

PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH KHỞI NGHIỆP DU LỊCH TRẢI NGHIỆM KHẢ NĂNG SINH TỒN TẠO TÁC ĐỘNG XÃ HỘI Ở HẢI PHÒNG

Cao Thị Vân Anh

Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh

Email: anhctv@dhhp.edu.vn

Nguyễn Việt Anh

Khoa Du lịch

Ngày nhận bài: 23/3/2019

Ngày PB đánh giá: 27/4/2019

Ngày duyệt đăng: 29/4/2019

TÓM TẮT

Sự phát triển của ngành du lịch đã đóng góp vào tăng trưởng và phát triển kinh tế của Việt Nam trong những năm qua. Với lợi thế về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên và sự phát triển kinh tế của Thành phố Hải Phòng, đây là cơ sở tiềm năng cho việc khai thác loại hình du lịch trải nghiệm sáng tạo có tác động to lớn đến việc rèn luyện môi trường và kỹ năng sống của học sinh, sinh viên và giới trẻ hiện nay. Bài viết nghiên cứu các mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn trên thế giới và ở Việt Nam, phân tích tiềm năng phát triển du lịch Việt Nam và Hải Phòng cũng như nhu cầu của khách hàng để thấy được cơ hội và tiềm năng của dự án khởi nghiệp. Từ đó, đề xuất việc xây dựng mô hình du lịch trải nghiệm khả năng sinh tồn tạo tác động xã hội ở Hải Phòng.

Từ khóa: du lịch, trải nghiệm sáng tạo, khả năng sinh tồn.

DEVELOPMENT OF TOURISM START-UP MODEL TO EXPERIENCE THE SURVIVAL ABILITY TO CREATE SOCIAL IMPACTS IN HAI PHONG

ABSTRACT

The development of tourism has contributed to the growth and economic development of Vietnam in recent years. Hai Phong has many advantages about geographical position, natural conditions and the economic development, It is basis of potential for exploiting tourism forms creation experience has a tremendous impact to the train environmental and life skills of students and young people today. The paper examines the tourism model a creative ability to survive in the world and in Vietnam, analyze potential tourism development of Vietnam and Haiphong as well as the needs of customers to see opportunities and the potential of the project start. Since then, the building proposed tourism model viability experience creating social impact in Hai Phong.

Keywords: travel, experience the creativity, the ability to survive.

1. MỞ ĐẦU

Với tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú, trong những năm qua du lịch đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của cả nước đóng góp to lớn vào sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” đã xác định rõ các chỉ tiêu phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 đón được 17-20 triệu lượt khách quốc tế, thu hút 82 triệu lượt khách nội địa, đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD, tạo ra trên 4 triệu việc làm trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp.

Theo đánh giá chỉ số Năng lực cạnh tranh ngành Lữ hành và Du lịch (TTCI) đánh giá 2 năm một lần, năm 2017 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) Việt Nam xếp ở vị trí thứ 67/136 quốc gia, vùng lãnh thổ trong bảng xếp hạng, tăng 8 bậc so với năm 2015. Điều đó cho thấy tiềm năng phát triển của thị trường du lịch Việt Nam.

Đối với Thành phố Hải Phòng, trong những năm gần đây, du lịch Hải Phòng cũng có nhiều chuyển biến tích cực, môi trường kinh doanh du lịch, dịch vụ du lịch có nhiều cải thiện, cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch ngày càng được đầu tư mạnh mẽ. Số lượng khách du lịch đến Hải Phòng không ngừng tăng, năm 2016 du lịch Hải Phòng đón và phục vụ 5,96 triệu lượt khách, tăng 6,02% so với năm 2015, trong đó khách quốc tế đạt 759,03 nghìn lượt, tăng 6,36% so với cùng kỳ, tổng thu du lịch ước đạt 2.300 tỉ đồng, tăng 6,19%; năm 2017, gần 7 triệu

lượt khách du lịch, doanh thu đạt 2.727,35 tỉ đồng, tăng 13,65%, 10 tháng của năm 2018, Hải Phòng đón và phục vụ gần 5 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế là 484.767 lượt, doanh thu đạt 1.926,4 tỉ đồng.

Hải Phòng là một thành phố có lợi thế về tài nguyên rừng, đồi núi và biển trải phủ đáp ứng nhu cầu du lịch sinh thái trải nghiệm khả năng sinh tồn. Đây là mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo với các nhân tố hỗ trợ và quyết định sự an toàn đến tính mạng trong những tình huống khó khăn, nguy hiểm xuất hiện đột xuất. Đó là những kỹ năng cần được ưu tiên nhất trong việc đào tạo và rèn luyện không chỉ đối với người lớn mà cả các em học sinh song hành cùng kỹ năng sống được học trong nhà trường và xã hội. Mô hình du lịch trải nghiệm khả năng sinh tồn giúp đưa những lý thuyết về kỹ năng sống áp dụng vào thực tế gắn liền với trải nghiệm khả năng sinh tồn là sân chơi khám phá cho mọi lứa tuổi đặc biệt đối với học sinh sinh viên hiện nay.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết về du lịch và du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn

Theo Liên hiệp quốc tế của các tổ chức du lịch chính thức (International Union of Official Travel Organization - IUOTO): “Du lịch được hiểu là hành động du hành đến một nơi khác với địa điểm cư trú thường xuyên của mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống”.

Theo I.I Pirôgionic, 1985: “Du lịch là một dạng hoạt động của dân cư trong thời gian rỗi liên quan với sự di chuyển và lưu lại

tạm thời bên ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm nghỉ ngơi, chữa bệnh, phát triển thể chất và tinh thần, nâng cao trình độ nhận thức văn hoá hoặc thể thao kèm theo việc tiêu thụ những giá trị về tự nhiên, kinh tế và văn hoá”.

Nhà kinh tế học người Áo Josep Stander nhìn từ góc độ du khách, “Khách du lịch là loại khách đi theo ý thích ngoài nơi cư trú thường xuyên để thoả mãn sinh hoạt cao cấp mà không theo đuổi mục đích kinh tế”.

Trong khoản 1 điều 3 theo Luật Du lịch đã được Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam Khóa XIV, kỳ họp thứ 3 thông qua ngày 19 tháng 6 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”.

Hiện nay có nhiều cách phân chia các loại hình du lịch khác nhau, tùy thuộc từng góc độ nghiên cứu.

Du lịch trải nghiệm là một hình thức du lịch thiên về trải nghiệm của bản thân, học hỏi, khám phá những điều mới. Có người thích “du lịch nghỉ dưỡng” và có thể đến một địa điểm quen thuộc nhiều lần, thậm chí không ra khỏi resort một bước. Hoạt động “du lịch trải nghiệm” đòi hỏi phải thâm nhập vào cuộc sống nhiều hơn, học hỏi thêm nhiều điều mới mẻ trong cuộc sống thông qua việc ở nhà người dân địa phương, cùng sinh hoạt và ăn uống như một người dân bản địa, hòa

mình cùng với thiên nhiên thơ mộng, núi rừng hùng vĩ. Chính những chuyến du lịch trải nghiệm này sẽ giúp mọi người có thêm những góc nhìn khác về cuộc sống.

Du lịch sáng tạo là loại hình du lịch mà du khách có cơ hội để phát triển tiềm năng sáng tạo của họ thông qua các trải nghiệm học tập, tìm hiểu. Các hoạt động du lịch tại điểm đến bao gồm đầy đủ những tour được thiết kế với một số trải nghiệm đặc biệt và chân thực. Du khách được tham gia vào tìm hiểu văn hóa bản địa, hoặc những đặc trưng của điểm đến, và có sự kết nối với người địa phương, hoặc những người tạo nên nền văn hóa đặc biệt.

Du lịch trải nghiệm sáng tạo là loại hình mà khách du lịch có cơ hội phát triển tiềm năng sáng tạo của họ thông qua các trải nghiệm học tập, tìm hiểu tại điểm đến. Ở loại hình du lịch này, khách du lịch được tham gia tìm hiểu văn hóa bản địa hoặc những đặc trưng của điểm đến và có sự kết nối với người dân địa phương hoặc những người tạo nên nền văn hóa đặc biệt này.

Du lịch trải nghiệm sáng tạo cung cấp những hoạt động đa dạng cho du khách nhờ phát huy tối đa những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể tại điểm đến; đồng thời giá trị của điểm đến cũng được nâng cao nhờ chất lượng của hoạt động du lịch. Ở đây, tính nguyên bản và bền vững của điểm đến được bảo tồn, trở thành nguồn lực của sự sáng tạo, góp phần nâng cao sự tự hào của người dân địa phương về văn hóa truyền thống của họ. Khi đến với hoạt động du lịch sáng tạo, du khách mong muốn được trải nghiệm văn hóa bản địa bằng cách tham gia vào các hoạt động giáo dục, sáng tác nghệ thuật

hoặc tham dự các hoạt động biểu diễn văn hóa, văn nghệ cùng người dân địa phương. Điều này sẽ góp phần giảm sự tập trung vào những điểm du lịch truyền thống, giúp phân bố đều không gian du lịch ở điểm đến, từ đó bảo tồn được các giá trị văn hóa phi vật thể.

Mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn là một khu du lịch sáng tạo với các khu trải nghiệm theo từng mức độ phù hợp với người chơi và ngoài ra đây còn là trung tâm giáo dục kỹ năng sống, kỹ năng sinh tồn.

2.2. Sự phát triển mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn trên thế giới và ở Việt Nam

2.2.1. Các mô hình trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn trên thế giới

Trên thế giới, mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn tại chủ yếu dưới dạng các chương trình, game show truyền hình.

Man vs Wild là một show truyền hình thực tế được thể hiện và dẫn dắt bởi Bear Grylls trên sóng Discovery Channel. Chương trình đã phát sóng được tổng cộng 7 mùa liên tục từ năm 2006 đến 2011. Bối cảnh thường thấy trong mỗi tập là đặt Bear Grylls và đoàn quay phim sẽ đối diện với vùng đất thiên nhiên khắc nghiệt bậc nhất thế giới. Nhiệm vụ của người chơi là tìm đường trở về hoặc thoát ra khỏi khu vực ấy để tìm kiếm sự sống của loài người. Địa hình được khán giả ưa thích thường là những rừng mưa nhiệt đới, hoặc sa mạc, khi đó kỹ năng của Bear Grylls được thể hiện hết mức có thể. Bên cạnh sự sắp đặt có trước, Bear còn hướng dẫn người xem những mẹo để giúp việc tồn tại dễ dàng, đó cũng là điểm rất thu hút khán giả. Trong hành trình của mình ở mùa

4, Bear Grylls đã từng có dịp tới Việt Nam để chinh phục thử thách tại những cánh rừng phía Bắc bằng những kỹ năng sinh tồn của mình.

Dual Survival: Chương trình sống sót thực tế được thể hiện bằng một cặp chuyên gia sinh tồn đương đầu với thử thách khắc nghiệt của thiên nhiên. Khác với những chương trình khác, vì chuyến đi có hai người nên các chuyên gia không thể hoạt động độc lập một mình mà thiếu kế hoạch. Mỗi người có một điểm mạnh riêng biệt để hỗ trợ lẫn nhau, chỉ cần xuất hiện một mâu thuẫn nhỏ cũng khiến họ chịu thua cuộc trước thiên nhiên hùng vĩ. Chương trình nhấn mạnh đến những kỹ năng hoạt động và phối hợp nhóm, yếu tố quan trọng để giúp sống sót giữa thiên nhiên.

Man, Woman, Wild: Format Man, Woman, Wild được lấy rất thực tế với bối cảnh một cặp vợ chồng “bị thả” giữa thiên nhiên và phải tìm được đường thoát trước khi quá muộn. Điểm nổi bật ở chỗ là người vợ trong chương trình - Ruth England, không hề sở hữu kỹ năng sinh tồn nào. Mọi thủ thuật và kinh nghiệm cô đều học tập từ chồng mình là Mykel Hawke, một cựu binh thuộc Special Forces. Với kinh nghiệm chiến trường dày dặn, kèm theo kỹ năng “khủng”, anh đã nhanh chóng đưa vợ mình thoát khỏi vùng nguy hiểm. Chương trình hấp dẫn bởi những tình cảm rất thật mà đôi vợ chồng son này thể hiện, dù nguy hiểm hay tột cùng sợ hãi họ vẫn bình tĩnh trao nhau những cử chỉ ngọt ngào.

Marooned with ED Stafford: Bị bỏ rơi cùng Ed Stafford là một trong những show mang tính thực tế và khắc nghiệt nhất của Discovery Channel. Trong chương trình

này người xem sẽ theo chân đại úy quân đội người Anh, Ed Stafford. Với mỗi tập, Ed sẽ tự cô lập mình ở những nơi hẻo lánh và nguy hiểm đủ để có thể giết chết anh chỉ trong vài giờ đồng hồ. Anh hoàn toàn dựa vào bản thân mình mà không mang một thứ gì bên người: không thức ăn, không nước uống, không quần áo, không đoàn quay phim hỗ trợ thậm chí một con dao cũng không có. Ed một mình chống chọi các yếu tố ngoại cảnh của các điều kiện môi trường khác nhau từ rừng rậm, biển, núi đá cho tới sa mạc. Trong mỗi địa hình, nếu như anh không thích ứng trong vòng 10 ngày, anh sẽ không bao giờ tiếp tục được nữa.

The Amazing Race (Cuộc Đua Kỳ Thú): The Amazing Race là một cuộc đua kỳ thú với nhiều đội khác nhau mà mỗi đội gồm hai thành viên. Mỗi vòng thi sẽ có một đội bị loại. Các vòng thi với các bài thi đa dạng ở ngoài trời. Người thi được di chuyển từ vị trí địa lý này tới vị trí địa lý khác bằng nhiều phương tiện giao thông khác nhau. Các cặp chơi sẽ phải đương đầu với những trò thách đấu do chương trình đặt ra. Qua những tình huống và nhiệm vụ trong Cuộc đua kỳ thú, người xem sẽ học được những kỹ năng sinh tồn cơ bản trong nhiều hoàn cảnh khác nhau. Sau khi ra mắt và trở thành một trong những show truyền hình thực tế ăn khách nhất tại Mỹ năm 2001, chương trình đã được mua lại bản quyền phiên bản Việt và ra mắt tới mùa thứ 5.

Survivor: Khác với Cuộc đua kỳ thú, Survivor là một show truyền hình thực tế khắc nghiệt khi những người tham gia được đưa ra một nơi hoang vắng, cách xa thế giới loài người đông đúc. Họ không được phép tiếp xúc với bất kỳ ai ngoài người chơi và

ban tổ chức. Họ không được phép mang theo đồ dùng cá nhân và các trang thiết bị hiện đại như điện thoại, máy vi tính... Người chơi chỉ được phép mang theo một ít quần áo. Trong chương trình này, người chơi sẽ phải dùng trí thông minh, các mảnh khóc và cả những kinh nghiệm sinh tồn để đề ra những chiến lược đánh bại đối thủ một cách tinh vi và có sự tính toán để trở thành người cuối cùng còn sót lại.

Naked Castaway: Show truyền hình thực tế của kênh truyền hình nổi tiếng Discovery đã khiến bất cứ ai từng xem phải đổ mồ hôi. Bởi lẽ, nhân vật chính của chương trình – một đại úy quân đội người Anh tên Ed Stafford phải một mình chống lại quy luật sinh tồn trên một hòn đảo trong 60 ngày trong tình trạng “không mảnh vải che thân”. Ngay khi ra mắt tập đầu tiên, show truyền hình ngay lập tức trở thành chủ đề bàn tán “hot” của giới truyền thông. Stafford không có bất cứ vật dụng, thực phẩm, nước uống và nhất là quần áo. Đoàn làm phim được lệnh không cung cấp cho nhân vật thực tế bất cứ thứ gì. Naked Castaway thực tế là một chương trình thú vị, ý nghĩa, lột tả chân thực nhất cuộc sống của con người trong môi trường hoang dã. Kết quả Ed Stafford đã vượt qua thử thách này, nhưng tất cả những “góc khuất” trên cơ thể anh chàng nhà binh đã được công khai tất cả trên truyền hình.

2.2.2 Mô hình trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn tại Việt Nam

Khu du lịch sinh thái Bán Rôm (Khu suối Tiên, Quang Tiến, Sóc Sơn, Hà Nội). Bán Rôm là khu du lịch sinh thái mang đặc trưng riêng của một thung lũng rừng nguyên sinh. Cách trung tâm thành phố Hà Nội

30km, được đầu tư xây dựng trên nguyên tắc bảo tồn và phát triển, khu du lịch sinh thái Bản Rõm đã trở thành điểm đến thú vị dành cho những hoạt động ngoại khóa, dã ngoại của học sinh nhiều trường học trên địa bàn Hà Nội cùng các tỉnh thành lân cận. Chuyên đào tạo nhiều kỹ năng với chủ đề “Trải nghiệm sinh tồn trong rừng sâu”, giúp các em khám phá, thám hiểm nhiều khu rừng nguyên sinh. Ngoài ra, nơi đây còn dạy cho các em những kỹ năng cơ bản nhất để tồn tại trong điều kiện thiếu thốn và nguy hiểm của rừng sâu như: dựng trại trú ẩn, săn bắt tìm thức ăn, lọc nước sạch... Cách nhóm lửa sưởi ấm, nguy trang tránh thú dữ, kỹ năng leo núi, sơ cứu vết thương khi gặp nạn, làm cáng cứu thương... Các hoạt động thường xuyên tại Bản Rõm như teambuilding, cắm trại dã ngoại, tổ chức tiệc, hội nghị... tại Bản Rõm cũng thu hút nhiều gia đình, doanh nghiệp, đoàn thể, sinh viên và những bạn trẻ đam mê chinh phục, khám phá.

The Amazing Race Vietnam: Cuộc đua kỳ thú là một gameshow được lấy từ format The Amazing Race của Mỹ. Chương trình bao gồm những cặp thí sinh khắp Việt Nam cùng nhau thi đấu. Chương trình này được ra mắt kể từ cuối tháng 5 năm 2012 đến tháng 6 năm 2016. Sau đó chương trình tạm dừng một thời gian. Ngoài ra hiện nay Việt Nam có nhiều các show thực tế có format sinh tồn như “Cuộc Đua Kỳ Thú” hay “Sao Nhập Ngũ”, “Chiến Binh Thế Hệ Mới” thu hút triệu người xem bởi các thử thách mang tính trang bị kiến thức, kỹ năng, gần gũi và đánh trúng tâm lý thích thử thách của giới trẻ, đây là hành trình thách thức dành cho các bạn trẻ về cả thể lực, trí tuệ và kỹ năng cần thiết cho cuộc sống.

2.2.3. Các nghiên cứu về mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn tạo tác động xã hội ở Việt Nam

Đề tài nghiên cứu: “Nghiên cứu nhu cầu du lịch trải nghiệm của người dân Thành phố Cần Thơ” của Nguyễn Thị Tú Trinh. Trường Đại học Cần Thơ năm 2018 đã đưa ra các số liệu nghiên cứu về nhu cầu du lịch Cần Thơ từ 2016 và các chỉ số cũng như thang đo để đánh giá mức độ nhu cầu, quan tâm của người dân về mảng du lịch trải nghiệm. Từ đó tạo nên các kế hoạch phát triển mô hình này tại thành phố Cần Thơ. Các bảng thống kê kết quả, các biểu đồ khoa học phù hợp với định hướng phát triển và đề tài đã đưa ra các kiến nghị cụ thể cho thành phố để phát triển phù hợp và khai thác tối đa có hiệu quả mà không ảnh hưởng đến sinh thái môi trường. Là đề tài của sinh viên có tính ứng dụng, áp dụng cao trong học tập và nghiên cứu.

Công bố: “Tiềm năng phát triển du lịch trải nghiệm tại bán đảo Sơn Trà - Thành phố Đà Nẵng” của Trần Duy Linh và Phạm Đức Thiện, đăng trên Tạp chí phát triển Khoa học và công nghệ năm 2016 là một trong những tiền đề đưa ra các dẫn chứng và định hướng từ các tiềm năng hiện có để có phương pháp, định hướng phát triển loại hình du lịch trải nghiệm sáng tạo tại Đà Nẵng. Đề tài đã phân tích chi tiết về hoạt động của du lịch trải nghiệm đang diễn ra, các phương án phát triển phù hợp với tiềm năng kinh tế của vùng. Đặc biệt hai tác giả đã ứng dụng và vận dụng rất khoa học về điều kiện tiềm năng cũng như điều kiện chính sách kinh tế, là một điểm mới cho các đề tài sau này khai thác, phát triển.

Đề tài: “Phát triển du lịch ở Hải Phòng trong bối cảnh hội nhập quốc tế” của Trần

Ngọc Hương, Trường Đại học Hải Phòng năm 2012, đề tài đã hệ thống hóa các cơ sở lý luận về phát triển du lịch và hội nhập quốc tế. Đánh giá thực trạng phát triển của du lịch Hải Phòng trong các giai đoạn và định hướng phát triển, cơ hội thách thức của thành phố trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Đề tài đến nay vẫn còn những giá trị và phương pháp nhìn nhận sâu rộng đánh giá đúng và có định hướng. Là một trong những đề tài phát triển du lịch của Hải Phòng trong bối cảnh kinh tế mới, định hướng cho các đề tài sau về tầm nhìn phát triển.

Những đề tài trên các tác giả đã nghiên cứu rất sát thực về vấn đề nghiên cứu và các sự ảnh hưởng của đề tài trong bối cảnh xã hội. Nhưng sự phát triển của kinh tế vùng, kinh tế cả nước và phát triển chung của ngành du lịch mỗi năm một khác và các xu hướng, sự kiện luôn ảnh hưởng đến quá trình phát triển của du lịch. Sự mở rộng, đổi mới, ứng dụng mỗi lúc một khác làm cho các đề tài này cần có sự điều chỉnh. Trong bối cảnh hội nhập và phát triển hiện nay thì ngành du lịch và đặc biệt mô hình du lịch du lịch sáng tạo khả năng sinh tồn mà nhóm nghiên cứu đã có tính ứng dụng và phát triển của đề tài đi trước. Đây là đề tài mới về du lịch sáng tạo có sự kết hợp đa dạng của nhiều mảng như giáo dục, môi trường, du lịch, thể thao. Các số liệu thu thập của chúng tôi là các số liệu được công bố mới nhất sẽ bám sát tình hình chung của cả nước và hướng phát triển trong tương lai của đề tài.

2.3. Phát triển mô hình khởi nghiệp du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn tạo tác động xã hội ở Hải Phòng

2.3.1. Thị trường du lịch và nhu cầu du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn

Trong những năm vừa qua, các chỉ tiêu cho thấy sự phát triển của du lịch Việt Nam tăng cả về số lượng khách quốc tế, nội địa, tổng thu từ du lịch, đóng góp của du lịch vào GDP tăng nhanh. Ngành du lịch Việt Nam trong 5 năm qua đã không ngừng phát triển, đạt tốc độ tăng trưởng trung bình gấp khoảng 1,5 lần tốc độ tăng trưởng GDP chung cả nước; đóng góp trực tiếp 6,6% và đóng góp chung 13% trong cấu thành GDP của Việt Nam. Riêng trong năm 2017, du lịch là một trong những động lực chính của tăng trưởng kinh tế đất nước, ước tính du lịch đóng góp 1% vào mức tăng trưởng của GDP của Việt Nam.

Về số lượng khách quốc tế: Mục tiêu năm 2017, đón 13-14 triệu khách, 6 tháng đầu năm 2017, Việt Nam đón 6,2 triệu lượt khách. Tính đến cuối tháng 12, Việt Nam đã đón được khoảng 13 triệu lượt khách, hoàn thành mục tiêu chính phủ giao cho ngành du lịch, là con số kỷ lục chưa từng có mà ngành du lịch đã đạt được. Theo số liệu mới nhất của Tổng cục du lịch Việt Nam, số lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 5/2019 ước đạt 1,326,668 lượt, tăng 9.7% so với tháng 4/2019 và tăng 14.3% so với tháng 5/2018. Tính chung 5 tháng năm 2019, tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam ước đạt 7,295,548 lượt khách, tăng 8.8% so với cùng kỳ năm 2018.

Về số lượng khách du lịch nội địa liên tục tăng mạnh qua các năm. Riêng năm 2017 với mục tiêu phục vụ 66 triệu lượt, tính đến hết năm 2017, đã phục vụ khoảng 73,2 triệu lượt khách nội địa, vượt xa mục tiêu đặt ra.

Bảng 1: Khách du lịch nội địa của Việt Nam giai đoạn 2000-2018

Năm	Khách nội địa (nghìn lượt khách)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2000	11.200	
2001	11.700	4,5
2002	13.000	11,1
2003	13.500	3,8
2004	14.500	7,4
2005	16.100	11,0
2006	17.500	8,7
2007	19.200	9,7
2008	20.500	6,8
2009	25.000	22,0
2010	28.000	12,0
2011	30.000	7,1
2012	32.500	8,3
2013	35.000	7,7
2014	38.500	10,0
2015	57.000	48,0
2016	62.000	8,8
2017	73.200	18,1
2018	80.000	9,3

(Nguồn: Tổng cục Thống kê)

Những năm gần đây, du lịch Việt Nam có sự tăng trưởng số lượng khách quốc tế đến ổn định (trung bình khoảng 11%/năm). Năm 2016, con số này đã đạt kỷ lục 10 triệu lượt, tăng 26% so với năm 2015. Riêng 9 tháng đầu năm 2017, khách quốc tế đến Việt Nam đạt 9.448.331 lượt, tăng 28,4% so với cùng kỳ năm 2016. Để đạt được mục tiêu ngắn hạn và dài hạn, du lịch Việt Nam cần phải thật sự đổi mới, sáng tạo, tạo ra những sản phẩm du lịch đặc trưng, thu hút khách du lịch.

Theo đề án 201/QĐ-TTg của Chính phủ, ngày 22/01/2013 về việc “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*” cho thấy thị trường du lịch Việt Nam ở 6 vùng kinh tế trong cả nước tập trung chủ yếu vào loại hình du lịch trải nghiệm gắn liền với bản sắc văn hóa dân tộc ở các vùng miền. Đây chính là cơ hội to lớn cho sự phát triển của du lịch trải nghiệm sáng tạo và đặc biệt là loại hình trải nghiệm sáng tạo gắn liền với khả năng sinh tồn ở Việt Nam.

THỊ TRƯỜNG DU LỊCH VIỆT NAM

theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Thủ tướng chính phủ)



Hình 1. Thị trường du lịch Việt Nam theo quy hoạch

(Nguồn: Quyết định số: 201/QĐ-TTg, ngày 22/01/2013, về Phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”)

Đối với Thành phố Hải Phòng cũng nằm trong vùng trọng tâm phát triển kinh tế dịch vụ du lịch. Năm 2018 ngành du lịch của Hải Phòng đã có nhiều khởi sắc, cụ thể đón và phục vụ 7,792 triệu lượt khách, vượt 3,9% so với kế hoạch, tăng 16,14 so với cùng kỳ năm 2017; doanh thu ước đạt 3.100 tỷ đồng vượt 14,8% so với kế hoạch, tăng 13,67% so với cùng kỳ, hoàn thành trước 2 năm chỉ tiêu thu hút khách du lịch mà nhiệm kỳ 2015 – 2020 đã đề ra là 7,5 triệu lượt khách. Tính đến hiện tại tại Hải Phòng có 456 cơ sở lưu trú du lịch tương ứng với 11.014

phòng, 72 đơn vị kinh doanh lữ hành trong đó có 26 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế.

Mặc dù dịch vụ du lịch đang phát triển rất đa dạng và phong phú nhưng để có một giải pháp đưa ý nghĩa thực tiễn du lịch là hoạt động để ta vui chơi, khám phá và học hỏi thì đó là giá trị cốt lõi mà mỗi du khách mong muốn có được. Với lợi thế của Hải Phòng được ưu ái từ tài nguyên rừng, đồi núi và biển trù phú đáp ứng đủ nhu cầu du lịch sinh thái trải nghiệm mà nghiên cứu hướng tới – kỹ năng sinh tồn, kỹ năng phù hợp và thiết thực với cuộc sống hiện đại ngày nay.



Hình 2. Thống kê tổng mức bán lẻ và dịch vụ Thành phố Hải Phòng quý 1/2019

(Nguồn: Cục thống kê Thành phố Hải Phòng)

Trên cơ sở phân tích thị trường du lịch Hải Phòng, nhóm nghiên cứu đã điều tra nhu cầu thị trường du lịch trải nghiệm sáng tạo với đối tượng khách hàng là học sinh, sinh viên ở khu vực Hải Phòng với 300 phiếu điều tra phát ra và đưa 1 forum lên diễn đàn. Kết quả cho thấy hình thức du lịch sinh tồn nguyên thủy được yêu thích nhất (38%). Đây là thể loại mà đa phần các em học sinh cấp III lựa chọn. Đối với sinh viên thì lựa trải nghiệm khám phá... qua đó giúp chúng ta xác định rõ được nhu cầu của từng đối tượng khách hàng. Đồng thời, du lịch trải nghiệm cũng là một hoạt động, một sở thích, thói quen của một bộ phận học sinh, sinh viên chiếm 45%.

Tuy nhiên, có một nghịch lý cho thấy khi 40% số người được hỏi cho rằng kỹ

năng sinh tồn hiện nay ít được quan tâm và 18% cho rằng kỹ năng sinh tồn hiện nay không được quan tâm trong khi 40% số người được hỏi trả lời rằng kỹ năng sinh tồn rất quan trọng với công việc, học tập và cuộc sống thực tế của họ, 18% trả lời rằng khá quan trọng và 32% thì cho rằng kỹ năng sinh tồn quan trọng. Đây là dấu hiệu thuận lợi cho doanh nghiệp đầu tư vào dự án này.

Đặc biệt là câu hỏi với sự phát triển của công nghệ hiện nay, việc sử dụng Internet mang lại nhiều tiện ích nên có đến 27% lựa chọn phương pháp học kỹ năng sinh tồn. Mặc dù vậy có rất nhiều giáo trình và sách về kỹ năng sinh tồn không có trên mạng. Đặc biệt đối với những người yêu thích du lịch thì họ luôn muốn học tập trải nghiệm thực tế hơn là đọc trên mạng (qua một số

điều tra bên ngoài từ những thành viên của các FC tại Hải Phòng). Ngoài ra, với những người yêu thích du lịch trải nghiệm thì họ cũng thường lựa chọn phương án đi để cảm nhận. Có 72% số người được hỏi muốn học hỏi muốn trải nghiệm thực tế kỹ năng sinh tồn độc đáo, phần đánh giá thì người hỏi muốn được giao lưu chia sẻ với những người có cùng sở thích. Đây là yếu tố quan trọng để chúng tôi nghiên cứu mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn ở Hải Phòng nơi mà theo khảo sát của nhóm nghiên cứu vẫn chưa có một khu vực

lý tưởng để các bạn học sinh sinh viên trải nghiệm các kỹ năng sinh tồn và trải nghiệm thực tế.

2.3.2. Xây dựng mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn

Mô hình du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn tạo tác động xã hội dự kiến được xây dựng ở khu vực Đồ Sơn - Hải Phòng gần khu du lịch Đồ Sơn có đầy đủ các điều kiện thuận lợi về địa hình đồi núi và giao thông là nút giao cuối của con đường cao tốc mới Hà Nội – Hải Phòng.



Hình 3. Mô hình các phân khu của khu trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

Dự kiến mô hình được xây dựng bao gồm 5 phân khu chính:

(i) Khu hành chính giáo dục

Đây là tòa nhà văn phòng 3 tầng, gồm các phòng ban điều hành, làm việc của công ty, phòng học, phòng hội thảo, phòng trưng bày, phòng nghỉ, căng tin, khu sinh hoạt tập thể được xây dựng theo mô hình nhà kết cấu thép để giảm tải các chi phí xây dựng thay vì một

tòa nhà bê tông. Phân khu này là trung tâm giáo dục kỹ năng sống, kỹ năng sinh tồn, tổ chức hội thảo, tọa đàm giáo dục kỹ năng. Vì đây là khu vực trung tâm nên sẽ đi được đến tất cả các phân khu khác trong thời gian nhanh nhất bằng con đường SOS. Cùng với đó là hệ thống quan sát đặt tại đây, các phân khu trải nghiệm chúng tôi đều đặt hệ thống camera an ninh, và hỗ trợ y tế khi cần thiết.

(ii) *Khu trải nghiệm sinh tồn cơ bản*

Ở khu vực này ngoài việc người tham gia được đào tạo kỹ năng ở phân khu (i) thì sẽ được thực hành các kỹ năng cơ bản như kỹ năng sống sót trong điều kiện có sự cố tại chỗ, ứng phó với thiên tai, kỹ năng tự duy vận dụng trợ giúp từ thiên nhiên; thử thách các tình huống, sự cố nguy hiểm, hay các hỏa hoạn có thể xảy đến; Các hành trang khi đi du lịch nên có để bảo vệ mình, vận dụng các vật có sẵn trong điều kiện tự nhiên, các tìm lối thoát hay xây dựng phương tiện thoát nạn; cách giải mã các ký tự dấu đường và đánh dấu các ký tự dấu đường. Ngoài ra đây là sân chơi cắm trại tập thể cho các hoạt động nhóm tham gia vui chơi.

(iii) *Khu trải nghiệm sinh tồn nâng cao*

Kỹ năng sinh tồn nâng cao là những kỹ năng như sống sót những ngày trong rừng hay nơi nguy hiểm; Làm sao để có thể tự kiếm lương thực duy trì cuộc sống của mình trong thời gian tìm lối thoát; Cách làm việc nhóm cùng nhau tạo lên những cách thức vượt qua thử thách.

Phân khu này sẽ tạo hình thành rừng và đồi nhân tạo, các loại cây thuốc, cây lương thực, cây ăn quả, mật thư, thử thách, nguồn nước sẽ có ở mọi nơi và nhiệm vụ của người chơi là phải đi trải nghiệm và giải mã tất cả. Phân khu này người chơi được phát các mật thư và bắt buộc phải làm việc nhóm để cùng nhau giải mã và tìm hướng đi. Các loại lương thực cứu sống họ là khoai, sắn và nước. Một mê cung được tạo ra cùng các chướng ngại vật cho từng thành viên và cả nhóm. Họ phải bị lạc nhau rồi tìm cách tập hợp lại các thành viên của mình.

(iv) *Sinh tồn để bảo vệ sự sống*

Phân khu này bao gồm các hoạt động như: Tìm cách thoát trong trường hợp lạc

vào rừng gặp thú dữ; Thoát khỏi những đầm lầy bạn có thể bị lún chìm; Giải thoát khi rơi xuống hang động; Duy trì và tìm cách lên bờ khi lênh đênh trên biển; Sống sót ngoài đảo hoang.

Đây là phân khu chỉ dành cho nhóm và người lớn với những thử thách ở cấp độ nó cao hơn, khắc nghiệt hơn. Khu vực này có mô hình các loài động vật nguy hiểm có thể lấy bạn làm con mồi. Nhiệm vụ là bạn phải thoát khỏi khu rừng này một cách an toàn và phải hoàn thành thử thách mà chúng tôi đưa ra. Ngoài ra còn là đầm lầy có thể nhấn chìm bạn và đồng đội, các hang động được tạo ra việc của bạn là tìm lối thoát và sinh tồn trong đó, các thử thách bất ngờ luôn được đặt ra và thậm chí bạn bị quay lại vị trí ban đầu và phải thực hiện lại. Cuối cùng của chặng thử thách này là bơi qua biển nhân tạo hoặc các bạn phải cùng nhau đóng bè để vượt qua nó và lên đảo hoang tìm mật thư, nhận thử thách.

(v) *Sinh tồn trong điều kiện khắc nghiệt*

Đây là khu vui chơi thử thách mạo hiểm với các hoạt động như vượt qua đồi cát nóng có bão cát; leo núi đá băng tuyết; ứng phó với các hiện tượng tự nhiên có thể xảy ra trong tương lai của con người. Ở phân khu này du khách được sinh sống trong hang như những người nguyên thủy thực thụ, các công việc hàng ngày để duy trì, nuôi sống bản thân đều phải thực hiện. Người chơi còn tham gia leo núi, vượt qua điều kiện băng tuyết giá lạnh hay các đồi cát nóng cực độ như xa mạc, tất nhiên thử thách của chúng tôi sẽ có cho bạn có thể là cơn lốc xoáy hay trận bão bất ngờ xảy ra hoặc các hiện tượng, thử thách trên đường đi việc của bạn là phải vượt qua nó một cách khổ sở và dùng mọi kỹ năng mà mình có.

2.2.3. Mô hình kinh doanh khởi nghiệp du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn

Bảng 2: Mô hình kinh doanh Canvas

Đối tác chính	Hoạt động chính	Mục tiêu giá trị	Quan hệ khách hàng	Phân khúc khách hàng
+ Nhà cung cấp chính: các công ty Du lịch lữ hành, trường học, Doanh nghiệp, công ty, văn phòng trong và lân cận thành phố	+ Cung cấp dịch vụ trải nghiệm khả năng sinh tồn cho khách dài ngày. + Tổ chức sự kiện cắm trại, hoạt động ngoài khóa cho học sinh, sinh viên.	+ Cam kết mang lại những giá trị cuộc sống đích thực độc đáo, mới lạ, tăng giá trị yêu thương đoàn kết, gắn bó. + Trích 20% tổng lãi thuần cho việc phẫu thuật tìm bẩm sinh và hỗ trợ ếch cho trẻ em nghèo. Các kênh truyền thông, Marketing. + Quảng cáo thông qua các trang mạng xã hội. + Quan hệ công chúng, các công ty Du lịch, trường học. + Trưng bày, quảng cáo tại các hoạt động quảng bá du lịch. + Marketing mix	+ Xây dựng mạng lưới từ các mối quan hệ, cộng sự kinh doanh, người quen, khách hàng tiềm năng và hiện tại.. + Tạo những ưu đãi cho khách hàng thân quen + Liên kết các công ty và trường học để tăng đối tượng khách hàng. + Tài trợ các chương trình phúc lợi xã hội.	+ Học sinh, sinh viên 50% + Công chức, văn phòng: 30% + Khách lẻ, đoàn ngoại tỉnh: 10% + Khách sự kiện: 10%
	Nguồn lực chính + Nhân lực: 3 thành viên sáng lập hoạt động chính + Nhân viên từ nguồn lực xã hội. + Vốn huy động từ các doanh nghiệp.			
Cơ cấu chi phí: 28.512.000.000/ năm			Doanh thu: 81.876.000.000/ năm	

Mô hình kinh doanh của khu trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn hướng đến đối tượng khách hàng chính là học sinh sinh viên (50%) và công chức, văn phòng (30%) trong độ tuổi 25-40. Đây là tầng lớp có nhu cầu và đủ khả năng để thỏa mãn mong muốn bù đắp những khoảng thời gian mà họ chưa thể dành cho gia đình, bạn bè với những người thân

(Nguồn: Tác giả xây dựng) hoặc mối quan hệ với đối tác, đồng nghiệp. Đồng thời, hướng đến các hoạt động tổ chức hội trại, giao lưu, là dịp để thu hút một lượng khách lớn trong tương lai.

Dự án khởi nghiệp tạo tác động xã hội sẽ mang lại những giá trị cuộc sống đích thực độc đáo, mới lạ, tăng giá trị yêu thương đoàn kết, gắn bó giữa các thành viên tham gia. Đồng

thời, hướng đến các hoạt động thiện nguyện vì cộng đồng bằng việc trích 20% tổng lãi thuần cho việc phẫu thuật tim bẩm sinh và hở hàm ếch cho trẻ em nghèo. Như vậy yếu tố xã hội không chỉ có tác động làm thay đổi tư duy, rèn luyện kỹ năng sinh tồn, đem lại giá trị sống đích thực mà còn hướng đến tạo việc làm cho nhóm người yếu thế trong xã hội đặc biệt là các hoạt động vì cộng đồng.

Vì vậy, đối tác chính của dự án là các công ty du lịch lữ hành, trường học, doanh nghiệp, công ty, văn phòng trên địa bàn Thành phố Hải Phòng và những vùng lân cận. Quan hệ khách hàng được thực hiện thông qua các hoạt động xây dựng mạng lưới từ các mối quan hệ, cộng sự kinh doanh, người quen, khách hàng tiềm năng và hiện tại, tạo những ưu đãi cho khách hàng thân quen; liên kết các công ty và trường học để tặng đối tượng khách hàng, tài trợ các trương trình phúc lợi xã hội. Với số vốn đầu tư ban đầu theo dự toán là 114.040.000.000 cho việc xây dựng và vận hành các 4 phân khu trải nghiệm, tổng chi phí 28.512.000.000/năm và tổng doanh

thu là 81.876.000.000/năm, dự án dự định sẽ thu hồi vốn trong thời gian 4 năm 8 tháng 8 ngày. Đây là số liệu được tính toán, phân tích cụ thể dựa trên cơ sở đề tài nghiên cứu khoa học của nhóm tác giả.

3. Kết luận

Phát triển mô hình khởi nghiệp du lịch trải nghiệm sáng tạo khả năng sinh tồn sẽ giúp giải quyết tình trạng khách hàng chưa thỏa mãn về các dịch vụ sáng tạo trải nghiệm ở Hải Phòng hiện nay. Mô hình góp phần nâng cao đời sống tinh thần, giúp mọi người có những giờ phút vui vẻ sau những giờ học tập và làm việc căng thẳng và tái sản xuất sức lao động tốt hơn. Dự án sẽ tạo môi trường thân thiện giúp mọi người kết nối, chia sẻ niềm đam mê với du lịch trải nghiệm thông qua các sự kiện giải trí của giới trẻ, sự kiện giới thiệu các kỹ năng sinh tồn, sách báo, tạp chí về kỹ năng sống. Tiềm năng của dự án không chỉ là những giá trị kinh tế mang lại mà quan trọng hơn là những giá trị tạo tác động xã hội sâu sắc đối với học sinh, sinh viên trên địa bàn Thành phố Hải Phòng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục thống kê Thành phố Hải Phòng (2018), *Tổng quan tình hình kinh tế - xã hội năm 2018 Thành phố Hải Phòng qua góc nhìn thống kê*.
2. Trần Duy Linh và Phạm Đức Thiện (2016), “*Tiềm năng phát triển du lịch trải nghiệm tại bán đảo Sơn Trà - Thành phố Đà Nẵng*”, Tạp chí phát triển Khoa học và công nghệ.
3. Trần Ngọc Hương (2012), “*Phát triển du lịch ở Hải Phòng trong bối cảnh hội nhập quốc tế*”, đề tài khoa học, Trường Đại học Hải Phòng.
4. Chính phủ (1993), *Đổi mới công tác quản lý và phát triển du lịch*, ngày 22/6/1993.
5. Quyết định số 201/QĐ-TTg, ngày 22/01/2013 của Thủ tướng Chính phủ, Phê duyệt “*Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.
6. Nguyễn Thị Tú Trinh (2018), “*Nghiên cứu nhu cầu du lịch trải nghiệm của người dân thành phố Cần Thơ*”, Tạp chí khoa học, Trường Đại học Cần Thơ.
7. Tổng cục Thống kê, Bảng số liệu Thống kê ngành Du lịch Việt Nam các năm 2016, 2017, 2018, 2019.