

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

HUỲNH THỊ HỒNG HẠNH

PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG
LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH KINH TẾ CHÍNH TRỊ

HÀ NỘI - 2024

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

HUỲNH THỊ HỒNG HẠNH

PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG
LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGÀNH KINH TẾ CHÍNH TRỊ

Mã số: 9310102

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. HOÀNG THỊ BÍCH LOAN

HÀ NỘI - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Trong luận án, các số liệu, kết quả được nêu là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng và trích dẫn đầy đủ theo quy định.

Tác giả luận án



Huỳnh Thị Hồng Hạnh

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
MỞ ĐẦU	1
Chương 1: TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG	10
1.1. Những nghiên cứu đã công bố có liên quan đến đề tài luận án	10
1.2. Kết luận rút ra từ những công trình nghiên cứu đã công bố và những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng	25
Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG	30
2.1. Khái niệm, đặc điểm và vai trò của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng	30
2.2. Nội dung, tiêu chí đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng	50
2.3. Kinh nghiệm về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng và bài học rút ra cho tỉnh Thừa Thiên Huế	82
Chương 3: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM	95
3.1. Khái quát chung về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội của tỉnh Thừa Thiên Huế và tiềm năng du lịch miền Trung Việt Nam	95
3.2. Tình hình phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam	109
3.3. Đánh giá chung về phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam	137
Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045	153
4.1. Phương hướng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045	153
4.2. Giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045	162
KẾT LUẬN	186
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN	188
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	189
PHỤ LỤC	207

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

AEC	: ASEAN Economic Community (Cộng đồng kinh tế Asean) Đông Nam Á)
CNTT	: Công nghệ thông tin
CPTPP	: Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên) Thái Bình Dương
DTI	: Digital Transformation Index (Chỉ số Chuyển đổi số)
FDI	: Foreign Direct Investment (Đầu tư trực tiếp nước ngoài)
FTA	: Free Trade Area (Hiệp định thương mại tự do)
GRDP	: Gross regional domestic product (Tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh/thành phố)
HĐND	: Hội đồng nhân dân
HMZ	: Hồng Kông, Ma Cao và Chu Hải
ICT Index	: Information and Communication Technologies Index (Chỉ số sẵn sàng ứng dụng công nghệ thông tin)
KH-CN	: Khoa học - công nghệ
KT-XH	: Kinh tế - xã hội
MICE	: Meeting Incentive Convention Event/ Exhibition (Du lịch kết hợp với tổ chức các sự kiện triển lãm, hội nghị, hội thảo...)
PCI	: Provincial Competitiveness Index (Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh)
QLNN	: Quản lý nhà nước
UBND	: Ủy ban nhân dân
UNESCO	: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa) của Liên Hợp Quốc
UNWTO	: World Tourism Organization (Tổ chức Du lịch Thế giới)
VH,TT&DL	: Văn hóa, thể thao và du lịch
WTO	: World Trade Organization (Tổ chức Thương mại Thế giới)

DANH MỤC CÁC BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 3.1. Lịch sử liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam	102
Bảng 3.2. Vốn đầu tư thực hiện ở Thừa Thiên Huế theo giá hiện hành phân theo ngành kinh tế từ năm 2015-2022	124
Bảng 3.3. Thực trạng lao động ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2010 - 2022	126
Bảng 4.1. Một số chỉ tiêu chủ yếu của ngành du lịch Thừa Thiên Huế đến năm 2030	159

DANH MỤC CÁC HÌNH, BIỂU ĐỒ

	<i>Trang</i>
Hình 2.1. Sơ đồ mối quan hệ giữa các chủ thể trong phát triển du lịch	47
Biểu đồ 3.1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011 - 2022	96
Biểu đồ 3.2. Mười chỉ số thành phần của PCI (1-100) của tỉnh Thừa Thiên Huế từ 2011-2022	122
Biểu đồ 3.3. Cơ cấu một số loại hình lưu trú chủ yếu ở Thừa Thiên Huế từ năm 2014 - 2021	130
Biểu đồ 3.4. Lượng khách du lịch và tốc độ tăng trưởng khách du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022	140
Biểu đồ 3.5. Lượng khách du lịch quốc tế và nội địa đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022	141
Biểu đồ 3.6. Thị phần khách du lịch từ 6 quốc gia hàng đầu đến lưu trú tại Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022	142
Biểu đồ 3.7. Doanh thu du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022	143
Biểu đồ 3.8. Đóng góp giá trị gia tăng của ngành du lịch trong GRDP tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2020	143
Biểu đồ 3.9. Tổng số lượt khách du lịch đến Thừa Thiên Huế và các tỉnh miền Trung Việt Nam năm 2019	149
Biểu đồ 3.10. Ngày lưu trú trung bình/ 1 khách đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2021	150

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Thực tiễn phát triển kinh tế trên thế giới đã chứng minh rằng du lịch là một ngành có khả năng thay đổi diện mạo của một địa phương, một quốc gia, nhờ hiệu quả kinh tế cao từ xuất khẩu du lịch và khai thác văn hóa tại chỗ. Sự phát triển của du lịch không chỉ thúc đẩy các ngành kinh tế hỗ trợ như giao thông vận tải, bưu chính viễn thông, bảo hiểm... mà còn góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập, giảm đô thị hóa, bảo tồn di sản, nâng cao chất lượng các hoạt động văn hóa v.v... Do đó, như là một cỗ máy quan trọng, du lịch trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và mang lại sự thịnh vượng.

Phát triển du lịch là một trong những chủ trương lớn được ưu tiên xem trọng từ sớm và xuyên suốt chiều dài lịch sử của Đảng và Nhà nước ta. Đại hội đảng toàn quốc lần thứ VI (năm 1986) đã nêu: “Đi đôi với đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá, chúng ta hết sức coi trọng và tạo mọi điều kiện thuận lợi để phát triển các hoạt động thu ngoại tệ như du lịch, kiều hối (...)” [42]. Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030 của Đảng (2021) quán triệt: “đẩy mạnh cơ cấu lại ngành du lịch, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển đồng bộ, bền vững và hội nhập quốc tế; chú trọng liên kết giữa ngành du lịch với các ngành, lĩnh vực khác trong chuỗi giá trị hình thành nên các sản phẩm du lịch để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” [48, tr.248-249].

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Trong những năm gần đây, liên kết kinh tế trong phát triển du lịch đã trở thành một xu hướng mới trong hợp tác phát triển kinh tế vùng và là chiến lược trọng tâm tại nhiều địa phương, vùng, quốc gia. Đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng, liên kết kinh tế trong phát triển du lịch vùng như là một thực tế khách quan, đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển du lịch. Tác giả Trần Xuân Quang và Trần Thị Vân Hoa cùng nhận định: Liên kết phát triển du lịch vùng giúp khai thác hiệu quả lợi thế tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng và các nguồn lực khác của địa phương và doanh nghiệp tham gia. Điều này không chỉ tăng khả năng cạnh tranh, thu hút đầu tư, gia tăng lượng khách du lịch, mà còn biến vùng liên kết thành một điểm đến thống nhất, hấp dẫn du khách đến từng địa phương trong mạng lưới liên kết [64], [106]. Tác giả Bùi Thị Quỳnh Thơ cho rằng liên kết vùng là một giải pháp phát triển du lịch tiết kiệm và hiệu quả. Khi biên giới du lịch giữa các địa phương mờ đi, vùng liên kết trở thành một điểm đến chung, thống nhất với sự đa dạng sản phẩm dựa trên lợi thế riêng của từng vùng miền [148].

Tác giả Nguyễn Phú Thắng bổ sung thêm: với những lãnh thổ có tài nguyên tương đồng, liên kết vùng sẽ hiệu quả trong việc giảm thiểu sự manh mún và trùng lặp, tạo ra các sản phẩm du lịch đặc trưng, đồng thời duy trì lợi ích bền vững và lâu dài cho phát triển du lịch vùng và mỗi địa phương [144].

Miền Trung là vùng đất trải dài từ Thanh Hóa đến Bình Thuận, có nhiều đồi núi sát biển, chia cắt thành các đồng bằng nhỏ hẹp và có khí hậu thuộc hàng khắc nghiệt ở Việt Nam. Khu vực này có tiềm năng du lịch phong phú với lịch sử lâu đời, có văn hóa đặc sắc, cảnh quan thiên nhiên đa dạng, bờ biển dài 1.900km với nhiều vịnh và bãi biển đẹp, có điều kiện đón tiếp và phục vụ du lịch chất lượng cao... Đặc biệt, miền Trung là nơi tập trung hàng loạt di sản thế giới của Việt Nam, định hình thành một chuỗi di sản trải dài như: Thành nhà Hồ (Thanh Hóa), Vườn Quốc Gia Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), Quần thể di tích cố đô Huế (Thừa Thiên Huế), Phố cổ Hội An, tháp cổ Mỹ Sơn (Hội An) v.v... Miền Trung Việt Nam luôn được Đảng và Nhà nước quan tâm, thể hiện ở nhiều văn kiện quan trọng như Nghị quyết số 39-NQ/TW (16/08/2004) của Bộ Chính trị; Kết luận số 25-KL/TW (ngày 02/08/2012) của Bộ Chính trị; Nghị quyết số 26-NQ/TW (ngày 03/11/2022) của Bộ Chính trị... và các quy hoạch phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ, vùng duyên hải Nam Trung Bộ v.v... Những năm qua, phát triển du lịch ở miền Trung có nhiều chuyển biến tích cực. Tuy nhiên, trong quá trình đó vẫn tồn tại nhiều “điểm nghẽn”, đặc biệt là về vấn đề liên kết phát triển du lịch trong vùng. Du lịch vùng hiện vẫn phát triển chủ yếu theo lối “tự lực địa phương”, manh mún, phối hợp khá lỏng lẻo và hiệu quả thấp. Các đặc trưng địa phương chưa được kết nối sâu để tạo sức mạnh cộng hưởng. Hợp tác du lịch còn hạn chế, tự phát và thường dừng lại ở mức cam kết, thỏa thuận, thiếu cơ chế phối hợp hiệu quả. Giao thông kết nối vùng còn kém, thiếu nguồn lực khởi động và các chính sách đột phá... Sản phẩm du lịch vùng vẫn đơn điệu, trùng lặp, chỉ mới phát triển theo chiều rộng, chưa thống nhất, chưa xây dựng được thương hiệu chung. Sự phối hợp phát triển du lịch chưa dựa trên sự chuyên môn hóa hay phân công lao động theo chuỗi giá trị, chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn trong điều kiện vận hành của cơ chế thị trường và phát triển bền vững [8], [14], [105], [106].

Trong xu thế đó, du lịch ở một địa phương muốn phát triển phải vươn ra khỏi phạm vi hành chính của một địa phương, của vùng, thậm chí là một quốc gia, một khu vực... Việc phát triển du lịch ở một địa phương trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng hoặc rộng hơn chính là kiến tạo nên sức mạnh mới, mở ra cho phát triển dài hơi, bền vững của ngành du lịch.

Thừa Thiên Huế nằm ở cực nam của vùng Bắc Trung Bộ, là một trong 05 tỉnh/thành phố thuộc vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, là vùng đất văn hiến, có bề dày lịch sử, chứa đựng không gian văn hóa đặc sắc (cả về vật thể và phi vật thể), được xem là “gia tài” tiêu biểu của văn hóa Việt Nam (nổi bật với sự hiện diện của 07 di sản được UNESCO công nhận là di sản thế giới). Tỉnh có ngành du lịch phát triển từ sớm, hiện nay, du lịch Thừa Thiên Huế đã dần thể hiện là ngành kinh tế mũi nhọn với tốc độ phát triển khá nhanh và khá bền vững (doanh thu du lịch của tỉnh giai đoạn 2016-2019 tăng bình quân 11,4%/năm) [41, tr.2]. Thừa Thiên Huế hiện được xem là một điểm đến đặc biệt của khu vực miền Trung Việt Nam. Thực tiễn liên kết du lịch của Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam như Quảng Nam, Đà Nẵng, Quảng Bình, Quảng Trị... đang diễn ra khá tích cực, dần có những bước phá lớn, các mối quan hệ ngày càng được củng cố và tăng cường, các nội dung liên kết gia tăng, một số đi vào chiều sâu chất lượng. Các chương trình lớn như “Con đường di sản miền Trung”, “Ba địa phương - một điểm đến”, “Miền di sản diệu kỳ”, hay “Con đường sinh thái, văn hóa tâm linh Bắc miền Trung”... đã góp phần phát huy các lợi thế về tài nguyên du lịch, thúc đẩy phát triển du lịch Thừa Thiên Huế và các tỉnh vùng Trung Bộ. Tuy nhiên, thực tế phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung còn tồn tại nhiều điểm nghẽn như liên kết giữa các tỉnh chưa có nhiều bước tiến, hầu như triển khai chỉ ở mức khởi đầu, thường dừng lại ở mức cam kết, thỏa thuận, thiếu cơ chế phối hợp hiệu quả, còn mang tính hình thức, các mối liên kết chưa đủ chặt chẽ, chưa phát huy được sức mạnh của sự kết nối... Địa phương chưa thực sự chú trọng về phát triển du lịch liên kết, tư tưởng “tự lực địa phương”, cạnh tranh với các tỉnh trong vùng vẫn còn khá mạnh mẽ, liên kết đã diễn ra khá lâu nhưng chưa có những sản phẩm du lịch liên kết mới lạ, độc đáo, các nguồn lực dành cho hoạt động liên kết du lịch còn thiếu hụt v.v... Từ đó chưa thể khai thác tối đa các thế mạnh du lịch của tỉnh/vùng, chưa tạo được sức mạnh cộng hưởng từ liên kết để thúc đẩy du lịch Thừa Thiên Huế và các tỉnh lân cận phát triển mạnh, chưa đáp ứng được các yêu cầu của sự phát triển và các yêu cầu của cơ chế thị trường, cũng như các mục tiêu phát triển bền vững v.v...

Những vấn đề trên đặt ra yêu cầu cần tiếp tục nghiên cứu và bổ sung thêm các luận cứ về mặt lý luận và thực tiễn đối với phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Đặc biệt, cần làm rõ thực trạng và đưa ra các giải pháp phù hợp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam một cách mạnh mẽ hơn. Xuất phát từ những nguyên nhân trên,

tác giả lựa chọn đề tài “*Phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam*” làm luận án Tiến sĩ chuyên ngành Kinh tế chính trị.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, luận án làm rõ thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam giai đoạn 2011-2022, đề xuất phương hướng và các giải pháp chủ yếu thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2045.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện được mục đích nghiên cứu nêu trên, các nhiệm vụ sau sẽ được luận án thực hiện:

Thứ nhất, tiến hành tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến đề tài luận án. Từ đây, luận án sẽ khái quát những giá trị mà các công trình đã đạt được, xác định những khoảng trống thuộc đề tài luận án mà các công trình đã công bố chưa giải quyết, từ đó luận án xác định vấn đề tập trung nghiên cứu giải quyết.

Thứ hai, luận giải những vấn đề lý luận về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Tìm hiểu kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng ở trong nước, từ đó rút ra những bài học cho tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thứ ba, phân tích, đánh giá thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam từ năm 2011 đến năm 2022, chỉ ra những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân.

Thứ tư, đề xuất những phương hướng và giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2045.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu của luận án

Đối tượng nghiên cứu của luận án là phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, tiếp cận ở góc độ chuyên ngành Kinh tế chính trị.

3.2. Phạm vi nghiên cứu của luận án

* *Phạm vi nội dung nghiên cứu*

Nghiên cứu phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Liên kết ở đây là đang nói đến liên kết kinh tế, mà cụ thể là liên kết

du lịch của một tỉnh với những tỉnh khác thuộc vùng địa lý của quốc gia. Bởi vậy, khi đề cập đến khía cạnh liên kết Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam, tác giả chỉ tập trung nghiên cứu trong phạm vi liên kết du lịch mà thôi. Chủ thể chính của đề tài luận án là chính quyền địa phương cấp tỉnh của tỉnh Thừa Thiên Huế, đặt trong mối quan hệ với các chủ thể khác có liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

Lý giải cho sự lựa chọn này là do: trong nền kinh tế thị trường, cơ chế thị trường chính là cơ chế tốt nhất điều tiết nền kinh tế một cách có hiệu quả, tuy nhiên nó cũng có không có ít các khuyết tật. Bởi vì, ở đó, mỗi chủ thể kinh tế, mỗi ngành, mỗi địa phương... đều có những lợi ích riêng của mình và tìm mọi cách tối ưu hóa lợi ích đó, tuy nhiên trong khi thực hiện các hoạt động để tối ưu hóa lợi ích của mình, mỗi chủ thể, mỗi địa phương hay vùng có thể nhìn thấy hoặc không nhìn thấy sự vi phạm đến lợi ích của chủ thể khác, ngành khác, địa phương khác... cho nên tất yếu nảy sinh hiện tượng lợi ích của chủ thể này, địa phương này tăng lên làm thiệt hại tới lợi ích của cá nhân khác, bộ phận khác, địa phương khác trong xã hội, nếu xét trên phạm vi tổng thể, lúc này chi phí xã hội khi sản xuất một khối lượng hàng hóa (dịch vụ) nhất định đã lớn hơn chi phí tư nhân của các nhà sản xuất. Về mặt xã hội, biểu hiện của xu hướng này là sự phân bố các nguồn lực không hợp lý; các hoạt động kinh tế chồng chéo, cản trở, tiết tiết triền lẫn nhau; cơ cấu kinh tế bị đảo lộn, kéo theo các vấn đề khác phát sinh... Trong lĩnh vực du lịch, tương tự như vậy, đối với một vùng địa lý nhất định, sự phát triển của địa phương này có thể ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển của du lịch ở địa phương khác nếu có sự trùng lặp về tài nguyên du lịch cũng như quá trình khai thác, phát triển du lịch tương đồng, làm thiệt hại đến lợi ích tổng thể vùng và nền kinh tế quốc dân nói chung. Vì thế cần phải có sự can thiệp của Nhà nước, bởi một số vấn đề, tự bản thân kinh tế thị trường không giải quyết được. Cho nên, có thể thấy, vai trò của các cơ quan QLNN, mà nhất là chính quyền địa phương cấp tỉnh đối với việc phát triển du lịch trong liên kết là quan trọng.

Ở đây nội dung chủ yếu của nghiên cứu về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng được chúng tôi xem xét, tập trung ở: xây dựng quy hoạch, kế hoạch cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác

trong vùng. Đặc biệt, nội dung đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng được làm rõ, với xuất phát từ chủ thể tiếp cận là chính quyền địa phương cấp tỉnh, mối quan hệ với các chủ thể liên quan được xem xét gồm: mối quan hệ với các nhà cung ứng sản phẩm du lịch, với du khách, với cộng đồng dân cư, với chính quyền địa phương các tỉnh liên kết trong vùng.

** Phạm vi không gian nghiên cứu*

Luận án nghiên cứu phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Miền Trung ở đây là vùng địa lý của Việt Nam, bao gồm 14 tỉnh/thành phố, kéo dài từ tỉnh Thanh Hóa đến Bình Thuận.

** Phạm vi thời gian nghiên cứu*

Luận án tập trung nghiên cứu thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2022 và đề xuất giải pháp đến năm 2030, tầm nhìn 2045. Tác giả lựa chọn giai đoạn nghiên cứu này vì nó gắn với 10 năm tỉnh Thừa Thiên Huế thực hiện Nghị quyết 06-NQ/TU (ngày 15/11/2011) của Tỉnh ủy về “Xây dựng Thừa Thiên Huế xứng tầm là trung tâm văn hóa, du lịch đặc sắc của cả nước giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn đến năm 2020”.

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án dựa trên cơ sở lý luận và phương pháp luận của phép duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của Chủ nghĩa Mác - Lênin, kết hợp với Tư tưởng Hồ Chí Minh và các quan điểm, đường lối của Đảng Cộng sản Việt Nam, các chính sách, pháp luật của Nhà nước về phát triển du lịch, liên kết kinh tế... Đồng thời, dựa trên các lý thuyết kinh tế liên quan như lý thuyết về kinh tế du lịch hiện đại, lý thuyết về sự thất bại của thị trường và vai trò của nhà nước, lý thuyết về liên kết kinh tế, lý thuyết về lợi thế so sánh và chuỗi giá trị, lý thuyết về phân công và hiệp tác lao động, lý thuyết về phân cấp, phân quyền v.v...

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện được mục đích và nhiệm vụ đề ra, luận án sử dụng hệ thống các phương pháp nghiên cứu bao gồm: các phương pháp truyền thống của khoa học xã hội nói chung và của chuyên ngành kinh tế chính trị nói riêng cụ thể như: Phương pháp trừu tượng hóa khoa học, phân tích - tổng hợp, logic và lịch sử, diễn dịch và quy nạp, mô hình hóa, thống kê, so sánh đối chiếu... Trong đó:

- *Phương pháp trừu tượng hóa khoa học*: Đối với chuyên ngành Kinh tế chính trị phương pháp trừu tượng hóa khoa học là phương pháp tiếp cận rất quan trọng, bởi vì khi tiến hành phân tích các vấn đề kinh tế, xã hội nói chung, phát triển du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng nói riêng, không thể sử dụng kính hiển vi, hay các hóa chất như ở trong phòng thí nghiệm, mà cần sử dụng năng lực tư duy trừu tượng khi nghiên cứu. Phương pháp trừu tượng hóa khoa học đòi hỏi phải gạt bỏ những yếu tố ngẫu nhiên, những hiện tượng tạm thời, gián tiếp không thuộc bản chất ra khỏi quá trình nghiên cứu, mà chỉ giữ lại những dấu hiệu trực tiếp, ổn định, điển hình, tiêu biểu của đối tượng nghiên cứu, từ đó nắm được bản chất của đối tượng nghiên cứu. Nghiên cứu sự phát triển của du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam có liên quan đến nhiều vấn đề, ảnh hưởng của nhiều nhân tố như nhân tố kinh tế, xã hội, văn hoá..., vì thế việc nghiên cứu không hề đơn giản, vận dụng phương pháp trừu tượng hoá khoa học giúp tìm ra được bản chất của đối tượng nghiên cứu của luận án này. Cụ thể, phương pháp trừu tượng hóa khoa học được sử dụng nhằm đi sâu phân tích bản chất của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng (nói chung) và bản chất của phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam (nói riêng).

- *Phương pháp phân tích và tổng hợp* được tác giả sử dụng chủ yếu để phân tích tình hình nghiên cứu có liên quan đến đề tài luận án, tổng hợp, rút ra những kết quả đã đạt được, chỉ ra các "khoảng trống" mà đề tài cần tiếp tục nghiên cứu. Đồng thời, phân tích khung lý luận và kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, đúc rút những bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thừa Thiên Huế. Trên cơ sở những thông tin và các số liệu có căn cứ khoa học, phương pháp này còn được tác giả sử dụng để phân tích thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam giai đoạn 2011 - 2022, đánh giá kết quả và rút ra những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân.

- *Phương pháp so sánh và đối chiếu*: từ việc thu thập tài liệu, phân tích số liệu và thống kê, tác giả áp dụng phương pháp so sánh và đối chiếu nhằm hỗ trợ quá trình đánh giá sự phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung và so sánh đối chiếu với các địa phương khác trong vùng. Đồng thời, tác giả cũng xem xét mối quan hệ giữa sự phát triển này với xu hướng phát triển trên thế giới.

- *Ngoài những phương pháp nêu trên, tác giả còn sử dụng các phương pháp logic và lịch sử, diễn dịch và quy nạp...* được sử dụng chủ yếu nhằm làm rõ thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

giai đoạn 2010 - 2022, từ đó rút ra những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân hạn chế. Ngoài ra, trên cơ sở khung lý thuyết về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng và thực trạng vấn đề nghiên cứu ở tỉnh Thừa Thiên Huế, tác giả còn sử dụng các phương pháp đó để tiến hành xây dựng phương hướng, đề xuất các giải pháp khách quan, khoa học, khả thi nhằm đạt được các mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu đã đề ra.

5. Những đóng góp mới của luận án

5.1. Đóng góp về lý luận

Những đóng góp của luận án về phương diện lý thuyết là xác định và làm rõ các vấn đề lý luận cơ bản về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, cụ thể gồm: Khái niệm và nội hàm về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; Đặc điểm, vai trò phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; Nội dung phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng (với những đặc thù nhất định ở góc độ Kinh tế chính trị); Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá và làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

5.2. Đóng góp về thực tiễn

Một là, luận án đã rút ra những bài học kinh nghiệm về phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam trên cơ sở phân tích kinh nghiệm từ một số địa phương như thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh.

Hai là, luận án đã làm rõ thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam giai đoạn 2011-2022 trên các nội dung của khung lý luận đã xây dựng ở Chương 2. Luận án chỉ ra những thành tựu đạt được, những hạn chế tồn tại và nguyên nhân dẫn đến những thành tựu cũng như những hạn chế cần khắc phục trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam giai đoạn 2011-2022.

Ba là, trên cơ sở những vấn đề lý luận và thực tiễn đã được làm rõ từ chương 1-3, luận án phân tích bối cảnh mới, đề xuất các phương hướng và xây dựng hệ thống 07 nhóm giải pháp cơ bản thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Bốn là, kết quả nghiên cứu của luận án là tài liệu tham khảo cho hoạt động nghiên cứu, giảng dạy trong các ngành khoa học xã hội, mà nhất là chuyên ngành Kinh tế chính trị tại các trường đại học, cao đẳng, các Học viện, các trường chính trị tỉnh, thành phố, cũng như các sở, ban ngành liên quan đến lĩnh vực nghiên cứu v.v...

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục các công trình khoa học của tác giả đã công bố, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, luận án gồm 4 chương, 10 tiết.

Chương 1: Tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố có liên quan đến phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Chương 2: Cơ sở lý luận và kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Chương 3: Thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Chương 4: Phương hướng và giải pháp phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045

Chương 1
TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ
CÓ LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH
TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG

1.1. NHỮNG NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1.1. Các nghiên cứu bàn về phát triển du lịch

* *Các nghiên cứu ở nước ngoài*

Regina Scheyvens và Robin Biddulph (2017) “*Inclusive tourism development*” - (*Phát triển du lịch toàn diện*) [200]. Theo các tác giả, trong bối cảnh bất bình đẳng ngày càng gia tăng trên toàn cầu, điều quan trọng là phải xem xét làm thế nào để du lịch, một trong những ngành công nghiệp lớn nhất thế giới, trở nên toàn diện hơn. Mối quan tâm này được đặt ra trong bối cảnh, thứ nhất, việc sử dụng du lịch như một công cụ để hội nhập xã hội ở châu Âu ngày càng tăng, thứ hai, những kỳ vọng mới trong mục tiêu phát triển bền vững (SDGs), trong đó khu vực tư nhân sẽ chịu trách nhiệm nhiều hơn cho việc này.

Bogdan Sofronov (2018), “*The development of the travel and tourism industry in the world*” (*Sự phát triển của ngành du lịch trên thế giới*) [186]. Theo bài báo, ngành du lịch và lữ hành thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, cải thiện sự phát triển xã hội và thúc đẩy hòa bình. Hàng trăm triệu người trên thế giới đang phụ thuộc vào lĩnh vực này để có việc làm. Ở một số nền kinh tế hải đảo, ngành du lịch và lữ hành không chỉ là nhà tuyển dụng lớn nhất mà còn là nhà tuyển dụng duy nhất. Vì thế góp phần tạo ra các nền kinh tế vững bền. Ngành du lịch và lữ hành là lĩnh vực đa dạng bao gồm hàng triệu công ty, nhà tuyển dụng, từ các thương hiệu du lịch lớn nhất toàn cầu đến các nhà điều hành chương trình du lịch hay các chủ nhà trọ nhỏ nhất. Chúng ta cùng nhau tạo thành một lực lượng đáng gờm với tiếng nói được lắng nghe ở các cấp cao nhất của xã hội và chính phủ.

Kusubakti Andajani và cộng sự (2018), “*Development of Tourism Industry and National Economic Security*” (*Phát triển ngành du lịch và an ninh kinh tế quốc dân*) [198]. Nhóm tác giả cho rằng: du lịch là một động lực kinh tế, du lịch tạo thu nhập để phát triển kinh tế của quốc gia. Tuy nhiên, trên thực tế việc phát triển ngành du lịch vẫn chưa được thực hiện một cách tối ưu. Ngành du lịch nên được phát triển bởi mọi quốc gia vì tám lý do chính: (1) Du lịch là nhân tố thúc đẩy phát triển kinh tế quốc gia và

quốc tế; (2) Sự khởi nguồn của sự thịnh vượng thông qua sự phát triển của thông tin liên lạc, giao thông vận tải, chỗ ở và các dịch vụ khác; (3) Đặc biệt quan tâm đến bảo tồn văn hóa, các giá trị xã hội về giá trị kinh tế; (4) Công bằng về phúc lợi do tiêu dùng của khách du lịch tại một điểm đến; (5) Kiểm được ngoại hối; (6) Kích hoạt thương mại quốc tế; (7) Kích hoạt sự tăng trưởng và phát triển của các cơ sở giáo dục chuyên nghiệp và các cơ sở đặc biệt hình thành nên tâm hồn của lòng hiếu khách đáng tin cậy và lịch sự; (8) Thị phần cho các sản phẩm địa phương, đa dạng hóa các sản phẩm.

João Romão (2018), “*Tourism, Territory and Sustainable Development*” (*Du lịch, Lãnh thổ và Phát triển bền vững*) [195]. Ngành du lịch đã trở thành một hiện tượng địa lý và kinh tế xã hội phức tạp đương thời, với nhiều động cơ du lịch (ví dụ: giải trí, văn hóa, lối sống thoải mái, sức khỏe, thiên nhiên...) và với nhiều tác động khác nhau (ví dụ: tác động kinh tế đô thị và khu vực, hiện tượng đông đúc, suy thoái môi trường...). Sự gia tăng phúc lợi, tính di động trong không gian và các kênh thông tin và truyền thông toàn cầu (đặc biệt là mạng xã hội) đã thúc đẩy du lịch xuất hiện, phát triển và bùng nổ nhanh chóng trên toàn cầu. Theo tác giả đã đến lúc phải có sự phân tích tổng hợp sâu hơn trong nghiên cứu du lịch, đặc biệt chú ý đến các khía cạnh kinh tế xã hội và môi trường trong toàn hệ thống của ngành công nghiệp quan trọng này. Như vậy, João Romão đã biên soạn một chuyên khảo được thiết kế hệ thống và công phu về các khía cạnh KT-XH, môi trường và không gian của du lịch hiện đại, cung cấp nhiều những công cụ nghiên cứu định lượng và phân tích sâu sắc với các nghiên cứu du lịch nâng cao, lấp đầy khoảng trống quan trọng trong tài liệu khoa học vùng hiện nay.

Konstantinos Andriotis và cộng sự (2022), “*Tourism Planning and Development in Western Europe*” (*Quy hoạch và phát triển du lịch ở Tây Âu*) [197]. Trong nhiều thập kỷ, các nước Tây Âu đã thực hiện sự đa dạng trong lộ trình quy hoạch và phát triển du lịch. Hầu hết những quốc gia đã trải qua sự tăng trưởng nhanh chóng, thậm chí là không giới hạn, làm cho du lịch phát triển quá mức, vì thế cần đưa ra các chính sách tôn trọng giới hạn của cộng đồng và tính bền vững các nguồn lực của họ. Cuốn sách tập hợp những thảo luận của các học giả du lịch, những người là chuyên gia ở các quốc gia về các vấn đề trong phát triển du lịch, với một loạt các phương pháp tiếp cận, nghiên cứu ở Bỉ, Đan Mạch, Quần đảo Faroe, Phần Lan, Pháp, Đức, Greenland, Iceland, Ireland, Ý, Malta, Na Uy, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Thụy Điển và Vương quốc Anh. Tập trung chủ yếu vào phát triển, lập kế hoạch và chính sách du lịch. Cung cấp các nghiên cứu điển hình (thành công và không thành công) để đề xuất

các giải pháp thực tế. Xem xét du lịch sau COVID-19, vai trò quan trọng của các bên liên quan trong ngành du lịch và quá trình tái phát triển ở Tây Âu sau đại dịch này.

** Các nghiên cứu ở trong nước*

Luận án tiến sĩ của tác giả Nguyễn Hoàng Phương (2017) với đề tài: “*Phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long trong hội nhập quốc tế*” [103]. Công trình làm rõ cơ sở lý luận của chủ nghĩa Mác - Lênin về hàng hóa dịch vụ, sự ra đời của ngành du lịch trong nền kinh tế thị trường; phân tích các vấn đề lý luận về du lịch như sản phẩm du lịch, thị trường và tiêu thức phân loại thị trường du lịch, đặc biệt về vai trò của ngành du lịch đối với phát triển kinh tế, đối với văn hóa - xã hội; nêu bật và mô tả cụ thể phương pháp tiếp cận nghiên cứu, cũng như cách thức sử dụng phương pháp trừu tượng hóa khoa học khi tiến hành nghiên cứu; thông qua việc đánh giá các điều kiện tự nhiên, KT-XH và thực trạng những yếu tố tác động đến sự phát triển du lịch của Vùng đồng bằng sông Cửu Long trong hội nhập kinh tế quốc tế, tác giả phân tích và đánh giá thực trạng phát triển du lịch của Vùng, chỉ ra những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân; đề xuất các giải pháp phát triển du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long trong hội nhập quốc tế một cách hiệu quả hơn.

Luận án của tác giả Lê Minh Hiếu (2017) với đề tài: “*Phát triển du lịch ở Đồng Tháp trong hội nhập kinh tế quốc tế*” [62]. Công trình chỉ ra những nội dung, các yếu tố ảnh hưởng, các tiêu chí đánh giá sự phát triển du lịch của một địa phương cấp tỉnh trong hội nhập kinh tế quốc tế. Đối với tiêu chí đánh giá được xác định trên hai khía cạnh về: đánh giá kết quả phát triển và đánh giá trình độ phát triển. Đáng chú ý là, tác giả đề cập đến các phương thức chính để thực hiện gồm: phát huy được thế mạnh đặc trưng của địa phương nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến cấp tỉnh; đẩy mạnh liên kết, trong đó chú trọng liên kết vùng; đảm bảo hài hòa giữa các chủ thể; phù hợp với quy luật “cung - cầu”; theo hướng bền vững trong mối quan hệ hài hòa giữa các mục tiêu phát triển; phát triển gắn với đảm bảo an ninh, trật tự, an toàn xã hội. Những yếu tố ảnh hưởng tới phát triển du lịch ở địa phương cấp tỉnh trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế gồm: nhóm thứ nhất là nhóm các yếu tố trong chính nội tại phát triển của điểm đến du lịch (tức là phía cung du lịch) như tài nguyên du lịch, lao động du lịch, sản phẩm du lịch, kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, chất lượng dịch vụ...; nhóm thứ hai là nhóm các yếu tố từ phía “cầu” du lịch quốc tế; nhóm thứ ba là nhóm các yếu tố từ xu thế phát triển du lịch của thế giới. Từ đây xác lập cơ sở trong phân tích thực trạng phát triển du lịch trong hội nhập kinh tế quốc tế ở tỉnh Đồng

Tháp, xây dựng định hướng, giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch ở tỉnh Đồng Tháp, đưa du lịch của tỉnh trở thành ngành kinh tế quan trọng.

Võ Thị Thu Ngọc (2018) với công trình luận án tiến sĩ: “*Kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở tỉnh Thừa Thiên Huế*” [89]. Tác giả trình bày những vấn đề lý luận về kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững, đặc biệt xây dựng nội dung và nhóm các tiêu chí đánh giá về kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững gồm: gắn với định hướng tăng trưởng kinh tế ổn định, chất lượng, bền vững; hướng tới giải quyết các vấn đề xã hội đồng thời với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử của địa phương; định hướng phát triển luôn song hành với bảo vệ tài nguyên, môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu. Từ nền tảng đó, tác giả làm rõ thực trạng, đánh giá những kết quả đạt được, những vấn đề hạn chế, nguyên nhân và đề xuất tám nhóm giải pháp nhằm đẩy mạnh sự phát triển kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2006-2016.

Trịnh Thị Phan (2019) với công trình luận án tiến sĩ được nghiên cứu ở góc độ chuyên ngành địa lý học: “*Nghiên cứu phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ*” [97]. Tác giả đã cập nhật, làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về phát triển ngành du lịch vận dụng cho lãnh thổ cấp vùng. Đối với vùng Bắc Trung Bộ, ngoài những yếu tố tác động phổ biến đến phát triển du lịch Vùng, tác giả bổ sung thêm một số nhân tố mang tính cập nhật như đô thị hóa và hệ thống đô thị, tình hình an ninh chính trị, an toàn xã hội, toàn cầu hóa... giúp bổ sung vào các chỉ tiêu phát triển du lịch cho Tổng cục du lịch, điều này đã đóng góp tích cực hơn cho phát triển du lịch của vùng Bắc Trung Bộ và du lịch cả nước cũng như sự phát triển KT-XH của vùng và các địa phương trong vùng; dựa trên việc xác định các tiêu chí và thông qua điều tra xã hội học, công trình phân tích phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ giai đoạn 2000 - 2015, nêu ra những thành tựu và thách thức, đề xuất định hướng và các nhóm giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ trong thời gian tiếp theo.

Bùi Trọng Tiến Bảo, Quyền Đình Hà (2019) trong bài viết: “*Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch vùng Đồng Tháp Mười trong bối cảnh hội nhập*” [10]. Bài báo đề xuất mô hình nghiên cứu và xác định mức độ ảnh hưởng của bảy biến độc lập và một biến phụ thuộc đến phát triển du lịch của Vùng gồm: sản phẩm du lịch; xúc tiến và thu hút đầu tư du lịch; cơ chế chính sách; nguồn nhân lực; liên kết và hội nhập quốc tế về du lịch; cơ sở hạ tầng và một biến trung gian là lợi ích kinh tế vùng. Kết quả nghiên cứu khẳng định mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường, có độ phù hợp tổng thể và giá trị cấu trúc tốt với tất cả thang đo đặc tính đơn hướng, đảm giá trị hội tụ và giá trị

phân biệt của mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch Đồng Tháp Mười trong bối cảnh hội nhập. Công trình đã có những đóng góp về cả mặt thực tiễn và lý thuyết, đặc biệt bổ sung thêm liên kết vùng và lợi ích của liên kết vùng trong mô hình nghiên cứu.

Nguyễn Tuấn Anh (2021) trong công trình luận án tiến sĩ: “*Phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*” [4]. Công trình này tiếp cận ở góc độ chuyên ngành Kinh tế quốc tế. Tác giả phân tích bốn nội dung của phát triển du lịch (theo nghĩa rộng) bao gồm: (1) mô hình đánh giá phát triển du lịch (được xây dựng từ mô hình chu trình sống du lịch của Butler và mô hình không gian phát triển du lịch của Miossec); (2) du lịch trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế (với sự tham gia vào các tổ chức gồm WTO, AEC, CPTPP); (3) du lịch trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư (với nền tảng du lịch 4.0 hướng tới bốn nhóm đối tượng gồm các doanh nghiệp du lịch, chính quyền, khách du lịch và người dân địa phương); (4) các nhân tố tác động tới phát triển du lịch. Đối với thực trạng vấn đề nghiên cứu ở tỉnh Thừa Thiên Huế, tác giả phân tích các nội dung về đào tạo nguồn nhân lực; cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch; mở rộng thị trường du lịch quốc tế thông qua xúc tiến và quảng bá; vai trò của du lịch đối với phát triển kinh tế tỉnh Thừa Thiên Huế. Điểm nổi bật trong công trình này là khi đưa ra tám giải pháp, tác giả đã chỉ dẫn đầy đủ với mục đích, nội dung, cách thức và lộ trình thực hiện cho mỗi giải pháp.

Trần Thị Yến Anh (2022) trong “*Phát triển du lịch nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng*” [7]. Hệ thống hóa và làm sáng tỏ cơ sở lý luận về phát triển du lịch nông thôn; chỉ ra bốn nhóm yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch nông thôn gồm khả năng tiếp cận, nguồn lực, môi trường kinh doanh và khả năng quản trị. Theo tác giả có năm nội dung phát triển du lịch nông thôn gồm: phát triển cung du lịch nông thôn; phát triển cầu du lịch nông thôn; phát triển các nguồn lực phục vụ du lịch nông thôn; xây dựng, hoàn thiện chính sách hỗ trợ, thúc đẩy phát triển du lịch nông thôn; bảo vệ và phát triển môi trường du lịch nông thôn. Đặc biệt, tác giả đề cập đến vai trò của tính liên kết vùng với phát triển du lịch nông thôn là giúp sử dụng hết mọi khả năng, nguồn lực du lịch của địa phương và bên ngoài, kết nối được với các cơ quan QLNN và các doanh nghiệp du lịch, các hiệp hội du lịch v.v... Những tiêu chí đánh giá sự phát triển du lịch nông thôn được xác định từ phía cầu và phía cung du lịch nông thôn. Từ đó, tác giả làm rõ thực trạng phát triển du lịch nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng, đề xuất các giải pháp đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030.

1.1.2. Các công trình nghiên cứu về liên kết du lịch, liên kết du lịch ở miền Trung Việt Nam

1.1.2.1. Các nghiên cứu về liên kết du lịch

* Các nghiên cứu ở nước ngoài

Cevat Tosun và các cộng sự (2005), “*Cross-Border Cooperation in Tourism Marketing Growth Strategies*” (*Hợp tác xuyên biên giới trong các chiến lược tăng trưởng tiếp thị du lịch*) [190]. Các tác giả đã thực hiện một cuộc nghiên cứu về hợp tác xuyên biên giới giữa Thổ Nhĩ Kỳ và Hy Lạp trong các chiến lược tăng trưởng tiếp thị du lịch (marketing du lịch) và xác định được một số chiến lược nhằm tăng cường hiệu quả của công tác này trong hợp tác giữa hai nước. Nghiên cứu nhận định việc xây dựng các chiến lược quảng bá du lịch thống nhất là cơ hội to lớn mà liên kết hai quốc gia mang lại (như cùng tổ chức hội chợ du lịch thế giới, thiết kế trang website du lịch chung, thực hiện chiến lược giảm giá vận chuyển khách, phối hợp đào tạo nguồn nhân lực du lịch...). Bởi thế, điều cần thiết để thực hiện chiến lược Marketing du lịch chung một cách hiệu quả, thành công là thành lập một tổ chức du lịch xuyên biên giới chung, tạo đủ nguồn tài chính, tăng cường sự tham gia của các nhóm lợi ích kinh doanh và các tổ chức phi chính phủ từ cả hai bên biên giới. Nghiên cứu cũng chỉ ra trong bối cảnh này, hợp tác xuyên biên giới trong tiếp thị du lịch còn có các thách thức.

Cathy Hsu, Zheng Gu (2009), “*Regional tourism collaboratinon in the Pearl river delta, China*” (*Hợp tác du lịch vùng ở đồng bằng sông Châu Giang, Trung Quốc*) [189]. Sự bùng nổ của ngành công nghiệp trò chơi sòng bạc ở Ma Cao và kế hoạch xây dựng cầu Hồng Kông, Ma Cao và Chu Hải (HMZ) mang lại cơ hội tốt cho phát triển du lịch của các điểm đến này. Tuy nhiên, nếu Hồng Kông, Ma Cao và Chu Hải không có liên kết, hợp tác vùng có thể gây dư thừa công suất và suy giảm sự tăng trưởng lành mạnh của du lịch trong vùng do vấn đề cạnh tranh gay gắt giữa các địa phương này. Quan chức chính phủ, các nhà nghiên cứu du lịch, những người hoạt động trong ngành du lịch ở HMZ là các chủ thể được tác giả thực hiện phỏng vấn chuyên sâu. Câu hỏi nghiên cứu là: ba điểm đến nên hợp tác ra sao để phát triển du lịch của khu vực (theo hướng hợp tác)? Dựa trên các cuộc phỏng vấn và phương pháp phân tích SWOT khi tập trung vào mối quan hệ nội bộ của HMZ và những mối đe dọa từ các đối thủ cạnh tranh (bên ngoài) trong phát triển du lịch. Điểm nổi bật là bài viết chỉ rõ vai trò lãnh đạo của Chính phủ và chính quyền các địa phương trong việc liên kết, hợp tác này (thông qua phỏng vấn chuyên sâu) cụ thể: ba chính quyền địa phương của HMZ nên đóng vai trò lãnh trong hợp tác du lịch (đầu tiên là hoạch định chính sách và đưa ra

quyết định cuối cùng về kế hoạch phát triển du lịch, vì vậy, ý định và mong muốn của các chính quyền này sẽ định hướng phát triển du lịch ở từng điểm đến trong số ba điểm đến; tiếp theo là các vấn đề chính trị hoặc hành chính liên quan đến hợp tác khu vực như giải quyết các vấn đề về trạm kiểm soát, đất đai, chính quyền địa phương có thể xin phép Chính quyền Trung ương ở Bắc Kinh; cuối cùng, bất kỳ cơ chế giám sát, trọng tài hoặc kỷ luật nào được thiết kế để phục vụ các kế hoạch hợp tác, liên kết và hiện thực hóa hoạt động hợp tác khu vực đều cần có sự tham gia của chính phủ để có tính thẩm quyền và hiệu quả.

Katazyna Czernek (2013), “*Determinants of cooperation in a tourist region*” (*Các yếu tố quyết định hợp tác trong một vùng du lịch*) [196]. Bài viết xác định các yếu tố quyết định liên kết hợp tác du lịch vùng và trình bày tác động của chúng đến sự liên kết hợp tác này. Tác giả đề xuất khung phân tích với hai nhóm yếu tố: ngoại sinh, nội sinh. Nhóm liên quan đến hệ thống phạm vi lãnh thổ lớn hơn vùng du lịch (một quốc gia, hay nhóm quốc gia, hoặc thậm chí là toàn cầu) đó là các yếu tố ngoại sinh; còn nhóm yếu tố nội sinh chủ yếu được tạo ra từ ngay bên trong nội bộ vùng du lịch. Nghiên cứu đã chỉ ra: nhân tố nhận thức, thái độ, tư tưởng từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung trước đó cũng gây tác động tiêu cực đến sự liên kết du lịch; nhân tố tiềm lực của nền kinh tế, nhân tố kiến thức, kinh nghiệm quản lý của chính quyền địa phương đối với ngành du lịch có tác động chi phối mạnh mẽ, cũng như ngược lại tạo ra rào cản to lớn đến sự hợp tác của các bên liên quan; nhân tố cơ chế thị trường còn yếu là những yếu tố ngoại sinh làm cản trở quá trình liên kết du lịch; vấn đề lợi ích kinh tế, quan hệ lợi ích giữa các bên không thỏa đáng, là rào cản đối với liên kết phát triển du lịch... Sự khác biệt về mức độ phát triển du lịch của mỗi địa phương cũng cho thấy sự sẵn lòng hợp tác giữa các tỉnh/thành phố này hay không. Yếu tố pháp lý liên quan đến khoảng cách địa lý, chính trị; cơ chế phân cấp, phân quyền... cũng ảnh hưởng đến quá trình liên kết này.

Bozena Krce Mioči và cộng sự (2016), “*Management of sustainable tourism destination through stakeholder cooperation*” (*Quản lý điểm đến du lịch bền vững thông qua hợp tác các bên liên quan*) [187]. Các tác giả chỉ ra: du lịch là một hiện tượng phát triển nhanh chóng và sự phát triển bền vững của nó là cần thiết. Bên cạnh thành tựu, tác động tiêu cực của du lịch với điểm đến là sự suy thoái môi trường, các yếu tố KT-XH của cộng đồng địa phương. Khái niệm đa bên trong quản lý điểm đến bao gồm tất cả các nhóm lợi ích. Việc quản lý điểm đến tổng hợp phải điều phối, kết nối được tất cả chủ thể liên quan có lợi ích khác nhau trong một điểm đến du lịch,

nhằm tạo ra sản phẩm du lịch chất lượng, hình ảnh điểm đến dễ nhận biết, đồng thời đạt được khả năng cạnh tranh bền vững lâu dài trên thị trường. Tuy nhiên, dựa trên cách tiếp cận các bên liên quan, trong khái niệm phát triển du lịch bền vững thì vấn đề được nhấn mạnh là vai trò chủ chốt chính phủ trong phát triển KT-XH. Từ kết quả của nghiên cứu, công trình gợi mở những chính sách đối với phát triển du lịch tại các điểm đến (trong đó nhấn mạnh việc khuyến khích hợp tác, liên kết trao đổi thông tin giữa các bên, đối thoại thường xuyên, xây dựng cơ quan điều phối chung, phải ban hành được các quy định pháp luật để thực hiện được các mục tiêu chung).

Kuznetsova và các cộng sự (2017), “*Mega-Clusters as a tool of interregional cooperation in tourists field*” (Siêu cụm ngành du lịch là công cụ hợp tác liên vùng trong lĩnh vực du lịch) [199]. Nội dung chủ yếu của nghiên cứu là đề xuất đẩy nhanh sự phát triển du lịch bằng cách nâng cao mức độ hợp tác liên vùng từ quan điểm cạnh tranh cùng tồn tại và cùng tồn tại trong cạnh tranh trong các cụm du lịch lớn trên lãnh thổ Cộng hòa Liên Bang Nga. Cùng hợp tác, cùng hỗ trợ, cạnh tranh lành mạnh, cùng hướng đến xây dựng thương hiệu du lịch toàn cầu là những cơ hội có được nhờ việc hình thành các siêu cụm ngành du lịch lớn này. Vì thiếu nguồn lực tài chính ở các vùng riêng biệt, nên phương thức liên kết này giúp có được sự tiết kiệm nhờ tính kinh tế theo quy mô, cho phép mỗi đơn vị hành chính - lãnh thổ phát triển và cải thiện lợi thế cạnh tranh của mình bằng cách yêu cầu sự kích thích phát triển của các bên tham gia khác. Ở đây, để hình thành một siêu cụm du lịch cần phải có sự thống nhất giữa chính quyền các địa phương (bang/vùng) thông qua việc ban hành các khung pháp lý, các cam kết, các chính sách thuế và vấn đề ngân sách hỗ trợ của liên bang; ban hành được một tiêu chuẩn du lịch thống nhất, công bố thương hiệu du lịch của toàn cụm; kết nối hệ thống hạ tầng đường sắt; lựa chọn ra một trường đại học uy tín đảm nhận việc đào tạo, bồi dưỡng chung cho toàn cụm liên kết đó... Như vậy, công trình này có ý nghĩa thực tiễn là làm rõ vai trò, cũng như những nhiệm vụ mà nhà nước và chính quyền các địa phương cần thực hiện để liên kết, hợp tác thành công.

Halina Kiryluk và cộng sự (2020), “*Benefits and barriers to cooperation in the process of building a place's brand: perspective of tourist region stakeholders in Poland*” (Lợi ích và rào cản hợp tác trong tiến trình xây dựng thương hiệu địa điểm: góc nhìn của các bên liên quan trong vùng du lịch ở Ba Lan) [192]. Những rào cản được chỉ ra trong hợp tác liên kết du lịch cấp độ vùng đó là: sự nhận thức, sự tin tưởng của các bên hợp tác (là yếu tố cản trở lớn nhất) và vấn đề tài chính (là rào cản nếu ngân sách của tổ chức xúc tiến du lịch vùng hạn hẹp sẽ hạn chế khả năng thực hiện

hoạt động quảng bá; hay mức phí đóng góp của các chủ thể tham gia liên kết cao có thể khiến việc hợp tác liên kết trở nên e ngại hoặc ngược lại sẽ khuyến khích các thành viên tiềm năng). Bên cạnh đó, các doanh nghiệp du lịch nhiều khi e ngại về sự cạnh tranh của đối thủ hơn là quan tâm đến liên kết, điều này làm cho quá trình hợp tác du lịch bị cản trở, thiếu chiều sâu và thậm chí có thể bị gián đoạn... Tất cả những điều đó làm cho quá trình xây dựng thương hiệu du lịch vùng có thể không đạt được mà đôi khi còn dẫn đến sự xung đột.

** Các nghiên cứu ở trong nước*

Trần Hữu Sơn (2016) trong bài viết “*Xây dựng cơ chế chính sách liên kết vùng và tiểu vùng du lịch Tây Bắc*” [140]. Các nguyên tắc liên kết vùng được tác giả chỉ rõ gồm: (1) tôn trọng nguyên tắc toàn vẹn; (2) liên kết du lịch trong khu vực là một quá trình năng động với các đặc điểm phối hợp, di chuyển, hội nhập, định kỳ, vì vậy cần tuân thủ trật tự các nguyên tắc phát triển; (3) nguyên tắc lợi ích và kết hợp lợi ích kinh tế với các lợi ích văn hóa, xã hội và môi trường sinh thái.

Phạm Thị Hồng Cúc, Phan Thị Hồng Dung (2018) trong bài viết: “*Liên kết không gian du lịch phía Tây Đông bằng sông Cửu Long - Hiện trạng và giải pháp*” [28]. Tác giả nêu ra các hình thức liên kết phát triển du lịch vùng theo những cách phân loại khác nhau: *thứ nhất*, căn cứ vào sự liên kết giữa các chủ thể vĩ mô có liên kết dọc và liên kết ngang; *thứ hai*, căn cứ vào sự liên kết giữa các chủ thể vi mô có liên kết giữa doanh nghiệp - hộ gia đình, doanh nghiệp - doanh nghiệp, doanh nghiệp - Nhà trường, Viện nghiên cứu; *thứ ba*, theo tính chất lãnh thổ gồm liên kết các trung tâm hay các cực phát triển với các địa phương/ vùng; *thứ tư*, theo phạm vi có liên kết thành cụm hay mạng lưới vùng. Các điều kiện liên kết vùng cũng được thể hiện trong bài báo như: lợi thế so sánh vùng; sự chia sẻ lợi ích chung của các nhóm xã hội và sự đồng thuận về thể chế, đồng bộ về cơ chế chính sách, quản trị vùng; nhờ chuyên môn hóa để tạo lợi thế quy mô; có các loại hạ tầng khác nhau với kết cấu đồng bộ và hiện đại.

Luận án Tiến sĩ “*Phát triển du lịch theo tuyến hành lang kinh tế Lạng Sơn - Hà Nội*” của tác giả Nguyễn Thị Ngọc Anh (2018) (chuyên ngành địa lý học) [5] Trong công trình này, vai trò của tuyến hành lang kinh tế với phát triển du lịch; khái niệm, đặc điểm, hiệu quả, các yếu tố ảnh hưởng tới phát triển du lịch theo tuyến hành lang kinh tế được tác giả luận giải. Từ phân tích thực tiễn phát triển du lịch theo tuyến hành lang kinh tế Lạng Sơn - Hà Nội (2010 - 2016), tác giả đã làm rõ sự phát triển du lịch theo tuyến hành lang kinh tế này có những tiềm năng, lợi thế, những kết quả đạt được, những hạn chế nào, đặc biệt, đánh giá được phát triển du lịch theo tuyến hành lang kinh

tế Lạng Sơn - Hà Nội chịu sự tác động của những yếu tố như: hệ thống pháp luật, cơ chế chính sách chưa đáp ứng, chưa tạo điều kiện thuận lợi; lợi nhuận thấp do thiếu sự hợp tác, liên kết; các tour du lịch hấp dẫn chưa xây dựng được. Để khắc phục, có bảy nhóm giải pháp thực hiện gồm hợp tác, liên kết phát triển du lịch; đầu tư cho phát triển du lịch; phát triển nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao; hình thành hiệp hội du lịch trên phạm vi bốn địa phương v.v...

Nguyễn Minh Tuân (2019) trong bài báo “*Các nhân tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh liên kết phát triển vùng du lịch trong bối cảnh hiện nay*” [169]. Tiếp cận ở góc độ quản lý nhà nước về du lịch, bài viết đã tập trung phân tích các yếu tố về chủ trương, chính sách, quy hoạch, đơn vị cung ứng dịch vụ, kết cấu hạ tầng xã hội, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, khoảng cách về vị trí địa lý... ảnh hưởng đến việc thực hiện liên kết giữa các vùng du lịch ra sao. Theo tác giả, khai thác được những lợi thế so sánh về tài nguyên du lịch, về nhân lực, về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật và những nguồn lực khác, gia tăng khả năng cạnh tranh là những lợi ích mà liên kết phát triển vùng du lịch mang lại. Các điều kiện tối thiểu theo tác giả cần đảm bảo để liên kết phát triển vùng du lịch hiệu quả là: vùng có lợi thế so sánh; có hệ thống cơ sở hạ tầng thích hợp, đồng bộ; bảo đảm chất lượng và số lượng nguồn nhân lực du lịch; chính quyền địa phương và các chủ thể liên quan phải có sự đồng thuận trong việc phân chia và làm gia tăng lợi ích chung của vùng và địa phương; luật pháp, chính sách, quy định nhà nước trong liên kết phát triển vùng phải có sự thống nhất, đồng bộ, đầy đủ và rõ ràng, cụ thể. Để thúc đẩy liên kết vùng du lịch cần thực hiện một số giải pháp chủ yếu về cơ chế, chính sách liên kết, phát triển du lịch; về nâng cao năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước; về xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch, quản lý quy hoạch du lịch luôn phải xét đến sự kết nối, hợp tác giữa các địa phương v.v...

1.1.2.2. Các nghiên cứu về liên kết du lịch ở miền Trung Việt Nam

Trần Ngọc Ngoạn, Hà Huy Ngọc (2013) trong “*Liên kết vùng trong phát triển du lịch ở khu vực Bắc miền Trung: ý tưởng tiếp cận và gợi ý chính sách*” [88]. Theo tác giả, bước “đột phá” tạo nền tảng mới cho sự phát triển du lịch và KT-XH vùng Bắc Trung Bộ là đẩy mạnh liên kết kinh tế vùng. Những điều kiện mang tính tiền đề cho liên kết vùng trong phát triển KT-XH và du lịch của vùng Bắc Trung Bộ gồm: nằm trên vị trí “địa - chiến lược”; các khu chế xuất, khu kinh tế ven biển miền Trung là thuận lợi để miền Trung bức phá phát triển các ngành dịch vụ thương mại, dịch vụ logistics; Bắc Trung Bộ nằm trong “chuỗi ngọc” miền Trung với nhiều di sản du lịch độc đáo, hấp dẫn. Để tăng cường liên kết vùng Bắc Trung Bộ trong ngành du lịch, tác

giả đã đưa ra một số gợi ý gồm: liên kết xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng, mang phong cách riêng, phát triển thương hiệu du lịch vùng; liên kết trong xây dựng và thực hiện chính sách phát triển du lịch; liên kết trong triển khai các chương trình, dự án chung của Vùng; liên kết trong triển khai các chương trình hành động của mỗi địa phương liên kết với các địa phương khác thuộc vùng. Chú ý xây dựng không gian du lịch chung cho khu vực Bắc Trung Bộ và xây dựng Vùng thành điểm đến du lịch biển hiện đại, hấp dẫn hàng đầu Việt Nam, khu vực và thế giới.

Trần Xuân Quang (2020) trong “*Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ*” [106]. Dựa trên các nguyên tắc liên kết vùng kinh tế cụ thể của nghiên cứu trước đó, tác giả đề xuất thêm một số nguyên tắc nữa. Theo tác giả các tiêu chí đánh giá liên kết phát triển du lịch bao gồm: mức độ tham gia liên kết vùng; chương trình hoặc kế hoạch liên kết vùng; thực tế triển khai chương trình/kế hoạch liên kết; về sản phẩm du lịch vùng; xúc tiến quảng bá thương hiệu du lịch vùng; về nhận thức và hiểu biết về liên kết du lịch. Sáu nội dung chủ yếu của liên kết phát triển du lịch được luận án tập trung làm rõ như: trong xây dựng sản phẩm, chương trình du lịch chung của toàn vùng; trong tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến xây dựng thương hiệu du lịch vùng; liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch; liên kết đào tạo, phát triển nguồn nhân lực; liên kết trong rà soát quy hoạch, xây dựng cơ chế chính sách đầu tư, huy động vốn phát triển du lịch... Trên cơ sở đó, tác giả phân tích thực trạng liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ, chỉ ra những hạn chế trong liên kết như thiếu cơ chế liên kết vùng; chưa phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng vùng, ít quan tâm phát triển sản phẩm mới, vẫn còn trùng lặp sản phẩm du lịch giữa các tỉnh... và chỉ ra năm nguyên nhân dẫn đến những tồn tại trên, xây dựng những giải pháp khắc phục các hạn chế ấy. Tuy nhiên, điểm hạn chế của công trình là phần nội dung liên kết phát triển du lịch được phân tích chưa rõ ràng, được thể hiện theo lối trình bày của giải pháp.

Nguyễn Quốc Toàn (2020) trong “*Liên kết vùng trong phát triển kinh tế ở vùng Duyên hải Nam Trung Bộ*” [158]. Luận án đã đề cập đến liên kết cụm ngành du lịch nổi bật của vùng Duyên hải Nam Trung Bộ gồm Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam với 04 nội dung liên kết phát triển du lịch gồm: liên kết về QLNN; liên kết phát triển sản phẩm du lịch; liên kết về truyền thông du lịch; liên kết về xúc tiến quảng bá du lịch. Thông qua các hoạt động đó, cụm liên kết Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam đã quảng bá quốc tế về văn hóa, du lịch, ẩm thực của vùng; tạo nhiều điều kiện thuận lợi nhất cho du khách; mở ra nhiều cơ hội hợp tác du lịch với một số quốc gia trong khu vực và thế giới; học hỏi được nhiều kinh nghiệm thiết kế, phát triển sản phẩm du lịch. Đặc biệt,

liên kết phát triển du lịch giữa ba địa phương nói trên đã giúp tạo cầu nối cho các doanh nghiệp du lịch quảng bá và bán các sản phẩm du lịch của mình, ký kết hợp tác kinh doanh với các đối tác trong các ngành có liên quan... Bên cạnh đó, một số điểm yếu mà liên kết này còn tồn tại là tính tự phát cao, các kênh liên kết chính thức như phía các hiệp hội chưa được quan tâm; nội dung liên kết đơn điệu, chưa có tính hệ thống bền vững, chủ yếu là sự vụ; mức độ liên kết còn lỏng lẻo.

Bùi Thị Quỳnh Thơ (2021) trong “*Thực hiện chính sách, pháp luật liên kết vùng trong phát triển du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ*” [148]. Những văn bản pháp lý, chính sách pháp luật về liên kết vùng trong phát triển du lịch ở các tỉnh vùng Bắc Trung Bộ được tác giả liệt kê rõ trong bài viết. Thông qua khảo sát các nhà quản lý, doanh nghiệp và người dân về việc thực hiện chính sách, pháp luật về liên kết vùng trong phát triển bền vững du lịch tại các tỉnh Bắc Trung Bộ, tác giả đánh giá việc thực hiện chính sách pháp luật về liên kết vùng trong phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ trên các nội dung bao gồm: kết quả thực hiện chính sách, pháp luật liên kết vùng trong phát triển du lịch; kết quả thực hiện chính sách liên kết phát triển sản phẩm du lịch vùng; liên kết hợp tác nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch; về liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, đặc biệt là hạ tầng giao thông. Từ đây, để nâng cao hiệu quả chính sách, pháp luật về liên kết vùng trong phát triển du lịch ở các tỉnh vùng Bắc Trung Bộ, tác giả đã tiến hành đề xuất một số giải pháp thực hiện.

Trần Văn Anh (2021) trong “*Liên kết phát triển du lịch khu vực miền Trung thực trạng và giải pháp phát triển bền vững*” [8]. Bài viết làm rõ các tiềm năng du lịch của khu vực miền Trung và phân tích các khía cạnh: khách du lịch, thu nhập và việc làm, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, các sản phẩm, tuyến điểm du lịch của Vùng. Những hạn chế trong phát triển du lịch của miền Trung được tác giả chỉ ra đó là chưa khai thác hết các lợi thế du lịch của Vùng, sự liên kết giữa các bộ phận lãnh thổ, các hợp phần chưa thật sự chặt chẽ, chưa tạo nên quá trình liên kết phát triển ở tầm quy mô. Đặc biệt, trong liên kết phát triển du lịch ở miền Trung đang biểu hiện thiếu tính chặt chẽ trong liên kết không gian lãnh thổ (liên kết theo chiều ngang) và thiếu hiệu quả trong liên kết theo ngành, sản phẩm/chương trình/thương hiệu du lịch (theo chiều dọc).

1.1.3. Các nghiên cứu về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác ở Việt Nam

PGS.TS Trần Thị Minh Hòa (2015) trong bài báo “*Bàn về liên kết phát triển du lịch địa phương*” [66]. Tác giả chỉ ra những yếu tố cơ bản tác động đến liên kết phát triển du lịch gồm: *nhân tố từ phía cầu du lịch* (khai thác các thị trường mục tiêu có đặc

điểm tương đồng và khác nhau); *nhân tố từ phía cung du lịch* (sự khác nhau trong chủ trương, chiến lược, chính sách phát triển du lịch; cơ sở hạ tầng xã hội và các dịch vụ hỗ trợ; mức độ khác nhau trong công tác quản lý điểm đến du lịch ở các địa phương; cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch không đa dạng, chất lượng không đồng đều để đáp ứng các đối tượng khách hàng khác nhau; trình độ không đồng đều của nhân lực du lịch giữa những địa phương). Để nâng cao hiệu quả liên kết phát triển du lịch, tác giả cho rằng các địa phương cần chú ý đến một số giải pháp sau: (i) xây dựng chính sách phát triển du lịch phù hợp với định hướng liên kết phát triển du lịch theo hướng đa dạng hóa sản phẩm du lịch; (ii) nâng cao nhận thức về du lịch, về tầm quan trọng của du lịch trong sự phát triển KT-XH của địa phương; (iii) hợp tác trong hoạt động nghiên cứu thị trường để xác định các thị trường mục tiêu cùng hướng tới; (iv) nghiên cứu phát triển các sản phẩm đặc thù của từng địa phương, thiết kế các tuyến du lịch hấp dẫn, phù hợp kết nối giữa các địa phương; (v) cùng nhau thực hiện các hoạt động xúc tiến điểm đến tới các thị trường mục tiêu đã được lựa chọn; (vi) nâng cấp cơ sở hạ tầng xã hội, bổ sung và hoàn thiện các dịch vụ hỗ trợ; (vii) hoàn thiện công tác quản lý điểm đến để tạo môi trường du lịch tương đồng giữa các địa phương liên kết; (viii) đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch; (ix) rà soát lại hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, có kế hoạch đầu tư có trọng điểm, đạt hiệu quả cao.

Nguyễn Thị Hồng Hải (2018) trong luận án tiến sĩ, chuyên ngành Địa lý học về “*Phát triển du lịch thành phố Hải Phòng trong liên kết vùng Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc*” [56]. Điểm nổi bật trong công trình là tác giả chỉ ra các chủ thể thực hiện liên kết vùng trong phát triển du lịch gồm: về các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch và các bên liên quan (liên kết liên kết giữa các cơ sở lưu trú, công ty lữ hành, cộng đồng địa phương...); về chủ thể Nhà nước (thực hiện bảy nội dung cơ bản: liên kết công tác QLNN; liên kết trong quy hoạch, quản lý quy hoạch; liên kết phát triển sản phẩm du lịch; liên kết xây dựng tuyến du lịch; liên kết trong xúc tiến du lịch; liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch). Từ kết quả phân tích “Thực trạng phát triển du lịch thành phố Hải Phòng trong liên kết Vùng đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc”, nhà nghiên cứu chỉ ra liên kết ở đây đang ở mức trung bình. Từ đó, để vượt qua được trở ngại ấy, cần hiện hành triển khai hai nhóm giải pháp: tăng cường các điều kiện liên kết và đẩy mạnh các nội dung liên kết. Nhìn chung, công trình còn một số hạn chế như: phần kinh nghiệm của thế giới về địa phương học tập chưa thấy đề cập đến; những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân ở chương 3 chưa được làm rõ; hệ thống giải pháp còn khá sơ sài...

Luận án tiến sĩ của tác giả Nguyễn Phú Thắng (2019) “*Phát triển du lịch tỉnh An Giang trong liên kết vùng phụ cận*” [144]. Công trình được thực hiện dưới góc độ Địa lý học. Trong công trình này chưa thấy tác giả đề cập đến kinh nghiệm của nước ngoài và các địa phương trong nước liên quan đến vấn đề nghiên cứu. Tác giả đã làm rõ các nội dung về phát triển du lịch theo ngành, theo lãnh thổ và liên kết du lịch giữa An Giang với vùng phụ cận (2007 - 2017), với hai nội dung là trong liên kết khai thác tài nguyên du lịch và liên kết xây dựng chương trình, tuyến du lịch). Những kết quả đạt được, những hạn chế cũng đã được vạch ra, tuy nhiên chưa lý giải nguyên do của hạn chế. Phần giải pháp được đề xuất một cách kỹ lưỡng từ lí do lựa chọn giải pháp, nội dung và phương thức thực hiện, chủ thể thực hiện với hai nhóm như sau: nhóm thứ nhất về giải pháp phát triển ngành du lịch An Giang; nhóm thứ hai về thúc đẩy liên kết du lịch giữa An Giang và vùng phụ cận. Điểm hạn chế của công trình này là phần tổng quan được trình bày ngắn gọn, tác giả bóc tách các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch An Giang và liên kết du lịch giữa An Giang với vùng phụ cận thành hai nhóm, chỉ mới liệt kê các nội dung của phát triển du lịch trong liên kết vùng chứ chưa phân tích, làm rõ các nội dung chi tiết cần thực hiện.

Lê Đức Trọng (2022), “*Kết nối vùng trong phát triển du lịch tỉnh Quảng Bình theo hướng bền vững*” [166]. Đề tài tiếp cận dưới góc độ chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Trong đề tài nghiên cứu này, tác giả trình bày một số khái niệm liên quan đến kết nối vùng trong phát triển du lịch và quan điểm thực hiện điều đó theo hướng bền vững. Tác giả chú thích thuật ngữ kết nối vùng trong đề tài chính là liên kết vùng, làm rõ kết nối vùng trong phát triển du lịch theo hướng bền vững về nội hàm, tính tất yếu và các nhân tố ảnh hưởng, nổi bật là đã làm rõ mối quan hệ hai chiều có tính tương hỗ, bổ sung cho nhau giữa kết nối vùng và phát triển du lịch bền vững. Đối với địa bàn nghiên cứu, công trình đã khái quát tình hình phát triển du lịch tỉnh Quảng Bình; đặc biệt làm rõ thực trạng liên kết vùng trong phát triển du lịch của tỉnh trên các khía cạnh như: chủ trương của chính quyền địa phương tỉnh, mô hình, nội dung liên kết, về cơ chế điều phối, về liên kết giữa các chủ thể (nhất là các doanh nghiệp và những chủ thể liên quan), kết quả và hiệu quả hoạt động du lịch tỉnh do kết nối vùng tác động đem lại (tuy nhiên điều này vẫn chưa được lượng hóa cụ thể).

Nguyễn Hồng Nhung (2023), “*Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc*” [94]. Công trình đã cung cấp một cái nhìn tổng thể và khá sâu sắc về liên kết kinh tế trong phát triển du lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc. Tác giả làm rõ một số vấn đề lý luận về liên kết kinh tế và các chủ thể tham gia; làm rõ quan niệm, nội dung, hình thức,

sự cần thiết và các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế trong phát triển du lịch trên địa bàn cấp tỉnh. Nội dung liên kết kinh tế trong phát triển du lịch trên địa bàn cấp tỉnh gồm các liên kết về: tuyên truyền quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch; xây dựng sản phẩm du lịch và chương trình du lịch chung; đào tạo và phát triển nguồn nhân lực; xây dựng đồng bộ hạ tầng; huy động vốn, xây dựng cơ chế chính sách đầu tư; rà soát quy hoạch phát triển du lịch và hợp tác nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch. Trên cơ sở đó, tác giả phân tích thực trạng liên kết kinh tế trong phát triển du lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc, chỉ ra kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân. Đề xuất bảy giải pháp lớn nhằm đẩy mạnh liên kết kinh tế trong phát triển du lịch tỉnh Vĩnh Phúc giai đoạn đến năm 2030.

Ngoài các nghiên cứu mang tính tổng hợp về phát triển du lịch trong liên kết đã đề cập đến vai trò của chủ thể chính quyền như trên, đã có những nghiên cứu đặc biệt quan tâm đến vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong phát triển du lịch và liên kết du lịch như: Nguyễn Mạnh Cường (2015) về “Vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong phát triển du lịch bền vững tỉnh Ninh Bình” [35]; Nguyễn Xuân Nhân (2016), “Quản lý của chính quyền địa phương cấp tỉnh với phát triển du lịch bền vững” [91]; Trần Thị Diệu Oanh (2016), “Bàn về tính quyền lực, tính tự quản của chính quyền địa phương ở Việt Nam hiện nay” [95]; Nguyễn Hoàng Tú (2016) “Quản lý nhà nước địa phương đối với phát triển du lịch bền vững trên địa bàn các tỉnh miền Trung - Việt Nam” [173]; Ngô Nguyễn Hiệp Phước (2018), “Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ trong hội nhập quốc tế” [102]; Vũ Lan Hương (2022), “Quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch của tỉnh Hòa Bình” [74]; Lê Thị Bình (2022), “Quản lý nhà nước của tỉnh Thanh Hóa đối với phát triển du lịch bền vững” [16] v.v.. Nhìn chung, các nghiên cứu đã trình bày chi tiết về tổ chức bộ máy của chính quyền địa phương trong lĩnh vực du lịch, các hoạt động tổ chức, điều hành du lịch, xây dựng tiêu chí và đánh giá vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh đối với phát triển du lịch... Với các hoạt động như: xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển du lịch; ban hành theo thẩm quyền và tổ chức thực hiện văn bản pháp luật về QLNN trong lĩnh vực du lịch; tổ chức bộ máy QLNN về du lịch; quản lý thu hút đầu tư cho phát triển du lịch; xúc tiến phát triển thị trường du lịch; phát triển nguồn nhân lực, ứng dụng KH-CH trong du lịch; công nhận khu, điểm du lịch và cấp phép hoạt động du lịch; tổ chức kiểm tra, thanh tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm trong lĩnh vực du lịch v.v...

1.2. KẾT LUẬN RÚT RA TỪ NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG

1.2.1. Những kết luận rút ra từ các công trình nghiên cứu đã công bố liên quan đến đề tài luận án

1.2.1.1. Một số nhận xét, đánh giá về những kết quả liên quan đến đề tài luận án mà các công trình công bố đã đạt được

Thứ nhất, nhìn chung đã có nhiều công trình nghiên cứu về phát triển du lịch nói chung và phát triển du lịch theo các hướng như phát triển du lịch bền vững, dựa vào cộng đồng, trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, gắn với xóa đói giảm nghèo, gắn với tăng trưởng xanh... ở nhiều phạm vi không gian khác nhau như ở một địa phương (cấp tỉnh), ở cấp vùng, ở cấp quốc gia và cả ở cấp khu vực của một châu lục v.v... Các công trình đã hệ thống hóa khá đầy đủ và làm rõ những vấn đề lý luận về du lịch như khái niệm du lịch, phát triển du lịch, nội dung, đặc điểm, các yếu tố ảnh hưởng, các tiêu chí phát triển du lịch nói chung, phát triển du lịch gắn với từng hướng đi nói riêng... Từ đây, giúp tác giả kế thừa, bổ sung, hoàn thiện khung cơ sở lý luận của mình về phát triển du lịch của một địa phương trong liên kết với các địa phương khác.

Thứ hai, có một số công trình nghiên cứu bàn về phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế, dưới góc độ tiếp cận của nhiều chuyên ngành khác nhau như quản trị kinh doanh, kinh tế quốc tế, địa lý học, kinh tế chính trị học... Các tác giả đã làm khá rõ bức tranh của ngành du lịch tỉnh như về phát triển kinh tế du lịch theo hướng bền vững, nghiên cứu năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch cấp tỉnh, về phát triển du lịch trong hội nhập kinh tế quốc tế v.v... cùng với đó là làm rõ những vấn đề liên quan đến phát triển du lịch (như thị trường du lịch, các nguồn lực du lịch, chủ thể tham gia phát triển du lịch, các yếu tố tác động đến phát triển du lịch và một số sơ bộ nội dung về liên kết du lịch...). Những nghiên cứu này là nguồn tư liệu quan trọng về cả lý luận và thực tiễn cho công trình nghiên cứu luận án.

Thứ ba, khoa học nghiên cứu về liên kết kinh tế giữa các địa phương thuộc vùng địa lý trên thế giới khá phát triển từ những năm 1950 và càng phát triển mạnh vào thập niên 1960. Ở nước ta, nghiên cứu về liên kết này mới phát triển trong những năm gần đây (dù phân định các vùng đã có từ trước). Nhìn chung, các nghiên cứu đã đạt được nhiều thành tựu, bao gồm: làm rõ nội dung, hình thức, mức độ và các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế vùng; vai trò và ý nghĩa của liên kết kinh tế vùng; các mối quan hệ cơ bản trong liên kết kinh tế vùng. Liên kết kinh tế vùng bao gồm liên

kết giữa các chủ thể vĩ mô và chủ thể vi mô, trong đó các chủ thể vi mô đóng vai trò trung tâm sáng tạo, chủ thể chính quyền đóng vai trò lãnh đạo, hỗ trợ, thúc đẩy. Đối với liên kết phát triển du lịch, nhìn chung, các công trình đều nhìn nhận: liên kết phát triển du lịch xuất phát từ những đặc trưng mang tính bản chất của ngành du lịch, từ những yêu cầu của thị trường và từ lợi ích to lớn cho các bên tham gia. Các nghiên cứu nước ngoài thường tập trung vào phát triển du lịch trong những liên kết có tính chất xuyên biên giới, chỉ ra những cơ hội, rào cản đối với quá trình hợp tác, liên kết. Các nghiên cứu trong nước với nhiều cách tiếp cận như: về chính sách liên kết vùng để phát triển du lịch; hay về các nội dung liên kết như xúc tiến, quảng bá du lịch, phát triển sản phẩm du lịch vùng và địa phương...; về vai trò của liên kết vùng đối với phát triển du lịch, như thu hút khách du lịch, thu hút nguồn vốn FDI và tránh trùng lặp, lãng phí các nguồn lực du lịch v.v... Cùng với đó, các công trình đã chỉ ra khái niệm, nội dung, nguyên tắc, yếu tố ảnh hưởng, tiêu chí đánh giá, đo lường mức độ liên kết giữa các bên liên quan (chủ yếu là phía doanh nghiệp)... Các nghiên cứu đó được thực hiện trong phạm vi ở một địa phương (cấp tỉnh), cụm (tiểu vùng), hoặc một vùng.

Thứ tư, đã có một số công trình nghiên cứu về phát triển du lịch của một địa phương trong liên kết với những địa phương khác thuộc vùng địa lý quốc gia. Một số luận án tiến sĩ được thực hiện dưới góc độ Địa lý học nên bên cạnh các phương pháp nghiên cứu chung của khoa học xã hội, các tác giả đã sử dụng những phương pháp đặc thù của chuyên ngành như phương pháp khảo sát thực địa, phương pháp bản đồ và GIS... Các công trình đã có đóng góp đáng kể vào việc xây dựng khái niệm, nguyên tắc, các yếu tố ảnh hưởng và ý nghĩa của việc phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các địa phương khác trong vùng.

Thứ năm, một số nghiên cứu đã chú trọng đến vai trò của chính quyền địa phương trong việc tổ chức và điều hành hoạt động du lịch, bao gồm việc mô tả tổ chức bộ máy QLNN của chính quyền địa phương cấp tỉnh, tổng hợp chức năng và nhiệm vụ, cũng như đánh giá vai trò của chính quyền trong phát triển du lịch v.v... Những nghiên cứu này cung cấp những gợi ý có giá trị cho chúng tôi khi thực hiện đề tài.

1.2.1.2. Những khoảng trống liên quan đến đề tài luận án chưa được các công trình đã công bố nghiên cứu

Nhìn chung kết quả nghiên cứu từ các công trình trong và ngoài nước đã phổ quát khá nhiều nội dung liên quan đến hướng đề tài luận án. Tuy nhiên, tác giả nhận thấy vẫn còn những hạn chế nhất định, chẳng hạn như: mặc dù có nhiều nghiên cứu về phát triển du lịch từ nhiều góc độ và hướng tiếp cận khác nhau, cũng như đã có các

nghiên cứu về liên kết du lịch vùng đã được thực hiện gần đây, nhưng các nghiên cứu về phát triển du lịch tại một địa phương trong liên kết với các địa phương khác thuộc vùng địa lý quốc gia vẫn chưa được đề cập đầy đủ. Có chăng, gần với đó chỉ có một vài công trình, nhưng chủ yếu được trình bày dưới góc độ địa lý học, quản trị kinh doanh. Đối với góc độ chuyên ngành Kinh tế chính trị học thì cho đến nay, chưa có công trình nào nghiên cứu về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng. Cụ thể:

** Về mặt lý luận*

Chưa có công trình nghiên cứu nào làm rõ khái niệm và nội hàm của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng (ở góc độ Kinh tế chính trị).

Chưa có công trình nào phân tích có hệ thống, thấu đáo về đặc điểm, vai trò của phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng và các yếu tố ảnh hưởng đến nó. Chưa có công trình làm rõ nội dung phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng với chủ thể tiếp cận là chính quyền địa phương cấp tỉnh.

Các công trình cũng chưa xây dựng được một hệ thống tiêu chí đánh giá về phát triển du lịch ở một địa bàn cấp tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, ở một tỉnh đặc thù như Thừa Thiên Huế.

** Về mặt thực tiễn*

Đến thời điểm hiện tại, chưa có công trình nào phân tích, đánh giá một cách hệ thống, toàn diện về thực trạng, đồng thời đưa ra những phương hướng, đề xuất những giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2045 trên cơ sở lý luận chuyên ngành Kinh tế chính trị học. Với những lý do trên, đề tài "Phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam" được lựa chọn để nghiên cứu là mới, còn bỏ ngõ, không trùng lặp với các kết quả nghiên cứu đã được công bố và mang ý nghĩa lý luận cũng như thực tiễn.

1.2.2. Những kết quả nghiên cứu được luận án kế thừa và những vấn đề sẽ được giải quyết trong luận án

1.2.2.1. Những kết quả nghiên cứu được luận án kế thừa

Nhìn chung, kết quả đạt được của các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án được tổng quan cho thấy: đã có một số nội dung trong đề tài luận án được các nhà khoa học tiếp cận, nghiên cứu với những góc độ và cấp độ khác nhau. Đây là

những giá trị khoa học mà luận án sẽ tiếp thu, kế thừa và là những gợi mở quan trọng để luận án đi sâu phân tích, đánh giá theo góc độ nghiên cứu và quan điểm cá nhân của mình nhằm giải quyết các mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu đặt ra. Về cơ bản, những giá trị khoa học mà đề tài luận án dự kiến sẽ kế thừa:

- Kế thừa những vấn đề lý luận về phát triển du lịch, liên kết phát triển du lịch như: các khái niệm về du lịch, phát triển du lịch, liên kết kinh tế, phát triển du lịch trong liên kết kinh tế... để xây dựng nên khái niệm của đề tài luận án; kế thừa một số vấn đề lý luận về các hình thức, đặc điểm, vai trò, nội dung, tiêu chí đánh giá, các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch, liên kết vùng trong phát triển du lịch; các nguyên tắc của liên kết vùng trong phát triển du lịch; kế thừa lý luận về các bên liên quan trong phát triển du lịch ở một địa phương.

- Kế thừa những vấn đề lý luận về đặc điểm, vai trò, chức năng, nhiệm vụ của chính quyền địa phương cấp tỉnh đối với sự phát triển của một ngành kinh tế nhất định, cụ thể là ngành du lịch và đối với vấn đề liên kết trong lĩnh vực du lịch.

- Tiếp thu các phân tích và đánh giá về tình hình phát triển du lịch cũng như liên kết du lịch giữa một tỉnh/ thành phố với các tỉnh khác trong một vùng địa lý quốc gia, nhằm khảo cứu và rút ra bài học kinh nghiệm thực tiễn cho vấn đề nghiên cứu.

- Kế thừa các phân tích và đánh giá về tình hình phát triển du lịch tại Thừa Thiên Huế và mối liên kết du lịch giữa Tỉnh với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Có thể khẳng định rằng những kết quả, số liệu và minh chứng từ các nghiên cứu sẽ cung cấp nguồn tư liệu phong phú và quý giá, giúp tác giả củng cố, xây dựng và phát triển các lập luận trong đề tài. Đây là nền tảng quan trọng, mang tính tiên đề, hỗ trợ tác giả đi sâu và làm rõ thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

- Tiếp thu các dự báo và các phân tích về bối cảnh phát triển du lịch, liên kết du lịch, cùng với những mục tiêu, quan điểm, định hướng và các biện pháp phát triển du lịch, liên kết du lịch của Thừa Thiên Huế. Từ đó, tác giả phân tích bối cảnh mới, đề xuất những phương hướng, giải pháp phù hợp cho việc phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

1.2.2.1. Những vấn đề sẽ được giải quyết trong luận án

Trên cơ sở kết quả của các công trình nghiên cứu đã thực hiện có liên quan, nhằm góp phần "lấp đầy" khoảng trống nêu trên và thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam trong thời gian tới, tiếp cận

ở góc độ chuyên ngành Kinh tế chính trị, với mục đích, nhiệm vụ và phạm vi nghiên cứu của mình, nghiên cứu sinh tập trung làm rõ các vấn đề chủ yếu sau:

** Về mặt lý luận*

Xây dựng khung lý luận về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng dưới góc độ Kinh tế chính trị. Cụ thể, luận án làm rõ các khái niệm, đặc điểm, vai trò, nội dung của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; xây dựng bộ tiêu chí đánh giá và chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng. Phần nội dung, tác giả làm rõ các khía cạnh mà chủ thể tiếp cận là chính quyền địa phương cấp tỉnh, với các hoạt động có chủ đích đối với sự phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng là: xây dựng quy hoạch, kế hoạch cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Đặc biệt, nội dung đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng được làm rõ.

** Về mặt thực tiễn*

Luận án tham khảo nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng ở một số tỉnh có nhiều điểm tương đồng, nổi bật của Việt Nam, trên cả hai khía cạnh thành công và không thành công để rút ra bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thừa Thiên Huế.

Trên cơ sở khung lý thuyết đã thiết kế, luận án nghiên cứu, phân tích, đánh giá thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam giai đoạn 2011-2022.

Luận án đề xuất những phương hướng và giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2045.

Chương 2
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN
VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT
VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG

2.1. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM VÀ VAI TRÒ CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG

2.1.1. Khái niệm phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

2.1.1.1. Khái niệm phát triển du lịch

** Khái niệm du lịch*

Du lịch hiện đại là một hiện tượng KT-XH tổng hợp, phức tạp, liên quan đến nhiều phương diện, vì thế, có nhiều góc độ nghiên cứu cũng như quan niệm về du lịch.

Theo Từ điển Hán Việt của Đào Duy Anh, du lịch được ghép bởi “du” và “lịch” với nghĩa là chu du (di chuyển/du hành) qua các nơi (voyaer). Còn trong Từ điển Tiếng Việt thì du lịch là đi chơi đến những nơi xa để hiểu biết thêm về phong cảnh, con người, cuộc sống. Nhìn chung, cả hai khái niệm đều nhấn mạnh vào ý nghĩa của việc di chuyển, khám phá và hiểu biết thêm về thế giới xung quanh.

Theo Từ điển Học thuật Cambridge, du lịch (tourism) được hiểu là hoạt động kinh doanh, nhằm cung cấp các dịch vụ như phương tiện di chuyển, chỗ ở, giải trí cho du khách [193]. Từ điển Tiếng Anh Oxford cũng xem du lịch là hoạt động kinh doanh liên quan đến việc cung cấp chỗ ở, các loại hình dịch vụ và giải trí nhằm làm hài lòng những người đến thăm địa điểm du lịch [194]. Như vậy, các khái niệm du lịch này đều tập trung vào khía cạnh kinh doanh du lịch và cung cấp dịch vụ cho du khách, với mục tiêu chính là làm hài lòng và đáp ứng nhu cầu của du khách.

Tác giả Đồng Ngọc Minh & Vương Lôi Đình đã chỉ ra: “Du lịch là một hiện tượng kinh tế xã hội nảy sinh trong những điều kiện kinh tế xã hội nhất định, là sự tổng hòa tất cả các quan hệ và hiện tượng do việc lữ hành để thỏa mãn mục đích chủ yếu là nghỉ ngơi, tiêu khiển, giải trí và văn hóa, nhưng lưu động chứ không định cư mà tạm thời cư trú dẫn tới” [84, tr.13]. Định nghĩa này cho thấy một góc nhìn đa chiều và tổng hòa về du lịch trong bối cảnh KT-XH. Chỉ rõ du lịch không chỉ là một hoạt động giải trí, nghỉ ngơi, tiêu khiển mà còn là một yếu tố quan trọng trong hoạt động KT-XH, không chỉ là một hành vi đơn lẻ mà là một tập hợp đa dạng “tổng hòa các quan hệ và hiện tượng”.

Theo Michael Coltman (Mỹ) (dẫn từ Giáo trình Kinh tế Du lịch), cho rằng: “Du lịch là sự kết hợp và tương tác của 4 nhóm nhân tố trong quá trình phục vụ du khách bao gồm: du khách, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cư dân sở tại và chính quyền nơi đón khách du lịch” [50]. Khái niệm này nhìn nhận du lịch như một hệ thống tương tác giữa các nhóm nhân tố quan trọng trong ngành du lịch, cho thấy du lịch không là một hoạt động đơn lẻ mà liên quan đến mối quan hệ phức tạp giữa nhiều bên liên quan.

Tác giả Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa cho rằng: “Du lịch là một ngành kinh doanh bao gồm các hoạt động tổ chức hướng dẫn du lịch, sản xuất, trao đổi hàng hóa và dịch vụ của các doanh nghiệp, nhằm đáp ứng các nhu cầu về đi lại, lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí, tìm hiểu và nhu cầu khác của khách du lịch. Các hoạt động đó phải đem lại lợi ích kinh tế, chính trị, xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và cho bản thân doanh nghiệp” [50]. Như vậy, du lịch được xem là một ngành kinh doanh, với sự đầy đủ và toàn diện về sự đa dạng của ngành du lịch và các yếu tố cấu thành nó, tập trung vào việc cung cấp trải nghiệm đầy đủ cho khách du lịch, đem lại nguồn thu nhập quan trọng, lợi ích đa chiều cho quốc gia và cộng đồng.

Theo Luật Du lịch Việt Nam (năm 2017): “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”. Khái niệm này mô tả du lịch là một loạt các hoạt động có mục tiêu chính là thỏa mãn nhu cầu của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên, với sự nhấn mạnh vào thời gian tạm thời, mục tiêu đa dạng và tính hợp pháp của hoạt động du lịch.

Như vậy, có nhiều cách tiếp cận khác nhau nên có nhiều khái niệm khác nhau về du lịch. Trên cơ sở nghiên cứu và tiếp thu có chọn lọc các quan niệm nêu trên, trong phạm vi luận án, tác giả thống nhất cách tiếp cận khái niệm: *Du lịch là ngành kinh doanh tổng hợp và đa dạng nhằm giúp đỡ chuyến đi của con người đến những nơi không thuộc khu vực mình cư trú thường xuyên, trong một thời gian nhất định (dưới một năm) nhằm mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí. Đây là ngành kinh doanh có quy mô lớn, liên kết nhiều bên liên quan, hoạt động không chỉ tạo ra các lợi ích về kinh tế mà còn mang lại những lợi ích khác về chính trị, văn hóa, xã hội thiết thực.*

** Khái niệm phát triển du lịch*

Theo Từ điển tiếng Việt, “Phát triển” là “biến đổi hoặc làm cho biến đổi theo chiều hướng tăng, từ ít đến nhiều, hẹp đến rộng, thấp đến cao, đơn giản đến phức tạp”. Theo từ điển Hán - Việt thì “Phát triển” là “mở rộng ra từ nhỏ thành lớn, từ yếu thành

ạnh”. Theo quan điểm của triết học duy vật biện chứng thì “phát triển dùng để khái quát quá trình vận động đi lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện hơn” và “Trong quá trình phát triển, sự vật, hiện tượng chuyển hóa sang chất mới, cao hơn, phức tạp hơn; làm cho cơ cấu tổ chức, phương thức vận động và chức năng của sự vật ngày càng hoàn thiện hơn” [20, tr.323]. Thuật ngữ “phát triển” được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực, trong lĩnh vực du lịch, thuật ngữ “phát triển du lịch” được sử dụng phổ biến. Hiện nay có nhiều quan niệm về phát triển du lịch.

Tác giả Nguyễn Thị Minh Phượng và Thái Thị Kim Anh cho rằng: “Phát triển du lịch là một khái niệm chỉ quá trình vận động tiến lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện hơn của các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác” [105, tr.16]

Theo tác giả Nguyễn Thị Hồng Hải thì phát triển du lịch được hiểu là “sự thay đổi mọi mặt của hoạt động du lịch trong một thời kỳ nhất định, bao gồm sự gia tăng về quy mô (khách, doanh thu, cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực...); sự hoàn thiện về sản phẩm du lịch, hoạt động kinh doanh du lịch và sự nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động du lịch” [56, tr.27].

Tác giả Nguyễn Hồng Nhung cho rằng: “Phát triển du lịch là một dạng phát triển kinh tế với tư cách là một ngành. Các chỉ số thể hiện kết quả của quá trình phát triển du lịch bao gồm: số lượng khách du lịch và thu nhập từ du lịch; số lượng lao động/số việc làm mà ngành du lịch tạo ra; số lượng các doanh nghiệp du lịch được thành lập; số lượng các khu/điểm du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được xây dựng để đáp ứng nhu cầu của khách trong một khoảng thời gian nhất định tại điểm đến cụ thể. Điểm đến đó có thể là khu vực, quốc gia, vùng, địa bàn, hoặc địa phương (tỉnh/thành phố)” [94, tr.37].

Ý kiến của tác giả Nguyễn Phú Thắng thì du lịch là một ngành nằm trong hệ thống của nền kinh tế, nên phát triển du lịch liên quan chặt chẽ với phát triển kinh tế, theo tác giả: “Phát triển du lịch là sự tăng lên về thu nhập, tổng thu du lịch. Phát triển du lịch đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách, đem lại hiệu quả kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội ngày càng cao và mở rộng lợi ích cho dân cư địa phương, cho doanh nghiệp và quốc gia làm du lịch” [144, tr.22].

Như vậy, các khái niệm trên có sự thống nhất, đồng nhất về nội hàm là: đều nhấn mạnh vào khía cạnh vận động tiến lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp

của các hoạt động liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú; thống nhất phát triển du lịch là nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của người tham gia; thừa nhận phát triển du lịch không chỉ là quá trình nâng cao chất lượng và quy mô của hoạt động du lịch mà còn có ảnh hưởng mật thiết đến phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội.

Trong phạm vi nghiên cứu, luận án thống nhất cách tiếp cận khái niệm về phát triển du lịch là: *Phát triển du lịch là sự thay đổi và tiến triển từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện ngành du lịch trong khoảng một thời gian nhất định, ở đó có sự cải tiến các khía cạnh của ngành bao gồm sự mở rộng về quy mô, nâng cao về chất lượng, hoàn thiện về cơ cấu, hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia, đảm bảo hiệu quả kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường.* Nói cách khác, phát triển du lịch không chỉ đơn thuần là sự thay đổi mà là quá trình tiến triển tích cực theo thời gian, đó là sự thay đổi dần về lượng và dẫn tới sự thay đổi về chất của hoạt động du lịch theo hướng tiến bộ hơn. phát triển du lịch liên quan đến sự mở rộng về quy mô, nghĩa là sự gia tăng về kích thước và phạm vi của các hoạt động du lịch, đó có thể bao gồm sự mở rộng về địa điểm, các sản phẩm, các loại hình du lịch, dịch vụ và khả năng tiếp cận của ngành. Nâng cao chất lượng của trải nghiệm du lịch, với việc cung cấp dịch vụ và sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đáp ứng mong đợi và nhu cầu ngày càng tăng của du khách. Hoàn thiện về cơ cấu thể hiện ở việc tối ưu hóa, cải thiện các yếu tố tổ chức và hệ thống trong ngành du lịch, liên quan đến quản lý, tổ chức, phân phối nguồn lực và sự phối hợp giữa các bên liên quan. Yếu tố quan trọng của quá trình phát triển du lịch là hướng đến sự gia tăng và hài hòa lợi ích cho tất cả các chủ thể tham gia, bao gồm du khách, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp du lịch, chính quyền. Đồng thời phát triển du lịch phải hướng đến phát triển văn hóa, xã hội, môi trường gắn với mục tiêu phát triển bền vững.

** Vai trò của phát triển du lịch*

Về khía cạnh kinh tế, sự phát triển của ngành du lịch sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tăng thu ngân sách quốc gia, tạo việc làm và cải thiện cơ sở hạ tầng. Do là ngành xuất khẩu tại chỗ, du lịch làm gia tăng nguồn thu ngoại tệ. Với tính tổng hợp, liên ngành và liên vùng cao, du lịch sẽ thúc đẩy phát triển các ngành kinh tế khác, tác động tích cực vào việc cân đối cấu trúc thu nhập và chi tiêu của nhân dân các vùng, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Về khía cạnh văn hóa - xã hội, phát triển du lịch đóng góp tạo việc làm, tăng cường nguồn thu nhập trực tiếp, nâng cao mức sống, giảm đô thị hóa, phát triển hạ tầng, hỗ trợ giảm nghèo và thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nhất là ở các vùng

nông thôn và xa xôi. Đồng thời, phát triển du lịch còn giúp thay đổi nhận thức, từng bước làm giảm khoảng cách chênh lệch giữa nông thôn và thành thị, giảm áp lực di cư và đóng góp vào việc ổn định trật tự xã hội. Phát triển du lịch cũng củng cố sự hiểu biết, đoàn kết, hữu nghị giữa địa phương, các vùng và quốc gia, góp phần khôi phục, bảo tồn, phát huy giá trị và quảng bá văn hóa, nghệ thuật và ẩm thực truyền thống... với cộng đồng quốc tế.

Về khía cạnh chính trị, phát triển du lịch giúp du khách hiểu rõ tiềm năng kinh tế của quốc gia, từ đó thúc đẩy xây dựng và phát triển các mối quan hệ kinh tế đối ngoại giữa các quốc gia. Phát triển du lịch cũng cải thiện hình ảnh đất nước, xây dựng uy tín quốc tế, và quảng bá điểm đến một cách mạnh mẽ trong và ngoài nước. Đồng thời, du lịch thúc đẩy tăng cường đoàn kết và hữu nghị giữa các dân tộc, góp phần vào hòa bình và tiến bộ xã hội.

** Nội dung của phát triển du lịch*

phát triển du lịch được thể hiện thông qua sự gia tăng về số lượng và chất lượng một loạt các chỉ số như số lượng khách du lịch quốc tế và trong nước, doanh thu từ du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, nguồn nhân lực du lịch, mức độ thu hút đầu tư trong lĩnh vực du lịch, sự đa dạng của sản phẩm du lịch v.v... Ngoài những chỉ số trên, người ta còn quan tâm đến cơ cấu chi tiêu của khách du lịch, chất lượng nguồn nhân lực du lịch, chất lượng dịch vụ du lịch, vấn đề bảo tồn và phát triển văn hóa, di sản văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường tự nhiên và xã hội... Nhìn chung, nội dung của phát triển du lịch thể hiện chủ yếu trên ba khía cạnh [172, tr.33].

Thứ nhất, về quy mô du lịch. Quy mô du lịch thường được phản ánh qua chỉ tiêu hiện vật và giá trị. Quy mô hiện vật thường được đo lường dựa trên số cơ sở lưu trú, số khách du lịch quốc tế và nội địa, sản phẩm du lịch, huy động nguồn lực... Quy mô giá trị thường được đo lường qua tổng thu từ khách du lịch quốc tế và nội địa. Sự phát triển quy mô du lịch thể hiện qua sự gia tăng số lượng khách, cơ sở lưu trú, doanh nghiệp du lịch và so sánh thu nhập du lịch giữa các năm, từ đó đo lường được sự tiến triển của ngành theo thời gian.

Thứ hai, về cơ cấu du lịch. Sự phát triển về cơ cấu du lịch được xem xét thông qua nhiều mặt khác nhau như: đóng góp giá trị của ngành du lịch trong cơ cấu kinh tế quốc dân, cấu trúc thị trường và các nguồn lực khai thác, cơ cấu sản phẩm du lịch, đóng góp của ngành du lịch vào GDP xuất khẩu dịch vụ, tổng thu của ngành du lịch theo nguồn khách và loại hình dịch vụ.

Thứ ba, về chất lượng và hiệu quả du lịch. Chất lượng và hiệu quả của sự phát triển du lịch được thể hiện ở mặt, bao gồm hiệu suất sử dụng cơ sở lưu trú, sự tăng

cường đa dạng trong phân khúc khách hàng có khả năng chi tiêu cao và sự gia tăng nguồn thu nhập từ các dịch vụ có giá trị gia tăng cao như giải trí, mua sắm, văn hóa, thể thao. Hiệu quả của ngành du lịch có thể được đánh giá từ nhiều góc độ khác nhau như hiệu suất kinh tế, hiệu quả xã hội và hiệu quả văn hóa.

** Các loại hình du lịch*

Để xây dựng các chiến lược và chính sách phát triển du lịch đúng đắn và hiệu quả, các nhà quản lý vĩ mô về du lịch cũng như các nhà quản trị doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch cần phân loại du lịch thành các loại hình du lịch khác nhau. Việc này giúp đảm bảo tính hệ thống và sự nhất quán trong quan điểm về loại hình du lịch.

Theo nhận định của tác giả Trương Sỹ Quý (dẫn từ Giáo trình Kinh tế du lịch), loại hình du lịch được định nghĩa như sau: “Loại hình du lịch được hiểu là một tập hợp các sản phẩm du lịch có những đặc điểm giống nhau, hoặc vì chúng thỏa mãn những nhu cầu, động cơ du lịch tương tự, hoặc được bán cho cùng một nhóm khách hàng, hoặc vì chúng có cùng một cách phân phối, một cách tổ chức như nhau, hoặc được xếp chung theo một mức giá bán nào đó” [50, tr.64].

Sự phân chia các loại hình du lịch đóng góp vào việc phân biệt các đối tượng khách, dự đoán được động lực du lịch, hiểu sự thay đổi tác động đến điểm đón khách và nhận thức được sự biến đổi trong cấu trúc chuỗi giá trị và cơ sở vật chất kỹ thuật do các nhóm du khách tạo ra [97, tr.20]. Theo tác giả Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa, dựa vào các tiêu thức phân loại khác nhau có thể phân chia thành các loại hình du lịch khác nhau: (i) Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ của chuyến đi du lịch phân thành du lịch quốc tế và du lịch nội địa. (ii) Căn cứ vào nhu cầu làm nảy sinh hoạt động du lịch, phân thành: du lịch chữa bệnh; du lịch nghỉ ngơi, giải trí; du lịch thể thao; du lịch công vụ; du lịch thương gia; du lịch tôn giáo; du lịch thăm hỏi... (iii) Căn cứ vào đối tượng khách du lịch, phân thành: du lịch theo đoàn, du lịch cá nhân. Căn cứ vào phương tiện giao thông được sử dụng, phân thành: du lịch bằng tàu thủy, du lịch bằng máy bay, du lịch bằng xe ô tô... (iv) Căn cứ vào phương tiện lưu trú được sử dụng, du lịch được phân thành: du lịch ở khách sạn, du lịch ở homestay, du lịch ở lều, trại... (v) Căn cứ vào thời gian đi du lịch, phân thành du lịch dài ngày và du lịch ngắn ngày. (vi) Căn cứ vào vị trí địa lý của nơi đến du lịch phân thành du lịch đồng quê, du lịch nghỉ biển, sông, hồ... (vii) Căn cứ vào phương thức triển khai và những giá trị cụ thể mà chúng hướng đến, có thể phân thành các loại hình du lịch: du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa... Cần lưu ý, thông thường một người đi du lịch với nhiều nhu cầu nảy sinh khác nhau nên ta thường gặp sự kết hợp của một vài loại hình du lịch một lúc [50].

** Một số xu hướng phát triển du lịch*

Du lịch bền vững. Phát triển du lịch bền vững được hiểu: “là sự phát triển du lịch đáp ứng đồng thời các yêu cầu về kinh tế - xã hội và môi trường, bảo đảm hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong tương lai.” (khoản 14 Điều 3 Luật Du lịch Việt Nam năm 2017) [108]. Du lịch bền vững không chỉ hướng đến việc thỏa mãn nhu cầu hiện tại của du khách mà còn phải đảm bảo rằng các thế hệ tương lai cũng có cơ hội trải nghiệm những giá trị thiên nhiên và văn hóa như thế. Khái niệm du lịch bền vững tập trung vào ba khía cạnh chính: môi trường; xã hội và văn hóa; kinh tế.

Du lịch xanh. Sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch đi kèm với những vấn đề về môi trường, ảnh hưởng tiêu cực đến sinh vật và suy thoái tài nguyên, cũng như làm suy giảm các giá trị văn hóa địa phương... cùng với đó là sự gia tăng nhận thức về giá trị môi trường và ý thức bền vững kể từ sau đại dịch Covid-19. Do đó, du lịch xanh trở thành một xu hướng du lịch quan trọng và đầy sức hút, mang đến cơ hội bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, duy trì cân bằng môi trường và thúc đẩy phát triển bền vững. Theo Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch của Việt Nam: “Du lịch xanh được hiểu là du lịch dựa trên nền tảng khai thác hợp lý và hiệu quả các nguồn tài nguyên, phát triển gắn với bảo vệ môi trường, bảo tồn đa dạng sinh học, giảm phát thải khí nhà kính và thích ứng với biến đổi khí hậu” [163]. Du lịch xanh là du lịch có trách nhiệm, đóng vai trò quan trọng trong việc thực thi hiệu quả các mục tiêu phát triển du lịch bền vững. Du lịch xanh có thể hiểu là một phần của du lịch bền vững, tập trung vào khía cạnh môi trường, trong khi đó, du lịch bền vững có phạm vi rộng hơn, bao gồm cả các yếu tố về kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường.

Du lịch thông minh. Thuật ngữ “du lịch thông minh” (smart tourism) chỉ mới xuất hiện ở nước ta trong những năm gần đây, khi việc áp dụng công nghệ thông minh trong lĩnh vực du lịch không chỉ trở thành xu hướng mà còn là một yếu tố thiết yếu cho sự phát triển của ngành, gắn liền với cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Các hoạt động du lịch ngày càng trở nên công nghệ hóa, hiện đại và thông minh hơn, dẫn đến sự ra đời của “du lịch thông minh” - sự kết hợp hoàn hảo giữa công nghệ và du lịch. Hiện nay có nhiều quan niệm khác nhau về du lịch thông minh, tác giả đồng tình với khái niệm rằng: “Du lịch thông minh là du lịch được phát triển trên nền tảng ứng dụng những thành tựu của khoa học và công nghệ hiện đại, đặc biệt là công nghệ thông tin truyền thông nhằm tạo ra những giá trị, lợi ích và dịch vụ tốt nhất, đáp ứng nhu cầu đa

dạng của khách du lịch, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý du lịch và cộng đồng.” [49]. Du lịch thông minh được cho là bao gồm ba thành phần chính: điểm đến thông minh, trải nghiệm thông minh và hệ sinh thái thông minh. Theo đó, “Điểm đến du lịch thông minh có thể được xác định bằng không gian du lịch với sự hỗ trợ của các ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông, các công nghệ nâng cao khác (internet vạn vật, điện toán đám mây và các hệ thống dịch vụ internet người dùng cuối...) nhằm cố gắng cải thiện trải nghiệm cho du khách khi tiếp cận điểm đến đó, đồng thời cung cấp chất lượng cuộc sống tốt hơn cho người dân địa phương” [72].

Với du lịch thông minh, vận dụng công nghệ giúp quản lý tài nguyên hiệu quả, giảm thiểu lãng phí, giảm tác động môi trường và nâng cao an ninh. Du khách được cung cấp thông tin và dịch vụ cá nhân hóa, tăng cường trải nghiệm và tạo ra lợi nhuận bền vững cho cộng đồng địa phương. Du lịch thông minh cũng thay đổi cách cung cấp dịch vụ, cho phép thông tin và trải nghiệm có sẵn ở mọi nơi, giúp cải thiện dịch vụ, mô hình kinh doanh, và phương thức quản lý, thúc đẩy ngành du lịch phát triển nhanh hơn. Bởi vậy, các quốc gia trên thế giới xem du lịch thông minh là xu hướng mới phải bắt kịp nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh và giúp không bị bỏ lại phía sau trong quá trình phát triển [23], [38].

Đồng tạo giá trị thương hiệu điểm đến. Đồng tạo giá trị thương hiệu điểm đến là một thuật ngữ xuất hiện thời gian gần đây. Mặc dù “thương hiệu” là khái niệm đã được sử dụng từ lâu. Thương hiệu điểm đến là một khái niệm đa chiều và phức tạp bởi nó gắn liền với sự kết hợp của nhiều yếu tố khác nhau trong du lịch. Định nghĩa thường được các nhà nghiên cứu trích dẫn và sử dụng để xác định thương hiệu điểm đến là sự kết hợp giữa tên gọi, biểu tượng, logo, hình ảnh nhằm phân biệt và nhận diện một địa điểm, đồng thời hứa hẹn mang đến những trải nghiệm du lịch độc đáo và ghi dấu ấn sâu sắc trong ký ức của du khách [164]. Trong xây dựng thương hiệu, giá trị là yếu tố then chốt cho sự thành công của thương hiệu, bởi giá trị chỉ thực sự được tạo ra khi khách hàng nhận thấy những gì thương hiệu hứa hẹn và cung cấp đáp ứng được nhu cầu cũng như kỳ vọng của họ [164]. “Đồng sáng tạo” là quá trình cùng nhau tham gia, hợp tác tạo nên những giá trị mới, bao gồm các giá trị vật chất và cả những giá trị mang ý nghĩa tượng trưng [73]. Từ đó có thể hiểu về “đồng tạo giá trị thương hiệu điểm đến” là quá trình nhiều bên liên quan gồm khách du lịch, doanh nghiệp, cộng đồng dân cư địa phương và chính quyền cùng hợp tác, tham gia vào việc xây dựng và phát triển thương hiệu cho một điểm đến du lịch.

2.1.1.2. Khái niệm phát triển du lịch trong liên kết kinh tế

Liên kết (linkage) là sự kết nối, gắn bó chặt chẽ giữa các chủ thể với nhau, đó là mối quan hệ biện chứng, tác động qua lại để tạo ra sự thống nhất về một vấn đề hay một lĩnh vực cụ thể nào đó nhằm chia sẻ lợi ích, mục tiêu, giá trị, nguồn lực... đặc biệt là có được sức mạnh tổng hợp, với những hiệu ứng tích cực đưa các đối tượng tham gia liên kết phát triển mạnh mẽ hơn.

Liên kết kinh tế (economic linkages) là một xu hướng hiển nhiên của sự phát triển xã hội. Hiện nay, có nhiều cách tiếp cận về liên kết kinh tế, nhìn chung có các cách tiếp cận cơ bản sau: liên kết kinh tế là một hình thức tổ chức sản xuất; liên kết kinh tế là một cơ chế kinh tế; liên kết kinh tế là mối quan hệ kinh tế; liên kết kinh tế là một thể chế kinh tế; liên kết kinh tế là một quá trình kinh tế [83, tr.12].

Theo Từ điển Kinh tế học hiện đại: “Liên kết kinh tế là hình thức hợp tác, phối hợp hoạt động do các đơn vị kinh tế tự nguyện tiến hành nhằm thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển theo hướng có lợi nhất trong khuôn khổ pháp luật của Nhà nước. Mục tiêu là tạo ra mối liên kết kinh tế ổn định thông qua các hoạt động kinh tế hoặc các quy chế hoạt động để tiến hành phân công sản xuất, khai thác tốt tiềm năng của các đơn vị tham gia liên kết để tạo ra thị trường tiêu thụ chung, bảo vệ lợi ích của nhau” [37]. Khái niệm liên kết ở đây được mô tả là một hình thức hợp tác tự nguyện giữa các đơn vị kinh tế, trong khuôn khổ của pháp luật, có tính ổn định, với mục tiêu chính là thúc đẩy sự phát triển trong sản xuất và kinh doanh, hay rõ hơn là được xây dựng để tạo ra lợi ích kinh tế chung và cải thiện hiệu quả của các đơn vị tham gia, trên cơ sở phân công sản xuất và khai thác tốt tiềm lực của các đơn vị tham gia.

Tác giả Hồ Quế Hậu nhận định: “Liên kết kinh tế là một thể chế kinh tế nhằm thực hiện một kiểu phối hợp hành động giữa các chủ thể kinh tế độc lập tự chủ với nhau, một cách tự nguyện, thỏa thuận, đôi bên cùng có lợi và tin tưởng lẫn nhau; ràng buộc lẫn nhau theo một kế hoạch hoặc qui chế định trước, dài hạn hoặc thường xuyên nhằm ổn định và nâng cao hiệu quả kinh tế” [60, tr 21]. Khái niệm liên kết kinh tế được mô tả là một thể chế kinh tế được tạo ra để thực hiện hình thức hợp tác giữa các chủ thể kinh tế trên cơ sở tự nguyện, với mục tiêu là tạo ra sự phối hợp hành động để đạt được mục tiêu chung thông qua sự ràng buộc của một kế hoạch hay quy chế, với mục tiêu cuối cùng là tạo ra sự ổn định và nâng cao hiệu quả kinh tế.

Theo tác giả Phùng Lê Dung: “Liên kết kinh tế là sự hợp tác và gắn kết giữa hai hay nhiều chủ thể kinh tế độc lập trong nền kinh tế quốc dân dựa trên những nguyên

tắc và những ràng buộc nhất định để thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả, bền vững nhằm tối đa hóa lợi ích của mỗi chủ thể kinh tế” [39, tr 37]. Khái niệm liên kết kinh tế của tác giả Phùng Lê Dung có đặc trưng là sự hợp tác chặt chẽ giữa các chủ thể kinh tế để thực hiện các hoạt động kinh doanh một cách hiệu quả, bền vững, mang lại lợi ích tối đa cho các chủ thể kinh tế.

Chung quy lại, các khái niệm liên kết kinh tế nêu trên đều cho rằng: liên kết kinh tế là việc các chủ thể kinh tế hợp tác với nhau để phối hợp thực hiện một hoặc nhiều công việc, nhằm đạt được mục tiêu chung là thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển, tạo ra mối liên kết kinh tế ổn định để tận dụng tiềm năng và bảo vệ lợi ích chung.

Kế thừa những khái niệm trên, luận án thống nhất tiếp cận: *Liên kết kinh tế là mối quan hệ kinh tế giữa các chủ thể dựa trên những nguyên tắc và ràng buộc nhất định, thông qua các hoạt động kinh tế để tiến hành phân công sản xuất, khai thác tốt tiềm năng của các bên tham gia, nhằm giúp các chủ thể có được lợi ích kinh tế ổn định và bền vững hơn.*

Liên kết kinh tế có thể mang yếu tố địa lý như: khu vực (AFTA, ASEAN...), phạm vi quốc gia, phạm vi vùng, phạm vi tỉnh, thành phố và nhiều biến thể khác. Nó cũng có thể thực hiện giữa các chủ thể kinh tế với nhau (doanh nghiệp với doanh nghiệp, cá nhân với doanh nghiệp...) và có thể triển khai trong cùng một ngành hoặc trải rộng đa lĩnh vực (gọi là cụm liên kết ngành), ngoài ra, liên kết cũng có thể ở quy mô siêu liên kết (mega) - liên kết giữa các hệ thống liên kết. Liên kết có thể áp dụng để giải quyết nhiều thách thức trên nhiều lĩnh vực như tự nhiên, kinh tế, xã hội, môi trường v.v.. [94, tr.29-30].

Trong phát triển du lịch, liên kết kinh tế đóng vai trò quan trọng, là một trong những phương thức, giải pháp phát triển du lịch một cách hiệu quả và tiết kiệm. Đặc biệt khi mà biên giới du lịch giữa các địa phương trở nên mờ nhạt, thay vào đó là sự xuất hiện một điểm đến chung, thống nhất với sự đa dạng sản phẩm du lịch, dựa trên những ưu điểm đặc biệt của từng vùng miền. Ở góc độ tiếp cận của đề tài luận án, trên cơ sở kế thừa những khái niệm nêu trên, phát triển du lịch trong liên kết kinh tế có thể được hiểu: *Phát triển du lịch trong liên kết kinh tế là quá trình phát triển ngành du lịch trong sự hợp tác kinh tế giữa các đối tác với nhau, được xây dựng trên cơ sở những nguyên tắc và ràng buộc nhất định, tập trung vào các hoạt động kinh tế với sự phân công sản xuất và khai thác tốt tiềm năng của mỗi bên tham gia, nhằm mục tiêu đảm bảo lợi ích kinh tế ổn định và bền vững cho các bên tham gia.*

2.1.1.3. Khái niệm phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Tác giả Nguyễn Thị Hồng Hải đã định nghĩa như sau: “Phát triển du lịch trong liên kết vùng là phát triển du lịch thông qua sự kết nối, hợp tác giữa các cơ quan quản lý Nhà nước (cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch, chính quyền địa phương; sở, ban, ngành liên quan) và các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch, các bên liên quan (doanh nghiệp du lịch, người dân địa phương,...) trên địa bàn một vùng du lịch (liên kết nội vùng) hoặc giữa các vùng du lịch với nhau (liên kết liên vùng); trên cơ sở các chính sách, cam kết...; đồng thời trong quá trình đó có sử dụng hệ thống nguồn nhân lực, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch,... của vùng nhằm tạo ra hệ thống sản phẩm du lịch chung; phục vụ và thu hút đa dạng đối tượng khách” [56, tr.37-38]. Ở đây, khái niệm phát triển du lịch trong liên kết vùng nhấn mạnh vào việc thúc đẩy phát triển du lịch thông qua mỗi liên kết và hợp tác toàn diện giữa các bên liên quan (giữa các cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch và các bên liên quan khác). Điều này có thể diễn ra trong một vùng du lịch (liên kết nội vùng) hoặc giữa các vùng du lịch khác nhau (liên kết liên vùng). Quá trình này dựa trên các chính sách và cam kết, trong khi sử dụng hiệu quả hệ thống nguồn nhân lực và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của vùng. Sự kết nối này không chỉ tạo ra một hệ thống sản phẩm du lịch chung mà còn giúp phục vụ và thu hút các đối tượng khách du lịch đa dạng.

Tác giả Nguyễn Phú Thăng cho rằng: “Phát triển du lịch trong liên kết vùng là phát triển du lịch thông qua sự kết nối, hợp tác giữa các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch (chính quyền địa phương, sở ban ngành) và các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch, các bên liên quan (doanh nghiệp du lịch, người dân địa phương,...) trên địa bàn một vùng du lịch (liên kết nội vùng) hoặc giữa các vùng du lịch với nhau (liên kết liên vùng) trên cơ sở các chính sách, cam kết... đồng thời có sử dụng hệ thống nguồn nhân lực, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch... nhằm tạo ra hệ thống sản phẩm du lịch chung, phục vụ và thu hút đa dạng đối tượng khách du lịch” [144, tr.41-42]. Khái niệm về “Phát triển du lịch trong liên kết vùng” của tác giả Nguyễn Phú Thăng là tương đồng với khái niệm của tác giả Nguyễn Thị Hồng Hải, chỉ khác biệt ở một số ngôn từ và cách biểu đạt ý nghĩa. Cả hai đều đề cập đến mục tiêu chính là phát triển du lịch thông qua sự liên kết, hợp tác nhằm tạo ra một hệ thống sản phẩm du lịch chung và thu hút đa dạng đối tượng khách du lịch, với phạm vi liên kết cả nội vùng và liên vùng, nhấn mạnh sự quan trọng của chính sách, cam kết và sử dụng hiệu quả hệ thống nguồn nhân lực, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch...

Trên cơ sở kế thừa các khái niệm trên, ở góc độ tiếp cận của đề tài theo chuyên ngành Kinh tế chính trị, tác giả đề xuất khái niệm: *Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng là phát triển ngành du lịch của một tỉnh trong mối quan hệ kết nối, hợp tác với các tỉnh khác trong vùng theo những nguyên tắc và những ràng buộc nhất định nhằm nâng cao lợi ích của các bên tham gia, thúc đẩy du lịch của tỉnh/ vùng phát triển bền vững, góp phần tích cực vào sự phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của tỉnh/vùng.* Khái niệm này chỉ ra rằng phát triển du lịch của một tỉnh không chỉ giới hạn trong ranh giới của tỉnh đó, mà còn liên quan đến sự liên kết, hợp tác với các tỉnh khác trong vùng, tức là nhìn nhận và khai thác đầy đủ tiềm năng du lịch không chỉ của tỉnh mình mà còn của toàn bộ vùng, tạo ra một sự trải nghiệm đa dạng và hấp dẫn cho du khách. Trong đó, mối quan hệ giữa các bên liên quan bao gồm chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư và du khách là điều quan trọng để tạo ra một môi trường hợp tác tích cực với những nguyên tắc và ràng buộc nhất định để đảm bảo sự đồng thuận và tuân thủ trong quá trình liên kết giúp giảm thiểu những xung đột và tăng cường hiệu quả liên kết. Liên kết dựa trên cơ sở phân công lao động xã hội nhằm nâng cao lợi ích cho tất cả các bên tham gia, đảm bảo sự công bằng và bền vững. Từ đó, du lịch của tỉnh/vùng phát triển mạnh mẽ hơn, thúc đẩy sự phát triển đa chiều, không chỉ nhấn mạnh về kinh tế, mà còn chú trọng ảnh hưởng tích cực với văn hóa và xã hội - góp phần vào sự phát triển toàn diện.

Ở góc độ tiếp cận của đề tài này, chủ thể được xác định thực hiện là chính quyền địa phương (cấp tỉnh) của một tỉnh. Trên cơ sở chủ trương, đường lối của Đảng, pháp luật, chính sách của Nhà nước... chính quyền địa phương có vai trò quan trọng trong việc phát triển KT-XH của địa phương mình, giữ trọng trách đưa ra những biện pháp phù hợp nhằm phát huy những thế mạnh của địa phương, tăng cường liên kết, khắc phục những hạn chế, yếu kém, thúc đẩy kinh tế phát triển.

2.1.2. Đặc điểm của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng không phải là sự phát triển du lịch ở địa phương một cách đơn thuần mà liên quan đến sự hợp nhất và tương tác với các địa phương khác trong cùng một vùng địa lý quốc gia. Vì thế, phát triển du lịch của tỉnh cần phải tuân thủ những nguyên tắc và ràng buộc liên kết (những chuẩn mực chung) giúp giảm thiểu xung đột và nâng cao hiệu quả của phát triển du lịch liên kết. Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng có những đặc điểm như sau:

- *Phát triển du lịch cùng hướng tới lợi ích chung, cùng có lợi và đảm bảo lợi ích đa phương.* Hợp tác là phải dựa trên cơ sở lợi ích chung, tất nhiên liên kết du lịch đem lại lợi ích cho địa phương, đồng thời lợi ích của địa phương cần được bảo vệ. Tuy nhiên, thay vì chỉ tập trung vào lợi ích riêng của địa phương như phát triển du lịch đơn thuần, tỉnh phải tuân thủ lợi ích chung của cụm/vùng liên kết, cùng tập trung vào việc tạo giá trị chung của cả cụm/vùng, cùng hướng đến mục tiêu hiệu quả toàn cục, làm tăng giá trị toàn thể, đảm bảo các bên tham gia đều hưởng lợi từ liên kết.

- *Phát triển du lịch cùng hướng tới lợi ích chung nhưng đảm bảo tôn trọng sự độc lập, đặc thù với các địa phương liên kết.* Tôn trọng sự độc lập, đặc thù của mỗi địa phương là một nguyên tắc cần tuân thủ trong phát triển du lịch liên kết. Bởi vì, dù trong cùng một vùng địa lý, nhưng mỗi tỉnh sẽ có những đặc trưng riêng về tài nguyên, văn hóa, lợi thế cạnh tranh. Các địa phương cần tôn trọng sự độc lập và những nét đặc thù của nhau, tránh việc đồng nhất hóa cụm/vùng liên kết một cách cứng nhắc, cần phát huy những đặc thù này, cùng nhau biến thành lợi thế cạnh tranh cấp cụm/vùng liên kết, không chỉ vì lợi ích của địa phương mà còn vì lợi ích toàn cục của cụm/vùng liên kết và của quốc gia.

- *Phát triển du lịch cần tuân thủ nguyên tắc rõ ràng, minh bạch trong liên kết.*

Quyền lợi và nghĩa vụ của của tỉnh với các tỉnh liên kết cần được xác định rõ ràng, có sự phân công trách nhiệm cụ thể giữa các bên. Bởi vậy, phát triển du lịch liên kết phải được thực hiện một cách có tổ chức, có cam kết, phân công trách nhiệm rõ ràng nhằm tránh sự tự do, tự phát, bỏ sót hoặc chòng chéo nhiệm vụ giữa các địa phương với nhau, cũng như tránh những hiểu lầm, tranh cãi về quyền lợi. Thực hiện nguyên tắc phân công rõ ràng sẽ giúp các tỉnh gắn kết chặt chẽ với nhau, cùng nhau thực hiện hiệu quả các mục tiêu chung. Điều này cần được thể hiện trong các thỏa thuận, cam kết có tính pháp lý rõ ràng và có các biện pháp chế tài nếu vi phạm.

Thực hiện nguyên tắc minh bạch trong quản lý, chia sẻ thông tin và phân bổ nguồn lực. Các thông tin, dữ liệu liên quan đến chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chính sách, các nguồn lực, vấn đề lợi ích cần được minh bạch trong chia sẻ để đảm bảo niềm tin, sự đồng thuận giữa tỉnh và các tỉnh liên quan trong phát triển du lịch liên kết. Để thực hiện tốt điều này, cần có một cơ chế rõ ràng trong việc trao đổi, chia sẻ thông tin, cũng như phối hợp nguồn lực một cách có hiệu quả.

- *Phát triển du lịch đảm bảo nguyên tắc tự nguyện, hợp tác công bằng và bình đẳng, nhất là trong việc phân chia lợi ích và ra quyết định với các tỉnh liên kết trong vùng.* Các bên tham gia liên kết với tinh thần tự nguyện, hợp tác bình đẳng, đảm bảo

việc phân chia lợi ích được thực hiện một cách công bằng, tất nhiên là phải dựa trên sự đóng góp và tiềm năng, lợi thế của từng tỉnh, đảm bảo các địa phương liên kết đều được hưởng lợi và không bị thiệt thòi về lợi ích cũng như quyền tham gia vào các quyết định quan trọng. Sự công bằng và bình đẳng ở đây sẽ góp phần giúp ngăn chặn tình trạng bất mãn, xung đột từ các bên khi cảm thấy bị thiệt thòi trong liên kết, tạo được một môi trường hợp tác hài hòa và tôn trọng lẫn nhau.

- *Phát triển du lịch tuân thủ những tiêu chuẩn phát triển bền vững của cụm/vùng liên kết.* Mọi hoạt động phát triển du lịch của tỉnh cần đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn phát triển bền vững của cụm/vùng liên kết. Điều này giúp đảm bảo lợi ích lâu dài cho cộng đồng địa phương, bảo vệ môi trường tự nhiên, giúp ngăn ngừa các mâu thuẫn, xung đột có thể phát sinh do những tác động tiêu cực lên xã hội và môi trường.

- *Phát triển du lịch tuân thủ nguyên tắc đảm bảo sự tham gia đầy đủ của cộng đồng địa phương, doanh nghiệp và các bên liên quan.* Việc tham gia đầy đủ của các bên sẽ giúp tăng cường sự đồng thuận, giảm thiểu các nguy cơ mâu thuẫn, xung đột, hỗ trợ tích cực cho phát triển du lịch liên kết thành công. Vì thế, trước khi thực hiện các quyết định quan trọng trong liên kết du lịch và phát triển du lịch liên kết, cần có sự tham vấn đầy đủ từ tất cả các bên liên quan, nhất là các địa phương cùng liên kết.

- *Phát triển du lịch cần tuân thủ cơ chế giám sát, đánh giá, cũng như cơ chế giải quyết xung đột của cụm/vùng liên kết đã được thống nhất.*

Phát triển du lịch tuân thủ cơ chế kiểm tra, giám sát giúp đảm bảo rằng mọi hoạt động liên kết, phát triển du lịch liên kết diễn ra đúng kế hoạch, mục tiêu, các bên liên quan tuân thủ các thỏa thuận, cam kết đã đạt được. Kết quả giám sát cần được công khai để tạo sự minh bạch và trách nhiệm giải trình. Hệ thống phản hồi giữa các bên cũng cần được xây dựng để kịp thời điều chỉnh khi cần thiết.

Phát triển du lịch cần tuân thủ cơ chế chung trong giải quyết các xung đột hoặc bất đồng nếu phát sinh. Rõ ràng động lực của liên kết du lịch giữa một tỉnh với các tỉnh trong vùng, đầu tiên phải nói đến vấn đề lợi ích. Mỗi tỉnh trong liên kết, dù thể nào đi chăng nữa cũng đều có những mục tiêu riêng trong quá trình phát triển du lịch liên kết đó. Bởi vậy, phát triển du lịch liên kết sẽ có những lúc nảy sinh mâu thuẫn, xung đột giữa các bên, mà trước hết thường là vấn đề lợi ích. Việc thiết lập được một cơ chế giải quyết xung đột thống nhất và tuân thủ tốt cơ chế này có thể bảo vệ tốt hơn cho quyền lợi của các bên, đảm bảo tính công bằng, minh bạch, sự tin tưởng, ổn định và duy trì sự liên tục, dài lâu của hợp tác, liên kết. Cơ chế này là

cần thiết bao gồm quy trình hòa giải, thương lượng, hoặc thậm chí là có trọng tài nếu cần thiết.

- *Phát triển du lịch phải có sự thích ứng kịp thời với những điều chỉnh trong các nguyên tắc và ràng buộc khi có sự thay đổi từ hoàn cảnh, cơ hội hoặc rủi ro phát sinh.* Các nguyên tắc và ràng buộc liên kết có thể phải được điều chỉnh theo những thay đổi của hoàn cảnh kinh tế, xã hội hay môi trường, hoặc với những cơ hội mới, thách thức và rủi ro mới, vì thế tính cần có những điều chỉnh trong chiến lược phát triển du lịch của mình để đảm bảo sự thích ứng với những điều chỉnh trong các chuẩn mực chung nhằm duy trì sự hợp tác có hiệu quả.

2.1.3. Các chủ thể tham gia phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp và phức tạp, có sự tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp của rất nhiều cá nhân, tập thể vào hoạt động du lịch. Trong đó, các bên liên quan chính bao gồm: *khách du lịch, nhà cung ứng sản phẩm du lịch, dân cư tại điểm du lịch và các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch.* Các chủ thể này tương tác nhiều chiều với nhau, có mối quan hệ đan xen, cùng tác động mạnh mẽ đến hoạt động du lịch [65].

(1) *Khách du lịch.* Theo Luật du lịch Việt Nam (2017), “khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến” [108]. Khái niệm khách du lịch nói trên áp dụng cho cả khách du lịch quốc tế và khách trong nước, áp dụng cho khách đi du lịch trong ngày và đi du lịch dài ngày có nghỉ qua đêm. Khách du lịch là một chủ thể quan trọng của phát triển du lịch, họ vừa đóng vai trò khách hàng, đồng thời là yếu tố tham gia cấu thành nên hoạt động du lịch, có những tác động đến cảnh quan, văn hóa, môi trường của điểm đến du lịch.

(2) *Nhà cung ứng sản phẩm du lịch:* là các tổ chức hoặc cá nhân cung cấp dịch vụ, hàng hóa cho du khách trong chuyến hành trình du lịch của họ. Với những chức năng, ý nghĩa nhất định trong việc tạo ra và thực hiện các sản phẩm du lịch, các đơn vị này có thể được chia thành ba nhóm cơ bản như sau: nhóm thứ nhất, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch; nhóm thứ hai, các doanh nghiệp kinh doanh các ngành nghề khác nhưng có cung ứng sản phẩm phục vụ khách du lịch; nhóm thứ ba, các nhà cung ứng dịch vụ công [65]. Nhìn chung, các đơn vị này coi du lịch là cơ hội để bán các sản phẩm mà họ sản xuất ra và thỏa mãn nhu cầu của du khách. Họ không chỉ cung cấp dịch vụ du lịch, mà còn đóng góp hạ tầng du lịch để tối ưu hóa trải nghiệm của du khách. Ngoài ra, vai trò của họ mở rộng sang việc quảng bá và tiếp thị địa phương/vùng, tạo cơ hội việc làm và thu nhập cho cộng đồng. Họ hợp tác với các nhà

cung ứng du lịch trong một tỉnh và giữa các tỉnh trong vùng/liên vùng/liên quốc gia với nhau để tạo ra những gói sản phẩm hấp dẫn và đa dạng cho du khách, tạo điều kiện cho sự liên kết kinh tế và phát triển chung...

(3) *Cộng đồng dân cư tại điểm du lịch*: là tất cả những người đang cư trú thường xuyên tại những địa bàn có tài nguyên du lịch hoặc không có tài nguyên du lịch nhưng có các hoạt động cung ứng sản phẩm du lịch. Họ có vai trò tiếp nhận du khách, cung cấp, đảm bảo chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch, cũng như quảng bá, giới thiệu văn hóa ở địa phương. Với họ, hoạt động du lịch của địa phương vừa đem lại những cơ hội để tìm hiểu nền văn hóa và phong cách của người ngoài địa phương, người nước ngoài, là cơ hội tìm kiếm việc làm, phát sinh, phát triển các ngành nghề cổ truyền, các nghề thủ công truyền thống của dân tộc. Thông qua du lịch, một mặt có thể tăng thu nhập, mặt khác ảnh hưởng đến đời sống của người dân về môi trường, trật tự an ninh xã hội v.v...

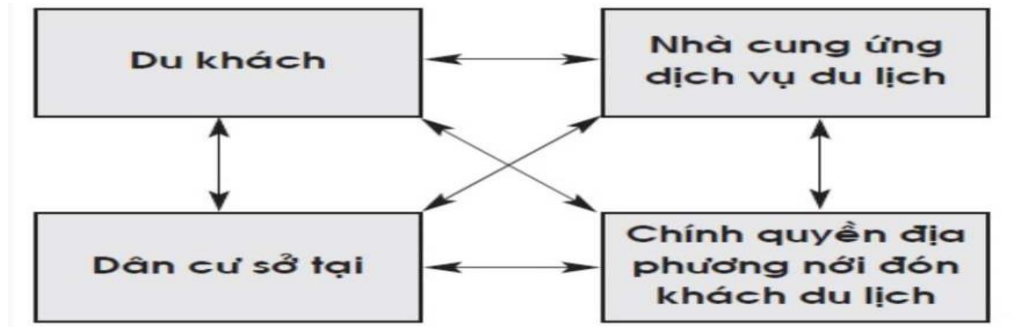
(4) *“Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch”* ở Việt Nam được phân chia thành 3 nhóm, bao gồm: *Nhóm thứ nhất, các cơ quan quản lý nhà nước một cách tổng thể*, bao gồm: Chính phủ (ở cấp trung ương) và Ủy ban nhân dân các cấp (ở cấp địa phương). Các cơ quan này có chức năng quản lý nhà nước về mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội, trong đó có du lịch. *Nhóm thứ hai, các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành về du lịch, bao gồm*: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trực tiếp là tổng cục Du lịch (ở cấp trung ương), Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, sau đó là các Phòng Du lịch (ở cấp địa phương). Các cơ quan này có chức năng quản lý nhà nước về các vấn đề thuộc chuyên môn của ngành Du lịch. *Nhóm thứ ba, các cơ quan quản lý nhà nước hữu quan về du lịch, bao gồm*: Bộ ngoại giao, Bộ công an, Bộ Giao thông - Vận tải, Bộ Y tế, Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Công Thương... (cấp Trung ương) và các Sở tương ứng ở cấp địa phương. Các cơ quan này thực hiện việc quản lý các vấn đề thuộc ngành tương ứng, nhưng các hoạt động của ngành du lịch có những vấn đề thuộc sự quản lý theo ngành dọc của các cơ quan này.

Chủ thể tiếp cận của đề tài là chính quyền địa phương cấp tỉnh. Theo Luật Tổ chức chính quyền địa phương năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2019), chính quyền địa phương cấp tỉnh gồm có UBND tỉnh và HĐND tỉnh. Trong đó, 1/ “Hội đồng nhân dân gồm các đại biểu Hội đồng nhân dân do cử tri ở địa phương bầu ra, là cơ quan quyền lực nhà nước ở địa phương, đại diện cho ý chí, nguyện vọng và quyền làm chủ của Nhân dân, chịu trách nhiệm trước Nhân dân địa phương và cơ quan nhà nước cấp trên.”

(theo điều 6 - Luật tổ chức chính quyền địa phương năm 2015) [107]. HĐND tỉnh là nơi quyết định các quy hoạch, kế hoạch, chủ trương, biện pháp nhằm triển khai thực hiện các văn bản pháp luật của cơ quan nhà nước cấp trên và sự phát triển ở cấp địa phương. 2/ “Ủy ban nhân dân do Hội đồng nhân dân cùng cấp bầu, là cơ quan chấp hành của Hội đồng nhân dân, cơ quan hành chính nhà nước ở địa phương, chịu trách nhiệm trước Nhân dân địa phương, Hội đồng nhân dân cùng cấp và cơ quan hành chính nhà nước cấp trên.” (theo Điều 9 - Luật tổ chức chính quyền địa phương năm 2015). UBND tỉnh là cơ quan chấp hành của HĐND tỉnh và là cơ quan hành chính nhà nước tại tỉnh. Nhiệm vụ của UBND tỉnh gồm xây dựng các quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển KT-XH của tỉnh, đồng thời chỉ đạo việc thực hiện, kiểm tra và quản lý các lĩnh vực hoạt động tại địa phương.

Như vậy, chính quyền địa phương cấp tỉnh thuộc vào “Nhóm thứ nhất” của “Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch” nêu trên. Cùng với đó, hệ thống các “cơ quan chuyên môn thuộc UBND được tổ chức ở cấp tỉnh, cấp huyện, là cơ quan tham mưu, giúp Ủy ban nhân dân thực hiện chức năng quản lý nhà nước về ngành, lĩnh vực ở địa phương và thực hiện các nhiệm vụ, quyền hạn theo sự phân cấp, ủy quyền của cơ quan nhà nước cấp trên” (Điều 9 - Luật tổ chức chính quyền địa phương). Các cơ quan này hoạt động theo nguyên tắc/cơ chế “song trùng trực thuộc”, tức là chịu sự quản lý đồng thời của hai cơ quan cấp trên trực tiếp: vừa theo sự quản lý của ngành dọc (Bộ, ngành TW) và vừa theo sự quản lý của lãnh thổ theo chiều ngang (UBND tỉnh). Ví thế, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch - “Nhóm thứ hai” (của “Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch”) là một trong những cơ quan chuyên môn thuộc UBND tỉnh, chịu trách nhiệm tham mưu và hỗ trợ UBND tỉnh trong việc quản lý ngành du lịch, văn hóa, thể thao... thực hiện các nhiệm vụ, quyền hạn được sự phân cấp, ủy quyền từ UBND, Chủ tịch UBND tỉnh. Ngoài ra, các Sở khác thuộc UBND tỉnh cũng tham gia vào việc thực hiện các hoạt động liên quan đến ngành du lịch như Sở Giao thông vận tải, Sở Kế hoạch và đầu tư, Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Tài chính... thuộc “Nhóm thứ ba” (của “Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch”).

Để dễ hình dung mối quan hệ giữa các chủ thể trong phát triển du lịch tại một địa phương, chúng tôi sử dụng sơ đồ của tác giả Nguyễn Văn Đính và Trần Thị Minh Hòa (2009) được diễn giải từ Michael Coltman (nhà kinh tế học người Mỹ) như sau:



Hình 2.1. Sơ đồ mối quan hệ giữa các chủ thể trong phát triển du lịch

Nguồn: Trích từ [50, tr.15].

Theo đó, phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng phụ thuộc vào sự hiện diện và mối quan hệ tương tác giữa các bên liên quan nêu trên. Tuy nhiên, mối quan tâm của các chủ thể về liên kết phát triển du lịch là không giống nhau, do các giá trị và mục tiêu khác nhau. Vì thế, sức mạnh và mức độ tham gia của các chủ thể nói trên đối với phát triển du lịch ở một địa phương trong liên kết với các địa phương trong vùng là khác nhau. Theo điều 17, Luật tổ chức chính quyền địa phương (năm 2015) chỉ ra một trong số những nhiệm vụ, quyền hạn của chính quyền địa phương ở tỉnh là “Phối hợp với các cơ quan nhà nước ở trung ương, các địa phương thúc đẩy liên kết kinh tế vùng, thực hiện quy hoạch vùng, bảo đảm tính thống nhất của nền kinh tế quốc dân” [107]. Xét chủ thể tiếp cận của đề tài Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, chúng tôi nhận thấy: từ phía chính quyền địa phương sẽ có mối quan hệ với du khách, nhà cung ứng sản phẩm du lịch, với dân cư sở tại, thêm vào đó còn có mối quan hệ giữa chính quyền địa phương tỉnh đang nghiên cứu với chính quyền địa phương các tỉnh liên kết trong vùng.

2.1.4. Vai trò của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Một là, khai thác có hiệu quả các lợi thế tương đối của tỉnh và các tỉnh liên kết về tài nguyên du lịch, hạ tầng cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, nguồn nhân lực và các nguồn lực khác để phát triển du lịch. phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng dựa trên cơ sở phân công lao động theo lợi thế so sánh, tập trung vào thế mạnh đặc thù, nổi bật của địa phương và các địa phương khác trong vùng để tạo nên một chuỗi sản phẩm du lịch liên hoàn, đôi bên đều có lợi trong phát triển du lịch. Điều này cho phép tối ưu hóa sử dụng tài nguyên du lịch và các nguồn lực khác. Nhất là nguồn lực tài nguyên du lịch độc đáo của địa phương bao gồm cả giá trị tự nhiên và chi phí khai thác sẽ được tối ưu hóa sử dụng nhờ hàng loạt sản phẩm đa dạng, hấp dẫn từ

phát triển du lịch liên kết; với những tài nguyên du lịch tương đồng, thông qua phát triển du lịch liên kết giúp kết nối thành một chỉnh thể phân công và chuyên môn hóa sản xuất.

Hai là, giảm bớt sự khác biệt, bổ sung, hỗ trợ lẫn nhau, đảm bảo sự cân đối và bền vững trong quá trình phát triển du lịch của tỉnh và các địa phương trong vùng. Mỗi địa phương, mỗi vùng đều có những ưu thế nổi trội và những hạn chế riêng. phát triển du lịch liên kết giúp phối hợp, lan tỏa những kiến thức, công nghệ, kỹ năng... giữa các bên tham gia. Giảm áp lực lên các nguồn lực của địa phương, bổ sung những khiếm khuyết, bù đắp những thiếu hụt về vốn, công nghệ và phối hợp sử dụng tốt các nguồn lực, nâng cao năng lực tổ chức và quản lý. Từ đó giúp mở rộng giới hạn khả năng sản xuất trong ngành du lịch của tỉnh, giảm bớt sự khác biệt, tạo sự phát triển cân đối trong phát triển du lịch giữa tỉnh với các tỉnh trong vùng. Thực ra, nếu mỗi tỉnh chỉ tập trung vào việc tạo ra chuỗi giá trị riêng, có thể sẽ rơi vào nguy cơ lãng phí nguồn lực và giảm hiệu suất. phát triển du lịch liên kết giúp tỉnh có thể tận dụng được nguồn lực của các tỉnh bạn để nâng cao được khả năng cạnh tranh, thu hút đầu tư và mở rộng thị trường, đồng thời, giúp bảo tồn và phát huy những giá trị tự nhiên, văn hóa, đảm bảo phát triển một cách bền vững.

Ba là, khắc phục được tình trạng phát triển tự phát, mang tính nhỏ lẻ, “khép kín”, giản đơn trong phát triển du lịch của một tỉnh. Hình thành được cơ chế hợp tác, phân công lao động, phân bổ lợi ích trong phát triển du lịch giữa một tỉnh với các tỉnh trong vùng. phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng làm thay đổi tư duy phát triển từ “điểm du lịch”, “tự lực địa phương là chính”, “mạnh ai nấy làm” sang phát triển “vùng du lịch” với sự hợp tác và phân công giữa các bên tham gia, tạo thị trường chung cho sự phát triển. Lúc này địa phương trở thành một bộ phận của tổng thể trong sự phối hợp, cộng hưởng để phát triển, làm phá vỡ sự phát triển du lịch tự phát, khép kín của tỉnh, khắc phục tình trạng manh mún, trùng lặp, lãng phí. Cùng với đó tạo cơ chế hợp tác, phân công lao động, phân bổ lợi ích giữa các tỉnh trong vùng. Động lực của liên kết là bao gồm lợi ích của từng tỉnh và lợi ích tổng thể của vùng và quốc gia (làm tốt lợi ích tổng thể sẽ tạo ra lợi ích cho địa phương), đảm bảo phân bổ lợi ích công bằng, hài hòa, hợp lý. Sự phối hợp giữa các tỉnh sẽ tạo ra một hệ thống du lịch toàn diện và phong phú, cung cấp cơ hội để phân bổ lợi ích một cách công bằng và bền vững trong quá trình phát triển du lịch.

Bốn là, tạo điều kiện đổi mới, hoàn thiện cơ chế quản lý nhà nước về du lịch của tỉnh trong bối cảnh và xu thế mới. Liên kết vùng trong phát triển du lịch gồm hợp tác nội

bộ địa phương, liên kết vùng cấp kinh doanh và liên kết vùng cấp chính sách. Liên kết vùng cấp chính sách là hợp tác quản lý giữa các địa phương, với vai trò chủ động của chính quyền địa phương trong khởi tạo, tài trợ, giám sát, lựa chọn thành viên, phát triển năng lực liên kết, quản lý liên kết... [106]. Phát triển du lịch liên kết giúp chính quyền địa phương tiếp cận đa dạng nhiều thông tin, nguồn lực, đổi mới công tác quản lý du lịch, học hỏi từ các tỉnh có kinh nghiệm, giúp điều chỉnh chiến lược, giảm thiểu sự chông chéo và tăng cường hiệu quả quản lý. Điều này góp phần nâng cao năng lực quản lý, vai trò, trách nhiệm của cơ quan chức năng, giúp mở rộng tầm nhìn, thích ứng với thị trường mới, bối cảnh mới, thúc đẩy xây dựng mô hình phát triển du lịch toàn diện và bền vững.

Năm là, thúc đẩy tăng cường lợi ích chung, đồng thời chia sẻ những rủi ro trong quá trình liên kết du lịch. Liên kết du lịch giữa các tỉnh trong vùng mang lại nhiều lợi ích chung to lớn như giúp tăng cường sức hấp dẫn và nâng cao giá trị điểm đến cấp tỉnh, cấp vùng; gia tăng hiệu quả quảng bá tiếp thị với những chiến dịch quảng bá chung, tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả tiếp cận thị trường mục tiêu, xây dựng được một hình ảnh thống nhất và mạnh mẽ cho toàn vùng, giúp nâng cao sự nhận diện cũng như tính hấp dẫn đối với du khách quốc tế; giúp tối ưu hóa tài nguyên và cơ sở hạ tầng, tăng cường chia sẻ hiệu quả, giảm chi phí đầu tư và nâng cao hiệu suất sử dụng; nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện trải nghiệm của du khách; nâng cao vị thế của vùng, tạo lợi thế cạnh tranh hơn trên thị trường quốc tế. Trong bối cảnh hội nhập, biến đổi khí hậu, dịch bệnh như hiện nay, hoạt động kinh tế của các địa phương, các vùng, các quốc gia chịu tác động rất lớn từ những biến ngoại sinh này. Vì thế, khi có những “cú sốc” lớn xảy ra, phát triển du lịch nếu gắn với liên kết vùng giúp các địa phương ứng phó tốt hơn, giảm thiểu bớt thiệt hại, giảm áp lực tài chính, chia sẻ phần nào trách nhiệm và tăng khả năng chống chịu, ứng phó với những vấn đề vượt ra khỏi tầm kiểm soát của một đơn vị lãnh thổ riêng lẻ [99].

Sáu là, thúc đẩy phát triển du lịch của địa phương và vùng, góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập, gia tăng đóng góp vào ngân sách của tỉnh/ vùng/ quốc gia. Liên kết du lịch của một tỉnh với các tỉnh khác trong vùng không chỉ dừng lại ở việc tạo ra một mối quan hệ ổn định mà mục tiêu là tận dụng hiệu quả tiềm năng của địa phương/vùng, thúc đẩy phát triển du lịch nhanh chóng. Phát triển du lịch vừa là mục tiêu của liên kết, đồng thời có thể coi là một yếu tố điều kiện để thực thi liên kết. phát triển du lịch liên kết mở ra môi trường hợp tác tích cực cho doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư, giúp mở rộng thị trường, chia sẻ nguồn lực, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch. Điều này làm tăng sức mạnh và năng lực cạnh tranh của doanh

nghiệp, kích thích sự phát triển của cộng đồng địa phương, tạo việc làm, thu nhập, bảo tồn và phát triển văn hóa địa phương [106]. Phát triển du lịch liên kết cũng thúc đẩy các loại hình du lịch như du lịch cộng đồng, du lịch thông minh, du lịch sinh thái... làm gia tăng quy mô hoạt động du lịch cả về số lượng và chất lượng, tăng lượng khách và doanh nghiệp, tăng nguồn thu, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và lan tỏa phát triển các ngành nghề. Kết quả là tạo việc làm, giảm đói nghèo, nâng cao mức sống và trình độ dân trí, khai thác hiệu quả phát triển du lịch của tỉnh và vùng.

Bây là, thúc đẩy phát triển các ngành kinh tế khác, gia tăng mối liên kết giữa các ngành nghề, là “chìa khóa” đẩy mạnh liên kết kinh tế và phát triển KT-XH vùng. Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, liên ngành và liên vùng. phát triển du lịch liên kết tác động tích cực đến các ngành kinh tế khác, bao gồm hợp tác trong sản xuất, dịch vụ và thương mại giữa các doanh nghiệp trong tỉnh và với các tỉnh liên kết. phát triển du lịch liên kết thúc đẩy sự phát triển các ngành dịch vụ như nhà nghỉ, nhà hàng, vận tải, giải trí..., tạo cơ hội mới và kích thích phát triển các ngành kinh tế liên quan. Khi du lịch phát triển, các doanh nghiệp từ lĩnh vực công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, thương mại... tìm kiếm cơ hội hợp tác với doanh nghiệp du lịch và ngược lại. phát triển du lịch liên kết tạo mạng lưới ngành nghề phát triển tích cực, tăng cường sự phát triển của nhiều ngành kinh tế khác, góp phần vào môi trường kinh tế toàn diện và bền vững (đối với tỉnh/ vùng liên kết).

2.2. NỘI DUNG, TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG

2.2.1. Nội dung phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng không chỉ tập trung vào việc phát triển du lịch ở địa phương một cách đơn thuần mà liên quan đến sự hợp nhất và tương tác với các địa phương khác trong cùng một vùng địa lý quốc gia. Với góc độ tiếp cận của đề tài, chúng tôi khái quát những nội dung cơ bản của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng ở các nội dung cơ bản sau:

2.2.1.1. Xây dựng quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

** Xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng*

Du lịch là ngành kinh tế mang tính tổng hợp cao, vì thế vấn đề quy hoạch phát triển du lịch dù ở cấp độ nào cũng hết sức quan trọng. Quy hoạch du lịch là cơ sở quan

trọng thể hiện quan điểm mang tính tổng thể, định hướng để xác định mục tiêu, ưu tiên và hướng đi phù hợp với tình hình địa phương, thúc đẩy phát triển du lịch. Quy hoạch phải luôn là công tác đi đầu, tạo tiền đề cho các bước đầu tư kết cấu hạ tầng, xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch... phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng có quy hoạch sẽ cung cấp mục tiêu và tầm nhìn đảm bảo cho sự phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng hiệu quả, có chiều sâu và bền vững.

Xây dựng, thực hiện quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng là một quá trình phức tạp, đòi hỏi phải thực hiện một cách kỹ lưỡng, mang tính toàn diện, trên cơ sở phối hợp chặt chẽ giữa các tỉnh trong vùng, làm sao cho chiến lược phát triển du lịch của tỉnh và các tỉnh có thể hỗ trợ lẫn nhau, tránh sự trùng lặp hoặc xung đột. Quy hoạch cần phải tạo được sự ăn khớp nhịp nhàng trong chính thể liên kết, thống nhất trong sử dụng và bảo vệ tài nguyên du lịch, cùng với các tỉnh khác kiến thiết được một mạng lưới liên kết điểm đến hấp dẫn, kết nối các tuyến du lịch trong vùng, từ đó tối ưu tiềm năng du lịch của tỉnh và cả vùng.

Quy hoạch phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng có thể được xây dựng riêng hoặc có thể được lồng ghép trong chiến lược/quy hoạch phát triển du lịch của tỉnh. Trước đây, quy hoạch du lịch của tỉnh gồm quy hoạch tổng thể và quy hoạch cụ thể cho từng khu du lịch. Theo Luật Quy hoạch năm 2017 (hiệu lực từ 01/01/2019), chỉ còn quy hoạch du lịch cấp quốc gia mà không còn quy hoạch du lịch của từng địa phương, theo đó nội dung quy hoạch du lịch được lồng ghép vào quy hoạch chung của tỉnh. Hiện nay, chính quyền cấp tỉnh tổ chức thực hiện các nội dung phát triển du lịch theo quy hoạch tỉnh và tiếp tục thực hiện các quy hoạch du lịch đã ban hành trước đó. Tuy nhiên, dù thế nào đi nữa, vấn đề cốt lõi của quy hoạch phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng là phải phù hợp với tiềm năng, lợi thế và các nguồn lực của tỉnh và các địa phương liên kết trong mỗi giai đoạn, phù hợp với quy hoạch phát triển KT-XH của địa phương, đảm bảo tính thống nhất và chịu sự chi phối của công tác quy hoạch ở cấp độ vùng, quốc gia; góp phần sử dụng hiệu quả và bảo tồn, quản lý bền vững tài nguyên du lịch, không gây hại môi trường; phát triển du lịch trong mối quan hệ với các ngành kinh tế khác; đảm bảo hài hòa lợi ích cho các bên liên quan và đồng thuận, bình đẳng với các địa phương liên kết; cân bằng lợi ích trước mắt và lâu dài [108], [109].

Nội dung quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng cần: (1) Xác định rõ sự cần thiết của phát triển du lịch trong liên

kết; (2) Phân tích, đánh giá tiềm năng du lịch, hiện trạng tài nguyên, môi trường du lịch, thị trường du lịch của tỉnh và các tỉnh trong vùng; (3) Phân tích khả năng thu hút các nguồn lực phát triển du lịch thông qua sự liên kết đó; (4) Xác định quan điểm, mục tiêu phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng, dự báo các chỉ tiêu, luận chứng các phương án phát triển; (5) Chỉ ra các định hướng như: định hướng tổ chức không gian liên kết du lịch, định hướng phát triển các sản phẩm du lịch, thị trường du lịch liên kết, định hướng phát triển hạ tầng giao thông hiện đại, đồng bộ với các tỉnh liên kết (chú ý hệ thống kết nối điện tử giữa các địa điểm du lịch của tỉnh với các tỉnh trong vùng)...; (6) Quy hoạch phải bao hàm nội dung bảo tồn và quản lý bền vững di sản văn hóa, tài nguyên du lịch, đảm bảo sự phát triển du lịch không gây hại cho môi trường, cộng đồng dân cư trên địa bàn tỉnh và các tỉnh liên kết trong vùng; (7) Đề xuất các chính sách, biện pháp quản lý phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng theo quy hoạch. Cần lưu ý, trong quá trình xây dựng và thực hiện quy hoạch nói trên, cần có sự phối kết hợp với các chủ thể có liên quan từ các địa phương liên kết trong vùng.

Trên cơ sở các nội dung của quy hoạch phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng đã được xây dựng, chính quyền địa phương cấp tỉnh cần tiến hành lập kế hoạch để triển khai các nội dung trên. Theo đó, các bước của quy trình lập kế hoạch cần thực hiện gồm: *Bước 1*, thành lập Ban xây dựng kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; *Bước 2*, xây dựng dự thảo kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; *Bước 3*, lấy ý kiến của các bên liên quan về kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; *Bước 4*, hoàn thiện và ban hành kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Nội dung của một bản kế hoạch về phát triển du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng cần đảm bảo: *thứ nhất*, xác định rõ căn cứ pháp lý của phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; *thứ hai*, phân tích bối cảnh mà tỉnh thực hiện phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; *thứ ba*, xác định mục tiêu của phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng; *thứ tư*, xác định các hoạt động cần thực hiện và kết quả cần đạt được đối với từng hoạt động; *thứ năm*, xác định thời gian thực hiện từng hoạt động; *thứ sáu*, xác định kinh phí hoạt động; *thứ bảy*, phân công người phụ trách/ thực hiện các hoạt động hoặc công việc cụ thể.

** Xây dựng cơ chế chính sách phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng*

Để tạo môi trường thuận lợi trong việc thực hiện các nội dung quy hoạch/ kế hoạch phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh trong vùng đã đề ra, trên cơ sở

những quy định chung và tình hình cụ thể của địa phương, cùng mối tương quan với các địa phương liên kết trong vùng, chính quyền tỉnh cần cụ thể hóa chính sách của Nhà nước và bổ sung các chính sách cần thiết để nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý phát triển du lịch trong liên kết, điều chỉnh hành vi của các chủ thể tham gia, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch liên kết của tỉnh.

Mỗi chính sách là một tập hợp các giải pháp nhất định để thực hiện các mục tiêu bộ phận trong quá trình đạt tới mục tiêu chung. Thông thường, một chính sách bất kỳ được cấu thành từ hai phần chính: mục tiêu cần phải đạt được và các biện pháp cần áp dụng để đạt được những mục tiêu đó. Trong điều kiện liên kết với các tỉnh trong vùng, tỉnh cần phối hợp xây dựng và tuân thủ các cơ chế chính sách thống nhất về phát triển du lịch cấp vùng (như chính sách phát triển hạ tầng, ưu đãi đầu tư, bảo vệ môi trường, hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, chia sẻ thông tin thị trường, quảng bá du lịch...) nhằm đảm bảo không tạo ra sự cạnh tranh không lành mạnh với các tỉnh liên kết và hỗ trợ nhau phát triển. Ở đây, các chính sách cần được các tỉnh liên kết trong vùng quy định và ràng buộc một cách rõ ràng, minh bạch, có các chế tài cụ thể để đảm bảo sự tuân thủ từ tất cả các tỉnh, thúc đẩy duy trì sự công bằng, tránh xung đột lợi ích.

Trong điều kiện đó, các chính sách đặc thù nhằm thúc đẩy phát triển du lịch liên kết của tỉnh được ban hành có thể bao gồm hỗ trợ phát triển hạ tầng giao thông (nhất là hạ tầng đường nối với các tỉnh), ưu đãi thuế hoặc hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp tỉnh tham gia dự án du lịch liên kết, hợp tác xây dựng môi trường du lịch thuận lợi v.v... Tất nhiên, những chính sách đặc thù đó có thể thay đổi tùy thuộc vào đặc điểm và mức độ hợp tác cụ thể của cụm, vùng liên kết. Việc thiết lập và thực hiện các chính sách này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các cấp quản lý và các bên liên quan. Trong quá trình ban hành các văn bản chính sách, cần đảm bảo một số khâu quan trọng: đánh giá chính sách hiện hành và tình hình thực tiễn, xác định rõ vấn đề cần bổ sung hoặc đổi mới, lựa chọn phương án tối ưu, thảo luận và lấy ý kiến từ phía các bên liên quan và các nhóm dân cư khác nhau, lập kế hoạch cụ thể cho việc thực thi và thực hiện đánh giá một cách nghiêm túc, khoa học nhằm bổ sung và hoàn thiện chính sách.

** Tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng*

Phát triển du lịch liên kết là một phương thức phát triển du lịch của địa phương trong mối quan hệ với các tỉnh liên kết trong vùng theo các nguyên tắc và ràng buộc nhất định, vì thế tổ chức điều hành các hoạt động du lịch liên kết của tỉnh với các tỉnh trong vùng là thực hiện chức năng tổ chức điều hành sự phát triển của một ngành trong

phạm vi một địa phương trong mối quan hệ với các địa phương khác thuộc vùng. Bởi vậy, về mặt tổ chức, cần có sự tồn tại của một cơ quan quản lý du lịch cấp vùng để điều phối các hoạt động hợp tác giữa các tỉnh với nhau, bộ máy này cần có sự phân cấp rõ ràng giữa quản lý du lịch cấp tỉnh và cấp vùng. Trong đó, bộ máy quản lý du lịch liên kết cấp tỉnh là một bộ phận theo phân cấp, được quy định những chức năng, nhiệm vụ cụ thể nhằm tránh chồng chéo, xung đột giữa các cấp.

Tổ chức bộ máy quản lý của chính quyền tỉnh về du lịch bao gồm việc thiết lập các cơ quan, quy định nhiệm vụ và quyền hạn cụ thể nhằm thực hiện các nhiệm vụ QLNN về du lịch theo quy định của pháp luật [104]. Các cơ quan này vừa là chủ thể vừa là đối tượng quản lý và là nguồn lực thực hiện chức năng QLNN về du lịch. Quản lý của chính quyền tỉnh đối với phát triển du lịch nói chung và phát triển du lịch liên kết nói riêng cần đảm bảo cân đối chung, điều tiết được thị trường, ngăn ngừa và xử lý các vấn đề tiêu cực, tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho hoạt động phát triển du lịch liên kết diễn ra hiệu quả. Để thực hiện tốt điều này, bộ máy quản lý của chính quyền tỉnh cần được tổ chức một cách thống nhất, đồng bộ, hiệu lực, hiệu quả. Các cơ quan trong bộ máy cần phối hợp chặt chẽ để đảm bảo sự thống nhất trong tổ chức và hoạt động. Đội ngũ cán bộ, công chức cần phải đảm bảo về số lượng, chất lượng, đạo đức, trách nhiệm và hiệu quả trong công việc [16].

Ở phần 2.1.3 (Các chủ thể tham gia phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng), luận án đã chỉ ra: ở một tỉnh, Hội đồng nhân dân và UBND là cơ quan cao nhất, thực hiện thống nhất QLNN về du lịch trên địa bàn. Các cơ quan tham mưu, giúp việc cho HĐND và UBND tỉnh trong bộ máy QLNN về du lịch gồm: Sở VH-TT-du lịch (Sở Du lịch) và các sở ban ngành khác có liên quan (Sở Giao thông vận tải, Sở Công thương, Sở Tài chính, Sở Kế hoạch đầu tư, Sở Xây dựng, Công an tỉnh...) và các đơn vị thực hiện chức năng QLNN về du lịch cấp huyện, thành phố. Chính quyền địa phương cấp tỉnh là trung tâm điều phối hợp tác giữa Sở Du lịch của tỉnh với các tỉnh liên kết trong vùng, cũng như giữa sở Du lịch với các cơ quan ban ngành có liên quan trong phát triển du lịch; kết nối doanh nghiệp du lịch địa phương với thị trường các tỉnh liên kết trong vùng, liên vùng, liên khu vực và toàn cầu, đặc biệt là các trung tâm kinh tế lớn; tham gia hợp tác quốc tế về du lịch, cung cấp thông tin và hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác liên doanh, liên kết v.v...

Để thực hiện mục tiêu phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, bộ máy quản lý của chính quyền tỉnh về du lịch cần được tổ chức với những nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu phù hợp, bảo đảm tinh gọn, hiệu lực, hiệu quả, bước

đầu cần có bộ phận chuyên môn về du lịch liên kết để hỗ trợ cho các cơ quan chức năng. Việc xây dựng và hoàn thiện bộ máy QLNN về du lịch liên kết của tỉnh đòi hỏi phải tương thích với chiến lược/quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch liên kết của tỉnh, với bộ máy quản lý, điều phối du lịch vùng, đảm bảo hiệu lực, hiệu quả QLNN.

2.2.1.2. Phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

** Phát triển sản phẩm du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng*

Sản phẩm du lịch là yếu tố sống còn của ngành kinh doanh du lịch. Nó có thể tồn tại dưới dạng hữu hình và vô hình. Tuy nhiên, sản phẩm du lịch mang đậm nét đặc trưng của hàng hóa vô hình (dịch vụ) và có tính phức tạp, bên cạnh những yếu tố cốt lõi như lễ hành, lưu trú, vận chuyển thì sản phẩm du lịch còn có các dịch vụ như tham quan, vui chơi giải trí, mua sắm, thể thao, ăn uống, chăm sóc sức khỏe... Gắn liền với tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch không thể di chuyển như hàng hóa thông thường, do đó, khách hàng phải đến tận nơi để tiêu dùng.

Phát triển sản phẩm du lịch liên kết giữa các địa phương trong vùng thường bao gồm: phát triển sản phẩm du lịch chung từ các sản phẩm đặc sắc của mỗi địa phương, phát triển sản phẩm đặc thù cấp vùng tránh trùng lặp, phát triển sản phẩm chung với vùng khác và quốc gia khác... Thật ra, trong liên kết tạo chuỗi sản phẩm du lịch giữa tỉnh với các tỉnh trong vùng, mỗi tỉnh là một mắt xích trong chuỗi, hoạt động theo nguyên tắc vừa độc lập, vừa gắn kết, cùng điều chỉnh để hình thành một sản phẩm du lịch chung, chất lượng cao. Tuy nhiên, do sự khác biệt về quy mô, kết cấu, mục tiêu kinh doanh và chất lượng dịch vụ giữa các địa phương không đồng đều, không phải loại hình nào cũng dễ dàng đạt đến được chuẩn mực chung. Trong khi đó, du khách mong muốn trải nghiệm du lịch mang tính hoàn chỉnh và đồng đều. Vì thế chất lượng cụ thể và tổng thể của sự phục vụ phải đạt được sự đồng đều, hoàn thiện, chuyên nghiệp, địa phương phải nâng cao chất lượng sản phẩm, gắn kết quyền lợi và trách nhiệm với các địa phương liên kết, đáp ứng tốt mong muốn của khách du lịch. Một chuỗi sản phẩm du lịch tốt yêu cầu các thành phần phải liên kết chặt chẽ, thống nhất liên hoàn, chuyên nghiệp trong từng bộ phận. Địa phương nên tạo ra sản phẩm đặc trưng và định vị được sản phẩm của mình để làm chuỗi sản phẩm liên kết phong phú và hấp dẫn, tránh được sự nhàm chán. Đối với sản phẩm du lịch giống nhau, các địa phương cần phối hợp tạo ra sản phẩm chuyên đề đặc trưng cấp độ vùng, chất lượng cao.

Để phát triển sản phẩm du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, trên cơ sở quy hoạch, kế hoạch và các chuẩn mực chung trong liên kết, *chính*

quyền địa phương cấp tỉnh cần chủ động thực hiện các biện pháp: (i) nghiên cứu thị trường du lịch và đánh giá tiềm năng phát triển sản phẩm du lịch của tỉnh và các tỉnh trong vùng, hiểu rõ những yếu tố đặc biệt và khả năng phát triển sản phẩm du lịch liên kết; (ii) phát triển các loại hình du lịch độc đáo và phong phú của tỉnh nhưng được liên kết để tạo ra trải nghiệm đa dạng cho du khách; (iii) phát triển du lịch cộng đồng, thực hiện tích hợp cộng đồng địa phương vào quá trình phát triển du lịch liên kết; (iv) thực hiện phát triển du lịch theo mùa, thiết kế các chương trình du lịch phù hợp với mùa vụ, như du lịch mùa xuân, mùa hè, mùa thu, mùa đông trong liên kết với các tỉnh trong vùng; (v) phối hợp với các địa phương liên kết tạo ra gói du lịch kết hợp các điểm đến liên kết, các tour du lịch chuyên đề và các hoạt động khác nhau để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách. Bên cạnh đó chính quyền địa phương cấp tỉnh khuyến khích đầu tư tư nhân, hỗ trợ doanh nghiệp địa phương trong phát triển sản phẩm du lịch và dịch vụ liên kết. Thúc đẩy hợp tác công - tư với các tổ chức và doanh nghiệp tư nhân để phát triển các sản phẩm du lịch mới và độc đáo, có sự sáng tạo từ cả cộng đồng và doanh nghiệp tư nhân.

Phát triển sản phẩm du lịch trong liên kết với tỉnh trong vùng mang lại nhiều ích lợi to lớn cho ngành du lịch của một tỉnh như nâng cao lợi thế cạnh tranh, thu hút khách du lịch đến và quay trở lại, tránh lãng phí... Du khách thường tìm kiếm sự mới lạ, độc đáo khi đi du lịch nên sẽ không quay trở lại nếu trải nghiệm du lịch không thay đổi. Tuy nhiên, nhờ sự đa dạng và hấp dẫn của sản phẩm du lịch liên kết, du khách sẽ luôn có cảm giác mới lạ, thú vị, khơi gợi mong muốn quay lại nhiều lần. Bởi thế, mỗi tỉnh phải chú trọng phát triển của sản phẩm du lịch của mình, tôn trọng nguyên tắc hợp tác chặt chẽ và đồng thuận, mang lại lợi ích cho tất cả các tỉnh tham gia phát triển sản phẩm du lịch liên kết, đảm bảo tính bền vững về môi trường, văn hóa và xã hội...

** Xúc tiến quảng bá du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng*

Tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch là các hoạt động nhằm tăng cường sự nhận thức và hấp dẫn về điểm đến du lịch. Bản thân mỗi địa phương dù có mạnh đến đâu cũng không thể tự làm tốt bằng sự hợp tác với nhiều địa phương khác. Khi liên kết, các địa phương vừa cạnh tranh nhưng vừa hỗ trợ nhau để tạo hiệu quả chung. Mỗi địa phương phát huy thế mạnh của mình, khắc phục được yếu điểm nhờ được hỗ trợ từ địa phương khác và toàn vùng liên kết như chia sẻ nguồn lực, kinh phí, công nghệ, từ đó tối ưu hóa chi phí quảng bá và nâng cao hiệu quả hoạt động quảng bá. Thực hiện liên kết với các địa phương trong vùng cùng nhau kiến tạo hình ảnh, thương hiệu chung, cũng như quảng bá sản phẩm du lịch cụm/ vùng liên kết. Thông qua kết nối, hình ảnh

đặc trưng của địa phương được tích hợp vào bức tranh chung và cùng có trách nhiệm xây dựng hình ảnh chung đó. Từ đây, làm gia tăng hình ảnh của địa phương và của cụm/vùng liên kết, gia tăng vị thế, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp và địa phương, mở rộng được phạm vi tiếp cận các đối tượng khách du lịch.

Trong quá trình xúc tiến và quảng bá du lịch liên kết, cần thiết phải tạo lập được sự đồng thuận giữa tỉnh và các tỉnh trong vùng về việc xây dựng thông điệp quảng bá, xác định những điểm nhấn quan trọng và lựa chọn các kênh truyền thông phù hợp... Ở đó, sự công bằng và minh bạch là yếu tố cốt lõi, bao gồm các thỏa thuận rõ ràng về phân bổ ngân sách, thời lượng truyền thông và quyền lợi trong các chiến dịch tiếp thị. Đồng thời, cần thực hiện tốt cơ chế giám sát, đánh giá chung, tập trung vào việc thúc đẩy lợi ích chung của toàn vùng. Tuân thủ những nguyên tắc và ràng buộc đó, tại tỉnh của mình, chính quyền tỉnh đẩy mạnh xây dựng, định vị rõ hình ảnh, thương hiệu du lịch của tỉnh trong bức tranh thương hiệu chung của vùng; xây dựng chiến lược tuyên truyền, quảng bá của mình trong liên kết; phối hợp tạo lập các nội dung xúc tiến quảng bá hấp dẫn, sử dụng các công cụ quảng bá hiện đại, hiệu quả như mạng xã hội, website...; tổ chức các chương trình quảng bá có chủ đề rõ ràng đến thị trường mục tiêu của tỉnh và vùng liên kết; thực hiện các chiến dịch quảng cáo, tổ chức các sự kiện văn hóa, các lễ hội, các chương trình khuyến mãi, triển lãm du lịch, xúc tiến thương mại... trong sự phối hợp với các địa phương liên kết. Cùng với đó, chính quyền tỉnh phối hợp, hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch quảng bá, thu thập phản hồi từ du khách, nhất là khách tiêu dùng các sản phẩm du lịch liên kết, sử dụng dữ liệu đó để đánh giá hiệu suất, cải thiện chiến lược và các chương trình tiếp theo.

2.2.1.3. Huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Nguồn lực du lịch bao gồm các yếu tố đầu vào như: vốn đầu tư, nhân lực, kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và khoa học - công nghệ.

**** Về huy động nguồn vốn đầu tư***

Đối với xã hội nói chung và tất cả các ngành kinh tế nói riêng, nguồn vốn đầu tư có vai trò quan trọng đặc biệt. Trong ngành du lịch, vốn đầu tư tác động trực tiếp tới quy mô, trình độ nhân lực, quy mô, trình độ cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, trình độ KH-CN..., hay nói cách khác vốn là nguồn lực đóng vai trò tạo ra các yếu tố thuộc cung cho sự phát triển du lịch. Cho nên việc thu hút, phân bổ và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn có vai trò to lớn đối với cạnh tranh thu hút khách du lịch, thúc đẩy phát triển

du lịch của một tỉnh. Điều này phụ thuộc rất lớn vào tư duy, tầm nhìn và ý chí của chính quyền địa phương tỉnh đó.

Thu hút đầu tư du lịch của một tỉnh luôn có sự liên hệ chặt chẽ với các tỉnh khác trong vùng do tính chất liên vùng của ngành du lịch. Do đó, khi liên kết giữa các tỉnh được củng cố mạnh mẽ, yếu tố liên vùng sẽ trở thành điều kiện quan trọng để thu hút đầu tư. Các tỉnh cần phối hợp xây dựng chính sách thu hút và phân bổ đầu tư du lịch một cách hiệu quả, đồng thời phát triển các dự án du lịch có quy mô lớn như các tuyến du lịch, khu nghỉ dưỡng liên vùng... Việc xây dựng thương hiệu du lịch chung, hợp tác trong việc quảng bá, quy hoạch và triển khai chính sách ưu đãi là cần thiết. Ngoài ra, các tỉnh nên chia sẻ thông tin, tạo lập diễn đàn đầu tư chung, tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư và mời gọi các nhà đầu tư trong nước tham gia vào các dự án du lịch liên kết... Tất cả những nỗ lực này cần được thống nhất trong một chiến lược du lịch vùng.

Thu hút vốn trong đầu tư phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng bao gồm một loạt các biện pháp và chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi để các nhà đầu tư tham gia vào như: (i) xây dựng quy trình thẩm định các dự án đầu tư phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng chặt chẽ, tuân thủ quy định của pháp luật, thiết kế theo hướng đơn giản, linh hoạt, đảm bảo sự công bằng, minh bạch trong quá trình thẩm định; (ii) giảm thuế hoặc miễn thuế, thực hiện hỗ trợ tài chính, tài trợ đối với các dự án đầu tư du lịch mà tỉnh liên kết với các tỉnh trong vùng, thúc đẩy sự quan tâm của các nhà đầu tư và làm tăng khả năng tham gia vào các dự án của họ; (iii) hỗ trợ tài chính cho các dự án phát triển sản phẩm du lịch của tỉnh liên kết với các tỉnh trong vùng; (iv) hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn liên kết với các tỉnh trong vùng (thông qua tổ chức các chính sách đào tạo, tư vấn kinh doanh, giảm cản trở cho quy trình doanh nghiệp...); (v) thực hiện đầu tư hạ tầng du lịch chất lượng cao, có tính đồng bộ trong vùng đối với đường bộ, hàng không và các tiện ích công cộng khác (tạo môi trường thuận lợi cho du khách và nhà đầu tư); (vi) xây dựng chiến lược quảng bá, xúc tiến du lịch chất lượng, mạnh mẽ nhằm tăng cường hình ảnh và sự nổi tiếng của địa phương/vùng, thúc đẩy tìm kiếm đối tác đầu tư, thu hút sự quan tâm của các doanh nghiệp, các nhà đầu tư sẵn sàng đầu tư vào du lịch.

Với các chính sách và biện pháp nêu trên, cần lưu ý là yếu tố thông tin về chính sách, quy hoạch và dự án đầu tư của tỉnh đều có tác động lớn đến các tỉnh/thành phố khác trong vùng và ngược lại. Ở đây, cần tuân thủ nguyên tắc công bằng và minh bạch trong chính sách, quy hoạch, quy trình và thủ tục để hướng các khoản đầu tư tập trung vào những điểm du lịch của tỉnh đã có sự thống nhất trong chương trình phát triển

chung của toàn vùng. Đồng thời, sự công bằng và minh bạch cũng phải được đảm bảo trong việc phân bổ vốn đầu tư giữa các tỉnh và sự công bằng trong chia sẻ lợi ích căn cứ trên mức độ đóng góp của tỉnh và các tỉnh liên kết vào các dự án đầu tư liên kết. Đặc biệt, chú ý việc đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn phát triển bền vững của cụm/vùng liên kết trong thực hiện các dự án đầu tư. Những yếu tố này được thể hiện trong các thỏa thuận trách nhiệm pháp lý ràng buộc, kèm theo cơ chế giám sát và báo cáo chặt chẽ để đảm bảo các tỉnh cùng nhau thực hiện.

** Về nguồn nhân lực du lịch*

Nhân lực là nguồn gốc sáng tạo ra của cải vật chất và quyết định sự thành bại của mọi hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội. Với tính chất đặc thù của mình, ngành du lịch cần nguồn lao động số lượng lớn, đa dạng trình độ. Sự phát triển về tư duy, trình độ chuyên môn, kỹ năng, thái độ và tác phong chuyên nghiệp của nhân lực quyết định chất lượng sản phẩm du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh và sự hài lòng của du khách, cũng như nâng cao chất lượng, trình độ phát triển của ngành. Về cơ bản, nhân lực du lịch phân thành ba nhóm gồm: lao động quản lý nhà nước; lao động sự nghiệp ngành du lịch; lao động kinh doanh du lịch.

Trong liên kết du lịch giữa các địa phương trong một vùng, các biện pháp tối ưu hóa sự hợp tác và tận dụng nguồn nhân lực liên kết hiệu quả được các địa phương phối hợp thực hiện cơ bản gồm: cùng nhau xây dựng chiến lược liên kết nguồn nhân lực du lịch; hợp tác phát triển các chương trình đào tạo chung; đồng bộ hóa nội dung và chia sẻ nguồn tư vấn đào tạo; phối hợp thúc đẩy chuyển giao kỹ năng và kinh nghiệm để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch; xây dựng hệ thống thông tin chung để chia sẻ về cơ hội nghề nghiệp và các chương trình đào tạo; phối hợp tổ chức sự kiện, hội thảo, hay triển lãm nghề nghiệp chung để kết nối người lao động và doanh nghiệp với các tỉnh trong vùng; xây dựng chính sách hỗ trợ lao động di chuyển giữa tỉnh và các tỉnh trong vùng, bao gồm quy định về thuế, chế độ an sinh xã hội và các quy định khác, tạo điều kiện thuận lợi cho sự di chuyển này một cách nhanh chóng, linh hoạt đáp ứng nhu cầu thị trường lao động v.v...

Để thực hiện tốt các nội dung trên, các tỉnh trong vùng cần tuân thủ những nguyên tắc và ràng buộc trong liên kết như công bằng trong phát triển nguồn nhân lực, mỗi bên tham gia phải được hưởng lợi từ các chương trình đào tạo và phát triển nhân lực du lịch liên kết, cùng nhau tạo ra sự cân bằng trong lực lượng lao động du lịch của vùng. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn lao động chất lượng cao là cần thiết, đảm bảo không chỉ đáp ứng nhu cầu hiện tại mà còn có khả năng thích ứng với những thay đổi trong

tương lai; cùng nhau hợp tác và chia sẻ các nguồn lực đào tạo để giảm chi phí, tăng chất lượng đào tạo v.v... Tại địa phương của mình, chính quyền tỉnh chủ động thực hiện các biện pháp để phát triển nguồn nhân lực du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng như: nghiên cứu, xây dựng, chỉ đạo và tổ chức các kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, sử dụng và quản lý nguồn nhân lực du lịch ở tỉnh trong sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết; ban hành và hướng dẫn chính sách đảm bảo lợi ích vật chất và động viên tinh thần cho lao động du lịch liên kết; khuyến khích các tổ chức đào tạo du lịch đào tạo, nghiên cứu khoa học, ứng dụng công nghệ du lịch trong liên kết; phối hợp với các trường đại học đào tạo đảm bảo đủ nguồn nhân lực về số lượng và kỹ năng đáp ứng nhu cầu thị trường; có chính sách ưu tiên tuyển dụng nguồn nhân lực địa phương và các địa phương liên kết cho các vị trí trong ngành du lịch; có chế độ ưu đãi đối với nguồn nhân lực có trình độ cao, nhất là cán bộ quản lý giỏi và lực lượng hướng dẫn viên chuyên nghiệp; thúc đẩy việc kết nối giữa các doanh nghiệp du lịch của tỉnh và các tỉnh liên kết với các trường đào tạo trong địa phương và vùng trong đào tạo, tìm kiếm và hỗ trợ nguồn nhân lực v.v... Một số ngành nghề đặc thù hoặc do mặt bằng chất lượng nguồn nhân lực xã hội của địa phương thấp, việc thu hút nhân lực chất lượng cao tại chính địa bàn khó đáp ứng được, cần bổ sung từ bên ngoài, ưu tiên trước hết từ sự phối hợp, liên kết với các địa phương trong vùng.

** Về nguồn lực cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch*

Hiện nay cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được nhìn nhận theo hai cách: theo nghĩa rộng, bao gồm cả cơ sở vật chất kỹ thuật của nền kinh tế quốc dân (cơ sở hạ tầng xã hội như cầu cống, đường sá, điện, nước, viễn thông...) và các yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật chuyên ngành du lịch; theo nghĩa hẹp, chỉ bao gồm các phương tiện vật chất kỹ thuật do các tổ chức du lịch tạo ra, như hệ thống nhà hàng, khách sạn, phương tiện vận chuyên, khu vui chơi giải trí, các công trình kiến trúc bổ trợ... Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là nguồn lực quan trọng không thể thiếu, được xem là tài nguyên nhân tạo, là tiền đề để phát triển ngành du lịch. Hệ thống này vừa phải phù hợp với đặc trưng dịch vụ du lịch, đồng thời phải phù hợp với đặc thù tài nguyên du lịch tại địa phương. Năng lực và tính tiện ích của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch tác động đến mức độ hài lòng của du khách. Do đó, để phát triển du lịch tốt, cần có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tốt, bao gồm cả hạ tầng chung và cơ sở vật chất chuyên ngành du lịch.

Liên kết với các tỉnh khác trong vùng trong thu hút và phát triển nguồn lực cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, chính quyền địa phương cấp tỉnh thực hiện một số nội dung cơ bản gồm: phối hợp xây dựng quy hoạch/ kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng du

lich cấp cụm/vùng; phối hợp chính sách phát triển cơ sở hạ tầng du lịch nhằm đảm bảo sự đồng đều, hợp lý và hiệu quả cao, bằng việc cùng nhau tạo ra các chuẩn mực chung và quy tắc để định hình phát triển; chủ động tạo điều kiện và thúc đẩy các dự án cơ sở hạ tầng du lịch liên kết với các tỉnh trong vùng; hợp tác xây dựng, nâng cấp, phát triển các cơ sở hạ tầng chung như đường giao thông liên kết (đường cao tốc, đường sắt...), cầu, bến cảng, sân bay, các phương tiện giao thông công cộng; ưu tiên và hỗ trợ các dự án cơ sở hạ tầng du lịch liên kết có tính bền vững, như xây dựng cơ sở hạ tầng xanh, sử dụng năng lượng tái tạo, bảo vệ môi trường; hợp tác cấp vùng thực hiện các dự án nghiên cứu liên quan đến cơ sở hạ tầng du lịch; chia sẻ thông tin và kinh nghiệm trong việc phát triển các giải pháp sáng tạo và tiên tiến về cơ sở hạ tầng.

Trong khuôn khổ các nguyên tắc và ràng buộc của quá trình liên kết với các tỉnh trong vùng, chính quyền cấp tỉnh chủ động thực hiện các biện pháp và chính sách phát triển nguồn lực cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở địa phương mình bao gồm: xây dựng, hoàn thiện quy hoạch/kế hoạch phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch trong liên kết, bao gồm cả hạ tầng chung và hạ tầng du lịch; tăng cường đầu tư vào hạ tầng du lịch như đường đi, cầu cống, bến cảng, sân bay và các tiện ích khác, đồng thời phát triển, duy trì các khu vực nghỉ dưỡng, khách sạn và các điểm đến du lịch chất lượng cao; thiết lập các chính sách về thuế và các ưu đãi khác nhằm tạo điều kiện thuận lợi, hấp dẫn, thu hút các nhà đầu tư tham gia đầu tư các dự án hạ tầng du lịch liên kết; hợp tác với các doanh nghiệp và nhà đầu tư tư nhân xây dựng và phát triển hạ tầng du lịch liên kết, có các chính sách bảo vệ và ổn định để giữ chân họ một cách lâu dài; bảo tồn, phát triển các tài nguyên du lịch văn hóa, lịch sử và tự nhiên; ưu tiên đầu tư vào các dự án du lịch có tính bền vững và bảo vệ môi trường v.v... Chú ý, khi thực hiện những biện pháp trên, phải luôn đặt chúng trong tính đồng bộ, hiện đại với hạ tầng vùng, phát triển các điểm đầu nối, đảm bảo tính thông suốt với các tỉnh liên kết.

** Về nguồn lực khoa học - công nghệ*

KH-CN là một nguồn lực cực kỳ quan trọng đối với sự phát triển. KH-CN càng hiện đại càng làm tăng năng suất lao động, giảm chi phí sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Ngày nay, cuộc cách mạng 3T (Telecommunication - Transport - Tourism) thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của du lịch. Những năm gần đây, việc lên kế hoạch đi du lịch, tìm kiếm sản phẩm du lịch, đặt chỗ, đặt vé máy bay... trên Internet đối với khách du lịch đã trở nên phổ biến. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, mở ra một kỷ nguyên mới cho ngành du lịch mang tên “Du lịch 4.0”. Lúc này, xu hướng kinh doanh du lịch trực tuyến lên ngôi với sự phát triển của du lịch công

nghe, du lịch thông minh trên thị trường du lịch toàn cầu. Những công nghệ tiên tiến nhất trong lĩnh vực du lịch như: trí tuệ nhân tạo (AI), Internet kết nối vạn vật (IoT), điện toán đám mây, Blockchain, Big Data, công nghệ thực tế ảo và thực tế tăng cường (VR, AR)... đã góp phần làm cho các hoạt động du lịch ngày càng hiện đại và thông minh, thôi thúc ứng dụng tiến bộ KH-CN trong mọi khía cạnh của ngành du lịch từ quy hoạch, phân phối, tiếp thị sản phẩm du lịch... nếu không sẽ tụt hậu.

Trong bối cảnh đó, để thu hút nguồn lực KH-CN cho phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng, chính quyền tỉnh cần phối hợp xây dựng nền tảng và cơ sở dữ liệu chung về du lịch với các tỉnh trong vùng, chia sẻ thông tin, kết nối các nhà nghiên cứu, doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh; cung cấp hỗ trợ tài chính và cơ sở vật chất trong phối hợp thực hiện các dự án nghiên cứu KH-CN phục vụ phát triển du lịch với các tỉnh; phối hợp triển khai ứng dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, Internet of Things (IoT)... phát triển các ứng dụng di động, trang web và các nền tảng công nghệ chung trong cải thiện trải nghiệm du lịch liên kết và quản lý nguồn lực một cách hiệu quả; phối hợp với các tỉnh tổ chức sự kiện, hội nghị, hội thảo để các nhà quản lý, nhà khoa học và doanh nghiệp trong vùng cùng nhau gặp gỡ, đối thoại, thảo luận hợp tác, giải quyết vấn đề, chia sẻ thông tin và đề xuất hướng phát triển chung v.v...

Trong khuôn khổ các nguyên tắc và ràng buộc liên kết với các tỉnh trong vùng, chính quyền cấp tỉnh chủ động thực hiện các biện pháp và chính sách phát triển nguồn lực KH-CN du lịch ở địa phương mình trong liên kết bao gồm: xây dựng các chương trình hợp tác giữa chính quyền với các trường đại học, viện nghiên cứu trên địa bàn và các tỉnh liên kết thúc đẩy nghiên cứu, đổi mới công nghệ du lịch; hỗ trợ chuyển giao công nghệ từ trường đại học và viện nghiên cứu trong vùng vào doanh nghiệp du lịch địa phương; cung cấp các chính sách hỗ trợ tài chính, vốn đầu tư và ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực KH-CN đối với du lịch, nhất là các công ty khởi nghiệp, các doanh nghiệp mới tham gia liên kết; ứng dụng công nghệ mới, triển khai các giải pháp sáng tạo từ nghiên cứu vào thực tế quản lý; khuyến khích các doanh nghiệp du lịch liên kết sử dụng công nghệ hiện đại để cải thiện chất lượng dịch vụ, tạo ra các sản phẩm du lịch sáng tạo; quảng bá những thành tựu, khả năng nghiên cứu và phát triển KH - CN của tỉnh (như một trung tâm đổi mới, sáng tạo KH-CN du lịch) nhằm thu hút sự quan tâm và hợp tác từ các đối tác liên kết trong vùng; mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế về KH-CN với các tổ chức, viện nghiên cứu, doanh nghiệp nhằm chia sẻ, học hỏi để tối ưu hóa sự đổi mới v.v...

2.2.1.4. Kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Công tác kiểm tra, thanh tra, đánh giá phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng là hoạt động của cơ quan nhà nước nhằm đảm bảo ngành du lịch phát triển theo mục tiêu, chiến lược của địa phương trong liên kết. Đây là hoạt động quan trọng để đảm bảo việc chấp hành pháp luật, bảo vệ lợi ích Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của các bên tham gia. Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng có thể gặp nhiều thách thức, nguy cơ như thiếu tôn trọng các nguyên tắc và cam kết đã thống nhất giữa tỉnh với nhau, hay xuất hiện những bất cập trong sự phát triển du lịch liên kết như vi phạm quy hoạch, làm hỏng cảnh quan, phá vỡ văn hóa địa phương, chậm trễ, sai phạm trong đầu tư gây tổn thất kinh tế, xã hội, môi trường, thậm chí quốc phòng an ninh... Công tác thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo đóng vai trò quan trọng giúp giải quyết những vấn đề này.

Những hoạt động mà chính quyền địa phương một tỉnh cần thực hiện trong kiểm tra, đánh giá về phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng là: việc xây dựng và duy trì quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch liên kết dựa trên chiến lược và mục tiêu mà địa phương, vum/vùng liên kết đã đề ra; việc thực hiện các dự án, kế hoạch, các cam kết đã đề ra; kiểm tra, giám sát tình trạng và chất lượng hạ tầng du lịch, các điểm đầu nối hạ tầng với các tỉnh liên kết; kiểm tra tác động của liên kết du lịch đối với ngành du lịch, với an sinh xã hội, văn hóa, môi trường của địa phương, đảm bảo rằng phát triển du lịch trong liên kết mang lại lợi ích và không gây hại cho cộng đồng; kiểm tra chiến lược quảng bá và tiếp thị du lịch để đảm bảo rằng hướng tiếp cận đúng và hiệu quả; kiểm tra công tác đảm bảo an ninh, an toàn và tiện ích cho khách du lịch; kiểm soát việc tổ chức các sự kiện, các hoạt động du lịch liên kết, đảm bảo an toàn và trải nghiệm tích cực cho du khách, đánh giá hiệu suất của các sự kiện và hoạt động; hỗ trợ, kiểm tra doanh nghiệp du lịch đảm bảo tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn; kiểm tra dữ liệu thống kê liên quan đến du lịch, liên kết du lịch, đánh giá hiệu suất của du lịch liên kết theo các chỉ số và tiêu chí quy định v.v... Công tác kiểm tra, thanh tra, giám sát cần tổ chức thường kỳ, đảm bảo giám sát hoạt động các chủ thể tham gia, cũng như chế độ quản lý của các chủ thể, kịp thời phát hiện lệch lạc, nguy cơ chệch hướng hoặc vi phạm pháp luật.

Trên cơ sở kiểm tra, giám sát, chính quyền địa phương đánh giá kết quả, hiệu suất, tác động và sự tiến triển của ngành du lịch ở địa phương trong liên kết với các tỉnh trong vùng với các nội dung bao gồm: thu thập và xử lý dữ liệu về liên kết du lịch, số

lượng du khách, doanh thu, chi phí và các chỉ số kinh tế khác liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết; đánh giá kết quả thực hiện quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch liên kết và các chính sách, quy định liên quan; đánh giá hiệu quả chiến lược quảng bá, tiếp thị trong phát triển du lịch liên kết, bao gồm đánh giá tác động đến tăng trưởng khách và doanh thu du lịch; đánh giá hiệu suất cơ sở hạ tầng du lịch, kết nối hạ tầng du lịch với các tỉnh liên kết; đánh giá sự hài lòng của du khách, tình hình cạnh tranh và vị thế của địa phương/vùng liên kết trên thị trường; đánh giá tác động của phát triển du lịch liên kết đối với kinh tế của địa phương (đóng góp vào GRDP, tạo việc làm, phát triển kinh tế...), văn hóa, xã hội và môi trường v.v... Qua đó, CQ tỉnh có cái nhìn toàn diện và khách quan về tình hình phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, làm cơ sở để điều chỉnh chiến lược, quy hoạch, chính sách đảm bảo phát triển du lịch liên kết bền vững và hiệu quả.

Để thực hiện các nội dung trên, một số công cụ và phương tiện mà chính quyền địa phương cần sử dụng trong sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết trong vùng như: hệ thống thống kê và báo cáo; khảo sát và thu thập ý kiến của du khách; sử dụng CNTT trong quản lý và xử lý dữ liệu; sử dụng hệ thống quản lý chất lượng; hệ thống quản lý sự kiện; hệ thống đánh giá kinh tế để đo lường và đánh giá tác động v.v...

2.2.1.5. Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Căn cứ việc xác định các chủ thể chính tham gia phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng (như đã trình bày ở mục 2.1.3), để thực hiện hiệu quả các nội dung phát triển du lịch trong liên kết đã trình bày trên, chính quyền địa phương cần giải quyết tốt các mối quan hệ với những chủ thể có liên quan như sau:

** Với các nhà cung ứng sản phẩm du lịch*

Trong quá trình phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, giữa Nhà nước với doanh nghiệp có thể tồn tại một số mâu thuẫn, xung đột như: mâu thuẫn về quyền lợi sử dụng đất khi doanh nghiệp gặp các hạn chế trong việc sử dụng đất cho các dự án du lịch liên kết; các chính sách thuế và phí của chính quyền không phù hợp gây ảnh hưởng đến lợi nhuận và cạnh tranh của doanh nghiệp; chính quyền địa phương có thể áp đặt các biện pháp bảo tồn văn hóa và môi trường mà doanh nghiệp cảm thấy khó tuân thủ, hoặc yêu cầu về thực hiện các chính sách an sinh xã hội làm ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp; doanh nghiệp có thể không đồng ý với chính quyền về hình thức, mức độ, biện pháp hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch của địa phương...

Để giảm thiểu mâu thuẫn và tối ưu hóa lợi ích cho cả Nhà nước và doanh nghiệp, cơ quan QLNN cần tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, cạnh tranh lành mạnh, có cơ chế giao tiếp hiệu quả với các bên liên quan, thúc đẩy hợp tác và xây dựng hệ thống hỗ trợ, chia sẻ lợi ích theo mục tiêu phát triển bền vững cho ngành du lịch ở tỉnh và vùng. Khuyến khích, hỗ trợ sự tham gia, đóng góp của doanh nghiệp vào quá trình xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và các hoạt động liên kết trong vùng của tỉnh (như xây dựng các chương trình du lịch liên kết, phát triển các sản phẩm du lịch liên kết, quảng bá du lịch liên kết v.v...). Thực hiện đối thoại, thảo luận về chính sách thuế và phí, điều chỉnh khi cần thiết, đảm bảo tính hợp lý và minh bạch, khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phát triển. Chính quyền địa phương cũng cần lưu ý đến việc giữ gìn, tôn tạo, phát huy giá trị di sản, bảo vệ bản sắc văn hóa của tỉnh và môi trường của doanh nghiệp trong liên kết. Về phía doanh nghiệp du lịch cần tuân thủ pháp luật và quy định của địa phương và cụm/vùng liên kết, tích cực tham gia và đảm bảo các nguyên tắc liên kết với các doanh nghiệp khác trong vùng, thực hiện tốt đạo đức kinh doanh, xây dựng tốt thương hiệu, nâng cao uy tín và chất lượng phục vụ, khẳng định vị thế trên thị trường, đóng góp tích cực vào sự phát triển du lịch liên kết của tỉnh, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người lao động.

** Với du khách và cộng đồng dân cư*

Mối quan hệ với du khách: Giống như phát triển du lịch nói chung, trong quá trình phát triển du lịch liên kết, một số mâu thuẫn và xung đột có thể xuất hiện từ phía du khách mang lại như sự trải nghiệm của họ có thể ảnh hưởng đến môi trường, gây tổn hại di tích lịch sử, hoặc làm mất mát những nét đặc sắc văn hóa địa phương; việc gia tăng lưu lượng khách sẽ làm tăng gánh nặng giao thông, gây nguy cơ ùn tắc, áp lực lên hệ thống nước sạch, điện, hệ thống vệ sinh... hoặc tạo ra những vấn đề về an ninh và an toàn đối với người dân sinh sống tại địa phương; sự gia tăng nhu cầu du lịch có thể dẫn đến gia tăng giá cả, khiến cuộc sống địa phương trở nên đắt đỏ hơn v.v...

Để khắc phục những mặt trái đó, chính quyền địa phương cần thường xuyên tổ chức các cuộc hội họp, hội nghị để gia tăng sự hiểu biết và đồng thuận giữa các bên liên quan; thiết lập nội quy, quy tắc ứng xử rõ ràng đối với khách du lịch, đặt ra các nguyên tắc về bảo vệ môi trường, tôn trọng văn hóa và giữ gìn quy hoạch đô thị; tăng cường các giải pháp thông tin và các chương trình giáo dục giúp du khách nắm rõ và tuân thủ các quy tắc; phát triển hệ thống giao thông thông minh để giảm thiểu ảnh hưởng đến cuộc sống của cộng đồng; chú ý công tác đảm bảo điều kiện an ninh, an toàn điểm đến, đặc biệt có các biện pháp kiểm soát và xử lý các hành vi vi phạm pháp

luật của du khách. Về phía du khách khi tham quan và trải nghiệm du lịch liên kết nên chấp hành các quy tắc, tôn trọng văn hóa, môi trường và cộng đồng địa phương và vùng. Họ cần tìm hiểu và tuân thủ quy định pháp luật, tôn trọng truyền thống và tập quán, luật lệ của địa phương và vùng, tham gia các buổi hướng dẫn và các chương trình do chính quyền địa phương tổ chức, giữ gìn môi trường sạch sẽ, tương tác tích cực với cộng đồng dân cư v.v...

Mối quan hệ với cộng đồng dân cư tại điểm đến: Trong quá trình phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, mâu thuẫn có thể phát sinh khi chính quyền địa phương không phân phối một cách công bằng các lợi ích từ hoạt động du lịch. Một số cộng đồng địa phương có thể cảm thấy không nhận đủ lợi ích trong khi một số ít cộng đồng khác (thuộc tỉnh) hay địa phương khác (tỉnh khác trong vùng) được hưởng lợi nhiều hơn từ sự phát triển du lịch liên kết; sự phát triển quá nhanh chóng của du lịch liên kết cũng có thể gây tác động lớn đến môi trường và cộng đồng dân cư như quá tải du lịch, gây áp lực lớn lên hệ thống hạ tầng và dịch vụ địa phương, ô nhiễm môi trường, giá cả tăng cao, chi phí sống trở nên đắt đỏ hơn, thách thức đối với việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa địa phương, mất mát di tích văn hóa...; nếu áp thuế và phí liên quan đối với người dân địa phương thiếu hợp lý, không công bằng hoặc gây áp lực tài chính lên họ làm nảy sinh mâu thuẫn; sự thiếu thông tin và thiếu tham gia vào quá trình ra quyết định, cũng như quản lý phát triển du lịch liên kết có thể tạo ra cảm giác bị bỏ rơi và không hài lòng của cộng đồng địa phương...

Để khắc phục những bất cập đó, chính quyền địa phương tỉnh cần tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức cộng đồng dân cư một cách sâu rộng, toàn diện về những đóng góp của du lịch liên kết (như có nhiều công ăn việc làm, bán được nhiều hàng hóa hơn, làm tăng thu nhập...) và chỉ ra các tác động tiêu cực mà hoạt động du lịch này có thể gây ra cho họ; xây dựng cơ chế chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch liên kết và trách nhiệm của người dân trong phối hợp cung ứng hàng hóa, dịch vụ, phục vụ khách du lịch; tuyên truyền, nâng cao nhận thức cộng đồng về bảo vệ tài nguyên du lịch, bản sắc văn hóa của địa phương và vùng, giữ gìn an ninh trật tự, an toàn xã hội và bảo vệ môi trường; tích cực ngăn chặn và giải quyết các hành vi tiêu cực nhằm tránh gây phiền hà cho du khách, gây ảnh hưởng xấu tới môi trường du lịch, hoặc phá hủy tài nguyên du lịch v.v...

** Với chính quyền cấp tỉnh của các tỉnh liên kết trong vùng*

Mối quan hệ giữa chính quyền địa phương tỉnh với chính quyền địa phương các tỉnh liên kết trong vùng thể hiện những nội dung như: hợp tác xây dựng chiến

lược du lịch chung, xây dựng và quản lý quy hoạch, môi trường kinh doanh du lịch, phát triển du lịch bền vững cụm/vùng...; hợp tác trong đầu tư, phát triển sản phẩm du lịch liên kết; hợp tác phát triển nguồn nhân lực du lịch; liên kết xúc tiến quảng bá du lịch v.v... Để phát triển du lịch liên kết hiệu quả, CQ các tỉnh cần tôn trọng những nguyên tắc liên kết như tự nguyện, bình đẳng, cùng có lợi, công khai, minh bạch... với những cam kết và ràng buộc nhất định. Từ đó xây dựng hệ thống quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển du lịch liên kết của địa phương; lấy hiệu quả phát triển là ưu tiên hàng đầu, đảm bảo được lợi ích lâu dài và nâng cao vị thế cạnh tranh của địa phương và vùng liên kết. Cần lưu ý, mặc dù liên kết, hợp tác là tự nguyện nhưng việc xảy ra tranh chấp đôi khi là không thể tránh khỏi, bởi ở đâu có lợi ích thì ở đó luôn tồn tại sự mâu thuẫn. Hiện nay, với cơ chế phân cấp, phân quyền khá mạnh mẽ, CQ các địa phương đã phát huy tính năng động, sáng tạo, tự chủ của mình ở một chừng mực nào đó. Tuy nhiên điều này đôi khi cũng gây ra xung đột do các địa phương cạnh tranh tối đa hóa lợi ích của mình. Vì thế, chính quyền địa phương cấp tỉnh cần chia sẻ lợi ích từ du lịch một cách công bằng với các địa phương trong vùng để tạo môi trường hợp tác tích cực và giảm thiểu cạnh tranh bất hợp lý. Đối thoại chặt chẽ và chia sẻ thông tin giữa các tỉnh là quan trọng để đảm bảo hiểu biết và đồng thuận trong phát triển du lịch... Nếu xảy ra mâu thuẫn, xung đột, chính quyền tỉnh cần tuân thủ cơ chế giải quyết xung đột cấp vùng đã được thống nhất, phối hợp với các tỉnh giải quyết một cách công bằng và hợp lý.

2.2.2. Tiêu chí đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Để xây dựng các tiêu chí đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, trên cơ sở kế thừa các lý thuyết kinh tế đã nêu, tổng hợp kết quả của những công trình nghiên cứu đã công bố có liên quan và căn cứ vào các quy định của pháp luật như Luật Tổ chức Chính quyền địa phương (2015), Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương (2019), Luật Quy hoạch (2017), Luật Du lịch (2017), cùng với các nguyên tắc của Ngân hàng phát triển châu Á (về tính phù hợp, hiệu lực, hiệu quả và bền vững trong đánh giá QLNN)... gắn với nội dung của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, nghiên cứu sinh đã mạnh dạn xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng như sau:

2.2.2.1. Nhóm tiêu chí đánh giá về xây dựng quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

** Các tiêu chí đánh giá việc xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng:*

- Đảm bảo các căn cứ pháp lý của các cơ quan QLNN, cơ quan chức năng liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết.

- Phù hợp với tiềm năng, lợi thế và các nguồn lực của tỉnh và các tỉnh liên kết trong từng giai đoạn.

- Xác định được mục tiêu phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Xác định được các nội dung phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng phù hợp với nội dung quy hoạch, kế hoạch du lịch chung, quy hoạch phát triển KT-XH của tỉnh, quy hoạch cấp vùng và quốc gia.

- Xác định được các nguồn lực (tài nguyên, nhân lực, vốn...) phục vụ sự phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo sự tham gia và tạo điều kiện hợp tác chặt chẽ của cơ quan, tổ chức, cộng đồng dân cư, các tỉnh liên kết và các bên có liên quan.

- Đảm bảo quy trình xây dựng quy hoạch, kế hoạch theo các bước khoa học.

- Xây dựng được các tiểu kế hoạch của từng nội dung phát triển du lịch liên kết của tỉnh với các tỉnh trong vùng nhằm thực hiện quy hoạch, kế hoạch tổng thể phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

** Các tiêu chí đánh giá xây dựng cơ chế, chính sách phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng:*

- Đảm bảo căn cứ pháp lý của các cơ quan QLNN, cơ quan chức năng liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết.

- Phù hợp với quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo chính xác, đầy đủ, toàn diện các thông tin cần thiết trong xây dựng chính sách phát triển du lịch liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính công khai, minh bạch và có sự tham gia của những đối tượng liên quan.

- Đảm bảo tính khoa học, hiện đại trong xây dựng chính sách phát triển du lịch liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính khả thi và hiệu quả trong điều kiện và nguồn lực hiện tại của tỉnh.
- Đảm bảo tính nhanh chóng, kịp thời, linh hoạt trong xây dựng và ban hành chính sách phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.
- Đảm bảo đầy đủ, nhất quán giữa các chính sách nhằm hướng tới mục tiêu chung để phát triển du lịch liên kết của tỉnh.
- Phối hợp chặt chẽ trong xây dựng chính sách phát triển du lịch với các tỉnh liên kết.

** Tiêu chí đánh giá về tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng:*

- Đảm bảo tương thích với quy hoạch/ kế hoạch phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.
- Cơ cấu tổ chức QLNN về du lịch của tỉnh phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.
- Năng lực của bộ máy QLNN về du lịch của tỉnh đáp ứng yêu cầu quản lý phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.
- Phối hợp chặt chẽ giữa các Sở, ban ngành... tại tỉnh trong quản lý phát triển du lịch liên kết với các tỉnh khác trong vùng.
- Phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng QLNN về du lịch của tỉnh với các tỉnh liên kết trong vùng.
- Phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan QLNN về du lịch cấp địa phương với cấp trung ương trong quản lý phát triển du lịch liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

2.2.2.2. Nhóm tiêu chí đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

** Tiêu chí đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng:*

- Phù hợp với định hướng về phát triển sản phẩm du lịch trong quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.
- Đảm bảo sự lựa chọn ưu tiên và có những bước đi thích hợp trong phát triển sản phẩm du lịch liên kết của tỉnh.
- Đảm bảo tính mới mẻ, hấp dẫn của sản phẩm du lịch liên kết.
- Đảm bảo tính phong phú, đa dạng, đáp ứng đầy đủ nhu cầu du khách đối với các sản phẩm du lịch liên kết của tỉnh.
- Đảm bảo sự hài lòng của du khách về chất lượng sản phẩm du lịch liên kết.
- Thể hiện rõ được đặc thù của tỉnh so với các tỉnh liên kết trong vùng.

- Đảm bảo sự gắn kết trong phát triển các sản phẩm du lịch liên kết của tỉnh với các tỉnh trong vùng.

** Tiêu chí đánh giá về xúc tiến quảng bá du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng:*

- Phù hợp với định hướng về xúc tiến quảng bá du lịch trong quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Xác định đúng thị trường du lịch tiềm năng của tỉnh và các tỉnh liên kết trong từng giai đoạn.

- Xây dựng và định vị được hình ảnh, thương hiệu du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo kinh phí xúc tiến quảng bá du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo đầy đủ và hấp dẫn trong các nội dung xúc tiến quảng bá du lịch của tỉnh và của cụm/vùng liên kết.

- Đảm bảo tính đa dạng và hiện đại trong sử dụng các công cụ, phương thức xúc tiến quảng bá.

- Đảm bảo thường xuyên, kịp thời khi triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết trong quá trình xúc tiến quảng bá du lịch.

- Đảm bảo hiệu quả của liên kết xúc tiến quảng bá giữa tỉnh với các tỉnh trong vùng.

2.2.2.3. Nhóm tiêu chí đánh giá về huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

** Về huy động nguồn vốn đầu tư:*

- Phù hợp với định hướng về thu hút đầu tư trong quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Phù hợp với đặc điểm của tỉnh và cụm/vùng liên kết trong xây dựng và triển khai chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết trong xây dựng và thực thi chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch trong liên kết.

- Đảm bảo tính công khai, minh bạch, bình đẳng trong thực thi chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính hấp dẫn trong các chính sách miễn, giảm thuế, hỗ trợ tài chính... đối với phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính chặt chẽ, hợp pháp, công bằng trong quy trình thẩm định các dự án đầu tư phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính đơn giản, linh hoạt trong quy trình thẩm định các dự án đầu tư phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính ổn định trong chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo hiệu quả trong huy động nguồn vốn đầu tư cho phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

** Về nguồn nhân lực du lịch:*

- Phù hợp với định hướng về phát triển nguồn nhân lực du lịch trong quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Phối hợp chặt chẽ, duy trì và tăng cường thực hiện các nội dung liên kết phát triển nguồn nhân lực du lịch với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính đồng bộ, đầy đủ trong thực thi các chính sách khuyến khích, hỗ trợ cho hoạt động đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo triển khai tổ chức các hình thức, nội dung đào tạo phù hợp với các đối tượng được đào tạo trong phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo duy trì thường xuyên và tăng cường công tác tổ chức đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực du lịch trong phát triển du lịch liên kết theo thời gian.

- Đảm bảo hiệu quả trong công tác tổ chức đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo số lượng và chất lượng nguồn nhân lực cho hoạt động QLNN của tỉnh đối với phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng.

** Về nguồn lực cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch:*

- Phù hợp với định hướng về phát triển nguồn lực cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch trong quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các tỉnh khác trong vùng trong quá trình xây dựng và triển khai các biện pháp, chính sách về phát triển cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

- Đảm bảo phát triển phù hợp với đặc thù tài nguyên du lịch của tỉnh.

- Đảm bảo tính đồng bộ, hiện đại, thông suốt trong phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng.

- Đảm bảo tính đa dạng, an toàn, tiện ích trong đáp ứng các nhu cầu sử dụng của du khách.

- Đảm bảo xây dựng được một không gian du lịch thống nhất giữa tỉnh với các tỉnh khác trong vùng dựa trên cơ sở kết nối các tour, tuyến, khu, điểm du lịch.

- Đảm bảo tính ưu tiên trong hỗ trợ các dự án cơ sở hạ tầng du lịch liên kết bền vững và bảo vệ môi trường.

- Đảm bảo hiệu quả trong huy động nguồn lực cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cho phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

** Về nguồn lực khoa học - công nghệ:*

- Phù hợp với định hướng về phát triển nguồn lực KH-CN trong quy hoạch/kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết trong vùng trong xây dựng và triển khai các biện pháp, chính sách phát triển KH-CN.

- Đảm bảo định hướng phát triển du lịch thông minh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính đầy đủ, đồng bộ trong xây dựng và phát triển hệ thống nền tảng cơ sở dữ liệu du lịch của tỉnh với các tỉnh liên kết trong vùng.

- Cập nhật và tăng cường ứng dụng các tiến bộ KH-CN hiện đại trên thế giới (trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, Internet of Things (IoT)...) trong phát triển du lịch liên kết của tỉnh.

- Đảm bảo hiệu quả trong huy động nguồn lực KH-CN cho phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

2.2.2.4. Nhóm tiêu chí đánh giá về công tác kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

- Đảm bảo tính khách quan trong thực hiện kiểm tra, thanh tra, đánh giá phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính hợp lý, đầy đủ trong thực hiện kiểm tra, thanh tra, đánh giá phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo nghiêm túc trong kiểm tra, thanh tra, đánh giá phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo thực hiện thường xuyên, định kỳ trong kiểm tra, thanh tra, đánh giá phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo tính chính xác, hiệu quả trong kiểm tra, thanh tra, đánh giá phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Phối hợp chặt chẽ với các tỉnh trong vùng khi tiến hành kiểm tra, đánh giá.

- Giảm tỷ lệ khiếu nại, tố cáo, vi phạm trong phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

2.2.2.5. Nhóm tiêu chí đánh giá về đảm bảo lợi ích cho các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

- Đảm bảo tinh thần tự nguyện, đồng thuận, bình đẳng và cùng có lợi đối với các chủ thể tham gia phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo chia sẻ công bằng về lợi ích, lấy lợi ích làm động lực cho sự tham gia của các chủ thể trong phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo giải quyết hài hòa quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia trên cơ sở những nguyên tắc của nền kinh tế thị trường, thượng tôn pháp luật, trên nền tảng dân chủ, công khai, minh bạch.

- Đảm bảo gia tăng lợi nhuận của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân địa phương nhờ phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

- Đảm bảo phát huy những ưu thế, bổ sung, khắc phục các hạn chế của địa phương.

- Đảm bảo gia tăng mức độ đóng góp của ngành du lịch vào ngân sách của tỉnh, thúc đẩy phát triển du lịch bền vững, phát triển các ngành KT-XH của tỉnh và các tỉnh liên kết.

- Đảm bảo lợi ích trước mắt cũng như lâu dài của các chủ thể tham gia phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

2.2.2.6. Nhóm tiêu chí đánh giá tác động của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng đối với sự phát triển KT - XH của tỉnh

Nhìn chung, việc đánh giá tác động của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng đến sự phát triển KT-XH của tỉnh là một việc làm có ý nghĩa quan trọng nhưng phức tạp. Trên cơ sở kế thừa kết quả tổng quan ở chương 1, cũng như phân tích, làm rõ các vấn đề lý luận liên quan đến phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng ở chương này, tiếp thu và

vận dụng từ các nghiên cứu Nguyễn Thị Minh Phượng & Thái Thị Kim Anh (2020) [105], Nguyễn Minh Tuấn (2022) [170], luận án xây dựng một số chỉ tiêu định lượng cơ bản nhằm đánh giá tác động của phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng đến sự phát triển KT-XH của tỉnh gồm:

(1) Số lượng khách du lịch của tỉnh gia tăng nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng và tỷ lệ gia tăng khách du lịch nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng có thể được tính bằng công thức D_{LK} :

$$D_{LK} = (K_{LK}/K) \times 100\%$$

Trong đó:

K_{LK} : số khách du lịch tăng nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng

K : tổng số khách du lịch đến tỉnh

D_{LK} : tỷ lệ gia tăng khách du lịch nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Nếu D_{LK} càng lớn càng tốt và ngược lại.

(2) Doanh thu du lịch của tỉnh gia tăng nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng và tỷ lệ gia tăng doanh thu du lịch nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng có thể được tính bằng công thức R_{LK} :

$$R_{LK} = (TR_{LK}/TR) \times 100\%$$

Trong đó:

TR_{LK} : doanh thu du lịch tăng nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng

TR : tổng doanh thu du lịch của tỉnh

R_{LK} : tỷ lệ gia tăng doanh thu du lịch nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Nếu R_{LK} càng lớn càng tốt và ngược lại.

(3) Tỷ lệ đóng góp của du lịch nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng vào quy mô GRDP của tỉnh T_{LK} :

$$T_{LK} = (G_{LK}/GRDP) \times 100\%$$

Trong đó:

G_{LK} : giá trị gia tăng du lịch nhờ liên kết với các tỉnh trong vùng trong năm tính toán

$GRDP$: tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh trong năm tính toán

Nếu T_{LK} càng lớn càng tốt và ngược lại

(4) Tỷ lệ hoàn thành đúng hạn các dự án cơ sở hạ tầng được phát triển thông qua liên kết với các tỉnh khác trong vùng; mức độ gia tăng đầu tư vào hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

(5) Số lượng và tỷ lệ tăng trưởng sản phẩm du lịch mới được phát triển nhờ vào liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

(6) Mức độ nhận diện và giá trị thương hiệu du lịch của tỉnh trong toàn vùng nhờ các hoạt động liên kết.

(7) Tỷ lệ lao động (việc làm) du lịch gia tăng nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng trong tổng số lao động du lịch của tỉnh (L_D) trong một thời kỳ nhất định. Đây là tiêu chí đánh giá hiệu quả KT-XH trong việc tạo việc làm của phát triển du lịch nhờ liên kết với các tỉnh trong vùng:

$$L_D = (L_{LK} / L_T) \times 100\%$$

Trong đó:

L_{LK} : lượng lao động trong lĩnh vực du lịch gia tăng nhờ liên kết với các tỉnh khác trong vùng trong một thời kỳ nhất định

L_T : tổng số lao động trong lĩnh vực du lịch của tỉnh trong một thời kỳ nhất định

Nếu L_D càng cao càng tốt và ngược lại

(8) Số lượng và giá trị các dự án du lịch liên kết giữa tỉnh và các tỉnh khác trong vùng đã ký kết và thực hiện; Tỷ lệ doanh nghiệp du lịch tỉnh tham gia các dự án liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

(9) Mức độ hài lòng của khách du lịch với các sản phẩm du lịch liên kết của tỉnh với các tỉnh khác trong vùng. Mức độ hài lòng của du khách càng cao càng tốt.

(10) Mức độ bảo vệ thiên nhiên, di sản văn hóa và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường trong phát triển du lịch liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

2.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

Theo góc độ tiếp cận của đề tài, phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng chịu sự tác động bởi nhiều nhân tố trong đó có cả khách quan và chủ quan như sau:

2.2.3.1. Các nhân tố khách quan

- *Quan điểm, chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của nhà nước về phát triển du lịch, liên kết du lịch.* Chủ trương, đường lối của Đảng, cơ chế, chính sách của Nhà nước được xem là “kim chỉ nam” đối với sự phát triển du lịch nói chung và phát triển du lịch liên kết nói riêng của một tỉnh. Nếu đường lối, cơ chế chính sách đúng đắn, hợp lý sẽ cho phép phát huy được các nguồn lực, phát triển các hình thức sản xuất kinh doanh, thúc đẩy liên kết du lịch, làm cho du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng phát triển và ngược lại. Cùng với đó, nếu chủ trương,

đường lối, chiến lược, chính sách nêu trên được các địa phương trong vùng quán triệt tốt, chú trọng, đồng thuận sẽ góp phần thúc đẩy liên kết du lịch và phát triển du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, nếu ngược lại sẽ gặp khó khăn. Thêm vào đó, một khi có được khung pháp lý về phát triển du lịch, liên kết du lịch phù hợp, đảm bảo tốt cho các cá nhân, tổ chức kinh tế vận hành một cách ổn định và thông suốt thì sẽ làm thúc đẩy phát triển du lịch liên kết và ngược lại.

- Điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý, tài nguyên du lịch và điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội của tỉnh và các tỉnh liên kết trong vùng

Điều kiện tự nhiên là các yếu tố khách quan như vị trí địa lý, địa hình, khí hậu, nguồn động thực vật... Chúng là cơ sở để xây dựng chiến lược, chính sách, kế hoạch phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Vị trí và lãnh thổ tạo nên sự đa dạng cảnh quang và tiềm năng du lịch, làm nổi bật nét đa dạng, độc đáo của từng địa phương, từng vùng. Những yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến sự phát triển các thành tố trong phát triển du lịch, hình thành thị trường du lịch và sự lựa chọn của du khách. Chúng cũng quy định khả năng liên kết để phát triển du lịch, tạo lập chuỗi giá trị sản phẩm vùng.

Vị trí địa lý ảnh hưởng lớn đến nhu cầu và khả năng liên kết phát triển du lịch giữa các tỉnh trong vùng. Sự khác biệt về vị trí địa lý có thể dẫn đến sự đa dạng về địa hình và khí hậu, tạo nên các sản phẩm du lịch đa dạng, cũng như các gói sản phẩm du lịch liên kết phong phú, mang lại trải nghiệm đa dạng cho du khách. Tuy nhiên, sự khác biệt này cũng có thể tạo ra thách thức lớn trong việc kết nối hạ tầng giữa các tỉnh trong vùng, nếu một tỉnh có địa hình hiểm trở thì việc kết nối giao thông với các tỉnh khác sẽ trở ngại so với các tỉnh có địa hình bằng phẳng hơn... Ở đây, yếu tố khoảng cách địa lý giữa các tỉnh trong vùng cũng tạo thuận lợi hoặc gây khó khăn trong việc xây dựng các chương trình du lịch, tuyến hành trình du lịch liên kết hiệu quả.

Tài nguyên du lịch là tiền đề quan trọng cho phát triển du lịch địa phương. Nó tạo lực hút cho khách du lịch, kinh doanh và liên kết du lịch. Tài nguyên du lịch là cơ sở lập kế hoạch phát triển và xây dựng biện pháp, chính sách để khai thác và bảo vệ. Sự đa dạng và chất lượng của tài nguyên là yếu tố hấp dẫn, tạo hiệu quả cho hoạt động du lịch, liên kết du lịch. Tài nguyên du lịch là động lực thúc đẩy liên kết giữa các địa phương, tạo đà cho sự phát triển du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng. Sự khác biệt về tài nguyên du lịch giúp tạo lợi thế, chuyên môn hóa, bổ sung cho nhau giữa các tỉnh, tạo lập các sản phẩm du lịch liên kết phong phú và hấp dẫn hơn. Tuy nhiên, cần lưu ý về sự chênh lệch tài nguyên du lịch giữa các tỉnh liên kết. Mặc dù

sự khác biệt có thể tạo ra hiệu ứng bổ sung lẫn nhau, nhưng nó cũng có thể dẫn đến tình trạng phụ thuộc và cạnh tranh không đồng đều giữa các tỉnh, gây ra sự mất cân bằng trong quá trình hợp tác. Điều này có thể khiến một số tỉnh bị lép vế, thiệt thòi hoặc ít có tiếng nói trong việc xây dựng chiến lược du lịch chung. Hơn nữa, sự chênh lệch này có thể gây xung đột lợi ích khi một tỉnh với tài nguyên du lịch được đánh giá cao hơn, thu hút được nhiều du khách hơn so với tỉnh khác. Từ đây có thể làm suy yếu quá trình liên kết phát triển du lịch nếu không được quản lý một cách khéo léo.

Điều kiện kinh tế - xã hội: ngành du lịch chịu ảnh hưởng lớn từ mức độ phát triển của nền sản xuất xã hội. Để giải quyết nhu cầu ăn, ở, di chuyển, nghỉ ngơi du lịch, những yếu tố hạ tầng giao thông, khách sạn, nhà hàng... là cần thiết. Một nền KT-XH phát triển có thể đảm bảo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, doanh nghiệp và du khách tham gia hoạt động du lịch và tạo điều kiện thuận lợi cho chính quyền địa phương thực hiện các nhiệm vụ liên quan đối với việc phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng.

Điều kiện chính trị: môi trường chính trị ổn định, hòa bình ảnh hưởng lớn đến sự phát triển du lịch. Một quốc gia dù có tài nguyên du lịch phong phú nhưng bất ổn chính trị sẽ khó phát triển du lịch. Các quốc gia có môi trường hòa bình ổn định và đường lối chính trị trung lập như Thụy Điển, Áo, Thụy Sĩ... thường có sức hấp dẫn với khách du lịch. Nếu môi trường chính trị của một điểm đến bất ổn có thể gây khó khăn cho chính sách, quản lý tài nguyên, bảo đảm an toàn cho du khách, giảm sức hút đầu tư, thách thức trong tạo dựng hình ảnh, quảng bá du lịch... làm hạn chế sự phát triển du lịch ở địa phương trong liên kết với các tỉnh trong vùng.

- Mục tiêu phát triển du lịch của cụm/vùng liên kết, thể chế liên kết vùng, hình thức, nội dung và mức độ nông, sâu trong liên kết du lịch của tỉnh với các tỉnh trong vùng

Mục tiêu phát triển du lịch của cụm/vùng liên kết tạo ra cơ hội hợp tác, đa dạng hóa, nâng cao chất lượng du lịch. Đây là cơ sở quan trọng để địa phương lựa chọn phương án phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Thiếu mục tiêu, tầm nhìn dài hạn thì sẽ không theo kịp những biến động và sự xuất hiện của những yếu tố mới mang tính vùng cần giải quyết, cũng như thiếu sự phân công rõ ràng giữa các địa phương trong cụm/vùng liên kết, dẫn đến sự cạnh tranh tràn lan và phát triển không hiệu quả giữa các địa phương trong vùng.

Thể chế liên kết du lịch giữa các địa phương trong vùng. Quy định pháp lý về liên kết vùng nhằm điều chỉnh tương tác giữa các chủ thể liên kết, nâng cao hiệu quả

thương lượng, thỏa thuận và thực thi [158]. Các quy định này cần cụ thể, ổn định và ít thay đổi. Những thông tin về quá trình liên kết vùng bao gồm: ai có thể tham gia liên kết, vai trò và trách nhiệm của các bên, cơ chế thưởng, phạt như thế nào, phân bổ chi phí và lợi ích cần rõ ràng. Quản lý chặt chẽ những điều này sẽ giúp điều phối hiệu quả các khía cạnh của phát triển du lịch liên kết, đảm bảo vận hành liên kết giữa các tỉnh một cách hợp lí, phân phối hài hòa lợi ích trước mắt và lâu dài giữa các địa phương liên kết. Nếu không các địa phương sẽ rơi vào lúng túng khi thực hiện, thiếu nhịp nhàng... dẫn đến hiệu quả không cao, hạn chế sự phát triển du lịch trong liên kết của địa phương.

Mức độ nông, sâu và bền vững trong liên kết du lịch của tỉnh với các tỉnh khác trong vùng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển du lịch của tỉnh. Mức độ nông của liên kết thể hiện mở rộng phạm vi của liên kết; mức độ sâu liên quan đến chi tiết và độ phức tạp của liên kết; mức độ bền vững cho thấy liên kết có lợi cho môi trường, cộng đồng và kinh tế lâu dài. Sự hợp tác chặt chẽ giữa các địa phương quyết định có tạo ra được một hệ sinh thái du lịch mạnh mẽ, hệ thống du lịch đồng bộ, hỗ trợ lẫn nhau hay không. Từ đó đem lại cho tỉnh cơ hội mở rộng thị trường, thu hút nguồn lực, tối ưu hóa tiềm năng, thu hút khách hàng đa dạng, tạo trải nghiệm độc đáo, thúc đẩy sáng tạo và hiệu suất trong phát triển du lịch của tỉnh.

- *Vấn đề lợi ích nhóm.* Lợi ích nhóm có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình liên kết phát triển du lịch giữa các tỉnh trong vùng. Khi lợi ích nhóm chi phối, các quyết định và chiến lược có thể thiên vị lợi ích của một số địa phương, dẫn đến sự mất cân bằng trong phân bổ nguồn lực, ưu tiên đầu tư... giữa các tỉnh trong liên kết, làm cho những địa phương có ít tiếng nói hoặc không thuộc nhóm lợi ích có thể bị thiệt thòi. Sự thiếu công bằng có thể gây ra mâu thuẫn, làm suy yếu sự hợp tác và khiến quá trình liên kết trở nên thiếu hiệu quả. Bên cạnh đó, lợi ích nhóm còn có thể dẫn đến sự thiếu minh bạch trong các quyết định quản lý, làm giảm niềm tin giữa các tỉnh, gây cản trở trong việc xây dựng và thực hiện các chiến lược phát triển du lịch chung, ảnh hưởng xấu đến sự phát triển bền vững và đồng đều của ngành du lịch trong toàn vùng.

- *Nhân tố cầu du lịch và ý thức trách nhiệm của khách du lịch.* Thông thường khi thu nhập bình quân đầu người tăng, nhu cầu du lịch để nghỉ ngơi, phục hồi sức khỏe, phát triển toàn diện tăng lên, ảnh hưởng đến cấu trúc và tốc độ phát triển của ngành du lịch. Các yếu tố như thời gian rảnh rỗi, mức sống, nhu cầu nghỉ ngơi... định hình tốc độ, đặc điểm đổi mới, cũng như tiến trình cải tiến sản phẩm du lịch của địa

phương trong liên kết với các địa phương khác trong vùng. Trong quá trình liên kết, địa phương cần xem xét cẩn thận đặc điểm nguồn khách thị trường mục tiêu. Việc này sẽ thuận lợi hơn nếu các nguồn khách có đặc điểm tương đồng nhau và ngược lại. Đồng thời, cần phối hợp tốt với các địa phương liên kết thiết lập được những quy định phù hợp với nhu cầu của du khách, nhưng đảm bảo rằng hoạt động du lịch không gây tổn hại đến giá trị tài nguyên, không ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và cuộc sống của cộng đồng dân cư, đảm bảo tuân thủ các quy định của địa phương, đường lối, chính sách pháp luật của nhà nước.

- *Số lượng, quy mô, chất lượng, ý thức trách nhiệm của cơ sở kinh doanh du lịch* đóng vai trò quan trọng tạo nên doanh thu và giá trị ngành du lịch, tác động tới tài nguyên du lịch, môi trường tự nhiên, xã hội và cộng đồng dân cư. Nếu các doanh nghiệp kinh doanh du lịch tuân thủ pháp luật, định hướng, chỉ đạo của cơ quan QLNN, sử dụng hiệu quả, hợp lý tài nguyên và các nguồn lực du lịch của địa phương, liên kết tốt với các đơn vị khác, đưa ra những sản phẩm phù hợp với khách hàng, có giá cả hợp lý thì sẽ thu hút nhiều khách, tạo thành công cho phát triển du lịch của địa phương. Từ đó đóng góp giải quyết việc làm, xóa đói giảm nghèo, bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch... Ngược lại, nếu thiếu trách nhiệm và thiếu tuân thủ các định hướng phát triển du lịch liên kết, các doanh nghiệp có thể gây lãng phí tài nguyên, chạy theo lợi nhuận mà bỏ qua lợi ích cộng đồng, ảnh hưởng tới sự phát triển bền vững của địa phương, xa hơn nữa là của cụm/vùng liên kết. Do đó, cần thiết phải có các định hướng và điều chỉnh thích hợp từ phía chính quyền địa phương đối với các vấn đề liên quan đến tác nhân này trong mục tiêu phát triển du lịch liên kết.

- *Hội nhập kinh tế quốc tế, cách mạng công nghiệp lần thứ tư và xu hướng phát triển du lịch trên thế giới*

Hội nhập kinh tế quốc tế mang lại cơ hội và thách thức cho phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Những cơ hội bao gồm: mở rộng thị phần; học hỏi kinh nghiệm (tổ chức quản lý, thu hút khách du lịch, liên kết phát triển du lịch...) từ các quốc gia trên thế giới; phát triển loại hình du lịch mới v.v... Bên cạnh đó, những thách thức đặt ra như bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, giải quyết sự gia tăng sức ép về môi trường, các nguồn năng lượng, tài nguyên thiên nhiên và đối mặt với cạnh tranh từ các tập đoàn đa quốc gia trên thế giới.

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư sẽ tác động sâu rộng đến mọi mặt của ngành du lịch, cho phép tạo ra nhiều các sản phẩm du lịch mới, hấp dẫn, giảm chi phí sản xuất... kích thích sự tăng trưởng và phát triển du lịch bền vững. Đầu tiên, du lịch trực

tuyến/ du lịch điện tử cho phép chuyển các giao dịch trực tiếp sang trực tuyến như đặt mua và thanh toán tour du lịch (EPayment), thực hiện các quảng cáo trực tuyến (E-Marketing)... Tiếp theo, Du lịch thông minh cho phép du khách tự thiết kế tour phù hợp với mức giá tối thiểu và sử dụng trí tuệ nhân tạo. Du lịch 4.0 là mục tiêu cuối cùng, số hóa hoàn toàn các công đoạn dịch vụ du lịch và kết nối chúng lại thành một hệ thống chung nhờ IoT, các thiết bị trí tuệ nhân tạo và người máy [3]. Cuộc Cách mạng này đòi hỏi các chính quyền địa phương phải nâng tầm, chủ động, đổi mới và hỗ trợ tích cực hơn nữa đối với phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

Xu hướng phát triển du lịch toàn cầu được dự báo sẽ trở thành một trong những trụ cột chính của thương mại quốc tế và là nguồn thu nhập quan trọng cho nhiều quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển. Khu vực châu Á - Thái Bình Dương và Đông Nam Á sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn, với Trung Quốc sẽ là thị trường nguồn khổng lồ. Xu hướng tiêu dùng du lịch đang thay đổi, tăng nhu cầu du lịch trải nghiệm, cộng đồng, sinh thái, nghỉ dưỡng, sức khỏe, làm đẹp... Nắm bắt những điều đó, chính quyền các địa phương phải có những định hướng phù hợp trong phát triển du lịch liên kết để tạo ra những sản phẩm du lịch đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường.

2.2.3.2. Các nhân tố chủ quan

- *Quan điểm, chủ trương, đường lối của tỉnh đối với phát triển KT-XH, phát triển du lịch, liên kết du lịch, phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng và tính cục bộ địa phương đối với vấn đề liên kết.* Quan điểm, chủ trương, đường lối của tỉnh là những định hướng quan trọng cho việc thực hiện các nhiệm vụ liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết vùng của chính quyền địa phương cấp tỉnh. Các hướng dẫn này giúp chính quyền địa phương xây dựng quy hoạch/ kế hoạch, định hướng phát triển sản phẩm du lịch, huy động các nguồn lực, tổ chức thực hiện, kiểm tra giám sát và đảm bảo hài hòa lợi ích cho tất cả các bên tham gia trong quá trình phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết vùng. Từ đó, quá trình phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết vùng đúng hướng, hiệu quả, tạo cho ngành du lịch có những bước đột phá mới trong tiến trình hoạt động. Do đó, quan điểm, chủ trương và đường lối phù hợp, tích cực sẽ thúc đẩy phát triển, trong khi thiếu sự phù hợp, đồng thuận hoặc sai lệch sẽ làm chậm quá trình liên kết và kìm hãm quá trình phát triển du lịch của tỉnh trong mối quan hệ với các tỉnh khác trong vùng.

Ở đây cần lưu ý về vấn đề văn hóa cục bộ địa phương là một yếu tố gây lực cản lớn đối với liên kết phát triển du lịch giữa các tỉnh trong vùng. Tính cục bộ địa phương quá mạnh có thể dẫn đến cạnh tranh gay gắt giữa các tỉnh, khiến các tỉnh không sẵn

lòng chia sẻ tài nguyên, phân bổ, sử dụng nguồn lực, cũng như cơ hội với các tỉnh khác trong vùng. Hậu quả là khả năng hợp tác hướng đến lợi ích chung bị suy yếu và sự hợp tác chỉ dừng lại ở mức độ hình thức. Tư duy cục bộ địa phương trở thành lực cản lớn đối với phát triển du lịch khi một tỉnh cố gắng liên kết với các tỉnh khác.

- *Trình độ, nhận thức của cán bộ làm công tác QLNN về du lịch của tỉnh.* phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng sẽ khó đạt được hiệu quả cao nếu không xuất phát từ mong muốn của các chủ thể tham gia. Hiệu quả phát triển du lịch liên kết phụ thuộc trình độ, nhận thức của các chủ thể. Đối với cán bộ làm công tác QLNN về du lịch, nếu không nhận thức đầy đủ những quy luật của nền kinh tế thị trường, sự phát triển của ngành du lịch, sự cần thiết của liên kết du lịch, các nguyên tắc của liên kết... thì phát triển du lịch trong liên kết sẽ gặp khó khăn. chính quyền địa phương cấp tỉnh là người xây dựng, tổ chức thực hiện quy hoạch, kế hoạch, cơ chế, chính sách; hỗ trợ nâng cao năng lực cho doanh nghiệp; tổ chức xúc tiến, quảng bá du lịch; kiểm tra, đánh giá hoạt động phát triển du lịch liên kết và đảm bảo lợi ích của các chủ thể trong phát triển du lịch liên kết v.v... Nếu trình độ, nhận thức của cán bộ QLNN về du lịch không đảm bảo thì phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng khó thành công.

- *Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về phát triển du lịch của tỉnh.* Bộ máy QLNN đối với phát triển du lịch bao gồm các cơ quan và tổ chức trong một hệ thống nhằm thực hiện các chức năng của QLNN về du lịch. Để phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, bộ máy này không chỉ do một cơ quan duy nhất, mà còn đòi hỏi sự kết hợp chặt chẽ của các cơ quan quản lý khác mang tính chất liên ngành, liên vùng. Nếu bộ máy được tổ chức một cách khoa học, hợp lý, có phân công phân quyền rõ ràng, có đủ số lượng cán bộ và năng lực sẽ đáp ứng tốt yêu cầu của phát triển du lịch trong liên kết vùng.

- *Sự phối hợp và hiệu ứng kết hợp các chính sách của tỉnh với các tỉnh liên kết trong vùng đóng vai trò cực kỳ quan trọng.* Tỉnh cần chủ động phối hợp và đồng bộ hóa chính sách với các đối tác liên kết nhằm tạo ra tác động tích cực đối với phát triển du lịch địa phương khi liên kết với các tỉnh trong vùng. Điều này bắt nguồn từ sự đồng thuận về quan điểm và mục tiêu giữa các tỉnh với nhau. Sự cộng hưởng chính sách chung sẽ tăng cường quyền lực và tầm ảnh hưởng của chính quyền địa phương cấp tỉnh, dẫn đến quyết định và chiến lược địa phương hiệu quả hơn, đặc biệt là khi chất lượng chính sách chung tốt. Hợp tác giữa các tỉnh trong môi trường đồng thuận có thể tối ưu hóa các nguồn lực và giúp các dự án chung được thực hiện hiệu quả hơn nhờ sự

thống nhất và hỗ trợ từ các đối tác địa phương và vùng. Sự phối hợp và đồng thuận này cũng tạo điều kiện thuận lợi cho sự hợp tác liên tỉnh của các chủ thể kinh tế liên quan.

- *Kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.* Ngành du lịch muốn phát triển tốt cần phải có cơ sở hạ tầng du lịch tốt mới có thể hoạt động và phát triển tốt. Năng lực và tính tiện ích cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là yếu tố quan trọng tác động đến mức độ thỏa mãn nhu cầu của du khách. Cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật du lịch là vấn đề quan trọng mà các địa phương liên kết quan tâm, bởi nó liên quan đến đặc điểm nguồn khách mà địa phương hướng tới. Nếu hệ thống cơ sở hạ tầng đồng bộ, hiện đại và việc kết nối giữa các địa phương là thuận lợi, điều này sẽ tạo ra một lợi thế cạnh tranh đáng kể. Những yếu tố này sẽ ảnh hưởng đến quyết định của các cơ quan QLNN về phát triển du lịch của địa phương trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, bao gồm nội dung, mức độ thực hiện và phân bổ ngân sách, cũng như việc kêu gọi và thu hút đầu tư.

2.3. KINH NGHIỆM VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở MỘT TỈNH TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH KHÁC TRONG VÙNG VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

2.3.1. Kinh nghiệm phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng

2.3.1.1. Kinh nghiệm của thành phố Hồ Chí Minh

Thành phố Hồ Chí Minh có vị trí địa, kinh tế, chính trị đặc biệt, là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội và là trung tâm du lịch văn hóa, lịch sử của cả nước. Thành phố Hồ Chí Minh thuộc vùng Đông Nam Bộ, thành phố này là đầu mối liên kết các vùng kinh tế như vùng Kinh tế trọng điểm phía Nam, vùng Đồng bằng sông Cửu Long, vùng Tây Nguyên, vùng Duyên hải Nam Trung bộ... Vì thế kinh nghiệm phát triển du lịch của thành phố Hồ Chí Minh trong liên kết với các địa phương thuộc vùng luôn hữu ích đối với các địa phương như Thừa Thiên Huế.

Thành phố Hồ Chí Minh nhiều năm liền là thành phố có lượng khách du lịch quốc tế lớn nhất Việt Nam, nếu như năm 2010 là 2,406 triệu lượt khách quốc tế (Thừa Thiên Huế chỉ đạt 600 ngàn lượt), tăng lên 8,619 triệu lượt năm 2019 (Thừa Thiên Huế đạt 2,186 triệu lượt). Doanh thu du lịch thành phố Hồ Chí Minh tăng từ 9.514 tỷ đồng (2010) lên 140.017 tỷ đồng (2019) [86], [136], [159]. Thành phố Hồ Chí Minh ngày càng khẳng định thương hiệu của mình trên bản đồ du lịch thế giới. Năm 2015, thành phố Hồ Chí Minh được bình chọn là một trong 10 thành phố hấp dẫn nhất châu Á, vừa qua, cũng là một trong 15 thành phố tuyệt nhất châu Á (do tạp chí du lịch Travel + Leisure bình chọn) [184]. Thành phố Hồ Chí Minh cũng được xem là một trung tâm

quy mô lớn trong đào tạo về nhân lực du lịch, nhất là nhân lực du lịch có chất lượng cao cung cấp cho miền Nam, là thành phố đi đầu trong cả nước về ứng dụng các tiến bộ KH-CN du lịch, thích ứng nhanh và kịp thời để vươn lên mạnh mẽ. Chẳng hạn như năm 2021, dù trong thời điểm dịch bệnh Covid-19, nhưng du lịch thành phố đã thực hiện nhiều tương tác trên hệ sinh thái Google (công bố và cập nhật 366 tài nguyên du lịch đặc sắc của địa phương trên Google Map, Google Earth), thiết lập bản đồ tương tác du lịch thông minh 3D/3600, là địa phương đầu tiên của Việt Nam tổ chức Hội chợ du lịch trực tuyến trên nền tảng 2D, 3D, đưa các sản phẩm du lịch giao dịch lên sàn thương mại trực tuyến v.v... [61]. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của thành phố cũng thuộc hàng đầu của Việt Nam với hơn 4.000 cơ sở lưu trú, gần 50.000 phòng (với 324 khách sạn hạng 1-5 sao), 6.934 hướng dẫn viên (hướng dẫn viên du lịch quốc tế chiếm 59,6% trong tổng số), 1.280 doanh nghiệp lữ hành [168].

Những thành công của du lịch liên kết của thành phố Hồ Chí Minh phải kể đến vai trò của chính quyền thành phố trong việc tập trung, nâng cao hiệu quả hoạt động QLNN của mình, giúp phát huy tối đa được lợi thế, tiềm năng, tạo điều kiện cũng như môi trường cạnh tranh lành mạnh cho doanh nghiệp du lịch và cộng đồng, nâng cao chất lượng và hoàn thiện các sản phẩm du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phối hợp các chuyên gia, doanh nghiệp du lịch, các nhà đầu tư... một cách có hiệu quả và đặc biệt là sự chú trọng liên kết, hợp tác trong phát triển du lịch của thành phố.

Thành phố Hồ Chí Minh xem trọng hoạt động liên kết phát triển du lịch. Đến năm 2021, Thành phố đã ký kết hợp tác, liên kết theo hướng đa phương với 48 tỉnh/thành phố cả nước nhằm tạo nên những chuỗi sản phẩm liên kết du lịch hấp dẫn, góp phần nâng cao mức chi tiêu, kéo dài thời gian lưu trú, thúc đẩy du lịch phát triển. Trong đó, nổi bật là liên kết với các tỉnh Đông Nam bộ, 13 tỉnh/thành vùng Đồng bằng sông Cửu Long, các tỉnh miền Trung, Tây Bắc... Nội dung liên kết được thực hiện chủ yếu trong công tác phát triển sản phẩm du lịch; quản lý, phát triển nhân lực du lịch; xúc tiến quảng bá du lịch. Trên cơ sở đảm bảo đúng nguyên tắc, mục đích, nội dung của liên kết, đã gắn kết du lịch thành phố Hồ Chí Minh với các địa phương, mang lại nhiều hiệu quả đối với ngành du lịch thành phố nói riêng và các địa phương, các vùng liên kết nói chung [137].

Thành phố Hồ Chí Minh thuộc một trong sáu tỉnh/ thành phố thuộc Vùng Đông Nam Bộ. Kinh tế vùng Đông Nam Bộ phát triển năng động, được đánh giá là cực tăng trưởng quan trọng của cả nước. Đây là vùng có nhiều tài nguyên du lịch hội tụ đa dạng và đặc sắc. Năm 2023, lượng khách du lịch đến vùng Đông Nam Bộ đạt trên 65 triệu

lượt, tỷ lệ này chiếm đến trên 54% tổng lượng khách du lịch của cả nước [147]. Thành phố Hồ Chí Minh được xem là hạt nhân, đầu tàu của vùng trong nhiều ngành kinh tế trong đó có du lịch, dịch vụ. Thời gian qua thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thành Đông Nam Bộ đã có nhiều hoạt động liên kết nhằm thúc đẩy phát triển du lịch của thành phố cũng như tổng thể du lịch vùng. Năm 2020, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh trong vùng đã cùng nhau ký kết thỏa thuận hợp tác du lịch giai đoạn 2020-2025, với tinh thần “muốn đi xa phải đi cùng nhau” [76].

Lợi thế lớn trong liên kết giữa TP HCM với các tỉnh khác trong vùng Đông Nam bộ được chỉ ra là có được những sự khác biệt và bổ trợ lẫn nhau. Nếu như sản phẩm du lịch chủ lực của thành phố Hồ Chí Minh là du lịch MICE, du lịch ẩm thực, mua sắm, vui chơi giải trí, thể thao, văn hóa cộng đồng đô thị. Thế mạnh của các tỉnh trong vùng là du lịch văn hóa, tâm linh, du lịch sinh thái, danh lam thắng cảnh, du lịch biển, ẩm thực [85]. Sự hợp tác, liên kết trong lĩnh vực du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thuộc vùng Đông Nam Bộ nhằm mục tiêu xây dựng tầm nhìn dài hạn cho ngành du lịch, khai thác tốt tiềm năng và thế mạnh, vị trí chiến lược của các địa phương để phát triển các sản phẩm du lịch kết nối liên tuyến và liên vùng. Cùng nhau phối hợp xây dựng kế hoạch phát triển du lịch cho từng địa phương, hỗ trợ phát huy thế mạnh riêng của mỗi địa phương và toàn bộ vùng; khai thác hiệu quả, hợp lý nguồn lực để giải quyết các nhu cầu thực tế của từng địa phương và cùng tạo động lực phát triển du lịch bền vững cho tất cả các địa phương liên kết trong vùng. Liên kết nhằm thúc đẩy hoạt động xúc tiến đầu tư vào ngành, đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực và nâng cao hiệu quả QLNN về du lịch. Liên kết nhằm hỗ trợ và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch các tỉnh trong vùng phối hợp cùng nhau tìm kiếm đối tác đầu tư, cũng như xây dựng, khai thác, phát triển các sản phẩm du lịch. Đồng thời góp phần bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa - lịch sử, tài nguyên du lịch và thúc đẩy phát triển du lịch nội địa v.v... [115]

Thỏa thuận hợp tác phát triển du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh khác thuộc vùng Đông Nam Bộ bao gồm nhiều nội dung quan trọng như: (i) QLNN về du lịch, (ii) Phát triển sản phẩm du lịch, (iii) Quảng bá và xúc tiến du lịch, (iv) Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch; (v) Kêu gọi đầu tư cho phát triển du lịch [115]. Trong bối cảnh đó, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh khác trong vùng tăng cường hợp tác, liên kết tạo ra các sản phẩm du lịch và hành trình du lịch đặc sắc, hấp dẫn, xúc tiến quảng bá, thu hút đầu tư vào lĩnh vực du lịch, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải thiện kết nối hạ tầng giao thông... Cùng nhau từng bước tạo lập

không gian du lịch thống nhất, nâng cao sức cạnh tranh để cùng phát triển [76], [147]. Trên cơ sở đó, chính quyền thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh trong vùng thường xuyên trao đổi thông tin về tình hình hoạt động du lịch, cũng như công tác quy hoạch, kế hoạch dài hạn, thông tin về sản phẩm du lịch, thị trường du lịch, xu hướng và nhu cầu của du khách trong nước và quốc tế. Đồng thời, cùng nhau chia sẻ kinh nghiệm QLNN về du lịch nhằm nâng cao năng lực quản lý và hiệu quả hoạt động du lịch của nhau. Liên kết, hỗ trợ nhau trong việc kết nối cung cầu hàng hóa, tìm kiếm thị trường cho nhau v.v... [70], [76].

Đặc biệt, cùng với các tỉnh khác trong vùng, thành phố Hồ Chí Minh đã phối hợp tổ chức nhiều chương trình, tuyến du lịch liên kết với những sản phẩm du lịch hấp dẫn như: chương trình du lịch gồm thành phố Hồ Chí Minh - Côn Đảo; thành phố Hồ Chí Minh - Hồ Tràm - Bình Châu (Bà Rịa-Vũng Tàu); tuyến du lịch “Hương sắc Tây Ninh” gồm thành phố Hồ Chí Minh - Tây Ninh - núi Bà Đen; tour TP. Hồ Chí Minh - Củ Chi - núi Bà Đen (Tây Ninh); tuyến du lịch “Tình đất đỏ miền Đông” với hành trình thành phố Hồ Chí Minh - Bình Dương - Bình Phước; tour du lịch “Về nguồn” kết hợp giữa thành phố Hồ Chí Minh - Tây Ninh - Trung ương Cục miền Nam; tour du lịch “Thiên nhiên xanh mát - Sắc biển hòa ca” với hành trình giữa thành phố Hồ Chí Minh - Đồng Nai - Bà Rịa - Vũng Tàu v.v... Cùng với đó là nhiều hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch đã diễn ra hiệu quả thông qua các hội chợ, triển lãm do các tỉnh/thành phố tổ chức, cùng với việc lan tỏa trên các phương tiện thông tin truyền thông [70]. Thành phố Hồ Chí Minh đã đẩy mạnh xây dựng các sản phẩm du lịch liên kết với thời gian lưu trú tối thiểu 2 ngày. Hợp tác với các tỉnh trong vùng hoàn thiện bản đồ tương tác du lịch thông minh 3D/360 độ cho khu vực Đông Nam Bộ, cùng với các thông tin quảng bá điểm đến được cung cấp bằng 5 ngôn ngữ (Việt, Anh, Pháp, Nga, Trung). Điều này giúp mở rộng sự lan tỏa và quảng bá du lịch cho từng tỉnh, cũng như toàn vùng [147]. Công tác phối hợp đào tạo và nâng chất lượng nguồn nhân lực được chú trọng, với các chuyên đề về hướng dẫn viên du lịch, quản lý điểm đến, phát triển sản phẩm du lịch, quản lý khách sạn nhỏ và homestay... góp phần cải thiện, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch [70]. Những “điểm nghẽn” về hạ tầng giao thông kết nối giữa thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh Đông Nam Bộ cũng dần được khắc phục và khơi thông bao gồm cả đường bộ, đường hàng không và đường thủy. Cụ thể, sân bay Long Thành và đường cao tốc Biên Hòa-Vũng Tàu đang thi công (tuy các hạ tầng này tuy không đi qua thành phố Hồ Chí Minh nhưng nó sẽ kết nối với các tuyến giao thông quan trọng khác, giúp cải thiện khả năng tiếp cận và kết nối giữa các khu vực, bao gồm Thành phố

Hồ Chí Minh); cùng với đó là đường vành đai 4 và đường sắt... được thiết kế để kết nối các khu vực trong vùng Đông Nam Bộ đang dần triển khai... [76].

2.3.1.2. Kinh nghiệm của thành phố Đà Nẵng

Đà Nẵng gần như nằm ở trung điểm của Việt Nam theo chiều Bắc Nam, được xem là cầu nối các di sản thế giới ở Quảng Nam và Thừa Thiên Huế, là một trong những cửa ngõ quan trọng hướng ra biển của các tỉnh Tây Nguyên và các nước Thái Lan, Campuchia, Lào, Myanmar và những quốc gia Đông Bắc Á.

Đà Nẵng cũng là địa phương có tài nguyên du lịch khá phong phú với các điểm du lịch nổi tiếng như Bán đảo Sơn Trà, Khu Danh thắng Ngũ Hành Sơn, Khu du lịch Bà Nà - Suối Mơ, đèo Hải Vân... và có nhiều bãi biển đẹp nổi tiếng, trong đó Mỹ Khê được bầu chọn là “một trong sáu bãi biển quyến rũ nhất hành tinh” (tạp chí Forber). Đà Nẵng còn được mệnh danh là thành phố đáng sống của Việt Nam. Tuy Đà Nẵng có tốc độ phát triển nhanh đứng vào tốp đầu Việt Nam, nhưng an ninh, trật tự, an toàn xã hội của địa phương duy trì tốt, không có người lang thang xin ăn. Đà Nẵng có hệ thống cơ sở hạ tầng đồng bộ, khang trang, hiện đại, có cảng biển hiện đại, có sân bay quốc tế lớn... Lượng khách du lịch đến Đà Nẵng tăng qua các năm, nếu như năm 2010, với 1,77 triệu lượt khách, khách du lịch quốc tế đạt 370 ngàn lượt (Thừa Thiên Huế với 1,5 triệu lượt khách, 600 ngàn lượt khách quốc tế - gần gấp đôi Đà Nẵng), nhưng đến năm 2019, tổng lượng khách du lịch của Đà Nẵng tăng vọt lên 8,6 triệu lượt, khách quốc tế đạt 2,8 triệu lượt (trong khi đó khách du lịch đến Thừa Thiên Huế 4,817 triệu lượt, với 1,951 triệu lượt khách du lịch quốc tế). Năm 2021, dù dịch bệnh diễn ra, nhưng con số khách du lịch đến Đà Nẵng đạt gần 1,17 triệu lượt khách (con số này của Thừa Thiên Huế là 691.571 lượt khách) [55], [63], [117], [119], [125], [127]. Nhiều chuyên gia du lịch đã đánh giá rằng: tuy Đà Nẵng là một thành phố trẻ nhưng đã tạo được dấu ấn riêng của mình, trở thành một thương hiệu nổi tiếng, năng động trong liên kết của du lịch Việt Nam [159].

Đối với liên kết phát triển du lịch của Đà Nẵng với các tỉnh trong vùng, có thể kể đến liên kết giữa Đà Nẵng - Quảng Nam - Thừa Thiên Huế với thương hiệu du lịch “Ba địa phương - một điểm đến”; Đà Nẵng - Quảng Nam - Thừa Thiên Huế - Quảng Trị - Quảng Bình với chủ đề “Miền di sản diệu kỳ”; liên kết vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung (Đà Nẵng - Quảng Nam - Thừa Thiên Huế - Quảng Ngãi - Bình Định với thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội); bên cạnh đó là mở rộng, tăng cường với các tỉnh/thành phố khác như Hải Phòng, Quảng Ninh, Sơn La, Lâm Đồng, Đắk Lắk, Cần Thơ v.v... Bên cạnh việc hợp tác với các địa phương khác, các tỉnh/thành của đất nước

cũng đã giới thiệu du lịch tới các doanh nghiệp lữ hành ở Đà Nẵng để kết nối sản phẩm, thu hút du khách. Đà Nẵng hiện có hệ thống đường hàng không, giao thông đường bộ khá thuận lợi, hệ thống đường sắt được cải thiện, hệ thống đường thủy thuận tiện giúp việc liên kết với các địa phương trong vùng dễ dàng, tạo điều kiện mở rộng không gian du lịch, khai thác thế mạnh của các địa phương, đa dạng sản phẩm du lịch đặc trưng, thúc đẩy phát triển du lịch... Với quan điểm là nếu các kênh truyền thông của từng địa phương hoạt động hiệu quả, các địa phương liên kết sẽ hỗ trợ nhau tốt hơn, đồng thời tăng cường khả năng lan tỏa thông tin và quảng bá sản phẩm hợp tác chung tốt hơn. Đà Nẵng đã thực hiện truyền thông trực tuyến trên nhiều kênh như Danang Fantasticity, Instagram, Youtube, trên nền tảng số hóa các đơn vị KKD, Klook, Gdu lịch, Traveloka, VTV cap; trên báo đài, truyền hình, blogger du lịch, KOLs... Cùng với đó, thành phố đã tích cực phối hợp với các tỉnh/thành liên kết quảng bá tại các hội thảo, hội chợ du lịch v.v... [54].

Trong những kết nối hiện nay của Đà Nẵng, liên kết 3 tỉnh Đà Nẵng - Quảng Nam - Thừa Thiên Huế được xem là mô hình điểm của phát triển du lịch của Việt Nam với thương hiệu du lịch “Ba địa phương - một điểm đến” trở thành điểm đến lý tưởng đối với du khách trong nước và quốc tế với các sản phẩm du lịch nổi bật như “con đường di sản miền Trung”, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch cộng đồng, sinh thái.... Liên kết để cùng nhau phát triển xa hơn, ba địa phương đã liên kết cùng nhau đề ra chính sách quản lý, xác định thị trường trọng tâm, tạo lập và phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, cùng nhau quảng bá và xúc tiến du lịch... Nhờ đó mang lại nhiều lợi ích đối với phát triển du lịch của mỗi địa phương như tạo được sản phẩm liên vùng, giảm chi phí xúc tiến quảng bá du lịch, thu hút nhiều du khách, mang thêm lợi ích cho doanh nghiệp, tạo thêm công ăn việc làm, góp phần gia tăng ngân sách của địa phương...

Kinh nghiệm thành tựu của Đà Nẵng được thể hiện qua rất nhiều yếu tố cần học tập như: Thứ nhất, quy hoạch của thành phố Đà Nẵng luôn được đánh giá cao, xác định tầm nhìn, mục tiêu rõ ràng, đặc biệt là trong dài hạn, quy hoạch ít bị lạc hậu, có thể phát huy trong vài thập kỷ tới; thứ hai, sản phẩm du lịch Đà Nẵng phát triển theo cặp sản phẩm - thị trường, chẳng hạn như đối với các sản phẩm nghỉ dưỡng cao cấp sẽ dành cho những đối tượng khách có thu nhập cao và khách quốc tế; thứ ba, xây dựng hạ tầng đảm bảo, thông suốt, bền vững, không gặp thách thức về tình trạng quá tải ở những năm tiếp theo; thứ tư, tạo lập môi trường, chính sách đầu tư hấp dẫn, thu hút được những nhà đầu tư mang tầm chiến lược; thứ năm, quyết liệt trong việc chỉ đạo về quản lý điểm đến, bảo đảm an ninh, an toàn cho du khách; thứ sáu, thành công trong

vận động người dân địa phương chấp hành các chính sách của chính quyền thành phố, tạo sự hưởng lợi cho người dân gắn với hoạt động du lịch; thành công trong hỗ trợ, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch (các thủ tục hành chính, các cơ chế chính sách, tạo môi trường đầu tư thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển); thứ bảy, bảo đảm môi trường du lịch trong sạch, xử lý dứt điểm tình trạng bán hàng rong, chèo kéo khách du lịch; thứ tám định vị rõ hình ảnh điểm đến du lịch, tận dụng tốt các chứng nhận, giải thưởng du lịch để thu hút du khách quốc tế.

2.3.1.3. Kinh nghiệm của tỉnh Quảng Ninh

Quảng Ninh là một tỉnh biên giới, thuộc Vùng đồng bằng sông Hồng Việt Nam, được xem là cửa ngõ quan trọng của đất nước... Không những nằm ở vị trí chiến lược, Quảng Ninh là địa danh giàu lợi thế, tiềm năng du lịch. Tài nguyên du lịch tự nhiên của Quảng Ninh độc đáo, hấp dẫn, vùng biển rộng hơn 6.000 km², có quần thể Vịnh Hạ Long được UNESCO công nhận là “Di sản thiên nhiên thế giới”...

Tận dụng những tiềm năng, lợi thế đó, Quảng Ninh xác định “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”, theo chất riêng của mình, từng bước chuyển đổi phương thức phát triển từ "nâu" sang "xanh", phấn đấu trở thành tỉnh có ngành dịch vụ và công nghiệp hiện đại, dưới sự lãnh đạo của các cấp chính quyền, sự tích cực của doanh nghiệp, dân cư địa phương, du lịch tỉnh trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Theo thống kê của Sở Du lịch tỉnh Quảng Ninh, năm 2010, tổng lượt khách du lịch đạt 4,8 triệu lượt (với 2,009 triệu quốc tế), năm 2019, tổng lượt khách du lịch đạt trên 14 triệu lượt (với 5,7 triệu lượt khách du lịch quốc tế), tăng gần gấp 3 lần so với năm 2010, liên tục nằm trong số ba địa phương dẫn đầu cả nước về thu hút khách du lịch [33], [58].

Đồng bằng sông Hồng được đánh giá là vùng có nhiều tiềm năng du lịch để phát triển các loại hình du lịch văn hóa, tâm linh, nông nghiệp, sinh thái, cộng đồng... Vùng có đến hơn 23 nghìn di tích lịch sử, văn hóa với hàng trăm lễ hội truyền thống, và cũng là khu vực có nhiều di sản thế giới được UNESCO công nhận. Mặt khác, địa hình của vùng khá thuận lợi, mạng lưới đường bộ phát triển mạnh mẽ, hạ tầng của vùng hiện đang đi trước một bước tạo cơ hội cho du lịch vùng phát triển [146]. Quảng Ninh là một trong 11 tỉnh/thành phố thuộc vùng Đồng Bằng sông Hồng. Tỉnh đóng vai trò là trung tâm kết nối vùng ở cực Đông Bắc Việt Nam và có vai trò, vị trí then chốt trong Vùng đồng bằng sông Hồng.

Với vai trò đó, tỉnh đã chủ trì và phối hợp xây dựng, triển khai nhiều cơ chế, chính sách tạo động lực quan trọng thúc đẩy liên kết vùng như đề án phát triển Hải Phòng - Quảng Ninh thành trung tâm kinh tế biển hiện đại tầm cỡ quốc tế ở Đông Nam

Á; thiết lập cơ chế tài chính để khuyến khích phát triển các nguồn thu và đầu tư các dự án liên kết vùng; phát triển du lịch vùng với trọng tâm là du lịch văn hóa, kết nối các di sản; xây dựng chính sách đặc thù cho các tỉnh có di sản thế giới, cùng với đầu tư vào các khu du lịch quốc gia trong vùng v.v... [174].

Quảng Ninh đã thực hiện ưu tiên cho việc liên kết để hoàn thiện hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông chiến lược hướng tới đảm bảo tính đồng bộ và liên thông tổng thể nhằm thúc đẩy sự hợp tác liên tỉnh thuộc nội vùng, liên vùng và hợp tác phát triển kinh tế lãnh thổ. Hệ thống kết cấu hạ tầng của tỉnh phát triển mạnh mẽ, thực tiễn cho thấy Quảng Ninh là tỉnh sở hữu hệ thống giao thông kết nối vùng, liên vùng và quốc tế đầy đủ, bao gồm cả đường bộ, đường biển và đường hàng không. Bên cạnh tuyến cao tốc dài nhất và hiện đại nhất cả nước, tỉnh còn có một sân bay quốc tế và hai cảng tàu khách quốc tế hiện đại. Hệ thống giao thông này giúp khai thác tối đa vị thế địa chính trị của Quảng Ninh trong khu vực, đẩy mạnh việc kết nối với các tỉnh khác trong vùng, mở rộng không gian du lịch của tỉnh, tạo cơ hội thu hút du khách toàn cầu [59], [114]. Đối với các hạng mục hạ tầng có tính khớp nối với các tỉnh trong vùng, để khắc phục các điểm nghẽn của “trục khuỷu giao thông” cản trở liên kết, tỉnh phối hợp với các địa phương thiết lập các biện pháp và lộ trình cụ thể để kết nối nguồn lực của các địa phương với nhau nhằm đẩy nhanh tiến độ xây dựng, tốc độ hoàn thành các hạng mục đó. Hiện nay, mạng lưới đường cao tốc Hải Phòng - Hạ Long - Vân Đồn - Móng Cái đã hoàn thành, hiện đại hóa và phát huy hiệu quả. Các dự án kết nối hạ tầng như cầu Bến Rừng, cầu Lại Xuân, đường ven sông từ cao tốc Hạ Long - Hải Phòng đến thị xã Đông Triều, nối kết với thị xã Kinh Môn và thành phố Chí Linh (Hải Dương), cùng với Quốc lộ 10 từ Nút giao với Quốc lộ 18 (Quảng Ninh) đến cầu vượt Quán Toan (Hải Phòng) v.v... đã giúp mở rộng không gian du lịch thông suốt, tạo ra những giá trị và động lực mới cho sự phát triển của Quảng Ninh và Vùng đồng bằng sông Hồng [90]. Quảng Ninh đã thực sự thành công trong “đột phá chiến lược” về hạ tầng, với những tính toán kỹ lưỡng, không chỉ tạo ra những công trình giao thông hiện đại, mang đẳng cấp quốc tế như Cầu Bạch Đằng, cao tốc Hải Phòng - Hạ Long, cao tốc Hạ Long - Vân Đồn, cao tốc Vân Đồn - Móng Cái, cảng tàu khách quốc tế Hạ Long, cảng hàng không quốc tế Vân Đồn... mà còn trở thành sản phẩm du lịch được yêu thích. Sự hoàn thiện này đã tạo điều kiện thuận lợi, thúc đẩy nhiều doanh nghiệp đầu tư vào các dự án lớn tại Quảng Ninh, cũng như các tỉnh lân cận như: Khu nghỉ dưỡng Vinpearl Hạ Long, Khu nghỉ dưỡng Legacy Yên tử, Công viên Đại Dương, Khu nghỉ dưỡng khoáng nóng cao cấp Quang Hanh... Những sản phẩm đó đã góp phần hoàn

thiện hệ sinh thái du lịch của tỉnh, kéo dài thời gian trải nghiệm và lưu trú, đồng thời thúc đẩy chi tiêu của du khách [93].

Trong mối liên kết với tỉnh trong Vùng đồng bằng sông Hồng, thành phố Hải Phòng là địa phương lân cận có kết nối rất chặt chẽ nhất với Quảng Ninh. Nhờ vị trí gần nhau, giao thông thuận tiện cả trên bộ lẫn đường biển, Quảng Ninh với nguồn tài nguyên du lịch sinh thái, biển đảo và tâm linh phong phú; Hải Phòng với tiềm năng phát triển du lịch nghỉ dưỡng, văn hóa, vui chơi giải trí và du lịch đô thị nổi bật đã tạo nên một sự bổ trợ tiềm năng du lịch mạnh mẽ. Sự kết nối của Quảng Ninh và Hải Phòng không chỉ mang ý nghĩa quan trọng cho hai địa phương mà còn tác động lớn đến toàn vùng, được xem là “chìa khóa” để Vùng Đồng bằng sông Hồng phát triển mạnh mẽ. Sớm nhận diện vai trò của mình, Quảng Ninh đã tập trung vào việc hợp tác, liên kết với Hải Phòng trên nhiều phương diện, như tăng cường quảng bá du lịch, xúc tiến điểm đến, trao đổi thông tin; tham gia các sự kiện văn hóa, du lịch hàng năm; tổ chức đón các đoàn Famtrip khảo sát và tìm kiếm cơ hội hợp tác... Hai địa phương cũng đã cùng nhau tháo gỡ những vướng mắc, bất cập trong phát triển du lịch, từ liên kết QLNN, phát triển sản phẩm, xúc tiến quảng bá, đến phát triển nguồn nhân lực, bảo vệ môi trường tự nhiên, môi trường kinh doanh... Từ đó, hỗ trợ, phát huy lợi thế của nhau, cùng khai thác nguồn lực hiệu quả [1], [52], [113]. Có thể thấy, thành quả liên kết hai tỉnh thể hiện rõ trên Dự án đường cao tốc Hạ Long - Hải Phòng; dự án cải tạo, nâng cấp quốc lộ 10 (từ nút giao với quốc lộ 18A (Quảng Ninh) đến cầu vượt Quán Toan (Hải Phòng)), cùng với dự án xây dựng cầu Lại Xuân, cầu Bến Rừng; hoàn thiện tuyến du lịch biển bằng phà, kết nối đảo Tuần Châu (Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh) đến Gia Luận qua tuyến du lịch số 5 (Cát Bà, thành phố Hải Phòng); xây dựng quy chế phối hợp quản lý hoạt động vận chuyển hành khách và du lịch trên hai vịnh Hạ Long và Lan Hạ; phát triển vận tải công cộng (xe bus, xe điện) kết nối trung tâm thành phố Hải Phòng và thành phố Hạ Long (Quảng Ninh) v.v... [1], [113]. Cùng với đó, hai tỉnh đã hợp tác chặt chẽ trong hoàn thiện hồ sơ đề cử “Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà”, cũng như phối hợp hiệu quả trong khai thác Di sản này. Đồng thời, Quảng Ninh cũng đã cùng Hải Dương và Bắc Giang hợp tác hoàn thiện và trình Hồ sơ “Quần thể di tích - danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn, Kiếp Bạc” lên UNESCO để đề nghị công nhận là di sản thế giới [59]. Đây là những dấu mốc quan trọng khẳng định sự phối hợp hiệu quả của chính quyền tỉnh Quảng Ninh và chính

quyền Hải Phòng, Hải Dương, Bắc Giang, đánh dấu việc liên kết quản lý vùng của Quảng Ninh và các địa phương.

Với vai trò trung tâm dẫn dắt, kết nối các tỉnh trong vùng, không chỉ với Hải Phòng, Quảng Ninh cũng chủ động phối hợp với Hải Dương; phối kết hợp trong cụm Quảng Ninh - Hải Dương, Hải Phòng; Quảng Ninh - Hải Dương, Hưng Yên; Hải Phòng; “Tam giác tăng trưởng du lịch” vùng đồng bằng sông Hồng (trong liên kết với Hải Phòng, Hà Nội); Quảng Ninh - Bắc Ninh... trong phối hợp cải thiện, đồng bộ và nâng cao chất lượng hàng loạt hạ tầng giao thông liên kết. Trong đó, đáng chú ý, vào ngày 28/7/2022, Quảng Ninh cùng Hưng Yên, Hải Dương, Hải Phòng đã ký kết thoả thuận kết nối kinh tế trục cao tốc phía Đông, nhằm tăng cường liên kết và thúc đẩy phối hợp khai thác, phát huy tiềm năng của bốn địa phương dọc tuyến cao tốc phía Đông Hà Nội - Hải Phòng - Móng Cái. Đối với ngành du lịch, đây là bước tiến quan trọng, tạo lập lợi thế cạnh tranh đáng kể cho điếm đến, hình thành chuỗi du lịch bốn mùa phong phú và hấp dẫn. Bên cạnh đó, Quảng Ninh trong mối quan hệ du lịch của vùng duyên hải Đông Bắc (trong liên kết với Cao bằng, Lạng Sơn); liên kết với các địa phương trên tuyến hành lang kinh tế - du lịch Nam Ninh - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, Vân Nam - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh v.v... qua đó hình thành đa dạng các tour du lịch, các tuyến du lịch lớn.

Phát triển du lịch Quảng Ninh trong liên kết với các địa phương khác trong vùng có nhiều thành tựu, Quảng Ninh được đánh giá là địa phương có nhiều bước tiến mạnh mẽ về tư duy sáng tạo và đột phá, chẳng hạn như trong lĩnh vực xây dựng chiến lược, quy hoạch, phát triển sản phẩm du lịch, Quảng Ninh đã mạnh dạn thuê chuyên gia nước ngoài vào tham gia xây dựng quy hoạch, hay trong lĩnh vực cải cách hành chính, đổi mới mô hình tăng trưởng kinh tế, phát triển hạ tầng giao thông, du lịch, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, chú trọng, chủ động đầu tư kinh phí nâng cao chất lượng nguồn nhân lực theo hướng chuyên nghiệp, thúc đẩy những mối liên kết trong và ngoài nước nhằm thu hút khách du lịch, tạo môi trường thông thoáng, xã hội hóa đầu tư các dự án trong nước và nước ngoài v.v... Năm 2022, Quảng Ninh có gần 2.100 cơ sở lưu trú du lịch với trên 35.800 buồng, gần 200 tàu lưu trú nghỉ đêm với khoảng 2.200 phòng... Không gian du lịch của Quảng Ninh được mở rộng với 4 trung tâm du lịch, 91 điểm du lịch, 33 tuyến du lịch, 8 khu du lịch cấp tỉnh, 5 khu du lịch cấp quốc gia. Các sản phẩm du lịch ngày càng có tính cạnh tranh cao, đa dạng, phong phú, nhiều sản phẩm chất lượng, có tính biểu tượng, khác biệt và đã được những tập đoàn lớn đầu tư bài bản, chuyên nghiệp, trở thành động lực, thu hút lượng lớn du khách. Công tác xúc

tiến, quảng bá du lịch, đồng hành cùng doanh nghiệp có nhiều kết quả quan trọng, huy động nhiều nguồn lực tạo nên đột phá với nhiều chính sách hỗ trợ tích cực. Năm 2022, Quảng Ninh xếp thứ 2/15 tỉnh, thành phố của Việt Nam về năng lực cạnh tranh du lịch do Hội đồng Tư vấn du lịch (TAB) công bố [24].

2.3.2. Bài học kinh nghiệm về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng cho tỉnh Thừa Thiên Huế

Qua nghiên cứu, khảo sát kinh nghiệm của các địa phương dẫn đầu về thu hút khách du lịch ở nước ta như thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho tỉnh Thừa Thiên Huế như sau:

Thứ nhất, phải có sự tham gia đồng thuận và nỗ lực của các chủ thể liên quan khi thực hiện phát triển du lịch của một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng. Nếu xem du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, muốn thành công phải có “cái đầu lớn”, có sự nhất quán, sáng tạo, bút phá. Tất cả các chủ thể liên quan, từ Chính phủ, Tổng cục du lịch, các đơn vị chức năng, các doanh nghiệp du lịch, người dân đều cùng làm du lịch và cần phải thống nhất, chuyên nghiệp (không trừ một ai, từ nhân viên du lịch cho đến cán bộ công chức, công an, người bán hàng, người lái xe, nhân viên hàng không...). Đồng thời, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, vì thế các ngành cần phải hỗ trợ du lịch như giảm giá dịch vụ vận chuyển, chính sách giảm thuế, hoàn thuế, miễn thị thực... để cùng nhau thực hiện việc xuất khẩu tại chỗ. Thực hiện sự phối hợp chặt chẽ với CQ các tỉnh liên kết trong vùng trên cơ sở các nguyên tắc của liên kết vùng trong phát triển du lịch. Ngoài sự chủ động của địa phương, Chính phủ, Tổng cục du lịch, cơ quan điều phối cấp vùng đóng vai trò vô cùng quan trọng trong chỉ đạo, hỗ trợ, hướng dẫn, thúc đẩy liên kết.

Thứ hai, chính quyền của mỗi địa phương cần lựa chọn hướng phát triển du lịch liên kết đúng đắn, phù hợp với đặc thù của địa phương và của vùng, cần tích cực đổi mới, sáng tạo, đột phá để thu hút khách du lịch. Có thể thấy, các địa phương phát triển mạnh hàng đầu về du lịch ở nước ta như thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Quảng Ninh... đều xác định gắn du lịch với liên kết vùng là hướng đi cần thiết và lâu dài cho các địa phương, giúp bổ sung, hỗ trợ cho nhau, nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch... Khi xây dựng chiến lược, quy hoạch du lịch của địa phương phải có tầm nhìn dài hạn, hợp lý, cần phải được đặt trong chiến lược phát triển KT-XH, trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch quốc gia, quy hoạch phát triển du lịch theo vùng, quy hoạch các khu du lịch quốc gia để dồn sức thu hút các nguồn lực phát triển hiệu quả, thiết lập mối quan hệ chặt chẽ với những ngành khác, các địa phương khác, tạo được sự thống nhất trong phát triển

cụm/vùng, gắn với bảo vệ môi trường sinh thái, bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa truyền thống. Xây dựng và thực thi kế hoạch phát triển du lịch liên kết cần gắn liền với các mục tiêu của quy hoạch liên kết, tập trung vào những vấn đề thực tế, có tính khả thi, đạt hiệu quả cao.

Thứ ba, hoàn thiện cơ chế, chính sách liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết. Hệ thống cơ chế, chính sách phải xuất phát từ những đặc trưng, tính chất của ngành du lịch, phù hợp với các điều kiện, thế mạnh, điểm yếu, thời cơ, thách thức của tỉnh/vùng, phù hợp với từng giai đoạn lịch sử nhất định. Có sự tham vấn, hợp tác, phối hợp giữa các ban ngành liên quan, các chủ thể kinh doanh du lịch, cộng đồng dân cư và chính quyền địa phương các tỉnh liên kết. Có sự thống nhất, đồng bộ, đột phá trong xây dựng hệ thống chính sách với các tỉnh khác trong vùng để định hướng, thúc đẩy, hỗ trợ phát triển, nâng cao vị thế của điểm đến du lịch một tỉnh và cụm/ vùng.

Thứ tư, thực hiện đa dạng hóa sản phẩm du lịch thỏa mãn tối đa nhu cầu của du khách, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương, kéo dài chu kỳ sống của sản phẩm du lịch trong mối liên kết chặt chẽ của chuỗi sản phẩm du lịch vùng. Thường xuyên đổi mới, tạo lập những sản phẩm du lịch có tính cạnh tranh cao, độc đáo, hấp dẫn. Phối hợp với các tỉnh khác trong vùng tạo lập sản phẩm du lịch đặc trưng cấp vùng đồng bộ, hiện đại.

Thứ năm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, phối hợp phát triển nguồn nhân lực với các tỉnh liên kết trong vùng. Thực tế đã chứng minh là cho dù tài nguyên du lịch có nhiều ưu đãi, kết cấu hạ tầng được cải thiện nhưng nếu nhân lực du lịch, nhất là nhân lực chất lượng cao hạn chế thì đó là lực cản rất lớn. Một địa phương/vùng có nguồn nhân lực chuyên nghiệp, chất lượng cao về cả trình độ chuyên môn, tay nghề, đạo đức, yêu nghề, nghiêm túc trong công việc, được đào tạo bài bản về ngoại ngữ... sẽ dễ dàng thành công. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, địa phương cần chủ động đề ra các biện pháp, chính sách đào tạo, phát triển nhân lực hợp lý, tận dụng tối đa sự hợp tác với các tỉnh khác trong vùng trong phát triển chương trình đào tạo chung, chia sẻ nguồn tư vấn đào tạo...

Thứ sáu, chú ý phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, có sự kết nối đồng bộ, chặt chẽ, hiệu quả với các tỉnh trong vùng. Thực tế các quốc gia, địa phương như thành phố Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Đà Nẵng... có ngành du lịch phát triển, họ đều rất chú trọng xây dựng hệ thống hạ tầng (cả chung và chuyên ngành du lịch) một cách đồng bộ và hiện đại, coi trọng hệ thống giao thông kết nối với các địa phương trong vùng, giao thông tiếp cận các điểm đến, đặc biệt là tính thuận lợi,

hiện đại, kết nối liền mạch, nhanh chóng, tiết kiệm thời gian. Đối với hạ tầng chuyên ngành du lịch, chú trọng phát triển về số lượng và chất lượng, phù hợp với đặc thù địa phương, xem đây là vấn đề hệ trọng, góp phần lớn trong thu hút và “giữ chân” du khách lâu hay không.

Thứ bảy, tích cực ứng dụng các tiến bộ KH-CN vào lĩnh vực du lịch, phối hợp nghiên cứu, triển khai... thúc đẩy phát triển KH-CN trong liên kết. Dưới tác động của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, phương thức hoạt động kinh tế có sự thay đổi mạnh mẽ, ngành du lịch cũng vậy. Các địa phương có ngành du lịch phát triển xem đây là giải pháp đột phá mang lại lợi thế trong thu hút khách, nâng cao trải nghiệm của khách hàng, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế. Liên kết trong ứng dụng các tiến bộ KH-CN được các địa phương chú trọng xây dựng nền tảng dữ liệu chung, chia sẻ thông tin, phát triển các ứng dụng di động, các trang thông tin điện tử, mạng xã hội... để truyền thông, tuyên truyền, quảng bá du lịch địa phương và vùng tốt hơn, phục vụ nhu cầu tìm hiểu và tận hưởng du lịch của du khách một cách tiện ích, thuận lợi, hiệu quả. KH-CN thực sự là đòn bẩy cho sự phát triển du lịch một cách nhanh chóng, đặc biệt là phát triển du lịch liên kết.

Chương 3

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM

3.1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN, KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA TỈNH THỪA THIÊN HUẾ VÀ TIỀM NĂNG DU LỊCH MIỀN TRUNG VIỆT NAM

3.1.1. Đặc điểm tự nhiên, điều kiện kinh tế - xã hội và tài nguyên du lịch ở Thừa Thiên Huế

3.1.1.1. Đặc điểm tự nhiên

Thừa Thiên Huế nằm ở dải đất ven biển miền Trung Việt Nam, là một trong 5 tỉnh/ thành phố thuộc Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và nằm ở cực Nam của vùng Bắc Trung Bộ, gần như trung điểm của khu vực miền Trung. Về vị trí giao thông, Thừa Thiên Huế nằm trên trục giao thông Bắc - Nam và đường sắt xuyên Việt kết nối các điểm du lịch quan trọng trong cả nước, cũng như trên trục hành lang kinh tế Đông - Tây đi qua 13 tỉnh của 4 nước. Gần như nằm ở vị trí trung độ của cả nước giúp tỉnh kết nối thuận lợi với các tỉnh miền Trung, cả nước và quốc tế.

Thừa Thiên Huế tiếp giáp Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Trị, đất nước Lào và giáp biển Đông, với diện tích đất liền là 5.025,30 km² kéo dài theo hướng Tây Bắc - Đông Nam, nơi ngắn nhất là 44 km (phía Tây), nơi dài nhất là 120 km (phía dọc bờ biển). Thừa Thiên Huế có 1 thành phố, 2 thị xã, 6 huyện. Ngày 01/07/2021, địa giới hành chính thành phố Huế được mở rộng từ 70,67km² lên 266,46 km², đánh dấu bước quan trọng trong quá trình nâng cấp Tỉnh lên Thành phố trực thuộc Trung ương [31].

Thừa Thiên Huế có địa hình dạng bậc khá rõ rệt với đồi núi chiếm khoảng 1/4 diện tích, trung du chiếm khoảng 1/2 diện tích, đồng bằng khoảng 1.400 km² và bờ biển có chiều dài 120km. Do địa hình này, dân cư phân bố không đồng đều, du lịch chỉ tập trung phát triển ở một số vùng. Các vùng thuận lợi sẽ phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng. Miền núi - nơi cư trú của đồng bào dân tộc thiểu số, hướng đến du lịch văn hóa. Trung du nhỏ hẹp, dốc và xói mòn mạnh, nhất là mùa mưa lũ, gây khó khăn trong xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật mang tính lâu dài và thu hút đầu tư du lịch quy mô lớn.

Thừa Thiên Huế nằm trong khu vực khí hậu nhiệt đới gió mùa, có đặc điểm phức tạp do vị trí địa lý, sự kéo dài của lãnh thổ, hướng địa hình và khí quyển tạo nên. Nhiệt độ trung bình là 25°C, khoảng 2000 giờ nắng/1 năm và lượng mưa trung bình

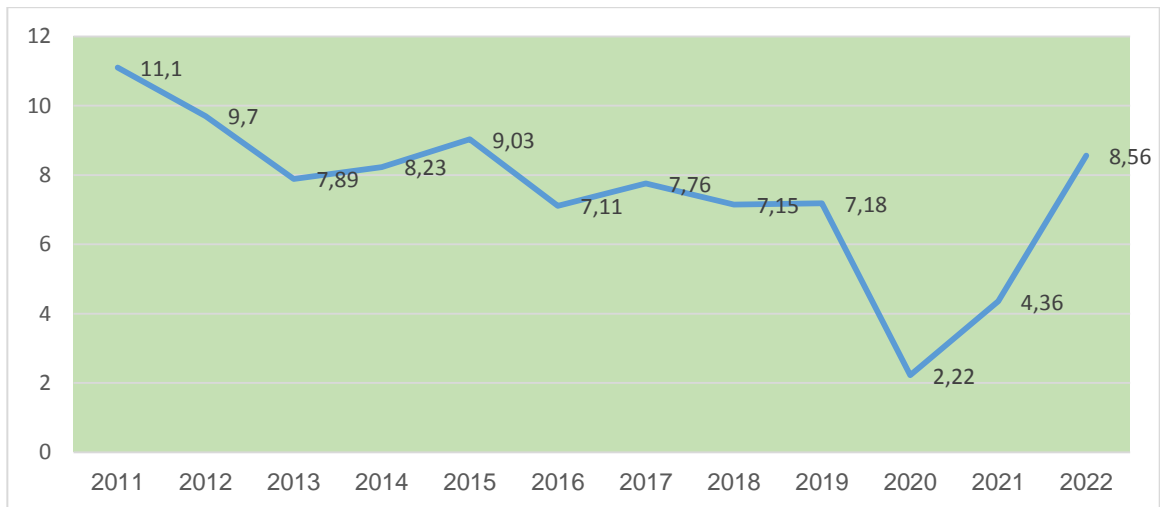
2700 mm/ 1 năm. Mùa đông có gió mùa Đông Bắc lạnh và mưa, gió Tây Nam khô nóng vào mùa hè, số lượng bão khá nhiều. Khí hậu chia thành hai mùa: mưa lạnh (tháng 10 đến tháng 2 năm sau), nắng nóng kéo dài (tháng 4 đến tháng 8 hàng năm). Mặc dù có nhiều điều kiện thuận lợi, nhưng biến động phức tạp và thời tiết mưa kéo dài làm cho du lịch ở Thừa Thiên Huế có mùa vụ rõ nét, khá khó khăn, đặc biệt là khu vực ven biển vào mùa mưa bão.

3.1.1.2. Điều kiện kinh tế - xã hội

** Về tình hình phát triển kinh tế của Thừa Thiên Huế*

Về tăng trưởng kinh tế, Thừa Thiên Huế thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế theo hướng tăng trưởng xanh và bền vững, kinh tế tăng trưởng trung bình giai đoạn 2011-2022 đạt 7,52% (cao hơn mức trung bình quốc gia). Từ 2011-2019 trưởng cao đạt 8,35%, nhưng có xu hướng giảm dần sau đó. Năm 2020 và 2021 tốc độ tăng trưởng kinh tế biến động mạnh bởi tác động của đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, năm 2022, kinh tế phục hồi với tốc độ tăng trưởng đạt 8,56% (cao nhất kể từ năm 2016 lại đây) (xem biểu đồ 3.1)

Đơn vị: %



Biểu đồ 3.1. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011 - 2022

Nguồn: [27], [29], [30], [31], [32]

Quy mô tổng sản phẩm. Quy mô GRDP của tỉnh (theo giá hiện hành), năm 2015 đạt 34.735,2 (tỷ đồng), năm 2020 đạt 54.980,7 (tỷ đồng), năm 2021 đạt 58.245,8 (tỷ đồng), năm 2022 đạt 66.348 tỷ đồng. Như vậy, nếu ko tính yếu tố thay đổi về giá, thì quy mô GRDP tăng lên theo thời gian [30], [31], [32]. Mặc dù tốc độ tăng trưởng kinh tế của tỉnh khá cao, nhưng quy mô GRDP vẫn nằm ở mức trung bình chung của cả nước.

Cơ cấu kinh tế của tỉnh giai đoạn 2011-2022 chuyển dịch tích cực, cơ cấu hiện là dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp. Năm 2022, dịch vụ chiếm 46,6%, công nghiệp và xây dựng 34%, nông nghiệp 10,8%; năm 2011, tỷ trọng tương ứng là 48,27%; 29,94%; 21,17% [29], [30], [31], [32]. Tốc độ tăng trưởng của ngành dịch vụ từ 2011-2019 đạt trung bình 9,37%/1 năm, cao nhất là 11,03% vào năm 2022 (năm 2020 là -0,79% do ảnh hưởng nghiêm trọng của đại dịch). Trong đó, du lịch đóng vai trò quan trọng, dần thể hiện là ngành kinh tế mũi nhọn, với tăng trưởng doanh thu bình quân đạt 14,97%/1 năm giai đoạn 2011-2019 [27], [29], [30], [31], [32], [41].

* *Quy mô dân số và lao động.* Tính đến tháng 12/2021, dân số trung bình toàn tỉnh là 1.153,8 nghìn người, tăng 4,59% so với năm 2011. Lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên có 623,7 nghìn người, chiếm 54,05% dân số, trong đó giới tính nữ là 299,5 nghìn người, nam là 324,2 nghìn người. Trong số này, lao động trong các ngành kinh tế là 560,3 nghìn người, chiếm 89,83% dân số trong độ tuổi lao động, với ngành dịch vụ chiếm tỷ lệ cao nhất là 44,45% [30], [31]. Điều này cho thấy nguồn lực lao động là một thế mạnh của tỉnh, đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế và du lịch của Thừa Thiên Huế.

* *Giáo dục và đào tạo.* Thừa Thiên Huế được xem là một trong những trung tâm giáo dục - đào tạo lớn của miền Trung và cả nước. Năm học 2020-2021, giáo dục phổ thông có 365 trường học. Với 1 trường trung cấp, 8 trường cao đẳng, 10 trường đại học (với 1880 giảng viên). Trong giáo dục đại học, Đại học Huế khẳng định vị thế của một trung tâm đào tạo lớn với số lượng giảng viên có trình độ trên đại học chiếm 86,2% tổng số giảng viên, số sinh viên là 41617. Đại học Huế duy trì vị trí 401 - 450 của châu Á, xếp thứ 6 trong 11 cơ sở giáo dục đại học của Việt Nam có trong bảng xếp hạng [26].

3.1.1.3. Tài nguyên du lịch

** Tài nguyên du lịch tự nhiên*

Thừa Thiên Huế được thiên nhiên ưu ái với hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên đa dạng và đặc sắc bao gồm bãi biển đẹp, đầm phá lớn, các nguồn nước khoáng nóng, các điểm du lịch sinh thái, sông nước, ao hồ và các danh lam thắng cảnh khác.

Hệ sinh thái của tỉnh đa dạng bao gồm thảm thực vật rừng nhiệt đới, động vật thiên nhiên phong phú, nổi bật là Vườn quốc gia Bạch Mã với 16.900 ha được che phủ bởi rừng nguyên sinh, là nơi sinh sống của nhiều loài thực vật và động vật quý hiếm. Đầm phá rộng 22.000 ha, bờ biển dài 120km, sông ngòi phong phú mang lại lượng

thủy sản đa dạng, đặc sắc, đồng thời làm đẹp cho phong cảnh du lịch, kích thích niềm hứng thú của du khách.

Hệ thống bãi biển, đầm phá, sông ngòi của Thừa Thiên Huế rất đa dạng. Đáng chú ý là hệ thống đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, lớn nhất Đông Nam Á với diện tích 22.000 ha, mang lại tiềm năng cho du lịch sinh thái. Bờ biển dài 120 km, có cảng Thuận An và vịnh nước sâu Chân Mây đủ điều kiện xây dựng cảng công suất lớn, là điểm phát triển lý tưởng cho hình thức du lịch tàu biển và tiếp đón du khách quốc tế. Bên cạnh đó, hàng loạt bãi biển đẹp như Cảnh Dương, Lăng Cô, Thuận An, bãi Cỏ, bãi Chuối, Đông Dưon... và Vịnh Lăng Cô được công nhận là một trong 30 vịnh biển đẹp nhất thế giới.

Ngoài ra, tỉnh còn có nhiều nguồn tài nguyên du lịch thiên nhiên khác như: các điểm du lịch sinh thái (Vườn Quốc gia Bạch Mã, Khu bảo tồn tự nhiên Phong Điền, thác Phước, thác Mơ, thác Trượt...); các nguồn nước khoáng (Thanh Tân, A Roàn, Hương Bình...); các điểm thắng cảnh (núi Ngự Bình, đèo Hải Vân, Đồi Vọng Cảnh, đồi Thiên An...); các điểm du lịch sông nước (sông Hương, hồ Truồi, đầm Lập An, cồn Dã Viên...) v.v...

** Tài nguyên du lịch nhân văn*

Thừa Thiên Huế có một hệ thống tài nguyên du lịch nhân văn phong phú, đặc sắc với những thành quách, cung điện, chùa chiền, lễ hội, ẩm thực, âm nhạc... và sự gắn bó, bổ sung cho nhau giữa văn hóa cung đình và văn hóa dân gian đặc sắc, tiêu biểu.

Hệ thống di tích lịch sử, văn hóa. Thừa Thiên Huế có hệ thống di tích lịch sử và văn hóa phong phú với 07 di sản thế giới được UNESCO công nhận và gần 1.000 di tích đã được kiểm kê, trong đó có 169 di tích được xếp hạng và 88 di tích quốc gia [41]. Tiêu biểu nhất là Quần thể di tích cố đô Huế với diện tích trên 500 ha, bao gồm cả kinh thành và các công trình ngoài kinh thành. Các di tích trong kinh thành gồm Hoàng Thành, Kinh Thành, Tử Cấm Thành và các di tích ngoài kinh thành Huế như Nghênh Lương Đình, Đàn Nam Giao, hệ thống các khu lăng tẩm được triều đình nhà Nguyễn xây dựng với các lối kiến trúc riêng biệt, độc đáo... Ngoài ra, còn có các di tích lưu niệm danh nhân (như cụ Nguyễn Tri Phương, Phan Bội Châu, Trần Cao Vân...) và di tích cách mạng (như Địa Đạo A Đon, khu di tích Chín Hàm...). Đa số các di tích tập trung ở thành phố Huế, thuận lợi cho phát triển du lịch.

Hệ thống chùa chiền, niệm Phật đường. Thừa Thiên Huế có hơn 300 ngôi chùa và niệm Phật đường lớn nhỏ, trong đó có những ngôi cổ tự, Tổ đình nổi tiếng như Chùa Thiên Mụ, Từ Đàm, Từ Hiếu, Thiên Tôn... Hệ thống chùa Huế được coi là không gian

văn hóa và tâm linh độc đáo, ẩn chứa đằng sau vẻ cổ kính là cả một kho tàng văn hóa, lịch sử, tôn giáo đặc sắc. Ngoài ra, còn có hệ thống nhà vườn Huế được xây dựng theo luật “dịch lý” và “phong thủy”, với kiến trúc truyền thống, trong đó có những ngôi nhà rường cổ nổi tiếng như nhà vườn An Hiên, nhà vườn công chúa Ngọc Sơn, Lạc Tinh...

Hệ thống các lễ hội cung đình, dân gian và âm nhạc. Hoạt động văn hóa, lễ hội ở Thừa Thiên Huế đa dạng và phong phú, với hơn 500 lễ hội, trong đó có 140 lễ hội được tổ chức định kỳ; 08 bảo tàng và nhiều thiết chế văn hóa khác [41]. Các lễ hội cung đình như lễ Tế Đàn Nam Giao, Xã Tắc, lễ Nguyên Đán, lễ Đại triều... luôn đi kèm với âm nhạc lễ nghi đặc trưng của cung đình. Các lễ hội dân gian như lễ hội điện Hòn Chén, Hội vật làng Sinh, lễ hội Cầu Ngư, Lãng Cô Vịnh đẹp thế giới... và các lễ hội đua ghe, lễ hội tế đình, tế chùa, tế miếu v.v... có âm nhạc dân gian đặc sắc. Huế còn được biết đến là “thành phố Festival của Việt Nam”. Cứ hai năm một lần, Festival Huế và Festival nghề truyền thống Huế diễn ra xen kẽ với quy mô ngày càng lớn, chuyên nghiệp, thu hút sự tham gia của các địa phương trong nước và các quốc gia trên thế giới. Ngoài ra, hàng loạt lễ hội mới như Lễ hội Lân Sư Rồng, Lễ hội Hip-Hop, Lễ hội Áo dài, Lễ hội Âm thực... đáp ứng nhu cầu văn hóa và thu hút đông đảo du khách, góp phần quan trọng trong giao lưu, hợp tác, liên kết với các địa phương trong vùng và tăng cường vị thế du lịch của Thừa Thiên Huế...

Làng nghề và các sản phẩm thủ công truyền thống. Làng Nghề và sản phẩm truyền thống của Thừa Thiên Huế khá nổi tiếng với lịch sử lâu đời, là nơi lưu giữ bản sắc văn hóa độc đáo của xứ Huế. Mỗi làng nghề có những đặc trưng riêng biệt, các sản phẩm khá tinh xảo và phong phú, đa dạng. Thừa Thiên Huế hiện có 86 làng nghề được phân bố trên 123 địa điểm với đông đảo đội ngũ thợ thủ công lành nghề, tài hoa [17]. Một số làng nghề truyền thống tiêu biểu ở Thừa Thiên Huế là: làng nghề Đúc đồng, làng nghề hoa giấy Thanh Tiên, làng gốm Phước Tích, tranh Làng Sinh, đan lát Bao La, làng Trầm hương, làng sơn son Tiên Nộn... thu hút khách du lịch tham quan, trải nghiệm những nét văn hóa xưa của xứ Huế.

Văn hóa ẩm thực. Thừa Thiên Huế hiện lưu giữ trên 1000 món ăn nấu theo lối Huế, có cả những món ăn mang phong cách cung đình, sang trọng và có những món ăn dân dã, giản dị, kể cả những món chay và mặn. Văn hóa ẩm thực thể hiện sự khéo léo của người dân xứ Huế, được hình thành qua một quá trình lịch sử lâu dài, nhất là giai đoạn khi Huế là kinh đô của đất Việt. Nghệ thuật ẩm thực xứ Huế được xem là một nội dung rất đáng quan tâm trong những chuyến tham quan du lịch tại đây, đây là một nguồn tài nguyên du lịch đặc sắc của Thừa Thiên Huế.

Bên cạnh các đặc tài nguyên du lịch nổi bật trên, các loại hình văn học, nghệ thuật, kiến trúc, trang phục, phong cách ứng xử, nếp sống văn hóa, phong tục tập quán của người dân xứ Huế... có giá trị đang được bảo tồn, dần phát huy, khẳng định được tính riêng biệt, độc đáo, giá trị bản sắc của văn hóa Huế, đây là những tài nguyên du lịch đặc biệt mang lại nhiều giá trị cho phát triển du lịch Thừa Thiên Huế.

3.1.2. Tiềm năng du lịch miền Trung Việt Nam

Miền Trung là tên gọi chung của vùng Duyên hải miền Trung (hay Duyên hải Trung Bộ) và Bắc Trung Bộ, là một dải đất liên tục có nhiều điểm tương đồng về mặt địa lý, lãnh thổ, tài nguyên, mà nhất là văn hóa và tự nhiên. Miền Trung bao gồm cả phần đất liền và không gian biển của toàn bộ của 14 tỉnh, thành phố từ Thanh Hóa đến Bình Thuận. Nằm ở vị trí chiến lược “có lợi đủ đường”, là đoạn yết hầu của giao thông Bắc - Nam và các tuyến đường xuyên Á, là gạch nối quan trọng giữa Việt Nam và khu vực Đông Nam Á, nhất là các nước các nước thuộc Tiểu vùng sông Mê Kông và hành lang kinh tế Đông - Tây. Miền Trung là nơi giao thoa của các nền văn hóa lớn của đất nước và khu vực. Dải đất miền Trung khá hẹp nhưng có biển, đồng bằng, trung du và miền núi tạo nên sự đa dạng về thiên nhiên và văn hóa thúc đẩy phát triển du lịch vùng đặc sắc.

Miền Trung Việt Nam sở hữu nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng, độc đáo, dù diện tích không lớn nhưng cái gì cũng có, với nhiều tài nguyên du lịch được coi là báu vật của Việt Nam. Toàn bộ 14 tỉnh, thành ở đây đều có biển, chiếm 50% tổng số tỉnh/thành phố có biển của Việt Nam, với gần 1.900 km chiều dài bờ biển (chiếm 57% của cả nước). Miền Trung có gần 90% số vịnh biển và trên 85% số bãi biển của Việt Nam), nổi bật với những bãi biển và vịnh biển được xem là đẹp nhất của Việt Nam và thế giới như Mỹ Khê, Lăng Cô, Mũi Né, Nha Trang, Lí Sơn, Cửa Đại... [8], [15]. Hệ thống đảo và quần đảo từ Bắc xuống Nam như Biện Sơn, đảo Nẹ, đảo Mê (Thanh Hóa), Đảo Ngư (Nghệ An), Hòn La, Vũng Chùa - Đảo Yến, (Quảng Bình), Lí Sơn (Quảng Ngãi), Trường Sa (Khánh Hòa), Hoàng Sa (Đà Nẵng)... là những khu dự trữ sinh quyển quan trọng với cảnh quan tươi đẹp. Hệ thống đầm phá và vịnh ven biển như vịnh Tam Giang, Lăng Cô, Đà Nẵng, Dung Quất, đầm Thị Nại... cũng là những điểm đến hấp dẫn. Các bãi biển và đảo này gắn hệ thống giao thông và các đô thị lớn, thuận tiện cho du khách di chuyển và tạo nên không gian du lịch đô thị - biển - đảo hấp dẫn và độc đáo.

Cùng với tài nguyên biển đảo, tài nguyên rừng của miền Trung cũng giàu có không kém với hàng loạt vườn quốc gia như Pù Mát (Nghệ An), Bến En (Thanh Hóa), Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), Vũ Quang (Hà Tĩnh), Bạch Mã (Thừa Thiên

Huế), Núi Chúa (Ninh Thuận)... Trong đó, vườn quốc gia Phong Nha Kẻ Bàng được UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên thế giới.

Miền Trung không chỉ giàu tài nguyên du lịch biển, rừng núi mà còn có hệ tài nguyên văn hóa phong phú, đa dạng và đặc sắc. Nơi đây có nhiều di sản thế giới như thành Nhà Hồ, dân ca Ví dặm Nghệ Tĩnh, quần thể di tích cố đô Huế, Mộc bản triều Nguyễn, Châu bản triều Nguyễn, Nhã nhạc Cung đình Huế, Thơ văn trên kiến trúc cung đình Huế, Khu đền tháp Mỹ Sơn, phố cổ Hội An, các di sản văn hóa Chăm... Thương hiệu “Con đường di sản miền Trung” ngày càng phát triển, trở thành báu vật du lịch của cả vùng và Việt Nam. Song hành với đó, văn hóa các dân tộc bản địa miền Trung - Tây Nguyên và hàng trăm di tích, làng nghề truyền thống tồn tại dày đặc đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy liên kết giữa các địa phương trong vùng và khẳng định giá trị cho du lịch phát triển.

Du lịch miền Trung còn lợi thế phát triển du lịch liên kết nhờ khoảng cách gần giữa các điểm du lịch, vùng du lịch và trung tâm hành chính của các địa phương trong vùng, cùng với các tuyến giao thông chính. Điều này tạo điều kiện thuận tiện cho việc liên kết nội tỉnh, nội vùng, liên vùng và liên quốc gia.

3.1.3. Tình hình liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Xác định liên kết là “chìa khóa” mở ra sự phát triển ổn định, lâu dài và hiệu quả bền vững của ngành du lịch, cho nên, thời gian qua, việc liên kết giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh, thành phố trong và ngoài nước nói chung và miền Trung Việt Nam nói riêng đã được tăng cường, mở rộng, ngày càng đi vào chiều sâu hơn.

Hoạt động liên kết, hợp tác du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các địa phương miền Trung Việt Nam vừa phản ánh nhu cầu nội tại của tỉnh, vừa phản ánh quy luật khách quan của sự phát triển. Từ năm 1993, tỉnh đã xác lập liên kết chính thức với Đà Nẵng, Quảng Nam (tại Nghị quyết số 45-CP của Chính phủ); năm 1995, tỉnh đã hợp tác mở rộng với Sài Gòn và Hà Nội; năm 2002, tỉnh mở rộng liên kết với các địa phương trên “Con đường Di sản miền Trung”; năm 2004, quan hệ liên kết được mở rộng với Quảng Trị để khai thác tuyến hành lang kinh tế Đông Tây thông qua đường 9 nối với Lào, Myanmar và Thái Lan; năm 2010, mở rộng với các tỉnh Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và các tỉnh duyên hải Nam Trung bộ; năm 2012, thông qua tổ chức Năm Du lịch Quốc gia, Thừa Thiên Huế chính thức liên kết với các tỉnh thuộc vùng du lịch Bắc Trung bộ... [139], [180] (xem thêm bảng 3.1). Hoạt động liên kết của tỉnh Thừa Thiên Huế còn rộng mở ra nước ngoài và các tổ chức quốc tế như liên kết hợp tác với các địa

phương của Hàn Quốc, Nhật Bản, các nước thuộc khối EU và các tổ chức quốc tế như UNESCO, ILO, fay fay, Hanatour... Đến nay, Thừa Thiên Huế đã thành lập được “Hội đồng tư vấn du lịch” tỉnh với việc tập hợp được các lãnh đạo, chuyên gia và các doanh nghiệp lớn về du lịch trong nước và nước ngoài. Như vậy, cùng với liên kết các tỉnh trong vùng, tỉnh cũng đã có sự liên kết với các trung tâm du lịch lớn của đất nước, các tỉnh/ thành phố trong nước và các quốc gia, các tổ chức quốc tế.

Bảng 3.1. Lịch sử liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Năm ký kết liên kết	Liên kết với các địa phương miền Trung Việt Nam
1993	Thừa Thiên Huế - Quảng Nam, Đà Nẵng (Nghị quyết của Chính phủ số 45-CP ngày 22-6-1993, chỉ đạo “vùng Thừa Thiên Huế - Quảng Nam - Đà Nẵng” là một trong ba vùng du lịch trọng điểm của cả nước)
2002	Thừa Thiên Huế - các địa phương nằm trên “Con đường di sản miền Trung”
2004	Thừa Thiên Huế - Quảng Trị (khai thác tuyến hành lang kinh tế Đông Tây thông qua đường 9 nối Lào, Thái Lan và Myanmar)
2006	Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng, Quảng Nam (“Ba địa phương - Một điểm đến”)
2010	Thừa Thiên Huế - các tỉnh vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và các tỉnh duyên hải Nam Trung bộ (từ Thừa Thiên Huế đến Ninh Thuận)
2012	Thừa Thiên Huế - sáu tỉnh vùng Bắc Trung bộ (từ Thanh Hóa đến Thừa Thiên Huế)
2017	Thừa Thiên Huế - Quảng Bình, Quảng Trị
2021	Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Bình (“Bốn địa phương, 1 điểm đến”)
2022	Thừa Thiên Huế - Quảng Nam, Đà Nẵng, Quảng Trị, Quảng Bình

Nguồn: UBND tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), Báo cáo tổng hợp Quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050, Thừa Thiên Huế, tháng 11 năm 2023.

Trong cơ cấu liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam:

* *Xét hướng liên kết về phía Nam của tỉnh* (vùng Duyên hải miền Trung), nhìn chung hoạt động liên kết chủ yếu tập trung mạnh mẽ với các địa phương thuộc Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung (Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định) tạo thành chuỗi những điểm đến ngày càng khẳng định thương hiệu trên thị trường như Huế - Đà Nẵng - Hội An - Quy Nhơn... Trong đó, tỉnh Thừa Thiên Huế

nằm ở “cửa ngõ” phía Bắc của Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, là điểm đến có tính bổ sung cao cho các điểm đến còn lại của vùng, thời gian qua, liên kết này đã diễn ra khá sôi động. Trong quá trình liên kết, Thừa Thiên Huế và các tỉnh/thành phố thuộc Vùng thường xuyên trao đổi thông tin, cùng nhau xây dựng những định hướng mới trong phát triển du lịch vùng, hợp tác thực hiện các hoạt động chung, khai thác hiệu quả các giá trị tài nguyên du lịch vùng, phát huy lợi thế cửa ngõ vùng và quốc tế... Cùng với đó, các tỉnh phối hợp với hai “đầu tàu” du lịch là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh - “đầu mối” mở rộng liên kết trong nước, cũng như tiếp cận và điều phối khách du lịch quốc tế [98], [141]. Thông qua liên kết, thông tin và hình ảnh du lịch của Thừa Thiên Huế và các địa phương thường xuyên được lan tỏa, giới thiệu đến thị trường trong nước và quốc tế. Nhìn chung, trong thời gian qua, sự liên kết giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh/thành phố thuộc Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung mới chỉ đạt được những kết quả ban đầu, chưa bền vững, thiếu ràng buộc trách nhiệm pháp lý, do đó hiệu quả chưa thực sự cao.

Trong liên kết với các tỉnh khác thuộc Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, mối quan hệ giữa Thừa Thiên Huế với Đà Nẵng và Quảng Nam là chặt chẽ hơn cả, được xem là động lực quan trọng trong phát triển du lịch liên kết của Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung nói riêng và của khu vực miền Trung, cả nước nói chung. Mối quan hệ này đã chính thức bắt đầu năm 1993 (từ khi “Nghị quyết của Chính phủ số 45-CP ngày 22-6-1993 về đổi mới quản lý và phát triển ngành du lịch” ban hành và chỉ đạo “vùng Thừa Thiên Huế - Quảng Nam - Đà Nẵng” là một trong ba vùng du lịch trọng điểm của cả nước). Năm 2006, ba tỉnh đã ký biên bản hợp tác liên kết phát triển du lịch với mục tiêu là xây dựng ba địa phương thành một điểm đến. Để thực hiện liên kết, cấp chính quyền Thừa Thiên Huế và Đà Nẵng, Quảng Nam đã có những bản cam kết chung trong thúc đẩy phát triển du lịch. Thông qua cơ chế luân phiên làm trưởng nhóm mỗi năm, Thừa Thiên Huế và Quảng Nam, Đà Nẵng đã xây dựng nhiều kế hoạch, chương trình hoạt động bám sát tình hình thực tế, cùng nhau tạo những điều kiện thuận lợi để thúc đẩy phát triển du lịch. Sự liên kết này đã giúp ba địa phương liên thông với nhau trong công tác quản lý, hỗ trợ tốt hơn cho các doanh nghiệp du lịch, bảo đảm an toàn cho du khách, đồng thời chia sẻ, làm tăng thêm nguồn lực, kinh nghiệm kinh doanh, tiếp cận thị trường của nhau. Ngoài ra, với việc tạo ra một điểm đến rộng hơn, liên kết ba tỉnh mang lại nhiều kết quả tích cực trong phát triển sản phẩm du lịch liên tỉnh; trong tổ chức các lễ hội, sự kiện du lịch; trong xúc tiến, quảng bá du lịch đến các thị trường du lịch mới, có quy mô lớn

hơn, tiết kiệm được chi phí, hiệu quả hơn. Đặc biệt là đã xây dựng được những tour tuyến chung, tăng sức hút cho khu vực. Thương hiệu nổi tiếng “Ba địa phương - một điểm đến” trở thành điểm đến lý tưởng ở miền Trung Việt Nam. Ba tỉnh Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng nam là ba điểm nhấn chính của Chương trình du lịch nổi tiếng “Con đường di sản miền Trung” [12], [13], [79]. Gần đây, tăng cường hợp tác liên kết, ba tỉnh triển khai các chương trình liên kết phục hồi và kích cầu du lịch sau đại dịch Covid - 19 với chủ đề “Điểm đến Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam an toàn và mến khách”; hợp tác, liên kết hướng tới phát triển du lịch xanh góp phần thực hiện Quyết định số 1658/QĐ-TTg (01/10/2021) của Thủ tướng Chính phủ về “Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050”; liên kết phát huy giá trị các sự kiện, lễ hội trở thành trung tâm du lịch MICE của cả nước, thúc đẩy tăng trưởng du lịch; cùng nhau mở rộng tăng cường hợp tác với các địa phương, vùng trong nước và thế giới cũng như phối hợp tổ chức giới thiệu du lịch Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam tại Đài Loan (Trung Quốc), tại Malaysia...; tổ chức đón các đoàn famtrip, presstrip quốc tế (Hàn Quốc, Nhật Bản, , Pháp, Úc, Đức, Ấn Độ, Thái Lan...) đến ba tỉnh v.v... Như vậy, liên kết này đã diễn ra sôi động, lôi cuốn với sản phẩm phong phú, đa dạng, mức độ liên kết có tính bền vững, sâu rộng, được xem là mô hình “lõi di sản văn hóa” thuộc Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung và là mô hình điển hình về liên kết du lịch của Việt Nam.

** Xét về hướng liên kết ra phía Bắc của tỉnh (vùng Bắc Trung Bộ), liên kết theo hướng này cũng được quan tâm mở rộng.*

Liên kết với hai tỉnh Quảng Bình và Quảng Trị là sự kết nối tự nhiên vốn có, bởi vì ba địa phương này trước đây thuộc tỉnh Bình Trị Thiên (năm 1989 được chia tách theo “Nghị quyết của Quốc Hội nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam về việc phân vạch địa giới hành chính của các tỉnh Nghĩa Bình, Phú Khánh và Bình Trị Thiên”). So với mối quan hệ với Quảng Nam và Đà Nẵng (thuộc phía Nam của tỉnh), liên kết với hai tỉnh này có nhiều hạn chế hơn về mức độ hoạt động và chiều sâu của liên kết. Ba tỉnh ký kết hợp tác liên kết với nhau vào năm 2017, cùng với liên kết khai thác du lịch kết nối “Con đường di sản miền Trung” với tuyến du lịch DMZ, là chương trình du lịch “Đường Hồ Chí Minh huyền thoại” kết hợp tham quan và tìm hiểu di tích chiến tranh, trải nghiệm văn hóa cộng đồng dân tộc thiểu số và sinh thái dọc theo miền Tây ba tỉnh; chương trình tham quan chiến trường xưa Huế - Quảng Trị; chương trình du lịch đường bộ dành cho khách Lào, Thái Lan, lộ trình đi qua các cửa khẩu Hồng Vân (Thừa Thiên Huế), Cha Lo (Quảng Bình), Lao Bảo (Quảng Trị) để đến Thừa

Thiên Huế, Quảng Trị, Quảng Bình v.v... Thừa Thiên Huế và hai tỉnh đã phối hợp xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch qua một số hội nghị, hội chợ du lịch. Tuy nhiên, mối quan hệ này chỉ mới tập trung vào kết nối, hợp tác giữa các đơn vị lữ hành trong quảng bá xúc tiến, các nội dung liên kết về xây dựng sản phẩm du lịch, quy hoạch, đầu tư du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch... còn ít, chưa phát huy được thế mạnh du lịch độc đáo, công tác giám sát, điều hành thực thi các nội dung liên kết chưa thực sự được chú ý, hoạt động vẫn còn theo kiểu “mạnh ai nấy làm”... [142].

Những hạn chế liên kết ba tỉnh đang dần được khắc phục với các liên kết mở rộng, đan xen thông qua những chương trình như “Bốn địa phương một điểm đến” (Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Đà Nẵng, Quảng Bình); chương trình “Miền di sản diệu kỳ” (gồm Miền thiên nhiên diệu kỳ Quảng Bình, Miền diệu kỳ nghỉ dưỡng biển Đà Nẵng, Miền di sản văn hóa Huế, Miền diệu kỳ vui chơi giải trí Quảng Nam, Miền lịch sử cách mạng Quảng Trị) của 05 tỉnh/thành phố miền Trung thuộc khu vực lân cận Thừa Thiên Huế (Đà Nẵng, Quảng Nam, Thừa Thiên Huế, Quảng Bình, Quảng Trị), chương trình này đã được Lonely Planet (nhà xuất bản sách hướng dẫn du lịch lớn trên thế giới) vinh danh là một trong 10 điểm đến hấp dẫn nhất Châu Á (năm 2019). Liên kết 05 tỉnh này đã thực sự có nhiều hoạt động như giới thiệu, quảng bá tiềm năng, hình ảnh, sản phẩm du lịch các tỉnh, thông qua tổ chức các hội nghị truyền thông, triển lãm, trưng bày, giao lưu, đồng thời hợp tác xúc tiến quảng bá tại các tỉnh/thành phố trong nước (như ở thủ đô Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng, thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh Tây Nguyên, các tỉnh Đông Nam Bộ...) một cách liên tục. Cùng với đó là sự chia sẻ, học hỏi được những kinh nghiệm trong QLNN về lữ hành, khách sạn, dịch vụ du lịch v.v... Tuy vậy, hoạt động liên kết 05 tỉnh này vẫn chủ yếu là các sự kiện bề nổi, các văn bản ký kết thỏa thuận còn mang tính chất chung chung, liên kết đầu tư phát triển sản phẩm du lịch, tour, tuyến mới và cách kết nối các sản phẩm du lịch đặc trưng của mỗi tỉnh trong hình thành chuỗi dịch vụ chất lượng cao trên tuyến di sản miền Trung vẫn chưa thể hiện rõ sự tối ưu hóa dịch vụ và chi phí; kết quả của việc khai thác các chương trình du lịch liên kết chưa như kỳ vọng v.v... [77].

Bên cạnh liên kết Thừa Thiên Huế - Quảng Bình - Quảng Trị và liên kết 05 tỉnh nêu trên, Thừa Thiên Huế cũng đang cùng các tỉnh Bắc Trung Bộ từ Thanh Hóa đến Quảng Trị từng bước xây dựng các sản phẩm du lịch liên kết như sản phẩm kết nối các Kinh đô Việt cổ (Thành Nhà Hồ, Lam Kinh (Thanh Hóa); Phượng Hoàng Trung Đô (Nghệ An); Cố đô Huế; Thánh địa Mỹ Sơn (Quảng Nam)), tuy mức độ ban đầu trong

kiến tạo và phát triển, chưa phát huy hết tiềm năng của khu vực và còn thiếu sự chặt chẽ nhưng liên kết khu vực này sẽ tạo nên những tour du lịch phong phú, hấp dẫn, mang lại thêm các lợi ích to lớn cho Thừa Thiên Huế và các địa phương tham gia. Sự liên kết của Thừa Thiên Huế trên thực tế không chỉ dừng lại trong vùng miền Trung, mà mở rộng các tỉnh/ thành khắp cả nước như Lâm Đồng, Hải Phòng, Quảng Ninh, Ninh Bình, các tỉnh Tây Nguyên, Tây Nam Bộ... trong những chương trình liên kết song phương của tỉnh, cũng như trong liên kết chung của các cụm, nhóm liên kết của khu vực miền Trung. Cùng với đó, hoạt động liên kết của tỉnh Thừa Thiên Huế còn rộng mở ra nước ngoài và các tổ chức quốc tế như liên kết hợp tác với các địa phương của Hàn Quốc, Nhật Bản, các nước thuộc khối EU và các tổ chức quốc tế như UNESCO, ILO, fay fay, Hanatour... Đến nay, Thừa Thiên Huế đã thành lập được “Hội đồng tư vấn du lịch” tỉnh với việc tập hợp được các lãnh đạo, chuyên gia và các doanh nghiệp lớn về du lịch trong nước và nước ngoài. Như vậy, không chỉ liên kết với các tỉnh khu vực miền Trung, tỉnh Thừa Thiên Huế đã có những sự liên kết với các trung tâm du lịch lớn của đất nước, các tỉnh/ thành phố trong nước và các quốc gia, các tổ chức quốc tế.

Nhìn chung, hoạt động liên kết của Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung nói riêng và các tỉnh/ thành phố trong nước đã dần có những bước phá lớn, các mối quan hệ ngày càng được củng cố và tăng cường, một số đi vào chiều sâu chất lượng, tác động tích cực đến sự phát triển của ngành du lịch Thừa Thiên Huế và các địa phương của cụm/ vùng liên kết. Các nội dung chủ yếu của liên kết được thực hiện là liên kết trong công tác QLNN về du lịch; phát triển sản phẩm du lịch; liên kết quảng bá, xúc tiến du lịch... Tuy nhiên, phạm vi liên kết còn hẹp, mức độ liên kết thật sự chưa sâu, tính tự phát còn cao, thành tựu mang lại chưa thật sự rõ nét.

3.1.4. Một số thuận lợi và khó khăn đối với phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

3.1.4.1. Những thuận lợi

Thứ nhất, vị trí địa lý thuận lợi, khả năng tiếp cận du khách và liên kết với các tỉnh khác ở miền Trung tương đối dễ dàng. Thừa Thiên Huế nằm ở trung độ của Việt Nam, trên tuyến du lịch xuyên Việt, là cửa ngõ hướng ra biển Đông trên tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây, là một trong 05 tỉnh/thành phố thuộc Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung. Hệ thống giao thông đối ngoại của Thừa Thiên Huế tương đối phát triển cả về đường bộ, đường thủy, đường sắt, đường hàng không giúp kết nối thuận lợi với

các địa phương trong vùng và cả nước. Hệ thống giao thông nội tỉnh, hệ thống điện, cấp thoát nước, thông tin liên lạc, dịch vụ y tế... phát triển đến tất cả các huyện, xã tạo tiền đề để Thừa Thiên Huế phát triển các sản phẩm du lịch ở những khu vực có tiềm năng du lịch lớn.

Thứ hai, đặc điểm địa hình độc đáo. Trong một không gian hẹp nhưng lại bao gồm đầy đủ các loại địa hình như đồng bằng, vùng biển, đầm phá ven biển, gò đồi, rừng núi. Xuất phát từ đặc điểm về điều kiện tự nhiên đó, Thừa Thiên Huế có khả năng kiến tạo nhiều loại hình du lịch mà không phải địa phương nào cũng có được. Bên cạnh du lịch văn hóa, Thừa Thiên Huế có cơ hội phát triển du lịch sinh thái, du lịch biển, du lịch cộng đồng, du lịch thể thao, mạo hiểm, du lịch nghỉ dưỡng... đáp ứng được nhu cầu của nhiều phân đoạn thị trường khách quốc tế và nội địa.

Thứ ba, sự giàu có về tài nguyên du lịch là nguồn lực to lớn cho sự phát triển và là động lực vô cùng quan trọng thúc đẩy sự hợp tác, liên kết của các địa phương miền Trung đối với Thừa Thiên Huế. Bên cạnh tài nguyên tự nhiên, tài nguyên du lịch nhân văn với sự hội tụ những giá trị tinh túy đến từ ẩm thực, lễ hội dân gian, cung đình, âm nhạc truyền thống, hệ thống làng nghề... hầu hết các tài nguyên du lịch có giá trị hấp dẫn lớn, có tính bền vững, được phân bố khá tập trung, có tính liên kết cao tạo lợi thế phát triển đa dạng nhiều loại hình du lịch độc đáo và kết nối liên hoàn nhiều tuyến du lịch. Đặc biệt là hệ thống di sản thế giới, hàng trăm ngôi chùa, niệm Phật đường, hệ thống nhà vườn độc đáo, văn hóa ẩm thực đặc sắc... kiến tạo nên một điểm đến “thành phố di sản” đầy hấp dẫn với du khách, một điểm đến mà các địa phương khác rất mong muốn hợp tác nhằm đa dạng hóa hệ thống sản phẩm du lịch.

Thứ tư, Thừa Thiên Huế có nguồn lao động trẻ, dồi dào, là một trong những trung tâm giáo dục - đào tạo lớn của miền Trung và Việt Nam, có hệ thống các trường đại học, cao đẳng, trung cấp và nhiều trung tâm đào tạo với nhiều ngành nghề khác nhau. Tại đây, hiện có đầy đủ các loại hình, đơn vị đào tạo những ngành nghề liên quan đến lĩnh vực du lịch từ thấp đến cao. Vì vậy, Thừa Thiên Huế có nhiều thuận lợi trong việc tuyển chọn nguồn nhân lực cho ngành du lịch của địa phương và các tỉnh miền Trung, cũng như trong thực hiện nội dung liên kết nhân lực du lịch.

Thứ năm, sự phát triển kinh tế ở tỉnh có tốc độ khá cao, cơ cấu chuyển dịch theo hướng hiện đại là nhân tố nội tại quan trọng bảo đảm địa phương có nguồn lực vật chất để phát triển du lịch liên kết với các địa phương khác trong vùng.

Thứ sáu, miền Trung có nhiều tiềm năng du lịch phong phú và đặc sắc, chính những điều này tạo điều kiện thuận lợi để Thừa Thiên Huế phát triển các chương trình du lịch liên tuyến với các tỉnh và thu hút khách du lịch. Đồng thời, hệ thống giao thông ở miền Trung đã được cải thiện đáng kể với các sân bay quốc tế, hệ thống đường bộ (quốc lộ 1A, đường cao tốc), cảng biển giúp kết nối du lịch các tỉnh dễ dàng và thuận tiện hơn. Bên cạnh đó, chính phủ và chính quyền các địa phương trong vùng đã và đang đưa ra nhiều chính sách hỗ trợ phát triển du lịch, khuyến khích hợp tác, liên kết giữa các địa phương. Liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung ngày càng mở rộng, dần đi vào chiều sâu, sự phối hợp ngày càng chặt chẽ hơn.

3.1.4.2. Những khó khăn

- Tính không ổn định của thời tiết, khí hậu ở Thừa Thiên Huế và miền Trung. Hai mùa mưa và nắng rõ rệt lại thêm thiên tai, hạn hán, lũ lụt, mưa dài ngày... nên tính thời vụ trong du lịch ở Thừa Thiên Huế rõ nét, có sự lệch pha so với cả nước, gây khó khăn trong khai thác, triển khai các dịch vụ du lịch. Miền Trung cũng thường xuyên chịu thiệt hại nặng nề của thiên tai, ảnh hưởng đến cơ sở hạ tầng, hoạt động du lịch và gây trở ngại, gián đoạn liên kết với các địa phương trong thực hiện các tour, tuyến vào những thời điểm thời tiết bất lợi.

- Thừa Thiên Huế và các tỉnh trong vùng đều sở hữu những điểm đến du lịch nổi tiếng, dẫn đến sự cạnh tranh mạnh mẽ trong việc thu hút du khách. Điều này có thể làm giảm hiệu quả của các nỗ lực phát triển du lịch liên kết của tỉnh và các tỉnh trong vùng.

- Thừa Thiên Huế và các tỉnh có thể có các kế hoạch phát triển du lịch riêng biệt, dẫn đến thiếu sự đồng bộ và phối hợp. Sự thiếu nhất quán này có thể gây ra tình trạng phát triển không cân đối và giảm hiệu quả trong việc liên kết và phát triển du lịch liên kết.

- Sự khác biệt về các chính sách quản lý và thúc đẩy phát triển du lịch giữa Thừa Thiên Huế và các tỉnh trong vùng có thể tạo ra những khó khăn trong việc thống nhất các chiến lược và kế hoạch phát triển du lịch liên kết.

- Ở miền Trung, hạ tầng ở nhiều điểm đến chưa đáp ứng nhu cầu của du khách, cơ sở lưu trú chất lượng và dịch vụ hỗ trợ đồng bộ chưa phát triển đầy đủ; nguồn nhân lực có chuyên môn và kỹ năng cao còn thiếu; các chiến dịch quảng bá du lịch chung của toàn vùng hiệu quả chưa cao... Những yếu tố đó gây cản trở đến việc liên kết và phát triển du lịch liên kết.

3.2. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM

3.2.1. Xây dựng quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

3.2.1.1. Xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Những năm qua, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã nỗ lực xây dựng quy hoạch, kế hoạch và ban hành nhiều chính sách thúc đẩy phát triển du lịch. Từ năm 1995, tỉnh đã có “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thời kỳ 1995-2010”. Đến năm 2009, ban hành “Quyết định về việc Phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch Tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế đến 2015 và định hướng đến năm 2020”. Năm 2013, phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013-2030”. Gần đây, năm 2021, thông qua đề án “Phát triển ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thành ngành kinh tế mũi nhọn” được phê duyệt. Năm 2023, ban hành “Quyết định phê duyệt quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050” tích hợp nội dung quy hoạch du lịch tỉnh.

“*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013-2030*” (ngày 26/08/2013) được xây dựng cơ bản phù hợp với “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (ngày 22/01/2013); “Quy hoạch xây dựng vùng kinh tế trọng điểm miền Trung” (ngày 12/08/2008); “Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020” (ngày 17/06/2009). Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (ngày 11/11/2013), “Quy hoạch tổng thể phát triển văn hóa, gia đình, thể dục thể thao và du lịch vùng kinh tế trọng điểm miền Trung đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (ngày 13/11/2014) ban hành sau “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013-2030”.

“*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” đã nhấn mạnh “Liên kết, hợp tác nội vùng, liên vùng và quốc tế là nội dung quan trọng, xuyên suốt đối với phát triển du lịch Bắc Trung Bộ”; các sản phẩm chính cần được ưu tiên là sản phẩm du lịch di sản văn hóa, lịch sử - cách mạng, nghỉ dưỡng biển [151]. “*Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*” định hướng “tập trung khai thác các di sản văn hóa, địa danh lịch sử, du lịch sinh thái biển, đặc biệt là

những cảnh quan thiên nhiên ở dải ven biển gắn với các di sản thế giới (...)” [152]; “*Quy hoạch tổng thể phát triển văn hóa, gia đình, thể dục thể thao và du lịch vùng kinh tế trọng điểm miền Trung đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”... Các quy hoạch cấp vùng đều chỉ rõ vai trò, vị trí của du lịch Thừa Thiên Huế trong vùng.

“*Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020*” (17/06/2009) nêu quan điểm: “tăng cường liên kết với các tỉnh trong vùng, cả nước và hội nhập quốc tế (...); sớm đưa Thừa Thiên Huế trở thành một trong những trung tâm phát triển của Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung (...) trung tâm thương mại và dịch vụ của vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung và khu vực miền Trung và Tây Nguyên”. “Nhanh chóng biến lợi thế thành nguồn lực bên trong vững mạnh, tăng cường liên kết với các tỉnh xung quanh để tạo thành một hệ thống hợp tác phát triển bền vững trong Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, giữa các đô thị của Vùng, các khu kinh tế, khu công nghiệp thông qua hành lang kinh tế Đông - Tây, quốc lộ 1A, đường bộ cao tốc”. Trong Quy hoạch này, tỉnh đặt mục tiêu phát triển ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn [149].

Thông qua các Quy hoạch nêu trên, Thừa Thiên Huế được xem là một mắt xích quan trọng trong phát triển KT-XH và du lịch của miền Trung. Liên kết với các tỉnh trong vùng đã được quán triệt từ cấp TW, cấp vùng đến địa phương. *Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh giai đoạn 2013-2030 nêu quan điểm*: “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.”. Với giải pháp thị trường: “Tăng cường liên kết các địa phương trong vùng và các địa phương trên tuyến Hành lang kinh tế Đông - Tây.” Mục tiêu chính là phát triển du lịch của tỉnh thành ngành kinh tế mũi nhọn, đồng thời thành trung tâm du lịch trong khu vực và ngang hàng với các thành phố di sản văn hóa thế giới vào năm 2030. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch bao gồm phát triển các sản phẩm truyền thống và đột phá, khác biệt. Trong đó, định hướng các loại hình du lịch truyền thống gồm: du lịch văn hóa (là loại hình du lịch chủ đạo, đặc trưng của tỉnh); du lịch nghỉ dưỡng kết với chữa bệnh, du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch vui chơi giải trí, du lịch hội nghị hội thảo. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch mang tính đột phá như du lịch trong mưa Huế, phát triển không gian nước...

Quy hoạch cũng đề xuất các nhóm giải pháp thực hiện về cơ chế chính sách, nguồn nhân lực, huy động vốn đầu tư.... [175].

Ngoài “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013-2030”, còn có “Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Cảnh Dương - Lăng Cô, tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2025, tầm nhìn 2030”. Các quy hoạch chi tiết và phân khu chức năng như “xây dựng Khu đô thị du lịch sinh thái biển Cảnh Dương, huyện Phú Lộc”; “xây dựng Khu vực phía Nam trục trung tâm Khu du lịch Lăng Cô, huyện Phú Lộc”; “xây dựng Khu du lịch sinh thái bãi Chuối, huyện Phú Lộc”... cùng với các đề án phát triển điểm du lịch suối thác, bãi biển... được tích cực thực hiện. Ngoài ra, các điểm du lịch quốc gia khác Bạch Mã, Cồn Hến, hai bên bờ sông Hương... được quan tâm và xây dựng quy hoạch.

Vấn đề phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh trong miền Trung có những chuyển biến mới trong những năm gần đây, khi Bộ Chính trị ban hành *Nghị quyết số 26-NQ/TW* (ngày 03/11/2022) “Về phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải Trung Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” và *Nghị quyết số 54-NQ/TW* (ngày 10/12/2019) “Về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”; *Quyết định số 4324/QĐ-UBND* (ngày 30/12/2021) “Về việc phê duyệt đề án Phát triển du lịch vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” v.v... Đặc biệt “*Quyết định phê duyệt quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*” (ngày 30/12/2023) (tích hợp nội dung Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh) đã nhấn mạnh rõ ràng quan điểm về liên kết kinh tế của Thừa Thiên Huế trong vùng Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung và vị thế của tỉnh trong vùng “Phát huy vai trò, vị thế là đô thị trung tâm; trung tâm văn hóa, du lịch; y tế; khoa học và công nghệ; giáo dục và đào tạo của vùng Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung, cấp quốc gia, khu vực Đông Nam Á, quốc tế” [154].

Trên cơ sở các Nghị quyết của Đảng bộ tỉnh Thừa Thiên Huế và Quy hoạch phát triển du lịch, tỉnh đã triển nhiều đề án, kế hoạch và chương trình hành động liên quan như: Kế hoạch số 51/KH-UBND (13/03/2018) “Về việc triển khai thực hiện Nghị Quyết 08-NQ/TW (16/01/2017) của Bộ chính trị gắn với Nghị quyết 03-NQ/TU (08/11/2016) của Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn”; Kế hoạch số 60/KH-UBND, (28/02/2020) “Về triển khai Chương trình hành động của Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 54-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”; Quyết

định số 1691/QĐ-UBND (12/07/2021) về “Phê duyệt Đề án Phát triển ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thành ngành kinh tế mũi nhọn”; Chương trình hành động số 306/CTr-UBND (07/10/2021) của UBND tỉnh “Về xây dựng Thừa Thiên Huế xứng tầm là một trong những trung tâm lớn, đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch giai đoạn 2021-2025 và tầm nhìn đến năm 2030” v.v... cùng với đó là Kế hoạch triển khai các Chương trình phát triển du lịch tỉnh hàng năm. Nhìn chung, quy hoạch, kế hoạch, chương trình phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế đã dần có sự quan tâm đến vấn đề phát triển du lịch liên kết của tỉnh với các tỉnh trong vùng, điều này thể hiện sự tiến bộ trong tư duy nhận thức của chính quyền tỉnh so với việc phát triển du lịch đơn thuần như trước đây.

3.2.1.2. Xây dựng cơ chế chính sách phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã thực hiện nhiều hoạt động phối hợp với chính quyền các tỉnh/thành phố vùng miền Trung trong triển khai thực hiện những chủ trương, đường lối, chính sách lớn của Đảng và Nhà nước liên quan đến lĩnh vực du lịch, đặc biệt thường xuyên có sự trao đổi thông tin với các tỉnh liên kết về công tác quản lý hoạt động du lịch, tình hình hoạt động du lịch, các chương trình kế hoạch, chính sách, chương trình ưu đãi và kích cầu du lịch; chia sẻ kinh nghiệm trong công tác triển khai các nội dung về CNTT, chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch, trong xây dựng môi trường du lịch chung, xây dựng các chiến lược, chính sách chung về phát triển du lịch; cùng phối hợp xây dựng cơ chế quản lý du lịch thống nhất (nhưng phù hợp lẫn nhau với các địa phương liên kết), tạo điều kiện, khuyến khích các thành phần kinh tế cùng tham gia đầu tư, khai thác, liên kết phát triển du lịch; cùng bảo vệ quyền lợi của khách du lịch và những ích lợi của doanh nghiệp khi đưa khách đến các nhóm liên kết.

Để phát triển du lịch, những chính sách kinh tế chủ yếu thường được chính quyền địa phương cấp tỉnh sử dụng là: chính sách ưu đãi, khuyến khích, hỗ trợ đầu tư; chính sách đất đai; chính sách đào tạo nhân lực du lịch; chính sách xúc tiến, quảng bá du lịch... Thông thường ở từng giai đoạn, từng thời kỳ nhất định, chính quyền sẽ lựa chọn, triển khai những chính sách phù hợp với tình hình thực tế của địa phương mình. Đối với Thừa Thiên Huế, để phát triển du lịch hiệu quả, bền vững, tỉnh thực hiện các chính sách như: miễn giảm thuế suất, thuế thu nhập doanh nghiệp; giảm giá thuê đất, thuê mặt nước; tạo thuận lợi cho các dự án đi vào hoạt động; quan tâm giải quyết, tháo gỡ, khó khăn cho doanh nghiệp du lịch đang hoạt động trên địa bàn tỉnh theo thẩm

quyền; công khai danh mục các dự án kêu gọi đầu tư nhằm tạo thuận lợi cho nhà đầu tư tìm kiếm cơ hội đầu tư...

Thừa Thiên Huế là một trong những địa phương tiên phong trong cả nước về việc ban hành chính sách hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tiếp cận với những chính sách của Nhà nước. Đồng thời, cũng hỗ trợ tháo gỡ các vướng mắc, khó khăn cho doanh nghiệp và tích cực thực hiện cải cách thủ tục hành chính. Chẳng hạn như: khi thành lập, doanh nghiệp sẽ được hỗ trợ hoàn thiện miễn phí hồ sơ, hỗ trợ chữ ký số, hóa đơn điện tử, hỗ trợ chi phí thuê kế toán trong những năm đầu hoạt động; khi đi vào hoạt động, doanh nghiệp sẽ được hỗ trợ văn phòng làm việc, chi phí thuê mặt bằng sản xuất kinh doanh tại các Khu, cụm công nghiệp, chi phí hỗ trợ lãi vay, hỗ trợ đổi mới, chuyển giao và cải tiến công nghệ, hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng, hỗ trợ đầu tư, kết nối ngân hàng và doanh nghiệp... [53]. Những năm gần đây, chính quyền tỉnh đã tạo được nhiều ấn tượng tốt với các nhà đầu tư, khi các chỉ số như chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI, chỉ số Hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh của Việt Nam PAPI, Chỉ số cải cách hành chính PAR INDEX v.v... thường xuyên được cải thiện. Cụ thể: năm 2021, Thừa Thiên Huế là một trong 10 tỉnh/ thành phố có Chỉ số PCI hàng đầu của Việt Nam (năm 2015 Thừa Thiên Huế xếp thứ 29/63 tỉnh/thành phố), là tỉnh đứng thứ nhất cả nước về Chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh PAPI (năm 2018, Thừa Thiên Huế có vị trí số 43), là tỉnh đứng vị trí thứ hai về chỉ số chuyển đổi số (DTI) của Việt Nam và là tỉnh đứng thứ tư về Chỉ số cải cách hành chính (PAR INDEX) [51], [53], [96].

Để thúc đẩy phát triển du lịch cộng đồng, nhiều chính sách hỗ trợ phát triển cộng đồng tỉnh Thừa Thiên Huế đã được đưa ra như: Nghị quyết 05/2019/NQ-HĐND về “Quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng tỉnh đến năm 2025”; Quyết định 52/2019/QĐ-UBND về “Ban hành quy định về điều kiện hỗ trợ, trách nhiệm chính sách hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng tỉnh đến năm 2025”; Quyết định 995/QĐ-UBND “Về việc Phê duyệt danh mục các điểm du lịch được hỗ trợ về chính sách phát triển du lịch cộng đồng tỉnh năm 2021” v.v...

Giai đoạn dịch bệnh Covid-19, Tỉnh đã áp dụng nhiều chính sách đảm bảo an toàn, duy trì, phát triển ngành du lịch như các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp (giảm tiền thuê đất, mặt nước, giảm giá nước, gia hạn nộp bảo hiểm cho các doanh nghiệp, gia hạn nộp thuế giá trị gia tăng, giảm thuế suất VAT, cho vay với mức lãi suất ưu đãi...); các chính sách kích cầu du lịch như giảm phí tham quan di tích lịch sử, văn hóa, hệ thống bảo tàng công lập, miễn phí các điểm di tích trong một số sự kiện đặc biệt...

Đặc biệt, triển khai chính sách hỗ trợ lao động du lịch thất nghiệp, nghỉ việc tạm thời do tác động của dịch bệnh Covid. Trong đó đến tháng 04/2022, tỉnh đã triển khai chi trả hỗ trợ từ chính sách đối với những hướng dẫn viên du lịch gặp khó khăn do đại dịch Covid-19 là 1.197 đối tượng với số tiền là hơn 4,362 tỷ đồng [131].

Bên cạnh những chính sách trên, còn có hàng loạt các chính sách từ trung ương cũng như chính sách đặc thù của địa phương đã mang lại cho du lịch Thừa Thiên Huế nhiều chuyển biến tích cực như chính sách bồi thường, hỗ trợ, tái định cư khi thực hiện di dời dân cư, giải phóng mặt bằng tại khu vực I, Kinh thành Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế; chính sách hỗ trợ đầu tư bảo quản, tu bổ, phục hồi các di tích đã được xếp hạng (nằm ngoài Quần thể di tích Cố đô Huế) trên địa bàn tỉnh đến năm 2030; nhiều chính sách hỗ trợ người dân trong quá trình chỉnh trang hệ thống nhà vườn trên địa bàn thành phố Huế, sửa chữa, trùng tu, phát triển dịch vụ du lịch v.v... Đặc biệt, Quốc Hội đã ban hành Nghị quyết số 38/2021/QH15 (13/11/2021) “Về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế” giúp tỉnh huy động tối đa những nguồn lực, phát huy tốt nội lực, nhanh chóng hoàn thiện hạ tầng, mà nhất là hệ thống giao thông.

3.2.1.3. Tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế cũng tương tự như các tỉnh khác ở Việt Nam. Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân là cơ quan cao nhất của chính quyền địa phương cấp tỉnh thực hiện thống nhất QLNN về du lịch của tỉnh, tiếp đó là Sở Du lịch và các sở ban ngành liên quan trực thuộc. Theo hệ thống ngành dọc, các cơ quan QLNN về du lịch của tỉnh còn chịu sự quản lý và chi phối của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Tổng cục Du lịch.

Từ tháng 04/2008, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế. Tuy nhiên, theo Quyết định số 35/2016/QĐ-UBND, chức năng quản lý du lịch tách ra và Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế được thành lập vào ngày 06/06/2016. Sở Du lịch có chức năng “tham mưu, giúp UBND tỉnh thực hiện chức năng QLNN về du lịch ở địa phương theo quy định của pháp luật; thực hiện một số nhiệm vụ, quyền hạn theo phân công hoặc ủy quyền của Ủy ban nhân dân tỉnh, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh”. Nghị định 107/2020/NĐ-CP (14/9/2020) của Chính phủ về việc “Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 24/2014/NĐ-CP, ngày 04/4/2014 của Chính phủ quy định tổ chức các cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương”, Sở Du lịch tỉnh tiến hành sắp xếp lại bộ máy hành

chính theo tinh thần chỉ đạo tại Quyết định số 50/2021/QĐ-UBND (27/8/2021) của UBND tỉnh về việc “Quy định số lượng cấp phó của người đứng đầu và tổ chức lại các phòng chuyên môn của Sở Du lịch”. Hiện nay, cơ cấu tổ chức bộ máy của Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế bao gồm: 1 Giám đốc Sở, 01 Phó giám đốc và 5 phòng ban chức năng (gồm: phòng Quy hoạch và phát triển du lịch (5 người), phòng Nghiệp vụ du lịch (5 người), Văn phòng Sở (7 người), Thanh tra Sở (3 người) và Trung tâm xúc tiến du lịch). Ở các huyện, công tác QLNN về du lịch được giao cho phòng Văn hóa và thông tin. Thực tế hiện nay, chính quyền tỉnh xem hoạt động liên kết du lịch với các tỉnh miền Trung Việt Nam là một trong nhiều nhiệm vụ của ngành du lịch. Tuy nhiên, do nhân sự của ngành du lịch còn hạn chế so với khối lượng công việc khá lớn nên chưa thể ưu tiên phân công nhân sự chuyên hoàn toàn cho hoạt động liên kết này.

Tổ chức bộ máy QLNN về du lịch ở Thừa Thiên Huế không chỉ là sự quản lý của UBND tỉnh giao cho Sở Du lịch mà còn có sự phối hợp với các sở, ban ngành liên quan có những chức năng, nhiệm vụ cụ thể nhằm cùng nhau thúc đẩy phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh trong vùng như: Sở Kế hoạch và Đầu tư; Sở Tài chính; Sở Công thương; Sở Giao thông vận tải; Công an tỉnh; Sở Tài nguyên và môi trường; Sở Lao động, Thương binh và Xã hội; Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Xây dựng, Sở Y tế v.v...

Điều đặc biệt, tại Quyết định 2121/QĐ-UBND (22/10/2014) của Chủ tịch UBND tỉnh về việc “kiện toàn Ban chỉ đạo Phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế” thay thế cho Quyết định số 2151/QĐ-UBND (16/11/2012) của UBND tỉnh, đánh dấu một bước ngoặt lớn về công tác tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế. Nhiệm vụ và quyền hạn của Ban này là: giúp Chủ tịch UBND tỉnh chỉ đạo triển khai chương trình phát triển du lịch theo Nghị quyết Tỉnh ủy và HĐND tỉnh; hướng dẫn, kiểm tra, đôn đốc các cơ quan, đơn vị xây dựng và thực hiện các chương trình, kế hoạch phát triển du lịch phù hợp với tình hình thực tế; giải quyết hoặc kiến nghị xử lý các vướng mắc khi thực hiện kế hoạch, chương trình du lịch và chính sách, pháp luật về du lịch trên địa bàn; chỉ đạo các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố Huế và các cơ quan thông tin đại chúng thực hiện công tác tuyên truyền về phát triển du lịch, phổ biến đường lối và pháp luật về du lịch. Bên cạnh đó, Ban này còn tổng hợp và báo cáo định kỳ tình hình triển khai các kế hoạch, chương trình phát triển du lịch và thực hiện các nhiệm vụ khác do Chủ tịch UBND tỉnh giao [181].

3.2.2. Phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

3.2.2.1. Phát triển sản phẩm du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Nhìn chung, sản phẩm du lịch ở Thừa Thiên Huế hiện khá đa dạng, chất lượng đang dần nâng lên qua thời gian. Bên cạnh việc củng cố, làm mới những sản phẩm du lịch văn hóa, các sản phẩm du lịch khác được tình quan tâm, chú trọng và đã phát triển mạnh dần trong những năm lại đây như du lịch ẩm thực, du lịch ban đêm, du lịch tâm linh, du lịch sinh thái, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch cộng đồng... Các sản phẩm du lịch được xây dựng ngày càng chú trọng kết nối hơn với các sản phẩm du lịch của các tỉnh miền Trung.

Sở du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thường xuyên phối hợp với các cơ quan QLNN về du lịch các tỉnh miền Trung trong xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch. Tạo điều kiện cho các Hiệp hội du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch duy trì và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch đặc trưng gắn với cụm, vùng liên kết như chuỗi "Con đường Di sản miền Trung"; sản phẩm du lịch kết nối các kinh đô cổ Việt Nam (Cổ đô Hoa Lư; Thành Nhà Hồ, Lam Kinh; Phượng Hoàng Trung Đô; Cổ đô Huế; Thánh địa Mỹ Sơn); chuỗi sản phẩm các làng nghề thủ công truyền thống tranh làng Sình, hoa giấy Thanh Tiên (Thừa Thiên Huế), đá mỹ nghệ Non Nước (Đà Nẵng), dệt thổ cẩm của người Cơ tu (Quảng Nam); "Đường Hồ Chí Minh huyền thoại"; "Con đường sinh thái, văn hóa tâm linh Bắc miền Trung gắn với du lịch có trách nhiệm và bền vững", các chương trình tham quan chiến trường xưa Huế - Quảng Trị; chương trình du lịch giáo dục lịch sử từ Huế đi Quảng Trị và Quảng Bình cho sinh viên và học sinh; sản phẩm du lịch đường bộ cho khách du lịch Thái Lan và Lào qua cửa khẩu Hồng Vân, Cha Lo, Lao Bảo, La Lay; khai thác có hiệu quả sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe cho khách Quảng Bình, Quảng Trị và các tỉnh của Lào, Thái Lan đến Thừa Thiên Huế...

Trên cơ sở thế mạnh và những đặc trưng về tài nguyên du lịch, Thừa Thiên Huế phối hợp với các tỉnh trong Vùng cùng nhau tổ chức các chương trình khảo sát, xây dựng sản phẩm mới và quảng bá du lịch (famtrip/presstrip) dành cho các đơn vị lữ hành và báo chí. Chẳng hạn như, năm 2018, Sở Du lịch Thừa Thiên Huế phối hợp tổ chức Hội nghị "Phát triển sản phẩm du lịch Thừa Thiên Huế" với sự tham gia của Sở Du lịch Quảng Bình và Quảng Trị; tổ chức đón đoàn khảo sát của hơn 30 doanh nghiệp lữ hành đến từ Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh để cùng chia sẻ kinh nghiệm và ý

tương, định hướng cho phát triển sản phẩm du lịch của Thừa Thiên Huế trong sự kết nối với 02 tỉnh liên kết; phối hợp tổ chức chương trình Caravan từ Huế đi Lao Bảo... [118]. Tỉnh cũng đã phối hợp với những địa phương trong vùng trong xây dựng và tổ chức các lễ hội và sự kiện nhằm tránh trùng lặp về thời gian diễn ra các sự kiện như: Lễ hội Festival Huế, Lễ hội pháo hoa Đà Nẵng, Triển lãm mỗi làng một sản phẩm - OVOP Việt Nam, Festival Di sản Quảng Nam, Ngày hội du lịch trọng điểm miền Trung v.v... Tỉnh cũng hợp tác với các cơ quan ban ngành các tỉnh tổ chức thành công Festival Huế, tạo điều kiện để các doanh nghiệp du lịch từ các tỉnh liên kết như Quảng Nam, Đà Nẵng, Quảng Trị, Quảng Bình và các trung tâm du lịch lớn khác đến Huế để tham gia các hoạt động Festival, khám phá di sản văn hóa và tài nguyên du lịch của Thừa Thiên Huế và vùng... Qua những hoạt động này, Thừa Thiên Huế và các địa phương lan tỏa rộng rãi hơn các yếu tố văn hóa, du lịch, ẩm thực đặc trưng của mình, làm phong phú các lựa chọn của du khách, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư và xây dựng nhiều sản phẩm du lịch độc đáo. Trong đó, các sản phẩm du lịch của Thừa Thiên Huế đã được quan tâm đầu tư phát triển nhằm đa dạng hóa cũng như góp phần nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch liên kết với các tỉnh miền Trung như:

Sản phẩm du lịch văn hóa di sản. Quần thể di tích cố đô Huế ngày càng cải thiện hình ảnh, chất lượng và hấp dẫn hơn nhờ nỗ lực bảo tồn, trùng tu và phát triển các dịch vụ như: dịch vụ xe điện tham quan Hoàng Thành Huế, chụp ảnh trang phục cung đình, bán hàng lưu niệm và giải khát... Các hoạt động trải nghiệm làng nghề truyền thống tại Phủ Nội Vụ, Không gian văn hóa Lục Bộ. Giới thiệu các sản phẩm thủ công mỹ nghệ và dịch vụ chất lượng cao tại Đông Khuuyết Đài. Dịch vụ thuyết minh tự động, chiếu phim giải trí thực tế ảo tại Trung tâm thông tin và diễn giải lịch sử Hoàng thành Huế và các hoạt động mới như Lễ đổi gác ở Ngọ Môn, triển lãm chuyên đề về triều Nguyễn, một số hoạt động tái hiện không gian và lễ hội cung đình... được tổ chức. Từ đó làm tăng thêm giá trị cho các sản phẩm du lịch văn hóa truyền thống Huế, phát triển các dịch vụ tại di tích, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.

Về sản phẩm du lịch ban đêm, nếu như trước đây, hoạt động này phát triển yếu, nhưng gần đây kinh tế ban đêm ở Thừa Thiên Huế, mà chủ yếu là ở thành phố Huế đã sôi động hơn. Việc đầu tư xây dựng mới và nâng cấp các tuyến phố đi bộ, chợ đêm gắn với hoạt động vui chơi giải trí đã làm thay đổi phần nào diện mạo về đêm của Huế, có thể thấy ở phố đi bộ Võ Thị Sáu, Chu Văn An, Phạm Ngũ Lão, tuyến đi bộ Nguyễn

Đình Chiêu, khu vực văn hóa nghệ thuật trên đường Lê Lợi; chợ đêm cầu Ngói Thanh Toàn, các sản phẩm Phố đêm ở khu vực Hoàng thành Huế v.v...

Các sản phẩm du lịch khác như sản phẩm du lịch gắn với làng nghề truyền thống, một số chương trình du lịch như du lịch kết hợp chữa bệnh tại các khu nước khoáng nóng, du lịch về nguồn, thăm lại chiến trường xưa, du lịch đồng quê, các hình thức sinh hoạt văn hóa đặc sắc của đồng bào dân tộc miền núi, du lịch homestay tại khu vực thành phố Huế và phụ cận; các chương trình du lịch tâm linh ở Thiên viện Trúc lâm Bạch Mã, Tượng Quán Thế Âm, Trung tâm Văn hóa Huyền Trân... được quan tâm xây dựng và phát triển, đáp ứng phần nào xu hướng trải nghiệm của khách du lịch. Một số điểm đến như điểm du lịch sinh thái Thượng nguồn Ô Lâu (Hàm Heo), huyện Phong Điền; Suối Mơ, Suối Tiên, Khe Su huyện Phú Lộc; Thác A Nôr, huyện A Lưới... được đầu tư có phần hấp dẫn, thu hút du khách.

Các lễ hội, sự kiện như Festival Huế, Festival Nghề truyền thống Huế, Lễ hội Giao thừa, Hội vật làng Sinh, Lễ hội Điện Huệ Nam, lễ hội Diều, Lân, Hiphop, Áo dài, Ẩm thực Huế... được tổ chức và nâng cao chất lượng, khẳng định thương hiệu các sản phẩm văn hóa du lịch đặc sắc của Thừa Thiên Huế. Năm 2022, Festival Huế được tổ chức theo hình thức 4 mùa với chuỗi lễ hội, sự kiện, hoạt động trải đều các tháng trong năm tạo sức hút lớn đối với du khách, thúc đẩy các đơn vị kinh doanh du lịch phát triển nâng cao chất lượng dịch vụ, quay trở lại hoàn toàn sau đại dịch. Hiện nay, các sự kiện theo khuôn khổ đề án “Huế - Kinh đô áo dài”, “Huế - Kinh đô ẩm thực” đang được địa phương triển khai, tăng cường quảng bá tạo hiệu ứng tích cực góp phần thu hút du khách đến Thừa Thiên Huế.

Nhiều chương trình tour hấp dẫn, mới lạ thu hút du khách trải nghiệm với các sản phẩm du lịch thông minh, thân thiện môi trường như đi xe điện tham quan Huế, làng cổ Phước Tích với bản đồ số hóa 3D, thực tế ảo VR; xe đạp chia sẻ tích hợp ứng dụng điện thoại thông minh; thiết bị thuyết minh tự động (Audio guide) qua ứng dụng Mobile; sản phẩm đón khách tham quan Thừa Thiên Huế bằng hình thức Charter tàu hỏa của Câu lạc bộ Lữ hành Unesco Hà Nội v.v...

Nhiều mô hình du lịch cộng đồng mới được khuyến khích quan tâm đầu tư xây dựng như: trải nghiệm làm vườn tại di tích đền Văn Thánh, một ngày làm nông dân tại vườn Chân Quê, chèo thuyền đánh bắt cá, thả hoa đăng trên sông Như Ý, tham quan vườn hoa Văn Thánh, vườn hoa Lạc Dương... Các hoạt động này thường đi kèm với trải nghiệm ẩm thực, chèo thuyền, làm nón lá, làm bánh tét và các nghề truyền thống khác.

3.2.2.2. Xúc tiến quảng bá du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Công tác xúc tiến quảng bá du lịch trong và ngoài nước thông qua các hội chợ, triển lãm, sự kiện... được tỉnh thực hiện tích cực, có chọn lọc, tập trung, phù hợp với thị trường du lịch Thừa Thiên Huế, vùng và đạt được những kết quả quan trọng.

Thừa Thiên Huế tích cực tham gia các hoạt động truyền thông, sự kiện của các tỉnh miền Trung và tổ chức các chương trình khảo sát cho doanh nghiệp du lịch trong và ngoài nước nhằm xây dựng các tour, tuyến, sản phẩm du lịch liên kết. Tỉnh cũng phối hợp phát động thị trường, xây dựng các gian hàng chung của các cụm, vùng liên kết tại các Hội chợ du lịch quốc tế như Hội chợ VITM Hà Nội, Hội chợ JATA, Hội chợ ITE - HCM, Hội chợ TRAVEX tại Chiang Mai... Đồng thời, tỉnh hướng tới các sự kiện du lịch quan trọng trong khu vực và thế giới, cùng phối hợp với các tỉnh liên kết trong vùng đẩy mạnh tiếp cận các thị trường lớn như Hà Nội, Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Hải Phòng, Tây Nguyên... và tham gia tham gia quảng bá du lịch tại Ấn Độ, Hàn Quốc, Singapore và nhiều địa điểm khác trên thế giới.

Thừa Thiên Huế hợp tác với chính quyền các tỉnh trong vùng trong công tác chỉ đạo, hỗ trợ các Hiệp hội Du lịch từ các tỉnh miền Trung trong việc xây dựng chính sách liên kết, kích cầu du lịch, phát triển sản phẩm du lịch và vận động các doanh nghiệp du lịch cùng tham gia hỗ trợ kết nối quảng bá, truyền thông hình ảnh du lịch Thừa Thiên Huế và các địa phương liên kết. Tỉnh trao đổi, chia sẻ thông tin và sự kiện du lịch với các địa phương liên kết, đăng tải hoạt động, sự kiện của các địa phương liên kết trên các kênh truyền thông, cùng góp ý xây dựng, vận hành các trang fanpage liên kết và chia sẻ kinh nghiệm ứng dụng CNTT để quảng bá du lịch v.v... Thừa Thiên Huế phối hợp xây dựng cẩm nang du lịch chung với Quảng Nam, Đà Nẵng, với các tỉnh Vùng Kinh tế trọng điểm miền trung, cẩm nang du lịch 07 tỉnh/thành phố thuộc liên kết các tỉnh Vùng Kinh tế trọng điểm miền trung với Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh... Tỉnh cũng ký kết thỏa thuận hợp tác với các đơn vị vận chuyển, lữ hành hàng đầu, các đại lý du lịch trực tuyến có uy tín ở Việt Nam (Vietravel, Buffalo Tour - Thiên Minh, các công ty Vietravel, Vietnam Airlines, Thiên Minh) và các trang mạng dịch vụ du lịch quốc tế như Traveloka, Agoda, Tripadvisor...

Từ 2011 đến nay, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã chủ động tổ chức, phối hợp tổ chức cùng các tỉnh trong vùng, cũng như tham gia nhiều sự kiện du lịch trong và ngoài nước. Tỉnh đã giới thiệu du lịch Huế tại các sự kiện lớn như chuyên thăm của Nhật Hoàng đến Huế, Triển lãm Kinh tế và Phụ nữ APEC, Lễ hội Lăng Cô - Vịnh

biển đẹp nhất thế giới... Tỉnh hội hợp với Bộ Ngoại giao và các trung tâm điện ảnh sản xuất phim quảng bá, phối hợp hỗ trợ chương trình “S Việt Nam” và đón các đoàn khảo sát của Tổng cục Du lịch. Thừa Thiên Huế cũng làm việc với các câu lạc bộ Lữ hành, hỗ trợ đoàn tàu du lịch Charter, hỗ trợ đón những đoàn xe caravan xuyên Việt đến Huế...; tham gia các hội chợ và nhiều sự kiện khác như Liên hoan ẩm thực quốc tế tại Nghệ An năm 2019, WITM Cần Thơ 2019, lễ hội Tết Việt - Tet Festival tại TP Hồ Chí Minh, ngày hội kích cầu Du lịch & giới thiệu Văn hóa, Ẩm thực Hà Nội 2021, hội chợ Du lịch trực tuyến tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu, hội chợ du lịch quốc tế trực tuyến Danang Fantasti City 2022, hội nghị liên kết 05 địa phương Thừa Thiên Huế - Quảng Nam - Đà Nẵng - Quảng Trị - Quảng Bình v.v...

Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch Thừa Thiên Huế ra nước ngoài cũng được chính quyền tỉnh thực hiện tích cực để thu hút khách từ các thị trường truyền thống và tiềm năng, đặc biệt ở châu Âu và châu Á, Đông Nam Á. Tỉnh đã tham gia nhiều hội chợ du lịch quốc tế như TTM Plus Thái Lan, JATA Nhật Bản, ITB Singapore, WTM London, Travex 2018 Thái Lan, ITB Berlin... Ngoài ra, tỉnh còn quảng bá qua các hãng thông tấn và kênh truyền hình nước ngoài. Giai đoạn dịch Covid - 19, các hoạt động này bị trì hoãn trong 2020 - 2021 nhưng hiện đã khôi phục và phát triển trở lại.

Thừa Thiên Huế đã chú trọng đón các đoàn Famtrip và Pesstrip trong và ngoài nước để quảng bá các điểm đến, các sản phẩm du lịch. Tỉnh đón tiếp nhiều đoàn từ nhiều quốc gia như: Đức, Malaysia, Australia, Hong Kong, Indonesia, Thái Lan, Mỹ, Canada, Nhật Bản, Hàn Quốc, Nga, Ấn Độ... Cụ thể, tỉnh đã tổ chức và phối hợp đón các đoàn Famtrip từ Ấn Độ, Nga, Mỹ, Thái Lan, Hàn Quốc..., cũng như đoàn diễn viên, ca sĩ, nghệ sĩ từ ban nhạc TWICE và các công ty JYP Entertainment, JTBC Hàn Quốc... Tỉnh cũng phối hợp đón các đoàn Blogger Thái Lan quay clip phim quảng bá hình ảnh du lịch tỉnh, Famtrip Malaysia khảo sát các tuyến điểm du lịch 04 địa phương (Quảng Bình, TT Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam), phối hợp với Tổng cục Du lịch đón đoàn famtrip doanh nghiệp lữ hành và báo chí khảo sát Bắc Trung Bộ tại 3 tỉnh Nghệ An, Quảng Bình và Thừa Thiên Huế, các đoàn Famtrip của Hội lữ hành G7 (thành phố Hồ Chí Minh)... [124], [125].

3.2.3. Huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

3.2.3.1. Về huy động nguồn vốn đầu tư

Trên cơ sở quy hoạch vùng và tỉnh, chính quyền Thừa Thiên Huế đã phối hợp với các bộ, ngành và các tỉnh miền Trung tổ chức các hội nghị xúc tiến và huy động

vốn đầu tư nước ngoài (FDI, ODA), cũng như nguồn vốn trong nước. Các lĩnh vực phối hợp trong đầu tư phát triển chủ yếu là liên kết phát triển hạ tầng phục vụ du lịch.

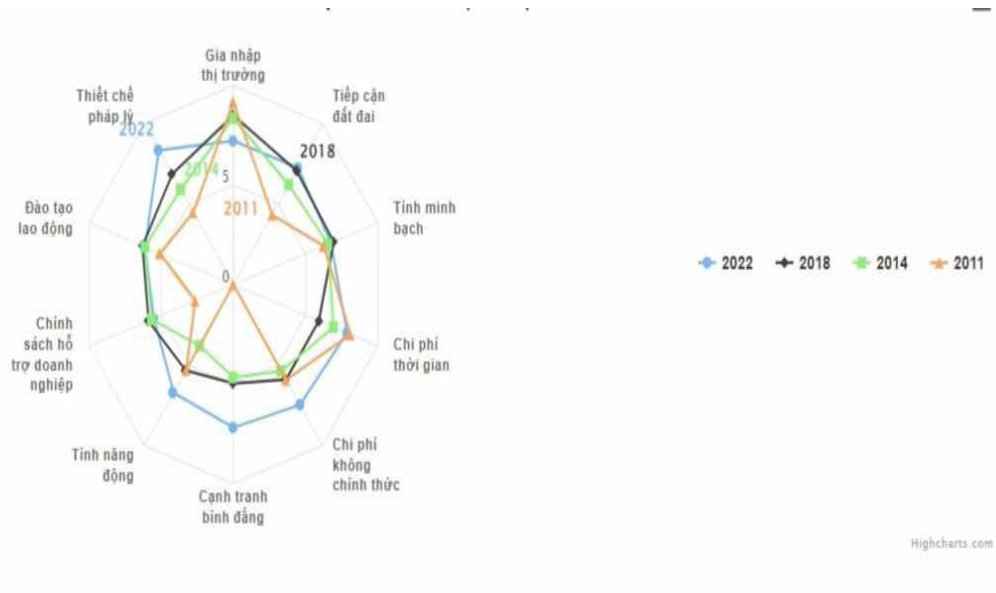
Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã có nhiều sự đổi mới và tạo nhiều điều kiện thuận lợi trong thu hút đầu tư với những cơ chế thông thoáng, theo hướng trọng tâm, trọng điểm, có đối tượng cụ thể, phù hợp với tiềm năng, thế mạnh và quy hoạch của tỉnh. Trên cơ sở tiềm năng, thế mạnh, xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế xác định quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách chính là “chìa khóa” để thu hút đầu tư, ở đó, chính quyền tỉnh xây dựng các danh mục dự án kêu gọi, thu hút đầu tư du lịch. (Xem phụ lục bảng 3.1, bảng 3.2)

Đầu tư phát triển hạ tầng là một trong những ưu tiên của chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế nhằm thu hút nguồn vốn đầu tư vào du lịch. Tỉnh tích cực phối hợp với các Bộ, ngành cấp Trung ương trong việc đôn đốc, đẩy nhanh tiến độ các dự án trọng điểm quốc gia như nâng cấp, mở rộng Cảng hàng không quốc tế Phú Bài, bến cảng Chân Mây, di dời dân cư, giải phóng mặt bằng khu vực I Kinh thành Huế, nâng cấp, phát triển đô thị thành phố Huế... Đặc biệt, hạ tầng giao thông đến các điểm du lịch quan trọng và tiềm năng được quan tâm, với các dự án tiêu biểu như hầm Hải Vân 2, cao tốc La Sơn - Túy Loan, hạ tầng khu kinh tế Chân Mây - Lăng Cô, đường nối từ Quốc lộ 1A đến Thiền viện Trúc Lâm - Bạch Mã, hạ tầng giao thông đến điện Hòn Chén, nâng cấp các bến thuyền sông Hương và đâm phá, đường tiếp cận hệ thống lăng tẩm, các tuyến đường ven biển phục vụ du lịch... Ngoài ra, tỉnh chú trọng trùng tu nâng cấp hệ thống lăng tẩm, di tích văn hóa lịch sử, đặc biệt quan tâm dự án “Phát triển cơ sở hạ tầng du lịch hỗ trợ cho tăng trưởng toàn diện tiểu vùng sông Mê Công mở rộng - giai đoạn 2”.

Tỉnh đã xây dựng nhiều dự án thu hút doanh nghiệp, nhà đầu tư thông qua phát triển sản phẩm du lịch như: đầu tư khai thác, phát triển một số dịch vụ tại di tích cố đô Huế như: xe điện đưa đón phục vụ khách du lịch, chụp ảnh lưu niệm trang phục cung đình, bán hàng lưu niệm và giải khát; tổ chức triển khai các hoạt động trải nghiệm làng nghề truyền thống; triển khai dịch vụ chiếu phim giải trí thực tế ảo với chủ đề “Đi tìm Hoàng cung đã mất”... Tỉnh đầu tư, nâng cấp các phố đi bộ, chợ đêm gắn với hoạt động vui chơi giải trí tại trung tâm đô thị Huế. Xây dựng các tour du lịch tâm linh như Trung tâm Văn hóa Huyền Trân, Thiền viện Trúc lâm Bạch Mã, khu vực Tượng Quán Thế Âm... Hình thành một số tour du lịch gắn với các làng nghề truyền thống như làng gốm Phước Tích, làng nón Phú Cam, đúc đồng Phường Đúc... Nâng cao chất lượng các lễ hội, sự kiện như Festival Huế, Festival Nghề truyền thống Huế, Hội vật làng Sinh v.v...

[135]. Thử nghiệm sử dụng phương tiện xanh thân thiện môi trường kết hợp quảng bá đề án Huế - Kinh đô Áo dài; thử nghiệm chương trình du lịch chăm sóc sức khỏe kết hợp trải nghiệm du lịch xanh và du lịch văn hóa v.v... [131]. Những dự án đã thu hút sự quan tâm của các doanh nghiệp và nhà đầu tư.

Một trong những biện pháp thu hút đầu tư của tỉnh là cải thiện mạnh mẽ các chỉ số như: chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chỉ số Hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh ở Việt Nam (PAPI), chỉ số Cải cách hành chính PAR INDEX, chỉ số Sự hài lòng của người dân, tổ chức đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước. Hiện nay, chỉ số PCI của Thừa Thiên Huế thuộc nhóm đứng đầu cả nước. Tỉnh đã xây dựng được một môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi, là một trong những tỉnh tiên phong và dẫn đầu về xây dựng Chính quyền điện tử và các dịch vụ đô thị thông minh. Đáng chú ý, công tác cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh đã đạt được các kết quả vượt bậc, thuộc nhóm đứng đầu cả nước trong hàng loạt các chỉ số xếp hạng cấp tỉnh. Cụ thể năm 2021 Chỉ số PCI xếp thứ 8/63, PAPI xếp thứ 1/63, PARINDEX xếp thứ 4/63, SIPAS xếp thứ 17/63, ứng dụng CNTT (ICT-index) giữ ngôi vị thứ 2; năm 2022 chỉ số PCI xếp thứ 6/63 cả nước (đứng đầu các tỉnh khu vực Duyên Hải Miền Trung (Xem thêm phụ lục bảng 4.1), PAPI xếp thứ 5/63; PAR INDEX xếp thứ 4/63, ứng dụng CNTT (ICT-index) giữ ngôi vị thứ 2 so với các tỉnh/thành của cả nước [180].



Biểu đồ 3.2. Mười chỉ số thành phần của PCI (1-100) của tỉnh Thừa Thiên Huế từ 2011-2022

Nguồn: <https://pcvietnam.vn/ho-so-tinh/tthue>

Nhờ những chuyển biến mạnh mẽ trong công tác cải cách thủ tục hành chính, sự đầu tư các thiết chế cần thiết và đồng bộ, các chính sách thuận lợi, sự hỗ trợ tháo gỡ các bất cập, vướng mắc cho doanh nghiệp... công tác kêu gọi đầu tư phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế có những chuyển biến tích cực (xem biểu đồ 3.2). Nhiều nhà đầu tư chiến lược, mang thương hiệu trong nước đã đổ vốn và tiến hành nghiên cứu đầu tư trên địa bàn như VinGroup, Laguna Lăng Cô, Banyan Tree, Hilton, Marriott, BRG, Ecopark... Ngoài ra, một số nhà đầu tư chiến lược đã đưa vào hoạt động và mở rộng nghiên cứu các loại hình dịch vụ cao cấp, chất lượng cao như casino, khu nghỉ dưỡng kết hợp sân golf và nhiều loại hình khác [156].

Trong 10 năm, giai đoạn 2011-2020, tổng vốn đầu tư (giải ngân) về du lịch đạt 22 ngàn tỷ đồng, chiếm 13% tổng vốn đầu tư toàn xã hội (với trọng tâm vốn đầu tư cho các ngành lưu trú và ăn uống chiếm khoảng 52%; ngành vui chơi giải trí chiếm khoảng 14%; hoạt động khác (xây dựng, giao thông, vận tải, dịch vụ hỗ trợ... chiếm khoảng 34%). Trong đó, tỉnh thực hiện bố trí vốn đầu tư công cho các dự án phát triển hạ tầng du lịch, các di tích lịch sử, văn hoá đang được khai thác, phát triển dịch vụ du lịch từ năm 2011 đến năm 2020 đạt 2.003 tỷ đồng. Đầu tư ngoài ngân sách chủ yếu để xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch (cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí). Đến cuối năm 2020, trên địa bàn tỉnh thu hút 85 dự án du lịch đã và đang triển khai đầu tư, trong đó có 15 dự án đầu tư nước ngoài (vốn đầu tư 2.810 triệu USD), trong đó có nhiều dự án đầu tư phát triển các khu nghỉ dưỡng ven biển đẳng cấp quốc tế, các khách sạn, khu vui chơi giải trí lớn và hệ thống trung tâm mua sắm.

Lượng vốn đầu tư vào các dịch vụ du lịch ở Thừa Thiên Huế như ăn uống, lưu trú, nghệ thuật, vui chơi, giải trí tăng dần qua các năm. Quan sát bảng 3.2, năm 2020, vốn đầu tư vào dịch vụ lưu trú và ăn uống đạt 2.612,9 tỷ đồng, tăng gấp gần 4 lần lượng vốn đầu tư so với năm 2015; cũng năm này vốn đầu tư vào nghệ thuật, vui chơi, giải trí đạt 1.201,7 tỷ đồng, gấp 4,7 lần năm 2015. Nếu so về lượng vốn đầu tư với các tỉnh/ thành phố có ngành du lịch phát triển như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng... thì con số này vẫn chưa cao. Hiện nay, Thừa Thiên Huế đã thu hút được một số nhà đầu tư chiến lược vào lĩnh vực dịch vụ du lịch cao cấp như nghỉ dưỡng kết hợp với golf, dịch vụ casino... Một số dự án sắp hoàn thiện và đưa vào khai thác như khách sạn Indochine Palace 2, khu nghỉ dưỡng Địa Trung Hải, Minh Viễn Lăng Cô; một số đã khởi công và hoàn thiện thủ tục để triển khai như các dự án của các nhà đầu tư BRG, Văn Phú, Laguna giai đoạn 2... [131].

**Bảng 3.2. Vốn đầu tư thực hiện ở Thừa Thiên Huế theo giá hiện hành
phân theo ngành kinh tế từ năm 2015-2022**

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2015	2018	2019	2020	2021	2022
Tổng vốn đầu tư vào các ngành trong nền kinh tế	16021,4	19723,4	23865,3	26457,8	25043,3	26911,6
Tỷ lệ %	100	100	100	100	100	100
1. Dịch vụ lưu trú và ăn uống	692,5	1390,7	1178,7	2612,9	571,9	685,4
Tỷ lệ % trong tổng vốn đầu tư	4,32	7,05	4,94	9,88	2,28	2,55
2. Nghệ thuật, vui chơi, giải trí	258,4	184,4	195,7	1201,7	388,0	452,4
Tỷ lệ % trong tổng vốn đầu tư	1,61	0,93	0,82	4,54	1,55	1,68

Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế [29], [30], [31], [32]

3.2.3.2. Về nguồn nhân lực du lịch

Miền Trung Việt Nam có hệ thống cơ sở đào tạo nhân lực du lịch như: Đại học Vinh, Đại học Quảng Bình, Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, Đại học Huế, Đại học Đà Nẵng, Đại học Khánh Hòa, Đại học Nha Trang... và các trung tâm giáo dục thường xuyên, trung tâm dạy nghề cũng đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch. Những năm qua, một số chương trình đào tạo bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch có sự liên kết, hợp tác giữa các trường như Đại học Quảng Bình, trường Du lịch - Đại học Huế, Cao đẳng Du lịch Huế, phân hiệu Đại học Huế tại Quảng Trị, Trường Trung cấp Mai Lĩnh Quảng Trị... với một số doanh nghiệp, địa phương được triển khai tại Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, đào tạo các ngành, chuyên ngành và nghề như phục vụ nhà hàng, lễ tân, bar và pha chế đồ uống, hướng dẫn du lịch, kỹ thuật chế biến món ăn... cho hàng trăm lao động các cấp độ từ bồi dưỡng ngắn hạn đến trung cấp nghề, trung cấp chuyên nghiệp, cử nhân cao đẳng nghề, cử nhân cao đẳng và cử nhân đại học. Tỉnh Thừa Thiên Huế và các tỉnh/thành phố trong nhóm liên kết thường xuyên thông tin cho nhau về các khóa học, các chương trình đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn về các nghiệp vụ du lịch như nghiệp vụ lữ hành, khách sạn, hướng dẫn viên... Hợp tác, liên kết trong đào tạo nâng cao chất lượng lao động trong ngành du lịch được xây dựng theo định hướng, quy chuẩn chung gắn với yêu cầu của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư [64], [137], [119]. Đối với liên kết về sử dụng lao động, Thừa Thiên Huế và các địa phương trong Vùng đã bước đầu có sự phối hợp sử dụng lao động, nhất là lao động di chuyển giữa các địa phương [21].

Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế quan tâm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch bằng nhiều kế hoạch và biện pháp triển khai như: Kế hoạch số 195/KH-UBND (ngày 23/12/2016) của UBND Tỉnh về “Phát triển nhân lực tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2016 - 2020”; Kế hoạch số 87/KH-UBND (ngày 04/5/2018) của UBND Tỉnh về “Phát triển nhân lực du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020”...

Tỉnh hiện có tổng 07 trường đào tạo đại học, cao đẳng, trung cấp về chuyên ngành du lịch. Trong đó, 02 trường chuyên đào tạo về du lịch gồm: Trường Du lịch - Đại học Huế (đào tạo cấp đại học) và Trường Cao đẳng Du lịch Huế (đào tạo hệ trung cấp và cao đẳng). Ngoài ra, một số trường thành viên của Đại học Huế và Đại học Phú Xuân cũng có khoa, chuyên ngành đào tạo du lịch. Các cơ sở đào tạo này có thể cung cấp trên 1.000 sinh viên tốt nghiệp mỗi năm. Đại học Huế là đại học trọng điểm quốc gia theo mô hình đại học cấp vùng có thể đáp ứng nguồn lao động có trình độ cao cho tỉnh Thừa Thiên Huế, khu vực miền Trung và các vùng khác ở Việt Nam. Trường Cao đẳng du lịch Huế được đầu tư khá đồng bộ, có khả năng đào tạo nghiệp vụ du lịch theo Chương trình VITOS với 13 nghề đạt tiêu chuẩn châu Âu. (Xem phụ lục bảng 5.1)

Về cơ bản, thời gian qua, nguồn nhân lực du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển mạnh cả về số lượng và chất lượng. Về số lượng, tổng số lao động trong ngành du lịch năm 2019 tăng gấp 2,4 lần so với năm 2010 (từ 25.920 người năm 2010 tăng lên 63.400 người năm 2019). Năm 2020 đạt khoảng 31 nghìn người, chiếm 5,5% tổng số lao động đang làm việc trong nền kinh tế, giảm 51% so với năm 2019. Trong đó, nhân lực du lịch trực tiếp năm 2020 gần 11 nghìn người, chiếm 35% trong nhân lực ngành du lịch; giảm khoảng 7,4 nghìn người (tương ứng với mức giảm khoảng 40,4%) so với năm 2019. Giai đoạn 2016-2019, trước khi chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch Covid 19, lao động trực tiếp du lịch có mức tăng trưởng khá ấn tượng, bình quân mỗi năm tăng 11,4%/năm. Hai năm 2020, 2021 lực lượng lao động trực tiếp giảm nghiêm trọng, năm 2021 chỉ còn 5.600 người (trong khi đó năm 2019, con số này đạt đến 18.400 người). Mặc dù có sự hỗ trợ của chính quyền tỉnh như giảm thuế, nợ, lãi vay ngân hàng, hỗ trợ tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng... để duy trì nhân lực du lịch giai đoạn dịch bệnh Covid, nhưng thiệt hại nhân lực ngành vẫn rất lớn. Du lịch mở cửa trở lại từ tháng 3/2022, nhưng năm 2022 chỉ đạt hơn 7,4 nghìn lao động [129], [132], [135].

Bảng 3.3. Thực trạng lao động ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2010 - 2022

Stt	Chỉ tiêu	2010	2015	2019	2020	2021	2022	2011- 2015	2016- 2019	2016- 2020	2011- 2019	2011- 2020	2020- 2022
1	Tổng số lao động ngành (người)	25.920	32.640	63.400	30.960	6.600	7.463	4,7	18,1	- 1,1	10,4	1,8	-65.6
	Lao động trực tiếp	8.100	11.940	18.400	10.960	5.600	-	8,1	11,4	- 1,7	9,5	3,1	-
	Lao động gián tiếp	17.820	20.700	45.000	20.000	1.000	-	3,0	21,4	- 0,7	10,8	1,2	-
2	Trình độ lao động (%)												
	ĐH, CĐ trở lên	29	35	39	38	-	-	4.1	2.3	-0.5			-
	Sơ cấp, Trung cấp	50	49	50	51	-	-	-0.4	0.4	0.4			-
	Chưa qua đào tạo	21	16	11	10	-	-	-4.8	-6.3	-1.8			-
3	Lĩnh vực (người)												
	Khách sạn, nhà hàng	7.035	10.500	15.460	8.550	4.561	-	8,3	10,2	-0,4	9,1	2,0	-
	Cơ sở lữ hành	481	750	1.470	1.206	300	-	9,3	18,3	10,0	13,2	9,6	-
	Cơ sở vận chuyên	116	200	736	548	200	-	11,5	38,5	22,3	22,8	16,8	-
	Dịch vụ khác	468	550	734	656	400	-	3,3	7,5	3,6	5,1	3,4	-
4	Số hướng dẫn viên	527	1.200	1.832	1.650	130	-	17,9	11,2	6,6	14,8	12,1	-
	Tỷ lệ biết ngoại ngữ (%)	59,4	80	90	90	-	-						-

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

Về cơ cấu, phần lớn lực lượng đang làm việc trong ngành du lịch chiếm khoảng 70% số lao động có độ tuổi từ 18-35 phục vụ trực tiếp tại các cơ sở kinh doanh du lịch, số lao động đã qua đào tạo chiếm khoảng 85-90% trong tổng số. Xét tổng thể lực lượng lao động du lịch thì lao động ở các đơn vị lưu trú chiếm tỷ trọng lớn nhất [129], [132], [135]. Cơ cấu chất lượng lao động, quan sát bảng 3.3, tỷ lệ lao động chất lượng cao đạt 29% năm 2010 lên 39% năm 2019, 38% năm 2020; tỷ lệ lao động chưa qua đào tạo giảm từ 21% vào năm 2010 xuống còn 10% vào năm 2020. Số lượng hướng dẫn viên du lịch tăng mạnh, bình quân giai đoạn 2011-2020: từ 527 hướng dẫn viên năm 2010 (59,4% biết ngoại ngữ), lên 1.200 người năm 2015 (80% biết ngoại ngữ) và 1.832 người năm 2020 (90% biết ngoại ngữ). Đáng chú ý, lao động chất lượng cao tập trung 70% ở khu vực tư nhân, 17,6% ở hộ gia đình, 7,7% ở khu vực nhà nước và 5,1% ở khu vực nước ngoài [135] (xem thêm phụ lục bảng 5.2, bảng 5.3, bảng 5.4).

Công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch được chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế chú trọng với nhiều hoạt động đào tạo, bồi dưỡng cho doanh nghiệp, người dân trên địa bàn một cách định kỳ và thường xuyên. Giai đoạn 2016 - 2020, tỉnh tổ chức nhiều lớp đào tạo và đào tạo lại cho hơn 1.000 hướng dẫn viên; phối hợp với các đơn vị liên quan đào tạo nâng cao kỹ năng phục vụ cho nhiều lao động vận chuyển như xích lô (100 người), taxi (100 người), ô tô du lịch (668 người); phối hợp đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng phục vụ bán hàng du lịch cho tiểu thương chợ Đông Ba (100 người); tổ chức hơn 100 khóa tập huấn (cho 1.500 người) người dân tại các mô hình du lịch cộng đồng.

Chính quyền tỉnh cũng đã tổ chức, phối hợp tổ chức nhiều cuộc thi về nghiệp vụ (lễ tân, hướng dẫn, bếp) nhằm nâng cao tay nghề và kỹ năng cho người lao động; các khóa tập huấn E-marketing cho lãnh đạo và nhân viên kinh doanh du lịch nhằm nâng cao kiến thức, tạo ra sản phẩm trực tuyến mới, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp... Tỉnh tích cực hợp tác với các tổ chức như ADB, SNV, JICA, EU, UNESCO, ILO trong đào tạo kỹ năng du lịch cộng đồng. Trong 2 năm 2021 và 2022, tỉnh đã phối hợp tổ chức 07 khóa tập huấn cho gần 357 người dân làm du lịch cộng đồng ở các huyện Phong Điền, Phú Lộc, A Lưới, Nam Đông, Quảng Điền, thị xã Hương Thủy và thị xã Hương Trà những kiến thức cơ bản về du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và những kỹ năng cần thiết góp phần cải thiện, nâng cao chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của du khách, củng cố và nâng cao hình ảnh điểm đến. Ngoài ra, trong thời điểm dịch bệnh Covid - 19, tỉnh còn tổ chức các lớp phòng, chống dịch, hỗ trợ chuyển đổi số cho các đơn vị kinh doanh du lịch... [127], [129], [132].

Tính đến tháng 12/2021, chính quyền tỉnh đã đổi và cấp mới 130 thẻ hướng dẫn viên du lịch, nâng tổng số thẻ hướng dẫn viên được cấp trên địa bàn tỉnh lên 2.934 thẻ. Cùng với việc hỗ trợ, nâng cao chất lượng cho lực lượng lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và cộng đồng, bộ phận cán bộ QLNN về du lịch cũng được tham gia các khóa học về quản lý du lịch và các nghiệp vụ liên quan ở trong nước và học tập ngắn hạn tại Nhật Bản, Malaysia... [127], [129], [132].

3.2.3.3. Về nguồn lực cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

** Hệ thống kết cấu hạ tầng*

Trên cơ sở quy hoạch, kế hoạch vùng và tỉnh, chính quyền Thừa Thiên Huế đã phối hợp với các bộ, ngành và các địa phương miền Trung tổ chức các Hội nghị xúc tiến đầu tư, huy động vốn đầu tư nước ngoài (FDI, ODA) và nguồn vốn trong nước. Các lĩnh vực phối hợp trong đầu tư phát triển chủ yếu là liên kết phát triển hạ tầng phục vụ du lịch. Về giao thông đường bộ, các dự án lớn góp phần hoàn thiện các trục kết nối liên tỉnh, liên vùng (dự án nâng cấp mạng lưới giao thông khu vực miền Trung - ADB5; nâng cấp, mở rộng quy mô đường Quốc lộ 1 qua địa bàn các tỉnh Thừa Thiên Huế, Bình Định, Quảng Ngãi; dự án nâng cấp mở rộng đường Hồ Chí Minh, dự án xây dựng đường cao tốc Cam Lộ - La Sơn - Túy Loan; các tuyến cao tốc Quảng Ngãi - Bình Định, Thừa Thiên Huế - Quảng Trị, Bình Định - Phú Yên; hoàn thành một số tuyến đường ven biển...) đã góp phần nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng, gia tăng tính kết nối vùng, đẩy mạnh sự giao lưu giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh vùng Bắc - Nam Trung Bộ, cũng như với các cực phát triển phía Bắc và Nam của cả nước, góp phần tạo nền tảng phát triển KT-XH, thúc đẩy hoạt động du lịch [21].

Là một mắt xích quan trọng của vùng, những năm qua, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã có nhiều ưu tiên cho công tác xây dựng, hoàn thiện hạ tầng phục vụ phát triển KT-XH nói chung, du lịch nói riêng (nhất là từ khi có Nghị quyết 54-NQ/TW (10/12/2019) của Bộ Chính trị “*Về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*”). Hệ thống kết cấu hạ tầng được bố trí và lồng ghép vào những dự án, chương trình phát triển KT-XH, với hạ tầng giao thông (với hạ tầng các tuyến đường, các khu du lịch ven biển, đầm phá, cảng biển..) được quan tâm xây dựng và kết nối thuận lợi khai thác có hiệu quả, tạo điều kiện cho du lịch đầm phá và ven biển ngày càng phát triển.

Tỉnh đã hoàn thiện hơn 2.500 km đường bộ, đường Quốc lộ 1A cùng với các tuyến đường tỉnh lộ chạy song song và cắt ngang địa bàn tỉnh. Năm 2022, 80% đường tỉnh đã được nhựa hóa, đường giao thông nông thôn đã bê tông hóa 70%, toàn bộ các

xã đều đã có đường ô tô đi đến trung tâm. Các dự án nâng cấp mở rộng quốc lộ 1A, đường Hồ Chí Minh, xây dựng đường cao tốc Cam Lộ - La Sơn - Túy Loan... góp phần nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng của tỉnh, tăng cường kết nối với các tỉnh trong vùng. Tỉnh hiện có hai cảng biển cảng Thuận An và Chân Mây. Những năm gần đây, tỉnh khởi công và hoàn thành bến cảng số 2, số 3 của cảng Chân Mây, đưa bến cảng số 1 thành bến chuyên phục vụ tàu du lịch với giá trị doanh thu cao. Cảng hàng không quốc tế Phú Bài với công suất thiết kế 1,5 triệu lượt hành khách/năm, được nâng cấp và mở rộng để đáp ứng nhu cầu dự kiến 5 triệu hành khách/năm vào năm 2025 và 9 triệu hành khách/năm vào năm 2030. Tuyến đường sắt Bắc - Nam có chiều dài 101,2km qua tỉnh có nhiệm vụ quan trọng đối với giao thông và hoạt động du lịch.

Thừa Thiên Huế xây dựng đô thị theo hướng xanh, hiện đại và thông minh. Năm 2021, gần 100% người dân đô thị sử dụng nước sạch từ hệ thống cấp nước tập trung và tỷ lệ hộ sử dụng điện đạt 99,5% [31]. Chính quyền tỉnh tập trung phát triển không gian đô thị bằng việc nâng cấp hạ tầng, chỉnh trang hệ thống giao thông nội thị, vỉa hè, thoát nước, điện chiếu sáng, cây xanh. Thực hiện di dời dân cư và giải phóng mặt bằng, năm 2021, tỉnh đã di dời 3.516 hộ dân cư (giai đoạn 1) để giải phóng mặt bằng cho khu vực 1 di tích Kinh thành Huế, trả lại phần nào cảnh quan không gian cho Quần thể di tích cố đô Huế... [176].

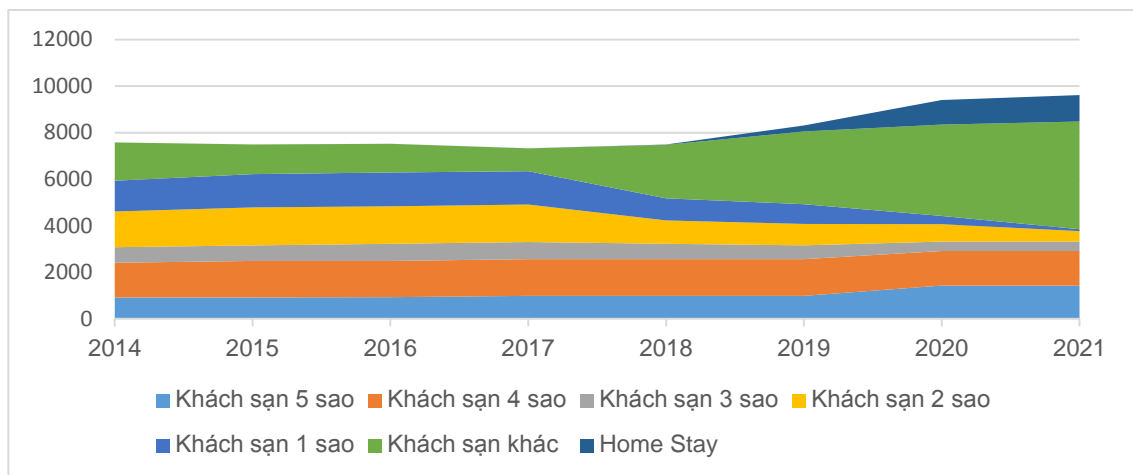
Tỉnh chú trọng xây dựng hạ tầng thông tin và viễn thông, xây dựng chính quyền điện tử, dịch vụ đô thị thông minh, nâng cao chỉ số sẵn sàng ứng dụng công nghệ thông tin (ICT), tổ chức, xây dựng cơ sở dữ liệu chuyên ngành, ứng dụng công nghệ GIS trong khai thác thông tin địa lý... Theo báo cáo về “Chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin - truyền thông” (VN ICT Index) của Bộ TT&TT, Thừa Thiên Huế liên tục ba năm liền từ 2019-2021 đứng thứ 2 trong cả nước, bứt phá mạnh mẽ so với thời gian trước (năm 2017, Tỉnh đứng thứ 15 trong cả nước). Năm 2021, chỉ số Chuyển đổi số (DTI) của Thừa Thiên Huế xếp vị trí thứ 2 toàn quốc, trong đó tỉnh xếp thứ nhất về chỉ số hoạt động chính quyền số... [41], [176], [179]. Chính quyền tỉnh tạo điều kiện phát triển các loại hình dịch vụ vận tải, thương mại, bưu chính, viễn thông, tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, góp phần mở rộng quy mô và phạm vi hoạt động của các lĩnh vực này. Hệ thống các siêu thị, trung tâm mua sắm phát triển nhanh chóng, mạng lưới phân phối hàng hóa không ngừng mở rộng, phục vụ tốt nhu cầu của người dân và đáp ứng tốt nhu cầu mua sắm của du khách khi đến Thừa Thiên Huế.

** Về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch*

Về hệ thống cơ sở lưu trú, Thừa Thiên Huế đã chứng kiến sự phát triển đáng kể

trong những năm qua. Từ năm 2011 đến năm 2019, số lượng cơ sở lưu trú tăng từ 535 lên 592 và số phòng lưu trú tăng từ 9.570 phòng lên 11.224 phòng. Tuy nhiên, với lượng khách du lịch tăng mạnh từ 2.054.370 khách vào năm 2011 lên 4.817.076 khách vào năm 2019 (xem biểu đồ 3.4), tình trạng thiếu phòng, đặc biệt là phòng chất lượng cao (từ 4-5 sao) đã xảy ra. Tuy dịch bệnh Covid-19 làm giảm sâu lượng khách, nhưng hai năm 2020, 2021, ở Thừa Thiên Huế vẫn có nhiều cơ sở lưu trú mới được hình thành và nâng cấp, góp phần nâng cao chất lượng, tính hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của dịch vụ này. Cụ thể, năm 2020 số cơ sở lưu trú tăng 36,1% so với năm 2019 (từ 592 tăng lên 806 cơ sở), trong khi đó giai đoạn 2011-2019, tốc độ tăng trưởng số lượng cơ sở lưu trú trung bình chỉ đạt 1,32% mỗi năm (xem biểu đồ 3.3.)

Đơn vị: phòng



Biểu đồ 3.3. Cơ cấu một số loại hình lưu trú chủ yếu ở Thừa Thiên Huế từ năm 2014 - 2021

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ Sở du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế [120], [121], [122], [124], [125], [126], [127], [131].

Biểu đồ 3.3 cho thấy cơ cấu loại hình kinh doanh lưu trú có sự thay đổi, loại hình khách sạn 1-3 sao giảm dần, trong khi homestay, nhà nghỉ, nhà khách, loại hình khách sạn 4-5 sao và chưa gắn sao tăng lên. Có thể nói rằng, sự thay đổi này phản ánh sự linh hoạt và thích ứng với xu hướng mới trong lĩnh vực lưu trú du lịch do sự tăng trưởng của du lịch chất lượng cao, homestay và các loại hình lưu trú bình dân như nhà nghỉ và nhà khách, cũng như du lịch "bụi" và ưa tiện lợi...

Hệ thống các cơ sở ăn uống, nhà hàng: Hầu hết các khách sạn, nhà nghỉ và nhà khách ở Thừa Thiên Huế cung cấp dịch vụ phục vụ ăn uống với các món ăn phong phú, đa dạng. Các khách sạn lớn có thường có các tiện ích như bar, quán cà phê, quán ăn nhẹ, karaoke... tạo trải nghiệm đa chiều cho du khách. Hệ thống các cơ sở dịch vụ ăn

uống ngoài khách sạn cũng phát triển mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng du khách và cả người dân ở địa phương. Ẩm thực xứ Huế được coi là một nguồn tài nguyên du lịch quý giá, đóng góp lớn cho sự phát triển du lịch của tỉnh. Văn hóa, nghệ thuật ẩm thực xứ Huế thu hút sự quan tâm đặc biệt của du khách. Thừa Thiên Huế còn nổi tiếng với các tiệm ăn phổ biến khắp nơi, các khu ẩm thực truyền thống đặc trưng và một số tuyến đường phố ẩm thực nằm ở chợ Đông Ba, chợ An Cựu, phố đi bộ Nguyễn Đình Chiểu, khu phố cổ Gia Hội - Chi Lăng... Các cửa hàng ăn uống đa dạng, từ món ăn đặc trưng của xứ Huế và Việt Nam đến các món Âu, Nhật, Thái, Hàn... Nhìn chung, các món ăn thường có giá cả phải chăng so với các điểm du lịch khác ở Việt Nam.

Hệ thống cơ sở lữ hành, cung cấp thông tin: Tính đến tháng 12/2022, trên địa bàn tỉnh hiện diện 77 đơn vị lữ hành và văn phòng, đại lý du lịch. Trong đó có 55 đơn vị chuyên kinh doanh lữ hành quốc tế, 15 đơn vị nội địa, 07 văn phòng và đại lý du lịch [131]. Hầu hết các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn có quy mô nhỏ, chủ yếu tập trung vào mảng du lịch di sản trong nội đô thành phố Huế. Các doanh nghiệp này thường cạnh tranh chủ yếu về giá, ít đưa ra những sản phẩm du lịch mới lạ và hấp dẫn.

Chính quyền tỉnh đã triển khai lắp đặt hệ thống biển chỉ dẫn du lịch trên địa bàn, tập trung chủ yếu tại thành phố Huế (như bến xe chùa Thiên Mụ, bến xe Nguyễn Hoàng, siêu thị Coopmart, bến thuyền Tòa Khâm, cầu Ga Huế...) và một số bảng chỉ dẫn, giới thiệu, chú thích về các điểm tham quan, các hiện vật trưng bày tại các điểm di tích. Các huyện/thị xã như Hương Thủy, Phú Vang, Phong Điền, Quảng Điền, Nam Đông, A Lưới cũng đã được trang bị một số biển chỉ dẫn, tuy nhiên vẫn còn khá ít ỏi... Hệ thống máy cung cấp thông tin tự động tại Cảng hàng không Quốc tế Phú Bài, Ga Huế và một số điểm du lịch trong thành phố đã được lắp đặt nhằm tăng cường quảng bá những hình ảnh đẹp của Thừa Thiên Huế đến với du khách trong nước và quốc tế...

Hệ thống cơ sở vui chơi, giải trí ở Thừa Thiên Huế vẫn còn hạn chế, dù có một số hoạt động như nghe ca Huế trên sông Hương và cải thiện công viên, tuyến phố đi bộ, chợ đêm kết hợp với hoạt động vui chơi giải trí tại trung tâm đô thị Huế và một số vùng ven thành phố Huế. Tuy nhiên, hầu hết các cơ sở hiện nay vẫn có quy mô nhỏ, thiếu điểm vui chơi giải trí lớn và hoạt động về đêm hấp dẫn du khách. Tính đến tháng 12/2021, tỉnh Thừa Thiên Huế có 41 doanh nghiệp nghệ thuật vui chơi giải trí, nhưng trong đó 22 doanh nghiệp có vốn dưới 1 tỷ đồng, chiếm gần 54% tổng số [32]. Các hình thức giải trí hầu như chưa được phát triển mạnh mẽ, các cơ sở vui chơi giải trí thiếu tính toàn diện và đồng bộ, chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của du

khách. Điều này gây hạn chế về việc giữ chân du khách và chi tiêu của họ khi đến Thừa Thiên Huế.

Các cơ sở dịch vụ bổ sung khác. Trên địa bàn tỉnh có 148 chợ, 5 siêu thị và 3 trung tâm thương mại [32], đặc biệt, Thừa Thiên Huế hiện là nơi lưu giữ nhiều làng nghề truyền thống cung cấp đa dạng hàng hóa đặc trưng và đồ lưu niệm độc đáo. Hệ thống y tế của tỉnh cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe với cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại, nổi tiếng với bệnh viện Trung ương Huế, Bệnh viện Trường đại học Y Dược Huế, ngoài ra, Thừa Thiên Huế còn có nền Đông y, các khu nghỉ dưỡng khai thác nước khoáng nóng, hệ thống khách sạn kết hợp lưu trú và điều trị y tế v.v.. Hệ thống tài chính tại Thừa Thiên Huế phát triển với nhiều ngân hàng, công ty tài chính lớn và chi nhánh của các công ty bảo hiểm quốc tế, đáp ứng tốt cho nhu cầu của khách du lịch.

3.2.3.4. Về nguồn lực khoa học - công nghệ

Chính quyền Thừa Thiên Huế hướng đến xây dựng chính quyền điện tử, đô thị thông minh, phát triển KT-XH theo hướng thông minh và bền vững. Đón đầu cách mạng công nghiệp lần thứ tư trên các lĩnh vực liên quan du lịch như CNTT, công nghệ cao, công nghiệp văn hóa và khai thác, tận dụng giá trị các di sản văn hóa... Dưới tác động của dịch bệnh Covid-19 và sự chững lại theo chu kỳ vòng đời của sự phát triển ngành du lịch (mô hình Butler - xem phụ lục 2), việc ứng dụng công nghệ số là tất yếu, là cơ hội để ngành du lịch cơ cấu lại, chuyển đổi mô hình, cách thức hoạt động để phù hợp với xu hướng mới. Tỉnh đã hợp tác với các tỉnh miền Trung áp dụng các tiên bộ KH-CN vào hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch chung, cũng như phối hợp thực hiện các công trình nghiên cứu khoa học về du lịch...

Du lịch thực sự được chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế xem là một trong bốn ngành (gồm du lịch, giáo dục, y tế, dịch vụ công) ưu tiên chuyển đổi số. Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã ban hành các đề án và kế hoạch nhằm đẩy mạnh ứng dụng CNTT và chuyển đổi số trong ngành du lịch. Các đề án và kế hoạch như “Phát triển dịch vụ đô thị thông minh trên địa bàn đến năm 2020, định hướng đến năm 2025”, “Hệ sinh thái du lịch thông minh trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020 định hướng đến năm 2025”, kế hoạch thực hiện “Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến năm 2025” của Thủ tướng chính phủ, kế hoạch “Triển khai ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số ngành du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2021- 2025” v.v...

Chính quyền tỉnh đã xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu cho du lịch thông minh bao gồm thông tin về hướng dẫn viên, doanh nghiệp lữ hành quốc tế và cơ sở lưu trú.

Tỉnh đã triển khai dịch vụ CNTT cho Sở Du lịch Thừa Thiên Huế, bao gồm xây dựng cơ sở dữ liệu dịch vụ du lịch và hệ thống cho Trung tâm Điều hành du lịch thông minh. Ngoài ra, tỉnh đã chuẩn hóa nội dung số về 35 điểm đến và sản phẩm, dịch vụ du lịch tiêu biểu, đồng thời đang hoàn thiện việc số hóa các câu chuyện kể của Huế. Tỉnh cũng đã đào tạo phần mềm báo cáo thống kê cho các doanh nghiệp du lịch, giúp các doanh nghiệp báo cáo số liệu kinh doanh lên hệ thống của Tổng cục du lịch [130]. Bên cạnh đó, tỉnh đã áp dụng du lịch thông minh, bao gồm: phần mềm quản lý chuyên ngành của Sở Du lịch tại địa chỉ csdlsdl.thuathienhue.gov.vn; cổng thông tin Du lịch tại visithue.vn; ứng dụng visithue trên nền tảng Android và IOS; hệ thống quản lý lưu trú cho các cơ sở lưu trú; các ứng dụng thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), bản đồ số hóa 3D; xe đạp thông minh v.v.. Từ đây, góp phần tạo nên các sản phẩm du lịch mới lạ, độc đáo, hỗ trợ hiệu quả hoạt động tiếp thị, quảng bá... đóng góp tích cực trong việc cải thiện sức hấp dẫn điểm đến trong liên kết.

Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã tận dụng sự phát triển của CNTT để quảng bá điểm đến du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Website visithue.vn với bốn thứ tiếng (Việt, Anh, Pháp, Nhật) thường xuyên giới thiệu hình ảnh điểm đến, ẩm thực, dịch vụ du lịch Huế, sự kiện, lễ hội ở tỉnh và các tỉnh liên kết trong vùng trên các trang web và mạng xã hội (Facebook, Tiktok, Instagram, Youtube...) và trên các kênh báo đài truyền hình chính thống của Trung ương, địa phương, cổng thông tin điện tử du lịch v.v... Khuyến khích các đơn vị kinh doanh du lịch tích cực sử dụng website, ứng dụng du lịch và mạng xã hội để quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm của doanh nghiệp, cung cấp thông tin đến du khách. Công cụ Digital Marketing cũng được áp dụng để tăng hiệu quả xúc tiến quảng bá du lịch tỉnh và vùng liên kết. Năm 2020, 2021, dịch bệnh Covid lại thúc đẩy sự chuyển biến trong công tác quảng bá du lịch với những thay đổi thích ứng, phù hợp. Năm 2022, lần đầu tiên tỉnh quảng bá du lịch qua không gian ảo 3D với 86 gian hàng (gồm công ty lữ hành, nhà hàng, khách sạn, các hãng hàng không, các sở ban, ngành, địa phương...) diễn ra sôi động, thúc đẩy quảng bá sản phẩm, hình ảnh, tiếp cận khách hàng và đối tác thuận lợi, dễ dàng ngay trên không gian số [131].

3.2.4. Kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Công tác thanh tra, kiểm tra và giám sát hoạt động du lịch nói chung và phát triển du lịch liên kết với các tỉnh miền Trung là nhiệm vụ thường xuyên của các cơ quan QLNN về du lịch ở Thừa Thiên Huế. Các nội dung thanh tra, kiểm tra thường

bao gồm việc tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp và hộ kinh doanh du lịch; việc thực hiện các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch liên kết; tuân thủ các quy định về thuế, giá cả; bảo vệ cảnh quan, môi trường du lịch...

Tại Thừa Thiên Huế, Sở Du lịch trực tiếp thực hiện chức năng kiểm tra, thanh tra, giám sát, xử lý các sai phạm, khiếu nại về phát triển du lịch nói chung và phát triển du lịch liên kết nói riêng. Phòng Thanh tra sở nhận sự chỉ đạo, điều hành từ Giám đốc Sở Du lịch, đồng thời nhận sự chỉ đạo về công tác, nghiệp vụ thanh tra hành chính của Thanh tra tỉnh và chịu sự chỉ đạo và hướng dẫn nghiệp vụ thanh tra chuyên ngành của Thanh tra Bộ VHTTdu lịch. Hoạt động du lịch liên quan đến nhiều lĩnh vực, nên cũng được thanh tra, kiểm tra bởi những đơn vị liên quan như: công an, Tài nguyên và Môi trường, Phòng cháy chữa cháy, Y tế... theo Nghị quyết 35/NQ-CP về nhiệm vụ phối hợp liên ngành trong thanh tra, kiểm tra.

Hàng năm, tỉnh Thừa Thiên tiến hành thanh, kiểm tra định kỳ và đột xuất các hoạt động du lịch bao gồm hướng dẫn viên, kinh doanh lữ hành, lưu trú, ăn uống, kiểm tra trước, trong và sau các sự kiện Festival, các lễ hội văn hóa, du lịch... Nội dung thanh, kiểm tra chủ yếu tập trung vào việc thực hiện các quy định của pháp luật (Luật Du lịch năm 2005 (trước năm 2017), Luật Du lịch năm 2017, Nghị định 168/2017/NĐ-CP, Thông tư số 06/2017/TT-BVHTTdu lịch, Thông tư số 13/2021/TT-BVHTTdu lịch...). Nhìn chung, các đơn vị kinh doanh du lịch và hộ gia đình tuân thủ tốt các quy định. Tuy nhiên, một số doanh nghiệp du lịch chưa chấp hành đầy đủ việc báo cáo kết quả kinh doanh, chưa niêm yết công khai nội quy, quy định cho khách du lịch và người lao động, chưa thực hiện tốt việc niêm yết giá và bán theo giá niêm yết, chưa đảm bảo an toàn phòng cháy chữa cháy và một số cơ sở kinh doanh ăn uống chưa tuân thủ đầy đủ các quy định v.v... Thông qua công tác thanh tra và kiểm tra, tỉnh đã kịp thời xử lý và chấn chỉnh những trường hợp vi phạm, góp phần quan trọng trong việc hướng dẫn và đảm bảo việc tuân thủ các quy định pháp luật trong lĩnh vực du lịch. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch mà còn bảo vệ quyền lợi của du khách, duy trì an ninh và an toàn, thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch, đảm bảo phát triển du lịch liên kết trên địa bàn hiệu quả.

3.2.5. Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

** Quan hệ giữa Nhà nước với doanh nghiệp*

Trong thời gian qua, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã thực hiện việc giải quyết hài hòa các quan hệ lợi ích trong phát triển du lịch. Trên cơ sở nhìn nhận đúng về

yêu cầu của việc đảm bảo hài hòa các quan hệ lợi ích đối với sự phát triển du lịch và nhiệm vụ của chính quyền địa phương với tư cách là một chủ thể quan trọng trong điều hòa các quan hệ lợi ích (đảm bảo lợi ích chung và lợi ích các bên tham gia). Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, cạnh tranh toàn cầu, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư diễn ra mạnh mẽ, xu hướng du lịch trên thế giới có nhiều chuyển biến ngày càng có nhiều cơ hội và không ít thách thức đối với ngành du lịch. Dù thế nào đi nữa, động lực và sự sáng tạo của quá trình phát triển du lịch là các doanh nghiệp, chính quyền là chủ thể kích thích sự phát triển của ngành du lịch, định hướng, hỗ trợ, tạo “sân chơi” ổn định, minh bạch, cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp. Chính quyền cũng là đầu mối thông tin, gắn kết doanh nghiệp trên địa bàn với thị trường vùng, liên vùng, khu vực và thế giới, nhất là với các trung tâm kinh tế lớn.

Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã thực hiện nhiều biện pháp để đảm bảo lợi ích cho các doanh nghiệp du lịch như tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, thực hiện các hỗ trợ về chính sách, đầu tư cơ sở hạ tầng, xúc tiến quảng bá du lịch, đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển hệ thống du lịch thông minh, tăng cường hợp tác và liên kết với các tỉnh trong vùng, thực hiện giám sát và bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp...

Trong quá trình phát triển du lịch, những vấn đề nảy sinh, sai lệch, nguy cơ chệch hướng hoặc vi phạm các quy định của Nhà nước có thể bao gồm: các doanh nghiệp hoạt động du lịch gây ảnh hưởng hoặc làm phá vỡ cảnh quang, ô nhiễm môi trường, tác động tiêu cực đến nền tảng văn hóa của địa phương, sự chậm trễ và sai phạm trong quá trình đầu tư gây ra các thiệt hại về kinh tế, xã hội, hoặc thậm chí là các vấn đề ảnh hưởng đến an ninh, quốc phòng. Hoạt động tổ chức kiểm tra, giám sát là một nhiệm vụ đặc biệt quan trọng của chính quyền địa phương nhằm phòng ngừa, phát hiện, xử lý, chấn chỉnh những hành vi vi phạm một cách kịp thời, phát huy việc chấp hành các quy định của pháp luật, giúp bảo vệ lợi ích của nhà nước, cũng như quyền và các lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức và cá nhân tham gia vào hoạt động du lịch.

** Quan hệ giữa Nhà nước với du khách và cộng đồng dân cư*

Về mối quan hệ giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch với du khách. Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã tích cực xây dựng môi trường du lịch an ninh, an toàn, thân thiện, xử lý nghiêm các vụ việc ảnh hưởng tiêu cực đến du khách và môi trường du lịch. Tăng cường kiểm tra, giám sát hoạt động du lịch, đảm bảo cạnh tranh lành mạnh và công khai niêm yết giá dịch vụ, đồng thời khắc phục vấn nạn chèo kéo, ăn xin. Có sự phối hợp tốt giữa các cơ quan QLNN về du lịch với Công an và chính quyền các

cấp trong tuyên truyền và phổ biến pháp luật về an ninh trật tự, ký kết và ban hành các quy chế hỗ trợ khách du lịch, phân công nhiệm vụ cụ thể để đảm bảo an ninh và an toàn cho du khách. Trong giai đoạn Covid-19, tỉnh áp dụng bộ tiêu chí an toàn trong khai thác, kinh doanh du lịch để đảm bảo an toàn cho du khách khi sử dụng dịch vụ du lịch của các doanh nghiệp vận chuyển, cơ sở lưu trú, nhà hàng, khu du lịch, điểm du lịch và các cơ sở nghệ thuật, giải trí. Ngoài ra, các cơ quan QLNN về du lịch cũng giám sát và xử lý nghiêm các vi phạm, các tiêu cực xảy ra khi gia tăng lượng khách, kiều khách, đảm bảo các tuân thủ pháp luật và quy định của địa phương đối với du khách, duy trì môi trường du lịch an ninh, an toàn và lành mạnh.

Về quan hệ giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch với cộng đồng dân cư tại điểm du lịch. Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế tiến hành công tác tuyên truyền và phổ biến, nhằm nâng cao nhận thức và kiến thức của người dân về lợi ích của phát triển du lịch. Đồng thời, thiết lập những cơ chế thuận lợi để cộng đồng địa phương có thể chia sẻ các lợi ích từ hoạt động du lịch, đẩy mạnh phát triển du lịch có sự gắn kết chặt chẽ với lợi ích của cộng đồng. Thời gian qua, các lực lượng trực thuộc UBND và Công an tỉnh Thừa Thiên Huế đã nỗ lực phối hợp, áp dụng nhiều biện pháp hạn chế các sai phạm của người dân đối với du khách như ăn xin, chèo kéo, đeo bám, tranh giành khách, “cò mồi”... Các vấn đề như xích lô chèo kéo hay cò mồi đeo bám xe tô tô ngoại tỉnh... đã được giảm thiểu, góp phần cải thiện hình ảnh và môi trường du lịch của Thừa Thiên Huế. Tuy nhiên, một bộ phận người dân vẫn gây tác động tiêu cực đến việc bảo tồn di sản, xâm hại tài nguyên du lịch và gây ô nhiễm môi trường ở các di tích lịch sử, bãi biển v.v... Nguyên nhân là do một bộ phận dân cư ý thức kém và chưa nhận thấy ích lợi trực tiếp từ du lịch, liên kết phát triển du lịch như tạo việc làm, bảo tồn giá trị truyền thống, bán hàng hóa cho du khách cải thiện thu nhập.... Ngoài ra, một số người có góc nhìn tiêu cực, chỉ thấy mặt trái của du lịch. Hơn nữa, chính quyền tỉnh cũng còn hạn chế trong việc quan tâm và chia sẻ lợi ích từ hoạt động du lịch, du lịch liên kết với đông đảo cộng đồng dân cư.

** Quan hệ giữa chính quyền địa phương tỉnh Thừa Thiên Huế với chính quyền các tỉnh miền Trung Việt Nam trong liên kết phát triển du lịch*

Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế đã có phân tích cực và chủ động mở rộng, đồng thời tăng cường sự liên kết chặt chẽ và sâu sắc với chính quyền các tỉnh miền Trung Việt Nam. Tất nhiên là xét về khoảng cách địa lý, tiềm năng du lịch và lịch sử liên kết, mỗi nhóm mà Thừa Thiên Huế tham gia sẽ có những mức độ liên kết khác nhau. Nhìn chung, liên kết du lịch ở cấp chính quyền địa phương của Thừa Thiên Huế

với các tỉnh miền Trung Việt Nam chủ yếu diễn ra trên các nội dung: QLNN về du lịch, xây dựng môi trường du lịch; phát triển sản phẩm du lịch; quảng bá, xúc tiến du lịch; hợp tác phát triển nguồn nhân lực du lịch; liên kết phát triển hạ tầng giao thông. Các nội dung liên kết này đã có những thành tựu nhất định, nhất là công tác QLNN về du lịch, hợp tác phát triển sản phẩm du lịch và xúc tiến quảng bá du lịch. Xét thành tựu của mỗi cụm liên kết, cụm Thừa Thiên Huế với Quảng Nam, Đà Nẵng đã mang lại nhiều kết quả tích cực; liên kết của Thừa Thiên Huế với Quảng Trị, Quảng Bình và liên kết 05 địa phương đã có những thành tựu bước đầu; liên kết của Thừa Thiên Huế với các tỉnh/thành phố thuộc vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung ngày càng chặt chẽ và mở rộng liên kết với Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh; liên kết của Thừa Thiên Huế với các tỉnh Bắc Trung bộ đang ngày càng có sự tăng dần về số lượng sản phẩm du lịch mới... Từ đây giúp chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế tích lũy thêm nhiều kinh nghiệm trong công tác QLNN về du lịch, công tác phát triển sản phẩm du lịch, công tác xúc tiến, quảng bá du lịch...; giúp tiết kiệm chi phí khi thực hiện một số hoạt động, thu hút sự tham gia của các bên liên quan, đặc biệt là doanh nghiệp du lịch, tăng cường cạnh tranh lành mạnh, nâng cao hấp dẫn và sự hài lòng của du khách v.v... Những nỗ lực đó góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch Thừa Thiên Huế và các tỉnh/ thành phố miền Trung Việt Nam.

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM

3.3.1. Những thành tựu đạt được và nguyên nhân

3.3.1.1. Những thành tựu đạt được

- *Quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách về phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh miền Trung bước đầu có sự quan tâm của các cấp, các ngành, địa phương.* Tỉnh đã có sự hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm với các tỉnh miền Trung trong công tác quản lý nhà nước về du lịch, đặc biệt chú trọng công tác quy hoạch, quản lý quy hoạch và xây dựng môi trường kinh doanh du lịch chung...

Việc quy hoạch không gian và hạ tầng du lịch trên địa bàn tỉnh được thực hiện tốt, tạo nền tảng cho việc đầu tư và phát triển hạ tầng xã hội. Công tác thực hiện quy hoạch, kế hoạch và chính sách phát triển du lịch cơ bản được triển khai nhanh chóng, phù hợp với đặc thù của tỉnh và các chính sách phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh, tuy nhiên gắn với liên kết các tỉnh trong vùng miền Trung còn chưa mạnh mẽ.

- *Các sản phẩm du lịch liên kết của Thừa Thiên Huế ngày càng đa dạng và chất lượng dần được nâng cao, mang đặc trưng riêng trong chuỗi các sản phẩm như “con đường di sản miền Trung”, “ba địa phương một điểm đến”... Liên kết du lịch của tỉnh*

với các tỉnh miền Trung ngày càng sâu rộng hơn, mở rộng các hình thức mới, tạo sự kết nối và phát triển sản phẩm chung. Những nỗ lực này đã thúc đẩy phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế, giảm sự trùng lặp với các địa phương khác, tiết kiệm chi phí quảng bá và thu hút thêm du khách...

Các sản phẩm du lịch văn hóa di sản của Quần thể di tích cố đô Huế được củng cố và làm mới, cùng với việc phát triển các sản phẩm mang đặc trưng văn hóa Huế như: ca Huế, Nhã nhạc cung đình Huế, áo dài, ẩm thực Huế... Ngoài ra, các sản phẩm du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng, du lịch nhà vườn, du lịch nghỉ dưỡng chữa bệnh, du lịch homestay, du lịch suối thác, đầm phá... đã hình thành rộng khắp các huyện, thị xã. Các chương trình hỗ trợ phát triển du lịch cũng được triển khai nhằm xây dựng đô thị du lịch văn minh, thân thiện và xanh sạch.

Phát triển sản phẩm du lịch liên kết với các tỉnh miền Trung có nhiều điểm nổi bật hơn so với các công tác khác, tỉnh đã phối hợp phát triển các mô hình du lịch liên kết nổi tiếng như “Con đường di sản miền Trung”, “Thừa Thiên Huế - Quảng Nam - Đà Nẵng - Ba địa phương một điểm đến”...

- Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch đã được tăng cường với sự chuyên nghiệp hóa, hiệu quả và thiết thực, đồng thời có sự điều chỉnh phù hợp với từng thời kỳ, đặc điểm các chủ đề, phối hợp thực hiện cùng với các tỉnh trong vùng. Hình ảnh du lịch của Thừa Thiên Huế và các cụm, khu vực liên kết đã được Thừa Thiên Huế và các đối tác trong vùng luân phiên và cùng nhau quảng bá, bằng những phương thức hiện đại. Đặc biệt, việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông minh và quảng bá trên các các trang mạng xã hội, các trang thông tin điện tử... đã đem lại những kết quả quan trọng, góp phần khẳng định, làm nổi bật vị thế của Thừa Thiên Huế và các địa phương liên kết.

- Trong công tác huy động vốn, Thừa Thiên Huế đã đạt được một số thành tựu quan trọng. Dựa trên quy hoạch vùng và tỉnh, chính quyền Thừa Thiên Huế đã phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành và các tỉnh miền Trung tổ chức các hội nghị xúc tiến và huy động vốn đầu tư từ nước ngoài (FDI, ODA) và các nguồn vốn trong nước. Những nỗ lực này đã thu hút được sự quan tâm và đầu tư từ nhiều đối tác, đặc biệt trong các lĩnh vực liên quan đến phát triển hạ tầng phục vụ du lịch. Các dự án đầu tư hạ tầng du lịch trên địa bàn bao gồm xây dựng các khu nghỉ dưỡng, nâng cấp hệ thống giao thông, phát triển các điểm đến du lịch mới được triển khai tạo ra sự phát triển cho ngành du lịch của Thừa Thiên Huế và các tỉnh miền Trung.

- Hệ thống kết cấu hạ tầng xã hội của Thừa Thiên Huế đã và đang được nâng cấp, xây dựng mới, các điểm đầu nối hạ tầng với các tỉnh khác đang được chú trọng tạo điều kiện trong khai thác các tiềm năng du lịch và tăng khả năng liên kết với các địa

phương, các vùng. Về cơ bản, mạng lưới giao thông vận tải của tỉnh đã đảm bảo khả năng kết nối giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh trong vùng, chủ yếu thông qua mạng lưới đường bộ từ quốc lộ đến đường tỉnh, giao thông nông thôn và đô thị.

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch của tỉnh ngày càng được đầu tư và nâng cấp. Những dự án xây dựng khu du lịch, đô thị du lịch, khu du lịch nghỉ dưỡng cao cấp, cùng với các loại hình dịch vụ chất lượng cao tại các khu vực biển, đầm phá, Bạch Mã và Chân Mây - Lăng Cô thu hút sự quan tâm và đầu tư.

- Một số chương trình đào tạo bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch ở Thừa Thiên Huế có sự liên kết, hợp tác giữa các trường đào tạo du lịch với các tỉnh miền Trung. Thừa Thiên Huế và các tỉnh/thành phố liên kết trong vùng thường xuyên chia sẻ thông tin về các khóa học, chương trình đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn về các nghiệp vụ du lịch. Hợp tác trong đào tạo nhằm nâng cao chất lượng lao động trong ngành du lịch được xây dựng theo định hướng, quy chuẩn chung gắn với yêu cầu của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Đối với sử dụng lao động, Thừa Thiên Huế và các địa phương trong Vùng bước đầu có sự phối hợp, đặc biệt là trong việc di chuyển lao động giữa các địa phương.

Nguồn nhân lực du lịch của tỉnh hiện cơ bản đảm bảo về số lượng và tương đối về chất lượng, khá chuyên nghiệp. Số lượng lao động du lịch trong ngành thời gian qua tăng đáng kể, thể hiện du lịch đã góp phần quan trọng vào giải quyết vấn đề việc làm và tạo thu nhập cho cộng đồng. Các trường đào tạo du lịch trên địa bàn như Trường Du lịch - Đại học Huế, Trường Cao đẳng Du lịch Huế đóng góp vai trò quan trọng. Tỉnh cũng đã tận dụng sự hỗ trợ của một số tổ chức và dự án quốc tế để nâng cao kỹ năng cho cán bộ quản lý, các trường đào tạo, cũng như cộng đồng địa phương trong việc phát triển các mô hình du lịch.

- Thừa Thiên Huế đã đạt được những thành tựu đáng kể trong việc đảm bảo an ninh, trật tự và an toàn xã hội, sự thân thiện của người dân địa phương, sự quan tâm tới công tác giữ gìn bản sắc văn hóa, bảo vệ môi trường... không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển du lịch của tỉnh mà còn thúc đẩy quá trình liên kết du lịch với các địa phương khác trong khu vực miền Trung Việt Nam.

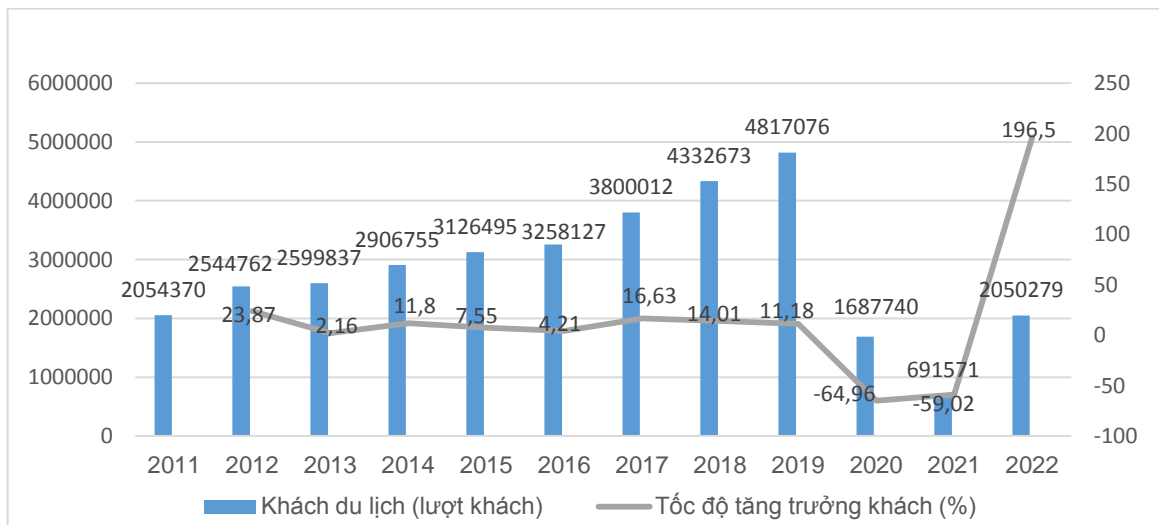
- Những nỗ lực liên kết và hợp tác với các tỉnh miền Trung về du lịch đã mang lại các kết quả đáng chú ý, góp phần tích cực vào sự phát triển của ngành du lịch Thừa Thiên Huế. Các mối liên kết ngày càng đa dạng hơn và dần đi vào chiều sâu, mở ra nhiều hình thức và nội dung liên kết mới, tạo sự kết nối và phát triển các sản phẩm du lịch chung. Các chương trình hợp tác đã nâng cao chất lượng dịch vụ, chia sẻ tài

nguyên và kinh nghiệm quản lý, thu hút ngày càng nhiều du khách. Thành tựu này giúp Thừa Thiên Huế tăng cường vị thế trên bản đồ du lịch Việt Nam và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội vùng miền Trung. Sự gắn kết giữa các địa phương còn trong bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, lịch sử, cảnh quan thiên nhiên, xây dựng môi trường du lịch bền vững và thân thiện trên địa bàn và trong vùng.

Có thể thấy, những thành công trên đã mang lại các kết quả đáng mừng cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam, biểu hiện ở các khía cạnh sau:

- Số lượng và tốc độ tăng trưởng khách du lịch gia tăng qua các năm

Có thể thấy giai đoạn 2011 - 2019 (biểu đồ 3.4), lượng khách du lịch đến tỉnh Thừa Thiên Huế tăng dần theo thời gian, tốc độ tăng trưởng khách bình quân khá cao 11,43%/ năm. Trong đó, một số năm chỉ nhích nhẹ về tốc độ tăng trưởng như: năm 2013 tăng chỉ 2,16% so với năm 2012, năm 2016 tăng 4,21% so với năm 2015. Ba năm, từ 2017-2019 có tốc độ tăng trưởng rất cao bình quân đạt 13,94%/1 năm. Năm 2019, du lịch Thừa Thiên Huế có dấu ấn lớn khi đón được trên 4,8 triệu lượt khách, lập kỷ lục từ trước cho đến nay (gấp gần 60 lần so với năm 1990 với 81.500 lượt).



Biểu đồ 3.4. Lượng khách du lịch và tốc độ tăng trưởng khách du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế [120], [121], [122], [124], [125], [126], [127], [131]

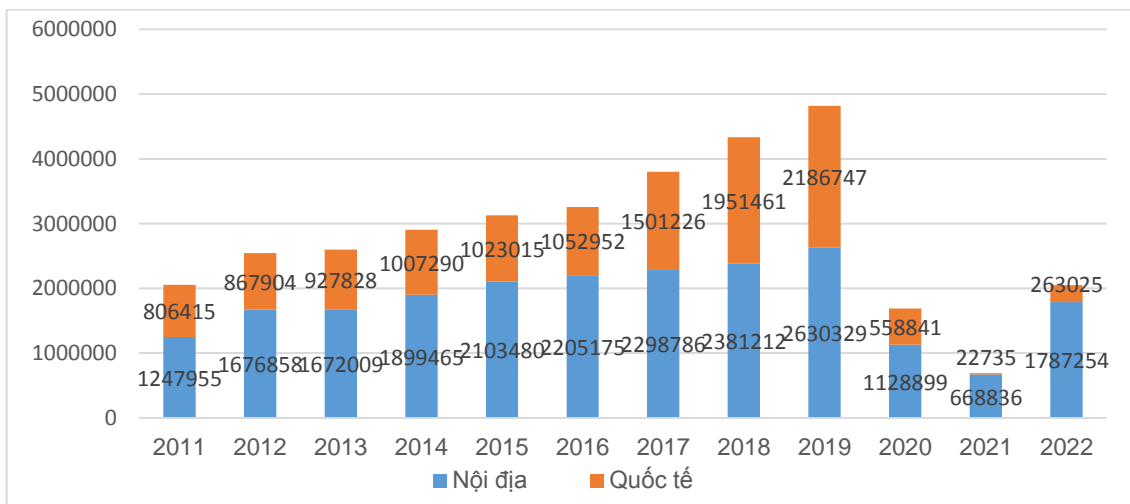
Năm 2020, 2021 là hai năm đặc biệt của du lịch toàn cầu và nước ta với sự bùng phát của dịch bệnh Covid-19 và Thừa Thiên Huế không ngoại lệ. Quan sát biểu đồ 3.4, có thể thấy rằng năm 2020 lượng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế

đã giảm rất sâu xuống chỉ còn 1.687.740 lượt. Năm 2021, con số này giảm xuống thấp hơn nữa chỉ với 691.571 lượt khách. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch trong hai năm này rơi vào mức tăng trưởng âm. Sự suy giảm từ phía cầu tác động đến toàn bộ cung du lịch khiến doanh thu du lịch của tỉnh giảm mạnh và thiệt hại nặng nề, các hoạt động du lịch ngưng trệ, lực lượng lao động liên quan đến lĩnh vực du lịch phải đối mặt với tình trạng thất nghiệp hoặc phải chuyển đổi nghề nghiệp sang lĩnh vực khác... Năm 2022, du lịch có xu hướng phục hồi lại khi dịch bệnh dần được kiểm soát, lượng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế trở lại đạt 2.050.279 lượt khách (tăng 196,5% so với năm 2021).

- Cơ cấu khách du lịch đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022 duy trì khá hợp lý

Cơ cấu khách du lịch đến Thừa Thiên Huế duy trì khá hợp lý. Từ biểu đồ 3.5, cho thấy rõ thị phần khách du lịch nội địa đến Thừa Thiên Huế lớn hơn thị phần khách QT. Thị phần khách du lịch nội địa trung bình thời gian từ 2011-2022 chiếm 67,7% tổng số, thị phần khách quốc tế trung bình chiếm 32,2%. Giai đoạn 2011-2019, lượng khách quốc tế giao động từ 32,3% - 45,4% tổng số; năm 2020, tỷ lệ này đạt 33,1%; năm 2021 tỷ lệ giảm xuống cực thấp, chỉ còn 3,29% tổng lượt khách du lịch. Sang năm 2022, thị trường phục hồi trở lại, lúc này lượng khách quốc tế đã tăng lên đạt 691.571 lượt và khách nội địa đạt 263.025 lượt.

Đơn vị: lượt khách

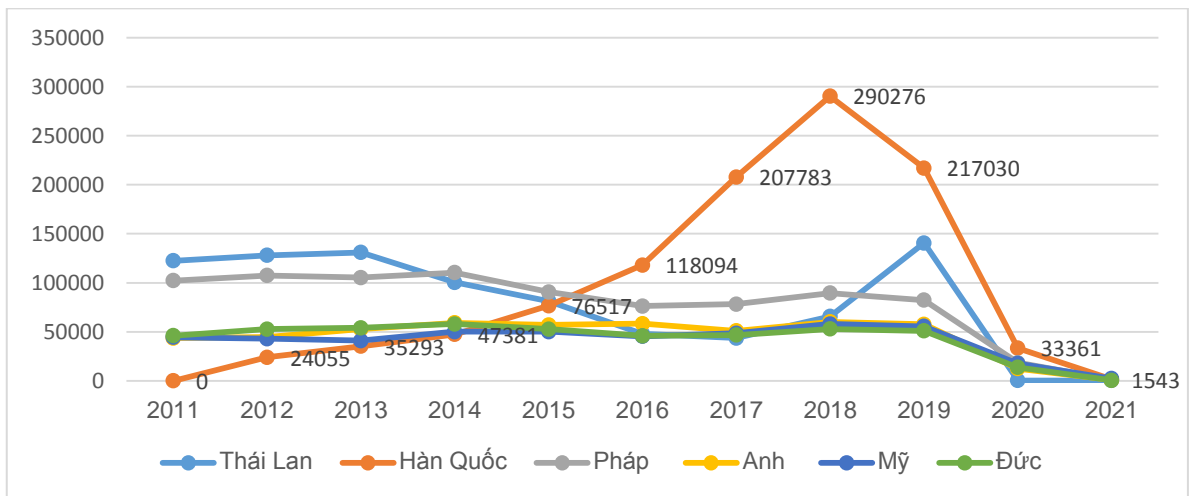


Biểu đồ 3.5. Lượng khách du lịch quốc tế và nội địa đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế [120], [121], [122], [124], [125], [126], [127], [131]

Về thị trường khách quốc tế đến lưu trú tại Thừa Thiên Huế, quan sát biểu đồ 3.6, nếu như từ năm 2015 trở về trước, Thái Lan dần đầu thị trường khách quốc tế (với lượng khách phần lớn các năm đều trên 100 nghìn lượt khách), những năm gần đây, từ năm 2016 khách du lịch Hàn Quốc liên tục duy trì vị trí dẫn đầu (năm 2019 đạt 217.030 lượt khách, chiếm 19,9% tổng thị phần khách quốc tế đến lưu trú). Năm 2019, thị trường khách du lịch Thái Lan quay trở lại và tăng mạnh với lượng là 140.680 lượt khách lưu trú (chiếm 12,9%); một số thị trường truyền thống Tây Âu, Bắc Mỹ giữ mức tăng trưởng ổn định, nằm trong nhóm đầu thị phần khách du lịch đến Huế như Pháp, Anh, Mỹ, Đức...

ĐVT: lượt khách



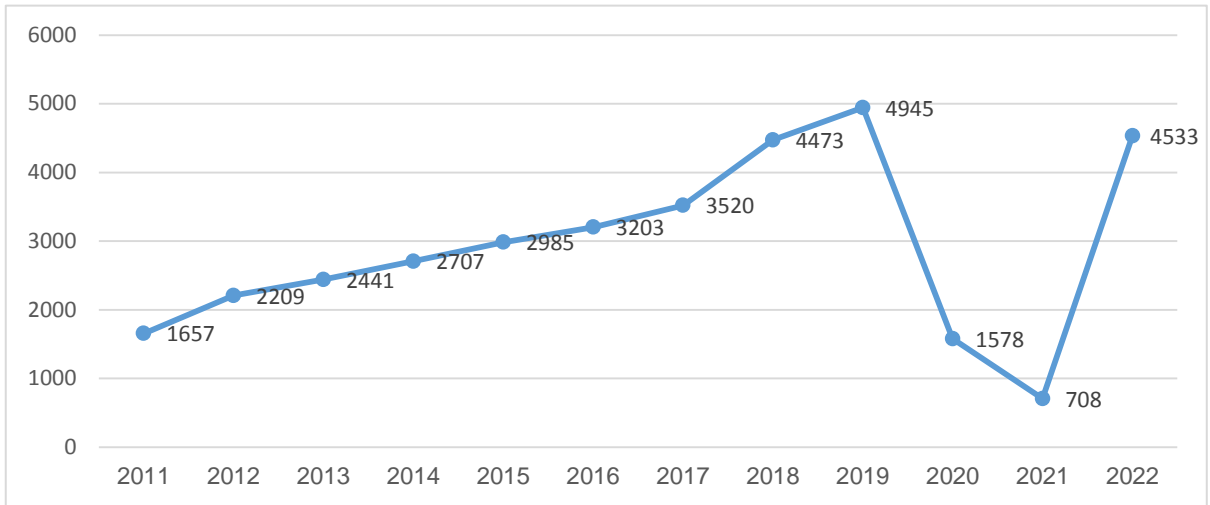
Biểu đồ 3.6. Thị phần khách du lịch từ 6 quốc gia hàng đầu đến lưu trú tại Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022

Nguồn: Tổng hợp số liệu từ Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

- Doanh thu du lịch Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011 - 2022 tăng dần qua các năm

Quan sát biểu đồ 3.7, doanh thu du lịch Thừa Thiên Huế tăng dần qua các năm, năm 2019 doanh thu cao nhất đạt 4.945 tỷ đồng (gấp gần 3 lần so với năm 2011), sau đó năm 2020, 2021 suy giảm nghiêm trọng, năm 2021 chỉ còn 708 tỷ đồng (đạt 14,32% so với năm 2019). Theo tính toán của tác giả thì tốc độ tăng trưởng doanh thu trung bình giai đoạn 2011-2021 là âm 0,34%. Tuy nhiên, từ 2011-2019 tốc độ này là dương và khá cao, bình quân đạt 14,97%/1 năm, nhưng do hai năm 2020, 2021 đại dịch Covid 19 xảy ra, nhiều doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, nhất là mảng nhà hàng, khách sạn, lễ hành phải tạm ngừng hoạt động dẫn đến sụt giảm doanh thu lớn. Năm 2022, doanh thu du lịch tăng nhanh chóng trở lại, đạt 4.533 tỷ đồng.

Đơn vị: tỷ đồng

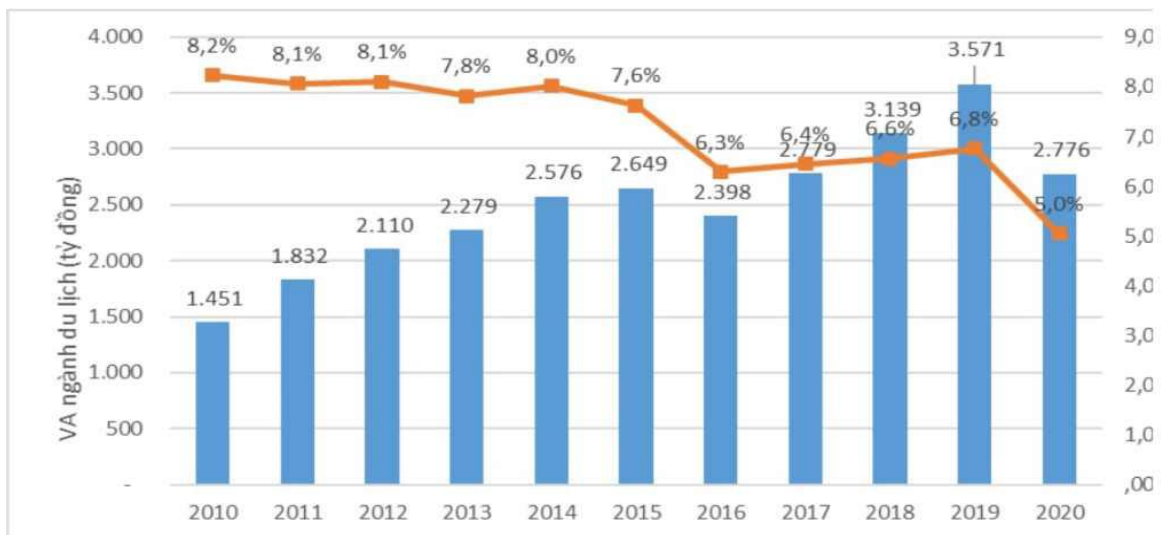


Biểu đồ 3.7. Doanh thu du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2022

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế [120], [121], [122], [124], [125], [126], [127], [131]

- Đóng góp ngày càng tăng của ngành du lịch vào GRDP tỉnh Thừa Thiên Huế

Mức độ đóng góp của ngành du lịch vào GRDP của tỉnh giai đoạn 2011-2020, ta thấy tỷ lệ giá trị gia tăng trung bình đạt 6,8%/năm (yêu cầu của Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về việc biến du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn là từ 10% trở lên). Tuy nhiên, giai đoạn 2011-2015, tỷ lệ này ở Thừa Thiên Huế đạt 7,9% và giai đoạn 2016-2020, tỷ lệ này trung bình đạt 6,2% (biểu đồ 3.8)



Biểu đồ 3.8. Đóng góp giá trị gia tăng của ngành du lịch trong GRDP tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2020

Nguồn: trích từ tài liệu [180]

3.3.1.2. Nguyên nhân của những thành tựu

*** Nguyên nhân khách quan**

- Trong những năm gần đây, Đảng và Nhà nước đã đặc biệt chú trọng phát triển du lịch và phát triển vùng miền Trung, bao gồm Thừa Thiên Huế. Điều này được thể hiện qua nhiều văn kiện quan trọng như: Quyết định số 2743/QĐ-TTg về “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam”; Quyết định số 201/QĐ-TTg về “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030”; Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn”; Quyết định số 147/QĐ-TTg “Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” v.v...

Đối với miền Trung, các văn kiện quan trọng gồm Nghị quyết số 39-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa IX (16/08/2004), Kết luận số 25-KL/TW của Bộ Chính trị khóa XI, gần đây là Nghị quyết số 26-NQ/TW “Về phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải Trung Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”; cùng với đó là các Quy hoạch, Đề án phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ, Duyên hải Nam Trung Bộ, vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung v.v... Thừa Thiên Huế cũng nhận được sự quan tâm đặc biệt qua 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”... Những điều này đã tạo điều kiện thuận lợi đối với phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

- Xu hướng du lịch kết nối và trải nghiệm lên ngôi khi du khách ngày càng ưa thích các hành trình khám phá nhiều điểm đến trong một chuyến đi, điều này tạo động lực cho việc phát triển du lịch liên kết giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh trong vùng nhằm đáp ứng cơ hội trải nghiệm nhiều loại hình du lịch phong phú đa dạng của du khách.

- Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ đã góp phần tạo cơ hội cho phát triển du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh trong vùng khi đã tận dụng tốt các nền tảng kỹ thuật số để quảng bá, tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn, đồng thời công nghệ cũng hỗ trợ việc cung cấp thông tin du lịch liên tỉnh dễ dàng hơn, giúp du khách có được cái nhìn tổng quan hơn và dễ dàng lên kế hoạch cho các chuyến đi kết nối giữa nhiều điểm đến của miền Trung.

- Thừa Thiên Huế có vị trí địa lý thuận lợi và tài nguyên du lịch đặc sắc. Miền Trung sở hữu tiềm năng du lịch phong phú và đa dạng, bao gồm cả tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa, với nhiều di sản thế giới trải khắp các tỉnh trong vùng. Thêm vào đó, khoảng cách giữa các điểm du lịch, vùng du lịch và trung tâm hành chính của các

tỉnh khá gần nhau, cùng với hệ thống giao thông chính khá thuận tiện, tạo điều kiện cho phát triển du lịch liên kết. Những nỗ lực phát triển du lịch trong liên kết, hợp tác với các tỉnh miền Trung đã phần nào mang lại những kết quả đáng chú ý cho ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế.

** Nguyên nhân chủ quan*

- Sự chủ động và tích cực của Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế trong việc cụ thể hóa các chủ trương, chính sách chung về phát triển du lịch và liên kết vùng để phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước.

- Sở Du lịch và Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch tỉnh đã có nhiều nỗ lực để hoàn thành các nhiệm vụ về QLNN đối với phát triển du lịch và liên kết du lịch với các tỉnh miền Trung, mặc dù phải đối mặt với thách thức về sự hạn chế trong nguồn nhân lực quản lý.

- Chất lượng nhân lực du lịch trong những năm qua đã có những bước cải thiện rõ rệt. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch mà còn góp phần quan trọng của phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung của Thừa Thiên Huế.

3.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

3.3.2.1. Những hạn chế

- Tỉnh chưa có quy hoạch chuyên biệt về phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Hầu như nội dung liên kết du lịch với các tỉnh miền Trung được đề cập thành một phần nhỏ trong các quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh. Điều đó thể hiện hoạt động liên kết với các tỉnh trong vùng chưa mang tính hệ thống và có tầm chiến lược. Các tỉnh chủ yếu thực hiện theo các cam kết đã ký kết trước đó, luân phiên xây dựng kế hoạch liên kết du lịch của cụm/vùng, mỗi khi có những hoạt động cụ thể, tỉnh xây dựng kế hoạch liên kết với các địa phương.

Đối với quy hoạch phát triển du lịch của tỉnh, giống như nhiều tỉnh/thành phố khác trên cả nước, Thừa Thiên Huế chủ yếu tự xây dựng và trình Chính phủ mà chưa có những nghiên cứu hay tham khảo từ các địa phương liên kết. Các quy hoạch này thường chậm được điều chỉnh so với sự phát triển của thực tiễn và yêu cầu phát triển du lịch liên kết. Tương tự, tỉnh hiện chỉ có các chính sách chung cho phát triển du lịch, hầu như các chính sách đặc thù cho liên kết phát triển du lịch còn mờ nhạt.

- Tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch của tỉnh đảm bảo về mặt kết cấu nhưng nhân lực chưa đủ số lượng cho yêu cầu công việc. Chưa có cán bộ chuyên trách về công tác liên kết, nhất là công tác liên kết du lịch với các tỉnh miền Trung.

- *Vẫn thiếu các sản phẩm du lịch liên kết độc đáo và mới lạ.* Mặc dù Thừa Thiên Huế có rất nhiều tiềm năng du lịch, nhưng chưa được khai thác hết cho phát triển du lịch liên kết. Các sản phẩm du lịch như du lịch cộng đồng, du lịch đầm phá, du lịch nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe còn nhỏ lẻ, thiếu quy mô, dịch vụ chưa đồng bộ, thiếu các thương hiệu du lịch đẳng cấp, tầm cỡ. Những sản phẩm mới mang bản sắc Huế chỉ mới được quan tâm bước đầu. Nhiều sản phẩm du lịch, chủ yếu là du lịch biển trùng lặp với các tỉnh liên kết, thiếu ý tưởng độc đáo và còn nghèo nàn, đơn điệu. Sự liên kết còn chấp vá, thiếu phối hợp tạo nên sản phẩm du lịch quy mô cấp vùng dựa trên tài nguyên du lịch tương đồng.

- *Xúc tiến quảng bá du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung có nhiều chuyển biến tốt theo thời gian, đã có những đổi mới về hình thức, nội dung và chất lượng nhưng chưa tạo nhiều đột phá, tính chuyên nghiệp và hiệu quả chưa cao, chưa được quan tâm đúng mức, xúc tiến quảng bá du lịch liên kết trên các kênh còn hạn chế về cả số lượng và chất lượng, chưa tạo được thương hiệu du lịch miền Trung, chưa làm nổi bật phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh trong vùng.*

- *Các nguồn lực cho phát triển du lịch, mà nhất là phần dành cho hoạt động liên kết để phát triển du lịch còn thiếu hụt.*

Huy động nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung còn khó khăn chưa có nhiều nhà đầu tư, hay doanh nghiệp lớn có tiềm lực đủ mạnh để tạo nên những sản phẩm du lịch thực sự khác biệt, có quy mô cấp vùng, thúc đẩy tạo động lực tăng trưởng đột phá cho ngành du lịch Thừa Thiên Huế và vùng. Đầu tư ở một số dự án du lịch trên địa bàn tỉnh còn chưa hiệu quả, còn kéo dài nhiều năm, do tình hình dịch bệnh và một số nguyên nhân khác. Điều này đã gây khó khăn cho việc phát triển các sản phẩm du lịch liên kết và các sản phẩm du lịch mới ở Thừa Thiên Huế và vùng. Tỉnh còn thiếu các chính sách ưu đãi cho các nhà đầu tư, doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch liên kết.

Nhân lực QLNN về du lịch hạn chế về số lượng, còn hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết, trong khi phải đảm đương quá nhiều nhiệm vụ liên quan, trên địa bàn tỉnh chưa có nhân sự chuyên trách công tác liên kết phát triển du lịch với các tỉnh trong vùng. Chất lượng nhân lực ngành du lịch tỉnh còn hạn chế, thiếu đội ngũ quản lý và chuyên gia giỏi. Lao động trực tiếp trong ngành du lịch có trình độ chuyên môn và phong cách làm việc chưa thật sự chuyên nghiệp, kỹ năng marketing và ngoại ngữ chưa đáp ứng tốt nhu cầu của ngành. Lực lượng lao động gián tiếp chưa được đào tạo thường xuyên, một số có nhận thức và kỹ

năng còn hạn chế. Nhân lực chất lượng cao chưa tương xứng với tiềm năng, chế độ đãi ngộ còn thấp khiến lao động di chuyển đến địa phương khác hoặc ra nước ngoài. Liên kết đào tạo giữa Thừa Thiên Huế và các tỉnh trong vùng chưa có nhiều đột phá.

Kết cấu hạ tầng tại một số điểm du lịch trong tỉnh vẫn chưa đầy đủ, chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu của sự phát triển, hạ tầng giao thông kết nối giữa tỉnh và các tỉnh miền Trung chưa đảm bảo tính đồng bộ và hiện đại, các điểm đầu nối chưa được cải thiện nhiều. Giao thông nội tỉnh với tiến độ triển khai các tuyến đường quan trọng nối liền giữa thành phố Huế với các điểm du lịch ven biển còn chậm trễ, kéo dài nhiều năm, làm lỡ cơ hội cho sự phát triển du lịch. Các bến thuyền sông Hương, đầm phá chưa đảm bảo tốt yêu cầu phục vụ, vì thế chưa tận dụng hết tiềm năng của du lịch đường sông, đầm phá. Mạng lưới các chuyến bay nội địa đến và đi từ Thừa Thiên Huế còn hạn chế. Công tác bảo tồn, tôn tạo di tích còn chậm; quản lý, khai thác các giá trị di sản hiệu quả chưa cao, chậm đổi mới mô hình hoạt động, các di tích văn hóa chỉ mới khai thác được một phần ở những điểm cũ... Hạ tầng vùng ven biển chất lượng chưa cao; đường giao thông đến một số điểm có tài nguyên du lịch chưa được nâng cấp, mở rộng, nhất là những nơi xa trung tâm thành phố và các địa điểm tập trung đông dân cư; hạ tầng giao thông, thủy lợi, cấp nước, xử lý môi trường tại các khu vực ven biển và đầm phá còn thiếu đồng bộ v.v... Vì vậy gây nhiều trở ngại cho phát triển du lịch nội tại của Thừa Thiên Huế cũng như kết nối các điểm du lịch ở các tỉnh trong vùng và ngoại vùng.

Hệ thống cơ sở lưu trú, dịch vụ ăn uống, vận chuyển, mua sắm, vui chơi giải trí phát triển còn chậm; mẫu mã hàng thủ công mỹ nghệ, lưu niệm chưa phong phú, chưa có các trung tâm giới thiệu sản phẩm đặc sản Huế và hàng lưu niệm phục vụ du khách. Các điểm vui chơi giải trí ở Thừa Thiên Huế còn nhỏ lẻ, thiếu điểm nhấn, chưa có các điểm vui chơi đẳng cấp, xứng tầm, các điểm vui chơi và giải trí về đêm chưa hấp dẫn...

-. Công tác kiểm tra và đánh giá chưa được triển khai một cách thường xuyên, thường chỉ được thực hiện theo từng đợt, công tác xử lý các vi phạm chưa thật nghiêm túc và đủ mạnh dẫn đến tình trạng tái phạm, một số trường hợp kéo dài gây ảnh hưởng xấu đến chất lượng dịch vụ du lịch. Công tác quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm và đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch, nhất là ở các điểm du lịch sinh thái như suối, thác, sông, hồ, biển vẫn chưa đảm bảo toàn diện. Tình trạng tranh giành khách, nói thách, chèo kéo vẫn còn khá phổ biến. Nhân sự thực hiện công tác thanh, kiểm tra của tỉnh mỏng, chưa có sự phối hợp công tác này với các tỉnh miền Trung, mà chủ động thực hiện tại địa phương mình theo các quy định của Nhà nước.

- Công tác đảm bảo lợi ích cho các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung, về cơ bản chưa có các mâu thuẫn, xung đột quá lớn giữa các chủ thể với nhau. Tuy nhiên, phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung thời gian qua chưa có nhiều chuyển biến mạnh mẽ. Nhiều dự án du lịch chậm tiến độ, chưa tạo thêm nhiều việc làm và thu hút thêm nhiều lao động du lịch. Cơ chế tiền lương và thu nhập còn bất cập nên dẫn đến sự dịch chuyển lao động. Lượng khách đến Huế có gia tăng nhưng chưa đột phá, còn thấp so với nhiều tỉnh trong vùng, số ngày lưu trú ở tỉnh còn thấp... Do đó, thu nhập người lao động, lợi nhuận của các doanh nghiệp và những đóng góp du lịch vào GRDP của tỉnh chưa có nhiều thay đổi đáng kể.

- Hoạt động liên kết giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung trong lĩnh vực du lịch còn đối mặt với nhiều hạn chế. Liên kết giữa Thừa Thiên Huế - Quảng Nam - Đà Nẵng được đánh giá cao, các liên kết khác chỉ mới ở mức độ ban đầu, các ràng buộc chưa đủ mạnh, chỉ thường dừng lại ở mức cam kết, thỏa thuận, thiếu cơ chế phối hợp hiệu quả, còn mang tính hình thức; các mối liên kết chưa đủ chặt chẽ, chưa phát huy được sức mạnh của sự kết nối phạm vi liên kết chưa thực sự mở rộng đến tất cả các địa phương miền Trung. Tình trạng “mạnh ai, nấy làm” vẫn diễn ra phổ biến, sự góp sức và chia sẻ giữa các địa phương trong vùng liên kết còn thiếu. Nội dung của các liên kết chưa đa dạng và sâu sắc, một số điểm chưa được thống nhất và triển khai, chỉ tập trung chủ yếu vào công tác trao đổi kinh nghiệm về QLNN, xúc tiến và quảng bá du lịch. Sự liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch của Thừa Thiên Huế với các tỉnh khác thuộc vùng chủ yếu dựa vào việc ký kết hợp đồng một lần hoặc không thường xuyên (chỉ khi có nhu cầu mới phát sinh). Mặc dù có những bước đầu trong hình thành các sản phẩm du lịch chung, nhưng chưa xuất hiện thêm nhiều mô hình liên kết du lịch có thương hiệu nổi bật.

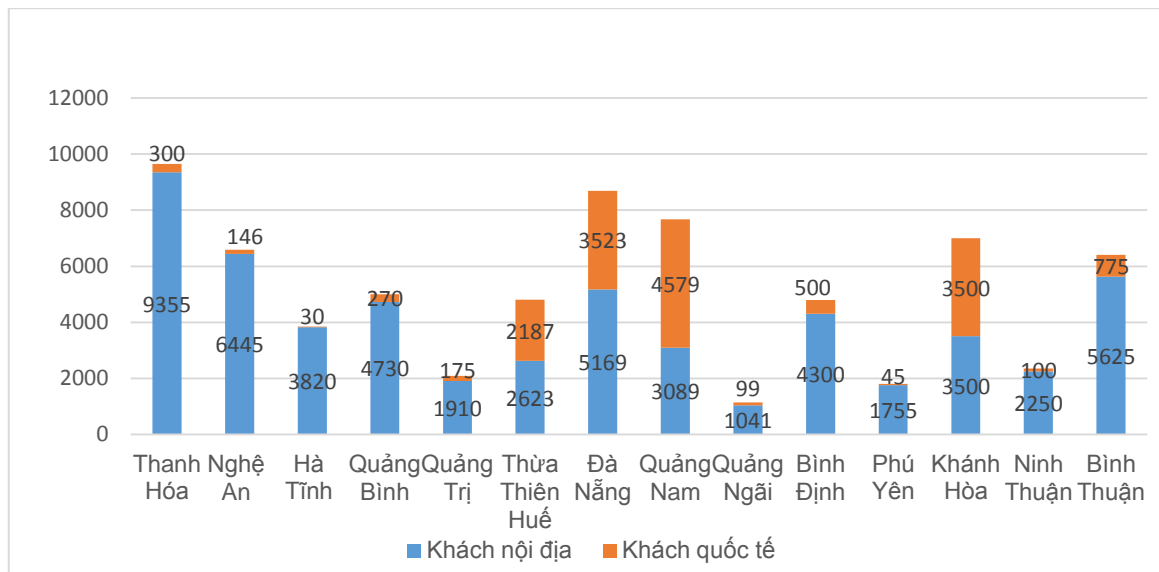
Những hạn chế nêu trên dẫn đến những bất cập, thách thức cụ thể sau:

Phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế so sánh của tỉnh, cũng như những lợi thế của vùng miền Trung Việt Nam. Có thể thấy, Thừa Thiên Huế có các bãi biển đẹp nhưng hạ tầng lưu trú còn thiếu, du lịch đậm phá chưa khai thác được những sản phẩm hấp dẫn, ẩm thực của Thừa Thiên Huế ngon, nhưng không có chợ ẩm thực như một số nước Đông Nam Á... quy mô hoạt động du lịch vẫn đang gặp nhiều hạn chế, chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu du khách và chưa đủ hấp dẫn để thu hút một lượng lớn khách du lịch quốc tế. Thời gian lưu trú bình quân của khách du lịch vẫn còn thấp, năng lực giữ

khách chưa cao, dịch vụ bổ sung chưa lôi cuốn. Miền Trung có nhiều tiềm năng du lịch phong phú và đặc sắc nhưng Thừa Thiên Huế và các tỉnh trong vùng chưa tạo được nhiều mối quan hệ có chiều sâu và chất lượng để thúc đẩy du lịch địa phương và vùng phát triển hiệu quả.

Lượng khách du lịch đến Thừa Thiên Huế nhìn chung còn khá thấp so với các tỉnh trong vùng. Quan sát biểu đồ 3.9, ta có thể thấy, năm 2019, lượng khách đến các tỉnh Đà Nẵng, Quảng Nam, Thanh Hóa, Khánh Hòa, Bình Thuận cao, ngược lại đến Thừa Thiên Huế chỉ ở mức trung bình. Tỷ lệ khách của Thừa Thiên Huế chỉ đạt 55,3 so với Đà Nẵng, 62,7% so với Quảng Nam và 68,7% Khách Hòa.

Đơn vị: người



Biểu đồ 3.9. Tổng số lượt khách du lịch đến Thừa Thiên Huế và các tỉnh miền Trung Việt Nam năm 2019

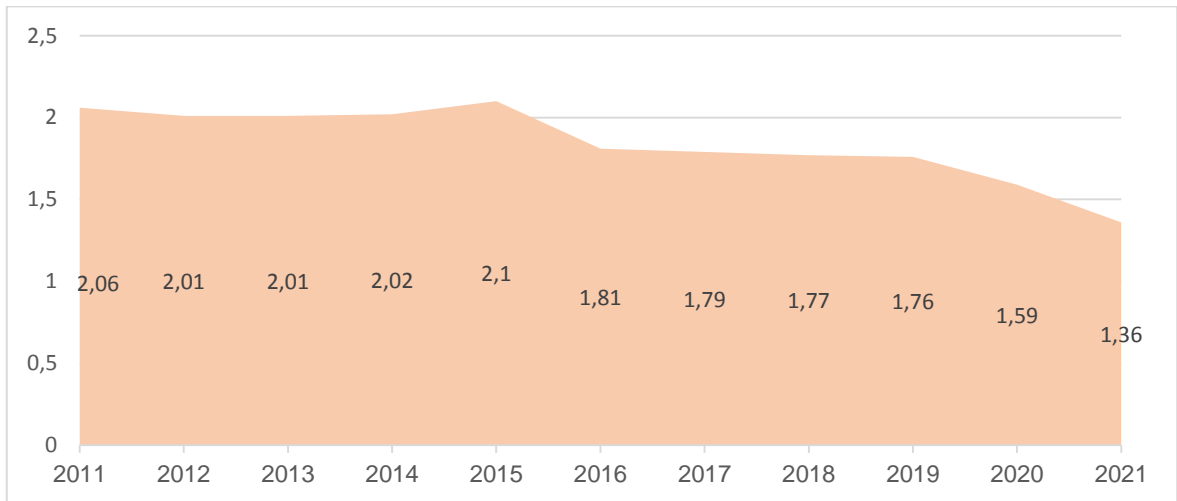
Nguồn: trích từ tài liệu [166]

Tỷ lệ khách lưu trú, thời gian lưu trú và chi tiêu của khách đến Thừa Thiên Huế còn thấp.

Tỷ lệ khách lưu trú: Giai đoạn từ 2011-2019 lượng khách đến Thừa Thiên Huế tăng dần qua các năm, nhưng tỷ lệ khách lưu trú trên tổng lượng khách du lịch không tăng mà có sự biến động theo xu hướng giảm dần, chẳng hạn năm 2011 tỷ lệ này là 78,09%, năm 2015 là 56,84%, năm 2017 là 48,63%, năm 2019 mặc dù lượng khách du lịch đạt kỷ lục nhưng tỷ lệ lưu trú trong tổng khách chỉ đạt 46,6%. Các năm 2020, 2021 tỷ lệ này tăng và giao động trên 60% nhưng không thể phản ánh hoàn toàn một xu hướng vì do tác động của yếu tố dịch bệnh Covid.

Số ngày khách du lịch lưu lại ở Thừa Thiên Huế thời gian qua không tăng lên mà có xu hướng giảm xuống dần. năm 2011, số ngày lưu trú bình quân là 2,06 ngày/khách, năm 2014 giảm còn 2,02 ngày/khách và các năm sau đó đều dưới 2,0 ngày/khách. Năm 2019 dù lượng khách đạt kỷ lục, nhưng ngày lưu trú của khách chỉ đạt 1,77 ngày/khách (xem biểu đồ 3.10). Điều này cho thấy vấn đề kéo thời gian lưu trú của du khách chưa được cải thiện đáng kể, cần phải được lưu tâm hơn, bởi số ngày lưu trú càng nhiều thì doanh thu du lịch càng cao, lợi nhuận càng lớn, doanh nghiệp và người dân càng được lợi.

Đơn vị: ngày



Biểu đồ 3.10. Ngày lưu trú trung bình/ 1 khách đến Thừa Thiên Huế giai đoạn 2011-2021

Nguồn: Tổng hợp và tính toán số liệu từ Sở du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế [120], [121], [122], [124], [125], [126], [127], [131]

3.3.2.2. Nguyên nhân của những hạn chế

* Nguyên nhân khách quan

- Về cơ chế, chính sách: Tuy những năm gần đây chủ trương, đường lối của Đảng và nhà nước đã quan tâm nhiều đến vấn đề liên kết kinh tế vùng. Nhưng những chính sách của nhà nước hỗ trợ phát triển du lịch trong liên kết chưa được quan tâm rõ rệt.

- Hệ thống các tiêu chuẩn, quy định của nhà nước về phát triển du lịch liên kết còn thiếu; chưa có sự cụ thể hóa rõ theo đặc thù vùng, hay từng địa phương dẫn đến sự lúng túng trong hợp tác, liên kết giữa các tỉnh. Bên cạnh đó, thiếu cơ chế điều phối cấp vùng đủ mạnh để các hoạt động liên kết, phối hợp giữa chính quyền các tỉnh miền

Trung đi vào khuôn khổ, đảm bảo theo những tiêu chí, tuân thủ những nguyên tắc, ràng buộc nhất định, có sự giám sát chặt chẽ và thực sự hiệu quả.

- Thiếu nguồn lực đầu tư cho phát triển hạ tầng du lịch liên kết đảm bảo tính đồng bộ, hiện đại. Hầu như nguồn lực đầu tư cho cơ sở hạ tầng và hỗ trợ đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chủ yếu dựa vào ngân sách Trung ương, tuy nhiên việc phân bổ ngân sách theo tuyến TW - địa phương, chứ ko phân bổ cấp vùng.

- Một số tỉnh thuộc khu vực miền Trung Việt Nam còn chưa quan tâm đúng mức tới phát triển du lịch liên kết với các tỉnh trong vùng, áp lực cạnh tranh giữa các địa phương trong vùng ngày càng gay gắt có phần kìm hãm hợp tác, những rập khuôn mô thức nhận thức từ trước vẫn còn tồn tại (như các tỉnh bạn có cảng, mình cũng phải có, tỉnh bạn có sân bay mình cũng phải có sân bay...) nên các hoạt động phát triển du lịch liên kết chưa hiệu quả.

- Thừa Thiên Huế và miền Trung thuộc vùng có thời tiết khí hậu khá khắc nghiệt, mưa bão diễn ra thường xuyên khi vào mùa. Nơi có địa hình đồng bằng hẹp, đồi núi lan ra gần sát biển, tỉnh nào cũng có biển... là những tương đồng về đặc thù sinh thái, cảnh quan thiên nhiên, gây trở ngại cho việc phát triển du lịch liên kết giữa các tỉnh trong vùng.

- Sự bùng phát của dịch bệnh Covid - 19, tác động của những biến động chính trị phức tạp trên thế giới với tình hình khủng hoảng chính trị ở châu Âu, tình hình biển Đông căng thẳng, cùng những âm mưu và thủ đoạn diễn biến hòa bình của các thế lực thù địch đã gây ra những tác động đến quá trình quản lý, xây dựng và phát triển văn hóa, du lịch trên địa bàn tỉnh và vùng, gây ảnh hưởng sâu rộng đến liên kết du lịch ở miền Trung Việt Nam.

** Nguyên nhân chủ quan*

- Chính quyền tỉnh chưa quan tâm đúng mức đến phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung, thể hiện ở việc thiếu các quy hoạch/ đề án về phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh miền Trung; các định hướng, mục tiêu cụ thể về liên kết với các tỉnh miền Trung trong các quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch còn đề cập chung chung, chậm điều chỉnh để thích hợp với những chuyển biến trên thực tế; chưa ban hành các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch liên kết một cách rõ nét, mà chủ yếu là những chính sách phát triển du lịch nói chung.

- Vai trò quản lý của chính quyền địa phương còn chưa đáp ứng yêu cầu của phát triển du lịch trong liên kết. Tỉnh chưa có các biện pháp và phương thức hiệu quả để quản lý liên kết phát triển du lịch với các tỉnh trong vùng, dẫn đến tình trạng chùng

chéo trong việc tham gia nhiều nhóm liên kết trong vùng và thiếu sự sắp xếp hợp lý, khoa học đã làm giảm hiệu quả của các hoạt động liên kết.

- Nhận thức của người dân, doanh nghiệp về phát triển du lịch trong liên kết còn nhiều hạn chế, chưa thực sự quan tâm và tham gia tích cực trong các hoạt động này.

- Sự phối hợp giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch liên kết chưa chặt chẽ. Điều này dẫn đến việc thiếu sự đồng thuận và hợp tác trong triển khai các chương trình phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết vùng.

- Doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở Thừa Thiên Huế lực lượng còn mỏng, quy mô đa số là vừa và nhỏ, năng lực hạn chế, thiếu nhà đầu tư lớn. Chưa có chính sách khuyến khích và ưu đãi đầu tư du lịch hiệu quả để thu hút những nhà đầu tư chiến lược vào phát triển du lịch liên kết. Nhiều vướng mắc của doanh nghiệp chưa được giải quyết triệt để. Dịch bệnh Covid-19 khiến nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa phải đóng cửa gây cản trở hoạt động du lịch liên kết.

- Tư duy về đẩy mạnh phát triển du lịch trong liên kết, nhận thức về vị trí, vai trò của nó còn mờ nhạt. Thay vì hợp tác để tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo và hấp dẫn, Thừa Thiên Huế và các tỉnh miền Trung vẫn chưa chuyển đổi tư duy từ “điểm du lịch” thành “vùng du lịch”, hợp tác thay vì cạnh tranh nhau để cùng tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo, thu hút du khách, vì vậy dẫn đến sự phân tán nguồn lực và hiệu quả không cao.

- Kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch liên kết với các tỉnh miền Trung của các bộ QLNN còn khá hạn chế. Việc bồi dưỡng, đào tạo và hỗ trợ bồi dưỡng, đào tạo nhân lực cho công tác QLNN đối với phát triển du lịch, liên kết phát triển du lịch vẫn còn những bất cập, chưa đáp ứng nhu cầu thực tiễn về phát triển du lịch liên kết.

- Công tác thống kê du lịch của Thừa Thiên Huế và các tỉnh trong vùng còn nhiều hạn chế. Hiện nay, mỗi tỉnh áp dụng phương thức thống kê du lịch không hoàn toàn giống nhau, dẫn đến việc đối chiếu, so sánh và đánh giá tình hình phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế và các địa phương khác trong vùng không rõ ràng và khó chuẩn xác.

Chương 4
PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH
Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG
VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045

4.1. PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ
TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030,
TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045

4.1.1. Bối cảnh mới ảnh hưởng đến phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế
trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

** Bối cảnh quốc tế và trong nước*

Du lịch là một ngành có tính nhạy cảm rất lớn trước những biến động của tự nhiên, kinh tế, chính trị, xã hội. Những năm tiếp đến, tình hình thế giới và Việt Nam vừa có những thuận lợi, thời cơ và những khó khăn, thách thức đan xen.

Xu thế lớn vẫn là hòa bình, hợp tác, phát triển, nhưng thế giới cũng đứng trước nhiều khó khăn, trở ngại và thách thức. Toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế vẫn tiếp diễn và phát triển nhưng có nhiều trở ngại. Vị trí chiến lược của khu vực châu Á - Thái Bình Dương ngày càng quan trọng. Tại Đông Nam Á, trên Biển Đông, tình hình an ninh chính trị, diễn biến tranh chấp vẫn tiếp tục xảy ra phức tạp. Biến đổi khí hậu, dịch bệnh, thiên tai khôn lường vấn đề an ninh chính trị, trật tự, an toàn xã hội và bảo vệ chủ quyền quốc gia còn nặng nề, gây ảnh hưởng lớn đến sản xuất, đời sống và hoạt động du lịch. Thêm vào đó, các vấn đề an ninh phi truyền thống khác, đặc biệt là vấn đề an ninh mạng ngày càng có những tác động mạnh, trên nhiều mặt nhiều mặt, làm đe dọa nghiêm trọng đến sự ổn định của phát triển [47]. Sự suy thoái kinh tế toàn cầu do dịch bệnh Covid-19 cần có thời gian phục hồi. Nhiều đột phá trên các lĩnh vực và nhiều thời cơ cũng như thách thức đặt ra với các quốc gia từ cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế sẽ ngày càng sâu rộng. Trong tương lai, việc di chuyển thuận lợi của khách du lịch quốc tế sẽ làm nguồn khách này ngày càng gia tăng. Đồng thời, sự chuyển dịch việc làm trong lĩnh vực du lịch giữa các quốc gia thành viên, theo tiêu chuẩn chung từ các tổ chức như (tổ chức du lịch thế giới UNWTO, FTA thế hệ mới, Cộng đồng Kinh tế ASEAN...), sẽ đặt ra nhưng yêu cầu rất cao về trình độ và chất lượng lao động ngành du lịch của Việt Nam.

Sau đại dịch Covid -19, ngành du lịch của các quốc gia, nhất là Việt Nam phải nhìn nhận rõ vai trò cốt yếu của thị trường nội địa, thị trường du lịch quốc tế cần thời

gian khôi phục lâu hơn. Từ tác động của các biến số ngoại sinh, ngành du lịch của các địa phương cần xác định chiến lược đồng bộ với sự phát triển của nội lực thì phải hướng đến một tầm nhìn “liên kết, hành động và cùng phát triển” để đạt được những thành tựu lớn hơn, lâu dài và bền vững hơn.

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư dựa trên nền tảng số hóa và kết nối sẽ là xu thế toàn cầu. Điện thoại thông minh, mạng xã hội và các ứng dụng trên internet ngày càng trở nên phổ biến, lĩnh vực du lịch xuất hiện những công nghệ tiên tiến nhất như: trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ 3D, internet kết nối vạn vật (IoT), điện toán đám mây, Blockchain, Big Data, công nghệ thực tế ảo và thực tế tăng cường (AR, VR)... làm thay đổi các chương trình công nghệ hóa ngành du lịch, khiến ngành này ngày càng hiện đại hơn và thông minh hơn, khiến phương thức tiếp cận, cũng như chia sẻ thông tin của du khách thay đổi, khiến cách thức quản lý, mô hình và phương thức quản lý của cả doanh nghiệp và cơ quan QLNN về du lịch cũng phải có nhiều thay đổi để thích ứng với điều này... Với việc tạo ra *du lịch trực tuyến/ du lịch điện tử* (Online tourism/ E-tourism) và giai đoạn tiếp theo là *Du lịch thông minh* (Smart tourism) và cuối cùng là *Du lịch 4.0* là mục tiêu của sự phát triển du lịch trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Từ đó diện mạo ngành du lịch sẽ có nhiều chuyển biến vô cùng mạnh mẽ trong tương lai [3].

Trong những năm gần đây, nhờ những lợi ích mang lại cho môi trường và sức khỏe của con người, cũng như khả năng mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách, thúc đẩy ngành du lịch tiến tới sự bền vững và hiệu quả, du lịch xanh trở thành xu hướng phát triển quan trọng. Ở Việt Nam, du lịch xanh đã được thúc đẩy qua những chủ trương, đường lối của Đảng và các quy định của Nhà nước như “Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020” (năm 2014); “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” (năm 2020); Nghị quyết 82/NQ-CP (ngày 18/5/2023) “Về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững”... Trong “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” có quan điểm: "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". Tại Nghị quyết 82/NQ-CP (ngày 18/5/2023) của Chính phủ “Về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững” đã giao Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch “xây

dựng và triển khai Chương trình hành động du lịch xanh giai đoạn 2023 - 2025, bảo vệ môi trường tự nhiên và xã hội tại các điểm đến du lịch trọng điểm theo định hướng “Điểm đến du lịch xanh, sạch, đẹp, văn minh, thân thiện” ... [2].

Tình hình kinh tế vĩ mô và chính trị ổn định tiếp tục là nền tảng quan trọng thúc đẩy đất nước phát triển. Việt Nam ngày càng hội nhập quốc tế sâu, rộng và phải chấp nhận chia sẻ thị trường với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, đồng thời cũng không phải là quốc gia duy nhất tìm cách khai thác các lợi ích từ du lịch. Quá trình đô thị hóa ở Việt Nam ngày càng diễn ra nhanh hơn. Một số dự án quy mô lớn đầu tư vào khu vực duyên hải Nam Trung Bộ và Vùng Bắc Trung bộ, bao gồm các khu công nghiệp, khu du lịch, khu kinh tế ven biển, kinh tế biển đã được thu hút vào. *Chiến lược phát triển KT-XH Việt Nam 10 năm tới (2021-2030)* đã nhấn mạnh khi phát triển du lịch vùng Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung cần phải: “Tăng cường liên kết vùng, tiếp tục hình thành, phát triển hệ thống đô thị ven biển, các trung tâm du lịch biển, du lịch sinh thái mang tầm khu vực và quốc tế” [48]. *Nghị quyết số 26-NQ/TW của Bộ Chính trị* “Về Phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải Trung Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045” có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với miền Trung và ngành du lịch. Mở ra triển vọng một tương lai đổi mới và phát triển mạnh mẽ cho sự phát triển của vùng nói chung và Thừa Thiên Huế nói riêng.

“*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” đã nhấn mạnh nội dung quan trọng và xuyên suốt trong phát triển du lịch Bắc Trung Bộ là chú trọng phát triển du lịch tham quan nghiên cứu di sản thế giới và văn hóa - lịch sử; đẩy mạnh liên kết, hợp tác nội vùng, liên vùng và quốc tế. Quy hoạch chỉ rõ: thành phố Huế là trung tâm du lịch lớn nhất vùng Bắc Trung Bộ (...) [151]. “*Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*” đã định hướng thành phố Huế (cùng với Đà Nẵng và Quy Nhơn) “(...) trở thành các trung tâm du lịch, thương mại và giao dịch quốc tế lớn của Vùng và cả nước, đảm nhận chức năng dịch vụ thương mại và trung tâm du lịch cho cả khu vực Miền Trung và Tây Nguyên” [152]. Gần đây, ngày 04/05/2024, Quyết định số 376/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ phê duyệt “*Quy hoạch vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*” có ý nghĩa quan trọng mang tầm chiến lược với tầm nhìn dài hạn trong kết nối vùng và quốc gia, thúc đẩy sự phát triển toàn diện, tạo động lực to lớn và tạo nền tảng cho sự phát triển KT-XH nói chung và đặc biệt là lĩnh vực du lịch nói riêng ở khu

vực miền Trung. Quy hoạch này định hướng du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của vùng, với ba khu vực động lực du lịch quốc gia (gồm: khu vực 1 là Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An; khu vực 2 là Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam; khu vực 3 là Khánh Hòa - Lâm Đồng - Ninh Thuận - Bình Thuận); định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng; định hướng tăng cường liên kết vùng... [155]. Cùng với đó Quyết định số 147/QĐ-TTg (2020) của Thủ tướng Chính phủ: “*Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*”; Quyết định số 1685/QĐ-TTg (2019) của Thủ tướng Chính phủ: *Phê duyệt đề án “Cơ cấu lại ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn”* v.v... Những văn bản trên tạo cơ sở pháp lý và là định hướng quan trọng thúc đẩy liên kết và phát triển du lịch khu vực miền Trung Việt Nam, thể hiện vai trò quan trọng của Nhà nước trong xây dựng chiến lược, đồng thời điều hành, thúc đẩy, hỗ trợ và đảm bảo sự hợp tác hiệu quả giữa các địa phương trong vùng và sự phát triển đồng bộ du lịch khu vực miền Trung.

Nghị quyết 54-NQ/TW (10/12/2019) của Bộ Chính trị “*Về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*” đã xác định: “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, với đặc trưng văn hóa, di sản, sinh thái, cảnh quan, thân thiện môi trường và thông minh; du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn (...)” [18]. Từ đây tạo những tiền đề, định hướng quan trọng, cung cấp nền tảng vững chắc thúc đẩy phát triển mạnh mẽ ngành du lịch Thừa Thiên Huế.

“*Quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*” nhấn mạnh quan điểm: tuân thủ các định hướng, quan điểm của Đảng, Quốc hội và Chính phủ, cũng như chiến lược phát triển KT-XH 10 năm của cả nước, các quy hoạch quốc gia, vùng miền Trung và các quy hoạch, kế hoạch có liên quan. Tổ chức không gian phát triển theo hướng đô thị trực thuộc trung ương, kết nối với các hành lang Bắc - Nam, Đông - Tây, kinh tế đô thị hướng biển và thúc đẩy liên kết nội vùng và liên vùng. “Phát huy các tiềm năng, lợi thế so sánh, vị trí chiến lược (...) Phát huy vai trò, vị thế là đô thị trung tâm; trung tâm văn hóa, du lịch; y tế; khoa học và công nghệ; giáo dục và đào tạo của vùng Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung, cấp quốc gia, khu vực Đông Nam Á, quốc tế.” [154].

Trong bối cảnh nói trên, phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh trong vùng cần chú ý đến cơ cấu thị trường khách du lịch theo hướng bền vững và hiệu quả (thị trường khách du lịch nội địa, phân khúc thị trường khách du lịch chất

lượng, có thời gian lưu trú dài ngày, có khả năng chi tiêu cao...); phát huy sản phẩm đặc trưng, phát triển sản phẩm mới, liên kết đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm tương ứng với từng thị trường khách; huy động các nguồn lực, đặc biệt là vốn, nhân lực, KH-CN, đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển du lịch thông minh trong sự phối hợp chặt chẽ với các địa phương trong vùng; đặc biệt chú ý nâng cao năng lực của chính quyền tỉnh, đảm bảo thực hiện hiệu quả vai trò của chủ thể cơ quan quản lý nhà nước về phát triển du lịch trong liên kết v.v...

** Dự báo xu hướng phát triển du lịch toàn cầu*

Theo dự báo của Tổ chức du lịch thế giới UNWTO, đến năm 2030, ngành du lịch của thế giới tiếp tục phát triển và có những đóng góp lớn cho sự phát triển KT-XH của thế giới. UNWTO dự báo rằng trong giai đoạn tới, hoạt động du lịch của thế giới sẽ đạt 1,8 tỷ lượt khách quốc tế vào năm 2030. Châu Á - Thái Bình Dương được dự báo là khu vực phát triển mạnh mẽ, trở thành điểm đến ưa thích của du khách quốc tế, đứng đầu thế giới với khoảng 535 triệu lượt khách vào năm 2030. Khu vực Đông Nam Á được dự báo sẽ trở thành khu vực đứng thứ tư thế giới về thu hút khách quốc tế. Đến năm 2030, dự báo 54% tổng lượng khách du lịch quốc tế sẽ đi du lịch với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí; 31% du lịch để thăm hỏi, chăm sóc sức khỏe và thực hiện các hoạt động tôn giáo chiếm khoảng; trong khi 15% đi vì công việc và sự nghiệp [92].

Cùng với sự tăng nhanh về lượng khách, xu hướng du lịch sẽ có nhiều thay đổi đáng kể (trong đó xu hướng chủ đạo vẫn là phát triển du lịch theo hướng bền vững, có trách nhiệm và liên kết phát triển du lịch ngày càng có vai trò quan trọng). Các biến đổi mới buộc ngành du lịch phải có sự thay đổi đó là:

Cơ cấu nguồn khách ngày càng đa dạng: dân du lịch chuyên nghiệp quan tâm tới những trải nghiệm phiêu lưu nhiều hơn (chẳng hạn thể thao mạo hiểm: leo núi, nhảy dù, băng rừng, vượt thác...), họ lựa chọn những điểm du lịch, những đất nước xa lạ, ít được biết đến; các công ty bắt đầu cho phép các nhân viên kết hợp công việc và vui chơi giải trí thư giãn; du khách muốn trải nghiệm và tận hưởng những khoảnh khắc trong chuyến đi nhiều hơn là mua sắm, nhất là đối với những hàng hóa đắt tiền. Nguồn khách du lịch ngày càng phong phú với mọi tầng lớp, độ tuổi và nhiều nước khác nhau trên thế giới. Lượng khách nữ ngày càng tăng lên do vai trò của họ trong gia đình và xã hội ngày càng khẳng định. Du lịch một mình và theo nhóm nhỏ được cho là sẽ trở thành một xu hướng quan trọng trong những năm tới; du lịch kết hợp với làm việc từ xa do nhiều người muốn chuyển đổi nơi ngồi làm việc từ văn phòng sang những bãi biển hay khu rừng yên tĩnh...; xu hướng cá nhân hóa trải nghiệm và số hóa

các dịch vụ đang dần lên ngôi; xu hướng nghỉ dưỡng tại chỗ cũng là một xu hướng quan trọng sau dịch bệnh và những hạn chế, lo ngại về suy thoái kinh tế (du lịch nội địa sẽ có vai trò lớn trong xu hướng này) v.v...

Về xu hướng lựa chọn các sản phẩm du lịch, dịch vụ. Xu hướng lựa chọn những sản phẩm du lịch liên quan tới sức khỏe, gắn gũi với thiên nhiên, thân thiện với môi trường, du lịch xanh hay du lịch khám phá thiên nhiên, du lịch khám phá văn hóa địa phương bùng nổ nhưng năm gần đây, điều này xuất phát từ các xu hướng du lịch “rời khỏi vùng an toàn”, “chữa lành”, “sinh tồn”... Cùng với đó, xu hướng du lịch MICE ngày càng được ưa chuộng, khách du lịch sử dụng loại hình này thường lựa chọn những điểm du lịch có chất lượng cao và chuyên nghiệp.

Trước nhiều thay đổi trong ngành du lịch, phương pháp tiếp thị du lịch cũ (truyền thống) đang dần trở nên không phù hợp với nền kinh tế hiện đại. Tiếp thị điện tử với sự nhanh chóng, tiện lợi, tiếp cận dễ dàng, truyền bá và lưu giữ thông tin đơn giản, sự tương tác trở nên vô cùng thuận lợi giữa doanh nghiệp du lịch với khách hàng hay giữa các khách hàng với nhau. Những xu hướng tiếp thị du lịch phổ biến là sử dụng KOLs, sáng tạo nội dung video, tận dụng đánh giá của người tiêu dùng, trải nghiệm thực tế ảo, tận dụng trí tuệ nhân tạo (phổ biến nhất là thông qua chatbox), nội dung do người dùng tạo và tiếp thị qua email, bản tin.

Xu hướng tiêu dùng du lịch cũng thay đổi, chuyển từ thanh toán bằng tiền mặt sang sử dụng thẻ và các ứng dụng thanh toán trên điện thoại thông minh. Cơ cấu chi tiêu của khách du lịch thay đổi rõ rệt. Trước đây, hầu như phần lớn chi tiêu của du khách tập trung vào các dịch vụ cơ bản như ăn uống, vận chuyển... Hiện nay, xu hướng có sự thay đổi, tỷ trọng dành cho các hoạt động mua sắm, giải trí, tham quan... tăng lên và các dịch vụ cơ bản giảm xuống [92].

Tổ chức du lịch thế giới cũng dự báo rằng thị trường khách du lịch nội địa ngày càng đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của ngành du lịch, nhờ vào thu nhập của dân chúng ngày càng tăng cao và sự lớn mạnh của tầng lớp trung lưu tạo động lực lớn cho nhu cầu tiêu dùng du lịch [92].

4.1.2. Mục tiêu và phương hướng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

4.1.2.1. Mục tiêu phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Mục tiêu phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong thời gian tới là phát triển du lịch gắn với liên kết vùng, nhất là với các tỉnh thuộc khu vực miền Trung Việt Nam

theo hướng thúc đẩy nâng cao chất lượng tăng trưởng du lịch, lấy hiệu quả là thước đo chính nhằm thúc đẩy tăng trưởng GRDP của tỉnh, tăng tỷ lệ lao động du lịch, đóng góp tích cực đối với sự phát triển KT-XH của tỉnh và Vùng. Góp phần thúc đẩy miền Trung sớm trở thành một khu vực một trọng điểm du lịch quốc gia.

Đến năm 2030, ngành du lịch của tỉnh sẽ thực sự đóng vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn, đem đến động lực mạnh mẽ thúc đẩy sự phát triển KT-XH toàn tỉnh Thừa Thiên Huế, đồng thời trở thành một trong những trung tâm du lịch hàng đầu cả nước và của khu vực Đông Nam Á. Trong đó dịch vụ du lịch chuyên nghiệp, với một hệ thống hạ tầng du lịch đồng bộ, thông minh, hiện đại và có các điểm đến quy mô lớn, đẳng cấp, mới lạ và hấp dẫn; với một sự đa dạng và phong phú trong các loại hình sản phẩm du lịch, vừa có sự hiện diện của những thương hiệu, những sản phẩm du lịch chất lượng cao, mang đậm bản sắc độc đáo của Thừa Thiên Huế, có khả năng cạnh tranh tốt với những địa phương khác trong nước và khu vực. Liên kết kết phát triển du lịch nói chung và liên kết với các tỉnh miền Trung ngày càng đi vào chiều sâu, hiệu quả trên tất cả các nội dung liên kết, đảm bảo sự chặt chẽ và bền vững của liên kết, thúc đẩy ngành du lịch Thừa Thiên Huế phát triển nhanh chóng. Với những chỉ tiêu cụ thể (xem bảng 4.1): dự kiến đến năm 2030, ngành du lịch của tỉnh đạt khoảng 8 triệu lượt khách, trong đó tỷ lệ khách du lịch quốc tế chiếm khoảng 50 - 55%; doanh thu du lịch tổng cộng ước tính đạt khoảng 20 nghìn tỷ đồng, đóng góp khoảng 15% vào tổng sản phẩm quốc nội của tỉnh (GRDP); thời gian lưu trú trung bình dự kiến là trên 2,2 ngày, với mức chi tiêu bình quân đạt trên 2,5 triệu đồng mỗi lượt khách; giải quyết cho khoảng 100 nghìn lao động trong ngành du lịch, chiếm khoảng gần 15% của tổng số lao động toàn tỉnh (trong đó, tỷ lệ lao động ngành du lịch đã qua đào tạo ở mức 90 - 95% so với tổng số).

Bảng 4.1. Một số chỉ tiêu chủ yếu của ngành du lịch Thừa Thiên Huế đến năm 2030

STT	Các chỉ tiêu chủ yếu	Đơn vị tính	2025	2030
1	Tổng khách du lịch	Triệu lượt	6,0	8,0
	- Khách quốc tế	%	45-50	50-55
	- Khách nội địa	%	50-55	45-50
2	Tổng thu từ du lịch	Tỷ đồng	13.000	20.000
3	Đóng góp trong GRDP của tỉnh	%	14	15
4	Thời gian lưu trú bình quân	Ngày	>2	>2,2
5	Suất chi tiêu bình quân/ lượt khách	Triệu đồng	2,2	2,5
6	Lao động trong ngành du lịch	Lao động	80.000	100.000

Nguồn: Quyết định số 1691/QĐ-UBND (ngày 12/07/2021) của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế về việc “Phê duyệt đề án Phát triển ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thành ngành kinh tế mũi nhọn” [178]

4.1.2.2. Một số phương hướng chủ yếu

Phát triển du lịch Thừa Thiên Huế thành một ngành kinh tế tổng hợp, có trọng tâm và có điểm nhấn, có thương hiệu mạnh mẽ, có năng lực cạnh tranh cao, đặt sự ưu tiên hiệu quả trong công tác bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, phát huy tính xã hội hóa cao độ, đảm bảo tính liên ngành, liên vùng, phát huy có hiệu quả đặc biệt trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Căn cứ vào những vấn đề lý luận và kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng (ở chương 2), thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam (ở chương 3), cùng với bối cảnh thế giới và trong nước, cũng như các dự báo đã được nêu rõ và mục tiêu cần đạt được của phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết các tỉnh miền Trung Việt Nam, luận án xác định một số hướng cần tập trung nhằm đẩy mạnh sự phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam sau:

Một là, nâng cao hiệu lực, hiệu quả của bộ máy QLNN về phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Nâng cao hiệu lực, hiệu quả của các cơ quan QLNN về du lịch ở Thừa Thiên Huế, tăng cường công tác chỉ đạo điều hành, kiện toàn hệ thống quản lý từ cấp tỉnh đến địa phương; hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật theo thẩm quyền về phát triển du lịch liên kết của tỉnh; tập trung xây dựng quy hoạch, quản lý quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch liên kết, gắn với quy hoạch du lịch và với quy hoạch phát triển KT-XH của tỉnh, cũng như quy hoạch phát triển du lịch vùng và cả nước; đặc biệt chú ý ứng dụng công nghệ số trong quản lý và phục vụ du lịch hiệu quả, chuyên nghiệp; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch vững chắc trong mối quan hệ liên kết với các tỉnh miền Trung; tiếp tục đổi mới và hoàn thiện hệ thống cơ chế chính sách liên quan đến phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh trong vùng; tổ chức bộ máy quản lý khoa học, hiện đại, đội ngũ đảm bảo số lượng và chất lượng để thúc đẩy sự phát triển của ngành trong liên kết.

Hai là, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch liên kết trên địa bàn, tập trung vào những giá trị văn hóa tiêu biểu, đặc trưng của Thừa Thiên Huế; tăng cường liên kết phát triển sản phẩm du lịch với các tỉnh thuộc vùng và các tỉnh thành cả nước. Thực hiện đồng bộ việc nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch hiện có, bổ sung những sản phẩm mới chất lượng, đẳng cấp, mang đậm bản sắc con người Huế, văn hóa Huế. Chú ý đặc biệt đến công tác nghiên cứu nhu cầu và thị hiếu của du khách để phát triển theo hướng đi phù hợp.

Ba là, nâng cao chất lượng chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch của tỉnh, đồng thời phối hợp thực hiện có hiệu quả chuyên nghiệp, thiết thực các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch Thừa Thiên Huế và các địa phương trong vùng. Chú ý đáp ứng linh hoạt với nhu cầu, thị trường và xu hướng du lịch trong bối cảnh và giai đoạn mới. Xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh trong vùng thông qua việc tuyên truyền và giới thiệu hình ảnh đặc sắc của địa phương, vùng liên kết. Tăng cường hiệu quả của sự phối hợp chặt chẽ trong hoạt động liên kết xúc tiến, quảng bá với các tỉnh miền Trung.

Bốn là, đảm bảo các nguồn lực để phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung.

- Nâng cao năng lực huy động nguồn vốn trong sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh trong vùng. Đảm bảo tính công khai, minh bạch, bình đẳng trong thực thi chính sách thu hút đầu tư phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Đảm bảo tính hấp dẫn trong các chính sách miễn, giảm thuế, hỗ trợ tài chính... Đồng thời phải đảm bảo tính chặt chẽ, hợp pháp, công bằng, đơn giản và linh hoạt trong quy trình thẩm định các dự án đầu tư phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Chú ý tính hiệu quả trong huy động và sử dụng các nguồn vốn đầu tư.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch; nâng cao năng lực tư duy, nhận thức của các chủ thể về phát triển du lịch, liên kết vùng để thúc đẩy phát triển du lịch. Thực hiện tốt công tác đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực du lịch. Có cơ chế, chính sách hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, xây dựng chế độ đãi ngộ phù hợp. Tăng cường hợp tác, liên kết trong đào tạo và phát triển đội ngũ lao động ngành du lịch, đồng thời đảm bảo sự cân đối và thống nhất giữa các ngành nghề và các cấp bậc đào tạo, đảm bảo sự phù hợp với chiến lược phát triển du lịch của vùng và quốc gia. Cần có các phương tiện và biện pháp thực hiện hiệu quả công tác tuyên truyền và vận động để nâng cao nhận thức của các đối tượng có liên quan.

- Tăng cường ứng dụng tiến bộ KH-CN, thích ứng với những thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, phối hợp chặt chẽ với các tỉnh trong vùng trong thúc đẩy phát triển nguồn lực KH-CN. Dựa trên cơ sở của chuyển đổi số và du lịch xanh, đảm bảo phát triển du lịch thông minh trong liên kết một cách ổn định và chuyên nghiệp, có trọng tâm và trọng điểm, hiệu quả.

- Nâng cấp, xây dựng mới và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch theo hướng tiện nghi, hiện đại, đặc biệt chú ý hạ tầng thông minh, phối hợp phát triển đồng bộ với các tỉnh trong vùng. Nâng cấp, bổ sung, làm mới hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ

du lịch. Nâng cao chất lượng phục vụ của các hoạt động lưu trú, lữ hành, ăn uống, giải trí, vui chơi... đảm bảo tính tiện ích, hiện đại, chuyên nghiệp, thỏa mãn tối đa sự hài lòng cho du khách.

Năm là, thực hiện kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam một cách thường xuyên, định kỳ, đảm bảo tính khách quan, nghiêm túc, chính xác, luôn có sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết khi tiến hành kiểm tra, đánh giá nhằm kịp thời phát hiện và chấn chỉnh những bất hợp lý, những hạn chế trong phát triển du lịch liên kết của tỉnh.

Sáu là, đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Phát huy vai trò lãnh đạo, định hướng và dẫn dắt của CQ Thừa Thiên Huế, vai trò động lực sáng tạo của các doanh nghiệp, sự tham gia chủ động và tích cực của cộng đồng dân cư, sự hợp tác chặt chẽ và đồng thuận của chính quyền các tỉnh miền Trung để đạt được sự phát triển bền vững, có thương hiệu và khả năng cạnh tranh cao.

Bảy là, phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong mối liên kết chặt chẽ không chỉ với các tỉnh khu vực Bắc Trung Bộ, duyên hải Nam Trung Bộ, vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung, khu vực miền Trung - Tây Nguyên và những trung tâm du lịch lớn của đất nước như thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, hành lang kinh tế Đông - Tây, khu vực ASEAN, v.v... Phân đấu trở thành trung tâm du lịch động lực của vùng du lịch Bắc Trung Bộ, là điểm đến du lịch quan trọng của vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung, điểm đến du lịch có sức hấp dẫn, kết nối chặt chẽ các địa phương miền Trung Việt Nam, các trung tâm du lịch lớn của cả nước và các quốc gia lân cận.

4.2. GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở THỪA THIÊN HUẾ TRONG LIÊN KẾT VỚI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045

4.2.1. Đổi mới nhận thức, tư duy của các chủ thể tham gia phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

- Đổi mới tư duy của tất cả các chủ thể liên quan, từ các cấp lãnh đạo của tỉnh, đến các ngành, địa phương, các doanh nghiệp và cộng đồng dân cư ở Thừa Thiên Huế về phát triển du lịch liên kết. Mỗi chủ thể cần thực hiện tốt các nhiệm vụ, cũng như các hoạt động của mình theo các quy luật của thị trường. CQ tỉnh xây dựng những chính sách mang tính đột phá để thúc đẩy phát triển du lịch liên kết mạnh mẽ, chú ý ưu tiên những chính sách thu hút đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng du lịch, nhất là hạ tầng đầu nối. Tăng cường nhận thức của đội ngũ lao động trên tất cả các lĩnh vực phục vụ du

lich, mỗi bộ phận, mỗi người lao động cần thực hiện tốt lối ứng xử có văn hóa, văn minh, thân thiện, thanh lịch của người dân cố đô. Toàn bộ hệ thống chính trị bằng những hành động, việc làm cụ thể của mình cùng nhau xây dựng được một môi trường du lịch an toàn, thân thiện, làm sao để mỗi người dân là một người hướng dẫn viên du lịch, là một sứ giả quảng bá du lịch của Thừa Thiên Huế và vùng miền Trung.

- Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế chú ý khắc phục bằng được tư tưởng xem nhẹ, giản đơn trong phục vụ du lịch, hay tư tưởng làm du lịch theo kiểu “ăn xổi”, mùa vụ, mạnh ai người nấy làm, rời rạc, “cát cứ địa phương”, thiếu liên kết, đi ngược lại bản chất vốn có của ngành du lịch, đặc biệt chỉ tập trung vào khai thác tài nguyên mà không chú ý đến việc bảo vệ môi trường, giữa gìn bản sắc văn hóa... Vì vậy, các cấp chính quyền phải đẩy mạnh công tác giáo dục pháp luật, nâng cao dân trí và hiểu biết về bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch cho cộng đồng và du khách. Đồng thời, thực hiện một cách thường xuyên, tập trung, đảm bảo tính hiệu quả.

- Chính quyền Thừa Thiên Huế làm tốt công tác tuyên truyền, phổ biến những quan điểm, chủ trương của Đảng, Nhà nước về vai trò, vị trí quan trọng của phát triển du lịch liên kết đến mọi đối tượng nhằm tạo được sự đồng thuận của xã hội. Hình thành được một đội ngũ cán bộ chuyên trách, chuyên nghiệp, được đào tạo chặt chẽ, bài bản trong lĩnh vực giáo dục, tuyên truyền, nâng cao nhận thức, thái độ của cộng đồng địa phương đối với du lịch liên kết. Điều này đòi hỏi sự hỗ trợ bằng các phương tiện và chính sách đãi ngộ hợp lý, có hiệu quả.

- Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế tăng cường các biện pháp thúc đẩy phát triển nhận thức và tư duy về chuyển đổi số và du lịch thông minh tại Thừa Thiên Huế, đáp ứng kịp thời nhu cầu của thời đại. Điều này có thể đạt được thông qua các hoạt động tập huấn, hội nghị, hội thảo, tọa đàm, hợp tác, thăm quan học tập, trao đổi kiến thức, công nghệ, cũng như học hỏi các mô hình chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch từ các tỉnh liên kết trong vùng. Thực hiện tuyên truyền và phổ biến các thông tin về kế hoạch, phương pháp, kết quả chuyển đổi số của ngành du lịch trên các phương tiện thông tin đại chúng là một biện pháp quan trọng. Khuyến khích nghiên cứu, xây dựng và triển khai các ứng dụng du lịch thông minh trong các đơn vị nghiên cứu khoa học và doanh nghiệp du lịch. Biểu dương, khen ngợi các cá nhân, tổ chức đạt được những thành tựu nổi bật trong hoạt động chuyển đổi số của ngành.

- Thực tiễn cho thấy, liên kết vùng trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế vẫn chưa thực sự trở thành nhu cầu mạnh mẽ của doanh nghiệp, chưa trở thành yêu cầu cấp bách với CQ tỉnh Thừa Thiên Huế. Vì vậy, giải pháp quan trọng là ưu tiên nâng

cao nhận thức về vai trò, lợi ích nhờ liên kết các tỉnh miền Trung cho sự phát triển du lịch của Thừa Thiên Huế. Để thực hiện được, trước hết, các cấp lãnh đạo phải nhận thức rõ ràng và đầy đủ về sự cần thiết phải liên kết, bởi vì chỉ có liên kết mới cùng nhau phát triển xa hơn, đưa ngành du lịch của Thừa Thiên Huế chuyển mình, đảm bảo phát triển lâu dài và bền vững. Vì thế, cần đặt liên kết vùng làm một nội dung quan trọng và xuyên suốt trong phát triển du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế. Xác định rõ nòng cốt của liên kết chủ yếu tập trung ở các doanh nghiệp du lịch (trong đó có sự đại diện của Hiệp hội Du lịch các địa phương và Hiệp hội Du lịch vùng). Liên kết là tự nguyện, bình đẳng, vì lợi ích của chính tỉnh mình, khắc phục tư duy cục bộ, chuyển đổi tư duy từ “điểm du lịch” sang “vùng du lịch”, từ số lượng sang chất lượng, có trọng tâm, trọng điểm. Thực hiện liên kết theo những bước đi, lộ trình phù hợp, xây dựng mục tiêu cụ thể, rõ ràng dựa trên những lĩnh vực và nội dung chính của du lịch tỉnh và vùng. Đảm bảo đảm mang lại chất lượng, hiệu quả, có chiều sâu, chuyên nghiệp, nâng cao thương hiệu du lịch Thừa Thiên Huế, các tỉnh liên kết và toàn vùng miền Trung, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.

- UBND Thừa Thiên Huế lồng ghép nội dung về phát triển du lịch liên kết với các tỉnh miền Trung trong kế hoạch tuyên truyền và cần xem đây là tiêu chí đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ. Bổ sung chi tiết và nhấn mạnh nội dung liên kết vùng vào quy hoạch, chương trình, đề án phát triển du lịch của tỉnh. Lựa chọn phương thức tuyên truyền phù hợp với từng đối tượng, đặc biệt là các doanh nghiệp du lịch, hộ kinh doanh, cộng đồng dân cư. Đảm bảo cam kết giữa chính quyền Thừa Thiên Huế với chính quyền các tỉnh trong vùng về cơ chế chính sách và môi trường pháp lý thuận lợi cho liên kết. Có cơ chế chính sách khuyến khích doanh nghiệp, tổ chức, hộ sản xuất kinh doanh tham gia tích cực các mô hình liên kết theo chuỗi giá trị trong ngành. Những cơ sở, những địa bàn làm tốt công tác liên kết cần kịp thời biểu dương, khen thưởng

4.2.2. Hoàn thiện quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

4.2.2.1. Hoàn thiện quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

- Chính quyền tỉnh tiếp tục thực hiện “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013-2030*”, thực hiện quy định mới của Luật quy hoạch 2017 (có hiệu lực từ ngày 01/01/2019), tích hợp quy hoạch du lịch trong quy hoạch tỉnh trong “*Quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến*

năm 2050”, đặc biệt chú ý nội dung phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Hướng tới triển khai quy hoạch tổng thể và quy hoạch phân khu, lập đề án phát triển du lịch liên kết, sớm công nhận các khu và điểm du lịch có lợi thế, tiềm năng như các khu vực đầm phá, biển, suối thác, sông, hồ, làng nghề truyền thống... xem xét trong mối quan hệ với các tỉnh trong vùng miền Trung, cung cấp cơ sở cho việc nâng cao chất lượng điểm đến cấp tỉnh và vùng. Nhanh chóng đưa khu du lịch Cảnh Dương - Lăng Cô sớm trở thành khu du lịch quốc gia và là điểm đến mang tầm cỡ khu vực và thế giới.

Việc xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung cần xin ý kiến chỉ đạo của Trung ương, các bộ ban ngành và có sự tham khảo quy hoạch của các tỉnh khác trong vùng nhằm tránh sự chồng chéo với các tỉnh liên kết. Tinh tính toán làm sao cho phù hợp, thống nhất với hệ thống quy hoạch du lịch vùng Bắc Trung Bộ, vùng duyên hải Nam Trung Bộ, vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung. Đồng thời, phải có tầm nhìn tổng thể, dài hạn cùng với các giải pháp đột phá, mở rộng không gian và nguồn lực cho phát triển.

- Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế tích cực xây dựng, bổ sung và hoàn thiện các cơ chế chính sách thúc đẩy phát triển du lịch trong tình hình mới, đặc biệt là cơ chế chính sách thúc đẩy phát triển du lịch liên kết. Xây dựng cơ chế chính sách đặc thù trên cơ sở phối hợp chặt chẽ với các tỉnh miền Trung trong thu hút các nhà đầu tư có quy mô lớn, danh tiếng đến Thừa Thiên Huế và vùng. Đề xuất các cơ chế huy động và thực hiện xã hội hóa đầu tư công, đặc biệt là trong lĩnh vực hạ tầng du lịch trên địa bàn tỉnh, hạ tầng kết nối vùng, đảm bảo hài hòa trong kiến trúc, cảnh quan và bảo vệ môi trường. Xây dựng chính sách thu hút lao động và nâng cao chất lượng lao động trong ngành du lịch, đặc biệt là lao động chất lượng cao. Ban hành chính sách khuyến khích và hỗ trợ phát triển kinh tế đêm, quản lý và hỗ trợ phát triển các loại hình du lịch bền vững như du lịch cộng đồng, sinh thái, chăm sóc sức khỏe, nghề và làng nghề truyền thống..., luôn đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

- Xây dựng và tăng cường các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ, chính sách hỗ trợ người lao động và doanh nghiệp du lịch bị ảnh hưởng của dịch bệnh, thiên tai, đặc biệt là những doanh nghiệp du lịch có liên kết với các doanh nghiệp trong vùng. Phổ biến, hướng dẫn và triển khai Luật Du lịch cùng các văn bản pháp luật liên quan đến du lịch và liên kết du lịch cho các doanh nghiệp, tổ chức và người dân. Thực hiện hiệu quả các biện pháp quản lý tài nguyên du lịch gắn với nhiệm vụ bảo vệ môi trường và ứng phó tốt với biến đổi khí hậu.

- Hình thành Quỹ phát triển du lịch Thừa Thiên Huế và phối hợp xây dựng quỹ phát triển du lịch vùng nhằm hỗ trợ các hoạt động du lịch liên kết, trong đó cần chú trọng hoạt động đào tạo nguồn nhân lực, phát triển sản phẩm du lịch, quảng bá và xúc tiến du lịch trong liên kết. Xây dựng và phối hợp xây dựng hệ thống thống kê du lịch một cách đầy đủ, chính xác và toàn diện, xác định rõ ràng được những sự đóng góp của ngành du lịch đối với quá trình phát triển kinh tế của tỉnh, của vùng.

- Xây dựng, hoàn thiện cơ sở pháp lý cho hoạt động liên kết vùng để phát triển du lịch liên kết của tỉnh Thừa Thiên Huế. Trên cơ sở các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, quy hoạch phát triển KT-XH, quy hoạch du lịch vùng có liên quan, UBND tỉnh Thừa Thiên Huế chỉ đạo các sở tiến hành rà soát, xây dựng, tổ chức, triển khai các đề án, kế hoạch phù hợp với tình hình thực tế của địa phương, phản ánh rõ các mục tiêu của liên kết vùng, thúc đẩy các hoạt động liên kết có hiệu quả.

- Phối hợp thiết lập cơ chế liên kết du lịch vùng giữa Thừa Thiên Huế và các tỉnh miền Trung một cách rõ ràng và hiệu quả, nhằm thúc đẩy hoạt động liên kết mạnh mẽ và sâu rộng hơn, giúp quản lý và khai thác tốt các hoạt động liên kết. Thực hiện cam kết bằng văn bản trong việc tạo điều kiện thuận lợi về cơ chế, chính sách và môi trường pháp lý cho liên kết giữa Thừa Thiên Huế và tỉnh/thành phố trong vùng. Khuyến khích doanh nghiệp kinh doanh du lịch tham gia liên kết vùng, hỗ trợ nguồn lực vật chất, khuyến khích các tổ chức tín dụng, các định chế tài chính hình thành các gói tín dụng ưu tiên cho các hộ và doanh nghiệp du lịch tham gia liên kết, mở rộng quy mô và tổ chức mô hình sản xuất theo chuỗi giá trị vùng.

4.2.2.2. Cải tiến tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

- Hoàn chỉnh bộ máy QLNN về du lịch của tỉnh, đảm bảo tinh gọn, nhưng phải đủ về số lượng để thực hiện các nhiệm vụ của ngành trong liên kết với các tỉnh trong vùng. Thực hiện rà soát, đánh giá trình độ đội ngũ cán bộ, viên chức, công chức của ngành du lịch, tăng cường nâng cao năng lực quản lý, trình độ chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ. Các cơ quan QLNN cũng như mỗi doanh nghiệp cần tạo lập được một môi trường làm việc chuyên nghiệp, cùng với những cơ chế chính sách khuyến khích và hỗ trợ đào tạo nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực du lịch.

- Thành lập một bộ phận chuyên trách làm công tác liên kết phát triển du lịch với chức năng, nhiệm vụ là phụ trách xây dựng các chương trình hành động, các kế hoạch điều phối, thúc đẩy liên kết du lịch tỉnh, đặc biệt là liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

- Tỉnh chủ động phối kết hợp với các tỉnh trong vùng, cùng với sự lãnh đạo của Chính phủ thiết lập được một Ban điều phối Du lịch cấp vùng miền Trung, đây phải là một định chế quan trọng trong hệ thống tổ chức nhà nước, có sự phân quyền rõ ràng, phù hợp, chịu trách nhiệm trong việc quản lý hoạt động liên kết vùng. Tổ chức này có những nhiệm vụ và quyền hạn cụ thể như: kết nối, chỉ đạo, giám sát các hoạt động du lịch, liên kết du lịch toàn vùng miền Trung (trong đó có Thừa Thiên Huế) như một điểm đến thống nhất; thiết lập các quy định chung và các biên bản ghi nhớ chung của vùng liên kết; quyết định (hoặc chủ trì phối hợp quyết định) các dòng ngân sách hỗ trợ của nhà nước đối với các hoạt động du lịch mang tính vùng như quảng bá xúc tiến du lịch, phát triển hạ tầng du lịch vùng... Nếu tổ chức này được tôn trọng và hoạt động có hiệu quả thì liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh thành miền Trung sẽ được tăng cường, đi vào chiều sâu, hiệu quả, thiết thực và giúp cho du lịch của Thừa Thiên Huế và vùng phát triển mạnh mẽ hơn.

4.2.3. Phát triển sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

4.2.3.1. Phát triển sản phẩm du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Phát triển sản phẩm du lịch liên kết là xu thế tất yếu của phát triển du lịch của một địa phương. Thông qua liên kết vùng, những đặc trưng của Thừa Thiên Huế không chỉ được khai thác dưới góc độ là sản phẩm du lịch của tỉnh, mà còn kết hợp những sản phẩm du lịch đặc trưng của các tỉnh miền Trung, tạo nên chuỗi những sản phẩm du lịch đa dạng, hấp dẫn với chi phí thấp hơn, khả năng cạnh tranh cao hơn, chu kỳ sống dài hơn, đồng thời cho phép mở rộng được thị trường du lịch, chia sẻ kinh nghiệm về xây dựng sản phẩm, tạo dựng thương hiệu và nâng tầm cho sản phẩm du lịch.v.v... Để tận dụng được những lợi ích đó, Thừa Thiên Huế cần thực hiện tốt các biện pháp sau:

- Tạo được điểm nhấn du lịch và sức hấp dẫn trong liên kết và thiết kế các tour du lịch đến Huế thông qua việc nâng cao chất lượng những sản phẩm du lịch hiện có, tiếp tục xây dựng những sản phẩm mới, sản phẩm cốt lõi, đẳng cấp, chất lượng cao, mang đậm bản sắc văn hóa Huế và con người Huế, hướng đến phát triển sản phẩm du lịch liên kết với có giá trị gia tăng cao, có khả năng cạnh tranh mạnh.

Chú ý cải tiến, đổi mới, nâng tầm chất lượng sản phẩm du lịch di sản gắn với “Quần thể di tích cố đô Huế”, như khôi phục các di tích chính thuộc khu vực Đại Nội, các công trình văn hóa, khu vực phố cổ Bao Vinh, Gia Hội - Chợ Dinh; bảo tồn các

phố cổ, đô thị cổ, hệ thống nhà vườn, nhà rường, làng cổ và các di tích lịch sử, văn hóa tiêu biểu sớm thành những di sản có chất lượng cao. Khai thác các sản phẩm du lịch có dấu ấn riêng biệt của Kinh thành Huế ở khu vực Thượng Thành - Eo Bầu (phần bao bọc Kinh Thành, Đại Nội, tức là phần trên tường thành và các điểm dưới chân tường thành sau khi di chuyển dân cư, giải phóng mặt bằng ở di tích Kinh thành Huế) và các sản phẩm du lịch mới ở khu vực Voi Ré, Hồ Quyền v.v...

Chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch mang đặc trưng thương hiệu Huế. Xây dựng và phát triển hiệu quả những sản phẩm du lịch có đặc điểm nổi bật, đặc sắc, mang lại lợi thế cạnh tranh cao và đặc biệt gắn với thương hiệu Huế như: “Huế - Kinh đô áo dài Việt Nam”, “Huế - Kinh đô ẩm thực”. Đồng thời, tiếp tục giữ gìn và phát huy giá trị những hình thức nghệ thuật truyền thống Huế như ca Huế, Nhã nhạc cung đình, áo dài Huế, ẩm thực Huế... cùng các phục trang truyền thống, dân nhạc, dân ca, dân vũ của các dân tộc miền núi trong tỉnh Thừa Thiên Huế. Đặc biệt chú ý nghiên cứu sâu hơn về nếp sống và các khía cạnh liên quan đến con người Huế.

Bảo tồn, phát huy loại hình Ca Huế trên sông Hương và Ca Huế Thính phòng có hiệu quả; phát triển không gian, cảnh quan dọc theo hai bên bờ sông và các dịch vụ du lịch trên sông Hương; xây dựng các tuyến du lịch đường thủy dọc theo sông Ngự Hà, sông Đông Ba, sông An Cựu. Phát triển các sản phẩm du lịch biển trong sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh miền Trung nhằm tạo lập hiệu quả (tránh được sự trùng lặp, lãng phí) trên cơ sở tiềm năng kinh tế biển của vùng.

Nâng tầm chuyên nghiệp các hoạt động văn hóa, xem Festival Huế là một sản phẩm cốt yếu của du lịch tỉnh, phát huy lợi thế thành phố Festival, biến Festival Huế trở thành một thương hiệu quốc tế. Đưa vào khai thác thường xuyên các lễ hội truyền thống có giá trị như lễ tế đàn Nam Giao, Xã Tắc... để phục vụ phát triển du lịch.

Tận dụng và phát triển những sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh, đáp ứng nhu cầu của những người muốn được trải nghiệm sự bình yên, an lành và thanh tịnh. Đồng thời phát triển y học cổ truyền gắn với các mô hình khám chữa bệnh đậm chất cung đình Huế. Tăng cường chất lượng trong lĩnh vực du lịch y tế cao cấp. Tập trung phát triển mảng du lịch hội nghị, hội thảo (MICE) với sự chú trọng đặc biệt.

Phát huy thế mạnh loại hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng gắn với khai thác đầm phá, suối thác, làng nghề truyền thống; ưu tiên thu hút đầu tư phát triển những loại hình du lịch có tính bền vững, xứng tầm ở khu vực đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, dải ven biển và Vườn quốc gia Bạch Mã; phát triển du lịch gắn kết chặt chẽ với chuỗi giá trị các sản phẩm nông nghiệp, hàng lưu niệm, quà tặng đặc sắc xứ Huế và các sản phẩm OCOP để phục vụ du khách.

- Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế tích cực liên kết chặt chẽ với chính quyền các tỉnh miền Trung trong việc khuyến khích, hỗ trợ hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch, các hiệp hội du lịch các địa phương trong và ngoài vùng, kiến tạo được một hệ sinh thái về du lịch, một mạng lưới liên kết, gắn bó chặt chẽ, hỗ trợ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp trong tạo lập và tiêu thụ sản phẩm du lịch của địa phương và toàn vùng.

- Tăng cường hơn nữa việc liên kết hợp tác với các tỉnh miền Trung thuộc khối liên kết “Ba địa phương một điểm đến”; chương trình du lịch “Con đường di sản Miền Trung”; khối “năm địa phương một điểm đến”; hành trình kết nối Thăng Long, cố đô Hoa Lư, thành nhà Hồ, Phượng Hoàng Trung Đô, cố đô Huế trong tuyến du lịch “Hành trình qua các kinh đô Việt cổ”; khối liên kết 6 tỉnh thuộc vùng du lịch Bắc Trung bộ; khối liên kết với các tỉnh thành thuộc vùng kinh tế trọng điểm miền Trung (Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định)...; với hai trung tâm du lịch lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, với các tỉnh miền Tây Nam bộ, với các tỉnh, các quốc gia trên hành lang kinh tế Đông Tây v.v... Kiến tạo được thương hiệu và sản phẩm du lịch chung ở các nhóm mà Thừa Thiên Huế tham gia liên kết.

- Tích cực mở rộng liên kết, hợp tác ra nước ngoài, chú trọng chiều sâu với những liên kết hiện có, với các quốc gia truyền thống như Pháp, Hàn Quốc, Nhật Bản,...; phối hợp với Thái Lan và Lào phát triển chương trình du lịch “Ba quốc gia một điểm đến” (trên tuyến Hành lang kinh tế Đông - Tây); phối hợp với Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Du lịch Châu Á - Thái Bình Dương, chủ động kết nối, hợp tác với các doanh nghiệp lữ hành lớn ở Việt Nam và khu vực trong xây dựng các sản phẩm du lịch mới v.v...

4.2.3.2. Nâng cao chất lượng xúc tiến, quảng bá du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

- Xác định rõ các nhóm thị trường (thị trường khách du lịch vốn có của tỉnh và thị trường khách du lịch trọng điểm của vùng liên kết) nhằm đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, xúc tiến, giới thiệu sản phẩm du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Điều này giúp việc sử dụng các nguồn lực có mức độ tập trung cao, hiệu quả, tránh lãng phí cho tỉnh và các doanh nghiệp du lịch của tỉnh. Thừa Thiên Huế cần đẩy mạnh khai thác các thị trường khách có mức chi tiêu cao như Tây Âu, Đông Bắc Á, Bắc Mỹ và mới đây là thị trường Nga, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN...

- Chủ động tham gia tích cực hoạt động xây dựng nội dung xúc tiến của vùng với tư cách là một điểm đến du lịch cấp vùng thống nhất, cũng như điểm đến du lịch cấp tiểu vùng (cụm các địa phương liên kết với Thừa Thiên Huế) thông qua các sản

phẩm truyền thông chung. Thừa Thiên Huế cần xác định rõ là luôn chủ động và có sự hiện diện của mình trong các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch vùng cho dù theo phương thức truyền thống hay theo phương thức hiện đại (thông qua các mạng xã hội, E-Marketing du lịch với các ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo, công nghệ thực tế ảo...) khi quảng bá hình ảnh, sản phẩm du lịch đặc trưng từ các địa phương khác thuộc vùng liên kết, cũng như cả vùng với tư cách là điểm đến thống nhất.

- Đổi mới nội dung, cách thức tổ chức công tác xúc tiến, quảng bá du lịch liên kết của tỉnh theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp, tăng cường ứng dụng tiến bộ KH-CN, mà đặc biệt là các công nghệ mới thích ứng với cách mạng công nghiệp lần thứ 4, chú trọng xúc tiến, quảng bá trên các trang mạng xã hội lớn, các trang thông tin điện tử, phương tiện thông tin truyền thông phổ biến, nổi tiếng trong nước và thế giới để du khách quốc tế dễ dàng tiếp cận biết đến. Đặc biệt chú ý việc nâng tầm quy mô, sự lan tỏa, tính tương tác và hiệu quả của công tác quảng bá trên những kênh có lượng truy cập lớn, hệ thống du lịch thông minh, có sự tương tác cao. Hoàn thiện Hệ thống Visit Hue trên những nền tảng mạng xã hội lớn và phổ biến như Facebook, Zalo, Youtube, Tiktok, Instagram... Chú ý tăng tần suất, mức độ quảng bá những sản phẩm đặc sắc, sản phẩm mới của Thừa Thiên Huế và cụm/vùng liên kết.

- Chú ý sử dụng những hình ảnh thực tế, đẹp mắt, sáng tạo tại các vị trí như sân bay, nhà ga, bến cảng, các phương tiện giao thông công cộng... Thường xuyên tổ chức những diễn đàn chuyên đề, hội thảo, hội nghị về quảng bá xúc tiến du lịch liên kết. Hằng hái tham gia và tổ chức các sự kiện văn hóa, du lịch, thể thao lớn tại các địa phương trong vùng, trong nước và ngoài nước. Tích cực hợp tác, liên kết xây dựng sản phẩm và thương hiệu du lịch, cũng như thực hiện chiến lược quảng bá cho điểm đến du lịch Thừa Thiên Huế tại các thị trường du lịch tiềm năng, cũng như ở các trung tâm du lịch trong nước và quốc tế.

- Tranh thủ các nguồn lực và các trang quảng bá, các chương trình quảng bá, xúc tiến của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch để tăng cường quảng bá, xúc tiến du lịch tỉnh. Ưu tiên sử dụng có hiệu quả nguồn ngân sách đầu tư của Nhà nước, chú ý các nguồn lực từ xã hội hóa đầu tư cho quảng bá xúc tiến du lịch. Phối hợp với các địa phương miền Trung thực hiện thí điểm thành lập “Quỹ xúc tiến du lịch vùng” với mục đích duy nhất là phục vụ hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch vùng liên kết, thực hiện thông qua các nguồn huy động từ xã hội, chẳng hạn thông qua các doanh nghiệp thí điểm thu 01 USD/đêm/1 khách du lịch quốc tế khi lưu trú tại các thành phố của các địa phương liên kết như Hội An, Đà Nẵng, Đồng Hới,

Huế... dưới dạng “thuế địa phương” (Local tax) như nhiều nước ở châu Âu, Malaysia, Nhật Bản... đã thực hiện [166].

- Nâng cấp Trung tâm thông tin và Hỗ trợ khách du lịch. Chú ý các ki ốt cung cấp thông tin du lịch tại các địa điểm du lịch quan trọng, xây dựng thêm ở các địa bàn lân cận. Tăng cường khả năng và chất lượng hoạt động của Trung tâm Thông tin Xúc tiến Du lịch Thừa Thiên Huế. Thường xuyên tổ chức và tạo điều kiện thuận lợi cho các đoàn báo chí, các doanh nghiệp lữ hành trong và ngoài nước đến Thừa Thiên Huế để khảo sát, quảng bá du lịch của tỉnh. Vận dụng những chương trình kích cầu du lịch một cách hiệu quả để thu hút khách du lịch, nhất là vào những thời điểm mùa vụ.

- Tích cực phối hợp cùng các tỉnh liên kết ở miền Trung thực hiện các hoạt động kết nối lữ hành để đưa du khách đến Huế và cụm/vùng liên kết, đồng thời hợp tác với các đối tác lữ hành lớn ở các thị trường trọng điểm, cũng như thị trường mới nổi trong nước và các thị trường truyền thống ở Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản... và các thị trường mới tiềm năng, các thị trường gần Việt Nam; xây dựng chiến lược và hình thức quảng bá đặc thù đối với phân khúc khách du lịch di chuyển bằng tàu biển.

- Phối hợp chặt chẽ với các tỉnh miền Trung trong tổ chức lễ hội và sự kiện du lịch ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Điều này đòi hỏi có một sự liên kết tổ chức theo “chuỗi” có tính vùng hoặc kết hợp với cụm một số địa phương thuộc vùng. Tất cả cần được thực hiện theo kế hoạch chung đã được các địa phương thống nhất từ trước.

- Mở rộng và tăng cường quan hệ hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp, các đối tác có quy mô lớn, uy tín, có tính lan tỏa rộng như các hãng hàng không, các trang mạng du lịch, mạng xã hội, những doanh nghiệp lữ hành hàng đầu, các đơn vị báo chí truyền thông lớn của Việt Nam và thế giới như công ty Traveloka, Vietravel, Thiên Minh, Tik tok, Zalo, kênh CNN...

4.2.4. Nâng cao hiệu quả huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

4.2.4.1. Nâng cao hiệu quả huy động nguồn nhân lực du lịch

Nguồn lực con người là nhân tố then chốt quyết định sự thành bại của mọi ngành nghề nói chung và đặc biệt là ngành du lịch nói riêng. Vốn dĩ du lịch là một ngành dịch vụ, là sự phục vụ, vì thế con người là nhân tố vô cùng đặc biệt. Vì vậy, muốn nâng cao được chất lượng đội ngũ nhân lực cho phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế cần thực hiện tốt một số giải pháp như:

- Tiến hành cập nhật và đánh giá thường xuyên thực trạng nhân lực du lịch ở tỉnh (cả về số lượng lẫn chất lượng), phối hợp tăng cường năng lực dự báo nhu cầu nhân lực của các đơn vị sản xuất kinh doanh du lịch trong tỉnh và vùng miền Trung. Trên cơ sở đó đưa ra lộ trình xây dựng chiến lược và kế hoạch cụ thể để phát triển đội ngũ nhân lực thúc đẩy phát triển du lịch liên kết của Thừa Thiên Huế một cách hiệu quả.

- Có những định hướng và chính sách cụ thể hỗ trợ đào tạo và đào tạo lại nhằm nâng cao năng lực của đội ngũ lao động trong các doanh nghiệp du lịch, đội ngũ cán bộ QLNN về du lịch và đội ngũ lao động du lịch gián tiếp trong cộng đồng. Tổ chức tuyên truyền rộng rãi, cập nhật những thông tin về định hướng và chính sách liên quan đến lĩnh vực du lịch và phát triển du lịch liên kết với các tỉnh miền Trung, nâng cao ý thức và trách nhiệm của các bên liên quan trong việc phát triển đội ngũ lao động ngành du lịch.

- Công tác đào tạo và đào tạo lại phải được thực hiện thường xuyên, chuyên nghiệp, chú ý ưu tiên những ngành nghề còn thiếu, còn yếu và những ngành nghề có chất lượng chưa cao như Sale & Marketing, CEO... Chú trọng đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên là những người của địa phương. Đặc biệt quan tâm đội ngũ lao động du lịch lành nghề với chế độ đãi ngộ phù hợp ở tất cả các bộ phận (chăm sóc khách hàng, lễ tân, buồng, bàn, bếp, điều hành tour, marketing...). Đào tạo, trang bị các kiến thức về văn hóa, lịch sử, các kỹ năng cần thiết và xây dựng thái độ ứng xử văn minh, thân thiện cho cộng đồng dân cư, hướng đến mục tiêu mỗi người dân Thừa Thiên Huế là một người hướng dẫn viên du lịch, đặc biệt lưu ý những đối tượng tiếp xúc gần với khách du lịch như nghiệp đoàn xích lô, taxi, tiêu thương v.v...

Tỉnh chủ động đưa những nội dung về đào tạo phát triển nhân lực du lịch vào các cam kết hợp tác song phương, đa phương của địa phương mình với các địa phương liên kết trong vùng với các nội dung như: chia sẻ kinh nghiệm; trao đổi đào tạo, kiến tập, thực tập; xây dựng, cung cấp chương trình, giáo trình đào tạo...

- Gắn kết chặt chẽ giữa quá trình đào tạo, phát triển nhân lực du lịch với nhu cầu tuyển dụng, sử dụng lao động của các nhà đầu tư, các doanh nghiệp và thị trường lao động ở Thừa Thiên Huế và vùng miền Trung. Đặc biệt, khuyến khích phát huy vai trò quan trọng của các doanh nghiệp du lịch trong hợp tác đào tạo, bồi dưỡng, tạo lập cơ sở cho người học đến doanh nghiệp để thực tập, kiến tập và tiếp nhận những người đã tốt nghiệp. Có sự kết hợp giữa các trường đào tạo du lịch và doanh nghiệp để vừa đào tạo người học tiếp cận tốt với các kiến thức lý thuyết, vừa thực hiện tốt thực tiễn yêu cầu công việc.

- Đa dạng hóa các cấp độ và hình thức đào tạo nguồn nhân lực cho ngành du lịch, khuyến khích sự tham gia của các đơn vị đào tạo ngoài công lập, cũng như các cơ sở đào tạo có vốn đầu tư từ nước ngoài theo đúng quy định của pháp luật, phần đầu hình thành Học viện Du lịch Huế. Thống nhất tổ chức đào tạo theo hướng tập trung, chuyên môn hóa cao, chất lượng toàn diện (nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, tính chuyên nghiệp, khả năng ngoại ngữ, thái độ và tinh thần cầu thị trong phục vụ) theo những tiêu chuẩn của quốc gia, quốc tế, ưu tiên đào tạo tại chỗ, mở rộng liên kết và hợp tác đào tạo trong nước và quốc tế.

Tích cực, chủ động phối hợp với các tỉnh miền Trung trong xây dựng và phát triển hệ thống mạng lưới các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch cấp vùng. Đặc biệt quan tâm liên kết mở rộng với những trung tâm du lịch trọng điểm trong nước có nhiều kinh nghiệm và bề dày về đào tạo đội ngũ nhân lực chất lượng cho ngành du lịch

- Rà soát chặt chẽ đội ngũ cán bộ, viên chức, công chức ngành du lịch tỉnh, nâng cao năng lực quản lý, chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ. Các cơ quan QLNN và doanh nghiệp cần tạo lập được một môi trường làm việc chuyên nghiệp, cùng những cơ chế chính sách khuyến khích và hỗ trợ đào tạo nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực du lịch cũ và mới.

- Tăng cường sử dụng lực lượng lao động du lịch tại chỗ của Thừa Thiên Huế. Tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân bằng cách khôi phục và thúc đẩy sự phát triển của các làng nghề truyền thống, khuyến khích hình thành và phát triển các trang trại nuôi, trồng các sản phẩm phục vụ cho hoạt động du lịch, các cơ sở lưu niệm, sản xuất hàng thủ công truyền thống... Có chính sách và cơ chế thuận lợi nhằm thu hút các chuyên gia giỏi từ các địa phương khác, nhất là các tỉnh liên kết thuộc vùng miền Trung, thực hiện các chế độ đãi ngộ thích hợp.

- Tích cực tuân thủ chỉ đạo của Ban điều phối du lịch vùng đã được thành lập (như đề xuất bên trên) trong thống nhất thực hiện hợp tác giữa các cơ sở đào tạo du lịch trong nước và nước ngoài, các tổ chức quốc tế và các quốc gia nhằm hỗ trợ nâng cao chất lượng lao động của Thừa Thiên Huế và vùng miền Trung, thống nhất chủ trương khuyến khích các đơn vị đào tạo du lịch quốc tế đặt cơ sở tại các tỉnh và vùng.

- Tích cực phối hợp cùng các tỉnh miền Trung xây dựng cơ sở dữ liệu lớn về nguồn nhân lực du lịch chung của vùng bao gồm tập hợp các thông tin, dữ liệu về tình hình sử dụng lao động, về nhu cầu lao động và việc làm, về các nguồn cung lao động của tỉnh và các tỉnh liên kết.

4.2.4.2. Nâng cao hiệu quả huy động nguồn vốn đầu tư

Sự phát triển của ngành du lịch phụ thuộc rất lớn vào việc đảm bảo đủ nguồn vốn đầu tư, đặc biệt là để phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng. Để giải quyết vấn đề này, giải pháp về nguồn vốn cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung cần tập trung vào các giải pháp cơ bản:

Thứ nhất, trong quá trình xây dựng chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển du lịch liên kết của địa phương, chính quyền Thừa Thiên Huế cần tiến hành đánh giá chi tiết về tình hình thu hút vốn đầu tư. Điều này bao gồm việc dự báo và đánh giá các nguồn lực cũng như các yếu tố thúc đẩy tiềm năng thu hút đầu tư cho du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Làm rõ lộ trình chi tiết để thu hút các nguồn vốn, xác định rõ những lĩnh vực kinh doanh du lịch liên kết cần ưu tiên đầu tư và phát triển sản phẩm du lịch.

Hoàn thiện các chính sách ưu đãi và hỗ trợ đầu tư trong sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh trong vùng nhằm thúc đẩy các nguồn vốn cho phát triển du lịch, bao gồm chính sách hỗ trợ tài chính, ưu đãi thuế, đất đai, mặt bằng kinh doanh dành cho doanh nghiệp du lịch... Quan tâm và giải quyết nhanh chóng, hiệu quả các thủ tục để đảm bảo nhà đầu tư nhận được ưu đãi và hỗ trợ đầu tư một cách nhanh chóng, hiệu quả, đồng thời đảm bảo được tính ổn định và lâu dài của các chính sách ưu đãi đầu tư.

Thứ hai, huy động đa dạng hóa các nguồn vốn đầu tư, tận dụng tối đa cả nguồn vốn nội địa và quốc tế, kết hợp linh hoạt nguồn ngân sách Nhà nước với khai thác, sử dụng nguồn vốn nước ngoài và các nguồn lực trong nhân dân. Bao gồm:

- Đối với nguồn vốn ở trong nước

Nguồn vốn đầu tư từ ngân sách Nhà nước, bao gồm cả cấp Trung ương và địa phương, cần được tiếp cận một cách toàn diện, có chiến lược, có trọng tâm, trọng điểm, tạo được nền tảng để kích thích thu hút đầu tư từ các nguồn vốn khác. Nguồn vốn này thường được ưu tiên để duy trì, bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch, cũng như để giới thiệu và thúc đẩy đầu tư trong lĩnh vực này. Đặc biệt, nguồn vốn từ ngân sách Nhà nước thường được ưu tiên cho phát triển cơ sở hạ tầng như giao thông, điện, nước và hệ thống thông tin liên lạc nội bộ tại các khu và điểm du lịch của tỉnh. Đối với các khu du lịch địa phương, đầu tư vào cơ sở hạ tầng nên sử dụng nguồn vốn từ ngân sách địa phương, trong khi các khu du lịch quốc gia cần được ưu tiên đầu tư từ ngân sách Trung ương. Mặc dù nguồn vốn này không phải là lớn, nhưng mang ý nghĩa quan trọng trong

việc khuyến khích và thu hút các nguồn vốn khác đầu tư cho phát triển du lịch liên kết ở Thừa Thiên Huế.

Huy động nguồn vốn nội lực từ doanh nghiệp và tổ chức trên địa bàn tỉnh và các tỉnh liên kết trong vùng là ưu tiên hàng đầu, thực hiện thông qua nhiều hình thức như thu hút đầu tư liên doanh, phát hành cổ phiếu công trình để xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch như nhà nghỉ, khách sạn, nhà hàng, điểm mua sắm, khu thể thao, các phương tiện vận chuyển, khu giải trí. Chú trọng thực hiện xã hội hoá trong quá trình huy động các nguồn vốn đầu tư du lịch, ưu tiên kêu gọi các tổ chức, nhà đầu tư, doanh nghiệp, cá nhân tham gia đầu tư, thu hút sự tham gia, đóng góp của cộng đồng dân cư địa phương trong bảo vệ và tôn tạo di tích, thắng cảnh, các lễ hội, các hoạt động văn hoá dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch...

Thực hiện huy động nguồn vốn từ nội bộ ngành du lịch (từ tích lũy GDP du lịch), hoặc có thể vay vốn từ ngân hàng thương mại. Đề xuất các biện pháp cải tiến thủ tục vay vốn ngân hàng nhằm tối ưu hóa sự thuận tiện và rút ngắn thời gian sử dụng vốn trong việc sửa chữa và nâng cấp các hạng mục công trình trong ngành du lịch Thừa Thiên Huế.

Tăng cường sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh trong vùng và các Bộ, ngành ở Trung ương trong việc lồng ghép các dự án, chương trình từ các ngành khác có liên quan tới lĩnh vực du lịch, nhằm giảm bớt các khó khăn về nguồn vốn cho tỉnh. Điều này có thể bao gồm việc kết nối với các chương trình như xoá đói giảm nghèo, khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống và các chương trình khác.

- Đối với nguồn vốn từ nước ngoài

Tích cực, chủ động mời gọi vốn đầu tư từ nước ngoài thông qua nhiều nguồn khác nhau như nguồn vốn từ các ngân hàng quốc tế (như Ngân hàng Phát triển Thế giới (WB), Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB)...), nguồn vốn viện trợ phát triển chính thức (ODA), nguồn từ các tổ chức quốc tế như UNDP, UNICEP, NGO... và nguồn tài trợ từ Chính phủ các quốc gia Hàn Quốc, Nhật Bản... Đây là những nguồn vốn quan trọng hỗ trợ cho việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng phát triển du lịch, đặc biệt là các hạng mục như hệ thống đường quốc lộ, các tuyến đường du lịch trong tỉnh, các trục giao thông chính và các cơ sở hạ tầng liên quan như hệ thống đường, điện, nước đến các điểm du lịch...

Huy động nguồn vốn đầu tư FDI, thiết lập liên kết, liên doanh với các tổ chức, tập đoàn quốc tế nhằm tận dụng nguồn vốn lớn cùng với trình độ tổ chức quản lý, kinh nghiệm và công nghệ hiện đại của nước ngoài... Định hướng, tạo điều kiện đầu tư FDI

vào các khu du lịch có quy mô lớn, các mô hình kinh doanh du lịch sáng tạo, các doanh nghiệp kinh doanh tổng hợp, nhằm khai thác triệt để những ưu điểm mà nguồn vốn này mang lại.

Thứ ba, việc thực hiện cải cách hành chính liên quan đến thu hút đầu tư vào phát triển du lịch là một ưu tiên quan trọng. Trước hết lãnh đạo UBND tỉnh Thừa Thiên Huế cần đề xuất với các cấp lãnh đạo ở Trung ương khắc phục những quy định pháp luật chưa đồng bộ, chồng chéo, vướng mắc, chưa rõ ràng, chưa cụ thể nhằm điều chỉnh và bổ sung sao cho phù hợp với thực tế của công tác thu hút đầu tư vào phát triển du lịch. Tích cực chỉ đạo rà soát, loại bỏ các thủ tục hành chính không cần thiết, rườm rà, gây phiền toái, mất thời gian và tiền bạc của các nhà đầu tư. Đồng thời, đảm bảo thực hiện hiệu quả cơ chế một cửa liên thông, tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư trong quá trình thực hiện các thủ tục hành chính.

Quy trình cấp phép đầu tư phải được thực hiện theo hướng công khai và minh bạch, các khiếu nại của các nhà đầu tư phải được giải quyết kịp thời. UBND tỉnh chú trọng tổ chức các cuộc đối thoại trực tiếp giữa lãnh đạo tỉnh với các nhà đầu tư kinh doanh du lịch để nắm bắt và giúp đỡ họ trong quá trình tìm kiếm cơ hội đầu tư, thực hiện thủ tục hành chính. Đồng thời, tăng cường kiểm soát việc ban hành các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến thu hút đầu tư kinh doanh du lịch. Công khai và cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan đến hoạt động đầu tư kinh doanh du lịch mà nhà đầu tư du lịch cần biết và phải biết. Theo dõi, hỗ trợ và đồng hành với các nhà đầu tư nhằm kịp thời giải quyết khó khăn trong quá trình triển khai dự án. Đồng thời hướng dẫn và hỗ trợ nhà đầu tư đẩy nhanh tiến độ triển khai dự án hoặc thu hồi chấm dứt các dự án không hiệu quả, vi phạm quy định của Luật đầu tư và các quy định khác liên quan v.v...

Thứ tư, định vị rõ thương hiệu du lịch Thừa Thiên Huế và phối hợp với các tỉnh trong vùng xây dựng, định vị được hình ảnh du lịch miền Trung. Đây là việc làm không hề dễ dàng, tuy nhiên cần coi đây là yếu tố cực kỳ quan trọng thúc đẩy thu hút đầu tư cho Thừa Thiên Huế và các dự án quy mô lớn cấp vùng.

Thứ năm, đẩy mạnh hoạt động quảng bá và xúc tiến đầu tư trong sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh miền Trung để tạo sức hấp dẫn thu hút đầu tư phát triển du lịch. Công tác này cần đi vào chiều sâu, có trọng tâm, trọng điểm, đặc biệt chú trọng xúc tiến đầu tư nước ngoài để thu hút các doanh nghiệp và tổ chức có tiềm lực về vốn và công nghệ. Xây dựng danh sách các dự án kêu gọi đầu tư, gắn với quy hoạch phát triển du lịch liên kết và định hướng phát triển du lịch liên kết của tỉnh trong cả ngắn hạn và

dài hạn. Thường xuyên rà soát và cập nhật danh mục dự án đầu tư kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh. Tăng cường tổ chức và phối hợp tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư du lịch cùng các hoạt động tuyên truyền, quảng bá về môi trường, chính sách, tiềm năng và cơ hội đầu tư du lịch tại Thừa Thiên Huế.

4.2.4.3. Đẩy mạnh phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất du lịch

** Phát triển kết cấu hạ tầng*

Kết cấu hạ tầng là điều kiện cần và nền tảng cho việc khai thác, phát triển du lịch. Để xây dựng một hệ thống hạ tầng đáp ứng tốt nhu cầu phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung, Thừa Thiên Huế cần thực hiện tốt các biện pháp sau:

- Ưu tiên đầu tư, hoàn thiện hạ tầng kết nối giữa thành phố Huế với các vùng du lịch trọng điểm quốc gia, các di tích, vùng phía Tây của Thừa Thiên Huế, vùng đầm phá, vùng biển của tỉnh theo hướng đồng bộ, thuận lợi, mở rộng sự đa dạng các loại hình và sản phẩm du lịch một cách bền vững. Đặc biệt là hạ tầng đầu nối của Thừa Thiên Huế với các tỉnh ở miền Trung.

- Huy động mạnh mẽ các nguồn lực và tập trung đầu tư hoàn thành sớm những dự án trọng điểm của tỉnh liên quan đến phát triển du lịch và liên kết hạ tầng du lịch đồng bộ với các tỉnh trong vùng. Các dự án như nâng cấp và mở rộng Cảng Chân Mây thành cảng biển du lịch quốc tế, nâng cấp Cảng hàng không quốc tế Phú Bài, cao tốc Cam Lộ - La Sơn - Túy Loan, dự án đường Tô Hữu - sân bay Phú Bài...

- Nâng cao chất lượng hoạt động hàng không tại sân bay quốc tế Phú Bài, thực hiện tăng tần suất và điều chỉnh giờ bay trong nước, khuyến khích mở thêm một số đường bay quốc tế đến Thừa Thiên Huế. Tăng tần suất, nâng cao chất lượng các tuyến xe buýt qua các điểm du lịch ở thành phố Huế và các huyện trong tỉnh, các địa phương ngoại tỉnh, đa dạng các loại hình phương tiện như xe city tour, xe điện, Hop-on, Hop-off. Tiếp tục đầu tư đảm bảo chuẩn phục vụ du lịch của hệ thống cấp nước, cấp điện, wifi công cộng, cây xanh, nhà vệ sinh công cộng v.v...

- Chinh trang không gian du lịch toàn diện hơn, làm sống lại không gian sinh hoạt, không gian văn hóa của cố đô bằng cách: nâng cấp, đồng bộ hóa hạ tầng đô thị, không gian cảnh quan; tăng cường chiếu sáng các di tích nhằm tạo cảnh quan sống động và hấp dẫn, gia tăng mức độ thu hút khách du lịch về đêm (như ở khu vực Đại Nội, Nghênh Lương Đình, Kỳ Đài, dọc hai bờ sông Hương); xã hội hóa hệ thống chiếu sáng mỹ thuật ở khu vực thành phố Huế; quy hoạch lại các vùng dân cư, giải tỏa các khu vực xâm lấn di tích; tạo lập không gian đặc thù vùng đầm phá, vùng ven biển...

- Hình thành một số khu đô thị, khu du lịch cao cấp ở vùng biển và đầm phá, cũng như ở các khu vực trọng điểm du lịch quốc gia trên địa bàn tỉnh, phối hợp chặt chẽ trong phát triển du lịch biển với các tỉnh miền Trung. Hình thành trung tâm mua sắm cao cấp, xây dựng Trung tâm Hội nghị quốc tế, phát triển khu vực đường đi bộ trong thành phố Huế, phát triển các khu vực vui chơi giải trí tầm cỡ với mục tiêu mở rộng và bổ sung cho ngành du lịch của thành phố Huế.

- Ưu tiên phát triển hạ tầng du lịch thông minh, bền vững; hoàn thiện các phần mềm quản lý thông minh, đặc biệt là phần mềm quản lý dùng chung, liên thông dữ liệu (giữa ngành du lịch, thống kê, công an, kế hoạch và đầu tư, thuế...) và liên thông dữ liệu với các tỉnh miền Trung; thay thế dần hạ tầng vé điện tử và giao dịch không dùng tiền mặt v.v...

** Phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch*

- Về hệ thống cơ sở lưu trú: Nâng cấp và xây dựng mới hạ tầng khách sạn, nhà nghỉ, homestay, các công trình phục vụ du lịch (như các nhà hàng với quy mô lớn, các tổ hợp thể thao, hội thảo, hội nghị...) đảm bảo sự thoải mái, tiện ích, sự hài lòng, an ninh và an toàn đối với khách du lịch. Ưu tiên các dự án đầu tư xây dựng, nâng cấp cơ sở lưu trú đạt chuẩn quốc tế, chú ý thiết kế những không gian liên quan như bãi đỗ xe, vườn hoa, tiểu cảnh... tạo thêm sự hấp dẫn, lôi cuốn.

- Về các cơ sở ăn uống: để phát triển sản phẩm văn hóa ẩm thực Huế và giới thiệu gần hơn nữa với du khách, cần đào tạo các đầu bếp chuyên nghiệp, am hiểu sâu sắc về ẩm thực đặc trưng của địa phương. Ngành du lịch phối kết hợp với các trường du lịch mở những khóa đào tạo, nâng cao tay nghề cho các đầu bếp tại các nhà hàng, khách sạn, khuyến khích các tiệm ăn, nhà hàng nổi tiếng của Huế duy trì và truyền lại những món ăn truyền thống xứ Huế cho các thế hệ sau. Chú ý lồng ghép nội dung ẩm thực xứ Huế trong công tác quảng cáo, quảng bá du lịch Thừa Thiên Huế, nhanh chóng xây dựng thành một sản phẩm du lịch quan trọng, chất lượng, bài bản.

Có biện pháp khuyến khích các nhà hàng, khách sạn, các địa điểm ăn uống nâng cao chất lượng ẩm thực; xây dựng các nhà hàng, các địa điểm ăn uống đạt chuẩn; thường xuyên tuyên truyền, thanh tra, kiểm tra đối với các cơ sở kinh doanh ăn uống phục vụ du khách, xây dựng chế tài xử phạt đối với các cơ sở ăn uống không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định...

- Về hệ thống vui chơi, giải trí: Hiện nay, bộ phận này trong phục vụ du lịch của tỉnh còn nhiều hạn chế, trong khi đó xu hướng đầu tư trên thế giới đối với loại hình này hiện là sự kết hợp song hành giữa dịch vụ giải trí đỉnh cao và dịch vụ nghỉ

duỡng đẳng cấp với mục đích nhân đôi trải nghiệm du khách. Do đó, Thừa Thiên Huế tập trung nhanh chóng xác định những địa điểm, những chính sách thích hợp để thu hút đầu tư, phát triển những trung tâm vui chơi, giải trí có thể theo các chủ đề gắn với lịch sử, giáo dục, khoa học, sinh thái..., chú trọng những khu vui chơi, giải trí quy mô với các loại hình hấp dẫn, đỉnh cao.

Đối với các cơ sở dịch vụ khác như ngân hàng, bưu chính, bệnh viện, sân vận động, trung tâm thể thao và các cơ sở dịch vụ cho hoạt động du lịch khác như khu vực triển lãm, hội chợ, hội thảo, hội nghị quốc tế... cần được chú ý toàn diện, nâng cao chất lượng từng bộ phận và tổng thể để đem lại sự hài lòng tốt nhất khi du khách đến Huế.

4.2.4.4. Đẩy mạnh ứng dụng tiến bộ khoa học - công nghệ

Đẩy mạnh ứng dụng các tiến bộ KH-CN trong phát triển du lịch là yêu cầu cấp thiết trong giai đoạn hiện nay, với định hướng đẩy mạnh phát triển du lịch thông minh, Thừa Thiên Huế chủ động thực hiện và phối hợp với các tỉnh miền Trung tập trung vào những nội dung sau:

- Đẩy mạnh chuyển đổi số ngành du lịch, xây dựng và hoàn thiện cơ sở dữ liệu về văn hóa, du lịch, đảm bảo nền tảng dữ liệu là hạ tầng cốt yếu, quan trọng cho chuyển đổi số. Số hóa hệ thống dữ liệu tài nguyên du lịch để kêu gọi đầu tư và thực hiện tốt công tác quy hoạch. Phát triển nhanh chóng nền tảng dữ liệu du lịch mở, thu thập, cập nhật từ tất cả các nguồn liên quan như doanh nghiệp du lịch, người dân, du khách... Kêu gọi thực hiện xã hội hóa hệ thống mạng lưới wifi phủ khắp các điểm và khu du lịch. Lưu ý công tác bảo đảm an toàn, an ninh mạng trong cơ quan QLNN và các doanh nghiệp.

- Vận dụng mô hình chính phủ điện tử, chính phủ thông minh trong quản lý du lịch. Nâng cấp hệ thống thông tin về du lịch trên các nền tảng số một cách thuận tiện, đơn giản trong cung cấp thông tin, truyền thông xã hội, dịch vụ hành chính công. Tận dụng các thành tựu KH-CN về trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn, internet kết nối mọi vật... để cung cấp trải nghiệm thân thiện nhất, tốt nhất cho người dùng và chuyển đổi số một cách toàn diện trên các mặt hoạt động của cơ quan QLNN, nhất là trong chỉ đạo, điều hành, với các hệ thống: số hóa dữ liệu di sản, sự kiện và lễ hội, VR360, sản phẩm thực tế ảo và du lịch thông minh; các ứng dụng CNTT trong quản lý, điều hành điện tử, giao dịch điện tử, xác thực điện tử, văn phòng điện tử tại Sở Du lịch v.v...

- Phát triển các công cụ trực tuyến phục vụ hoạt động tìm kiếm, chia sẻ thông tin, đặt dịch vụ, thanh toán điện tử; thông qua những ứng dụng công nghệ thực tế ảo, thực tế tăng cường để tiến hành thiết kế các mô hình du lịch ảo độc đáo và mới lạ để

làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách. Thực hiện việc triển khai vé điện tử, hệ thống thanh toán không sử dụng tiền mặt, phát triển những nền tảng số trong lĩnh vực du lịch v.v...

- Xây dựng và triển khai những sản phẩm du lịch thông minh, xúc tiến, quản lý, quản lý du lịch thông minh; thử nghiệm các sản phẩm du lịch thông minh mới như trình diễn ánh sáng điện tử, nhạc nước, 3D mapping...; xây dựng các không gian trải nghiệm số, bảo tàng số trong du lịch; hoàn thiện hệ thống ki-ốt thông tin tự động ở các tuyến đường, các khu phố đông khách du lịch; phát triển quảng bá du lịch trực tuyến, nhất là thông qua mạng xã hội; tận dụng sự nhanh chóng, kịp thời, chính xác của công nghệ phân tích số liệu du lịch từ đó đưa ra các chính sách thúc đẩy hiệu quả hoạt động du lịch v.v...

4.2.5. Nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, đánh giá về phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

- Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế cần thay đổi quan điểm chỉ tập trung bề nổi của sự tăng trưởng để đánh giá, mà chưa chú ý nhiều đến chất lượng tăng trưởng. Cũng như cần có cái nhìn tổng thể, không chỉ nhìn vào sự tăng trưởng của tỉnh mình mà phải có cái nhìn tương quan với các tỉnh miền Trung, trong bối cảnh liên kết ngày càng chặt chẽ như hiện nay. Điều này không chỉ bao gồm sự chú ý đến lượng khách du lịch, mà còn tập trung vào cải thiện lưu trú và chi tiêu của du khách. Đồng thời, đặc biệt chú trọng vào các biện pháp kéo dài thời gian lưu trú, thúc đẩy các hoạt động tạo ra giá trị gia tăng, tạo nhiều cơ hội thu nhập, việc làm, cải thiện chất lượng cuộc sống của cộng đồng địa phương.

- Trong công tác kiểm tra, đánh giá về phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung, chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế cần đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc khách quan, nghiêm túc, chính xác, hiệu quả. Việc thực hiện kiểm tra và đánh giá phải được thực hiện một cách đều đặn, định kỳ nhằm kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm các vi phạm, góp phần tạo lập môi trường kinh doanh lành mạnh, cạnh tranh bình đẳng, đảm bảo chất lượng, hiệu quả phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung. Chú ý đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ với các tỉnh liên kết trong vùng trong quá trình thực hiện công tác kiểm tra, đánh giá.

- Tập trung vào một số nhiệm vụ chính trong công tác thanh tra, kiểm tra như bảo vệ tài nguyên, an ninh an toàn cho du khách, kiểm soát việc quảng cáo, bán sản phẩm không đúng với chất lượng thực tế, cũng như ngăn chặn các trường hợp chèo kéo khách làm ảnh hưởng đến an ninh trật tự xã hội... Đồng thời, tiến hành đổi mới các

hình thức thanh tra, kiểm tra sao cho vừa đáp ứng yêu cầu công việc, vừa không gây phiền hà cho các đối tượng bị thanh tra, kiểm tra. Việc đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho cán bộ làm công tác thanh, kiểm tra là rất quan trọng, giúp họ có đủ kiến thức và kỹ năng để xử lý các tình huống phát sinh. Ngoài ra, việc cải thiện hiệu quả của hệ thống hỗ trợ du khách, đảm bảo luôn sẵn sàng giúp đỡ, giải quyết các vấn đề và cung cấp thông tin cho du khách một cách nhanh chóng và chính xác là rất cần thiết.

- Thiết lập cơ chế đánh giá định kỳ tình hình phát triển du lịch ở tỉnh trong liên kết với các tỉnh miền Trung, phối hợp với các tỉnh cùng nhau thực hiện đánh giá hiệu quả của các hoạt động liên kết du lịch trong vùng để từ đó có những điều chỉnh kịp thời và phù hợp. Áp dụng các phương pháp, công nghệ hiện đại trong đánh giá như công nghệ phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo... để đưa ra những phân tích, đánh giá và dự báo chính xác.

4.2.6. Thúc đẩy quan hệ lợi ích của các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam

- Để đảm bảo hài hòa lợi ích cho các bên tham gia vào hoạt động phát triển du lịch liên kết cần cải thiện, nâng cao năng lực lãnh đạo, quản lý, điều hành của Nhà nước, mà trực tiếp là chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế. Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế và các tỉnh miền Trung phối hợp đẩy mạnh công tác tuyên truyền, vận động người dân nâng cao nhận thức về phát triển du lịch liên kết và vai trò của liên kết vùng đối với phát triển du lịch. Với tư cách là chủ thể quan trọng trong điều hòa lợi ích chung và lợi ích các bên tham gia, cần củng cố bộ máy tổ chức và nâng cao hiệu quả các cấp chính quyền từ cấp huyện, cấp tỉnh đến cấp vùng. Phân công nhiệm vụ rõ ràng giữa các cơ quan, đơn vị và địa phương trong công tác QLNN về du lịch. Tăng cường quản lý các di tích lịch sử, văn hóa, giám sát các hoạt động du lịch và bảo vệ môi trường du lịch. Đồng thời, triển khai các biện pháp tuyên truyền để đảm bảo trật tự và an toàn xã hội, phòng ngừa và ngăn chặn các hành vi lợi dụng hoạt động du lịch để trục lợi và vi phạm pháp luật.

- Nâng cao năng lực quản lý của nhà nước đối với doanh nghiệp du lịch nhằm thúc đẩy phát triển du lịch của tỉnh trong liên kết với các tỉnh miền Trung nhanh chóng, hiệu quả và bền vững. Nâng cao năng lực quản lý và trình độ chuyên môn của các doanh nghiệp du lịch ở Thừa Thiên Huế, lấy khách hàng làm trung tâm trong quá trình phát triển, xây dựng các chính sách phù hợp với đặc điểm của từng nhóm khách du lịch khác nhau, bao gồm cả khách mục tiêu của tỉnh và các khu vực liên kết ở miền Trung. Qua đó, nâng cao chất lượng kinh doanh du lịch, sản phẩm du lịch và dịch vụ.

- Phát huy vai trò của các Hiệp hội du lịch và các câu lạc bộ du lịch để các công ty trong ngành có diễn đàn để trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm phát triển du lịch liên kết. Việc này không chỉ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp học hỏi lẫn nhau mà còn thúc đẩy sự hợp tác và kết nối giữa các đơn vị trong tỉnh và trong vùng. Từ đó, góp phần tạo ra một môi trường kinh doanh du lịch năng động, hấp dẫn và đầy tiềm năng phát triển. Thông qua các diễn đàn và hội thảo, các doanh nghiệp du lịch có thể tìm ra những cơ hội mới, cải thiện dịch vụ, mở rộng mạng lưới hợp tác, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh và thu hút khách du lịch.

- Chính quyền tỉnh tiến hành hỗ trợ, kích thích việc tạo lập mối quan hệ hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng dân cư, nhất là tại các điểm, vùng du lịch. Sự liên kết này nhằm tối ưu hóa việc khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa độc đáo của địa phương, nâng cao giá trị của các điểm tham quan du lịch. Đây là một hình thức quảng bá thiết thực, không chỉ tiết kiệm chi phí mà còn mang lại lợi ích trực tiếp cho cộng đồng, tạo cơ hội việc làm và thúc đẩy sự phát triển kinh tế địa phương. Hợp tác sẽ giúp các doanh nghiệp du lịch cung cấp những trải nghiệm chân thực và độc đáo cho du khách, giúp người dân địa phương duy trì và phát triển các giá trị văn hóa truyền thống của mình. Thêm vào đó, cộng đồng dân cư có thể cung cấp dịch vụ hướng dẫn, bán sản phẩm thủ công, tổ chức các sự kiện văn hóa v.v... từ đó tạo thêm nguồn thu nhập và nâng cao chất lượng cuộc sống.

- Tuân thủ và đảm bảo các nguyên tắc cơ bản trong liên kết, hợp tác du lịch với các tỉnh miền Trung. Việc này nhằm xây dựng một nền tảng hợp tác vững chắc, hiệu quả giữa Thừa Thiên Huế và các địa phương, từ đó thúc đẩy sự phát triển du lịch, kinh tế, văn hóa của tỉnh và toàn vùng. Không chỉ chú trọng sự đồng thuận trong chính sách phát triển, mà còn đảm bảo tính minh bạch, công bằng và bền vững trong quá trình hợp tác. Các nguyên tắc này bao gồm việc cùng nhau xây dựng chiến lược phát triển dài hạn, phân chia lợi ích một cách hợp lý, bảo vệ các giá trị văn hóa, tài nguyên thiên nhiên, tạo được một môi trường thuận lợi cho sự phát triển toàn diện và bền vững của tỉnh và các tỉnh liên kết ở miền Trung...

Ở đây, cần nhấn mạnh việc thúc đẩy quan hệ lợi ích giữa các chủ thể trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung không chỉ là trách nhiệm của chính quyền địa phương. Hiệu quả cao nhất chỉ đạt được khi có sự hợp tác đồng bộ từ phía các doanh nghiệp, cộng đồng dân cư và các tỉnh liên kết. Sự đóng góp và tham gia tích cực từ mọi phía sẽ giúp khai thác tối đa tiềm năng du lịch của tỉnh, vùng, đồng thời đảm bảo lợi ích hài hòa và phát triển bền vững. Chính quyền cần tạo

điều kiện và khung pháp lý thuận lợi, trong khi doanh nghiệp và người dân cần chủ động hợp tác và chia sẻ lợi ích, cùng nhau xây dựng một môi trường du lịch phát triển mạnh mẽ và toàn diện.

4.2.7. Đẩy mạnh liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam

Liên kết du lịch của một tỉnh với các tỉnh khác trong vùng thực chất là phương thức thúc đẩy quan hệ lợi ích giữa các bên tham gia, tạo nên sự cân đối, hài hòa giữa các địa phương trong vùng, giảm bớt sự khác biệt, giảm thiểu sự trùng lặp, cùng nhau bảo tồn và phát huy những đặc tính đặc sắc của địa phương, các đặc tính chung của vùng... Hợp tác tạo nên sức mạnh tổng hợp là chiến lược để tăng khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp du lịch, không chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn mà còn tạo nên lợi ích lâu dài cho các địa phương khi liên kết, đảm bảo sự bền vững trong dài hạn. Nhằm đẩy mạnh việc liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam, chính quyền tỉnh cần thực hiện tốt các biện pháp:

- Trước hết, cần đảm bảo được những điều kiện về liên kết gồm: đổi mới tư duy, nâng cao nhận thức và mức độ tham gia của các chủ thể trong liên kết vùng để phát triển ngành du lịch; thực hiện tuyên truyền, phổ biến rộng rãi về lợi ích khi liên kết, hợp tác các với địa phương nội vùng, liên vùng trong nước và quốc tế theo phương châm “liên kết để cùng phát triển”, “muốn đi xa thì phải đi cùng nhau”; phải phát huy tốt nội lực của địa phương như thế mạnh về tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch, nguồn nhân lực, hạ tầng du lịch... Đồng thời, thực hiện hiệu quả các chính sách hỗ trợ cho sự phát triển của ngành, cũng như hỗ trợ liên kết vùng trong quá trình phát triển du lịch của địa phương. Từ đó, thúc đẩy sự liên kết mạnh mẽ của Thừa Thiên Huế với các địa phương khác, cũng như thu hút các đối tác mong muốn được liên kết với Thừa Thiên Huế trong và ngoài vùng nhằm kiến tạo những chương trình kết nối đặc sắc, gia tăng khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách, thúc đẩy phát triển du lịch liên kết của tỉnh.

- Thiết lập các cam kết, ràng buộc rõ ràng, chặt chẽ giữa chính quyền Thừa Thiên Huế với các địa phương liên kết trong vùng nhằm thống nhất cũng như tạo các điều kiện thuận lợi trong xây dựng cơ chế chính sách, tạo lập môi trường pháp lý cho liên kết. Tuân thủ những nội dung mang tính nguyên tắc khi tham gia liên kết, bao gồm việc tuân thủ đầy đủ khuôn khổ pháp luật và các quy định chung, duy trì sự tôn trọng lẫn nhau, đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia, xây dựng nội dung liên kết có ý nghĩa và tạo ra môi trường thoải mái, thông thoáng” trong suốt quá trình hợp

tác; tổ chức định kỳ hoạt động tổng kết giữa các bên tham gia, tiến hành đánh giá những mặt đạt được, những khía cạnh còn giới hạn, chỉ ra những nguyên nhân, rút ra những bài học để liên kết được hiệu quả hơn...

- Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế phải xây dựng được một chiến lược liên kết vùng hiệu quả, dựa trên nền tảng cốt lõi là tài nguyên du lịch đặc sắc của tỉnh, chú ý tránh trùng lặp với các địa phương khác khi hình thành các sản phẩm du lịch vùng, nhất là các sản phẩm du lịch biển.

- Mở rộng và nâng cao hiệu quả liên kết du lịch trên tất cả các phương diện, từ công tác QLNN, liên kết phát triển sản phẩm du lịch, liên kết quảng bá và xúc tiến du lịch, liên kết phát triển hạ tầng, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch v.v... Liên kết phải trên cơ sở phát huy tối đa các tiềm năng và lợi thế đặc thù của Thừa Thiên Huế, thúc đẩy ngành du lịch của tỉnh phát triển mạnh mẽ, có chiều sâu và bền vững hơn. Đồng thời thực hiện có hiệu quả các chương trình và nội dung hợp tác du lịch đã được ký kết giữa các địa phương, đảm bảo mang lại lợi ích thiết thực cho tất cả các bên tham gia.

- Tiếp tục khuyến khích, đẩy mạnh công tác liên kết với những địa phương, khu vực, các tổ chức cả trong và ngoài nước, đặc biệt tập trung hợp tác chặt chẽ với các địa phương lân cận và các trung tâm du lịch lớn trên toàn quốc. Đi sâu vào các liên kết: “Ba địa phương một điểm đến” (Thừa Thiên Huế - Quảng Nam - Đà Nẵng), “năm địa phương một điểm đến” (Quảng Nam - Đà Nẵng - Thừa Thiên Huế - Quảng Trị - Quảng Bình), chương trình “Con đường di sản miền Trung”, chương trình “Hành trình qua các kinh đô Việt cổ” và với các trung tâm du lịch Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, các địa phương thuộc Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, kết nối với Tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây...

- Tăng cường hợp tác trao đổi thông tin giữa các đơn vị quản lý du lịch của Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung, xây dựng kênh đối thoại giữa lãnh đạo các tỉnh và các ban ngành chức năng có liên quan, tạo được sự thống nhất trong nhận thức và có sự đồng thuận tự nguyện trên cơ sở “tầm nhìn” về những lợi ích to lớn, có tính dài hạn từ tham gia liên kết du lịch. Về vấn đề lợi ích, thực hiện đảm bảo sự bình đẳng giữa các chủ thể, có sự kết hợp hài hòa lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài.

- Xác định rõ vai trò nòng cốt trong liên kết vùng để phát triển du lịch phải là các doanh nghiệp du lịch. Bởi vậy, chính quyền địa phương tỉnh Thừa Thiên Huế cần lựa chọn một số doanh nghiệp để xây dựng những mô hình mẫu thí điểm liên kết. Việc tạo ra mô hình mẫu không chỉ có ý nghĩa đối với việc hoàn thiện mô hình đó về mặt tổ

chức, quản trị, xây dựng, thực hiện nội dung, sử dụng cách thức, phương tiện liên kết... mà còn giúp chính quyền tỉnh rút ra những kinh nghiệm quý báu khi hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch hoàn thiện liên kết một cách có hiệu quả. Bên cạnh mô hình mẫu nêu trên, tỉnh cần phối kết hợp tổ chức những cuộc giao lưu giữa các doanh nghiệp du lịch tỉnh mình với doanh nghiệp của những địa phương liên kết nhằm kết nối tour, hoàn thiện tour giữa các doanh nghiệp, có thêm cơ hội để trao đổi, tìm bạn hàng v.v...

- Tích cực cùng các địa phương trong vùng thành lập được hệ thống cơ sở du lịch chung của vùng liên kết. Trên cơ sở sử dụng các công nghệ về “dữ liệu lớn”, “điện toán đám mây”, tỉnh Thừa Thiên Huế và các địa phương liên kết có trách nhiệm cung cấp đầy đủ dữ liệu du lịch của địa phương mình theo một “khung” yêu cầu chung, từ đó có được tệp cơ sở dữ liệu của tập thể liên kết mà mỗi địa phương đều có quyền truy cập, sử dụng dữ liệu đó để phục vụ công tác nghiên cứu, phát triển sản phẩm du lịch v.v...

KẾT LUẬN

Thừa Thiên Huế là một địa phương thuộc khu vực miền Trung Việt Nam, có ngành du lịch phát triển từ sớm so với nhiều địa phương khác trong nước. Những năm vừa qua, phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, tuy nhiên, vẫn còn nhiều tồn tại, hạn chế trong quá trình phát triển. Do vậy, nghiên cứu đề tài “*Phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam*” có ý nghĩa thiết thực đối với địa phương. Qua quá trình nghiên cứu đề tài, nghiên cứu sinh đưa ra một số kết luận chủ yếu sau:

1. Trên cơ sở kế thừa những giá trị khoa học từ các công trình đã công bố, nghiên cứu sinh đã xây dựng khung lý thuyết về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng bao gồm xây dựng được quan niệm về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng, làm rõ chủ thể chính, đặc điểm, điều kiện, nội dung, xây dựng tiêu chí đánh giá, phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới phát triển du lịch của một địa phương trong liên kết với các địa phương khác. Nghiên cứu kinh nghiệm về phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng ở Việt Nam, từ đó rút ra các bài học có giá trị tham khảo bổ ích cho tỉnh Thừa Thiên Huế.

2. Luận án đã phân tích và đánh giá thực trạng phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam qua năm nội dung chính gồm: Xây dựng quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy quản lý phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; Phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; Huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; Kiểm tra, đánh giá kết quả phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; Đảm bảo hài hòa lợi ích cho các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Từ đó rút ra những thành tựu đạt được, những hạn chế còn tồn tại và tìm ra nguyên nhân của thực trạng đó.

3. Luận án phân tích bối cảnh, dự báo, xây dựng các mục tiêu, phương hướng về phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam. Đồng thời, đề xuất 07 nhóm giải pháp có tính khả thi nhằm thúc đẩy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung

Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2045 gồm: (1) Đổi mới nhận thức, tư duy của các chủ thể tham gia phát triển du lịch trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; (2) Hoàn thiện quy hoạch, kế hoạch, cơ chế chính sách và tổ chức bộ máy phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; (3) Phát triển sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; (4) Nâng cao hiệu quả huy động các nguồn lực cho phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; (5) Nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra, đánh giá phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; (6) Thúc đẩy quan hệ lợi ích của các chủ thể liên quan trong phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam; (7) Đẩy mạnh liên kết, hợp tác du lịch giữa Thừa Thiên Huế với các tỉnh miền Trung Việt Nam.

4. Phát triển du lịch ở Thừa Thiên Huế trong liên kết với các tỉnh miền Trung Việt Nam là đề tài mới, đòi hỏi nghiên cứu công phu, có tính hệ thống và trên nhiều khía cạnh khác nhau. Từ góc độ Kinh tế chính trị, luận án bước đầu khám phá một số vấn đề có ý nghĩa phương pháp luận, tuy nhiên không tránh khỏi những hạn chế và thiếu sót. Trên cơ sở những nội dung và kết quả nghiên cứu bước đầu, nghiên cứu sinh sẽ tiếp tục nghiên cứu, bổ sung một số vấn đề liên quan đến đề tài luận án sâu hơn, góp phần luận giải rõ hơn chủ đề Phát triển du lịch ở một tỉnh trong liên kết với các tỉnh khác trong vùng.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ ĐƯỢC CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ
LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Huỳnh Thị Hồng Hạnh (2022), “Phát triển du lịch gắn với liên kết vùng ở Việt Nam”, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 2 - tháng 11 (789), ISSN 2615-8973, tr.117-120.
2. Huỳnh Thị Hồng Hạnh (2023), “Phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong liên kết vùng kinh tế trọng điểm miền Trung”, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán*, kỳ 2, (238), ISSN 1859-4093, tr.11-15.
3. Huỳnh Thị Hồng Hạnh (2023), “Liên kết phát triển du lịch Thừa Thiên Huế với các địa phương trong vùng Bắc Trung Bộ”, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 2, (801), ISSN 2615-8973, tr.147-150.
4. Huỳnh Thị Hồng Hạnh (2023), “Phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế trong liên kết với các địa phương vùng phụ cận”, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán*, kỳ 2, (248), ISSN 1859-4093, tr.78-82.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

* Tài liệu tiếng Việt

1. Thế An (2024), *Quảng Ninh tạo đà phát triển kinh tế từ liên kết vùng*, tại trang: <https://thoibaotaichinhvietnam.vn/quang-ninh-tao-da-phat-trien-kinh-te-tu-lien-ket-vung-151655.html> [truy cập ngày 26/08/2024].
2. Diệp Anh (2023), *Phát triển du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm là xu thế tất yếu*, tại trang: <https://baochinhphu.vn/phat-trien-du-lich-xanh-du-lich-co-trach-nhiem-la-xu-the-tat-yeu-10223111720523429.htm> [truy cập ngày 29/08/2024]
3. Đào Ngọc Anh, “Cách mạng công nghiệp 4.0 và những vấn đề đặt ra đối với đào tạo nguồn nhân lực du lịch”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ trường Đại học Hùng Vương*, Tập 16, số 3 (2019): 69-76, tr.70 - 71.
4. Nguyễn Tuấn Anh (2021), *Phát triển du lịch Thừa Thiên Huế trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Viện Khoa học Xã hội Việt Nam, Hà Nội.
5. Nguyễn Thị Ngọc Anh (2018), *Phát triển du lịch theo tuyến hành lang kinh tế Lạng Sơn - Hà Nội*, Luận án Tiến sĩ Địa lí học, Viện Chiến lược phát triển, Bộ Kế hoạch và đầu tư, Hà Nội.
6. Trần Thị Vân Anh, Nguyễn Bảo Thư (2017), “Phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ: những thách thức trong thập kỷ tới”, *Tạp chí phát triển bền vững vùng*, quyển 7, số 4 (12/2017), tr.85-95.
7. Trần Thị Yến Anh (2022), *Phát triển du lịch nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Viện chiến lược phát triển Bộ Kế hoạch và đầu tư, Hà Nội.
8. Trần Văn Anh (2021), “Liên kết phát triển du lịch khu vực miền Trung thực trạng và giải pháp phát triển bền vững”, *Hnue Journal of science, Social Sciences*, 2021, Volume 66, Issue 3, pp. 144-153.
9. Nguyễn Thị Ngọc Ánh (2009), “Chia sẻ lợi ích - nền tảng của liên kết kinh tế khu vực miền Trung - Tây Nguyên”, *tạp chí Khoa học và công nghệ, đại học Đà Nẵng*, số 3(32).2009.
10. Bùi Trọng Tiến Bảo, Quyền Đình Hà (2019), “Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch vùng Đồng Tháp Mười trong bối cảnh hội nhập”, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam 2019*, 17(9): 715-723

11. Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam (2023), *Du lịch TP Hồ Chí Minh: Đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ*, tại trang: <https://dangcongsan.vn/xuan-uoc-vong-2023/dang-dan-toc-va-mua-xuan/du-lich-tp-ho-chi-minh-da-dang-hoa-san-pham-va-nang-cao-chat-luong-dich-vu-630396.html> [truy cập ngày 15/08/2023].
12. Báo Quảng Nam (2015), *Quảng Nam, Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế thúc đẩy liên kết vùng*, tại trang: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/16977> [truy cập ngày 28/08/2024].
13. Báo Thừa Thiên Huế (2018), *Liên kết vùng để tăng cường khả năng thu hút khách*, tại trang: <https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=4&cn=91&tc=3584> [truy cập ngày 28/08/2024].
14. Báo Thừa Thiên Huế (2023), “Liên kết phát triển du lịch miền Trung”, tại trang: <https://bvhttdl.gov.vn/lien-ket-phat-trien-du-lich-mien-trung-20230906083108802.htm> [truy cập ngày 15/02/2024]
15. Baotainguyenmoitruong (2019), *Du lịch biển miền Trung: Tiềm năng đan xen rào cản*, tại trang: <https://baotainguyenmoitruong.vn/du-lich-bien-mien-trung-tiem-nang-dan-xen-rao-can-276589.html> [truy cập ngày 27/08/2023].
16. Lê Thị Bình (2022), *Quản lý nhà nước của tỉnh Thanh Hóa đối với phát triển du lịch bền vững*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
17. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết của Bộ chính trị về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Hà Nội, ngày 16 tháng 01 năm 2017.
18. Bộ Chính trị (2019), *Nghị quyết 54-NQ/TW (ngày 10/12/2019) về Xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Hà Nội.
19. Bộ Chính trị (2022), *Nghị quyết số 26-NQ/TW (ngày 03/11/2022) về “Phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải Trung Bộ đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”*, Hà Nội.
20. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2007), *Giáo trình Triết học* (Dùng cho học viên cao học và nghiên cứu sinh không thuộc chuyên ngành Triết học, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội).
21. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2024), *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Hà Nội, năm 2024.

22. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2015), *Kỷ yếu Hội thảo Phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới*, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Hà Nội.
23. Nguyễn Thị Hồng Cẩm (2022), “Ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch thông minh tại tỉnh Khánh Hòa”, *Tạp chí Công thương*, số 17, tháng 7, tr.160-164.
24. Cổng thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022), *Phát triển du lịch Quảng Ninh bền vững và hội nhập*, tại trang: <https://bvhttdl.gov.vn/phat-trien-du-lich-quang-ninh-ben-vung-va-hoi-nhap-20220913110108227.htm>, [truy cập ngày 17/08/2023].
25. Cổng thông tin điện tử Thừa Thiên Huế (2020), *Bảo tồn và phát triển nghề, làng nghề ở Huế: đẩy mạnh đầu tư chiều sâu tăng năng lực cạnh tranh*, tại trang: <https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Chinh-sach-moi/tid/Bao-ton-va-phat-trien-nghe-lang-nghe-o-Hue-day-manh-dau-tu-chieu-sau-tang-nang-luc-cananh-tranh> [truy cập ngày 03/09/2023].
26. Cổng thông tin điện tử tỉnh Thừa Thiên Huế (2021), *Đại học Huế duy trì vị trí 401 - 450 Châu Á trong bảng xếp hạng QS Châu Á 2022*, tại trang: <https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Tin-tuc-su-kien/newsid/F0A33DF7-0CD8-43E6-9A75-ADD401371DC4> [truy cập ngày 15/02/2023].
27. Cổng thông tin điện tử Thừa Thiên Huế, *Các chỉ tiêu phát triển kinh tế xã hội chủ yếu đạt được trong giai đoạn 2011-2015*, tại trang: <https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Thong-tin-kinh-te-xa-hoi/tid/Giai-doan-2011-2015/cid/99D35E99-9258-4CA9-8955-A720008B29A2> [truy cập ngày 25/02/2023].
28. Phạm Thị Hồng Cúc, Phan Thị Hồng Dung (2018), “Liên kết không gian du lịch phía Tây Đồng bằng sông Cửu Long - Hiện trạng và giải pháp”, *Hội thảo Phát triển nông thôn đồng bằng sông Cửu Long từ thực tiễn đến chính sách*, Trường Đại học Khoa học Xã hội và nhân văn, TP. Hồ Chí Minh, tr.87-103.
29. Cục thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế (2012), *Niên giám thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế 2011*, NXB Thuận Hóa, Thừa Thiên Huế.
30. Cục thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế (2016), *Niên giám thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế 2015*, NXB Thuận Hóa, Thừa Thiên Huế.
31. Cục thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế (2022), *Niên giám thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế 2021*, NXB Thuận Hóa, Thừa Thiên Huế.

32. Cục thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), *Niên giám thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế 2022*, NXB Thuận Hóa, Thừa Thiên Huế.
33. Đoàn Mạnh Cường (2018), *Phát triển sản phẩm của điểm đến du lịch Quảng Ninh - Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường đại học Thương Mại, Hà Nội.
34. Đoàn Mạnh Cường (2022), *Phát triển sản phẩm của điểm đến du lịch Quảng Ninh - Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, chuyên ngành Kinh doanh thương mại, Trường đại học Thương mại, Hà Nội.
35. Nguyễn Mạnh Cường (2015), *Vai trò của chính quyền địa phương cấp tỉnh trong phát triển du lịch bền vững tỉnh Ninh Bình*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
36. Chính phủ (2023), *Nghị quyết số 82/NQ-CP Về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững*, Hà Nội, ngày 18 tháng 5 năm 2023.
37. David W.Pearce (1999), *Từ điển Kinh tế học hiện đại*, Nxb Chính trị quốc gia, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
38. Lưu Phương Dung và cộng sự (2024), “Phát triển du lịch thông minh tại Hà Nội: Bài học kinh nghiệm từ các thành phố lớn ở Trung Quốc”, *Hội thảo du lịch quốc gia: ứng dụng công nghệ số, khai thác giá trị di sản, phục vụ phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam*, thành phố Hồ Chí Minh, tr.135-144.
39. Phùng Lê Dung (2021), *Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp và hộ nông dân ở vùng Đồng bằng sông Hồng*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
40. Đảng bộ tỉnh Thừa Thiên Huế (2015), *Văn kiện Đại hội Đảng bộ tỉnh Thừa Thiên Huế lần thứ XV*, Thừa Thiên Huế.
41. Đảng bộ tỉnh Thừa Thiên Huế (2020), *Văn kiện Đại hội Đảng bộ tỉnh Thừa Thiên Huế lần thứ XVI*, Thừa Thiên Huế.
42. Đảng Cộng sản Việt Nam (1986), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI*, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 1986, Hà Nội, tại trang: Phương hướng, mục tiêu chủ yếu phát triển KT - XH trong 5 năm 1986 - 1990 | Ban Chấp hành Trung ương Đảng (dangcongsan.vn)
43. Đảng Cộng sản Việt Nam (1991), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VII*, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 1991, Hà Nội.

44. Đảng Cộng sản Việt Nam (1996), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VIII*, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 1996, Hà Nội.
45. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI*, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 2011, Hà Nội.
46. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII*, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 2016, Hà Nội.
47. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII*, tập 1, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 2021, Hà Nội.
48. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII*, tập 2, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật, năm 2021, Hà Nội.
49. Lê Quang Đăng (2019), *Cách mạng công nghiệp 4.0 và tiến trình phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam*, Viện nghiên cứu phát triển du lịch, tại trang: https://itdr.org.vn/ngghien_cuu/cach-mang-cong-nghiep-4-0-va-tien-trinh-phat-trien-du-lich-thong-minh-tai-viet-nam/ [truy cập ngày 31/08/2024]
50. Nguyễn Văn Đình, Trần Minh Hòa, *Giáo trình Kinh tế Du lịch*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội, năm 2009.
51. Bạch Chơn Đông (2020), *Nâng cao Chỉ số Hiệu quả Quản trị và Hành chính công của tỉnh Thừa Thiên Huế*, tại trang: <https://papi.org.vn/nang-cao-chi-so-hieu-qua-quan-tri-va-hanh-chinh-cong-cua-tinh-thua-thien-hue/>, [truy cập ngày 05/09/2023].
52. Trọng Đức (2023), *Liên kết để phát triển du lịch*, tại trang: <https://nld.com.vn/ha-noi/lien-ket-de-phat-trien-du-lich-2023022319463447.htm> [truy cập ngày 26/08/2024].
53. Nguyễn Hà (2022), *Thừa Thiên Huế: Chuyển mình về thu hút đầu tư trong bối cảnh mới*, tại trang: <https://diendandoanhnghiep.vn/thua-thien-hue-chuyen-minh-ve-thu-hut-dau-tu-trong-boi-canhh-moi-232587.html>, [truy cập ngày 06/09/2023].
54. Thu Hà (2024), *Liên kết các địa phương để phát triển du lịch*, tại trang: <https://www.baodanang.vn/kinhte/202408/lien-ket-cac-dia-phuong-de-phat-trien-du-lich-3979910/> [truy cập ngày 30/8/2024].
55. Nhật Hạ (2022), *Sức bật mạnh mẽ của du lịch Đà Nẵng*, tại trang: [Sức bật mạnh mẽ của du lịch Đà Nẵng - Đà Nẵng Online \(baodanang.vn\)](https://baodanang.vn/suc-bat-manhh-me-cua-du-lich-da-nang), [truy cập ngày 16/08/2023].

56. Nguyễn Thị Hồng Hải (2018), *Phát triển du lịch thành phố Hải Phòng trong liên kết vùng Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc*, Luận án Tiến sĩ Địa lí học, Viện Chiến lược phát triển, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Hà Nội.
57. Phùng Thị Hạnh, Nguyễn Tá Nam (2022), “Phát triển du lịch thông minh - cơ hội và thách thức đối với du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học*, số 58, tr.71-80.
58. Phan Hằng (2019), *Du lịch Quảng Ninh “về đích” các mục tiêu năm 2019*, tại trang: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/30860>, [truy cập ngày 17/08/2023].
59. Tường Hân (2023), *Quảng Ninh hướng tới thành trung tâm du lịch kết nối khu vực và quốc tế*, tại trang: <https://baodautu.vn/quang-ninh-huong-toi-thanh-trung-tam-du-lich-ket-noi--khu-vuc-va-quoc-te-d201677.html> [truy cập ngày 25/08/2024]
60. Hồ Quế Hậu (2012), *Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
61. Minh Hiệp (2022), *Du lịch TP HCM năm 2022 đổi mới, thích ứng, khôi phục mạnh mẽ hơn*, tại trang: <https://www.hcmcpv.org.vn/tin-tuc/du-lich-tphcm-nam-2022-doi-moi-thich-ung-khoi-phuc-manh-me-hon-1491890504>, [truy cập ngày 15/08/2023].
62. Lê Minh Hiếu (2017), *Phát triển du lịch ở Đồng Tháp trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam, Hà Nội.
63. Phạm Thị Hoa (2018), *Thị trường du lịch thành phố Đà Nẵng trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
64. Trần Thị Vân Hoa (2018), *Mô hình liên kết vùng trong phát triển KT-XH và Du lịch ở Tây Bắc*, Hội thảo khoa học quốc gia: *Mô hình liên kết vùng và giải pháp liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch ở Tây Bắc*, Hà Nội.
65. Trần Thị Minh Hòa (2013), “Hoàn thiện mối quan hệ giữa các bên liên quan nhằm phát triển hoạt động du lịch tại Việt Nam”, *Tạp chí Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn*, 29(3), tr.19-28.
66. Trần Thị Minh Hòa (2015), “Bàn về liên kết phát triển du lịch địa phương”, *Tạp chí Du lịch*, số 8, tr.40-41.

67. Hội đồng vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung, *Báo cáo sơ kết Thực hiện thỏa thuận liên kết phát triển du lịch giữa TP Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung giai đoạn 2021-2022*, Đà Nẵng.
68. Thu Hồng (2016), *Xu hướng phát triển của Du lịch thế giới đến năm 2030*, tại trang: <https://baophapluat.vn/xu-huong-phat-trien-cua-du-lich-the-gioi-den-nam-2030-post222056.html>, [truy cập ngày 12/09/2023].
69. Nguyễn Mạnh Hùng (2019), “*Phát triển nguồn nhân lực du lịch cho các tỉnh trung du, miền núi Bắc Bộ*”, Luận án tiến sĩ kinh tế, chuyên ngành Quản lý kinh tế, Trường Đại học Thương Mại, Hà Nội.
70. Gia Huy (2022), *Tăng cường liên kết, phục hồi du lịch vùng Đông Nam Bộ*, tại trang: <https://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/tang-cuong-lien-ket-phuc-hoi-du-lich-vung-dong-nam-bo-626104.html> [truy cập ngày 22/08/2024].
71. Nguyễn Thị Quỳnh Hương (2018), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch Hạ Long, Quảng Ninh - Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường đại học Thương Mại, Hà Nội.
72. Nguyễn Thị Quỳnh Hương, Bùi Thị Quỳnh Trang (2023), *Điểm đến du lịch thông minh: Quan điểm và một số nội dung nghiên cứu*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo Online, tại trang: <https://kinhtevadubao.vn/diem-den-du-lich-thong-minh-quan-diem-va-mot-so-noi-dung-nghien-cuu-28250.html> [Truy cập ngày 31/08/2024]
73. Phạm Thị Lan Hương (2019), *Phát triển mô hình trải nghiệm đồng sáng tạo cho du lịch Đà Nẵng*, Đề tài Nghiên cứu khoa học và công nghệ cấp bộ, Trường đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng, tháng 12/2019.
74. Vũ Lan Hương (2022), *Quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch của tỉnh Hòa Bình*, Luận Án Tiến sĩ Kinh tế, chuyên ngành Quản lý kinh tế, Trường đại học Thương Mại, Hà Nội.
75. Phạm Thị Khanh (2012), *Phát triển kinh tế dịch vụ Việt Nam trong điều kiện Hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
76. Đăng Khoa (2024), *Vùng Đông Nam Bộ tăng kết nối du lịch*, tại trang: <https://www.baobariavungtau.com.vn/du-lich/202406/vung-dong-nam-bo-tang-ket-noi-du-lich-1013056/index.htm> [truy cập ngày 22/08/2024].
77. Mai Lâm (2022), *Liên kết vùng du lịch 5 tỉnh miền Trung: Cần có sự quản lý, điều phối để hoạt động hiệu quả*, tại trang <https://baoquangtri.vn/lien->

- [ket-vung-du-lich-5-tinh-mien-trung-can-co-su-quan-ly-dieu-phi-de-hoat-dong-hieu-qua-172108.htm](#) [truy cập ngày 28/08/2024].
78. Nguyễn Thị Hồng Lâm (2013), *Kinh tế du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị - Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
79. Hoàng Lâm (2020), *Liên kết du lịch giữa Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam*, tại trang: <https://hanoimoi.vn/lien-ket-du-lich-giua-thua-thien-hue-da-nang-quang-nam-513287.html> [truy cập ngày 28/08/2024].
80. V.I.Lênin (1979), *Toàn tập*, Nxb Tiến bộ, Mátxcova.
81. Phí Thị Hồng Linh, *Nghiên cứu liên kết kinh tế trong vùng trọng điểm miền Trung*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
82. Trang Linh (2022), *Năm 2022, Việt Nam đón hơn 3,66 triệu lượt khách quốc tế*, tại trang: <https://nhandan.vn/nam-2022-viet-nam-don-hon-366-trieu-luot-khach-quoc-te-post732300.html>, [truy cập ngày 12/08/2023].
83. Hồ Tùng Mậu (2012), *Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam*, Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
84. Đông Ngọc Minh, Vương Lôi Đình (2001), *Kinh tế du lịch và du lịch học*, NXB Trẻ, thành phố Hồ Chí Minh.
85. Nguyễn Na (2020), *Liên kết du lịch Đông Nam Bộ*, tại trang: <https://vnexpress.net/lien-ket-du-lich-dong-nam-bo-4122219.html> [truy cập ngày 22/08/2024].
86. Trần Hoàng Nam và các tác giả (2020), *Thực trạng, tiềm năng và định hướng phát triển ngành Du lịch thành phố Hồ Chí Minh*, tại trang: <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-tiem-nang-va-dinh-huong-phat-trien-nganh-du-lich-thanh-pho-ho-chi-minh-69550.htm>, [truy cập ngày 16/08/2023].
87. Ngân hàng Phát triển châu Á (2003), *Phục vụ và duy trì: Cải thiện hành chính công trong một thế giới cạnh tranh*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
88. Trần Ngọc Ngoạn, Hà Huy Ngọc (2013), “Liên kết vùng trong phát triển du lịch ở khu vực Bắc miền Trung: ý tưởng tiếp cận và gợi ý chính sách”, *Nghiên cứu Địa lý nhân văn*, số 1 (1)-Tháng 6/2013, tr.3 - 11.
89. Võ Thị Thu Ngọc (2018), *Kinh tế du lịch theo hướng phát triển bền vững ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.

90. Hân Nguyễn (2023), *Quảng Ninh phấn đấu trở thành trung tâm kết nối vùng đồng bằng sông Hồng*, tại trang: <https://dangcongsan.vn/kinh-te/quang-ninh-phan-dau-tro-thanh-trung-tam-ket-noi-vung-dong-bang-song-hong-631566.html> [truy cập ngày 25/08/2024].
91. Nguyễn Xuân Nhân (2016), Quản lý của chính quyền địa phương cấp tỉnh với phát triển du lịch bền vững, Bài viết Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế “*Phát triển du lịch bền vững khu vực duyên hải Nam Trung Bộ*”, Đà Nẵng, tháng 07/2016.
92. Bùi Thị Nhẹ (2022), *Xu hướng du lịch chính của giới trẻ Việt Nam hiện nay*, tại trang: <https://itdr.org.vn/nghien-cuu/xu-huong-du-lich-chinh-cua-gioi-tre-viet-nam-hien-nay/> [truy cập ngày 31/08/2024].
93. Nhóm phóng viên (2023), *Bài 3: Du lịch Quảng Ninh: Vươn tầm quốc tế*, tại trang: <https://dangcongsan.vn/quang-ninh-co-hoi-dau-tu-va-phat-trien-ben-vung/quang-ninh-vung-buoc-tuong-lai/bai-3-du-lich-quang-ninh-vuon-tam-quoc-te-650355.html> [truy cập ngày 26/08/2024].
94. Nguyễn Hồng Nhung (2023), *Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc*, Luận án Tiến sĩ, chuyên ngành Kinh tế chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
95. Trần Thị Diệu Oanh (2016), “Bàn về tính quyền lực, tính tự quản của chính quyền địa phương ở Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Quản lý nhà nước*, số 250 (11/2016).
96. PCI Việt Nam (2022), *Xếp hạng Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (1-63) TT-Huế*, tại trang: <https://pcivietnam.vn/ho-so-tinh/tthue>, [truy cập ngày 07/09/2023].
97. Trịnh Thị Phan (2019), *Nghiên cứu phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ*, Luận án Tiến sĩ Địa lí học, Trường Đại học Sư phạm Hà Nội, Hà Nội.
98. Ngọc Phó (2022), *Liên kết để phát triển du lịch bền vững*, tại trang: <https://thanhtra.com.vn/kinh-te/kinh-te-tong-hop/lien-ket-de-phat-trien-du-lich-ben-vung-199591.html> [truy cập ngày 27/08/2024].
99. Ngô Văn Phong (2016), *Liên kết vùng vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ giai đoạn từ nay đến 2020, tầm nhìn 2030*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện khoa học xã hội, Hà Nội.
100. Hữu Phúc (2023), *Liên kết phát triển du lịch miền Trung*, tại trang: <https://baothuathienhue.vn/du-lich/lien-ket-phat-trien-du-lich-mien-trung-131595.html> [truy cập ngày 28/08/2024].

101. Tuấn Phùng (2020), *Mở rộng sân đỗ máy bay tại Phú Bài*, tại trang: Mở rộng sân đỗ máy bay tại Phú Bài - Tuổi Trẻ Online (tuoitre.vn), [truy cập ngày 05/06/2023].
102. Ngô Nguyễn Hiệp Phước (2018), *Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
103. Nguyễn Hoàng Phương (2017), *Phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, TP Hồ Chí Minh.
104. Trần Thu Phương (2022), *Quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch cộng đồng ở một số tỉnh vùng Tây Bắc, Việt Nam*, Luận án tiến sĩ Kinh tế, Trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
105. Nguyễn Thị Minh Phượng, Thái Thị Kim Anh (2020), *Liên kết phát triển du lịch liên tỉnh miền Trung Việt Nam: Lý luận và thực tiễn*, NXB Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.
106. Trần Xuân Quang (2020), *Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
107. Quốc hội (2015), *Luật Tổ chức chính quyền địa phương*, Hà Nội, ngày 19 tháng 06 năm 2015.
108. Quốc hội (2017), *Luật Du lịch*, Luật số: 09/2017/QH14, Hà Nội, ngày 19 tháng 6 năm 2017.
109. Quốc hội (2017), *Luật Quy hoạch*, Hà Nội, ngày 24 tháng 11 năm 2017
110. Quốc hội (2019), *Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương*, Hà Nội, ngày 22 tháng 11 năm 2019.
111. Quốc hội (2021), *Nghị quyết số 38/2021/QH15 về “Thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế*, Hà Nội, ngày 13/11/2021.
112. Trương Sỹ Quý (2011), “Liên kết trong xúc tiến và quảng bá du lịch giữa các địa phương vùng Duyên hải miền Trung”, Hội thảo khoa học: *Liên kết phát triển du lịch các tỉnh duyên hải miền Trung*, Tổ Điều phối vùng các tỉnh Duyên hải miền Trung & UBND tỉnh Phú Yên, Phú Yên, tr.71-80.

113. Hoàng Quỳnh (2022), *Phát triển mạnh du lịch từ liên kết vùng*, tại trang: <https://dichvucong.quangninh.gov.vn/Default.aspx?tabid=121&ctl=ndetail&mid=511&nid=184072> [truy cập ngày 26/08/2024].
114. Hoàng Quỳnh (2023), *Chủ động liên kết phát triển du lịch*, tại trang: <https://dichvucong.quangninh.gov.vn/Default.aspx?tabid=121&ctl=ndetail&mid=511&nid=187804> [truy cập ngày 25/08/2024].
115. Sen Việt (2020), *Hội nghị liên kết phát triển du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và vùng Đông Nam Bộ*, tại trang: <https://www.senvietonline.com/cam-nang-du-lich/hoi-nghi-lien-ket-phat-trien-du-lich-giua-thanh-pho-ho-chi-minh-va-vung-dong-nam-bo/> [truy cập ngày 22/08/2024].
116. Soukanh Bouthavong (2021), *Kinh tế du lịch ở các tỉnh Nam Trung Bộ nước Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
117. Sở Du lịch Đà Nẵng (2021), *Báo cáo Kết quả hoạt động du lịch năm 2021 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2022*, Đà Nẵng.
118. Sở du lịch tỉnh Quảng Bình (2018), *Báo cáo Kết quả triển khai công tác liên kết, hợp tác phát triển du lịch 05 địa phương Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam năm 2022*, Quảng Bình.
119. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2010), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2010*, Thừa Thiên Huế.
120. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2011), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2011*, Thừa Thiên Huế.
121. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2015), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2015*, Thừa Thiên Huế.
122. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2017), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2017*, Thừa Thiên Huế.
123. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2018), *Báo cáo Kết quả thực hiện các nội dung hợp tác phát triển Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế*, Thừa Thiên Huế.
124. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2018), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2018*, Thừa Thiên Huế.
125. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2019), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2019*, Thừa Thiên Huế.

126. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2020), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2020*, Thừa Thiên Huế.
127. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2021), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2021*, Thừa Thiên Huế.
128. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2021), *Báo cáo Tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết 06-NQ/TU, ngày 15/11/2011 của Tỉnh ủy về xây dựng Thừa Thiên Huế xứng tầm là trung tâm văn hóa, du lịch đặc sắc của cả nước giai đoạn 2011 - 2015 và tầm nhìn đến năm 2020*, Thừa Thiên Huế.
129. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2022), *Báo cáo đánh giá thực trạng và đề xuất các nhiệm vụ giải pháp phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao về du lịch*, Thừa Thiên Huế, 2022.
130. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2022), *Báo cáo Kết quả thực hiện chuyển đổi số của ngành năm 2022 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2023*, Thừa Thiên Huế.
131. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2022), *Báo cáo tình hình phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế năm 2022*, Thừa Thiên Huế.
132. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2022), *Báo cáo Thực trạng nguồn nhân lực du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế*, Thừa Thiên Huế.
133. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, *Báo cáo Nội dung công tác liên kết phát triển du lịch năm 2021 và đề xuất nhiệm vụ năm 2022 của tỉnh Thừa Thiên Huế trong liên kết giữa Thành phố Hà Nội, Hồ Chí Minh và Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung*, Thừa Thiên Huế.
134. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, *Báo cáo sơ kết Thực hiện thỏa thuận liên kết phát triển du lịch giữa TP Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung giai đoạn 2021-2022*, Thừa Thiên Huế.
135. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), *Báo cáo kết quả điều tra đánh giá nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế*, Thừa Thiên Huế.
136. Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh (2020), *Kết quả hoạt động của ngành Du lịch thành phố Hồ Chí Minh năm 2019, phương hướng hoạt động năm 2020*, tại trang: <http://hta.org.vn/tin-tuc-su-kien/ket-qua-hoat-dong-cua-nganh-du-lich-thanh-pho-ho-chi-minh-nam-2019-phuong-huong-hoat-dong-nam-2020-4791.html>, [truy cập ngày 07/04/2023].

137. Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh (2021), *Báo cáo kết quả hoạt động du lịch năm 2021 và phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2022*, thành phố Hồ Chí Minh.
138. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ngãi (2021), *Báo cáo Đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ liên kết phát triển du lịch giữa Thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung năm 2021; phương hướng hoạt động năm 2022*, Quảng Ngãi.
139. Hồng Sơn (2014), *Thừa Thiên Huế: Đẩy mạnh liên kết, hợp tác phát triển du lịch, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh*, tại trang: <https://tinhuytthue.vn/tin-tuc-trong-tinh/van-hoa-du-lich/thua-thien-hueday-manh-lien-kethop-tac-phat-trien-du-lichdua-du-lich-tro-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon-cua-tinh.html>, [truy cập ngày 05/02/2023].
140. Trần Hữu Sơn (2016), “Xây dựng cơ chế chính sách liên kết vùng và tiểu vùng du lịch Tây Bắc”, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học và công nghệ thúc đẩy liên kết và phát triển vùng Tây Bắc*, Bộ KH&CN, ĐH Quốc gia Hà Nội, Ban chỉ đạo Tây Bắc, UBND tỉnh Hòa Bình, tr.176-188.
141. Đinh Tăng (2022), *Liên kết phát triển du lịch tại Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung*, tại trang: <https://dangcongsan.vn/kinh-te/lien-ket-phat-trien-du-lich-tai-vung-kinh-te-trong-diem-mien-trung-614500.html> [truy cập ngày 27/08/2024].
142. Lâm Thanh (2021), *Du lịch Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế: Cần liên kết chặt chẽ hơn*, tại trang: <https://baoquangtri.vn/du-lich-quang-binh-quang-tri-thua-thien-hue-can-lien-ket-chat-che-hon-157709.htm> [truy cập ngày 28/08/2024].
143. Trương Bá Thanh (2009), "Liên kết kinh tế miền Trung và Tây Nguyên - Từ lý luận đến thực tiễn", *Tạp chí Khoa học công nghệ*, Đại học Đà Nẵng, số 3 (32), tr.133-137.
144. Nguyễn Phú Thắng (2019), *Phát triển du lịch tỉnh An Giang trong liên kết vùng phụ cận*, Luận án Tiến sĩ Địa lí học, Trường đại học Sư phạm thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Hồ Chí Minh.
145. Nguyễn Xuân Thiên (2015), “Tăng cường liên kết vùng kinh tế trọng điểm Trung bộ để thu hút nguồn vốn FDI cho phát triển ngành du lịch”, *Tạp chí Nghiên cứu Đông Nam Á*, tháng 7/2015, tr.39 - 45.

146. Bảo Thoa (2023), *Vùng Đồng bằng sông Hồng: Liên kết tạo sức bật cho du lịch phát triển*, tại trang : <https://congthuong.vn/vung-dong-bang-song-hong-lien-ket-tao-suc-bat-cho-du-lich-phat-trien-248095.html> [truy cập ngày 25/08/2024].
147. Thông tấn xã Việt Nam (2024), *Đẩy mạnh liên kết, tạo nhiều sản phẩm du lịch hấp dẫn ở Đông Nam Bộ*, tại trang: <https://bvhttdl.gov.vn/day-manh-lien-ket-tao-nhieu-san-pham-du-lich-hap-dan-o-dong-nam-bo-20240614083949155.htm> [truy cập ngày 22/08/2024]
148. Bùi Thị Quỳnh Thơ (2021), “Thực hiện chính sách, pháp luật liên kết vùng trong phát triển du lịch ở các tỉnh Bắc Trung Bộ”, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, số 03+04 (427+428)-T2/2021, tr.52-60.
149. Thủ tướng Chính phủ (2009), *Quyết định 86/2009/QĐ-TTg về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020*, Hà Nội, ngày 17/06/2009.
150. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2473/QĐ-TTg (ngày 30/12/2011) phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030”*, Hà Nội.
151. Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định số 2161/QĐ-TTg (ngày 11/11/2013) phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*, Hà Nội.
152. Thủ tướng Chính phủ (2014), *Quyết định số 1847/QĐ-TTg (ngày 13/10/2014) Phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.
153. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*, Hà Nội, ngày 22 tháng 01 năm 2020.
154. Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 1745/QĐ-TTg về Phê duyệt quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Hà Nội, ngày 30 tháng 12 năm 2023.
155. Thủ tướng Chính phủ (2024), *Quyết định số 376/QĐ-TTg Phê duyệt Quy hoạch vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Hà Nội, ngày 04 tháng 5 năm 2024.

156. Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế (2019), *Báo cáo sơ kết 3 năm thực hiện Nghị quyết 03-NQ/TU, ngày 08/11/2016 của Tỉnh ủy về phát triển du lịch, dịch vụ Thừa Thiên Huế giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Thừa Thiên Huế.
157. Tỉnh ủy Thừa Thiên Huế (2020), *Chương trình hành động số 69-CTr/TU thực hiện Nghị quyết 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”*, Thừa Thiên Huế.
158. Nguyễn Quốc Toàn (2020), *Liên kết vùng trong phát triển kinh tế ở vùng duyên hải Nam Trung Bộ*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường đại học Kinh tế - Luật, thành phố Hồ Chí Minh.
159. Tổng cục du lịch, *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam năm 2015*, NXB Lao Động, Hà Nội.
160. Tổng cục du lịch, *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam năm 2019*, NXB Lao Động, Hà Nội.
161. Đoàn Thị Trang (2017), *Kinh tế du lịch ở vùng Kinh tế trọng điểm phía Bắc trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
162. Ngô Thị Hiền Trang (2018), “Liên kết phát triển du lịch bền vững tại ba tỉnh duyên hải miền Trung Việt Nam”, *Hội thảo Quốc tế Kinh doanh bền vững trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0*, trường Đại học Kinh tế Quốc dân và trường Đại học Kyoto, Nhật Bản, Hà Nội, tr.442-456.
163. Nguyễn Thùy Trang (2023), *Phát triển du lịch xanh ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp phát triển bền vững*, tại trang: <https://tapchicongthuong.vn/phat-trien-du-lich-xanh-o-viet-nam--thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-ben-vung-107192.htm> [truy cập ngày 29/08/2024]
164. Phạm Hương Trang (2022), *Đồng tạo giá trị thương hiệu điểm đến Việt Nam*, Luận án tiến sĩ du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội, năm 2022.
165. Trương Hồng Trình, Nguyễn Thị Bích Thủy (2008), “Mô hình Cluster du lịch Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam cho phát triển kinh tế khu vực miền Trung”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, đại học Đà Nẵng, số 6(29), năm 2008, tr.136-145.

166. Lê Đức Trọng (2022), *Kết nối vùng trong phát triển du lịch tỉnh Quảng Bình theo hướng bền vững*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Trường đại học Kinh tế Huế, Thành phố Huế.
167. Trung tâm thông tin du lịch (2021), *Khám phá Vườn quốc gia Bạch Mã*, tại trang: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/36417>, [truy cập ngày 04/03/2023].
168. Trung tâm thông tin du lịch (2022), *TP. Hồ Chí Minh có tiềm năng lớn phát triển du lịch kinh doanh*, tại trang: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/43724>, [truy cập ngày 17/08/2023].
169. Nguyễn Minh Tuấn (2019), “Các nhân tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh liên kết phát triển vùng du lịch trong bối cảnh hiện nay”, *Hnue journal of science, Social Sciences*, 2019, Volume 64, Issue 5, pp. 157-164.
170. Nguyễn Minh Tuấn (2022), *Phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ theo hướng liên kết và hội nhập*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, chuyên ngành Quản lý kinh tế, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
171. Nguyễn Đức Tuy (2014), “*Phát triển du lịch bền vững Tây Nguyên*”, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, Học viện khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
172. Nguyễn Thị Ánh Tuyết (2019), *Vai trò của nhà nước đối với phát triển du lịch Việt Nam sau khi hình thành cộng đồng kinh tế Asean (AEC)*, Luận án Tiến sĩ, chuyên ngành Kinh tế chính trị, trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
173. Nguyễn Hoàng Tú (2016) “*Quản lý nhà nước địa phương đối với phát triển du lịch bền vững trên địa bàn các tỉnh miền Trung - Việt Nam*”, Luận án Tiến sĩ, trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
174. Mạnh Tường (2024), *Quảng Ninh phát triển liên kết vùng*, tại trang: <https://baoquangninh.vn/quang-ninh-day-manh-phat-trien-lien-ket-vung-3285442.html> [truy cập ngày 25/08/2024].
175. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2013), *Quyết định số 1622/QĐ-UBND về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013 - 2030*, Thừa Thiên Huế, ngày 26/8/2013, Thừa Thiên Huế.
176. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2021), *Báo cáo số 499/BC-UBND ngày 20/12/2021 về tình hình kinh tế - xã hội tháng 12 và cả năm 2021*, Thừa Thiên Huế.
177. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2021), *Chương trình hành động số 306/CTr-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế về “Xây dựng*

Thừa Thiên Huế xứng tầm là một trong những trung tâm lớn, đặc sắc của cả nước, khu vực Đông Nam Á về du lịch giai đoạn 2021-2025 và tầm nhìn đến năm 2030”, Thừa Thiên Huế.

178. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2021), *Quyết định số 1691/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế về việc “Phê duyệt đề án Phát triển ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế thành ngành kinh tế mũi nhọn”*, Thừa Thiên Huế.
179. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2022), *Báo cáo số 555/BC-UBND ngày 29/12/2022 về tình hình kinh tế - xã hội tháng 12 và cả 12 tháng năm 2022*, Thừa Thiên Huế.
180. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Thừa Thiên Huế, tháng 11 năm 2023.
181. Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế, *Quyết định số 2121/QĐ-UBND về kiện toàn Ban chỉ đạo Phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế*, Thừa Thiên Huế.
182. Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng (2021), *Quyết định số 4324/QĐ-UBND (ngày 30/12/2021) phê duyệt Đề án phát triển du lịch Vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Đà Nẵng.
183. Vov (2023), *Liên kết để phát triển vùng Đồng bằng sông Hồng*, tại trang: <https://vov.gov.vn/lien-ket-de-phat-trien-vung-dong-bang-song-hong-dtnew-466779> [truy cập ngày 25/08/2024].
184. Nghi Vũ (2023), *Thành phố Hồ Chí Minh, Hội An vào top 15 thành phố tuyệt nhất châu Á*, tại trang: [TP.HCM, Hội An vào top 15 thành phố tuyệt nhất châu Á - Tuổi Trẻ Online \(tuoitre.vn\)](http://TP.HCM, Hội An vào top 15 thành phố tuyệt nhất châu Á - Tuổi Trẻ Online (tuoitre.vn).), [truy cập ngày 15/08/2023].

*** Tài liệu tiếng Anh**

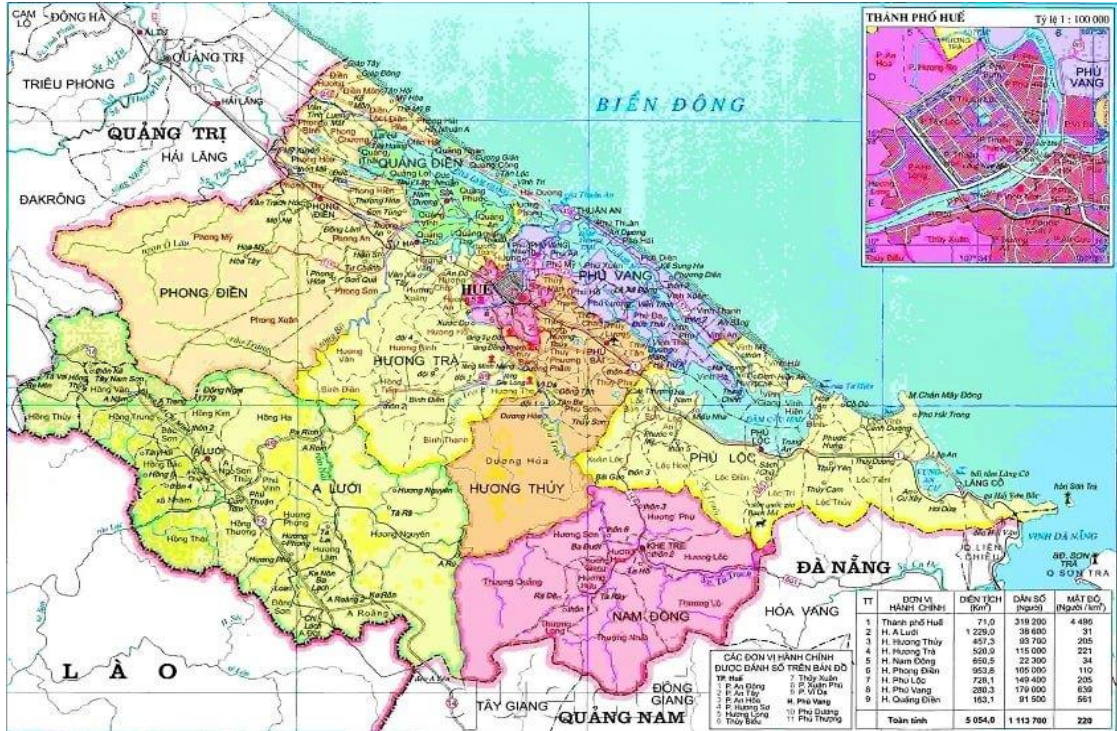
185. Alejandro D. Ramos, Pablo S. Jimenez, Bernardina Algieri, Antonio Aquino, Julius Arnegger, Esteban Ruiz Ballesteros, Ludger Brenner (2008), *Tourism Development: Economics, Management and Strategy*, Publisher: Nova Science Pub Inc, Year: 2008, ISBN: 1604568534,9781604568530.
186. Bogdan Sofronov (2018), *The development of the travel and tourism industry in the world*, Annals of Spiru Haret University Economic Series 18(4):123-137.

187. Božena Krce Miočić, Mili Razović, Tomislav Klarin, (2016), *Management of sustainable tourism destination through stakeholder cooperation, Management*, Vol. 21, 2016, 2, pp. 99-120.
188. Butler RW (1980), *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution*, Implication for Management of Resources. Canadian Geographer, 1980.
189. Cathy Hsu, Zheng Gu, “Regional tourism collaboration in the Pearl river delta, China”, The Hong Kong Polytechnic University, International CHRIE conference - refereed track, July 29, 2009, Page 12.
190. Cevat Tosun, Dallen J. Timothy, et al, (2005), Cross-Border Cooperation in Tourism Marketing Growth Strategies, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 18(1) 2005.
191. Department of Tourism, Thailand, *Tourism Statistics Thailand 2000-2023*, link: thaiwebsites.com/tourism.asp
192. Halina Kiryluk, E. Glińska, Yauheniya Barkun, (2020), Benefits and barriers to cooperation in the process of building a place’s brand: perspective of tourist region stakeholders in Poland, *Oeconomia Copernicana*, 11(2), 289-307.
193. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tourism>
194. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/tourism?q=tourism>
195. João Romão (2018), *Tourism, Territory and Sustainable Development*, Publisher: Springer Singapore, Year: 2018, ISBN: 978-981-13-0425-5, 978-981-13-0426-2
196. Katarzyna Czernek (2013), Determinants of cooperation in a tourist region, *Annals of Tourism Research*, 40. doi: 10.1016/j.annals.2012.09.003.
197. Konstantinos Andriotis, Carla Pinto Cardoso, Dimitrios Styliadis (2022), *Tourism Planning and Development in Western Europe*, Publisher: CABI Year: 2022, ISBN: 1800620799, 9781800620797.
198. Kusubakti Andajani, Ruminiati, Yuni Pratiwi, Sri Yati, Sri Indrawati (2018), *Development of Tourism Industry and National Economic Security*, Journal of Business and Management Sciences. 2018, 6(1), 1-5. DOI: 10.12691/ JBMS-6-1-1.
199. Kuznetsova O. P., A. A. Kuzmenko, E. A. Yumaev, (2017), Mega-Clusters as a tool of interregional cooperation in tourists field, *R-Economy*, Vol. 3, Issue 1, 40- 49.
200. Regina Scheyvens và Robin Biddulph (2017), *Inclusive tourism development*, *Tourism Geographies* 20(1):1 DOI:10.1080/14616688.2017.1381985.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

Hình 1.1. Bản đồ tỉnh Thừa Thiên Huế



Hình 1.2. Bản đồ các điểm tham quan tại Thừa Thiên Huế năm 2024



Hình 1.3. Bản đồ các địa điểm du lịch thành phố Huế



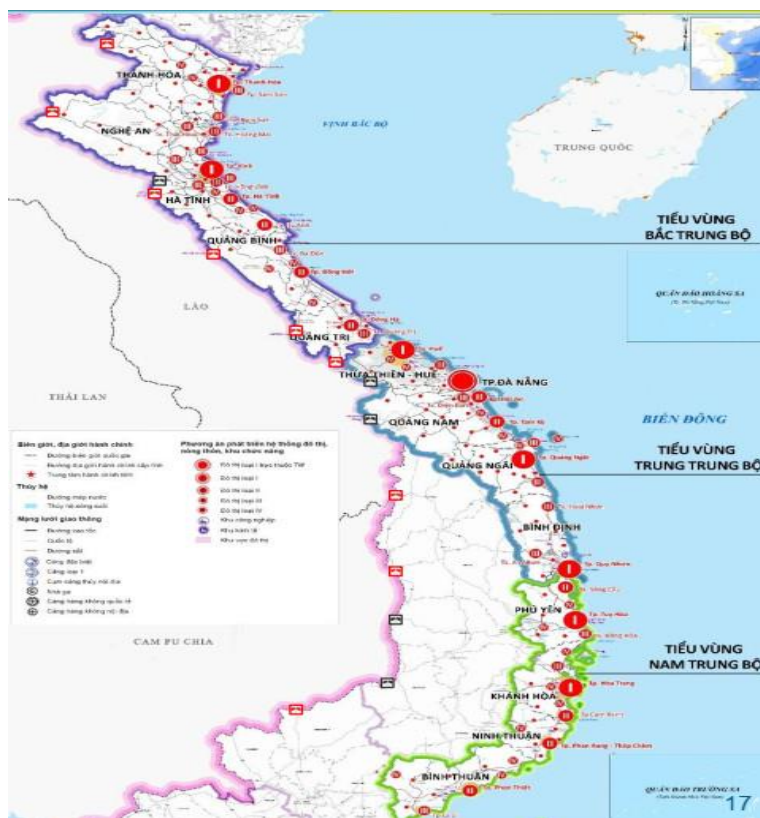
Hình 1.4. Bản đồ các địa điểm du lịch ở ngoại thành Huế



Hình 1.5. Bản đồ miền Trung Việt Nam

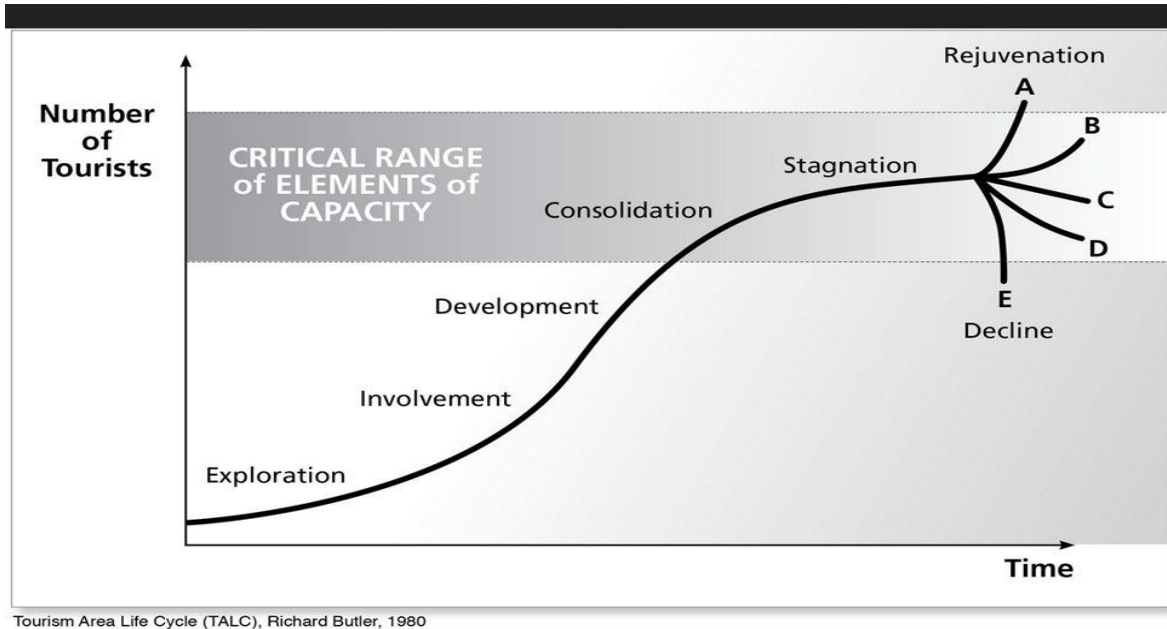


Hình 1.6. Bản đồ Quy hoạch vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung



PHỤ LỤC 2

Mô hình chu kỳ sống của điểm đến du lịch của Butler



Nguồn: Butler RW (1980), *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution, Implication for Mangagement of Resources. Canadian Geographer, 1980.*

PHỤ LỤC 3**Bảng 3.1. Danh mục một số dự án du lịch kêu gọi đầu tư của tỉnh Thừa Thiên Huế (giai đoạn 2015 - 2016) và định hướng 2020**

TT	Tên dự án	Địa điểm xây dựng	Quy mô dự án	Hình thức đầu tư
1.	Khu du lịch cồn Hến	Thành phố Huế	26ha	Trong nước hoặc nước ngoài
2.	Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng và Hệ thống cáp treo Bạch Mã	Vườn quốc gia Bạch Mã (huyện Phú Lộc)	300ha	Trong nước hoặc nước ngoài
3.	Khu du lịch sinh thái ven biển Quảng Công	Xã Quảng Công (huyện Quảng Điền)	100ha	Trong nước hoặc nước ngoài
4.	Khu du lịch nghỉ dưỡng nước khoáng A Roàng	Xã A Roàng (huyện A Lưới)	10ha	Trong nước hoặc nước ngoài
5.	Khu du lịch nghỉ dưỡng ven đầm Hói Dừa	Khu kinh tế Chân Mây - Lăng Cô	100ha	Trong nước hoặc nước ngoài
6.	Khu du lịch nghỉ dưỡng ven đồi, ven đầm Lập An	Khu kinh tế Chân Mây - Lăng Cô	170ha	Trong nước hoặc nước ngoài
7.	Khu du lịch sinh thái - dịch vụ Cồn Tộc, Quảng Lợi	Xã Quảng Lợi, huyện Quảng Điền	100ha	Trong nước hoặc nước ngoài
8.	Khu du lịch sinh thái Rú Chá	Xã Hương Phong, thị xã Hương Trà	10ha	Trong nước hoặc nước ngoài
9.	Khu nghỉ dưỡng nước khoáng cao cấp Phú Dương (Mỹ An 2)	Xã Phú Dương, huyện Phú Vang	10-30ha	Trong nước hoặc nước ngoài
10.	Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Lộc Bình	Huyện Phú Lộc	200ha	Trong nước hoặc nước ngoài
11.	Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng cao cấp đồi Bàu Hồ	Thành phố Huế	25ha	Trong nước hoặc nước ngoài

Nguồn: Sở Kế hoạch và đầu tư tỉnh Thừa Thiên Huế

**Bảng 3.2. Danh mục dự án dịch vụ, du lịch kêu gọi đầu tư
trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030**

Stt	Tên dự án	Địa điểm	Diện tích dự kiến (ha)
	DỊCH VỤ, DU LỊCH		
1	Khu phức hợp Đô thị, khu nghỉ dưỡng Khu D An Vân Dương (Phú Điền)	Khu D An Vân Dương	165
2	Khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng Hải Thành	xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	24
3	Dự án Khu đô thị sinh thái Thanh Trà Thủy Biều	Phường Thủy Biều, thành phố Huế	165
4	Khu du lịch nghỉ dưỡng sinh thái ven biển An Lộc	xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	43
5	Dự án khu phức hợp nghỉ dưỡng sân gôn KMH	Phong Điền	270
6	Khu nghỉ dưỡng 05 sao và sân golf	xã Điền Hòa, huyện Phong Điền	300
7	Dự án Khu du lịch Đảo Ngọc	TT Lăng Cô	11
8	Dự án khu dân cư kết hợp du lịch xã Quảng Công (Quảng Công 3)	Quảng Công, Quảng Điền	120
9	Khu phức hợp đô thị, nghỉ dưỡng Quảng Ngạn	xã Quảng Ngạn, huyện Quảng Điền	110
10	Khu đô thị sinh thái, nghỉ dưỡng Phú Thanh, Thuận An	Xã Phú Thanh, Phường Thuận An	200
11	Khu dân cư và khu du lịch nghỉ dưỡng Quảng Công	xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	108
12	Du lịch nghỉ dưỡng kết hợp mô hình trồng cây dược liệu trên cát	Làng Kế Môn, xã Điền Môn, huyện Quảng Điền	7
13	Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Hà Thành kết hợp khu dân cư	xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	40
14	Tổ hợp Khu ở kết hợp vui chơi giải trí đa năng và sân Golf cao cấp Phong Hiền	Phong Hiền, Phong An, huyện Phong Điền	400
15	Khu quần thể sân Golf -làng du lịch sinh thái phong cảnh Việt Nam	Phường Thủy Dương, thị xã Hương Thủy	485
16	Dự án du lịch khu vực Nhà Chỗ Điền Hải	xã Điền Hải, huyện Phong Điền	19
17	khu dịch vụ du lịch sinh thái Khe Đây, Bình Thành	xã Bình Thành, thị xã Hương Trà	15
18	Khu du lịch sinh thái Khe Me - Ô Lâu Thượng nguồn	xã Phong Mỹ, huyện Phong Điền	4

Stt	Tên dự án	Địa điểm	Diện tích dự kiến (ha)
19	Dự án xây dựng Trung tâm dịch vụ thể thao vui chơi giải trí kết hợp ở tại khu hồ nước trung tâm thị xã	Phường Tứ Hạ, Thị xã Hương Trà	40
20	Tổ hợp khu du lịch nghỉ dưỡng đô thị, sân golf Phong Điền	Xã Phong Hòa, xã Phong Thu và xã Phong Chương	2190
21	Khu dân cư kết hợp du lịch nghỉ dưỡng, bảo tàng thiên nhiên và sân golf Ngũ Hồ	Phong Bình, Phong Chương	495
22	Dự án Khu du lịch biển Lăng Cô - đầm Lập An	Thị trấn Lăng Cô, huyện Phú Lộc	53
23	Dự án Khu du lịch biển Lăng Cô - đầm Lập An	Thị trấn Lăng Cô, huyện Phú Lộc	73
24	Dự án Khu du lịch Hói Mít	Thị trấn Lăng Cô, huyện Phú Lộc	210
25	Dự án Khu du lịch Hói Dừa	Thị trấn Lăng Cô, huyện Phú Lộc	110
26	Dự án xây dựng khu dịch vụ du lịch sinh thái Khe Đầy, Bình Thành	xã Bình Thành, thị xã Hương Trà	10
27	Dự án Khu đô thị, du lịch Cảnh Dương	Xã Lộc Vĩnh	270
28	Khu du lịch nghỉ dưỡng và nhà ở sinh thái ven phá Phú Diên	Xã Phú Diên, huyện Phú Vang	60
29	Khu du lịch nghỉ dưỡng sinh thái và khu dân cư An Lộc	thôn An Lộc, xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	157
30	Khu phức hợp đô thị - nghỉ dưỡng Hải Dương, Quảng Công	xã Hải Dương, thành phố Huế và xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	80
31	Khu đô thị kết hợp thương mại dịch vụ	Xã Hải Dương, thành phố Huế	300
32	Khu đô thị kết hợp nghỉ dưỡng sinh thái biển Hải Dương.	xã Hải Dương, thành phố Huế	57
33	Khu ở kết hợp du lịch nghỉ dưỡng	xã Quảng Công, huyện Quảng Điền	25
34	Dự án sân golf quốc tế và khu phụ trợ	Xã Hương Thọ, Thành phố Huế	292
35	Dự án sân golf quốc tế và khu phụ trợ Vinh Xuân	Xã Vinh Xuân, huyện Phú Vang	85
36	Dự án Khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và đô thị biển Vinh Xuân	Xã Vinh Xuân, huyện Phú Vang	90
37	Khu đô thị, thương mại dịch vụ kết hợp nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe Mỹ An tại xã Phú Dương, thành phố Huế	Phú Dương, thành phố Huế và Phú An, huyện Phú Vang	20
38	Khu đô thị, du lịch nghỉ dưỡng sinh thái và sân gôn tại khu vực xã Hương Thọ	Xã Hương Thọ, Thành phố Huế	270

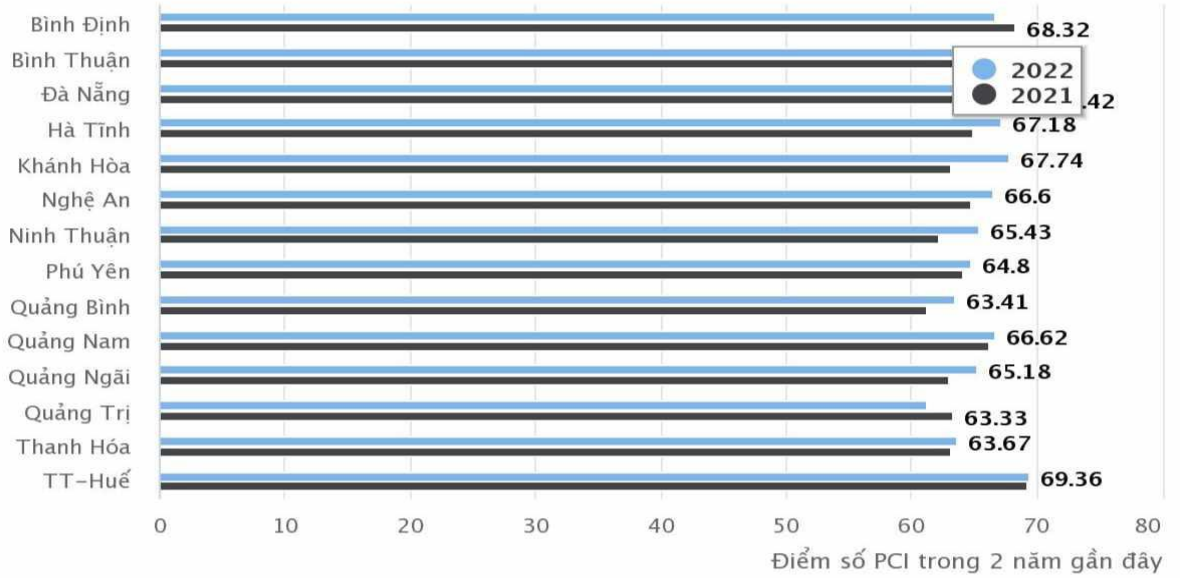
Stt	Tên dự án	Địa điểm	Diện tích dự kiến (ha)
39	Dự án đất ở kết hợp thương mại dịch vụ tại xã Hương Thọ	xã Hương Thọ, Thành phố Huế	53
40	Dự án Khu dân cư và khu du lịch nghỉ dưỡng Phú Diên 1	Xã Phú Diên, huyện Phú Vang	22
41	Dự án Khu dân cư và khu du lịch nghỉ dưỡng Phú Diên 2	Xã Phú Diên, huyện Phú Vang	39
42	Dự án Khu du lịch nghỉ dưỡng cao cấp Phú Diên 3	Xã Phú Diên, huyện Phú Vang	39
43	Khu du lịch nghỉ dưỡng phát triển thể chất kết hợp vui chơi, thể thao Lộc Bình, tại xã Vinh Hiền và xã Lộc Bình, huyện Phú Lộc	xã Vinh Hiền, xã Lộc Bình,	248
44	Sân golf Lộc Bình	xã Lộc Bình, huyện Phú Lộc	80
45	Khu nghỉ dưỡng sinh thái ven biển tại xã Giang Hải, huyện Phú Lộc	xã Giang Hải, huyện Phú Lộc	76
46	Dự án khu vực Núi Quện - Lộc Bình	xã Lộc Bình, Phú Lộc	160
47	Dự án Khu du lịch Bãi Cả	Thị trấn Lăng Cô, huyện Phú Lộc	120
48	Dự án khu vực Núi Quện - Lộc Bình	Lộc Bình, Phú Lộc	250
49	Khu đô thị sinh thái, sân golf tại Hồ Truồi, xã Lộc Điền	Xã Lộc Điền, huyện Phú Lộc	250
50	Khu du lịch Hàm Rồng	Xã Vinh Hiền, huyện Phú Lộc	17
51	Khu đô thị du lịch nước khoáng nóng và sân golf Thanh Tân, xã Phong Sơn	Thôn Công Thành, xã Phong Sơn, Huyện Phong Điền	700
52	Khu dịch vụ du lịch nghỉ dưỡng sinh thái cao cấp ở Bạch Mã	Xã Lộc Trì, huyện Phú Lộc	400
53	Khu du lịch tại hồ trái tim	Xã Hương Thọ, Thành phố Huế	35
54	Khu du lịch cồn Hến	Phường Vỹ Dạ, thành phố Huế	26
55	Khu ở - Thương mại OTM3 và khu vui chơi giải trí CX3	phường An Đông, Khu A - Đô thị An Vân Dương	23
56	Khu phức hợp Đô thị, khu nghỉ dưỡng Khu D An Vân Dương	Khu D - Đô thị mới An Vân Dương	165

Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thừa Thiên Huế

Ghi chú: Về vị trí, quy mô công trình, diện tích đất, tổng mức đầu tư của các dự án nêu trên sẽ được xác định cụ thể trong giai đoạn lập và trình duyệt dự án đầu tư, tùy thuộc vào nhu cầu huy động các nguồn lực của từng thời kỳ.

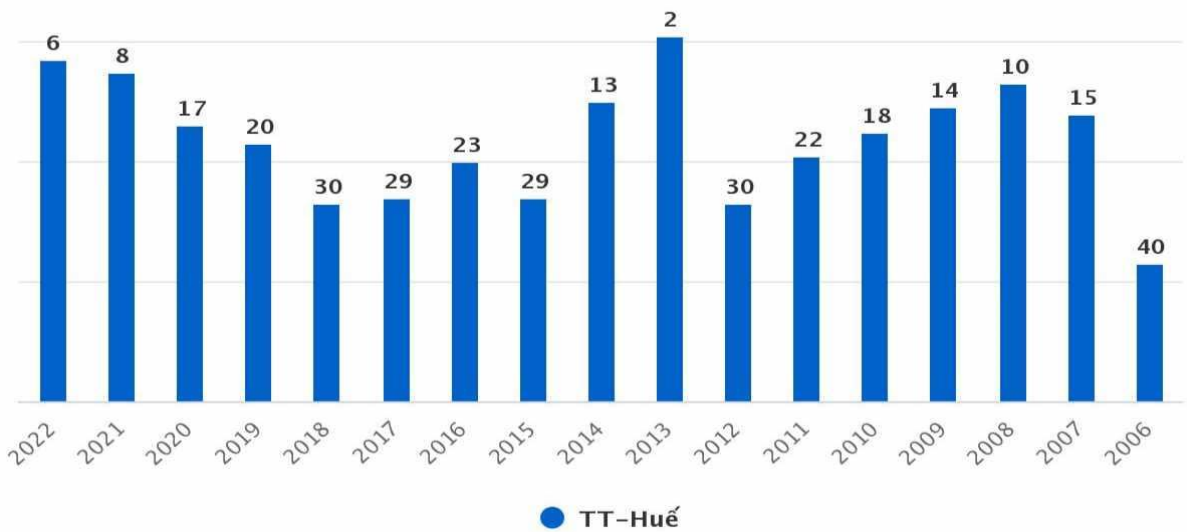
PHỤ LỤC 4

Biểu đồ 4.1. So sánh điểm số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI của Thừa Thiên Huế với các tỉnh thuộc khu vực Duyên Hải Miền Trung



Nguồn: <https://pcivietnam.vn>

Biểu đồ 4.2. Điểm xếp hạng năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI của Thừa Thiên Huế so với các tỉnh/ thành phố trong cả nước từ 2006 - 2022



Nguồn: <https://pcivietnam.vn>

PHỤ LỤC 5**Bảng 5.1. Thực trạng đào tạo nhân lực du lịch tại Thừa Thiên Huế**

STT	Tên cơ sở đào tạo	Trình độ đào tạo	Ngành đào tạo	Khoá học ngắn hạn/chứng chỉ
1	Trường Du lịch - Đại học Huế	Đại học	- Quản trị kinh doanh - Quản trị du lịch và khách sạn - Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống - Du lịch - Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành - Du lịch điện tử	Chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch
		Thạc sĩ	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành	
		Tiến sĩ	Du lịch	
2	Trường Đại học Phú Xuân	Đại học	- Quản trị khách sạn - Quản trị du lịch và lữ hành	Hướng dẫn viên du lịch
3	Cao đẳng nghề Du lịch Huế	Cao đẳng	- Quản trị lễ tân - Quản trị khách sạn - Quản trị buồng phòng - Quản trị resort - Hướng dẫn du lịch - Quản trị lữ hành - Kỹ thuật chế biến món ăn - Quản trị nhà hàng - Tiếng Anh du lịch - Công nghệ thông tin (ứng dụng phần mềm) - Tin học ứng dụng	Đào tạo thường xuyên: - Hướng dẫn viên du lịch - Kỹ thuật chế biến món ăn - Kỹ thuật pha chế đồ uống - Nghiệp vụ lưu trú - Nghiệp vụ lễ tân
		Trung cấp	- Nghiệp vụ lưu trú - Kỹ thuật chế biến món ăn - Nghiệp vụ lễ tân - Nghiệp vụ nhà hàng	
4	Cao đẳng công nghiệp Huế	Cao đẳng	- Ngành Việt Nam học (chuyên ngành: hướng dẫn du lịch) - Ngành Tiếng Anh (Chuyên ngành: Tiếng anh Thương mại và du lịch)	

STT	Tên cơ sở đào tạo	Trình độ đào tạo	Ngành đào tạo	Khoá học ngắn hạn/chứng chỉ
5	Trường Trung Cấp Âu Lạc	Cao đẳng	Kỹ thuật chế biến món ăn	
		Trung cấp	- Kỹ thuật chế biến món ăn - Hướng dẫn du lịch - Kỹ thuật pha chế đồ uống - Nghiệp vụ lễ tân - Tiếng Anh lễ tân- nhà hàng khách sạn	
		Sơ cấp	- Nghiệp vụ lễ tân - kỹ thuật phục vụ bàn - Nghiệp vụ lưu trú - Kỹ năng pha chế đồ uống - Kỹ thuật chế biến món ăn	
6	Trường Trung cấp Công nghệ số 10	Trung cấp	- Nghiệp vụ nhà hàng khách sạn - Kỹ năng chế biến món ăn	
7	Cao đẳng sư phạm Huế	Trung cấp	- Tiếng Anh lễ tân nhà hàng - khách sạn	

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), Báo cáo kết quả điều tra đánh giá nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, Huế, tháng 10/2023.

Bảng 5.2. Đánh giá về các kiến thức đạt được nguồn nhân lực du lịch Thừa Thiên Huế

Kiến thức	Mức độ đạt được					Giá trị trung bình
	1	2	3	4	5	
Kiến thức chuyên môn nghiệp vụ	5.0	17.5	22.5	35.0	20.0	3.48
Kinh nghiệm thực tế	7.5	15.0	20.0	32.5	25.0	3.53
Trình độ ngoại ngữ	12.5	17.5	32.5	25.0	12.5	3.08
Trình độ tin học và ứng dụng công nghệ mới	2.5	7.5	25.0	40.0	25.0	3.78
Sự am hiểu về lịch sử- văn hoá- xã hội	10.0	15.0	27.5	30.0	17.5	3.30
Kiến thức về pháp luật	2.5	17.5	22.5	40.0	17.5	3.53

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), Báo cáo kết quả điều tra đánh giá nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, Huế, tháng 10/2023.

**Bảng 5.3. Đánh giá về các kỹ năng đạt được của nguồn nhân lực du lịch
Thừa Thiên Huế**

Kỹ năng	Mức độ đạt được					Giá trị trung bình
	1	2	3	4	5	
Kỹ năng ngoại ngữ	12.5	20.0	32.5	22.5	12.5	3.03
Kỹ năng phục vụ khách	5.0	17.5	22.5	35.0	20.0	3.48
Kỹ năng giao tiếp	5.0	10.0	25.0	35.0	25.0	3.65
Kỹ năng tin học	2.5	7.5	25.0	40.0	25.0	3.78
Kỹ năng lập kế hoạch	5.0	7.5	20.0	32.5	35.0	3.85
Kỹ năng kỹ thuật/nghiệp vụ	5.0	7.5	15.0	37.5	35.0	3.90
Kỹ năng quản trị	2.5	10.0	15.0	40.0	32.5	3.90
Kỹ năng quản lý môi trường	10.0	15.0	27.5	30.0	17.5	3.30
Kỹ năng làm việc theo nhóm	5.0	10.0	17.5	40.0	27.5	3.75
Kỹ năng lãnh đạo	5.0	7.5	20.0	42.5	25.0	3.75
Kỹ năng bán hàng	7.5	12.5	22.5	35.0	22.5	3.53
Kỹ năng quản lý thời gian	5.0	10.0	27.5	32.5	25.0	3.63
Kỹ năng làm việc độc lập	5.0	12.5	17.5	37.5	27.5	3.70
Kỹ năng làm chủ quản xúc	7.5	20.0	22.5	35.0	15.0	3.30
Kỹ năng quan sát	10.0	17.5	20.0	32.5	20.0	3.35
Kỹ năng xử lý tình huống phát sinh	7.5	22.5	22.5	35.0	12.5	3.23

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), Báo cáo kết quả điều tra đánh giá nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, Huế, tháng 10/2023.

**Bảng 5.4. Đánh giá về các thái độ đạt được của nguồn nhân lực du lịch
Thừa Thiên Huế**

Thái độ	Mức độ đạt được					Giá trị trung bình
	1	2	3	4	5	
Nhiệt tình trong công việc	7.5	17.5	25	27.5	22.5	3.40
Có ý chí cầu tiến	5.0	10.0	22.5	40.0	22.5	3.65
Có tinh thần trách nhiệm cao với công việc	5.0	10.0	32.5	35.0	17.5	3.50
Thái độ niềm nở, hiếu khách	5.0	7.5	27.5	32.5	27.5	3.70
Phong cách chuyên nghiệp	5.0	12.5	32.5	35.0	15.0	3.43
Có tinh thần trách nhiệm với xã hội	7.5	17.5	35.0	17.5	22.5	3.30
Tính chủ động trong công việc	5.0	12.5	25.0	32.5	25.0	3.60

Nguồn: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2023), Báo cáo kết quả điều tra đánh giá nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, Huế, tháng 10/2023.