

ĐỊNH HƯỚNG LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH CÁC HUYỆN MIỀN NÚI KHU VỰC TRỊ-THIÊN

Đặng Thùy Dung
Nguyễn Hoàng Sơn

Tóm tắt: Liên kết trong phát triển sản phẩm du lịch là nhằm nâng cao lợi thế về điều kiện địa lý, tài nguyên du lịch, tăng khả năng cạnh tranh, thu hút đầu tư và khách du lịch thông qua một điểm đến thống nhất trên lãnh thổ. Từ năm 2000 đến nay, liên kết trong phát triển sản phẩm du lịch các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên bao gồm Hướng Hoá, Đakrông, A Lưới, Nam Đông có nhiều thay đổi. Kết quả nghiên cứu cho thấy những vấn đề sau: (i) Các mô hình liên kết phát triển sản phẩm du lịch song phương, đa phương và liên kết trong và ngoài nước khá đa dạng và phong phú trên lãnh thổ nghiên cứu; (ii) Để liên kết có hiệu quả, các huyện miền núi khu vực Trị-Thiên cần xây dựng, thực hiện đồng bộ giải pháp về hợp tác phát triển sản phẩm du lịch một cách chặt chẽ; từng bước phá bỏ sự phát triển du lịch theo ranh giới hành chính; đẩy mạnh hợp tác tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch chung.

Từ khóa: du lịch miền núi; liên kết du lịch; tài nguyên du lịch; sản phẩm du lịch.

Mở đầu

Liên kết vùng trong phát triển các sản phẩm du lịch là một khoảng không gian mà ở đó các chủ thể du lịch tiến hành các hoạt động hợp tác sâu rộng về du lịch và các ngành/lĩnh vực liên quan trên cơ sở tự nguyện vì những lợi ích chung của các bên tham gia (Hoàng Văn Hoa, 2019)

Như vậy, liên kết vùng trong phát triển các sản phẩm du lịch bao gồm liên kết nội vùng và liên kết liên vùng:

(i) Liên kết nội vùng là sự hợp tác, hỗ trợ và phân công giữa các á vùng, các tiểu vùng và các địa phương trong vùng dựa trên những lợi thế so sánh của từng nơi nhằm mục tiêu thực hiện thành công các định hướng chiến lược phát triển du lịch chung của vùng, thúc đẩy sự phát triển du lịch của chính các á vùng, tiểu vùng và các địa phương trong vùng.

(ii) Liên kết liên vùng là sự hợp tác và phân công giữa vùng du lịch dựa trên những

lợi thế so sánh của từng vùng nhằm mục tiêu thực hiện thành công các định hướng chiến lược phát triển du lịch, góp phần tích cực thúc đẩy sự phát triển du lịch của chính các vùng du lịch đó (Hoàng Văn Hoa, 2019).

Nội dung liên kết vùng trong phát triển các sản phẩm du lịch thường bao gồm:

(i) Liên kết thiết lập không gian du lịch vùng: Hợp tác xây dựng không gian kinh tế du lịch vùng thống nhất trên cơ sở kết nối các tour, tuyến, khu, điểm du lịch nhằm phát triển đa dạng các loại hình du lịch; khai thác và bảo tồn các di sản tự nhiên và văn hóa vùng; hình thành các điểm đến trong vùng có sức cạnh tranh cao.

(ii) Liên kết xây dựng sản phẩm du lịch: Các hoạt động liên kết nhằm tạo các sản phẩm để du khách có thể tham quan, tìm hiểu nhiều lĩnh vực, nhiều điểm du lịch, tham gia nhiều hoạt động khác nhau trong một chương trình du lịch.

(iii) Liên kết xúc tiến quảng bá, xây dựng thương hiệu du lịch: Kết nối các sự kiện, lễ hội riêng của từng địa phương trong vùng để tạo ra chuỗi sự kiện du lịch mang tính vùng nhằm thu hút khách du lịch, đặc biệt là từ các thị trường trọng điểm đem lại hiệu quả kinh tế cao; tổ chức các diễn đàn xúc tiến đầu tư du lịch toàn vùng nhằm đẩy mạnh thu hút đầu tư nước ngoài, nhất là đầu tư từ các tập đoàn kinh doanh du lịch xuyên quốc gia; xúc tiến thành lập cổng thông tin điện tử, xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch và các lĩnh vực có liên quan; nghiên cứu nhằm xây dựng và định vị hình ảnh du lịch toàn vùng trên thị trường và các nhà đầu tư; phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, doanh nghiệp du lịch, hiệp hội du lịch vùng để quảng bá, cung cấp thông tin cho du khách tại các điểm đến; hỗ trợ nhau trong hoạt động xúc tiến các sản phẩm du lịch đặc thù của vùng và của từng địa phương trong vùng; hoàn thiện hệ thống xúc tiến đầu tư du lịch vùng.

(iv) Liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực: Tập trung đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là lao động nghề chất lượng cao; thu hút nguồn nhân lực trình độ cao, nhất là các chuyên gia hàng đầu về du lịch ở trong nước, các chuyên gia quốc tế về làm việc trong các cơ sở đào tạo về du lịch trên địa bàn vùng; tăng cường liên kết giữa các cơ sở đào tạo, các cơ sở dạy nghề với các doanh nghiệp du lịch, nhất là các tập đoàn, doanh nghiệp du lịch lớn để tăng nhanh quy mô và nâng cao chất lượng dạy nghề; đồng thời tập trung dạy nghề chất lượng cao theo đặt hàng của các doanh nghiệp, khu du lịch quốc gia của vùng.

(v) Liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, đặc biệt là hạ tầng giao thông: Hoàn thiện hệ thống kết cấu hạ tầng du lịch, đặc biệt là hệ thống giao thông của từng địa phương trong vùng, khớp nối với hệ thống giao thông liên vùng, khu vực và quốc tế.

(vi) Liên kết huy động vốn đầu tư và xây dựng cơ chế chính sách đầu tư phát triển du lịch chung của vùng: Liên kết xây dựng và thực hiện các chính sách khuyến khích phát triển du lịch mang tính đặc thù của vùng cũng như của các tiểu vùng và các địa phương trong vùng; phối hợp xây dựng cơ chế chính sách mang tính vùng; đầu tư kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đặc biệt là các khu vui chơi giải trí, các khu mua sắm đặc trưng và chất lượng cao, trên cơ sở có sự thống nhất trong quy hoạch sản phẩm du lịch đặc thù của vùng dựa vào lợi thế của mỗi địa phương trong vùng (Hoàng Văn Hoa, 2019).

Liên kết vùng du lịch miền Trung được bắt đầu từ năm 2004 sau khi Tổng cục du lịch Việt Nam lấy “Con đường Di sản miền Trung” làm chủ đề cho năm du lịch quốc gia. Sản phẩm du lịch này đã trở thành hạt nhân thu hút hoạt động liên kết của các bên, các địa phương trong vùng, từ cơ quan quản lý nhà nước Trung ương và địa phương cho tới doanh nghiệp du lịch. Sau đó “Con đường Di sản miền Trung” tiếp tục được tăng cường và mở rộng thông qua việc gắn kết với những sản phẩm du lịch khác như “Hành trình xuyên Việt”; “Con đường xanh Tây Nguyên”; tour du lịch caravan qua cửa khẩu các tỉnh Tây Nguyên đến với thị trường Lào, Campuchia, đông bắc Thái Lan; tour du lịch đường biển với các nước Đông Nam Á, châu Á-Thái Bình Dương và nhiều nước trên thế giới.

Từ việc hình thành, hoàn thiện dần hệ thống các sản phẩm du lịch trong vùng, các hoạt động du lịch đã tiếp tục được mở rộng sang các khu vực lân cận khác nhằm tạo ra môi trường thuận lợi cho hoạt động liên kết của các doanh nghiệp du lịch. Trong khuôn khổ của mở rộng liên kết du lịch “Con đường Di sản miền Trung”, một số hoạt động đã được thực hiện liên quan đến các huyện miền núi khu vực Trị-Thiên như: liên kết hợp tác phát triển du lịch trên tuyến đường Hồ Chí

Minh của các huyện Đông Giang, Nam Giang, Tây Giang của Quảng Nam và huyện A Lưới của Thừa Thiên Huế; liên kết du lịch trên Hành lang Kinh tế Đông Tây; liên kết du lịch sinh thái ở vùng Quảng Nam và Thừa Thiên Huế. Tuy nhiên, các tuyến liên kết này còn gặp nhiều khó khăn và thách thức, đặc biệt trong liên kết phát triển từng chuỗi sản phẩm du lịch cung ứng ra thị trường. Mặt khác, giữa 4 địa phương (huyện Hướng Hoá, Đakrông, A Lưới, Nam Đông) chưa hình thành tuyến, điểm du lịch liên kết chung; các hoạt động liên kết du lịch còn mang tính khẩu hiệu, hầu hết vẫn bị chi phối bởi ranh giới hành chính. Do đó, việc nghiên cứu mô hình liên kết du lịch đang hoạt động trên lãnh thổ để xác định các sản phẩm du lịch ưu tiên, thế mạnh sau đó xây dựng định hướng, giải pháp nhằm thiết lập thúc đẩy liên kết có hiệu quả dựa trên từng chuỗi sản phẩm du lịch này cho toàn miền núi Trị-Thiên là một vấn đề thiết thực cả về mặt khoa học và thực tiễn.

1. Phương pháp nghiên cứu

(i) Phương pháp thu thập thông tin, tài liệu: Bao gồm các tư liệu và bản đồ về các điều kiện tự nhiên, tài nguyên du lịch, kinh tế - xã hội; các thông tin về huyện Hướng Hóa, Đakrông (Quảng Trị); huyện A Lưới, Nam Đông (Thừa Thiên Huế) có liên quan đến hoạt động liên kết du lịch; một số tài liệu thuộc các chương trình, dự án hỗ trợ, hợp tác phát triển sản phẩm du lịch. Tác giả còn sử dụng nguồn dữ liệu từ hệ thống bản đồ tự nhiên, kinh tế - xã hội, các báo cáo của Sở Du lịch Thừa Thiên Huế, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Quảng Trị và Ủy ban nhân dân (UBND) huyện, phòng ban liên quan thuộc lãnh thổ đang nghiên cứu.

(ii) Phương pháp khảo sát thực địa: Áp dụng phương pháp này nhằm thu thập tài liệu, tìm hiểu thực tế triển khai liên kết du lịch điểm đến; kiểm tra đối chiếu các tài liệu có liên quan. Trong quá trình thực địa, các tác

giả đã điều tra phỏng vấn khách du lịch, hộ hoạt động du lịch theo phương pháp đánh giá nhanh (PRA) nhằm biết được cảm nhận, nhu cầu của khách du lịch, thu thập thông tin của cư dân địa phương. Quá trình nghiên cứu thực địa được tiến hành dựa trên phương pháp khảo sát theo tuyến và theo điểm cho các mục tiêu đặt ra. Các kết quả nghiên cứu ở thực địa là cơ sở quan trọng cho việc xây dựng định hướng tuyến du lịch tiềm năng cũng như các giải pháp nhằm hiện thực hoá hợp tác phát triển các sản phẩm du lịch một cách hiệu quả, bền vững. Nhóm tác giả đã khảo sát trực tiếp trên 25 điểm tài nguyên du lịch thuộc lãnh thổ nghiên cứu; các công ty du lịch đang hoạt động ở vùng nghiên cứu; làm việc với các phòng chuyên môn của Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Trị, Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế.

(iii) Phương pháp chuyên gia: Được vận dụng trong quá trình nghiên cứu nhằm lấy ý kiến của các nhà khoa học trong việc xây dựng tuyến du lịch tiềm năng; đề xuất định hướng, giải pháp có liên quan. Đồng thời, trong quá trình nghiên cứu, tác giả còn tham khảo ý kiến của các nhà quản lý các ngành có liên quan, cán bộ và nhân dân địa phương.

(iv) Phương pháp bản đồ và hệ thống thông tin địa lý: Phương pháp này giúp phân tích, đánh giá và thành lập các bản đồ, sử dụng công cụ GIS để thành lập các bản đồ thành phần: bản đồ các điểm du lịch, bản đồ định hướng phát triển du lịch các huyện miền núi Trị-Thiên với tỷ lệ 1/50.000.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Thực trạng liên kết phát triển các sản phẩm du lịch giữa các địa phương miền núi khu vực Trị - Thiên

(i) Liên kết du lịch trên tuyến đường Hồ Chí Minh

Ngày 10/2/2015 bản ghi nhớ về “Liên kết hợp tác phát triển du lịch trên tuyến đường

Hồ Chí Minh của các huyện Đông Giang, Nam Giang, Tây Giang (Quảng Nam) và huyện A Lưới (Thừa Thiên Huế)” đã được kí kết (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2015). Các huyện bước đầu đã thống nhất thành lập Ban chỉ đạo bao gồm Phó chủ tịch huyện phụ trách văn hoá, xã hội, du lịch của các huyện thành viên; đơn vị tham mưu và triển khai các nội dung hợp tác là các phòng văn hoá và thông tin thành viên. UBND huyện A Lưới được bầu làm Cụm trưởng liên kết hợp tác phát triển du lịch. Sau hơn 5 năm thực hiện, hoạt động liên kết sản phẩm du lịch giữa các địa phương đã đạt được kết quả như sau:

- *Hợp tác xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng:* Các địa phương đã thực hiện cam kết phối hợp tổ chức các sự kiện du lịch trong khu vực, phát triển sản phẩm du lịch mới mang tính đặc thù của mỗi địa phương - du lịch cộng đồng. Các địa phương đã cùng thống nhất lựa chọn điểm, sản phẩm du lịch để tiến hành đầu tư cơ sở hạ tầng cho việc phát triển du lịch một cách đồng bộ. Việc xây dựng các công trình mới cũng như trùng tu, sửa chữa những công trình hiện có được tập trung tại làng du lịch cộng đồng Đhorông; suối nước nóng tại thôn Bhorông 2 (huyện Đông Giang); Làng du lịch Pomu; nhà sàn Aliêng (huyện Tây Giang); các homestay Hồng Hạ, Hương Danh, làng Việt Tiến và thôn A Kal (huyện A Lưới). Một số tuyến, điểm du lịch hấp dẫn, thu hút sự quan tâm khai thác của các doanh nghiệp lữ hành (Công ty cổ phần HG Huế, Công ty cổ phần Đại Bàng, Công ty cổ phần Hội An,...) với các sản phẩm du lịch chính được liên kết bao gồm: tour làng du lịch tham quan di tích lịch sử, sinh thái Pomu; tour du lịch cộng đồng tại huyện Đông Giang; tour du lịch homestay tại A Lưới. Các huyện cũng tổ chức các hoạt động thiết kế, sản xuất các mặt hàng lưu niệm và quà tặng du lịch đặc trưng 4 huyện; xây dựng khu văn hóa, du lịch và ẩm thực góp

phần giới thiệu nét văn hóa, các làng nghề truyền thống, các mặt hàng nông sản đặc trưng của địa phương tại các trung tâm sinh hoạt văn hóa huyện.

- *Hợp tác phát triển và tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch:* Đã có nhiều hoạt động được triển khai thực hiện trong khuôn khổ hợp tác như: Hội thảo trưng bày giới thiệu sản phẩm du lịch của 4 huyện tại huyện Đông Giang; Ngày hội Văn hóa, Thể thao và Du lịch các dân tộc miền núi tỉnh Thừa Thiên Huế lần thứ XII năm 2017; tổ chức các gian hàng du lịch, giới thiệu sản phẩm du lịch tại các sự kiện do tỉnh cũng như Trung ương tổ chức (Đêm Văn hóa Cơ Tu tại Hội An 15/5/2017); Ngày hội giao lưu văn hóa Việt Nam - Lào tại thành phố Sơn La năm 2017; Liên hoan văn hóa thể thao và phục dựng lễ hội truyền thống người Cơ Tu năm 2017 tại Đà Nẵng; Lễ trình diễn nghi thức dựng cây nêu và giao lưu văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam; Festival Di sản Quảng Nam lần thứ VI - 2017,...(Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2019).

+ Các địa phương đã liên kết tổ chức đón đoàn Famtrip (Quảng Nam, Thừa Thiên Huế, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội) khảo sát một sản phẩm du lịch cộng đồng tiềm năng tại 4 huyện - sản phẩm “Con đường thiên nhiên” năm 2017. Tham gia các buổi khảo sát có đại diện cho cơ quan quản lý nhà nước của các huyện tham gia liên kết, các doanh nghiệp lữ hành trong vùng chuyên khai thác thị trường khu vực miền núi phía tây và các phóng viên, báo chí. Các địa phương cũng đã tổ chức đón và giới thiệu đoàn Famtrip đến từ Hàn Quốc và tổ chức JICA - Nhật Bản (2017) (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2019).

+ Để đẩy mạnh quảng bá du lịch, cụm liên kết cũng đã cho ra đời "Cẩm nang du lịch" tuyến đường Hồ Chí Minh xuyên thoại qua Đông Giang - Nam Giang - Tây Giang -

A Lưới. Đồng thời, 4 huyện cũng đã hợp tác với các đoàn làm phim VTV1, VTV8,... thực hiện nhiều chương trình chung như “S Việt Nam - Một Việt Nam kỳ diệu” tại huyện Đông Giang; Atlas miền Trung - Văn hóa Cơ Tu...; đồng thời sử dụng các hình thức quảng bá khác như in tờ rơi, pa nô và ảnh khổ lớn,...

Trong năm 2017, có 68 tours với tổng lượt khách đến tham quan 4 huyện là 32.735 và tổng doanh thu từ du lịch đạt 7,4 tỷ đồng (tăng 781 triệu đồng so với năm 2016) (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2018).

(ii) Liên kết du lịch sinh thái ở vùng Quảng Nam và Thừa Thiên Huế

Năm 2016, Dự án Trường Sơn xanh của Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) đã hỗ trợ Quảng Nam và Thừa Thiên Huế trong việc tăng khả năng thích ứng tự nhiên cho cộng đồng đang sinh sống; trong đó, có dự án về phát triển du lịch sinh thái tại một số điểm du lịch tiềm năng ở huyện Nam Đông, A Lưới và tỉnh Quảng Nam. Hiện trạng hợp tác phát triển sản phẩm du lịch giữa các địa phương như sau:

- *Hợp tác xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng*: tháng 1/2018, dự án đã triển khai tại 2 tỉnh Thừa Thiên Huế và Quảng Nam, theo đó các sản phẩm du lịch chính bắt đầu được xác định và hình thành sản phẩm du lịch bổ trợ đặc trưng cho từng địa phương. Cụ thể:

+ Các huyện miền núi Thừa Thiên Huế phát triển sản phẩm tại Khu bảo tồn Sao La (thôn AK1, thôn Pa Hy, thôn A Nô) với nét đặc trưng về đa dạng sinh học kết hợp văn hoá riêng biệt của dân tộc ít người. Tại Vườn quốc gia Bạch Mã (thôn Dối), sản phẩm du lịch là cảnh quan tự nhiên với suối, thác, rừng, núi nguyên sơ và văn hoá cộng đồng địa phương.

+ Tại Quảng Nam, các địa điểm được tổ chức USAID lựa chọn phát triển du lịch liên kết lần lượt là Khu bảo tồn thiên nhiên Phú

Ninh (thôn Đòng Cỏ), Khu bảo tồn thiên nhiên Sông Thanh (thôn Za Ra), Khu bảo tồn loài và sinh cảnh voi (thôn Xuân Hoà 1) và Khu bảo tồn thiên nhiên Sao La (thôn Bôhông 1, thôn Đrhoong, thôn Tà Làng, thôn A Rốt). Đặc trưng sản phẩm du lịch tại các lãnh thổ này là sinh thái tự nhiên và nhân văn địa phương.

- *Hợp tác phát triển và tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch*: Việc đẩy mạnh quảng bá du lịch, đặc biệt nghề dệt Zèng của A Lưới (đã được công nhận di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia vào tháng 1/2019) đã tạo cơ hội thu hút đầu tư phát triển du lịch tại khu vực. Từ tháng 2/2018 đến 12/2019, đã có 1 công ty tham gia đầu tư với số vốn 30 tỷ đồng vào điểm du lịch Thác Mơ của Nam Đông (Công ty YesHue Eco). Ngoài ra, còn có nhiều doanh nghiệp khác đã tiến hành khảo sát các điểm du lịch tiềm năng. Về xúc tiến du lịch thông qua đầu tư điểm du lịch trích từ ngân sách nhà nước, tại huyện A Lưới, ngoài hỗ trợ từ Dự án Trường Sơn Xanh là 400 triệu, chính quyền địa phương đã đầu tư 3,2 tỉ đồng vào hạng mục xây dựng, nâng cấp đường giao thông và bãi đỗ xe, hình thành cơ sở hạ tầng thuận tiện hơn để đón khách du lịch. Huyện Tây Giang (Quảng Nam) cũng đã đầu tư 300 triệu đồng vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng, nâng cấp đường giao thông và nhà gương tại những nơi được chọn làm trung tâm phát triển sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng (UBND huyện Nam Đông, 2019; UBND huyện A Lưới, 2020).

(iii) Mô hình liên kết du lịch trên tuyến Hành lang Kinh tế Đông-Tây

Tuyến Hành lang kinh tế Đông - Tây (EWEC) được thành lập vào tháng 10/1998 và chính thức thông tuyến vào ngày 20 tháng 12 năm 2006. EWEC là một trong 5 dự án của Tiểu vùng sông Mê Kông mở rộng (GMS) và là một dự án lớn, liên kết nhiều lĩnh vực trong đó có phát triển du lịch của 13 tỉnh thuộc 4

nước Việt Nam, Lào, Thái Lan, Myanmar, với chiều dài 1.450km.

- *Hợp tác xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng*: Myanmar đẩy mạnh sản phẩm du lịch tâm linh, thăm chùa chiền, trải nghiệm làng nghề, chế tác tranh ảnh nghệ thuật, đồ thủ công mỹ nghệ, sơn mài, tơ tằm ở các vùng quê, tìm hiểu mùa rổi. Thái Lan phát triển sản phẩm du lịch gắn liền tâm linh, trải nghiệm các lễ hội truyền thống của người Phật giáo như Lễ Magha Puja tháng 2 (Phật thuyết pháp), Lễ Visaka Puja tháng 5 (lễ Phật Đản)... Lào đang xây dựng sản phẩm du lịch với trải nghiệm lễ hội, tìm hiểu di tích lịch sử - văn hoá gắn với di tích tháp, các cánh đồng chum, trụ đá.... Tại Việt Nam, tuyến du lịch này được bắt đầu ở cửa khẩu quốc tế Lao Bảo, La Hay sau đó theo Quốc lộ 9 và giao với đường Hồ Chí Minh Tây tại cầu Đakrông tới địa phận A Lưới. Các sản phẩm du lịch được tập trung xây dựng gắn với du lịch sinh thái, cộng đồng của người Bru-Vân Kiều ở huyện Đakrông, Hướng Hoá và cộng đồng người Tà Ôi ở huyện A Lưới. Tại huyện Hướng Hoá, Đakrông, A Lưới, các sản phẩm du lịch được hình thành thông qua xây dựng hệ thống nhà ngắm cảnh, nhà trưng bày, sân lễ hội tại trung tâm văn hoá. Đối với các homestay, Dự án hỗ trợ kỹ thuật, trang bị cơ sở vật chất thiết yếu sau đó bàn giao tới cộng đồng địa phương vận hành. Theo đó, Dự án tập trung vào đa dạng hoá, tránh trùng lặp sản phẩm du lịch trên tuyến Hành lang Kinh tế Đông Tây; thiết lập và phát triển các tour du lịch do chính các cộng đồng thiết kế và vận hành với sự hướng dẫn của các chuyên gia; thiết lập mạng lưới cung cấp sản phẩm cho cộng đồng theo chuỗi, quảng bá du lịch chéo giữa các địa phương; kết nối các sản phẩm cộng đồng với nền nông nghiệp sạch dựa trên nguyên tắc phát triển du lịch bền vững trong khu vực liên kết. Ngoài ra, một số sản phẩm du lịch khác cũng được đưa vào khai thác như

du lịch tham quan chiến trường xưa, du lịch tâm linh, du lịch trên con đường Hồ Chí Minh huyền thoại.

- *Hợp tác phát triển và tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch*: Trong khuôn khổ Dự án này, đã có nhiều hoạt động được triển khai dưới các hình thức tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn của các bên liên quan để thảo luận và thống nhất về hợp tác thúc đẩy phát triển du lịch (Hội thảo quốc tế Hợp tác phát triển du lịch giữa các tỉnh Bắc miền Trung Việt Nam với Lào và Thái Lan; Tọa đàm phát triển du lịch Hành lang kinh tế Đông Tây,...) (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2019). Ngoài ra, có nhiều hội chợ giới thiệu các sản phẩm du lịch, kêu gọi đầu tư được tổ chức tại Đà Nẵng, Huế và Đông Hà. Bên cạnh đó, có nhiều doanh nghiệp du lịch khác đã tiến hành khảo sát các điểm du lịch tiềm năng như: Công ty BJ Korea và Công ty Jungle Boos (2019) quy hoạch đầu tư vào khai thác du lịch tại suối Tà Đủ và khai thác du lịch sinh thái tại xã Hướng Việt; Công ty My Anh (2019) quy hoạch đầu tư vào khu phức hợp tâm linh và du lịch sinh thái hồ Tân Độ tại huyện Hướng Hoá; Công ty Chua Me Đất (2018) lập quy hoạch đầu tư vào khu sinh thái suối nước nóng Klu (huyện Đakrông) (Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế, 2019).

2.2. Đánh giá chung về liên kết phát triển sản phẩm du lịch

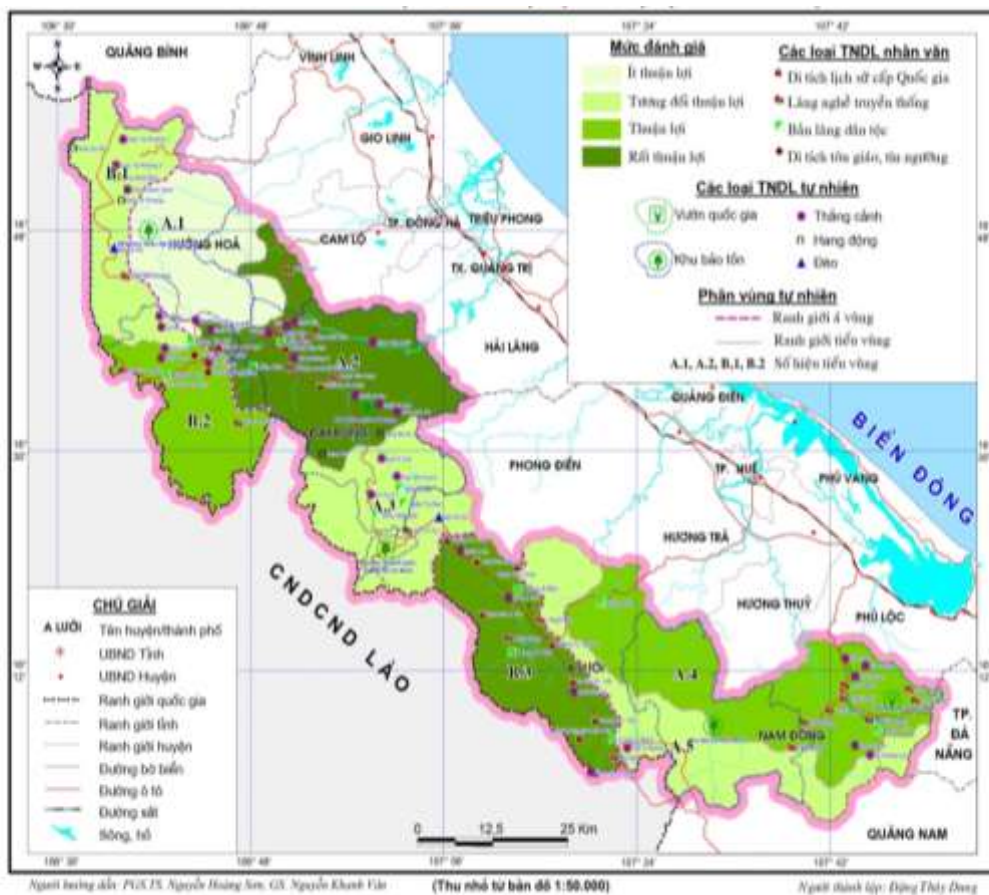
Liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch tại các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên là một xu thế tất yếu. Các sản phẩm du lịch đặc trưng của lãnh thổ đang dần hình thành thông qua các mô hình liên kết du lịch này. Một số sản phẩm du lịch được ưu tiên phát triển trên lãnh thổ, bao gồm: (i) Các sản phẩm gắn với di tích lịch sử - cách mạng: Tham quan, nghiên cứu các di tích thời kỳ chống Mỹ gồm Đường mòn Hồ Chí Minh (Con đường huyền thoại); Cụm quốc lộ 9 (Nghĩa trang Trường Sơn, Cam Lộ, Khe

Sanh, Tà Cơn) và các điểm di tích trên Đường Hồ Chí Minh Tây; (ii) Các sản phẩm du lịch sinh thái gắn với sông suối, cảnh quan và giáo dục môi trường tại các khu vực vườn quốc gia, các khu bảo tồn thiên nhiên; (iii) Các sản phẩm gắn với đặc trưng văn hoá cộng đồng dân tộc ít người: Bru - Vân Kiều, Tà Ôi và Cơ Tu.

- Xét về mặt phạm vi không gian liên kết du lịch của các huyện miền núi Trị - Thiên, hầu hết các hoạt động du lịch còn mang tính độc lập, bị chi phối bởi ranh giới hành chính. Sự liên kết trên các tuyến du lịch liên vùng, liên quốc gia chưa hiệu quả; mặt khác giữa các địa phương này vẫn chưa hình thành mô hình liên kết phát triển sản phẩm du lịch

chung, các hoạt động du lịch chỉ mang tính thần hưởng ứng liên kết để phát triển du lịch. Theo nghiên cứu, các huyện miền núi thuộc khu vực Trị - Thiên hội tụ nhiều điều kiện thuận lợi cho liên kết du lịch, đặc biệt có nét tương đồng về tự nhiên (địa hình, đa dạng sinh học tại khu bảo tồn thiên nhiên,...), đa dạng các giá trị văn hoá và mối quan hệ mật thiết truyền thống về lịch sử đấu tranh trong quá khứ (vùng ác liệt nhất trên Đường mòn Hồ Chí Minh thời chiến) (Đặng Thùy Dung, Nguyễn Hoàng Sơn, 2017, 2020; Đặng Thùy Dung, 2020). Do vậy, việc liên kết vùng giữa các địa phương này sẽ tạo nên lợi thế so sánh lớn về mặt vị trí địa lý, tài nguyên so với một số vùng núi có cùng đặc điểm ở nước ta.

Hình 1: BẢN ĐỒ ĐÁNH GIÁ TÀI NGUYÊN DU LỊCH PHỤC VỤ LIÊN KẾT SẢN PHẨM DU LỊCH CÁC HUYỆN MIỀN NÚI KHU VỰC TRỊ - THIÊN



Nguồn: Tác giả lập.

3. Định hướng và giải pháp liên kết phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng

3.1. Định hướng phát triển các sản phẩm du lịch

(i) Các tuyến du lịch chuyên đề

+ Tuyến du lịch gắn với di tích lịch sử - cách mạng: Đông Hà - Thị xã Quảng Trị - Cam Lộ - Hướng Hoá - Đakrông - A Lưới - Quảng Nam. Đây là tuyến du lịch chạy dọc theo Quốc lộ 1A, Quốc lộ 9, Đường Hồ Chí Minh Tây.

- Tuyến du lịch sinh thái: Huế - Vườn quốc gia Bạch Mã (địa phận thuộc Nam Đông) - Quảng Nam - A Lưới (Khu bảo tồn loài Sao La, rừng nguyên sinh A Roàng) - Khu bảo tồn thiên nhiên Đakrông - Hướng Hoá (Hồ Rào Quán, động Voi Mẹp, khu bảo tồn Bắc Hướng Hoá) - Quảng Bình. Tuyến du lịch chạy dọc theo Quốc lộ 1A, Cao tốc La Sơn - Tuý Loan (dự kiến thông đường 2021), Đường Hồ Chí Minh Tây.

- Tuyến du lịch tìm hiểu văn hoá cộng đồng dân tộc ít người: Huế - Nam Đông (văn hoá Cơ Tu ở thôn Dồi) - Quảng Nam - A Lưới (văn hoá Tà Ôi ở làng văn hoá A Nôr) - Đakrông - Hướng Hoá (tìm hiểu văn hoá cộng đồng Bru - Vân Kiều ở Tà Rụt, thôn Klu, thôn chênh Vênh) trên tuyến Quốc lộ 1A, Cao tốc La Sơn - Tuý Loan, Đường Hồ Chí Minh Tây.

(ii) Tuyến du lịch liên vùng, liên quốc gia

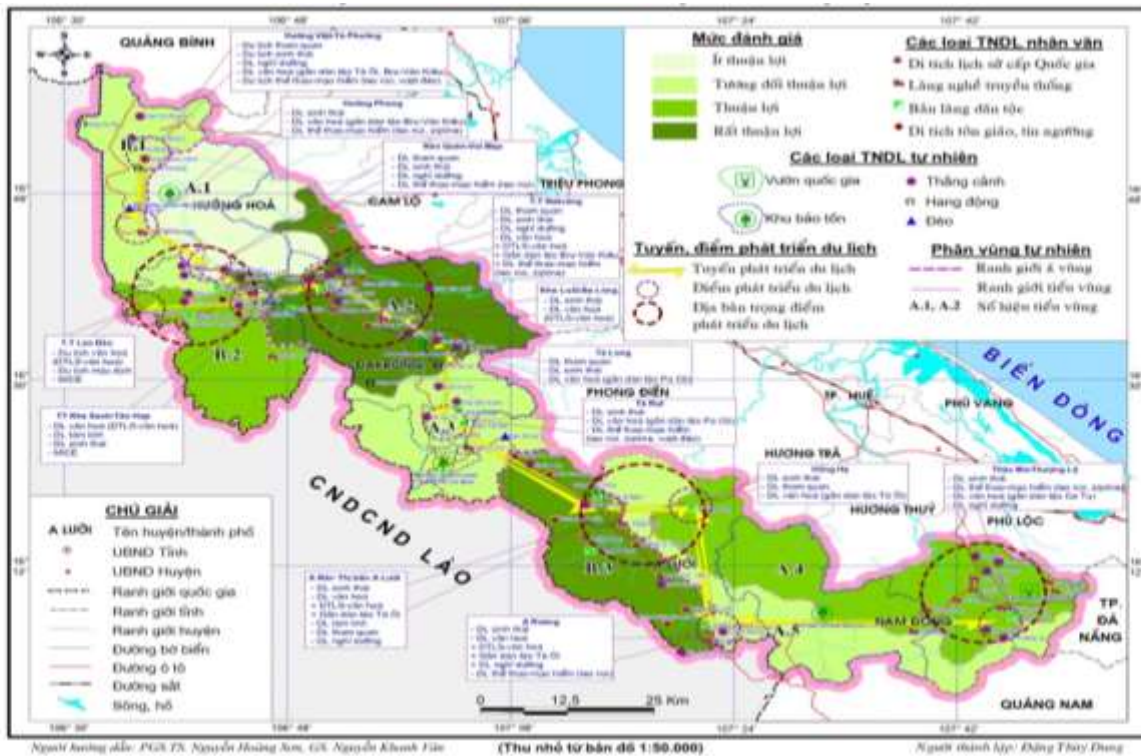
Tuyến du lịch liên kết các sản phẩm du lịch dựa vào trung tâm đầu mối gửi khách, với điểm trung chuyển khách quốc tế được xác định là Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, điểm trung chuyển còn có trung tâm khác là những cửa khẩu quốc tế trên các tuyến hành lang phát triển kinh tế của cả vùng. Đây là cơ hội để các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên đẩy mạnh hình thức liên kết song phương giữa các địa phương nhằm phát huy

điểm mạnh chung của lãnh thổ, trở thành động lực cho sự hình thành các tuyến liên kết du lịch giữa các địa phương, thu hút đầu tư. Các tuyến du lịch cụ thể:

- Tuyến Hà Nội - Quảng Bình (Phúc Trạch): Từ điểm cuối, lộ trình được chia 2 nhánh theo tuyến đường Hồ Chí Minh Đông và Tây. Nhánh Đông là từ Phúc Trạch chạy gần Quốc lộ 1A kết nối với Đường 9 tại Cam Lộ. Nhánh Tây từ Phúc Trạch - Khe Sanh - A Lưới - Phú Lộc (Thừa Thiên Huế) - Đường mòn Hồ Chí Minh. Ngoài ra, có thể kết nối từ A Lưới đi Nam Đông - Quảng Nam - Đà Nẵng và các địa phương khác qua Cao tốc La Sơn - Tuý Loan. Các sản phẩm du lịch được khai khác cho tuyến du lịch này là di tích lịch sử cách mạng, du lịch sinh thái.

- Tuyến Myanmar - Thái Lan - Lào - Quảng Trị (Lao Bảo, Khe Sanh, Đakrông) - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng, lộ trình theo Quốc lộ 9. Đây là một trong những tuyến du lịch quốc tế quan trọng của Việt Nam. Trong đó, lãnh thổ các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên là một phần nằm trong tuyến du lịch “Ngày ăn cơm ba nước”. Các điểm du lịch chính gồm trung tâm Lao Bảo, Khe Sanh, danh thắng Đakrông. Ngoài ra, để kết nối tuyến này còn có nhánh từ Campuchia - Lào - Cửa khẩu quốc tế La Hay, theo tỉnh lộ 15D. Một nhánh khác kết nối với huyện A Lưới - huyện Nam Đông - tỉnh Quảng Nam - Đà Nẵng, trên tuyến đường Hồ Chí Minh Tây, Quốc lộ 49, Cao tốc La Sơn - Tuý Loan. Đây là tuyến du lịch có tiềm năng lớn, có khả năng thu hút khách du lịch lưu trú tại các huyện miền núi A Lưới, Nam Đông nếu đáp ứng những nhu cầu thiết yếu cũng như các sản phẩm du lịch hấp dẫn du khách. Đồng thời, trong tương lai, tuyến này kéo dài từ Ấn Độ, các huyện miền núi khu vực Trị Thiên sẽ nằm trên tuyến du lịch sông Hằng - sông Mê Kông. Các sản phẩm được khai khác cho tuyến du lịch này là di tích lịch sử cách mạng, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng (Bùi Thị Tám, 2012).

Hình 2: BẢN ĐỒ ĐÁNH GIÁ TÀI NGUYÊN DU LỊCH PHỤC VỤ LIÊN KẾT SẢN PHẨM DU LỊCH CÁC HUYỆN MIỀN NÚI KHU VỰC TRỊ - THIÊN



Nguồn: Tác giả lập.

3.2. Giải pháp liên kết các sản phẩm du lịch hiệu quả

(ii) Liên kết chặt chẽ về hợp tác phát triển sản phẩm du lịch

- Các địa phương cần thống nhất, xác định từng loại sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh riêng; ưu tiên đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, nổi trội để tạo điểm nhấn cho mỗi tuyến du lịch; sản phẩm du lịch cần được thực hiện đa dạng và đồng bộ, tránh trùng lặp.

- Việc thiết lập liên kết, phối hợp giữa các địa phương, xác định chuỗi sản phẩm du lịch dành cho từng mô hình liên kết cho đến đưa sản phẩm tới tay khách du lịch sẽ gặp rất nhiều khó khăn, đòi hỏi nhiều sự trao đổi và đầu tư của các địa phương. Theo đó, để nâng cao chất

lượng sản phẩm du lịch, các địa phương cần thiết lập quy trình hợp tác theo thứ tự sau: đánh giá sản phẩm, hoàn thiện các điểm đến, xúc tiến và tăng cường hợp tác với các công ty lữ hành để bán sản phẩm, xây dựng và phát triển thương hiệu chung.

- Mặt khác, các địa phương cũng cần có kế hoạch nâng cao, đầu tư mới về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, đặc biệt là hệ thống đường giao thông, điện và nước sạch tại điểm du lịch. Đây là điều kiện đầu tiên cần có để thu hút đầu tư từ doanh nghiệp, phát triển liên kết giữa các địa phương (Trần Nghi và cộng sự, 2004).

(ii) Hợp tác phát triển và tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch

- Cần nghiên cứu xây dựng website du lịch chung, đảm bảo tính hiện đại trên cả góc độ

giao diện và công nghệ như thường xuyên thay đổi và cập nhật theo xu hướng sử dụng trang web của người đi du lịch. Tuy nhiên, việc duy trì trang web này sẽ cần chi phí khá lớn, do vậy cần tận dụng cơ chế hợp tác quốc tế dưới hình thức tài trợ của các cơ quan, tổ chức phi chính phủ. Đặc biệt, cần có sự tham gia, kết hợp với doanh nghiệp trong việc quản lý và cập nhật thông tin, duy trì trang web sau khi các dự án hỗ trợ kết thúc. Các doanh nghiệp có thể kinh doanh và thu lợi nhuận trực tiếp trên trang web.

- Ngoài ra, để tăng cường hiệu quả của công tác tuyên truyền quảng bá, có thể phát triển các công cụ trực tuyến khác như mạng xã hội: Facebook, Instagram, Youtube,... Các thông tin từ mạng xã hội có thể bổ sung nội dung cho trang web du lịch của lãnh thổ; đồng thời cần phát triển các nội dung số thông qua bài viết, hình ảnh, video về du lịch vùng cao Trị - Thiên.

- Liên kết xuất bản các ấn phẩm chung của du lịch miền núi Trị - Thiên: Cần có những ấn phẩm thống nhất chung của vùng và các địa phương và đa dạng các ấn phẩm du lịch như tờ rơi, tập gấp, sách hướng dẫn du lịch, sổ tay du lịch dành cho hướng dẫn viên. Cần đẩy mạnh quảng bá du lịch trong công tác truyền thông, hội chợ du lịch; thực hiện quảng bá chéo, nhất là các chương trình, sự kiện tổ chức chung hoặc tại các điểm du lịch, trạm dừng chân của mỗi địa phương.

- Đối với liên kết xúc tiến quảng bá điểm đến: Thực hiện các hoạt động quảng bá xúc tiến trên tuyến đường Hồ Chí Minh giữa 4 huyện A Lưới, Tây Giang, Đông Giang, Nam Giang đã cho thấy, chủ yếu các huyện hợp tác theo hình thức cùng nhau tới điểm du lịch và trưng bày các sản phẩm du lịch riêng của mình. Đây là cách làm chưa thực sự thể hiện rõ được sự liên kết giữa các địa phương tham gia. Do vậy, việc quản lý điểm đến và xúc tiến

quảng bá điểm đến ở các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên sau khi kí kết, xác lập mô hình liên kết cần thực hiện các nội dung sau:

+ Đẩy mạnh vai trò của doanh nghiệp du lịch và sự liên kết giữa cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và doanh nghiệp trong xúc tiến quảng bá điểm đến.

+ Cải thiện sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của từng thị trường: Khuyến khích phát triển sản phẩm theo định hướng thị trường thông qua kết nối chặt chẽ với các đơn vị điều hành tour; tăng cường đào tạo về chất lượng sản phẩm.

+ Xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm và marketing cho các tuyến du lịch nội vùng qua các tỉnh, huyện thuộc Trị - Thiên, gồm các tuyến đường di sản văn hoá trên Quốc lộ 1A, tuyến du lịch trên Đường Hồ Chí Minh Tây và Đông, tuyến du lịch xuyên biên giới trên Hành lang Kinh tế Đông Tây.

Kết luận

Hợp tác phát triển sản phẩm du lịch là một xu thế tất yếu khách quan trên lãnh thổ các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên. Địa bàn nghiên cứu đang đứng trước nhiều cơ hội thuận lợi để hợp tác hình thành chuỗi sản phẩm du lịch đặc trưng. Tuy nhiên, hiện trạng hoạt động các mô hình liên kết du lịch cho thấy hầu hết các địa phương tham gia hợp tác vẫn chủ yếu là thúc đẩy quảng bá, xúc tiến du lịch; chưa thực sự chú ý tới đánh giá chặt chẽ, hiệu quả chuỗi sản phẩm đã xây dựng cũng như thiếu bộ công cụ giám sát thực thi các nội dung liên kết. Hoạt động du lịch vẫn mang tính khép kín trong địa phương. Do vậy, các huyện miền núi khu vực Trị - Thiên cần xây dựng mô hình liên kết phát triển sản phẩm du lịch theo tuyến theo hướng chất lượng và gắn liền với phát triển kinh tế - xã hội, bền vững tài nguyên.

Tài liệu tham khảo

1. Đặng Thùy Dung (2020). *Đánh giá điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên phục vụ phát triển du lịch các huyện miền núi khu vực Trị-Thiên*. Luận án tiến sĩ Địa lí, Trường Đại học Sư phạm Huế.
2. Đặng Thùy Dung và Nguyễn Hoàng Sơn (2017), *Đánh giá hiện trạng và đề xuất giải pháp phát triển du lịch các huyện miền núi tỉnh Thừa Thiên Huế*, *Tạp chí Khoa học-Đại học Huế*, tập 126, số 7A, 2017, trang 5-14.
3. Đặng Thùy Dung và Nguyễn Hoàng Sơn (2018), *Hiện trạng và giải pháp phát triển du lịch các huyện miền núi tỉnh Quảng Trị*, *Kỷ yếu Hội nghị Khoa học Địa lý toàn quốc lần thứ X/2018*, NXB Đại học Sư phạm Đà Nẵng.
4. Hoàng Văn Hoa (2019). *Nghiên cứu chính sách giải pháp và xây dựng mô hình liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch ở vùng Tây Bắc*, Chương trình Khoa học và Công nghệ trọng điểm cấp Nhà nước giai đoạn 2013-2018 “Khoa học và công nghệ phục vụ phát triển bền vững Tây Bắc”, Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Quốc gia, Hà Nội.
5. Trần Nghi và cộng sự (2004). *Đánh giá tổng hợp tài nguyên, điều kiện tự nhiên, môi trường, kinh tế-xã hội nhằm định hướng phát triển bền vững khu vực biên giới phía Tây từ Thanh Hóa đến Kon Tum*, Trường Đại học Quốc gia, Hà Nội.
6. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2015), *Cụm liên kết hợp tác phát triển du lịch 4 huyện miền núi (2015)*. Biên bản ghi nhớ về Liên kết hợp tác phát triển du lịch trên tuyến đường Hồ Chí Minh của các huyện Đông Giang, Nam Giang, Tây Giang (Quảng Nam) và huyện A Lưới (Thừa Thiên Huế).
7. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2018) *Cụm liên kết hợp tác phát triển du lịch 4 huyện miền núi*. Báo cáo Công tác liên kết hợp tác phát triển du lịch đầu năm 2017 giữa các huyện A Lưới (Thừa Thiên Huế), Đông Giang, Tây Giang, Nam Giang (Quảng Nam).
8. Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế (2019), *Báo cáo liên kết phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế và Quảng Trị, Quảng Nam*
9. Bùi Thị Tám (2012). *Đánh giá khả năng thu hút khách du lịch của Hành lang Kinh tế Đông Tây phía Việt Nam*, Báo cáo tổng kết Đề tài Nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Khoa Du lịch, Đại học Huế.
10. UBND huyện A Lưới (2020). *Kế hoạch Phát triển các điểm du lịch trên địa bàn huyện A Lưới*.
11. UBND huyện Nam Đông (2019). *Báo cáo Tình hình thực hiện Nghị quyết 03-NQ/TU ngày 8/11/2020 của Tỉnh ủy về phát triển du lịch, dịch vụ Thừa Thiên Huế giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn huyện*.

Thông tin tác giả:**1. Đặng Thùy Dung, ThS, NCS**

- Đơn vị đào tạo: Khóa 1 - Trường ĐHSPT - ĐH Huế

- Địa chỉ email: dangthuydunghn@gmail.com

Ngày nhận bài: 2/3/2020

Ngày nhận bản sửa: 25/5/2020

Ngày duyệt đăng: 15/6/2020

2. Nguyễn Hoàng Sơn, PGS.TS

- Đơn vị công tác: Khoa Địa lý - Trường ĐHSPT - ĐH Huế