quan di sản, di tích, tâm linh gần như đã đem lại lợi thế khác biệt cho Huế, làm nên một thương hiệu Huế rất riêng trong thời gian qua, nhưng dường như đã "quá cũ" trong mắt của khách du lịch, cảm hứng về một nét Huế xưa thông qua các giá trị vật chất đang dần bị quên lãng và mai một. Vậy tại sao không "làm mới" và "làm khác", nâng cao chất lượng thông qua việc kêu gọi các doanh nghiệp dịch vụ chuyên nghiệp xây dựng được một sản phẩm đặc biệt, mang nét riêng khác biệt chỉ có tại Huế. Chẳng hạn, trải nghiệm "một ngày làm Vua" đưa du khách vào không gian tái hiện Huế xưa, trải nghiệm văn hóa cung đình và các hoạt động trong hoàng cung, hay "du lịch thiền tịnh", đưa du khách vào không gian tâm linh, thanh tịnh, thiền kết hợp xu hướng du lịch chữa bệnh.

Kết hợp loại hình du lịch sinh thái với nhiều loại hình du lịch khác để nâng cao tính đa dạng của sản phẩm.

- Thứ hai, giáo dục ý thức bảo vệ di sản cho du khách và cộng đồng địa phương. Tập huấn chuyên môn, thái độ ứng xử với di sản, với du khách tham quan cho cán bộ và nhân dân như người bán hàng, dân địa phương, lái xích lô, xe ôm tạo ra hoạt động du lịch bền vững tại khu di sản văn hóa.

- Thứ ba, huy động nguồn vốn trong nước và ngoài nước cho hoạt động trùng tu, tôn tạo, bảo vệ di tích. Khai thác di sản trong du lịch phải gắn liền với công tác tu bổ, trùng tu tôn tạo di tích nếu không di tích sẽ bị hủy hoại, tàn phá bởi chính hoạt động du lịch của con người. Do đó, cần huy động nguồn vốn trong và ngoài nước cho hoạt động trùng tu, tôn tạo. Ngoài nguồn thu vé tham quan, cần yêu cầu các doanh nghiệp lữ hành có đưa khách đến tham quan di sản trích một phần lợi nhuận của mình đóng góp vào quỹ bảo tồn di sản.

- Thứ tư, quan tâm bảo tồn các giá trị của di sản để tăng tính hấp dẫn của điểm đến: Việc trùng tu, tôn tạo các di sản cần đảm bảo tính chân thực của di tích, vật liệu trùng tu cần đảm bảo số lượng, chất lượng, quy cách, kích thước sao cho không ảnh hưởng đến tính nguyên vẹn của di tích và phải giữ nguyên những giá trị bất biến độc đáo, đặc sắc riêng có của các di sản.

- Thứ năm, xây dựng đội ngũ hướng dẫn viên đủ về số lượng và chất lượng cho các điểm tham quan: Để du lịch thực sự góp phần quảng bá giá trị của di sản văn hóa, cần có cơ chế bắt buộc các công ty du lịch phải sử dụng hướng dẫn viên tại địa phương, hoặc có cơ chế kiểm tra năng lực, trình độ của hướng dẫn viên các công ty du lịch về mức độ hiểu biết các giá trị của di sản thì mới cấp thẻ hướng dẫn tại di sản đó.

- Thứ sáu, tăng cường các biện pháp bảo vệ môi trường trong khu di tích, di sản. Trong

kinh phí cho trùng tu, tôn tạo di tích cần dành một nguồn kinh phí cho công tác bảo vệ môi trường tại khu di tích, di sản như tăng cường số lượng các thùng rác cho du khách, áp dụng các hệ thống xử lý nước thải, rác thải trong khu di tích.

- *Thứ bảy, tăng cường công tác quy hoạch, tổ chức, quản lý lễ hội:* Tổ chức, có kế hoạch, qui hoạch, những chính sách ưu tiên hỗ trợ cho hoạt động du lịch lễ hội. Xác định các lễ hội tiêu biểu để tiến hành lập qui hoạch, định hướng cho sự phát triển. Đồng thời cần đổi mới công tác tổ chức hoạt động lễ hội tạo sự hài hòa giữa phần lễ và phần hội. Ban hành qui chế cụ thể về việc quản lý lễ hội.

- *Thứ tám, đây mạnh phát triển các làng nghề truyền thống.* Hình thành chiến lược xúc tiến thương mại, khai thác thông tin thị trường và quảng bá cho sản phẩm làng nghề truyền thống địa phương. Thực hiện đầu tư cải tiến công nghệ, thiết bị cho doanh nghiệp sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ. Tăng cường ứng dụng khoa học, kỹ thuật vào sản xuất, kết hợp công nghệ thủ công truyền thống và đổi mới mẫu mã sản phẩm. Thực hiện các chính sách khuyến khích, ưu đãi để phát triển nghề và làng nghề thủ công truyền thống địa phương. Xây dựng chiến lược và chính sách phát triển nguồn nhân lực làng nghề.

4.3. Nhóm giải pháp về yếu tố thuộc chất về cơ sở vật chất

- *Thứ nhất, đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin:*

Hình thành và phát triển các phần mềm, tiện ích thông minh trong du lịch. Hiện nay, trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế đã phối hợp với các doanh nghiệp du lịch tổ chức một số hình thức du lịch thông minh, như: sử dụng mã vạch QR Code để truy cập thông tin, hình ảnh của hiện vật đang trưng bày tại Bảo tàng Cổ vật Cung đình Huế hoặc trải nghiệm "Đi tìm Hoàng Cung đã mất" bằng công nghệ thực tế ảo VR tại Đại Nội, hệ thống thuyết minh tự động Audio Guide với 12 ngôn ngữ thuyết minh. Một số trang mạng như: Cổng thông tin điện tử du lịch Huế visithue.vn, Apps Visit Hue. Tuy nhiên, điều đó vẫn chưa đủ, nên nghiên cứu và đưa vào sử dụng nhiều hơn nữa các phần mềm hỗ trợ du khách tại các điểm tham quan di sản như: phần mềm hướng dẫn tham quan hoặc mở rộng cài đặt hệ thống phần mềm thuyết minh tự động tại các điểm tham quan khác chứ không chỉ tại các điểm tham quan di sản và nên miễn phí cho du khách khi sử dụng phần mềm này chứ không phải bán vé như hiện nay.

Đẩy mạnh việc phát triển và hoàn thiện hạ tầng mạng. Nên lắp đặt các trạm phát wifi miễn phí tại các điểm du lịch hướng đến việc phủ sóng wifi toàn thành phố Huế.

Tổ chức đào tạo về công tác quản lý đô thị và phát triển du lịch thông minh cho nguồn nhân lực của tỉnh, đồng thời liên kết, tạo điều kiện cho các đội ngũ này tham gia các khóa tập huấn thực tế tại các nước công nghệ phát triển.

- *Thứ hai, phát triển cơ sở hạ tầng giao thông*. Một trong những điều kiện tiền đề để du lịch “cất cánh” chính là cơ sở hạ tầng giao thông phải được đầu tư đồng bộ, hiện đại.

Hình thành và phát triển hệ thống xe buýt chuyên biệt ưu tiên phục vụ khách du lịch. Mạng lưới các tuyến xe buýt phải kết nối được hầu hết các điểm du lịch trong tỉnh nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho du khách trong việc di chuyển để tham quan, mua sắm, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng tại đây. Các tuyến xe buýt chuyên biệt phục vụ du lịch cần tạo điểm nhấn, tính đặc trưng đặc biệt đối với du khách bằng việc trang trí màu sắc, hình dáng và các công nghệ sử dụng cho các phương tiện này. Xây dựng nhiều chính sách về hình thức vé phù hợp với khách du lịch nhằm tạo ra sự hấp dẫn, tiện lợi của xe buýt chuyên biệt này.

Hình 2. Xe buýt 2 tầng phục vụ khách du lịch *(Nguồn: Internet)*

Phát triển mạng lưới giao thông đường bộ phục vụ du khách: Hai ngành Giao thông vận tải và Du lịch cần nghiên cứu để đưa ra bộ tiêu chuẩn cho các phương tiện vận chuyển khách du lịch nhằm chuẩn hoá chất lượng vận chuyển du khách..

- *Thứ ba, phát triển hệ thống lưu trú và ăn uống (khu resort, khách sạn, homestay, nhà hàng,…) đáp ứng nhu cầu du khách nhằm tăng khả năng thu hút của điểm đến*.

Về dịch vụ lưu trú:

Quản lý nhà nước: Tăng cường công tác quản lý Nhà nước đối với các loại hình dịch vụ trên địa bàn, đặc biệt là dịch vụ lưu trú, quản lý chặt chẽ sau cấp giấy phép các doanh nghiệp tư nhân. Trong lĩnh vực lưu trú, cần duy trì kế hoạch thẩm định, tái thẩm định khách sạn nhằm phát hiện, nhắc nhở giúp doanh nghiệp chấn chỉnh kịp thời những thiếu sót trong kinh doanh.

Về quy mô, loại hình cơ sở lưu trú và ăn uống. Xu hướng du lịch hiện nay là chất lượng, du khách thường lựa chọn khách sạn cao sao, vì thế ngành du lịch Thừa Thiên Huế nên khuyến khích các cơ sở nâng cấp cơ sở vật chất. Khách sạn có thể 3 sao, nhưng chất lượng cần được 4 sao. Một hạn chế của Thừa Thiên Huế là thiếu các cơ sở để tổ chức du lịch MICE có thể lên đến 1.000 khách, hay lớn hơn. Do đó, ngành du lịch nên tham mưu tỉnh để thu hút thêm các nhà đầu tư ở lĩnh vực lưu trú.

Nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực:

Đầu tư hệ thống cơ sở vật chất trong lĩnh vực sản xuất, chế biến thực phẩm kinh doanh ăn uống. Cần xây dựng, thiết kế những nhà hàng, quán ăn mang đậm phong cách truyền thống của địa phương nhằm mang lại sức thu hút cao đối với du khách.

Đào tạo nguồn nhân lực trong lĩnh vực sản xuất, chế biến thực phẩm kinh doanh có chất lượng cao. Để chế biến được những món ăn ngon, độc đáo, trình diễn những kỹ thuật chế biến mới lạ, hấp dẫn và tạo dựng được phong cách phục vụ chuyên nghiệp không những bản thân người lao động có lòng nhiệt huyết đam mê, tự trau dồi kiến thức mà cần có sự đào tạo bài bản từ phía các trường lớp, các Viện nghiên cứu. Có vậy mới tạo ra được đội ngũ người lao động đáp ứng nhu cầu về số lượng và chất lượng.

Cần xây dựng các chương trình quảng bá chuyên đề về du lịch ẩm thực cho các thị trường nội địa trọng điểm. Khai thác tốt hơn hình thức marketing trực tuyến và mạng xã hội để quảng bá rộng rãi hơn cho ẩm thực Huế. Quy hoạch các vùng sản xuất nguyên liệu chế biến theo cách thức truyền thống, an toàn để vừa đáp ứng nhu cầu về nguyên liệu, đồng thời có thể phục vụ nhu cầu trải nghiệm các hoạt động sản xuất của du khách. Hình thành mô hình liên kết giữa các hãng lữ hành, các công ty du lịch và nhà nông có mức tiêu thụ lớn.

- *Thứ tư, nâng cao ý thức người dân*. Sự thân thiện và lòng hiếu khách của người dân Huế hiện nay đang được du khách đánh giá cao, tỉnh cần tập trung vào thế mạnh này.

4.4. Nhóm giải pháp về yếu tố thuộc về dịch vụ bổ trợ

- *Thứ nhất, tăng cường thu hút khách du lịch bằng hoạt động mua sắm.*

Nên quy hoạch một khu trung tâm dành riêng cho các chủng loại hàng hóa phục vụ nhu cầu mua sắm, giải trí, khám phá của du khách, đặc biệt là các sản phẩm thủ công truyền thống.

Phát triển quà lưu niệm Huế thành sản phẩm đặc trưng, mang thương hiệu Huế. Tỉnh nên tạo điều kiện để các cơ sở sản xuất có điều kiện tiếp cận với các tư liệu, tài liệu về các bảo vật, các kiến trúc đặc sắc từ đó lấy ý tưởng sản xuất các sản phẩm mang "hồn" Huế, đậm chất văn hóa Huế. Trong sản xuất phải quan tâm việc đáp ứng các mục tiêu phục vụ khách du lịch, sản phẩm thân thiện với môi trường, tích hợp mã xuất xứ hàng hóa, thông tin riêng biệt của từng loại sản phẩm gắn với mỗi địa phương, nghệ nhân cụ thể.

- *Thứ hai, tăng cường thu hút khách du lịch bằng các hoạt động giải trí.*

Thu hút vốn đầu tư: Điểm vui chơi giải trí là điều hạn chế của du lịch Thừa Thiên Huế lâu nay. Điểm đến cần có điểm vui chơi giải trí đẳng cấp, hay một công viên nước có sức chứa lớn để thu hút khách. Muốn đạt được điều đó, cần thu hút nhà đầu tư lớn để đầu tư xây dựng một tổ hợp khu vui chơi giải trí đẳng cấp.

Hình 3. Vinpearl Land Nha Trang *(Nguồn: Internet)*

Việc thiếu tính giải trí vào ban đêm là yếu tố ảnh hưởng không hề nhỏ khiến Thừa Thiên Huế không giữ được chân du khách ở lại lâu hơn. Vì thế, cần quy hoạch khu vực phát triển hoạt động giải trí về đêm gắn với hoạt động du lịch, trong đó tập trung vào các loại hình đặc thù về đêm phục vụ du lịch là phố đêm, phố đi bộ, phố ẩm thực ở khu vực trung tâm thành phố Huế, khu vực Đại Nội. Ưu tiên các dự án tập trung vào "Kinh đô ẩm thực", "Kinh đô áo dài", du lịch thông minh. Hoàn thiện, nâng cao chất lượng các phố đêm, phố đi bộ hiện có nhằm đảm bảo hệ thống các dịch vụ như mua sắm, ăn uống, nghệ thuật, vui chơi giải trí sôi động, đặc sắc, đặc trưng của văn hóa và con người Huế.

- *Thứ ba, tăng cường thu hút khách du lịch bằng hoạt động chăm sóc sức khoẻ.*

Phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe (Wellness Tourism). Có thể nói, dịch bệnh đã làm thay đổi nhu cầu của du khách. Du khách chú trọng chăm sóc sức khỏe trong mùa dịch nhiều hơn, trở thành xu hướng mới của du lịch. Với xu hướng này, tại điểm đến Thừa Thiên Huế, các khu nghỉ dưỡng nên chủ động khai thác nhiều dịch vụ mới, tập trung vào gói "Wellness" (chăm sóc sức khỏe). Gói Welness sẽ tạo cơ hội khai thác một thị trường khách tiềm năng, những người giàu điều kiện kinh tế và thời gian nhàn rỗi, có nhu cầu đi du lịch để cải thiện sức khỏe.

Tạo những sản phẩm du lịch gắn liền với sức khoẻ. Với tuyến đường đi bộ hai bên bờ sông Hương, hoạt động tắm sông, phong trào chèo SUP, đi bộ, đạp xe kết hợp với khám phá điểm văn hóa, cảnh quan xung quanh thành phố Huế gắn với chăm sóc sức khỏe ở những khách sạn cao sao là sự kết hợp được hướng đến để tạo nhiều sản phẩm hấp dẫn. Thừa Thiên Huế có lợi thế ẩm thực đa dạng, bổ dưỡng nên kết hợp với chế độ ăn uống lành mạnh và thực phẩm đảm bảo chất lượng, an toàn sẽ mang lại hiệu quả cao.

4.5. Nhóm giải pháp về yếu tố thuộc về an ninh, an toàn

Một trong những giải pháp kích cầu du lịch nội địa là ngăn "loạn" cò mồi, chèo kéo du khách. Một điểm đến muốn phát triển nguồn khách du lịch trước tiên phải đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách. Hiện nay, một thực tế đáng buồn là ở Thừa Thiên Huế vẫn đang tồn tại tình trạng chặt chém, chèo kéo… khách du lịch tại các điểm du lịch, chợ Đông Ba,.. Vậy, để cải thiện tình trạng mất an ninh, an toàn cho du khách, chúng ta cần có những giải pháp như sau:

- *Thứ nhất*, ở các biển chỉ dẫn du lịch, những bảng giới thiệu điểm du lịch, hay những ấn phẩm giới thiệu nên đưa thêm đường dây nóng của thanh tra Sở Du lịch và số máy của Công an địa phương. Khi có những sự việc gây ảnh hưởng thì du khách dễ dàng tìm thấy số điện thoại nóng để phản ảnh và kịp thời được xử lý. Cần tăng cường thành lập thêm các trạm tiếp nhận thông tin.

- *Thứ hai*, sử dụng mạng xã hội như là một kênh để chống "chặt chém" hiệu quả, bởi lẽ bên cạnh việc tuyên truyền, quảng bá du lịch, những hình ảnh phê phán các hành động xấu đối với du khách cũng được đưa lên.

- *Thứ ba*, cơ quan chức năng và Ủy ban nhân dân các cấp thực hiện đồng bộ các giải pháp bảo đảm an ninh, an toàn cho khách du lịch; tăng cường kiểm tra, phát hiện, ngăn chặn và xử lý kiên quyết các đối tượng đeo bám, gây phiền hà cho khách du lịch. Ban hành chế tài xử lý, giám sát các tổ chức, cá nhân kinh doanh dịch vụ, hàng hoá, phải niêm yết giá công khai và bán theo giá đã niêm yết; hàng hoá phải có nhãn mác và nguồn gốc xuất xứ, đảm bảo chất lượng, số lượng, trọng lượng. Kiên quyết xử lý nghiêm các trường hợp kinh doanh vi phạm quy định về giá và không chấp hành bảng giá dịch vụ cũng như cạnh tranh không lành mạnh về giá.

Để xử lý dứt điểm, ngoài các biện pháp xử phạt mạnh, Thừa Thiên Huế cần tính tới biện pháp căn cơ, dài hơi. Nạn "chặt chém", chèn

ép du khách bắt nguồn từ thực tế cuộc sống. Đất nước vẫn còn khó khăn nên nhiều chính sách chưa bao quát hết các thành phần xã hội, nhiều người phải làm như vậy để sinh nhai. Do đó, các địa phương cần xem xét, tạo công ăn việc làm phù hợp cho họ. Chính quyền địa phương, cơ quan quản lý phải đưa ra những chương trình xã hội, nhằm tạo ra việc làm mới cho những cộng đồng dân cư yếu thế. Về phía cộng đồng, cần chung tay quan tâm chia sẻ cho họ có cơ hội cải thiện cuộc sống bằng việc làm lương thiện.

5. Kết luận

Trên cơ sở kết quả phân tích thực trạng và những định hướng liên quan, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp liên quan đến khả năng đáp ứng dịch vụ, các cơ chế - chính sách, tăng cường công tác xúc tiến quảng bá, hoàn thiện công tác tổ chức kinh doanh, cải thiện chất lượng dịch vụ, đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao nhận thức về văn hoá khách du lịch nội địa. Trong đó nhấn mạnh đến giải pháp làm mới, đa dạng hoá các sản phẩm du lịch, nâng cao cơ sở hạ tầng, đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ và tăng cường công tác xúc tiến quảng bá đối với thị trường khách du lịch nội địa nhằm thu hút đầu tư và nâng cao hình ảnh của điểm đến Thừa Thiên Huế đối với thị trường khách du lịch nội địa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa (2006), "*Giáo trình kinh tế du lịch*", Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.

2. Phạm Xuân Hậu, Nguyễn Kim Hồng (1996) "*Địa lý Du lịch*", Nhà xuất bản Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.

3. Nghị quyết Số 54-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

4. Quốc hội Nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam (2017), "*Luật Du lịch 2017*", Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Việt Nam.

Nước ngoài

1. Aziz, Azlizam (2002), "An Evaluation of the Attractiveness of Langkawi Island as a Domestic Tourist Destination based on the Important and Perceptions of Different Types of Attractions", Michigan State University.

2. Hu, Y., and Ritchie, J. B. (1993), "*Measuring destination attractiveness: A contextual approach*", Journal of Travel Research.