

# Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình trong hội nhập quốc tế

LƯƠNG CHIỀU TUẤN\*

## Tóm tắt

Thông qua ma trận SWOT, bài viết đánh những điểm mạnh, hạn chế, những cơ hội và thách thức của ngành du lịch tỉnh Ninh Bình. Từ đó, đề xuất một số giải pháp giúp Ninh Bình phát triển ngành này trong thời gian tới

**Từ khóa:** du lịch, Ninh Bình, tiềm năng, năng lực cạnh tranh

## Summary

Through SWOT matrix, the article highlights the advantages, disadvantages, opportunities and challenges of Ninh Binh's tourism. From there, some solutions are proposed to enhance the competitiveness of this industry in the coming time.

**Keywords:** tourism, Ninh Binh, potentials, competitiveness

## GIỚI THIỆU

Xác định du lịch đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, trong những năm qua, Ninh Bình đã triển khai đồng bộ nhiều giải pháp đúng hướng để phát triển du lịch. Vì vậy, du lịch Ninh Bình đã có bước phát triển nhanh cả về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển, nhiều tiềm năng du lịch chưa được khai thác có hiệu quả, nhiều yếu tố mới nảy sinh có tác động lớn đến sự phát triển của du lịch Ninh Bình. Trước thực tế đó, việc phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của du lịch tỉnh Ninh Bình trong hội nhập quốc tế là một trong những biện pháp cấp thiết hiện nay để tiếp tục phát triển mạnh hơn nữa.

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong bài viết này, tác giả sử dụng mô hình SWOT để nghiên cứu ngành du lịch tỉnh Ninh Bình. Mô hình phân tích SWOT được Albert Humphrey phát triển vào những năm 1960-1970. Đây là một

công cụ hữu dụng được sử dụng nhằm làm rõ Điểm mạnh (Strengths); Điểm yếu (Weaknesses); Cơ hội (Opportunities); và Thách thức (Threats) trong một dự án, hoặc tổ chức kinh doanh. Thông qua phân tích SWOT, tổ chức sẽ nhìn rõ mục tiêu của mình, cũng như các yếu tố trong và ngoài tổ chức có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực tới mục tiêu đề ra.

## KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### Điểm mạnh (S)

(i) Ninh Bình có tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú cả về tự nhiên và văn hóa: So với các địa phương khác trong cả nước, Ninh Bình được thiên nhiên ưu đãi nhiều cảnh quan tự nhiên tươi đẹp, phong phú, đa dạng, độc đáo với nhiều danh lam thắng cảnh kỳ thú, nhiều hang động và khu du lịch nổi tiếng, như: Vườn Quốc gia Cúc Phương, Cố đô Hoa Lư, Khu Bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long, suối nước khoáng Kênh Gà, động Vân Trình, nhà thờ đá Phát Diệm, khu du lịch hang động Tràng An, khu du lịch Tam Cốc Bích Động...

Ninh Bình cũng là một địa danh có nhiều di tích lịch sử văn hóa. Toàn Tỉnh có 975 di tích, với 80 di tích được xếp hạng và cấp bằng di tích quốc gia. Ninh Bình cũng có nhiều lễ hội truyền thống mang đậm bản sắc văn hóa làng quê Việt Nam được kế thừa và phát triển từ phong tục tập quán của nền văn minh lúa nước,

\* ThS., Ủy ban Kiểm tra Tỉnh ủy tỉnh Ninh Bình

Ngày nhận bài: 16/03/2019; Ngày phản biện: 05/04/2019; Ngày duyệt đăng: 22/04/2019

văn hóa Hoà Bình, văn hóa Đông Sơn đã trải qua hàng ngàn năm về trước...

(ii) *Sự quan tâm và đầu tư vào du lịch của Đảng, Nhà nước và Chính quyền địa phương:* Với việc xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của Tỉnh, ngày 13/07/2009, Tỉnh uỷ Ninh Bình ban hành Nghị quyết số 15-NQ/TU về phát triển du lịch đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Tiếp đó, ngày 17/07/2009, UBND Tỉnh ban hành Kế hoạch số 07/KH-UBND để thực hiện chủ trương, định hướng phát triển du lịch trên địa bàn Tỉnh.

Có thể nói, Nghị quyết 15-NQ/TU đã tạo động lực phát huy tiềm năng du lịch ở Ninh Bình. Nhiều khu du lịch, nghỉ dưỡng được đầu tư hàng nghìn tỷ đồng để nâng cấp, xây mới kết cấu hạ tầng, nổi bật là các khu du lịch: chùa Bái Đính (Gia Viễn), Tràng An, Tam Cốc - Bích Động (Hoa Lư), sân golf Yên Thắng, sân golf hồ Đồng Chương... khiến du khách trong nước và quốc tế chú ý.

(iii) *Ninh Bình là tỉnh có vị trí thuận lợi để liên kết vùng trong phát triển du lịch:* Ninh Bình chỉ cách Hà Nội - Trung tâm phân phối khách chính ở phía Bắc khoảng 90km; cách TP. Nam Định khoảng 30km và cách TP. Thanh Hóa 60km; đồng thời, TP. Ninh Bình là trung tâm của tiểu vùng du lịch Nam Đồng bằng sông Hồng, nằm ở điểm giao nhau của các tuyến giao thông quan trọng (Quốc lộ 1A, đường cao tốc Bắc - Nam, đường Hồ Chí Minh, Quốc lộ 10, đường cao tốc Ninh Bình - Hải Phòng - Hà Long...). Do vậy, Ninh Bình được xem là "điểm đến du lịch" lý tưởng của các thị trường khách du lịch khi đến vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc.

(iv) *Kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển du lịch ngày càng phát triển:* Ninh Bình nằm trên các tuyến giao thông quan trọng được Chính phủ quan tâm đầu tư nâng cấp trong thời gian qua, cùng với sự phát triển nhanh chóng về mật độ thị của TP. Ninh Bình. Nhờ vậy, hệ thống kết cấu hạ tầng nói chung, hạ tầng phục vụ du lịch nói riêng của Ninh Bình đã có những bước phát triển vượt bậc.

Bên cạnh đó, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đáp ứng các nhu cầu của khách du lịch về lưu trú, ăn uống, vận chuyển, các điều kiện về vui chơi giải trí và các dịch vụ khác... Cụ thể:

- Cơ sở lưu trú trong những năm qua tăng lên đáng kể. Theo số liệu thống kê của sở du lịch Ninh Bình, năm 2010, toàn Tỉnh có 187 cơ sở lưu trú, đến năm 2017 tăng lên là 463 cơ sở. Số phòng tăng từ 2.546 năm 2010 lên 5.153 phòng năm 2017.

- Hệ thống cơ sở kinh doanh ăn uống phục vụ du lịch cũng phát triển nhanh. Theo số liệu thống kê của Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, tính đến tháng 12/2017, toàn Tỉnh có 6.590 nhà hàng, khách sạn kinh doanh dịch vụ ăn uống. Về cơ bản, các cơ sở này đáp ứng được nhu cầu ăn uống của cả khách du lịch nội địa và quốc tế.

- Cơ sở vui chơi giải trí - thể thao và các dịch vụ bổ trợ cũng được đầu tư, đáp ứng nhu cầu của du khách. Theo thống kê của Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, đến hết

năm 2017, trên địa bàn Tỉnh có 35 bể bơi, 62 sân tennis, 102 phòng xông hơi - massage, 01 sân golf 54 lỗ tại khu hồ Yên Thắng, Resort Văn Long.

(v) *Nhân lực du lịch ngày càng tăng về số lượng và nâng cao về chất lượng:* Tính đến cuối tháng 12/2017, toàn Tỉnh có 531 doanh nghiệp kinh doanh du lịch với số lượng lao động làm việc là 8.326 người. Trong đó, tỷ lệ lao động có chuyên môn, nghiệp vụ trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng về du lịch chiếm khoảng 47,34% (Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình, 2017).

(vi) *Hình ảnh về du lịch Ninh Bình đã dần được khẳng định trên nhiều thị trường du lịch:* Ninh Bình từ lâu đã được khách du lịch trong nước và quốc tế biết đến với những địa danh nổi tiếng, như: thắng cảnh Tam Cốc - Bích Động; Quần thể di tích lịch sử văn hóa Cố đô Hoa Lư; Cúc Phương - Vườn Quốc gia đầu tiên ở Việt Nam với hệ sinh thái rừng nguyên sinh còn được bảo tồn khá nguyên vẹn; Nhà thờ đá Phát Diệm, Quần thể Danh thắng Tràng An - Di sản Thiên nhiên và Văn hóa Thế giới, Chùa Bái Đính - Chùa lớn nhất Đông Nam Á...

(vii) *Công tác xây dựng quy hoạch du lịch của Tỉnh được chú trọng:* Ngay từ năm 1995, Ninh Bình đã thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Ninh Bình thời kỳ 1996-2010. Đến năm 2007, Ninh Bình tiếp tục thực hiện điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đến năm 2015. Trên cơ sở những quy hoạch trên, Ninh Bình cũng đã tiến hành xây dựng quy hoạch chi tiết cho một số khu du lịch trọng điểm, như: Tam Cốc - Bích Động, Cố đô Hoa Lư, Cúc Phương và gần đây là Tràng An, Văn Long... Nhiều đề án quy hoạch du lịch còn có sự tham gia về ý tưởng của các chuyên gia quốc tế, như: dự án Quy hoạch khu du lịch Tam Cốc - Bích Động. Quy hoạch phát triển khu du lịch sinh thái đất ngập nước Văn Long...

#### **Điểm yếu (W)**

- *Hạn chế trong công tác quản lý và thực hiện quy hoạch du lịch:* Việc quản lý và tổ chức triển khai thực hiện các quy hoạch phát triển du lịch ở Ninh Bình trong thời gian qua còn có một số bất cập, sự phối hợp liên ngành chưa hiệu quả, chưa được như mong muốn. Một số quy hoạch chi tiết chậm được triển khai. Nhiều hạng mục quan trọng trong quy hoạch chưa được triển khai thực hiện (ví dụ như: hệ thống thu gom và xử lý chất thải ở Khu

Du lịch Quốc gia Tràng An; bến thuyền Khu Du lịch sinh thái Vân Long...).

- *Hạn chế về sản phẩm du lịch:* Do Ninh Bình chưa có chiến lược phát triển sản phẩm du lịch để làm định hướng cho các địa phương, các doanh nghiệp trong Tỉnh xây dựng sản phẩm du lịch. Nên việc xây dựng sản phẩm du lịch ở Ninh Bình còn chưa được nghiên cứu và đầu tư thỏa đáng; các sản phẩm du lịch còn đơn điệu, trùng lặp, chưa tạo ra được những sản phẩm đặc thù, chất lượng cao, mang thương hiệu của tỉnh Ninh Bình. Bên cạnh đó, một số sản phẩm lưu niệm trong các làng nghề ở Ninh Bình vẫn còn đơn điệu, chậm đổi mới mẫu mã không hấp dẫn du khách.

- *Hạn chế trong công tác xây dựng thương hiệu và hoạt động marketing, xúc tiến quảng bá du lịch:* Mặc dù xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn nhưng Ninh Bình cũng chưa có định hướng chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch và chương trình quảng bá xúc tiến du lịch; chưa có sự kết hợp tối giữa phát triển sản phẩm với các hoạt động xúc tiến quảng bá một cách chuyên nghiệp. Nguồn kinh phí dành cho các hoạt động này còn rất hạn chế.

- *Hạn chế về hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch:* Hiện nay, ở Ninh Bình hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch mới chỉ đáp ứng được ở mức trung bình. Số lượng về cơ sở lưu trú ở Ninh Bình có nhiều, nhưng đa số quy mô nhỏ, chưa đồng bộ, chất lượng thấp. Trong khi đó, còn thiếu các khách sạn cao cấp, quy mô lớn, đồng bộ về dịch vụ để tổ chức các sự kiện lớn có tầm cỡ trong nước và quốc tế. Ngoài ra, ở Ninh Bình còn thiếu các cơ sở vui chơi giải trí cao cấp, hiện đại; thiếu các cơ sở dịch vụ du lịch bổ sung khác...

- *Hạn chế về đội ngũ lao động trong du lịch:* Trong thời gian qua, du lịch Ninh Bình phát triển tương đối nhanh kéo theo nguồn nhân lực du lịch cũng phát triển nhanh, chưa được đào tạo một cách chính quy, chuyên nghiệp. Trình độ quản lý, cũng như chuyên môn nghiệp vụ của nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển trong xu thế hội nhập toàn cầu hiện nay, nhất là khi cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 đang phát triển mạnh mẽ.

- *Vấn mang nặng tính mùa vụ trong hoạt động du lịch:* Do chịu ảnh hưởng sâu sắc của đặc điểm khí hậu á nhiệt đới ở khu vực phía Bắc bên cạnh những ảnh

hưởng khác mang tính xã hội, như: mùa lễ hội; mùa nghỉ hè của học sinh, sinh viên; mùa du lịch của khách du lịch quốc tế..., nên các hoạt động du lịch ở Ninh Bình mang tính mùa vụ rất rõ nét. Đây là một trong những nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng đến số ngày lưu trú trung bình và mức độ chi tiêu của khách du lịch khi đến Ninh Bình.

- *Tình liên kết của Ninh Bình với các địa phương trong hoạt động du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển:* Thời gian qua, du lịch Ninh Bình chưa chủ động tạo ra sự liên kết này. Đây cũng là một trong những nguyên nhân hạn chế các dòng khách du lịch quốc tế đến Ninh Bình, đặc biệt từ Hà Nội. Các chương trình du lịch kết nối giữa Ninh Bình với không gian vùng Thủ đô Hà Nội và các tỉnh trong vùng Đồng bằng sông Hồng chưa được hình thành một cách rõ nét; chưa tạo được hình ảnh du lịch chung của vùng, trong đó Ninh Bình là một điểm đến quan trọng.

### Cơ hội (O)

*Một là, du lịch thế giới đang có điều kiện phát triển mạnh mẽ, mở ra những cơ hội lớn cho du lịch Việt Nam, trong đó có Ninh Bình:* Theo dự báo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), đến năm 2020, lượng khách du lịch quốc tế toàn thế giới sẽ đạt 1,6 tỷ lượt (Minh Anh, 2019). Đây là cơ hội của Việt Nam nói chung, Ninh Bình nói riêng, nơi được đánh giá là điểm đến an toàn và thân thiện.

*Hai là, du lịch Việt Nam ngày càng được chú trọng phát triển, nhu cầu đi du lịch của người dân Việt Nam không ngừng nâng cao:* Điều kiện kinh tế - xã hội của người dân Việt Nam ngày càng phát triển, đời sống vật chất và tinh thần của người dân được nâng cao, nhu cầu đi du lịch của người dân ngày càng được gia tăng và trở thành nhu cầu không thể thiếu. Cùng với đó, chính sách "đổi mới, mở cửa và hội nhập" của Đảng và Nhà nước tiếp tục phát huy có hiệu quả, cùng với chế độ chính trị ổn định, hòa bình, an ninh đảm bảo... đã tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch phát triển...

*Ba là, Tỉnh ủy, UBND tỉnh Ninh Bình quyết tâm chỉ đạo phát triển ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Tỉnh:* Với quyết tâm này, Ninh Bình đã ban hành nhiều nghị quyết, quyết định, chương trình... cho phát triển du lịch. Nhiều nhà đầu tư chiến lược đã và đang đầu tư phát triển du lịch Ninh Bình, trong đó có những nhà đầu tư đang hoạt động có hiệu quả, như: Xuân Trường, Xuân Thành...; các nhà đầu tư lớn đang xin chủ trương đầu tư.

### Thách thức (T)

Bên cạnh những cơ hội, hội nhập quốc tế cũng đặt ra nhiều thách thức đối với phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình:

- *Vấn đề cạnh tranh trong du lịch càng gay gắt:* Hội nhập quốc tế làm cho du lịch không chỉ cạnh tranh giữa các địa phương trong nước mà còn cạnh tranh với các quốc gia khách trên thế giới. Trong khi đó, khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam nói chung và Ninh Bình nói riêng còn hạn chế, chưa có những sản phẩm du lịch đặc thù chất lượng cao, mang thương

hiệu Ninh Bình để cạnh tranh và hấp dẫn khách du lịch trên thế giới.

- *Sức ép lớn về trách nhiệm bảo tồn các giá trị tài nguyên và bảo vệ môi trường du lịch:* Du lịch Ninh Bình đang phải đối mặt với sức ép lớn về trách nhiệm bảo tồn các giá trị tài nguyên và bảo vệ môi trường du lịch. Môi trường du lịch ở Ninh Bình có nguy cơ bị ảnh hưởng và ô nhiễm bởi các hoạt động dân sinh và của các hoạt động du lịch. Việc đảm bảo chất lượng môi trường luôn là thách thức đối với ngành du lịch Việt Nam nói chung, du lịch tỉnh Ninh Bình nói riêng.

- *Nguy cơ mất nguồn nhân lực chất lượng cao, chảy máu chất xám trong du lịch:* Hội nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN nói riêng và hội nhập quốc tế nói chung vừa là cơ hội, nhưng đồng thời cũng là những thách thức lớn. Nguy cơ mất nguồn nhân lực chất lượng cao, chảy máu chất xám trong du lịch có khả năng xảy ra.

- *Tác động của biến đổi khí hậu và mực nước biển dâng ngày càng rõ rệt:* Ninh Bình thuộc vùng Đồng bằng sông Hồng, khu vực được xác định bị chịu ảnh hưởng lớn của biến đổi khí hậu và các yếu tố thời tiết bất lợi, như: bão, lũ lụt, hạn hán.

## ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Để du lịch Ninh Bình phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới, chúng tôi đề xuất một vài kiến nghị thông qua các chiến lược cơ bản của SWOT, như sau:

### *Chiến lược S-O*

- Khai thác sản phẩm đặc trưng phù hợp với định hướng phát triển du lịch của Tỉnh. Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng của Tỉnh, có tính liên vùng để kéo dài thời gian lưu trú của du khách và các sản phẩm du lịch mới nhằm hạn chế tính mùa vụ của du lịch Ninh Bình.

- Đổi mới mẫu mã sản phẩm phục vụ du lịch tại các làng nghề ở Ninh Bình, tăng sức hấp dẫn đối với du khách.

- Bồi dưỡng đào tạo nâng cao chất lượng, tính chuyên nghiệp của nguồn nhân lực du lịch.

- Phối hợp giữa các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, Sở Du Lịch tỉnh Ninh Bình với các trung tâm bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch. Tổ chức những lớp chuyên đề, các lớp tập huấn nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên. Tổ chức hội thảo, giao lưu, hội thi nghiệp vụ, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp học hỏi lẫn nhau, nâng cao nghiệp vụ.

### *Chiến lược W-O*

- nỗ lực đảm bảo môi trường tự nhiên tránh khỏi

bị ô nhiễm do tác động của phát triển du lịch gây nên. Kết hợp hài hòa giữa xử lý nghiêm khắc những vi phạm với tuyên truyền giáo dục. Các khu du lịch phải có biện pháp gìn giữ môi trường sinh thái của mình, đầu tư phát triển du lịch, nhưng không được phá vỡ cảnh quan môi trường.

Tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức cộng đồng về phát triển du lịch theo hướng bền vững.

- Có chính sách phù hợp nhằm thu hút nguồn vốn đầu tư, khuyến khích các thành phần kinh tế khác cùng tham gia khai thác du lịch, từng bước nâng dần tỷ lệ vốn góp trong nước và của các dự án liên doanh với nước ngoài. Đặc biệt, cần thu hút các nhà đầu tư có năng lực, kinh nghiệm trong hoạt động du lịch.

- Nâng cấp và xây dựng thêm các khách sạn tiêu chuẩn quốc tế tại các khu du lịch lớn. Xây dựng các cơ sở vui chơi giải trí cao cấp, hiện đại, các cơ sở dịch vụ du lịch bổ sung khác, như: các khu mua sắm, chợ đêm, phố đi bộ vui chơi giải trí. để đáp ứng nhu cầu của du khách.

### *Chiến lược S-T*

- Tổ chức quảng bá hình ảnh du lịch của Tỉnh trên các phương tiện thông tin đại chúng, hoàn thiện trang web của ngành bằng nhiều thứ tiếng, như: tiếng Việt, Anh, Pháp, Nga, Nhật Bản... để giới thiệu tiềm năng du lịch của Tỉnh, cũng như những sản phẩm du lịch độc đáo.

- Đổi mới cách thức, nội dung, nâng cao tính chuyên nghiệp, tích cực triển khai thực hiện công tác xã hội hóa trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch.

### *Chiến lược W-T*

- Ưu tiên nguồn lực thích hợp đầu tư phát triển hạ tầng giao thông kết nối đến các khu, điểm du lịch.

- Đầu tư hạ tầng kỹ thuật đồng bộ.

- Kết nối với các đơn vị lữ hành ở hai trung tâm có nguồn khách du lịch lớn là Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh để đưa khách về Ninh Bình. □

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình (2017). *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*
2. Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình (2010-2017). *Báo cáo tình hình hoạt động các năm, từ 2010 đến 2017*
3. Cục Thống kê tỉnh Ninh Bình (2018). *Niên giám Thống kê Ninh Bình năm 2017*. Nxb Thống kê
4. Minh Anh (2019). *Du lịch quốc tế tăng trưởng tích cực*, truy cập từ <http://www.nhandan.com.vn/du-lich/item/39153402-du-lich-quoc-te-tang-truong-tich-uc.html>
5. Humphrey, Albert (2005). *SWOT Analysis for Management Consulting*, SRI Alumni Newsletter