

Xây dựng sản phẩm du lịch Đắk Nông theo định hướng liên kết vùng

Ngô Thị Phương Lan*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Tây Nguyên là vùng du lịch với giá trị tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa có nét đặc trưng riêng và đã hình thành nên các trung tâm du lịch đặc sắc của Việt Nam như Đà Lạt và Buôn Ma Thuột. Bên cạnh các cực trọng điểm này, hiện nay một trong những địa phương của vùng đang có nhiều tiềm năng về lõi giá trị tài nguyên có khả năng hình thành nên không gian cung ứng dịch vụ du lịch mới gắn liền với các cảnh quan sinh thái tự nhiên tiêu biểu và giá trị văn hóa tộc người đặc sắc là tỉnh Đắk Nông. Với lợi thế tài nguyên đặc trưng sẵn có cùng với vị trí địa lý có khả năng kết nối cao với thị trường gửi khách thành phố Hồ Chí Minh và các trung tâm lân cận của địa bàn Tây Nguyên và Nam Trung Bộ, Đắk Nông có đủ điều kiện để phát triển thành điểm đến du lịch mới tạo nên thế đối trọng và góp phần kích thích sản xuất, đa dạng hóa dịch vụ du lịch cho Tây Nguyên nói riêng và Việt Nam nói chung.

Dựa trên kết quả nghiên cứu khảo sát thực địa vào tháng 7 năm 2018 và tháng 1 năm 2019, bài viết đề xuất các hướng xây dựng sản phẩm du lịch tổng thể Đắk Nông theo định hướng liên kết vùng. Quan điểm của bài viết cho rằng xây dựng sản phẩm du lịch là điều cần thiết để phát triển du lịch và phải theo định hướng liên kết vùng. Xây dựng sản phẩm du lịch Đắk Nông theo định hướng liên kết vùng cần phải được phát triển dựa trên lợi thế cạnh tranh của các sản phẩm của từng địa phương. Và khác với các liên kết vùng kinh tế trong đó nhà nước đóng vai trò quan trọng, nắm vai trò chính trong các chuỗi giá trị liên kết du lịch này phải là các doanh nghiệp du lịch và Nhà nước giữ vị trí chủ đạo trong việc tạo môi trường cho các chuỗi này hoạt động.

Từ khóa: sản phẩm du lịch, liên kết vùng, Đắk Nông, chuỗi giá trị du lịch

DẪN NHẬP

Đắk Nông là tỉnh mới được thành lập tại Tây Nguyên vào năm 2004. Vì vậy, vấn đề phát triển kinh tế nói chung và du lịch nói riêng tại địa bàn này đang được tái định hướng đến mục tiêu nâng cao vị thế và xây dựng hình ảnh nhận diện cho Đắk Nông. Trong những năm gần đây, hàng loạt chính sách, định hướng của tỉnh nói riêng cũng như vùng du lịch Tây Nguyên nói chung và tinh thần Nghị quyết Trung ương 08 (2017) của Bộ Chính Trị về phát triển du lịch đã tạo động lực mạnh mẽ cho việc khai thác và phát triển trên địa bàn tỉnh Đắk Nông. Kỳ vọng của địa phương là xây dựng được sản phẩm du lịch và dần định hình một điểm đến Đắk Nông có tính bản sắc, độc đáo, ngày càng hấp dẫn với sự đầu tư đồng bộ về cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng nhằm nâng cao hiệu quả ngành kinh tế du lịch của địa phương cũng như kết nối tốt với các trung tâm du lịch lân cận.

Với định hướng phát triển du lịch mang bản sắc của Đắk Nông, trong chiến lược phát triển du lịch của tỉnh Đắk Nông đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, tỉnh đã lấy công viên địa chất núi lửa Krông Nô – Đắk

Nông làm điểm nhấn.^a Bên cạnh đó, trên cơ sở phân tích đặc trưng là tỉnh nằm trong vùng văn hóa Tây Nguyên có đặc trưng sinh thái và văn hóa riêng biệt, và với vị thế riêng biệt trong bản đồ phát triển của vùng du lịch Tây Nguyên, bài viết sẽ đưa ra các đề xuất xây dựng sản phẩm du lịch cho tỉnh Đắk Nông theo định hướng liên kết vùng.

Trong bài viết này chúng tôi tập trung thảo luận những vấn đề liên quan đến thực trạng khai thác du lịch, tiềm năng phát triển du lịch tại Đắk Nông. Bên cạnh đó, chúng tôi đề xuất việc xây dựng sản phẩm du lịch Đắk Nông theo định hướng liên kết vùng bằng việc mạnh đến yếu tố kiến tạo sản phẩm du lịch theo hướng gia tăng giá trị tài nguyên tự nhiên, tài nguyên nhân văn, dựa vào lợi thế cạnh tranh và nhận diện thị trường ngách. Đây mạnh việc phát huy vai trò của doanh nghiệp trong việc phát triển du lịch, nâng cao chất lượng quản lý có hiệu quả của Nhà nước nhằm đưa du lịch tỉnh Đắk Nông phát triển tương xứng với tiềm năng vốn có của nó.

^a Phòng vấn lãnh đạo UBND tỉnh Đắk Nông tháng 7 năm 2019

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

Liên hệ

Ngô Thị Phương Lan, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM

Email: ngophuonglan@hcmussh.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 18/8/2019
- Ngày chấp nhận: 9/10/2019
- Ngày đăng: 10/11/2019

DOI: 10.32508/stdjssh.v3i3.527



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Phương Lan N.T. **Xây dựng sản phẩm du lịch Đắk Nông theo định hướng liên kết vùng.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 3(3):162-172.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thu thập tư liệu phục vụ cho việc nhận diện và phân tích tình hình khai thác và phát triển du lịch tại địa bàn Đắk Nông, chúng tôi tiến hành thu thập tư liệu thứ cấp là các văn bản báo cáo và định hướng chiến lược phát triển du lịch tại địa phương bên cạnh các công trình khoa học và ứng dụng có liên quan. Đồng thời, chúng tôi đã tiến hành khảo sát thực địa tại địa bàn vào tháng 7 năm 2018 và tháng 1 năm 2019. Hai thời điểm khảo sát ứng với hai thời điểm mùa mưa và mùa khô để có được bức tranh tổng thể về tiềm năng và thực trạng khai thác du lịch của địa phương vào các mùa du lịch thấp điểm và cao điểm. Trong các đợt khảo sát thực địa, bên cạnh việc đi quan sát và trải nghiệm các tài nguyên và sản phẩm du lịch đang có tại địa phương, chúng tôi đã tiến hành phỏng vấn sâu đại diện các cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến lĩnh vực du lịch, đại diện các đơn vị kinh doanh du lịch, phỏng vấn sâu và khảo sát bằng phiếu hỏi dành cho du khách.^b Tổng cộng chúng tôi đã phỏng vấn được 123 người trong đó có 8 cán bộ quản lý các cấp, 25 người thuộc các công ty lữ hành, cơ sở lưu trú, cán bộ quản lý các khu du lịch trong và ngoài tỉnh Đắk Nông, 50 khách du lịch, và 20 người dân của các dân tộc Mnông và Ê Đê ở các buôn làng ở tỉnh Đắk Nông. Thông qua các dữ liệu thứ cấp và sơ cấp thu thập được tác giả tiến hành phân tích thực trạng khai thác du lịch và đề xuất cách thức xây dựng sản phẩm du lịch địa phương theo định hướng liên kết vùng.

CÁC HƯỚNG TIẾP CẬN NGHIÊN CỨU VỀ XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH THEO ĐỊNH HƯỚNG LIÊN KẾT VÙNG

Xây dựng sản phẩm du lịch

Theo Luật Du lịch Việt Nam năm 2017, sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu cho khách du lịch. Bên cạnh cách hiểu này, còn có nhiều quan điểm khác nhau về sản phẩm du lịch tùy theo cấp độ nhìn nhận ví dụ một món hàng cụ thể (món ăn, đồ lưu niệm...) hay món hàng không cụ thể (chất lượng dịch vụ, điểm đến, cảnh quan, không khí...). Trong giới hạn bài viết này, chúng tôi theo quan điểm của Simon Hudson (2007), sản phẩm du lịch là một “nhóm các thành tố hoặc thành phần được chọn lọc tập hợp

^b Đây là các du khách Việt Nam từ thành phố Hồ Chí Minh đi tham quan các điểm du lịch tại Đắk Nông theo chương trình do Công ty du lịch Văn Khoa thuộc Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh thiết kế. Tour du lịch này được thiết kế dựa trên kết quả khảo sát và tư vấn của đề tài về các tuyến điểm tại Đắk Nông. Các phiếu khảo sát dành cho du khách để hỏi về đánh giá của du khách về thực trạng, tiềm năng và kỳ vọng của du khách đối với du lịch của Đắk Nông.

thành một “gói” để thỏa mãn các nhu cầu và mong muốn” (1, Tr.147). Sản phẩm du lịch có thể được xác định là một gói các thành tố hữu hình và vô hình, dựa vào hoạt động tại điểm đến.

Xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch địa phương là vấn đề được quan tâm nghiên cứu sâu rộng trên cả nước. Một trong các hướng nghiên cứu mạnh xây dựng sản phẩm du lịch thu hút nhiều sự quan tâm hiện nay là xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cho các địa phương. Quan điểm chung của các nghiên cứu này đó là dựa trên lợi thế cạnh tranh của địa phương về tài nguyên du lịch đó chính là độ hiếm để từ đó làm nên bản sắc của sản phẩm du lịch. Có thể kể đến các công trình như Đỗ Cẩm Thơ (2009) với công trình Nghiên cứu Xây dựng Sản phẩm Du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh trong khu vực, quốc tế. Công trình này bao gồm các nội dung cơ bản sau: hệ thống chọn lọc những vấn đề lý luận về cạnh tranh sản phẩm du lịch; tiếp cận trên quan điểm quản lý Nhà nước và kinh tế vĩ mô; phân tích và đánh giá thực trạng hệ thống sản phẩm du lịch Việt Nam: rà soát và đánh giá thực trạng sản phẩm du lịch Việt Nam hiện tại theo hai tiêu chí, cấu thành sản phẩm chung của điểm đến và sản phẩm theo các loại hình du lịch; nghiên cứu cạnh tranh và định vị sản phẩm du lịch Việt Nam trong thị trường du lịch khu vực và quốc tế; phân tích và đánh giá hệ thống sản phẩm du lịch của các nước cạnh tranh trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Singapore, Trung Quốc, Indonesia; nghiên cứu điều tra tính cạnh tranh từ góc độ tiêu dùng; tìm ra định vị hiện tại của sản phẩm du lịch Việt Nam; phân tích đặc thù và thế mạnh cho sản phẩm du lịch Việt Nam: đánh giá một cách có hệ thống các sản phẩm du lịch Việt Nam, so sánh, xác định sản phẩm du lịch Việt Nam với các sản phẩm cạnh tranh, tập trung 3 nhóm sản phẩm du lịch (sản phẩm du lịch biển đảo, sản phẩm du lịch văn hoá, sản phẩm du lịch sinh thái); phân tích kết quả nghiên cứu cạnh tranh với các đối thủ quốc tế; phân tích khả năng cạnh tranh của sản phẩm từ phía cung - cầu của thị trường du lịch Việt Nam; tìm hiểu một số đặc điểm và nhu cầu thị trường khách quốc tế đối với sản phẩm du lịch Việt Nam; đề xuất biện pháp chủ yếu góp phần tăng cường tính cạnh tranh của sản phẩm du lịch Việt Nam². Hay như Hoàng Thị Thu Thảo (2012) với công trình nghiên cứu Phát triển Sản phẩm Du lịch tại Thành phố Đà Nẵng đã nêu lên được thực trạng về phát triển sản phẩm du lịch và loại hình du lịch trong giai đoạn 2006 đến 2011 thông qua việc tìm hiểu tiềm năng tài nguyên du lịch, định hướng phát triển sản phẩm du lịch Đà Nẵng. Tác giả đã thống kê các tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch của Đà Nẵng, nêu lên được những thuận lợi, tồn tại, nguyên nhân trong quá trình phát triển sản phẩm du

lịch. Từ những đánh giá thực trạng trong việc phát triển sản phẩm du lịch tại thành phố Đà Nẵng, tác giả xác định sản phẩm du lịch biển là sản phẩm du lịch đặc thù của Đà Nẵng và đưa ra những giải pháp cơ bản nhằm góp phần nâng cao chất lượng của sản phẩm du lịch³. Nằm trong xu hướng nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch còn có Võ Thị Bích Phương (2015) với công trình Nghiên cứu Phát triển Sản phẩm Du lịch Văn hoá Quảng Bình. Tác giả đã hệ thống và phân tích và nhấn mạnh việc tập trung khai thác vào sản phẩm du lịch văn hóa tại Quảng Bình. Quan điểm chính của tác giả là cùng với sản phẩm du lịch gắn với biển và hang động, sản phẩm du lịch văn hóa sẽ nâng cao tính hấp dẫn, đa dạng cho du lịch Quảng Bình, góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch và nâng cao nguồn thu cho địa phương⁴. Phan Đông Nhật (2015) với đề tài Nghiên cứu Sản phẩm Du lịch Biển đảo Quảng Nam tập trung phân tích tính nổi bật về mặt tài nguyên du lịch gắn liền với biển, đảo tại Quảng Nam. Từ đó, tác giả đề xuất các giải pháp góp phần nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu của khách du lịch, thu hút cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch, góp phần nâng cao đời sống người dân vùng biển đảo. Hay nói cách khác đóng góp lớn nhất của đề tài là đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng sản các sản phẩm du lịch biển đảo Quảng Nam⁵.

Trong các ấn phẩm liên quan đến việc xây dựng sản phẩm du lịch còn có Đề án Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng đồng bằng sông Cửu Long do Tổng cục Du lịch (2015) biên soạn. Đề án phân tích các thế mạnh và tính độc đáo về mặt tài nguyên du lịch của đồng bằng sông Cửu Long nhằm xây dựng các sản phẩm du lịch độc đáo cho vùng. Quan điểm chủ đạo và then chốt của đề án là liên kết phát triển du lịch bao gồm các nội dung chính sau: liên kết phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt là sản phẩm du lịch đặc thù của vùng, xây dựng và khai thác tour, tuyến điểm du lịch, trên cơ sở vai trò, trách nhiệm của từng địa phương đã được xác định; liên kết xây dựng thương hiệu và xúc tiến quảng bá điểm đến (vùng), đặc biệt là xây dựng bộ tiêu chí sản phẩm du lịch; liên kết đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch, chú trọng kỹ năng nghề cho các đối tượng lao động tham gia trực tiếp vào cấu thành sản phẩm du lịch đặc trưng vùng; liên kết phát triển hạ tầng du lịch vùng nói chung và trực tiếp là nâng cấp hệ thống các cầu thuyền tiếp cận các điểm tham quan trên các cù lao, bên bờ sông Tiền, sông Hậu và sông Vàm Cỏ, hệ thống các đường nội bộ trong các khu dân cư, miệt vườn tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch trải nghiệm cuộc sống người dân; liên kết xây dựng chính sách đặc thù, tạo môi trường thuận lợi cho phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng⁶.

Gần đây nhất có nhóm tác giả Võ Văn Sen – Ngô Thị Phương Lan – Ngô Thanh Loan (2018) với ấn phẩm Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù đồng bằng sông Cửu Long: Lý thuyết và Thực tiễn. Điểm nhấn của ấn phẩm này trình bày cách tiếp cận xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù nhìn từ “độ hiếm” của tài nguyên và “năng lực” cung ứng dịch vụ du lịch⁷.

Các công trình trên tập trung xây dựng vào việc phân tích về thế mạnh tài nguyên, các điều kiện hình thành thị trường du lịch, vai trò của các bên liên quan trong phát triển du lịch. Đặc biệt “đặc thù hóa sản phẩm” đã được đẩy mạnh triển khai nghiên cứu. Trong bối cảnh xây dựng sản phẩm du lịch cho tỉnh Đắk Nông, từ quan điểm của Simon Hudson (2017) và kế thừa các công trình đã đi trước chúng tôi cũng sẽ tiếp cận dựa trên khía cạnh “tài nguyên đặc thù” hay “độ hiếm” để xây dựng sản phẩm du lịch cho tỉnh Đắk Nông. Tính mới của sản phẩm du lịch Đắk Nông trong bài viết này là đặt trong bối cảnh liên kết vùng để từ đó định vị tính đặc thù của sản phẩm.

Liên kết vùng trong phát triển du lịch

Theo Goetz (2006), Gorynia và Jankowska (2007) (dẫn lại từ Kachniewska (2013))⁸ các chủ đề cốt lõi của hợp tác du lịch liên kết vùng bao gồm chính phủ và doanh nghiệp du lịch. Cụ thể, trước đây liên kết này chủ yếu bao gồm văn phòng du lịch, các cơ quan chính phủ và các tổ chức cộng đồng khác; sau này bao gồm các điểm du lịch, công ty du lịch, doanh nghiệp ăn uống và giải trí, khách sạn, doanh nghiệp du lịch và vận tải, và doanh nghiệp sản xuất và bán hàng. Cơ quan có liên quan của hợp tác du lịch liên kết vùng bao gồm cả các tổ chức phi chính phủ, công chúng, giới truyền thông và các tổ chức khác.

Hợp tác giữa các ban ngành của chính phủ là hình thức ban đầu và quan trọng nhất trong liên kết khu vực. Hợp tác này đóng vai trò hàng đầu và doanh nghiệp du lịch là cơ quan thực hiện liên kết này. Các tổ chức phi chính phủ là cầu nối giữa chính phủ với doanh nghiệp và giữa các doanh nghiệp với nhau. Các cơ quan ban ngành là đơn vị tiến hành quy hoạch điều tiết và quản lý, thông qua việc hỗ trợ, phục vụ, giám sát và quản lý tạo ra một môi trường cạnh tranh và phát triển lành mạnh để phát triển kinh tế du lịch của khu vực. Doanh nghiệp là cơ quan chính của hoạt động kinh tế du lịch và thực hiện tối đa hóa lợi ích của mình thông qua sự kết hợp khu vực của các yếu tố tài nguyên như vốn, công nghệ, tài năng và thương hiệu. Bất kể mục đích chính của hợp tác du lịch giữa các vùng là lợi ích kinh tế hay lợi ích chính trị thì sự hợp tác đó phải dựa trên cơ chế thị trường và theo quy tắc thị trường. Nhiệm vụ quản lý vĩ mô của các ban

ngành là đảm bảo cho hoạt động của nền kinh tế du lịch. Cơ chế lợi ích của việc hợp tác liên kết vùng là tất cả các bên liên quan đều chấp nhận hợp tác trên cơ sở nâng cao lợi ích bản thân. Làm thế nào để điều phối lợi ích của các bên liên quan để các bên có thể đạt được sự phân bổ hợp tác tối ưu và làm thế nào để có thể phân chia lợi ích hợp lý, bảo đảm hợp tác có hiệu quả và lâu dài. Đây chính là những khó khăn trong công cuộc phát triển du lịch liên kết vùng.

Cũng theo các tác giả này, nội dung liên kết vùng trong du lịch chủ yếu bao gồm tổ chức lại và chia sẻ tài nguyên du lịch, chia sẻ khách du lịch, đổi mới và quảng bá sản phẩm du lịch, phát triển và trao đổi thị trường nguồn, sự kết hợp tối ưu giữa các doanh nghiệp du lịch, phân chia chức năng của du lịch khu vực và liên doanh, quảng bá hình ảnh tổng thể của du lịch khu vực, tiếp thị thống nhất, điều phối quản lý, giao thông thông suốt, trao đổi thông tin, đào tạo nhân sự, phát triển tài nguyên du lịch, quản lý doanh nghiệp du lịch, xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch, quy hoạch hình ảnh du lịch, phát triển và tiếp thị sản phẩm du lịch, đầu tư cơ sở du lịch, liên doanh du lịch, cải thiện môi trường du lịch, xây dựng tuyến du lịch và quảng bá sản phẩm...

Thông qua hợp tác du lịch khu vực, các bên hưởng lợi có thể đạt được sức mạnh tổng thể, đạt được lợi ích chung, tài nguyên và thông tin được chia sẻ, đạt được lợi thế chi phí, hoán đổi thị trường, đảm bảo lưu lượng hành khách ổn định, tăng cường khả năng chống rủi ro và phục vụ xu hướng phát triển của nhu cầu du lịch. Hợp tác du lịch khu vực là một quá trình năng động trong sự phát triển và thay đổi. Hợp tác này có thể dựa trên sự tương đồng và khác biệt về tài nguyên du lịch, về kinh tế và xã hội với mục tiêu hợp lý là cải thiện khả năng cạnh tranh du lịch của khu vực và đạt được sự phát triển tổng thể của khu vực.

Theo hướng tiếp cận này, liên kết vùng trong việc xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Nông là một định hướng cấp thiết để có thể phát huy sức mạnh của lợi thế sản phẩm du lịch tỉnh Đắk Nông trong bối cảnh Đắk Nông là một tỉnh có vị trí địa lý gắn với vùng Đông Nam Bộ và thuộc vùng Tây Nguyên.

THỰC TRẠNG KHAI THÁC VÀ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI ĐẮK NÔNG

Thực trạng khai thác du lịch tại tỉnh Đắk Nông

Tỉnh Đắk Nông được thành lập năm 2004. Đây là giai đoạn ngành du lịch Việt Nam nói chung và các địa phương nói riêng đang trên đà tăng trưởng phát triển. Nhằm khai thác phát triển du lịch trở thành ngành

kinh tế quan trọng của địa phương, sau khi thành lập tỉnh, Hội đồng Nhân dân tỉnh Đắk Nông đã thông qua đề án: “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Đắk Nông giai đoạn 2006 – 2010 và định hướng 2020”. Nội dung đề án tập trung việc giới thiệu các tiềm năng du lịch của Đắk Nông và kêu gọi đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh. Đến năm 2012, Hội đồng Nhân dân tỉnh ban hành Nghị Quyết 09/2012/NQ-HĐND về việc “Điều chỉnh, bổ sung quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Đắk Nông giai đoạn 2006 – 2010 và định hướng 2020”. Ngoài việc nhấn mạnh các lợi thế du lịch của địa phương, các loại hình du lịch được khuyến khích triển khai theo tinh thần của Nghị quyết này là du lịch sinh thái, văn hóa tâm linh và du lịch nghỉ dưỡng. Vào năm 2015, Ủy ban Nhân dân tỉnh Đắk Nông ban hành Quyết định “Kế hoạch phát triển du lịch Đắk Nông giai đoạn 2012 – 2015”. Văn bản này khuyến khích việc đầu tư vào các khu điểm du lịch quan trọng của địa phương tiêu biểu là khu du lịch sinh thái – văn hóa và lịch sử Nam Nung và cụm du lịch Dray Sáp – Trinh Nữ - Gia Long. Năm 2017, Ủy ban Nhân dân tỉnh Đắk Nông ban hành “Quyết định Về việc triển khai Nghị Quyết số 55/2016/NQ-HĐND của Hội đồng Nhân dân tỉnh quy định về khuyến khích, hỗ trợ đầu tư vào tỉnh Đắk Nông đến năm 2020”. Nội dung này đề cập cơ chế tạo động lực thông thoáng cho nhà đầu tư về thủ tục hành chính với điểm nhấn là giúp nhà đầu tư hưởng được các ưu đãi lớn nhất của Đắk Nông và thực hiện nghĩa vụ tài chính thấp nhất theo quy định hiện hành. Ngày 2 tháng 7 năm 2018, Ủy ban Nhân dân tỉnh Đắk Nông ban hành “Quyết định phê duyệt đề án phát triển các sản phẩm du lịch, mô hình du lịch cộng đồng (homestay) gắn với công viên địa chất núi lửa Krông Nô – Đắk Nông đến năm 2020, định hướng đến năm 2030”. Các sản phẩm du lịch được định hướng khai thác và phát triển trên địa bàn tỉnh Đắk Nông là: du lịch sinh thái, du lịch khám phá cảnh quan thiên nhiên, du lịch văn hóa, du lịch thám hiểm hang động núi lửa, du lịch canh nông, du lịch cộng đồng.

Để đáp ứng cho nhu cầu của du khách, lực lượng lao động du lịch của địa phương tuy gặp nhiều khó khăn nhưng cũng đang dần được cải thiện về chất lượng và số lượng. Tính đến đầu năm 2018, trên toàn địa bàn tỉnh Đắk Nông lao động trong ngành du lịch có khoảng 955 người, trong đó cơ quản lý nhà nước là 16 người; lao động trực tiếp phục vụ trong các khu điểm du lịch là 939 người, trình độ từ sơ cấp đến đại học chiếm 27,5%, lao động qua quá trình đào tạo gắn với chuyên môn du lịch là 17% (UBND tỉnh Đắk Nông, 2018, tr.4)⁹. Trước thực tế nhân lực lao động du lịch tại địa phương còn hạn chế cả về số lượng và chất lượng, ngày 27 tháng 6 năm 2018, Ủy ban Nhân dân

tỉnh Đắk Nông đã xây dựng Kế hoạch đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch Đắk Nông giai đoạn 2018 – 2022. Kế hoạch này nêu rõ đến năm 2022, tỉnh phấn đấu toàn ngành du lịch có 11.000 – 12.000 lao động (gấp 11 đến 12 lần so với đầu năm 2018). Chiến lược phát triển nguồn nhân lực du lịch là chiến lược quan trọng đang được thực thi tại Đắk Nông thông qua các chương trình đào tạo ngắn hạn và dài hạn giữa tỉnh kết hợp với các trường Đại học, Cao đẳng và tỉnh Đắk Nông nhằm bổ sung nguồn nhân lực lao động cho địa phương^c. Một trong những định hướng phát triển nguồn nhân lực nói chung và du lịch nói riêng của Đắk Nông đã được hiện thực hóa là việc đưa vào hoạt động và đào tạo của Trường Cao đẳng Cộng đồng Đắk Nông vào ngày 28/8/2018.

Kết quả của những nỗ lực đó trong phát triển du lịch Đắk Nông trong giai đoạn 2012-2017 là Đắk Nông đón tổng lượt khách du lịch là 1.179.768, trong đó khách quốc tế chiếm 36.505 lượt; tốc độ tăng trưởng du lịch bình quân hàng năm đạt 10,67%; doanh thu du lịch giai đoạn 2012 – 2017 đạt 142.995 triệu đồng, tăng trưởng bình quân 16,33 % (UBND tỉnh Đắk Nông, 2018, tr.2-3). Hiện nay, trên địa bàn tỉnh đã thu hút và kêu gọi nhằm hiện thực hóa một số hạng mục đầu tư và phát triển du lịch. Tính đến tháng 7 đầu năm 2018, trên địa bàn tỉnh Đắk Nông có 7 khu vực và điểm du lịch đã có chủ trương đầu tư bao gồm: khu du lịch sinh thái Dray Sáp – Gia Long, điểm du lịch sinh thái thác Trinh Nữ, Thiền Viện Trúc Lâm Đạo Nguyên thuộc khu du lịch sinh thái văn hóa lịch sử Năm Nung, tu viện Liễu Quán thuộc khu du lịch sinh thái Văn hóa Tà Đùng, dự án du lịch nông nghiệp cao và du lịch sinh thái Phước Sơn huyện Đắk R'Lấp, Khu du lịch Thiền Hiếu về Trái Tim tại Năm Nung...^d Tính đến đầu năm 2018, trên địa bàn tỉnh có 199 cơ sở lưu trú du lịch, đạt 2.221 phòng, trong đó có 21 khách sạn (491 phòng) (UBND tỉnh Đắk Nông, 2018, tr.3). Thị xã Gia Nghĩa là địa bàn tập trung chủ yếu cơ sở cung ứng dịch vụ lưu trú và lễ hành của tỉnh. Hiện nay, ở Đắk Nông các sản phẩm và dịch vụ du lịch đã và đang dần hình thành tại các điểm đến du lịch. Một số hạng mục đã xây dựng hoàn thành phục vụ du khách như: nhà ngục Đắk Mil, khu di tích lịch sử N'Trang Long, bảo tàng âm thanh, và hình thành các lễ hội địa phương như Lễ hội Đắk Nông Mùa Bơ Chín (năm 2018), Lễ hội Văn hóa Thổ cẩm Việt Nam

^cKết quả phỏng vấn sâu lãnh đạo UBND tỉnh Đắk Nông và lãnh đạo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông vào ngày 12 tháng 7 năm 2018

^dKết quả phỏng vấn sâu lãnh đạo UBND tỉnh Đắk Nông và lãnh đạo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông vào ngày 12 tháng 7 năm 2018

(2019), và xây dựng các đội văn nghệ công chiêng^e ở các cộng đồng tộc người để phục vụ khi khách có nhu cầu thưởng thức.

Song dù đã có nhiều nỗ lực nhưng thực tế cho thấy lượng khách du lịch đến Đắk Nông hiện nay còn hạn chế. Đặc điểm dòng khách nội địa đến Đắk Nông có lưu trú qua đêm phần lớn kết hợp đi công tác rồi tiện đường ghé tham quan và dòng khách nước ngoài chủ yếu là dòng khách Châu Âu đến từ tuyến kết nối Nha Trang – Đắk Lắk – Đắk Nông. Còn dòng khách Châu Á gần như còn ít^f. Bên cạnh đó, hệ thống cung ứng dịch vụ du lịch tại Đắk Nông chưa nhiều do nhiều nguyên nhân khác nhau như do Đắk Nông gần các trung tâm du lịch đã có bề dày lịch sử phát triển là thành phố Đà Lạt và thành phố Buôn Ma Thuột nên phần đông khách chọn Đắk Nông là nơi ghé qua chứ không phải dừng chân chính yếu, hay do là tỉnh mới thành lập nên việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng cần nhiều thời gian...^g

Ngoài ra du lịch Đắk Nông còn gặp phải một số mặt hạn chế liên quan đến truyền thông và quảng bá du lịch; còn thiếu các dịch vụ du lịch cao cấp; lợi thế cạnh tranh chưa được xác định rõ so với các thị trường có truyền thống khai thác lâu đời tại Tây Nguyên (Đà Lạt, Buôn Mê Thuột); tính liên kết vùng và liên kết ngành trong phát triển du lịch còn hạn chế, giao thông tiếp cận các điểm đến còn hạn chế; chưa có xác định phân khúc thị trường rõ ràng; công tác quản lý và bảo vệ tài nguyên còn hạn chế; sản phẩm du lịch đơn lẻ, các điểm du lịch còn tách chưa kết nối, các cơ sở dịch vụ phát triển chưa đồng bộ.^h

Như vậy, ý kiến các bên liên quan trong ngành du lịch và khảo sát của nghiên cứu đều cho thấy Đắk Nông hiện nay chưa thật sự là “điểm dừng chân,” chủ yếu là điểm “ghé qua” hay điểm “khách đến công tác sẵn kết hợp du lịch”...

^eNgành Văn hoá, thể thao và du lịch tỉnh Đắk Nông đã tổ chức nhiều hoạt động nhằm làm sống lại các sinh hoạt văn hóa truyền thống (trong đó có công chiêng) ở các bon, buôn trong cộng đồng các dân tộc M'ông, Mạ, Êđê như: sưu tầm, nghiên cứu văn hoá dân gian, liên hoan văn hóa công chiêng, hội diễn nghệ thuật quần chúng, liên hoan dân ca và nhạc cụ dân tộc, ngày hội văn hoá các dân tộc, chế tác nhạc cụ, sáng tác âm nhạc, dàn dựng các chương trình văn hoá nghệ thuật, triển lãm thông tin cổ động, mở lớp truyền dạy công chiêng, nhạc cụ dân tộc và tổ chức các câu lạc bộ văn nghệ dân gian... Tính đến tháng 12/2017, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã thống kê trên địa bàn tỉnh có khoảng 843 nghệ nhân còn sử dụng được công chiêng (phỏng vấn Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông tháng 9 năm 2019)

^fTổng hợp kết quả phỏng vấn đại diện doanh nghiệp du lịch, các cơ quan quản lý Nhà nước vào tháng 7/2018 và tháng 1 năm 2019

^gKết quả phỏng vấn sâu đại diện doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch tại thành phố Buôn Mê Thuột vào ngày 13 tháng 7 năm 2018

^hTổng hợp các ý kiến phỏng vấn lãnh đạo tỉnh Đắk Nông, các doanh nghiệp kinh doanh lễ hành tại thành phố Hồ Chí Minh, các cán bộ quản lý nhà nước về du lịch, các chuyên gia nghiên cứu du lịch và du khách từ ngày 12/7 – 15/7/2018

Tiềm năng phát triển du lịch của tỉnh Đắk Nông

Nằm trong vùng văn hóa - du lịch Tây Nguyên, Đắk Nông có tiềm năng du lịch về cả tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa. Về tài nguyên tự nhiên, có thể nói hiện nay Đắk Nông đã xác định rất rõ tài nguyên cốt lõi trong phát triển du lịch của Đắk Nông là sẽ xây dựng Đắk Nông thành công viên địa chất toàn cầu. Hiện nay Đắk Nông đã hoàn thành bộ hồ sơ trình UNESCO và đang chờ phê duyệt. Ranh giới của công viên địa chất Đắk Nông với diện tích 4.000 km² trải dài trên 5 huyện và 1 thị xã gồm huyện Krông Nô, Cư Jút, Đắk Mil, Đắk Song, Đắk Glong, và thị xã Gia Nghĩa. Trong công viên địa chất này, có một hệ thống hang động núi lửa ẩn chứa các cảnh quan và tài nguyên lịch sử văn hóa vùng đất rất có giá trị. Hệ thống hang động núi lửa ở Đắk Nông theo đánh giá của các đoàn khảo sát là vẫn còn nguyên nét hoang sơ và có kết cấu độc đáo. Điểm nhấn của công viên địa chất là hệ thống gần 100 hang động núi lửa nguyên sơ chưa có sự tác động của con người. Chẳng hạn như, hệ thống hang động núi lửa Krông Nô đã được Bảo tàng địa chất Việt Nam và Hiệp hội Hang động Núi lửa Nhật Bản đánh giá đây là hệ thống hang động núi lửa có quy mô lớn nhất Đông Nam Á. Nơi đây còn có dấu vết của người tiền sử.ⁱ Cùng hệ thống hang động núi lửa này, khu vực Krông Nô còn có nhiều cảnh quan du lịch như cụm thác Dray Sap, thác Trinh Nữ, Gia Long...

Về tài nguyên văn hóa, nằm trong vùng văn hóa Tây Nguyên, đặc biệt không gian văn hóa cồng chiêng, văn hóa thổ cẩm và ẩm thực, ngoài người Kinh chiếm số đông, Đắk Nông là nơi cư trú của các dân tộc Mnông, Ê Đê, Mạ. Do vậy, nơi đây có sự đa dạng về văn hóa các dân tộc làm nên sự đa dạng về tài nguyên du lịch văn hóa cho tỉnh Đắk Nông. Theo điều tra của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2017, toàn tỉnh còn có 186 bộ chiêng (trong đó 157 bộ chiêng M'Nông, 12 bộ chiêng Mạ và 17 bộ chiêng Ê đê) và 01 bộ goong prac, 01 bộ goong pe, 02 bộ đàn đá còn trong cộng đồng các dân tộc. Ngoài ra, tỉnh đã mua 150 bộ chiêng (03 bộ chiêng Ê đê và 147 bộ chiêng M'Nông) từ nguồn kinh phí của Đề án bảo tồn phát huy Lễ hội - Hoa văn - Cồng chiêng và nhạc cụ dân gian của các dân tộc tỉnh Đắk Nông giai đoạn 2005 - 2009 và giai đoạn 2010 - 2015 cấp cho các đội văn nghệ dân gian các huyện, thị xã sử dụng. Tính đến tháng 12/2017, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã thống kê trên địa bàn tỉnh có khoảng 843 nghệ nhân còn sử dụng được cồng chiêng.^j Ngoài ra, trên cơ sở nguồn tài nguyên về văn

hóa thổ cẩm của tỉnh nhà, Đắk Nông đã đăng cai tổ chức Lễ hội Văn hóa thổ cẩm Việt Nam lần thứ nhất như là một sản phẩm du lịch đặc sắc.

Với việc Đắk Nông hoàn thành bộ hồ sơ công viên địa chất Đắk Nông đáp ứng được các tiêu chí về đa dạng địa chất và di sản địa chất, đa dạng sinh học, đa dạng về văn hóa xã hội và di sản văn hóa đã cho thấy Đắk Nông có tiềm năng rất lớn về tài nguyên tự nhiên và văn hóa để phát triển du lịch.

Để khai thác tiềm năng này, định hướng phát triển du lịch của tỉnh là tạo điểm nhấn Công viên địa chất toàn cầu Đắk Nông với ba tuyến du lịch với các tên gọi “*Trường ca của nước và lửa*” gồm 14 điểm du lịch; tuyến 2 với tên gọi “*Bản giao hưởng của sự đổi thay*” với 16 điểm du lịch và tuyến “*Âm vang từ trái đất*” có 14 điểm du lịch.^k

THẢO LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẮK NÔNG THEO ĐỊNH HƯỚNG LIÊN KẾT VÙNG

Trên cơ sở phân tích định hướng phát triển, thực trạng khai thác, tiềm năng du lịch của Đắk Nông và dựa trên quan điểm của Goetz (2006), Gorynia và Jankowska (2007) (dẫn lại từ Kachniewska (2013) về liên kết vùng trong du lịch và quan điểm của Simon Hudson (2017) về sản phẩm du lịch, chúng tôi có các định hướng xây dựng sản phẩm du lịch cho tỉnh Đắk Nông theo hướng kiến tạo sản phẩm du lịch nhằm gia tăng giá trị tài nguyên tự nhiên và nhân văn; kiến tạo sản phẩm theo hướng dựa vào lợi thế cạnh tranh và nhận diện thị trường ngách; và nâng cấp chuỗi giá trị du lịch của bộ sản phẩm du lịch:

Kiến tạo sản phẩm du lịch theo hướng gia tăng giá trị tài nguyên tự nhiên và nhân văn

Để du khách cảm nhận trọn vẹn giá trị tự nhiên hoặc nhân văn hoặc tích hợp cả hai của các điểm đến, Đắk Nông cần phải xây dựng bộ tư liệu thuyết minh và nâng cao nghiệp vụ thuyết minh du lịch tại điểm cho địa phương. Hiện nay, gần như các câu chuyện kể về giá trị của điểm đến tham quan – du lịch tại Đắk Nông chưa được đầu tư theo hướng chuyển tải các giá trị tài nguyên địa phương vào các sản phẩm du lịch. Việc xây dựng và chuẩn hóa bộ tư liệu thuyết minh du lịch tại địa phương là một điều cần thiết. Xây dựng bộ thuyết minh cần được triển khai dựa trên các câu chuyện kể ở địa phương giải thích các sự vật hiện tượng xung quanh về các nhân vật, địa danh, sự kiện, món ăn, bài hát, sự tích... Bên cạnh đó, các phát hiện về khảo cổ học và địa chất học của công viên địa chất Đắk Nông, hệ thống hang động núi lửa, không

ⁱ Phòng văn lãnh đạo UBND tỉnh Đắk Nông tháng 12 năm 2018

^j Phòng văn Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Nông tháng 9 năm 2019

^k Phòng văn lãnh đạo UBND tỉnh Đắk Nông tháng 7 năm 2019

gian sinh thái và văn hóa tộc người Mnông, Ê Đê, Mạ, Xtiêng cũng sẽ là các điểm nhấn làm phong phú cho bộ sản phẩm du lịch.

Bên cạnh bộ thuyết minh mang đậm phong cách địa phương, Đắk Nông còn cần phải chuyển tải những giá trị tài nguyên đặc sắc này vào trong các sản phẩm đặc sản và lưu niệm của địa phương để làm phong phú cho các hoạt động du lịch tại chỗ. Trên cơ sở các thế mạnh về các mặt hàng nông nghiệp và Chương trình Mỗi Xã Một Sản phẩm (OCOP), Đắk Nông cần đẩy mạnh việc đa dạng hóa các sản phẩm nông nghiệp chủ lực (cà phê, bơ, tiêu, điều, măng cụt, sầu riêng, khoai lang, xoài, lúa gạo...) biến chúng thành các sản phẩm phục vụ du lịch. Quá trình đa dạng hóa, xây dựng hay quảng bá thương hiệu các sản phẩm này phải gắn với câu chuyện hay những tài nguyên nhân văn để khi du khách thưởng thức các sản phẩm này họ không chỉ có cảm giác về mặt thể lý mà còn có cả về mặt cảm xúc để chia sẻ và cảm nhận với quá trình mà chủ thể làm ra các sản phẩm đó.

Sản phẩm du lịch giàu tài nguyên nhân văn còn cần được bổ sung với các sản phẩm du lịch tại cộng đồng. Hiện nay Đắk Nông đã có chủ trương thu hút khách du lịch qua việc tổ chức các Lễ hội lớn (Lễ hội Bơ, Lễ hội Thổ cẩm) và khi khách đã đến với Đắk Nông thì cần phải có các chương trình kết nối đến các địa phương khác trong tỉnh mà cụ thể là địa bàn Gia Nghĩa và các vùng phụ cận như tuyến Đắk Mil – Krông Nô và Cư Jú. Du lịch tại cộng đồng dựa vào tài nguyên nhân văn cũng là một cách để khắc phục những hạn chế như việc thiếu sản phẩm du lịch vào buổi tối trong bối cảnh Đắk Nông còn hoang sơ so với các điểm du lịch khác trong vùng như Đà Lạt, Buôn Mê Thuột. Cần tích hợp xây dựng các sản phẩm du lịch văn hóa tìm hiểu các câu chuyện văn hóa Tây Nguyên nói chung và Đắk Nông nói riêng gắn với các cộng đồng tại chỗ như buôn J’Riêng dựa trên các buổi biểu diễn văn hóa công chiêng và ẩm thực Tây Nguyên.

Xây dựng sản phẩm du lịch dựa vào lợi thế cạnh tranh hướng đến việc khai thác và phát triển thị trường ngách

Mặc dù Đắk Nông so với các tỉnh lân cận như Lâm Đồng và Đắk Lắk có tính tương đồng cao nhưng tài nguyên du lịch của Đắk Nông mà theo chúng tôi xác định hiện nay đó là tài nguyên thiên nhiên gồm có hệ thống hang động núi lửa và cảnh quan có sự khác biệt lớn như cảnh quan hồ Tà Đùng mang dáng dấp của núi trong hồ. Ngoài ra, để xây dựng các sản phẩm du lịch dựa vào lợi thế cạnh tranh này, Đắk Nông còn có một hệ tài nguyên du lịch khác hỗ trợ. Đắk Nông

hiện đang có các không gian sản xuất nông nghiệp tiên tiến, hiện đại và ngày càng hướng đến vùng sản xuất nông nghiệp hữu cơ. Bên cạnh đó, Đắk Nông còn có các nhà máy sản xuất mang tính riêng biệt trong bối cảnh phát triển của Việt Nam như nhà máy Alumin Nhân Cơ (Đắk R’lấp). Các giá trị tài nguyên này sẽ là nền tảng xây dựng các sản phẩm mang tính đặc thù của Đắk Nông. Tài nguyên du lịch đặc trưng tạo ra tính cạnh tranh riêng. Đắk Nông cần nắm bắt lợi thế này xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đặc thù và tập trung khai thác thị trường ngách với các chương trình du lịch thiên về cung cấp thông tin chi tiết cho du khách kết hợp với các dịch vụ cung ứng ấn tượng từ dịch vụ cơ bản gắn với nội dung của hành trình lồng ghép các thông điệp để tạo sự đột phá về mặt sản phẩm du lịch cho địa phương.

Cụ thể, do thị trường ngách thiên về dòng sản phẩm có dịch vụ tinh tế cao và độ hiếm tài nguyên cao nên khi thực hiện sản phẩm này cần chú ý đến việc phát hiện lõi giá trị tài nguyên và khai thác bằng các dịch vụ tinh tế. Cụ thể, để xây dựng bộ sản phẩm du lịch liên quan đến cảnh quan Tà Đùng cần nhấn mạnh giá trị hiếm là cảnh quan được ví như “Hạ Long trên cạn” của Việt Nam và tính chất thú vị của cảnh quan liên quan đến lượng nước của hồ vào hai mùa khác nhau. Thông tin về lượng nước tại đây lên xuống theo “quy luật ngược” đó là mùa mưa mực nước tại Tà Đùng thấp và mùa khô lại dâng cao có thể được đưa vào quảng bá và xây dựng câu chuyện cho sản phẩm này. Còn dịch vụ thể hiện sự tinh tế đó có thể là về giới hạn sức chứa khách du lịch để tăng cảm giác thoải mái cho khách thưởng lãm; cung ứng các dịch vụ bổ sung ngày càng cao cấp và có thêm thông điệp bảo vệ môi trường và tạo cảm giác thụ hưởng “độc quyền” cho du khách vào một số thời điểm tuyệt đẹp trong ngày hay trong tuần hay trong năm cùng với việc thụ hưởng các dịch vụ duy nhất; Hay như khi xây dựng sản phẩm du lịch liên quan đến quần thể núi lửa Krông Nô cần nhấn mạnh tính chất độc đáo của không gian núi lửa nhiều tiềm năng trở thành công viên địa chất toàn cầu trong tương lai; các dịch vụ du lịch tại đây sẽ tạo nên tính hấp dẫn và tinh tế ngay cả trong mùa mưa lần mùa khô để tạo nên các trải nghiệm gia tăng cảm xúc kích thích sự khám phá giới hạn bản thân nhưng việc đảm bảo an toàn tuyệt đối cần được quan tâm. Để hỗ trợ cho các tiềm năng thiên nhiên này, Đắk Nông cần xây dựng các điểm đến nông nghiệp dẫn tiệp cận đến quy trình sản xuất sạch và an toàn để tạo các trải nghiệm “tìm hiểu câu chuyện từ vùng trồng đến bữa ăn” cho du khách. Ngoài ra, không gian văn hóa công chiêng và thổ cẩm của các tộc người ở tỉnh Đắk Nông với các câu chuyện về ý nghĩa biểu tượng và trải nghiệm văn hóa sẽ là một điểm nhấn tô điểm thêm cho sản

phẩm của các điểm nhấn của thị trường ngách được xây dựng này.

Xây dựng sản phẩm du lịch gắn với việc xây dựng và nâng cấp chuỗi giá trị du lịch địa phương

Có thể hiểu chuỗi giá trị du lịch tại Đắk Nông là tập hợp của các chuỗi giá trị cung ứng vận chuyển, lưu trú, ẩm thực, tổ chức tham quan và các dịch vụ bổ sung khác. Chuỗi giá trị du lịch chỉ phát huy hết tiềm lực khi được liên kết một cách chặt chẽ và có tính “hữu cơ hóa” cao. Hiện nay, các thành tố cấu thành nên chuỗi giá trị du lịch tại Đắk Nông còn rời rạc và còn mang tính cơ học. Để giảm tính cơ học và gia tăng tính hữu cơ trong liên kết chuỗi giá trị du lịch, Đắk Nông cần xác định một số sản phẩm du lịch chủ lực và tạo điều kiện về chính sách, cơ chế, nguồn lực vận hành khai thác sản phẩm để hình thành nên các doanh nghiệp đóng vai trò là đầu chuỗi, duy trì sức sống cho chuỗi và tạo điều kiện phát huy giá trị cho chuỗi.

Cụ thể tại Đắk Nông, lực lượng doanh nghiệp lữ hành tại chỗ còn ít về số lượng và còn hạn chế về tiềm lực. Việc huy động nguồn khách tại thị trường gửi khách trọng điểm vẫn là thành phố Hồ Chí Minh và thị trường kết nối khách là Đắk Lắk. Các doanh nghiệp du lịch bên ngoài địa phương đóng vai trò rất quan trọng đối với thị trường nhận khách Đắk Nông. Do vậy, Đắk Nông cần chú ý đến việc đẩy mạnh kích cầu du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh, tăng cường liên kết với các doanh nghiệp lân cận trong đó nổi bật là Đắk Lắk. Phạm vi chuỗi du lịch Đắk Nông không chỉ gói gọn trong ranh giới hành chính của tỉnh mà cần vươn rộng với hai vùng ưu tiên lân cận là Đông Nam Bộ (chủ lực là thành phố Hồ Chí Minh) và Tây Nguyên (chủ lực là Đắk Lắk).

Như vậy, việc tăng cường mạng lưới du lịch, “tạo chuỗi và duy trì chuỗi du lịch” phải vượt qua ranh giới Đắk Nông và tạo thế liên kết phải hướng đến yếu tố liên vùng cụ thể là liên kết với các doanh nghiệp du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh và Đắk Lắk. Hiện nay, Đắk Nông đang tập trung nhiều hoạt động liên kết tại thành phố Hồ Chí Minh nhưng còn thực hiện khá hạn chế tại Đắk Lắk. Do vậy, Đắk Nông cần triển khai các hợp tác đồng bộ và triệt để hơn nữa với Đắk Lắk. Để thực hiện các liên kết này, Đắk Nông phải thực hiện chiến lược kết hợp trong thiết kế tuyến đường và thị trường gửi khách, bao gồm mô hình kinh doanh nhằm thiết lập và cải thiện cơ chế tương tác thông tin và cơ chế trao đổi và hợp tác tài nguyên du lịch giữa các điểm du lịch trong tỉnh và các địa phương lân cận như Đông Nam Bộ, Nam Trung Bộ và Tây Nguyên. Việc liên kết để xây dựng các chương trình du lịch

chuyên đề cần được xây dựng trên cơ sở nền tảng giá trị tài nguyên du lịch Tây Nguyên trên cơ sở liên kết vùng là cần thiết. Cụ thể danh mục các chương trình du lịch chuyên đề cần được kiến tạo và thực thi như sau: (1) Phát huy tinh thần của tuyến du lịch chuyên đề “Con Đường Xanh Tây Nguyên” vốn dĩ đã được triển khai nghiên cứu và xây dựng từ năm 2007 của Tổng cục Du lịch (2) Nhấn mạnh các chương trình du lịch chuyên đề kết nối không gian cao nguyên và vùng biển với tên gọi “Hành trình kết nối từ sông ra biển” (nhấn mạnh quy luật diễn thế, sự khác biệt về sinh thái văn hóa giữa Tây Nguyên và Nam Trung Bộ với các điểm kết nối chính Buôn Ma Thuột - Gia Nghĩa - Đà Lạt - Nha Trang hay Buôn Ma Thuột - Gia Nghĩa - Bảo Lộc - Phan Thiết).

KẾT LUẬN

Do Đắk Nông có vị thế là vùng có nhiều tiềm năng nhưng hiện đang có nhiều hạn chế về phát triển du lịch và là vùng nằm giữa các vùng đã định hình phát triển du lịch nên liên kết vùng trong xây dựng sản phẩm du lịch cho Đắk Nông là việc làm cấp thiết. Trên cơ sở phân tích tiềm năng, xu thế, lợi thế, bài viết cho là Đắk Nông cần đẩy mạnh liên kết vùng trong phát triển du lịch với vùng Tây Nguyên (Đắk Lắk và Lâm Đồng) và Đông Nam Bộ (đặc biệt là thành phố Hồ Chí Minh) để phát huy các lợi thế của mình. Trong việc xây dựng các sản phẩm du lịch, Đắk Nông cần chú ý kiến tạo sản phẩm du lịch theo hướng gia tăng giá trị tài nguyên tự nhiên và nhân văn; kiến tạo sản phẩm theo hướng dựa vào lợi thế cạnh tranh và nhận diện thị trường ngách; và nâng cấp chuỗi giá trị du lịch của bộ sản phẩm du lịch. Trong quá trình này, doanh nghiệp du lịch cần phải là người đứng đầu các chuỗi, tạo ra các chuỗi giá trị du lịch và các cấp chính quyền địa phương tạo ra môi trường cho các liên kết này hoạt động như tạo môi trường đầu tư, xúc tiến du lịch, đào tạo nguồn nhân lực...

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài mã số B2018-18b-04.

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Tôi không có xung đột về lợi ích với bất cứ ai liên quan đến việc công bố bài viết này.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Bài viết có đóng góp về mặt khoa học đó là đưa ra một minh họa cụ thể cho trường hợp xây dựng sản phẩm du lịch theo định hướng liên kết vùng theo đó trong trường hợp của Đắk Nông doanh nghiệp phải là

người đứng đầu chuỗi liên kết. Đóng góp về mặt thực tiễn của bài viết nhằm làm cơ sở tham khảo cho tỉnh Đắk Nông và các doanh nghiệp lữ hành trong việc xây dựng các sản phẩm để khai thác tiềm năng của Đắk Nông.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hudson, Simon . Tourism and Hospitality marketing: A global perspective. Los Angeles: Sage. ; 2007.
2. Đỗ Cẩm Thơ. Nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh trong khu vực, quốc tế. Viện Nghiên Cứu Phát Triển Du Lịch.; 2009.
3. Thị H, Thảo T, Hoàng Thị Thu Thảo. Phát Triển Sản Phẩm Du Lịch Tại Thành Phố Đà Nẵng. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.; 2012.
4. Võ Thị Bích Phương. Nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch văn hoá Quảng Bình. Luận văn Thạc sĩ, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.; 2015.
5. Phan Đông Nhựt. Nghiên cứu sản phẩm du lịch biển đảo Quảng Nam. Luận văn Thạc sĩ, Đại Học Khoa Học Xã Hội Và Nhân Văn - Đại Học Quốc Gia Hà Nội.; 2015.
6. Tổng cục Du lịch. Đề án phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Los Angeles; Sage; 2015.
7. Võ Văn Sen, Ngô Thị Phương Lan, Ngô Thanh Loan. Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù đồng bằng sông Cửu Long: Lý thuyết và thực tiễn. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.; 2018.
8. Kachniewska, Magdalena. Towards the definition of a tourism cluster. Journal of Entrepreneurship Management and Innovation (JEMI). 2013;9(1):33–56.
9. Ủy ban Nhân dân tỉnh Đắk Nông. Báo cáo số 20/BC-UBND với nội dung “Sơ kết 05 năm thực hiện Nghị quyết số 09/12/HĐND ngày 31/5/2012 của Hội đồng Nhân dân tỉnh về việc điều chỉnh, bổ sung quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Đắk Nông giai đoạn 2011 - 2015 và định hướng 2020.

Designing tourism products for Dak Nong province in the perspectives of regional linkage

Ngo Thi Phuong Lan*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

The Central Highlands is a tourism region rich in natural tourism resources and unique cultural characteristics, forming Vietnam's special tourist hubs such as Da Lat and Buon Ma Thuot. In addition to these key hubs, there is another locality with great potential for the resources that are capable of creating a new tourism space associated with the typical natural landscape and unique ethnic cultural values: Dak Nong Province. With the advantages of available resources and the geographical location with accessibility to Ho Chi Minh City and the vicinity of the Central Highlands and South Central regions, Dak Nong is eligible to develop into a new tourism destination, creating a counterbalance, stimulating production and diversifying tourism services for the Central Highlands in general and Vietnam in particular. Based on the results of field research in July 2018 and January 2019, the paper proposes directions for designing Dak Nong's overall tourism products in the perspectives of regional linkage. The viewpoint of the paper is that building tourism products is essential for tourism development and must be oriented towards establishing regional links. Designing Dak Nong's tourism products in the perspectives of regional linkage needs to be based on the competitive advantages of each locality's advantages. Unlike economic regional links in which the state plays an important role, the key role in these tourism value chains must be played by tourism enterprises; the State plays a leading role in creating an environment for these chains to work.

Key words: tourism products, regional linkage, Dak Nong, tourism value chains

The University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

Correspondence

Ngo Thi Phuong Lan, The University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM

Email: ngophuonglan@hcmussh.edu.vn

History

- Received: 18/08/2019
- Accepted: 9/10/2019
- Published: 10/11/2019

DOI : 10.32508/stdjssh.v3i3.527



Copyright

© VNU-HCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Thi Phuong Lan N. **Designing tourism products for Dak Nong province in the perspectives of regional linkage.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 3(3):162-171.