
PHẦN 1: VAI TRÒ NHÂN TỐ XÃ HỘI TRONG MARKET- ING VÀ XÚC TIẾN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THEO TUYẾN HÀNH LANG KINH TẾ ĐÔNG-TÂY CỦA VIỆT-ĐÔNG HÀ- LAO BẢO (VIỆT NAM) - DANSAVAN (XAVANAKHET - LÀO)

PART 1: ROLE OF SOCIAL FACTORS IN MARKETING AND PROMOTION IN TOURISM DEVELOPMENT ALONG THE EAST-WEST ECONOMIC CORRIDOR, CUA VIET - DONG HA - LAO BAO (VIETNAM) - DANSAVAN (XAVANAKHET - LAOS)

Phan Văn Thanh - Nguyễn Quỳnh Hoa
Nguyễn Văn Thanh

*Bộ môn Quản trị kinh doanh, Viện Kinh tế và Quản lý,
trường Đại học Bách khoa Hà Nội*

Tóm tắt: Trong xu thế toàn cầu hóa, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp đang ngày một khẳng định vai trò của mình trong tiến trình hòa bình - hữu nghị - hợp tác - hội nhập và phát triển kinh tế giữa các quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, sự phát triển du lịch và dịch vụ du lịch ở Quảng Trị theo tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây còn nhiều hạn chế, đặc biệt là trong giai đoạn khủng hoảng hiện nay. Trước thực trạng đó, việc nghiên cứu vấn đề “Vai trò nhân tố xã hội trong marketing và xúc tiến về phát triển du lịch theo Hành lang kinh tế Đông - Tây” là việc làm cấp thiết và có ý nghĩa quan trọng trong tổng thể dự án phát triển du lịch Tiểu vùng Mê Kông. Bài báo gồm 5 phần: Phần mở đầu giới thiệu tính cấp thiết của đề tài và mục tiêu nghiên cứu của bài báo; Phần 2 phân tích những vấn đề chung về marketing và xúc tiến phát triển du lịch; Phần 3 tranh luận về thực trạng các nguồn lực phát triển du lịch dựa nhân tố xã hội trên tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây; phần 4 trình bày thực trạng phát triển về nhân tố xã hội trong marketing và xúc tiến về phát triển du lịch trên tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây; và Phần kết luận rút ra 9 điểm cơ bản để làm cơ sở cho việc thiết lập kế hoạch marketing và xúc tiến phát triển du lịch Quảng Trị theo Hành lang kinh tế Đông - Tây.

Từ khóa: Nhân tố xã hội, marketing, xúc tiến, du lịch, tuyến hành lang kinh tế đông-tây

Abstract: In the trend of globalization, tourism is a general economic sector, which is proving its role in the peace - friendly - cooperative - integration process and economic development among countries in the world. However, the development of tourism and travel service in Quang Tri on East - West economic corridor is limited, especially in the present crisis period. Under these circumstances, the research about “Role of social factors in the marketing and promotion of tourism development in the East- West Economic Corridor” is imperative and significant in the overall tourism development projects Mekong Sub-region. The paper includes five parts: (1) The introduction presents the necessary and objectives of the research; (2) The second part analyze general issues of marketing and promotion of tourism development; (3) the thirt part discusses real resources to develop tourism based social factors on East - West economic corridor; (4) development of social factors in marketing and promotion of tourism development in the East - West economic corridor; (5) the conclusion presents 9 main points as a basis for setting up plans for marketing and promotion of tourism development in Quang Tri follow the East - West economic corridor.

Keywords: Social factor, marketing, promotion, tourism, East-West economic corridor

Ngày nhận bài 10/12/2020, ngày thẩm định 25/12/2020, Ngày duyệt đăng 15/01/2021

1. GIỚI THIỆU

Phát triển và hội nhập kinh tế đang là xu thế tất yếu của quá trình toàn cầu hóa hiện nay. Trong quá trình đó, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp ngày càng khẳng định vị trí của mình như một cầu nối cho tiến trình hòa bình-hữu nghị-hợp tác- hội nhập và phát triển kinh tế giữa các quốc gia trên thế giới.

Dự án phát triển du lịch Tiểu vùng Mê Kông (GMS) đã khẳng định vai trò của ngành du lịch trong tiến trình hội nhập, phát triển kinh tế và hợp tác quốc tế giữa các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Tuyến hành lang kinh tế Đông Tây hướng ra Biển Đông, ra Thái Bình Dương và ra thế giới là một mắt xích quan trọng trong tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của khu vực (trong đó có du lịch), tạo đà cho toàn bộ tiến trình hội nhập và hợp tác trong tương lai.

Tuyến hành lang kinh tế Đông Tây, kéo dài từ Cửa Việt - Đông Hà - Lao Bảo - Đông Nam Lào - Viên Chăn và xa hơn là các nước trong khu vực (các nước GMS, ASEAN, quốc tế) có vị thế chiến lược rất quan trọng, có nguồn tài nguyên du lịch rất đa dạng và phong phú, có hệ thống cơ sở hạ tầng tương đối thuận lợi..., đáp ứng cho nhu cầu phát triển du lịch và phát triển kinh tế - xã hội trong xu thế hội nhập quốc tế.

Tuy nhiên, sự phát triển du lịch và dịch vụ du lịch ở khu vực này còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng. Nguyên nhân có nhiều, nhưng quan trọng hơn cả là chưa có được những nghiên cứu cơ bản ban đầu về: Vai trò nhân tố xã hội trong kế hoạch marketing và xúc tiến về phát triển du lịch theo Hành lang kinh tế Đông - Tây. Để từ đó có những căn cứ khoa học trong việc xây dựng định hướng chiến lược phát triển trong tương lai...

Trước thực trạng đó, việc nghiên cứu vấn đề "Vai trò nhân tố xã hội trong kế hoạch marketing và xúc tiến về phát triển du lịch theo Hành lang kinh tế Đông - Tây" từ Cửa Việt - Đông Hà - Lao Bảo (Quảng Trị - Việt Nam) đến Dansavan (Savanakhet - Lào) là việc làm cấp thiết và có ý nghĩa quan trọng trong tổng thể dự án phát triển du lịch Tiểu vùng Mê Kông (GMS), đặc biệt có ý nghĩa về mặt phát triển du lịch và dịch vụ du lịch cho các địa phương miền Trung của Việt Nam.

Với những căn cứ khoa học như trên, nghiên cứu này nhằm khẳng định Vai trò nhân tố xã hội trong kế hoạch marketing và xúc tiến về phát triển du lịch theo tuyến Hành lang kinh tế Đông - Tây dựa trên việc phân tích đánh giá những nguồn lực và thực trạng phát triển du lịch trên địa bàn. Đây là những

căn cứ khoa học để đề xuất những định hướng chiến lược phát triển du lịch cho Hành lang Đông - Tây trong tương lai.

2. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ MARKETING VÀ XÚC TIẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

2.1. Các vấn đề chung về du lịch và phát triển du lịch

Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định.

Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc, hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến. Khách du lịch gồm khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa. Khách du lịch quốc tế là một người lưu trú ít nhất một đêm nhưng không quá một năm tại một quốc gia khác với quốc gia thường trú với nhiều mục đích khác nhau ngoài hoạt động để được trả lương ở nơi đến. Khách du lịch nội địa là một người đang sống trong một quốc gia, không kể quốc tịch nào, đến một nơi khác trong quốc gia đó không phải nơi cư trú thường xuyên, trong thời gian ít nhất 24 giờ và không quá một năm với mục đích không phải để hưởng lương.

Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử - văn hoá, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch. Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thoả mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch. Như vậy, sản phẩm du lịch là các dịch vụ, hàng hoá cung cấp cho du khách, được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên, xã hội với việc sử dụng các nguồn lực (cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động) tại một cơ sở, một vùng hay một quốc gia nào đó.

2.2. Vai trò và chức năng của marketing và xúc tiến phát triển du lịch

2.2.1. Chức năng xã hội

Chức năng xã hội thể hiện ở vai trò của du lịch trong việc giữ gìn, hồi phục sức khoẻ và tăng cường sức sống cho nhân dân. Trong một chừng mực nào đó, du lịch có tác dụng hạn chế các bệnh tật, kéo dài tuổi thọ và khả năng lao động của con người. Thông qua

hoạt động du lịch, đồng đảo quần chúng có điều kiện tiếp xúc với những thành tựu văn hoá phong phú và lâu đời của các dân tộc, từ đó tăng thêm lòng yêu nước, tinh thần đoàn kết quốc tế, hình thành những phẩm chất đạo đức tốt đẹp như lòng yêu lao động, tình bạn...

2.2.2. Chức năng kinh tế

Chức năng kinh tế của du lịch liên quan mật thiết với vai trò con người như lực lượng sản xuất - kinh doanh chủ yếu của xã hội. Thông qua hoạt động nghỉ ngơi, du lịch góp phần vào việc hồi phục sức khoẻ, tăng khả năng lao động và đảm bảo tái sản xuất mở rộng lực lượng lao động với hiệu quả kinh tế rõ rệt. Bên cạnh đó còn giúp tỷ lệ ốm đau trong khi làm việc giảm đi, tỷ lệ tử vong ở độ tuổi lao động hạ thấp và rút ngắn thời gian chữa bệnh, giảm số lần khám bệnh tại các bệnh viện.

Dịch vụ du lịch là một ngành kinh tế độc đáo, ảnh hưởng đến cơ cấu ngành và cơ cấu lao động của nhiều ngành kinh tế. Hơn nữa, nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí của con người được thoả mãn thông qua thị trường hàng hoá và dịch vụ du lịch, đặc biệt ngành dịch vụ giao thông, ăn ở.

2.2.3. Chức năng sinh thái

Chức năng sinh thái của du lịch được thể hiện trong việc tạo nên môi trường sống ổn định về mặt sinh thái. Nghỉ ngơi du lịch là nhân tố có tác dụng kích thích việc bảo vệ, khôi phục và tối ưu hoá môi trường thiên nhiên bao quanh, bởi chính môi trường này ảnh hưởng trực tiếp đến sức khoẻ và các hoạt động của con người vì con người tiếp xúc với tự nhiên, sống giữa tự nhiên.

Giữa xã hội và môi trường trong lĩnh vực du lịch có mối quan hệ chặt chẽ. Một mặt xã hội cần đảm bảo sự phát triển tối ưu của du lịch, mặt khác lại phải bảo vệ môi trường tự nhiên khỏi tác động phá hoại của dòng khách du lịch và của việc xây dựng cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Du lịch - bảo vệ môi trường là những hoạt động gắn gũi và liên quan với nhau.

2.2.4. Chức năng chính trị

Chức năng chính trị của du lịch được thể hiện ở vai trò to lớn của nó như một nhân tố củng cố hoà bình, đẩy mạnh các mối giao lưu quốc tế, mở rộng sự hiểu biết giữa các dân tộc. Du lịch quốc tế làm cho con người sống ở các khu vực khác nhau hiểu biết và xích lại gần nhau.

2.3. Các điều kiện của marketing và xúc tiến để phát triển du lịch theo hướng bền vững

2.3.1. Các điều kiện chung

Sự phát triển du lịch đòi hỏi những điều kiện khách quan cần thiết nhất định. Một số điều kiện là cần thiết, bắt buộc phải có đối với tất cả mọi vùng, mọi quốc gia muốn phát triển du lịch. Đó là hệ thống các điều kiện chung, cần thiết để phát sinh ra nhu cầu đi du lịch và để đảm bảo cho việc thực hiện thành công một chuyến du lịch. Những điều kiện chung này bao gồm:

- Thời gian rỗi của nhân dân
- Nhu cầu nghỉ ngơi du lịch
- Mức sống về vật chất và trình độ văn hoá chung của người dân
- Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phát triển

2.3.2. Các điều kiện đặc thù trong kế hoạch marketing và xúc tiến phát triển

Ngoài những điều kiện phát triển chung ở trên, mỗi một lãnh thổ nào đã muốn phát triển du lịch thì cần phải có các điều kiện đặc thù về tài nguyên du lịch, về khả năng sẵn sàng đón tiếp, phục vụ khách du lịch. Những yếu tố đặc thù này tạo nên những bản sắc riêng, những sản phẩm du lịch đặc trưng... của từng lãnh thổ riêng biệt, cụ thể bao gồm:

Điều kiện về tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch tự nhiên: Vị trí địa lý ảnh hưởng đến sự di chuyển của khách du lịch. Những nơi có vị trí xa nguồn khách thường kém hấp dẫn hơn bởi những khía cạnh sau: khách phải chi thêm tiền cho vận chuyển; phải rút ngắn thời gian tham quan du lịch ở nơi đến; hao tổn sức khỏe do đi lại nhiều. Bên cạnh đó, điều kiện khí hậu cũng được xem như tài nguyên khí hậu của du lịch cũng rất đa dạng và đã được khai thác để phục vụ cho các mục đích du lịch khác nhau.

Tài nguyên du lịch nhân văn gồm Các di sản văn hoá thế giới và các di tích lịch sử - văn hoá, các lễ hội, Nghề và làng nghề thủ công truyền thống, Các đối tượng du lịch gắn với dân tộc học, Các đối tượng văn hoá, thể thao và hoạt động nhận thức khác.

2.3.3. Các điều kiện sẵn sàng phục vụ khách du lịch

Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất-kỹ thuật du lịch. Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất-kỹ thuật du lịch đóng vai trò hết sức quan trọng trong quá trình tạo ra và thực hiện sản phẩm du lịch cũng như quyết định mức độ khai thác các tiềm năng du lịch nhằm thoả mãn các nhu cầu của khách du lịch. Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất-kỹ thuật du lịch bao gồm các ngành: giao thông vận tải, thông tin liên lạc, cơ sở phục vụ ăn uống lưu trú, mạng lưới các cửa hàng thương nghiệp, cơ sở thể thao, cơ sở y tế, các dịch vụ hỗ trợ

khác. Hoạt động du lịch muốn phát triển phải gắn liền với việc xây dựng và hoàn thiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất-kỹ thuật du lịch.

Các điều kiện về tổ chức. Các điều kiện về tổ chức bao gồm các cấp quản lý Nhà nước về du lịch từ Trung ương đến địa phương cũng như các thể chế quản lý, các tổ chức và doanh nghiệp chuyên trách về du lịch. Các cơ quan quản lý về du lịch có vai trò định hướng chiến lược, quy hoạch... cho sự phát triển du lịch. Sự có mặt của các tổ chức và doanh nghiệp có nhiệm vụ chăm lo đến việc đi lại và phục vụ trong thời gian lưu trú của khách du lịch.

Nguồn lao động phục vụ cho du lịch. Đội ngũ cán bộ nhân viên ngành du lịch giữ một vai trò rất quan trọng trong việc phát triển du lịch. Họ là những người giao tiếp và phục vụ trực tiếp khách du lịch. Do vậy sự chuẩn bị về khả năng nghiệp vụ giao tiếp, về trình độ ngoại ngữ, về cách ứng xử v.v... là yêu cầu không thể thiếu được của mỗi cán bộ nhân viên du lịch. Đội ngũ cán bộ nhân viên ngành du lịch góp phần quan trọng vào việc nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch.

3. CÁC NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH DỰA NHÂN TỐ XÃ HỘI TRÊN TUYẾN HÀNH LANG KINH TẾ ĐÔNG - TÂY

3.1. Đánh giá tài nguyên phát triển du lịch trên tuyến hành lang Đông-Tây

3.1.1. Các điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch thiên nhiên

Vị trí địa lý và phân bố hành chính. Tỉnh Quảng Trị nằm trên tọa độ địa lý từ 16o18' đến 17o10' vĩ độ Bắc, 106o 32' đến 107o34' kinh độ Đông. Quảng Trị là tỉnh nằm trong vùng Bắc Trung Bộ, có diện tích tự nhiên 4.746,99 km². Dân số trung bình năm 2010 có khoảng 610.000 người, chiếm 1,44% về diện tích và 0,76% về dân số cả nước, mật độ dân số 126 người/km². Toàn tỉnh có 10 đơn vị hành chính, bao gồm: Thành phố Đông Hà - trung tâm tỉnh lỵ, Thị xã Quảng Trị, Huyện Vĩnh Linh, Huyện Gio Linh, Huyện Cam Lộ, Huyện Triệu Phong, Huyện Hải Lăng, Huyện Hướng Hóa, Huyện Đăkrông, Huyện đảo Cồn Cỏ.

Các điều kiện tự nhiên và ảnh hưởng đến hoạt động du lịch.

• **Địa hình:** Do cấu tạo của dãy Trường Sơn, địa hình Quảng Trị thấp dần về phía Đông, Đông Nam và chia thành 4 dạng địa hình, lần lượt gồm: Vùng núi cao phân bố ở phía Tây đỉnh dãy Trường Sơn; Vùng gò đồi núi thấp chuyển tiếp; vùng đồng bằng

nhỏ hẹp chạy dài hướng Bắc Nam dọc lãnh thổ của tỉnh và vùng cát nội đồng và ven biển. Do địa hình phía Tây núi cao, phía Đông là biển, lại có chiều ngang hẹp nên các sông suối trên địa bàn tỉnh đều ngắn và dốc.

• **Khí hậu:** Nhìn chung điều kiện khí hậu của Quảng Trị có những thuận lợi khá cơ bản: do sự phân hóa của độ cao địa hình tạo nên vi khí hậu khá đa dạng ở các khu vực lãnh thổ trong Tỉnh. Khu vực trên dãy Trường Sơn với vi khí hậu ôn hoà là tài nguyên quý mang lại sức hấp dẫn cho sự phát triển các hoạt động dịch vụ, du lịch, tạo không gian mát mẻ, thuận lợi cho các hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng, đặc biệt là trong mùa hè nóng gay gắt của vùng Bắc Trung Bộ. Khu vực ven biển có khí hậu mang đặc trưng khí hậu vùng Bắc Bộ, có mùa đông lạnh rõ rệt nhưng lại có mùa hè đầy nắng và gió. Kiểu khí hậu này kết hợp với đặc điểm địa hình bãi biển tạo cho Quảng Trị nguồn tài nguyên du lịch biển khác biệt và hấp dẫn.

• **Nước và hệ thống thủy văn:** Quảng Trị có hệ thống sông ngòi khá dày đặc, mật độ trung bình 0,8 - 1 km/km². Do đặc điểm địa hình bề ngang hẹp, có dãy Trường Sơn núi cao ở phía Tây nên các sông ở Quảng Trị có đặc điểm chung là ngắn và dốc. Toàn tỉnh có 12 con sông lớn nhỏ, tạo thành 5 hệ thống sông chính là sông Bến Hải, sông Thạch Hãn và sông Ô Lâu (Mỹ Chánh), sông Xê Pôn và sông Xê Păng Hiêng. Ngoài ra, trên địa bàn tỉnh còn có hệ thống suối dày đặc, phân bố chủ yếu ở vùng núi cao phía Tây. Các thung lũng suối phần lớn rất hẹp, độ dốc lớn tạo ra nhiều thác cao hàng trăm mét và phân bậc phức tạp, hệ thống sông suối với độ dốc cao ở các địa phương miền núi có khả năng xây dựng nhiều thủy điện vừa và nhỏ, phục vụ công nghiệp địa phương, phát triển nông nghiệp, đời sống và góp phần phát triển du lịch.

• **Động, thực vật:** Toàn tỉnh Quảng Trị có hơn 200 ngàn hecta rừng với tổng trữ lượng gỗ khoảng 11 triệu m³. Theo kết quả điều tra, hiện tại rừng Quảng Trị có khoảng 1.053 loại thực vật thuộc 528 chi, 130 họ, trong đó có 175 loài cây gỗ. Động vật rừng cũng khá phong phú và đa dạng. Hiện tại có khoảng 67 loài thú, 193 loài chim và 64 loài lưỡng cư bò sát (thuộc 17 họ, 3 bộ) sinh sống tại rừng Quảng Trị. Ngoài rừng, là biển, với vùng lãnh hải đặc quyền kinh tế rộng trên 8.400 km², ngư trường đánh bắt rộng lớn, giàu hải sản có giá trị kinh tế cao như tôm hùm, mực nang, cua, hải sâm, tào và một số loài cá, san hô quý hiếm.

Tài nguyên du lịch chủ yếu. Quảng Trị có nhiều tiềm

năng du lịch tự nhiên khá phong phú, phân bố rộng trên các địa bàn trong tỉnh và gần các trục giao thông chính nên rất thuận lợi cho khai thác. Quảng Trị có bờ biển dài với những cảnh quan đẹp, còn nguyên sơ với những bãi tắm nổi tiếng như Cửa Tùng, Cửa Việt, Mỹ Thủy, Cồn Cỏ... để phát triển du lịch sinh thái biển. Quảng Trị có vị trí đầu cầu trên Hành lang Đông - Tây, điểm kết nối giữa sản phẩm du lịch Đông - Tây, du lịch Con đường di sản miền Trung và Con đường huyền thoại. Ngoài ra, Quảng Trị còn có những cánh rừng nguyên sinh, suối nước nóng ở Đăkrông, khu vực hồ Rào Quán - Khe Sanh, Hướng Hoá v.v. cho phép phát triển du lịch sinh thái rừng và du lịch núi cao hiểm trở. Các điểm tài nguyên du lịch chủ yếu của tỉnh bao gồm: khu bảo tồn thiên nhiên Đăkrông, suối nước nóng Đăkrông, bãi biển Cửa Tùng, bãi biển Cửa Việt, bãi biển Mỹ Thủy, biển đảo Cồn Cỏ,...

3.1.2. Các đặc điểm kinh tế - xã hội và tài nguyên du lịch nhân văn

Tuyến hành lang kinh tế Đông - Tây được xuất phát từ Cửa Việt, qua TP. Đông Hà đến Lao Bảo (trên địa phận tỉnh Quảng Trị), và kéo dài qua Dansavan - Xavanakhet (Lào). Vậy, trên lãnh thổ Việt Nam Tuyến Hành lang kinh tế Đông - Tây nằm trọn trên lãnh thổ tỉnh Quảng Trị. Việc đánh giá tiềm năng phát triển du lịch trên tuyến Hành lang kinh tế Đông - Tây đồng nghĩa với việc đánh giá tiềm năng phát triển du lịch của tỉnh Quảng Trị và phụ cận.

Quảng Trị có lịch sử phát triển lâu đời. Thời Hùng Vương - An Dương Vương, Quảng Trị nằm trong bộ Việt Thường của Nhà nước Văn Lang - Âu Lạc Từ. Đến đầu thời thuộc Hán (từ năm 179 Trước Công nguyên đến năm 192 SCN) Quảng Trị thuộc đất quận Nhật Nam. Cuối thế kỷ thứ 2 SCN, Trung Quốc rơi vào tình trạng loạn lạc, nhân dân quận Nhật Nam đã cùng nhân dân trong vùng Tượng Lâm - phía Bắc, nổi dậy khởi nghĩa lập ra nước Lâm Ấp (từ đèo Hải Vân đến đèo Ngang), đây là vùng đất độc lập sớm của Việt Nam.

Từ năm 2000, toàn tỉnh có 9 đơn vị hành chính cấp huyện, thị xã (trong đó có 7 huyện, 01 thành phố và 01 thị xã), có 136 xã, phường và thị trấn.

3.1.3. Điều kiện dân cư, kinh tế - xã hội

Điều kiện dân cư, lao động. Theo số liệu thống kê năm 2009, diện tích tự nhiên của Quảng Trị là 4.746,99 km², chia thành 8 huyện, 1 thành phố (Đông Hà) và 1 thị xã, trong đó Hướng Hóa là huyện miền núi vùng cao. Dân số Quảng Trị năm 2009 là 599.221 người, mật độ dân số là 126 người/1 km².

Trên địa bàn tỉnh có 5 dân tộc chung sống, trong đó có 3 dân tộc chính bao gồm: dân tộc Kinh, chiếm 92,4%, Bru-Vân Kiều: 6,4% và Pa Kô: 1,2%, còn lại một số ít người Tà Ôi và người Hoa...

Quảng Trị là tỉnh có tỷ lệ tăng dân số tự nhiên khá thấp khoảng từ 1,1 đến 1,5%. Quảng Trị cũng là tỉnh có mật độ dân cư thấp. Tuy nhiên về cơ cấu thì tỷ lệ dân số sống ở nông thôn chiếm tới 73,7%, dân số thành thị chỉ chiếm 26,3%, chủ yếu tập trung ở thành phố Đông Hà và thị xã Quảng Trị.

Đơn vị hành chính	Diện tích (km ²)	Dân số trung bình (nghìn người)	Mật độ dân số (người/km ²)
Tổng số	4.746,99	599.221	126
Đông Hà - Dong Ha City	72,96	82.944	1.137
Quảng Trị - Quang Tri town	74,03	23.219	314
Vĩnh Linh - Vinh Linh district	623,70	84.810	136
Hướng Hóa - Huong Hoa district	1.150,87	75.228	65
Gio Linh - Gio Linh district	472,99	72.457	153
Đăkrông - Dakrong district	1.223,32	36.308	30
Cam Lộ - Cam Lo district	346,89	44.253	128
Triệu Phong - Trieu Phong district	353,00	93.640	265
Hải Lăng - Hai Lang district	426,93	85.962	201
Cồn Cỏ - Con Co district	2,30	400	174

Bảng 1. Diện tích, dân số và mật độ dân số năm 2009 phân theo đơn vị hành chính

Điều đặc biệt là tổng số lao động làm việc trong các ngành kinh tế rất cao. Năm 2009, toàn tỉnh có 302.650 người, chiếm tới 50,5% tổng dân số. Thống kê cho thấy Quảng Trị đang có cơ cấu dân số vàng. Nhưng về chất lượng lao động thì Quảng Trị có chất lượng lao động chưa cao. Tỷ lệ lao động được đào tạo và lao động có tay nghề rất thấp. Có tới 74% lao động không có chuyên môn kỹ thuật và chỉ có 1,6% công nhân kỹ thuật có bằng cấp đào tạo.

Điều kiện phát triển kinh tế. Quảng Trị có những tiềm năng, lợi thế để phát triển kinh tế - xã hội. Quảng Trị là đầu mối giao thông, nằm ở trung điểm đất nước, ở vị trí quan trọng - điểm đầu trên tuyến đường huyết mạch chính của Hành lang kinh tế Đông - Tây nối với Lào - Thái Lan - Myanmar qua cửa khẩu quốc tế Lao Bảo; đến các cảng biển miền Trung như Cửa Việt, Chân Mây, Đà Nẵng, Vũng Áng v.v... Đây là những điều kiện cơ bản, rất thuận lợi để Quảng Trị mở rộng hợp tác kinh tế - dịch vụ trong khu vực, giao thương hàng hóa, vận tải quốc tế, phát triển thương mại, công nghiệp, dịch vụ và du lịch.

Quảng Trị có điều kiện giao thông khá thuận lợi cả về đường bộ, đường sắt và đường thủy. Qua địa phận Quảng Trị có các tuyến giao thông huyết mạch như quốc lộ 1A, đường Hồ Chí Minh (nhánh Đông và nhánh Tây), tuyến đường sắt Bắc - Nam chạy dọc qua tỉnh và quốc lộ 9 gắn với đường xuyên Á cho phép Quảng Trị có thể giao lưu kinh tế quốc tế với các tỉnh trong vùng và cả nước. Cảng Cửa Việt là một trong những cảng biển có thể phục vụ cho vận chuyển hàng hóa trong vùng và trung chuyển hàng hóa qua đường Xuyên Á.

Quảng Trị có tổng diện tích tự nhiên là 474.699,11 ha trong đó đất sản xuất nông nghiệp: 79.556,86 ha (16,76%); đất lâm nghiệp có rừng: 219.638,85 ha (46,27%) trong đó rừng tự nhiên có 101,067 ha, trữ lượng gỗ khoảng 11 triệu m³; đất chưa sử dụng: 131.284,05 ha (27,66 %); trong đó có khả năng khai thác khoáng trên 60%; đặc biệt có trên 23.000 ha đất đỏ bazan rất quý, rất phù hợp phát triển các loại cây công nghiệp, như hồ tiêu, cao su, chè,...

	2005	2006	2007	2008	2009
Tổng số	281.937	289.232	317.466	313.686	302.650
Nông nghiệp và lâm nghiệp	169.208	164.266	173.465	162.623	167.795
Thủy sản	11.535	15.400	16.262	12.569	12.969
Công nghiệp khai thác	1.955	1.962	2.662	1.755	2.321
Công nghiệp chế biến	13.339	13.178	20.324	17.656	17.697
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước	791	671	977	1.047	2.533
Xây dựng	13.514	13.801	22.053	21.877	21.307
Thương nghiệp, sửa chữa xe, đồ dùng	31.013	38.230	36.624	41.579	29.274
Khách sạn, nhà hàng	5.075	7.690	7.639	10.477	6.938
Vận tải, kho bãi và TLL	9.044	8.777	7.202	9.229	9.773
Tài chính, tín dụng	2.666	2.235	1.333	1.407	1.223
Hoạt động khoa học, công nghệ	83	95	169	464	493
Các H/Đ liên quan đến KDTS, DVTV	569	307	309	1310	954
QLNN, ANQP, đảm bảo XHBB	5.359	5.508	6.420	6.247	6.898
Giáo dục, đào tạo	9.791	9.259	12.110	14.338	13.119
Y tế và hoạt động cứu trợ xã hội	2.119	2.041	2.283	2.974	2.757
Hoạt động văn hoá, thể thao	1.166	1.168	1.165	897	650
Đảng, đoàn thể, hiệp hội	1.702	1.699	1.996	1.800	1.988
Phục vụ cá nhân và cộng đồng	2.172	2.259	3.768	4.755	3.333
Làm thuê công việc gia đình	835	459	404	247	326
Các tổ chức, đoàn thể quốc tế	-	227	301	435	302

Bảng 2. Lao động đang làm việc phân theo ngành kinh tế /người

XEM TIẾP Ở SỐ SAU