

LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN DU LỊCH KHU VỰC MIỀN TRUNG THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trần Văn Anh

Khoa Du lịch, Đại học Đông Á

Tóm tắt. Bài viết tập trung phân tích và làm rõ các tiềm năng của khu vực miền Trung để phát triển du lịch như nguồn tài nguyên, vị trí địa lý và cơ hội liên kết trong phát triển du lịch. Bên cạnh đó cũng chỉ ra những hạn chế bất cập trong phát triển du lịch của khu vực này như sự liên kết phát triển du lịch giữa các hợp phần, các bộ phận lãnh thổ chưa thật sự chặt chẽ, hoạt động du lịch của khu vực vẫn chưa khai thác hết các tiềm năng lợi thế, chưa trở thành yếu tố chính tạo nên quá trình liên kết phát triển tầm quy mô quốc gia và khu vực. Trên cơ sở đó bài báo đề xuất các giải pháp liên kết phát triển du lịch ở các mức độ khác nhau để có thể khai thác hiệu quả tiềm năng và phát triển bền vững trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch, liên kết, hợp tác, miền Trung.

1. Mở đầu

Khu vực Duyên hải miền Trung Việt Nam nằm ở vị trí địa lý "lợi đủ đường" trong phát triển du lịch, nơi có biển, có rừng, có cửa khẩu, là đoạn yết hầu của giao thông Bắc - Nam và các tuyến đường xuyên Á. Tuy nhiên, không phải vì thế, kinh tế và du lịch miền Trung nghiêm nhiên phát triển. Thực tế, kinh tế và du lịch trên dải đất miền Trung vẫn còn "tụt hậu" so với một số khu vực. Sự trỗi dậy của một số địa phương trong những năm gần đây vẫn chưa khẳng định được vị thế của vùng. Điều này một phần lí giải thực tại, sự phát triển của vùng này còn chậm là bởi yếu tố liên kết chưa được xác định và khai thác trở thành là động lực, yếu tố trung tâm, then chốt trong chiến lược phát triển, sự dàn hàng ngang và hàng dọc rời rạc trong phát triển vẫn là vấn đề cần phải bàn trong các chiến lược phát triển tầm quốc gia, khu vực thời gian tới.

Nghiên cứu về liên kết phát triển du lịch nói riêng du lịch miền Trung nói chung đã được nhiều tác giả thực hiện. Nguyễn Minh Tuấn (2019), đã đề cập đến các nhân tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh liên kết vùng du lịch trong bối cảnh hiện nay [1], Đỗ Thị Mùi đã nghiên cứu phát triển du lịch bền vững vùng Tây Bắc [2],... các tác giả đã đề cập đến các nhân tố ảnh hưởng và giải pháp liên kết phát triển du lịch bền vững ở tầm quốc gia và khu vực. Trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Duyên hải Nam Trung bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030 đã đề cập hàng loạt các giải pháp phát triển và liên kết phát triển du lịch cho vùng này [3],... Trần Thị Hằng (2013), đã đề cập một số giải pháp liên kết phát triển kinh tế - xã hội 9 tỉnh Duyên hải miền Trung [4]. Bên cạnh đó, nghiên cứu về phát triển du lịch ở vùng Duyên hải miền Trung dưới góc độ cấp tỉnh đã có nhiều tác giả thực hiện như Thực trạng phát triển du lịch Khánh Hòa trong xu thế hội nhập (Nguyễn Thị Hoàng Diệp, 2008) [5], Tiềm năng và định hướng khai thác phát triển du lịch Bình Định (Hoàng Quý Châu 2006) [6], Du lịch dải ven biển Nghệ An thời kì hội nhập (Nguyễn Thị Hoài, 2011) [7],... Ngoài ra, nhiều hội thảo, hội nghị từ cấp quốc gia,

Ngày nhận bài: 22/6/2020. Ngày sửa bài: 29/7/2020. Ngày nhận đăng: 10/8/2021.

Tác giả liên hệ: Trần Văn Anh. Địa chỉ e-mail: anhthv@donga.edu.vn

vùng và các địa phương bàn về liên kết phát triển du lịch đã được tổ chức với sự tham gia của nhiều chính khách, nhà khoa học trong nước và quốc tế. Các nghiên cứu, các trao đổi trong hội thảo vẫn tách dải ven biển miền Trung này thành 2 khu vực là Bắc Trung bộ và Duyên hải Nam Trung bộ, trong khi về mặt địa lí, lãnh thổ, tài nguyên và hoạt động du lịch đây là một dải đất liên tục có nhiều đặc điểm chung về mặt địa lí, văn hóa và tự nhiên; nhiều nội dung nghiên cứu hoặc đề cập quá rộng, hoặc quá cụ thể tại một địa phương cấp tỉnh,... Trong nghiên cứu này, trên cơ sở phân tích tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch của vùng, tác giả đã chỉ ra 3 điểm yếu và cũng là 3 giải pháp cần tập trung giải quyết để thúc đẩy liên kết vùng và thúc đẩy du lịch của vùng phát triển theo hướng bền vững là: (1) liên kết về cơ sở hạ tầng, (2) liên kết về phát triển sản phẩm du lịch, (3) liên kết trong xây dựng và quảng bá thương hiệu.

2. Nội dung nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, phương pháp khảo sát thực tế, điền dã, phương pháp cùng tham gia tại các điểm, tuyến du lịch, các loại hình sản phẩm du lịch là một trong những phương pháp nghiên cứu chủ yếu cùng với phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp dữ liệu nghiên cứu từ các báo cáo tổng kết hoạt động du lịch hàng năm, niên giám thống kê của các tỉnh trong khu vực,...

2.1. Tiềm năng và cơ hội phát triển du lịch

- *Vị trí địa lí thuận lợi*: Quan sát trên bản đồ tự nhiên và kinh tế khu vực Đông Nam Á và Việt Nam cho thấy, khu vực miền Trung – Việt Nam chiếm một diện tích và không gian rất nhỏ so với tổng diện tích lãnh thổ Việt Nam và diện tích của khu vực ASEAN. Tuy nhiên, đây được xem là một gạch nối quan trọng của Việt Nam và cả khu vực Đông Nam Á, nhất là các nước Tiểu vùng sông Mê Kông và các nước trên hành lang kinh tế - du lịch Đông – Tây. Khu vực này một bên được xác định bởi ranh giới giữa Việt Nam – Lào, Việt Nam – Campuchia và một bên là ranh giới thuộc chủ quyền Việt Nam trên biển Đông. Miền Trung được xem là trung tâm của Việt Nam nhưng đồng thời là trung tâm của khu vực Đông Nam Á. Vị trí địa lí như vậy tạo ra cơ hội tiếp cận ra ngoài khá thuận lợi và bên ngoài tiếp cận khu vực cũng khá đơn giản. Sự liên kết núi – biển tạo ra sự tương phản của thiên nhiên nhưng là yếu tố cần có để tạo ra các nền văn hóa đa dạng và các sản phẩm du lịch độc đáo. Vị trí này, cũng xác lập và tạo cơ hội để vùng liên kết và hội nhập phát triển một cách tự nhiên. Vùng là cửa ngõ ra biển của lãnh thổ phía Tây và Tây Nguyên, đồng thời cũng là điểm tựa – hậu phương cho không gian lãnh thổ biển Đông rộng lớn. Như vậy, tiền đề tự nhiên đã thiên định cho vùng này một mắt xích quan trọng trong chuỗi liên kết quốc gia và khu vực. Do đó, việc liên kết phát triển du lịch ở khu vực này không chỉ là bản chất của ngành du lịch mà nó còn thuận theo tự nhiên.

Mặt khác, *mặt tiền biển* là lợi thế lớn nhất của các quốc gia trong thế kỷ XXI, trong đó Việt Nam là quốc gia biển, có đường bờ biển dài và vùng biển rộng. Miền Trung Việt Nam sở hữu gần hết mặt tiền biển của Việt Nam. Đường bờ biển miền Trung chạy song song với *Đại lộ giao thông và hàng hóa trên biển* lớn nhất thế giới qua biển Đông. Đây là một tiềm năng rất lớn để phát triển miền Trung trong thời gian tới nếu có chiến lược khai thác hợp lí.

- *Tài nguyên du lịch phong phú*: Sự kì lạ ở vùng đất này nằm ở chỗ, diện tích và không gian không lớn nhưng ở mảnh đất này *cái gì cũng có*. Vùng đất này vốn là sự hội tụ - tranh chấp của các yếu tố tự nhiên (ảnh hưởng luân phiên của các luồng gió Đông Bắc và Tây Nam), cũng từ đó, là nơi giao thoa giữa các nền văn hóa lớn của Việt Nam và khu vực (Văn hóa Chăm, Đại Việt, văn hóa Trung Quốc, Nhật Bản, Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha,...). Có lẽ chính sự hội tụ của tự nhiên và văn hóa đã tạo cho vùng đất này có nguồn tài nguyên du lịch vô cùng phong phú, đa dạng, độc đáo, mỗi địa danh du lịch khu vực này sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn không chỉ khách đến lần đầu, mà cả lần thứ 2,3,4,... Trong đó, tài nguyên du lịch biển và các giá trị di sản văn hóa được xem là những báu vật của du lịch miền Trung.

Các tỉnh Duyên hải miền Trung (từ Thanh Hóa đến Bình Thuận) đều tiếp giáp với biển và là địa bàn có tài nguyên du lịch biển – đảo hết sức phong phú - đa dạng - độc đáo. Vùng này sở hữu những bãi biển và vịnh biển thuộc loại đẹp nhất cả nước và thế giới. Đồng thời đây cũng là vùng có số lượng bãi biển và đảo lớn nhất cả nước, chiếm trên 85% số lượng bãi biển và gần 90% số lượng các vịnh biển. Trung bình mỗi tỉnh có từ 2-3 bãi biển, có tỉnh có tới trên 7-10 bãi biển, trong đó có những bãi biển đẹp, đã và đang được khai thác trở thành điểm đến lí tưởng của khách du lịch trong và ngoài nước như vịnh biển Lăng Cô, vịnh biển Đà Nẵng, Cửa Đại, Cù Lao Chàm, Lí Sơn, vịnh biển Nha Trang, Mũi Né,... Các bãi biển tiêu biểu từ Bắc vào Nam có các bãi biển đẹp như Sầm Sơn (Thanh Hóa), Cửa Lò (Nghệ An), Xuân Thành, Thiên Cẩm (Hà Tĩnh), Đá Nhảy, Nhật Lệ (Quảng Bình), Cửa Việt, Cửa Tùng (Quảng Trị), Thuận An, Lăng Cô, Cảnh Dương (Thừa Thiên – Huế), Xuân Thiều, Phạm Văn Đồng, Non Nước (Đà Nẵng), Cửa Đại, Tam Thanh, Bãi Rạng (Quảng Nam), Mỹ Khê (Quảng Ngãi), Quy Nhơn (Bình Định), Nha Trang (Khánh Hòa), Mũi Né (Bình Thuận),... Hệ thống các đảo và quần đảo có đảo Nẹ, đảo Biện Sơn, đảo Mê (Thanh Hóa); Đảo Ngư (Nghệ An); Vũng Chùa – Đảo Yến, Hòn La (Quảng Bình); Cồn Cỏ (Quảng Trị); Cù Lao Chàm, Tam Hải (Quảng Nam), Lí Sơn (Quảng Ngãi), các đảo trên vịnh Nha Trang, Trường Sa (Khánh Hòa), Hoàng Sa (Đà Nẵng), Phú Quý (Bình Thuận),... Các đầm – phá - vịnh đẹp như phá Tam Giang, vịnh Lăng Cô (Thừa Thiên – Huế), vịnh Đà Nẵng, vịnh Dung Quất (Quảng Ngãi), đầm Thị Nại (Bình Định), vịnh Xuân Đài (Phú Yên), vịnh Nha Trang, Cam Ranh, Vân Phong (Khánh Hòa),... [8]. Nhiều quần đảo không chỉ có cảnh quan đẹp mà còn là các khu dự trữ sinh quyển thế giới (Cù Lao Chàm), bảo tàng, công viên địa chất quan trọng của cả nước (Lí Sơn),...

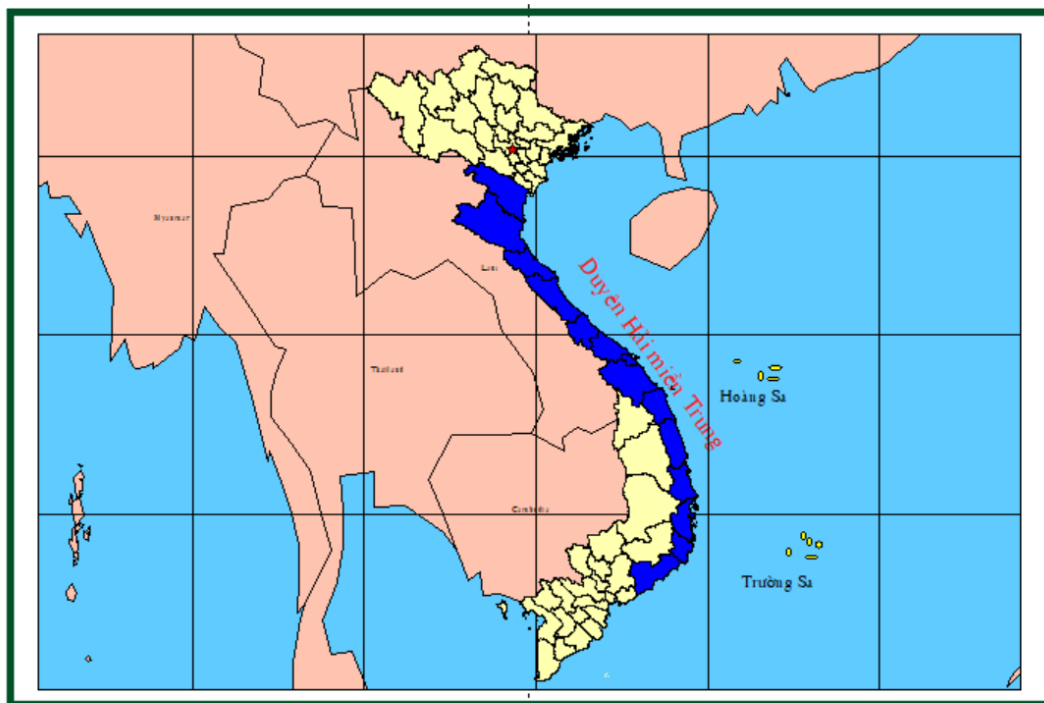
Điều kiện phát triển du lịch biển ở khu vực này rất thuận tiện dựa trên các lợi thế như cảnh quan địa hình đẹp, độc đáo, đặc sắc; bãi biển sạch, nước trong xanh, đáy biển chủ yếu là cát (đây cũng là những khác biệt căn bản giữa các bãi biển phía Bắc và phía Nam); thời gian nắng kéo dài, nhiệt độ không khí và nhiệt độ nước biển cao nên thời gian khai thác hoạt động du lịch có khả năng kéo dài trong năm. Mặt khác, hệ thống các bãi biển đảo nằm sát các đô thị lớn, gần hệ thống giao thông, có hệ thống cơ sở vật chất hạ tầng, dịch vụ rất tốt nên khả năng tiếp cận rất thuận tiện cho du khách. Với điều kiện như thế, việc khai thác hình thành các không gian du lịch biển – đảo – đô thị là hết sức độc đáo và hấp dẫn.

Bên cạnh đó, vùng này còn có tài nguyên du lịch văn hoá đặc sắc – đa dạng (chiếm gần 1/3 số lượng di sản thế giới đã được công nhận) với *Con đường di sản miền Trung* gồm các di sản thế giới thành Nhà Hồ, dân ca Ví dặm Nghệ Tĩnh, Phong Nha – Kẻ Bàng, cố đô Huế và Nhã nhạc Cung đình Huế, Mỹ Sơn, phố cổ Hội An, bài chòi Trung Bộ, các di sản văn hóa Chăm ở khu vực Nam Trung Bộ,... Các di sản thế giới và thương hiệu con đường di sản miền Trung là báu vật chung của khu vực, quốc gia và ASEAN trong phát triển kinh tế và du lịch. Ngoài ra, vùng này còn có mật độ các giá trị văn hóa rất dày đặc như hệ thống các làng nghề và văn hóa các làng nghề, văn hóa các dân tộc bản địa miền Trung – Tây Nguyên; các giá trị văn hóa lịch sử cách mạng với hàng trăm di tích đã được công nhận và xếp hạng, trong đó có di tích quốc gia đặc biệt, di sản văn hóa thế giới... đã khẳng định về giá trị cho phát triển du lịch. Các tài nguyên này là chất liệu quan trọng để liên kết chặt chẽ hơn giữa các địa phương trong phát triển du lịch biển.

Hệ thống lãnh thổ và tài nguyên du lịch biển phân bố dọc theo các tuyến đường xuyên Việt với khoảng cách từ điểm du lịch đến tuyến giao thông chính và trung tâm hành chính, trung tâm du lịch ở các địa phương là rất gần, trung bình từ 10-50km. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho sự liên kết du lịch giữa các địa phương theo chiều Bắc – Nam, Đông – Tây, liên kết nội tỉnh, liên tỉnh, liên vùng và quốc tế.

- *Xu hướng liên kết quốc tế*: Toàn cầu hóa và quốc tế hóa nền kinh tế xã hội đã diễn ra trên mọi lĩnh vực và không gian lãnh thổ. Toàn cầu hóa vừa tạo ra cơ hội, vừa tạo ra thách thức cho các quốc gia. Liên kết quốc tế đã trở thành xu hướng phổ biến và bắt buộc để các quốc gia và

ngành kinh tế tận dụng cơ hội để tồn tại và cạnh tranh, trở thành những bộ phận và mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu, du lịch không thể là một ngoại lệ. Quy mô, tính chất và phạm vi của hoạt động du lịch ngày nay là không giới hạn. Khách du lịch đi xuyên quốc gia và châu lục, thời gian dài trên chuyến tàu vượt các đại dương, trên những chuyến bay nối chuyến đến nhiều nước và trên những hành trình vượt qua biên giới của nhiều nước. Điều này buộc các quốc gia phải liên kết với nhau để hình thành các đại lộ xuyên biên giới mà dọc theo tuyến đường đó mọi thủ tục đều thuận lợi, mọi sản phẩm đều đa dạng, mọi nhu cầu đều được đáp ứng. Do đó, việc đặt ra vấn đề liên kết trong phát triển du lịch ở khu vực miền Trung vừa phản ánh quy luật khách quan của sự phát triển, vừa phản ánh nhu cầu nội tại của các địa phương trong vùng, đồng thời tận dụng những lợi thế riêng có để tạo ra nguồn lực và động lực cho sự phát triển trong thời gian tới.



BẢN ĐỒ KHU VỰC DUYÊN HẢI MIỀN TRUNG

2.2. Thực trạng phát triển du lịch ở miền Trung

Du lịch miền Trung đang sở hữu thương hiệu có giá trị rất cao là *Con đường di sản miền Trung*. Đây là tài sản chung của cả vùng và thể hiện tính liên kết khu vực trong phát triển du lịch. Trong những năm qua, khu vực này luôn có tốc độ và quy mô phát triển du lịch nhanh và rất lớn ở nước ta. Dải đất miền Trung luôn là địa chỉ lựa chọn quan trọng khi đi du lịch của khách du lịch nội địa và quốc tế, hàng năm đã đón hàng chục triệu lượt khách du lịch quốc tế và hàng chục triệu khách du lịch nội địa.

- *Về khách du lịch.* Đây được xem là một trong những thành tựu nổi bật nhất và là chỉ tiêu quan trọng nhất của khu vực này. Năm 2005, tổng số khách mới chỉ đạt hơn 8,2 triệu. Năm 2010, tổng lượt khách du lịch đến khu vực này đạt 17,8 triệu lượt. Đến 2018, đón 63,1 triệu lượt khách trong nước và quốc tế, chiếm hơn 60% lượt khách của cả nước. Sau 13 năm, quy mô khách tăng gần 8 lần. Các tỉnh có lượt khách lớn như Thanh Hóa (8,25 triệu lượt) [10], Đà Nẵng (7,66 triệu lượt) [11], Quảng Nam (6,5 triệu lượt) [12], Khánh Hòa (6,3 triệu lượt) [13], Nghệ An (6,1 triệu lượt) [14],... Từ cuối năm 2019 đến nay, do tác động của dịch Covid-19, số lượng khách đến các tỉnh khu vực này sụt giảm nghiêm trọng, trung bình tới 48%, trong đó có nhiều tỉnh giảm đến trên 80%.

Bảng 1. Hiện trạng khách du lịch đến vùng Duyên hải miền Trung

Đơn vị: nghìn lượt khách

TT	Tỉnh	2005	2010	2015	2018	2020	Năm 2020 giảm so với 2018
1.	Thanh Hóa	1.034,2	2.999,9	5.530,0	8.250,0	7.341,0	24%
2.	Nghệ An	1.399,0	2.954,0	3.600,0	6.100,0	2.680,0	57%
3.	Hà Tĩnh	584,0	2.285,1	1.600,0	3.700,0	800,0	84%
4.	Quảng Bình	510,1	759,0	3.000,0	3.900,0	1.850,0	66,3%
5.	Quảng Trị	338,6	916,1	1.600,0	1.800,0	246,0	58%
6.	TT – Huế	1.050,0	1.745,2	3.126,5	4.300,0	1.800,0	35%
7.	Đà Nẵng	659,4	1.767,0	4.600,0	7.660,0	3.979,7	54,4%
8.	Quảng Nam	1.362,1	2.097,0	3.850,0	6.500,0	1.467,0	81%
9.	Quảng Ngãi	150,0	330,0	650,0	1.000,0	453,0	55%
10.	Bình Định	379,4	971,9	2.602,0	4.000,0	2.200,0	54%
11.	Phú Yên	71,1	361,0	900,0	1.600,0	1.200,0	45%
12.	Khánh Hòa	737,8	1.995,6	4.200,0	6.300,0	1.240,0	82%
13.	Ninh Thuận	187,0	709,0	1.600,0	2.190,0	1.900,0	25%
14.	Bình Thuận	1.031,8	2.500,2	4.100,0	5.800,0	2.900,0	48%
Tổng		8.235,0	17.845,1	40.958,5	63.100,0	30.065	52,4%

Nguồn: Tổng hợp từ các báo cáo và niên giám thống kê các tỉnh

- *Thu nhập và việc làm.* Ngành du lịch đã tạo ra doanh thu và thu nhập xã hội hàng trăm ngàn tỉ đồng cho toàn vùng và chục ngàn tỉ đồng cho các tỉnh (năm 2018: tổng thu du lịch của Đà Nẵng là gần 24.060 tỉ đồng [11], Quảng Nam là 15.800 tỉ đồng [12], Thừa Thiên Huế là 15.773 tỉ đồng [15], Khánh Hòa là 20.524 tỉ đồng,...) [13]. Du lịch phát triển, số lượt khách tăng đã tạo việc làm và thu nhập trực tiếp và gián tiếp cho hàng chục ngàn việc làm cho người dân khu vực này. Nhiều vùng đất, làng quê, làng nghề, biển đảo,... đã thay da đổi thịt, người dân đổi đời nhờ du lịch như khu vực Sầm Sơn, khu vực Phong Nha, vùng ven Hội An, đảo Cù Lao Chàm, Lý Sơn, vùng biển Nha Trang,....

- *Cơ sở hạ tầng.* Khu vực Duyên hải miền Trung nằm trên các con đường độc đạo xuyên Việt như Quốc lộ 1A, đường Hồ Chí Minh, đường sắt Bắc – Nam, tuyến cao tốc Bắc – Nam (các tuyến đường này đồng thời là các tuyến đường xuyên Á),... nối liền với hệ thống các cửa khẩu, cảng biển có quy mô lớn (Vũng Áng, Chân Mây, Tiên Sa, Kì Hà, Dung Quất, Quy Nhơn, Vân Phong, Cam Ranh,...), các đô thị lớn; có hệ thống các sân bay nằm ở các vị trí nối dài theo chiều lãnh thổ (Thọ Xuân, Vinh, Đồng Hới, Phú Bài, Đà Nẵng, Chu Lai, Phù Cát, Tuy Hòa, Cam Ranh,...) [9]. Đây là hệ thống giao thông quan trọng, là tuyến đường huyết mạch về kinh tế - xã hội, thông thương hàng hóa không chỉ của khu vực, quốc gia mà cả các nước trong vùng ASEAN, Nam Á và Đông Bắc Á. Gần như toàn bộ hàng hóa và hành khách giao thương giữa miền Bắc và miền Nam đều phải qua khu vực này. Các tuyến đường này có thể kết nối với các nước Lào – Campuchia – Thái Lan – Mianma qua hệ thống cửa khẩu quốc tế dọc theo biên giới nối với các quốc lộ chính của các nước này. Đồng thời qua hệ thống cảng biển hiện hữu và tiềm năng, hàng hóa và du khách có thể tiếp cận các nước trong khu vực hết sức dễ dàng. Chính nhờ

vị trí thuận lợi đó, mà hệ thống cơ sở hạ tầng được xây dựng khá đồng bộ, hiện đại phục vụ không chỉ cho ngành du lịch mà cho cả nền kinh tế.

- *Cơ sở vật chất kỹ thuật*: Nhiều tỉnh trong khu vực xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn như Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Khánh Hòa,... nên các tỉnh đều chú trọng quy hoạch, thu hút đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất phục vụ cho du lịch. Hệ thống các khách sạn, khu du lịch, khu vui chơi giải trí quy mô lớn, đẳng cấp quốc tế được hình thành ở các trung tâm du lịch của vùng như thành phố Huế, Đà Nẵng, Hội An, Quy Nhơn, Nha Trang,... Tính đến tháng 6/2019, Đà Nẵng có là 820 cơ sở đạt chuẩn, với 37.432 phòng (có đến hơn 700 khách sạn từ 1 - 3 sao và tương đương; khách sạn 4, 5 sao và tương đương chỉ có hơn 82 cơ sở). Tỉnh Quảng Nam có hơn 730 cơ sở lưu trú, với 13.860 phòng; trong đó, 190 khách sạn, 326 homestay, 215 biệt thự dành cho khách du lịch. Tỉnh Thừa Thiên - Huế có 578 cơ sở lưu trú, 10.663 phòng, trong đó có 201 khách sạn, riêng khách sạn từ 3 - 5 sao có 27 cơ sở. Tỉnh Khánh Hòa có 1.113 cơ sở lưu trú du lịch với gần 50.000 phòng, trong đó có 125 cơ sở lưu trú quy mô 4 - 5 sao... Trong khu vực cũng đã hình thành những khu du lịch, khu vui chơi giải trí quy mô lớn như Bà Nà Hill, Vinpearl Nam Hội An, Vinpearl Nha Trang, FLC Quy Nhơn, FLC Thanh Hóa,...

- *Các sản phẩm, tuyến điểm du lịch*. Sản phẩm du lịch của khu vực này khá đa dạng, có sự kết hợp giữa nhiều loại hình du lịch núi, du lịch biển đảo, du lịch văn hóa,... Trong đó, du lịch di sản và du lịch biển - đảo trở thành sản phẩm du lịch chủ lực của dải đất miền Trung với Thành Nhà Hồ, Phong Nha - Kẻ Bàng, cố đô Huế, Mỹ Sơn, Hội An; với bãi biển Sầm Sơn, Cửa Lò, Đà Nẵng, Nha Trang, Mũi Né,... Bên cạnh đó các phẩm du lịch cộng đồng, du lịch núi, sinh thái, lễ hội, văn hoá,... cũng đã khẳng định được thương hiệu, uy tín và giá trị trong lòng du khách và các hãng du lịch quốc tế. Hệ thống tuyến du lịch khá phát triển gắn liền với các tuyến giao thông chính của khu vực, trong đó tuyến du lịch dọc theo QL1A, đồng thời là tuyến du lịch xuyên Việt là tuyến có mức độ khai thác cao nhất với hầu hết các tour, chương trình của các công ty đưa vào khai thác phục vụ khách. Cùng với đó là tuyến đường hàng không nối với các trung tâm du lịch lớn của cả nước như sân bay Phú Bài/Đà Nẵng/Cam Ranh,... đến sân bay Tân Sơn Nhất, Nội Bài, Cát Bi,... Các tuyến du lịch theo hướng Đông Tây kết nối với vùng Tây Nguyên, Lào - Thái Lan,... theo quốc lộ 12, 8, 9... cũng khá phát triển. Điều đặc biệt có ý nghĩa là mật độ điểm du lịch rất cao trên các tuyến du lịch này do diện tích lãnh thổ các tỉnh hẹp ngang và tài nguyên du lịch rất phong phú, đa dạng.

Tuy nhiên, trong quá trình phát triển đã bộc lộ những vấn đề cần giải quyết một cách cấp bách như thiếu chiến lược chung và thiếu sự liên kết chặt chẽ trong tiến trình hội nhập và phát triển. Đầu tư dàn trải, các điều kiện về cơ sở vật chất, công tác quy hoạch, chiến lược phát triển mang tính chất liên tỉnh, liên vùng và quốc tế, xây dựng sản phẩm đặc trưng,... chưa được quan tâm đúng mức, chưa có sự hợp tác chặt chẽ giữa các bên liên quan đã dẫn tới sự chồng chéo, trùng lặp, lãng phí, cạnh tranh lẫn nhau, sự lãng phí trong đầu tư, sự nhỏ lẻ, manh mún, đơn điệu trong quy mô, sự yếu thế trong thương hiệu và cạnh tranh... Đặc biệt, hoạt động du lịch ở khu vực miền Trung đang biểu hiện *sự thiếu tính liên kết theo chiều ngang (liên kết không gian lãnh thổ) và theo chiều dọc (theo ngành, sản phẩm/chương trình/thương hiệu du lịch)*. Sự liên kết chưa tốt này đã không khai thác tối đa được các lợi thế, vị thế sẵn có của vùng, cũng như là vai trò cầu nối giữa các vùng du lịch phía Bắc và phía Nam, cũng như khu vực Đông Nam Á lục địa và hải đảo.

Đối với hạn chế là thiếu tính liên kết theo chiều không gian lãnh thổ (chiều ngang) thể hiện ở các khía cạnh: hoạt động liên kết mới chỉ dừng lại ở các cuộc hội thảo, các cuộc gặp, cam kết của lãnh đạo địa phương và lãnh đạo ngành, có những chiến lược chung cho cả vùng trên cơ sở những nghiên cứu, đánh giá của các chuyên gia, nhà quản lý nhưng đi vào thực tiễn phát triển quá chậm. Điều này dẫn đến, sản phẩm du lịch có sự trùng lặp, tương tự nhau giữa các tỉnh (du

lịch văn hóa, lễ hội, làng quê, nghỉ dưỡng, biển đảo,...), cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật xây dựng nhiều ở các tỉnh nhưng quy mô nhỏ, chưa trở thành các đầu mối có tính quốc gia, quốc tế, chất lượng thấp không có khả năng phục vụ đón tiếp khách với quy mô lớn, đòi hỏi chất lượng cao, có tính quốc tế. Trong khu vực có nhiều sân bay như Đồng Hới (Quảng Bình), Phú Bài (Huế), Đà Nẵng, Chu Lai (Quảng Nam), Cam Ranh (Khánh Hòa)... nhưng các sân bay đều nhỏ cả về khả năng đón tiếp và không gian đón tiếp, chủ yếu đón tiếp các chuyến bay nội địa, các chuyến bay quốc tế đến từ các nước trong khu vực (cũng rất ít, chủ yếu từ Trung Quốc, Hàn Quốc,...), rất ít các đường bay quốc tế ngoài khu vực như châu Âu, châu Mỹ, Trung Đông (các khu vực có thị trường khách lớn). Các tỉnh, thành phố đều có cảng biển nhưng chỉ một số có quy mô khá lớn như Đà Nẵng (Tiên Sa), TT-Huế (Chân Mây)... Số cảng biển chuyên dùng cho du lịch không nhiều mà phần lớn là các cảng tổng hợp, có khả năng tiếp nhận tàu du lịch nhưng rất hạn chế, chủ yếu là các tàu nhỏ và số lượng tiếp nhận cùng lúc rất ít. Hệ thống cảng biển và dịch vụ hậu cần cảng biển chưa được xây dựng theo tiêu chuẩn để đón tiếp khách du lịch. Phần lớn các cảng biển sử dụng chung với khu vực hàng hóa và khu vực đón khách du lịch. Điều này đã làm giảm tính hấp dẫn, chưa an toàn cho du khách. Hệ thống giao thông và cơ sở vật chất để liên kết chặt chẽ giữa giao thông đường bộ, sắt, đường không, đường biển chưa tốt, làm hạn chế khả năng cơ động và sự lựa chọn của khách du lịch.

Đối với liên kết theo chiều dọc (ngành/chương trình/sản phẩm/thương hiệu,...) cũng chưa hiệu quả. Trong khu vực có hàng trăm khu nghỉ dưỡng biển, đảo được quảng bá là đẳng cấp quốc tế nhưng phần lớn ở quy mô nhỏ, thiếu cơ sở vật chất – dịch vụ để có thể đăng cai tổ chức các sự kiện – hội nghị - hội thảo có tính chất quốc tế - toàn cầu như các hội nghị của Liên Hiệp Quốc (các diễn đàn về môi trường, biến đổi khí hậu, diễn đàn về kinh tế...), khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, Hoa hậu Hoàn vũ, các sự kiện thể thao,... với hàng chục ngàn khách tham dự (tương tự như Bali – Indônêxia, Phu Ket – Thái Lan,...). Tỉnh nào cũng có du lịch biển nhưng lại rất giống nhau về sản phẩm (tắm biển, nghỉ dưỡng, hải sản biển,...), thiếu các hoạt động giải trí biển có chất lượng quốc tế như du thuyền, đua thuyền buồm, dù lượn, trải nghiệm văn hóa biển,... Cơ sở vật chất ít có khả năng tổ chức các sự kiện mang tính quốc gia, quốc tế. Các địa phương đều có xu thế hình thành các trung tâm mua sắm – giải trí, chữa bệnh nhưng lại thiếu các trung tâm mua sắm, giải trí, chữa bệnh mang tính quốc tế để có thể cạnh tranh với các nước trung khu vực như Singapo, Thái Lan... Các sản phẩm du lịch biển, du lịch núi, lễ hội, sinh thái,... có sự tương đồng, trùng lặp, khách có thể bắt gặp ở nhiều địa phương nên giảm sự bất ngờ, thiếu tính khám phá thú vị,... Các chương trình, sự kiện du lịch giữa các địa phương gần như không có sự liên kết, phối hợp gắn kết mang tính đồng bộ, nhệch nhàn nhằm tối đa hóa hiệu quả và tạo hiệu ứng liên vùng tổng hợp.

Từ tiềm năng và thực tiễn phát triển cho thấy, vùng này hội tụ đầy đủ các điều kiện cần thiết để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của vùng. Những hạn chế trong phát triển của khu vực này như tính đơn lẻ, sản phẩm du lịch thiếu đồng bộ, chưa tạo được thương hiệu chung, có sự cạnh tranh lẫn nhau, tạo ra khả năng tổ chức được các sự kiện có quy mô khu vực và quốc tế... Để nâng cao hiệu quả phát triển, khai thác tối đa giá trị tài nguyên, tạo ra thương hiệu chung, tạo ra sức cạnh tranh của du lịch vùng này với các khu vực khác trên thế giới, liên kết phát triển du lịch là một trong những khâu quan trọng bậc nhất hiện nay đang đặt ra cho các nhà hoạch định chính sách cấp quốc gia, khu vực và lãnh đạo của các địa phương.

2.3. Những giải pháp liên kết phát triển du lịch

Việc liên kết trong phát triển du lịch ở khu vực này phải nằm trong chương trình liên kết phát triển du lịch của vùng, cả nước và quốc tế, trong đó liên kết thúc đẩy du lịch biển và du lịch di sản phát triển sẽ tạo ra động lực rất lớn cho ngành du lịch và kinh tế - xã hội của khu vực miền Trung và cả nước phát triển trong thời gian tới. Hình thức, nội dung liên kết tập trung vào các lĩnh vực cụ thể như sau:

- *Liên kết về cơ sở hạ tầng*: Việc liên kết cơ sở hạ tầng cần có cả liên kết trong (nội vùng) và liên kết ngoài (ngoại vùng và quốc tế) để hình thành đầu mối giao thông chính cho cả vùng. Vùng đang thiếu một nhạc trưởng về giao thông vận tải. Các địa phương và ngành du lịch, giao thông vận tải cần khai thác có hiệu quả các sân bay quốc tế ở khu vực miền Trung như Vinh, Đà Nẵng và Cam Ranh thành *cầu nối chính – cửa ngõ hàng không* cho cả khu vực miền Trung (thậm chí là cho cả Bắc Tây Nguyên, Bắc Campuchia, các tỉnh Nam Lào) đến với toàn thế giới với các đường bay chính đến các châu lục, các quốc gia, thành phố lớn trên thế giới; các sân bay còn lại sẽ làm nhiệm vụ vận chuyển nội địa hoặc trung chuyển khách quốc tế trong nước. Tập trung đầu tư các cảng biển chuyên dùng du lịch hoặc cảng biển quốc tế quy mô lớn có cầu cảng chuyên dùng cho du lịch như Đà Nẵng, Nha Trang thành cảng quốc tế làm *cửa ngõ – cầu nối* chính bằng đường biển cho khu vực miền Trung ra với đường biển quốc tế, kết nối với con đường di sản Đông Dương, làm cửa ngõ ra biển cho Nam Lào, Đông Bắc Thái Lan. Việc lựa chọn vị trí các sân bay và cảng biển đảm bảo 2 yếu tố: *không quá gần nhau và không cạnh tranh lẫn nhau*; đồng thời cần nâng cao chất lượng các tuyến giao thông đường bộ (Bắc – Nam, Đông – Tây, Cảng biển – cửa khẩu,...) để tăng khả năng cơ động, nhanh, an toàn giúp cho việc liên kết chặt chẽ hơn như tuyến QL 1A, đường 14 - đường Hồ Chí Minh (nội miền Trung – Tây Nguyên), đường 8A (đường Biên - Hà Tĩnh - Lào), đường 9 (đường Biên - Đà Nẵng - Quảng Trị - Lào) với hệ thống các bãi biển, đảo và các đô thị biển. Liên kết cơ sở hạ tầng hướng đến sự kết nối thống nhất – hoàn thiện – nhanh - an toàn các điểm đến trên con đường Di sản miền Trung – Tây Nguyên và con đường Di sản Đông Dương. Liên kết về cơ sở hạ tầng được xem là quan trọng nhất và có tính quyết định trong phát triển du lịch ở khu vực này.

- *Liên kết về sản phẩm du lịch*: Việc định hình cơ cấu sản phẩm du lịch chủ lực của vùng đòi hỏi những phân tích, nghiên cứu thấu đáo và có sự thảo luận thống nhất giữa các địa phương trong vùng. *Du lịch di sản, lễ hội, cộng đồng, du lịch về nguồn, du lịch biển – đảo (nghỉ dưỡng, giải trí, ẩm thực,...), hang động, du lịch mua sắm, du lịch nghỉ dưỡng chữa bệnh (hotel hospital, resort hospital,...)*,... là *định hướng phù hợp*. Trong đó, các địa phương trong khu vực Duyên hải miền Trung cần xác định du lịch biển là thế mạnh, lợi thế đặc trưng nhất của mình để đầu tư theo hướng chuyên sâu, tạo ra các sản phẩm du lịch đặc thù độc đáo, không trùng lặp với các địa phương khác. Trong phát triển các sản phẩm biển đảo các địa phương cần liên kết định hình cơ cấu sản phẩm du lịch biển đảo dựa theo chính lợi thế của mỗi tỉnh để hạn chế sự trùng lặp, na ná giống nhau, dẫn đến sự nhàm chán khi khách bắt gặp các sản phẩm giống nhau ở các tỉnh khác nhau. Du lịch tắm biển là nền tảng chính gần như các tỉnh đều phải khai thác, nhưng các loại hình du lịch khác như nghỉ dưỡng, giải trí, mua sắm, thể thao, văn hóa cộng đồng, nghiên cứu,... phải có sự khác nhau và xây dựng dựa trên việc định hình cơ cấu sản phẩm chung cho cả khu vực. Bên cạnh đó, cần đầu tư cho loại hình du lịch nghỉ dưỡng chữa bệnh chất lượng cao dưới dạng các hotel hospital, resort hospital đẳng cấp quốc tế để thu hút dòng khách cao cấp đến từ các nước trong khu vực và trên thế giới. Định hướng xây dựng Quảng Bình trở thành trung tâm du lịch khám phá hang động, Quảng Trị là trung tâm du lịch về nguồn, Huế là trung tâm du lịch lịch di sản, trung tâm y tế chất lượng cao với loại hình du lịch chữa bệnh cao cấp; Đà Nẵng trở thành trung tâm du lịch mua sắm, hội nghị, hội thảo gắn với nghỉ dưỡng biển; Hội An là trung tâm du lịch di sản – cộng đồng - sinh thái – biển đảo; Lí Sơn thành trung tâm du lịch sinh thái – cộng đồng - biển đảo; Bình Định là trung tâm du lịch gắn với giao lưu nghiên cứu khoa học và biển đảo quốc tế, Nha Trang là trung tâm du lịch biển đảo quốc tế,... Để thu hút khách đến và lưu trú dài ngày, ngoài chú trọng phát triển du lịch nghỉ dưỡng biển cần tập trung đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa di sản, văn hóa cộng đồng với các hình thức trải nghiệm văn hóa bản địa đặc sắc, tăng cường các sản phẩm du lịch văn hóa có tính nghiên cứu – trải nghiệm - nhận thức cao để thu hút khách từ các đô thị, các nước phát triển ở Châu Âu, Bắc Mỹ, Bắc Á, Úc,...

- *Liên kết về xây dựng, quảng bá thương hiệu*: Các tỉnh và doanh nghiệp du lịch trong khu vực cần xác định thương hiệu *Con đường di sản miền Trung* và *Thiên đường du lịch biển – đảo*

miền Trung là thương hiệu của chính mình và của cả khu vực để quảng bá ra khắp thế giới, bên cạnh đó, tập trung quảng bá thương hiệu du lịch biển để miền Trung thành thiên đường du lịch biển của Việt Nam và thế giới. Việc xây dựng, quảng bá thương hiệu sản phẩm ở các địa phương phải góp phần nâng cao, làm phong phú thêm các sản phẩm cụ thể để khẳng định giá trị số một của du lịch biển miền Trung với phương châm *một thương hiệu nhiều điểm đến*. Các thương hiệu du lịch địa phương phải dựa vào thế mạnh đặc trưng, đặc thù của địa phương mình không tạo ra sự trùng lặp thương hiệu, cạnh tranh thương hiệu giữa các địa phương với nhau. Các địa phương phải hợp lực xây dựng thương hiệu *Thiên đường du lịch biển – đảo miền Trung* và một số thương hiệu của địa phương thành thương hiệu chung của cả khu vực để có thể cạnh tranh với các thương hiệu, sản phẩm du lịch khu vực, quốc tế. Đồng thời trong khu vực phải hình thành các tập đoàn, công ty du lịch có tầm khu vực và quốc tế để có thể cạnh tranh, vươn ra phạm vi toàn thế giới. Đây sẽ cầu nối, kênh dẫn khách quốc tế quan trọng đến với khu vực.

3. Kết luận

Qua phân tích cho thấy, khu vực Duyên hải miền Trung có tiềm năng rất lớn cho phát triển du lịch trong hiện tại và tương lai. Trong những năm qua, du lịch khu vực này phát triển nhanh và khá hiệu quả, các tài nguyên được khai thác hình thành các sản phẩm du lịch hấp dẫn phục vụ du khách. Vị thế du lịch của vùng từng bước được khẳng định. Thu nhập và đóng góp của du lịch cho nền kinh tế các địa phương ngày càng tăng, đời sống người dân tham gia trực tiếp và gián tiếp vào du lịch được cải thiện. Tuy nhiên, khu vực này vẫn còn hiện hữu những điểm yếu cần giải quyết, còn những tiềm năng vẫn chưa phát huy hết. Trong quá trình phát triển, giải pháp liên kết (theo chiều dọc và chiều ngang) là được xem là một trong những giải pháp quan trọng nhất góp phần khai thác hết tiềm năng, hình thành những sản phẩm, thương hiệu hấp dẫn thu hút được du khách nội địa và quốc tế với số lượng lớn, chất lượng cao. Các địa phương cần có sự hợp tác chặt chẽ trong liên kết phát triển du lịch nhằm đưa Duyên hải miền Trung trở thành khu vực có sản phẩm du lịch độc đáo và hấp dẫn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] 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. *Tạp chí khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, số 5 (2019) tr. 157-164.
- [2] Đỗ Thị Mùi, 2020. phát triển du lịch theo hướng bền vững vùng Tây Bắc. *Tạp chí khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, số 8 (2020) tr. 151-163.
- [3] Chính phủ Nước CHXHCNVN, 2014. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Vùng Duyên hải Nam Trung bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030.
- [4] Trần Thị Hằng, 2013. Một số giải pháp liên kết phát triển kinh tế - xã hội 9 tỉnh Duyên hải miền Trung. *Tạp chí Khoa học & Sáng tạo*, số 125.
- [5] Nguyễn Thị Hoàng Diệp, 2008. Thực trạng phát triển du lịch Khánh Hòa trong xu thế hội nhập. *Tạp chí khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, số 2 (2008) tr. 106-112.
- [6] Hoàng Quý Châu, 2006. Tiềm năng và định hướng khai thác phát triển du lịch Bình Định. *Tạp chí khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, số 2 (2006), tr. 156-159.
- [7] Nguyễn Thị Hoài, 2011. Tiềm năng và định hướng khai thác phát triển du lịch Bình Định (Hoàng Quý Châu 2006. Du lịch dải ven biển Nghệ An thời kì hội nhập. *Tạp chí khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, số 8 (2011) tr. 141-146
- [8] Nguyễn Minh Tuệ (chủ biên), 2017. *Địa lí du lịch Việt Nam*. Nxb Giáo dục.
- [9] Lê Thông (chủ biên), 2007. *Việt Nam - Đất nước và con người*. Nxb Giáo dục.

- [10] Cục Thống kê Thanh Hóa, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [11] Cục Thống kê Đà Nẵng, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [12] Cục Thống kê Quảng Nam, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [13] Cục Thống kê Khánh Hòa, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [14] Cục Thống kê Nghệ An, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [15] Cục Thống kê Thừa Thiên Huế, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [16] Cục Thống kê Quảng Trị, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [17] Cục Thống kê Quảng Bình, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [18] Cục Thống kê Hà Tĩnh, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [19] Cục Thống kê Quảng Ngãi, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [20] Cục Thống kê Bình Định, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [21] Cục Thống kê Phú Yên, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [22] Cục Thống kê Ninh Thuận, 2019. Niên giám thống kê 2018.
- [23] Cục Thống kê Bình Thuận, 2019. Niên giám thống kê 2018.

ABSTRACT

Connection for tourism development in the central region status and solutions to sustainable development

Tran Van Anh

Tourism Faculty, Dong A University

The article focuses on analyzing and clarifying such potentials of the Central region to develop tourism as abundant natural resources - tourism products with unique identity and world-class quality brand; favorable geographical location and connection opportunities for tourism development. Besides, it also points out the shortcomings in tourism development in the region. For instance, the linkage in tourism development among the components, the territorial parts are not really tight, the tourism activities of the region have not fully exploited its potential and advantages yet and have not become the main factor in creating the linkage process of national and regional development. On the basis, solutions to connecting tourism development at local, national and regional levels are proposed in order to exploit the potentials efficiently, and promote effective and sustainable development in the coming time.

Keywords: tourism, connection, Central region, cooperation.