

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. **Đình Văn Sơn và Nguyễn Hoàng Việt** - Chính sách thúc đẩy tiêu dùng các sản phẩm thân thiện môi trường. **Mã số: 125.1SMET.11** 2
Policies to Promote the Consumption of Environmental-Friendly Products
2. **Đào Văn Hùng** - Nâng cao năng lực cạnh tranh thu hút FDI vào Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. **Mã số: 125.1IIEEM.11** 11
Raising the Competitiveness to Attract FDI into Vietnam in the Context of Industrial Revolution 4.0

QUẢN TRI KINH DOANH

3. **Nguyễn Thu Quỳnh** - Quản trị kênh phân phối dược phẩm của các doanh nghiệp dược Việt Nam. **Mã số: 125.2BAdm.22** 23
Pharmaceutical Distribution Channel Management of Vietnamese Pharmaceutical Enterprises
4. **Đỗ Vũ Phương Anh** - Giải pháp hoàn thiện đánh giá năng lực với nhà quản trị cấp trung trong lĩnh vực khách sạn. **Mã số: 125.2HRMg.22** 33
Solutions to Improve Competence Evaluation for Middle Managers in Hotel Sector
5. **Lê Thị Tú Anh** - Phân tích văn hóa doanh nghiệp khởi nghiệp - Nghiên cứu điển hình một doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử. **Mã số: 125.2OMIs.21** 40
An Analysis on Culture of Start-up Businesses – A Case Study of a Typical E-commerce Enterprise

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

6. **Dương Thị Hồng Nhung** - Kinh nghiệm về chính sách phát triển các khu du lịch quốc gia trên thế giới và bài học rút ra cho Việt Nam. **Mã số: 125.3TRMg.32** 49
Experience in Policies for Development of National Tourism Areas in the World and Lessons for Vietnam
7. **Hsin-Kuang Chi and Yan-Ting Lai and Ching-Feng Chang** - An Empirical Study of Top Management Characteristics and Entrepreneurship on Firms Competence and Performance. **Mã số: 125.3HRMg.31** 57
Nghiên cứu thực nghiệm về đặc điểm của quản trị cấp cao và tinh thần doanh nhân đối với

KINH NGHIỆM VỀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CÁC KHU DU LỊCH QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO VIỆT NAM

Dương Thị Hồng Nhung
Trường Đại học Thương mại
Email: nhungdth.b@dhtm.edu.vn

Ngày nhận: 28/11/2018 **Ngày nhận lại:** 25/12/2018 **Ngày duyệt đăng:** 27/12/2018

Để phát triển du lịch cần có các chính sách cụ thể và hiệu quả, đặc biệt là với các khu du lịch quốc gia. Tại Việt Nam hiện nay mới công nhận chính thức 02 khu du lịch quốc gia năm 2017. Do mới được công nhận chính thức nên sự phát triển du lịch tại đây còn chưa thực sự hiệu quả. Vì vậy, nghiên cứu chính sách phát triển các khu du lịch quốc gia của một số nước trên thế giới và rút ra bài học kinh nghiệm cho các khu du lịch quốc gia của Việt Nam càng có ý nghĩa cấp thiết.

Từ khóa: chính sách phát triển, khu du lịch quốc gia, bài học kinh nghiệm.

1. Khái quát về khu du lịch quốc gia

Tại Châu Âu, khái niệm về khu du lịch được hiểu là một khu vực lãnh thổ thống nhất có nhiều tiềm năng phát triển du lịch trên cơ sở các yếu tố đặc thù về du lịch ở cả quá khứ, hiện tại và tương lai. Còn ở Việt Nam, theo điều 6 - Luật Du lịch 2017, khu du lịch được định nghĩa là “khu vực có ưu thế về tài nguyên du lịch, được quy hoạch, đầu tư phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Khu du lịch bao gồm khu du lịch cấp tỉnh và khu du lịch quốc gia”.

Như vậy có thể hiểu, khu du lịch là nơi có tài nguyên du lịch, có không gian diện tích đủ rộng, được quy hoạch đầu tư phát triển để trở thành nơi cung cấp đồng bộ các dịch vụ và tiện nghi du lịch đặc thù phục vụ nhu cầu đa dạng của khách du lịch; đem lại hiệu quả kinh tế - xã hội và môi trường.

Khu du lịch quốc gia là một khái niệm mới trên thế giới. Hiện nay chưa có quan niệm chung về

khu du lịch quốc gia. Các quốc gia trên thế giới vẫn sử dụng quan niệm về khu du lịch nói chung và xác định các khu du lịch quốc gia trên cơ sở giá trị nguồn tài nguyên du lịch tại đó mang giá trị cấp quốc gia (Ví dụ: Trung Quốc, Hàn Quốc...). Tiêu chuẩn này khác nhau ở mỗi nước, vì thế, quan điểm về khu du lịch quốc gia ở các quốc gia khác nhau cũng không giống nhau. Ở Việt Nam, khu du lịch quốc gia là danh hiệu do Thủ tướng chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam quyết định công nhận cho một khu du lịch đáp ứng đủ điều kiện tiêu chuẩn tương ứng của một khu du lịch quốc gia.

Theo khoản 2, điều 26, chương IV của Luật Du lịch Việt Nam năm 2017, các điều kiện công nhận khu du lịch quốc gia bao gồm:

- (1) Có tài nguyên du lịch đa dạng, đặc biệt hấp dẫn với ưu thế về cảnh quan thiên nhiên hoặc giá trị văn hóa, có ranh giới xác định;
- (2) Có trong danh mục các khu vực tiềm năng

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

phát triển khu du lịch quốc gia được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt;

(3) Có kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ chất lượng cao, đồng bộ, đáp ứng nhu cầu lưu trú, ăn uống và các nhu cầu khác của khách du lịch;

(4) Có kết nối với hệ thống hạ tầng giao thông, viễn thông quốc gia;

(5) Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật.

Như vậy, khi một khu du lịch đảm bảo đầy đủ các điều kiện của khu du lịch quốc gia sẽ được Thủ tướng Chính phủ ký quyết định công nhận.

Theo Điều 13, Chương IV, Nghị định số 168/2017/NĐ-CP về Quy định một số điều của Luật Du lịch, điều kiện công nhận khu du lịch quốc gia được cụ thể hóa bao gồm:

(1) Có ít nhất 02 tài nguyên du lịch, trong đó có tài nguyên du lịch cấp quốc gia; có ranh giới xác định trên bản đồ địa hình do cơ quan có thẩm quyền xác nhận. Tỷ lệ bản đồ phụ thuộc vào yêu cầu quản lý và địa hình khu vực.

(2) Có trong danh mục các khu vực tiềm năng phát triển khu du lịch quốc gia được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

(3) Có kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ chất lượng cao, đồng bộ, đáp ứng nhu cầu lưu trú, ăn uống và các nhu cầu khác của khách du lịch, bao gồm:

a) Có cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, mua sắm, thể thao, vui chơi, giải trí, chăm sóc sức khỏe đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch, đáp ứng tối thiểu 500.000 lượt khách mỗi năm; hệ thống cơ sở lưu trú du lịch đáp ứng tối thiểu 300.000 lượt khách lưu trú mỗi năm, trong đó có cơ sở lưu trú du lịch được công nhận hạng từ 4 sao trở lên;

b) Có hệ thống điện lưới, hệ thống cung cấp nước sạch;

c) Có nội quy, hệ thống biển chỉ dẫn, thuyết minh về khu du lịch; có hệ thống biển chỉ dẫn, biển báo về giao thông, các cơ sở dịch vụ, các điểm tham quan;

d) Cung cấp dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn du lịch.

(4). Có kết nối với hệ thống hạ tầng giao thông, viễn thông quốc gia.

(5). Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường, bao gồm:

a) Có hệ thống thu gom và xử lý rác thải, nước thải tập trung theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; bố trí nhân lực làm vệ sinh môi trường;

b) Có bộ phận bảo vệ, cứu hộ, cứu nạn;

c) Công khai số điện thoại, địa chỉ của tổ chức quản lý khu du lịch;

d) Có bộ phận thông tin hỗ trợ khách du lịch; có hình thức tiếp nhận và giải quyết kịp thời phản ánh, kiến nghị của khách du lịch;

đ) Nhà vệ sinh công cộng sạch sẽ, được thông gió và đủ ánh sáng, được bố trí đủ, tương ứng với số lượng khách du lịch vào thời kỳ cao điểm;

e) Áp dụng các biện pháp phòng, chống cháy nổ theo quy định của pháp luật.

Như vậy, các khu du lịch tiềm năng sẽ được xem xét để quy hoạch phát triển thành khu du lịch quốc gia. Khi khu du lịch quốc gia đảm bảo đầy đủ các điều kiện theo quy định của Luật Du lịch 2017 và Nghị định 168/2017/NĐ-CP như trên thì sẽ được công nhận khu du lịch quốc gia chính. Theo đó, tính đến cuối năm 2018, Việt Nam có 02 khu du lịch quốc gia được công nhận chính thức, đó là khu du lịch quốc gia Hồ Tuyên Lâm (Quyết định số 205/QĐ-TTg, ngày 15/02/2017) và khu du lịch quốc gia Sapa (Quyết định số 1927/QĐ-TTg, ngày 01/12/2017). Vì mới được công nhận chính thức nên sự phát triển của hai khu du lịch quốc gia này còn tương đối hạn chế. Vì thế, nghiên cứu và phân tích một số kinh nghiệm về chính sách phát triển các khu du lịch quốc gia tại một số nước trên thế giới để có thể thấy cách thức phát triển chung và học hỏi bài học kinh nghiệm mà các khu du lịch quốc gia của Việt Nam có thể áp dụng là rất cần thiết.

2. Kinh nghiệm về chính sách phát triển du lịch tại các khu du lịch quốc gia ở một số nước trên thế giới

2.1. Khu du lịch quốc gia Goseokjeong, Hàn Quốc

Khu du lịch Goseokjeong là một trong tám tuyệt cảnh tại Cheolwon, Gangwondo, Hàn Quốc. Khu vực Goseokjeong bao gồm một dòng suối trong vắt uốn quanh các dãy đá cổ thạch với nhiều hình thù đa dạng. Dòng suối khu vực thượng lưu có chiều dài khoảng 2km, nơi đây còn có khu vực thác tại hạ lưu cũng khoảng 2km. Đây là một trong các tuyệt cảnh mà các vị vua thời Goryeo thường đến thưởng ngoạn. Nơi đây trở nên nổi tiếng hơn từ sau điển tích về anh hùng Lim Keok Jeong thời Chosun - được ví như Robinhood của Hàn Quốc. Hiện tại, khu vực này được tái cấu trúc với nhiều không gian như quảng trường, nhà nghỉ... để đưa vào khai thác du lịch đa chức năng với nhiều hoạt động hội nghị, thưởng ngoạn, nghỉ dưỡng... Với nhiều tuyệt cảnh thiên nhiên hùng vĩ, Goseokjeong luôn luôn thu hút khách du lịch đến thăm vào cả bốn mùa trong năm với các hoạt động ngắm cảnh hay chèo thuyền cảm giác mạnh...

Khu du lịch Goseokjeong được công nhận là khu du lịch quốc gia vào năm 1977 là một trong những thắng cảnh tuyệt vời của Cheolwon nằm ở trung tâm của sông Hantan. Goseokjeong là một khu du lịch hoạt động quanh năm với những bãi cỏ rất rộng lớn và các tiện nghi giải trí. Đây cũng là điểm khởi đầu cho các tour du lịch DMZ như Chiến trường hình tam giác Iron (Iron Triangle Battlefield), Trung tâm Bảo tồn và vào mùa đông, du khách có thể chiêm ngưỡng các đàn chim di cư.

Trong phát triển du lịch tại khu du lịch quốc gia Goseokjeong, chính phủ Hàn Quốc đã có một số chính sách quan trọng để thúc đẩy phát triển du lịch tại đây, trong đó phải kể đến các chính sách kích cầu và xúc tiến quảng bá du lịch phong phú thông qua yếu tố văn hóa, giải trí Hàn Quốc.

Hàng năm lượng du khách đến tham quan Hàn Quốc nói chung và các điểm du lịch, trong đó có khu du lịch quốc gia Goseokjeong, không ngừng tăng lên, mang lại nguồn thu nhập ngoại tệ khổng

lồ, phát triển đất nước. Có rất nhiều lý giải cho thành công này, một trong số đó chính là do sự phát triển của nền công nghiệp điện ảnh rầm rộ trên khắp thế giới. Các nhà chức trách nhìn nhận một sự thật rằng khách đến Hàn Quốc là vì chính hoạt động giải trí của đất nước này hơn là vì những lý do cá nhân hay chi phí vé máy bay rẻ. Theo những báo cáo gần đây về số lượng khách du lịch đến Hàn Quốc, hơn một nửa số khách Châu Á đặt chân tới quốc gia này bị hấp dẫn bởi những đoạn quảng cáo, phim truyền hình, và đặc biệt là những bài hát của Hàn Quốc.

Tại Goseokjeong cũng thế. Nơi đây là địa điểm quay hình của nhiều phim truyền hình cổ trang lẫn hiện đại, show truyền hình cũng như phim điện ảnh nổi tiếng toàn Châu Á và thế giới, tiêu biểu như phim "Gió thổi mùa đông năm ấy" của Jo In Sung, Song Hye Kyo, "Bác sĩ Jin" (Song Seung Heon, Kim Jae Joong), "Chiến binh Baek Dong Soo" (Ji Chang Wook, Yoo Seung Ho, Yoon So Yi, Shin Hyun Bin), Rối loạn (Hyun Bin, Jo Jung Suk)... Thông qua các chính sách nhằm thúc đẩy quảng bá, giới thiệu về văn hóa và cảnh quan xinh đẹp của các địa phương, trong đó có khu du lịch quốc gia Goseokjeong tới bạn bè quốc tế, từ đó thúc đẩy du khách đến với khu du lịch này nhiều hơn.

2.2. Khu du lịch quốc gia Núi Tam Thanh, Trung Quốc

Núi Tam Thanh là một ngọn núi nằm ở phía Bắc huyện Ngọc Sơn, Thượng Nhiêu thuộc tỉnh Giang Tây, Trung Quốc, có niên đại khoảng 1 tỷ năm trước. Bấy giờ trên trái đất còn chưa có loài người, núi Tam Thanh chỉ là một đảo núi lửa nằm chơ vơ trên vùng biển viễn cổ. Mãi đến 850 triệu năm trước, do hai thềm lục địa gần đó xảy ra va chạm và dâng cao, nước biển ở khu vực này từ từ rút đi, khiến đảo núi lửa nằm bên rìa hai thềm lục địa này nhô dần lên, rồi tạo thành cụm núi đá gồ ghề cao thấp khác nhau. Sau đó, lại trải qua hàng trăm triệu năm mưa gió xâm thực và địa chất tiến hóa. Cuối cùng núi Tam Thanh - một cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp thời tiền sử đã hiện ra trước

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

mắt loài người. Cùng với giá trị lịch sử, núi Tam Thanh còn mang một vẻ đẹp cảnh quan kỳ dị và độc đáo được hình thành bởi sức mạnh thiên nhiên với đỉnh núi cao chọc trời, vực sâu thăm thẳm, với địa mạo nham thạch hoa cương phân bố dày đặc nhất, các đỉnh núi và trụ đá có hình thái đa dạng nhất. Núi Tam Thanh bốn mùa đẹp như tranh, mỗi mùa đều có phong cảnh khác nhau, mùa xuân lượng mưa dồi dào, trên núi một màu xanh thắm, hoa Đỗ quyên và nhiều loại hoa rừng đã điểm tồ cho núi Tam Thanh trở nên vô cùng sinh động. Mùa hè khí hậu mát mẻ. Mùa thu thì lá thay cho hoa, lá cây nhuộm thành nhiều màu sắc và hình thành nhiều tầng thú khác nhau. Mùa đông, núi Tam Thanh thường rơi tuyết, tuyết phủ đầy như núi ngọc, khí thế bàng bạc trông chẳng khác nào đỉnh Everest.

Với giá trị đó, năm 2005, núi Tam Thanh được công nhận là một điểm danh lam thắng cảnh quốc gia quan trọng, một khu du lịch quốc gia cấp 4A (cấp cao nhất ở Trung Quốc là 5A), một di sản thiên nhiên quốc gia và một công viên địa chất quốc gia. Năm 2008, núi Tam Thanh được Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc (UNESCO) bình chọn là “Di sản Thiên nhiên Thế giới”. Ngoài ra, núi Tam Thanh còn mang giá trị văn hóa lịch sử sâu sắc. Theo lịch sử, núi Tam Thanh là núi của Đạo giáo, xuất phát từ cái tên của nó. Núi Tam Thanh có đỉnh núi chính là đỉnh Ngọc Kinh, cùng hai đỉnh núi nằm kề bên là đỉnh Ngọc Hư và Ngọc Hoa có độ cao tương đương, nhất là ba đỉnh núi thần của đạo giáo là Ngọc Thanh, Thượng Thanh và Thái Thanh là cao nhất trong cụm núi đá ở đây, nên mới có tên là núi Tam Thanh. Từ tên gọi này có thể thấy, núi Tam Thanh là một tòa danh sơn đạo giáo, lịch sử nhân văn đạo giáo có thể đi ngược dòng thời gian vào thời Đông Tấn hơn 1600 năm trước, bấy giờ Cát Hồng đã bắt đầu lên núi nhóm lò luyện đan. Do đó, phía bắc núi Tam Thanh hiện còn giữ được khá nhiều di chỉ văn hóa đạo giáo như Cung Tam Thanh, Đài Phi Tiên, Điện Long Hồ, sắp đặt theo bố cục Bát Quái Đồ đạo giáo, được các chuyên gia gọi là Viện

bảo tàng lộ thiên của Đạo Giáo.

Để phát triển du lịch tại đây, chính phủ Trung Quốc cũng như chính quyền tỉnh Giang Tây và thành phố Thượng Nhiêu đã áp dụng rất nhiều chính sách, trong đó phải kể đến một số chính sách sau:

Chính sách đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch, trong đó đặc biệt quan trọng là hệ thống giao thông và các phương tiện vận chuyển khi đi du lịch đến Giang Tây, Trung Quốc. Hiện tại, phương tiện phổ biến nhất vẫn là máy bay. Ở Giang Tây có 7 sân bay, trong đó 1 sân bay quốc tế. Đó là sân bay quốc tế Xương Bắc Nam Xương. Các chặng bay quốc tế đến Giang Tây có rất nhiều hãng hàng không khai thác như Vietnam Airlines, China Eastern Airlines, Shenzhen Airlines, Air China,... Từ Giang Tây có rất nhiều phương tiện đi lại để lựa chọn để đến khu du lịch quốc gia Núi Tam Thanh. Hệ thống đường cao tốc được đầu tư giúp du khách dễ dàng di chuyển giữa các tỉnh, huyện. Có các tuyến xe khách, xe buýt đến thẳng những địa điểm tham quan nổi tiếng. Ngoài ra, đi tàu thuyền cũng là một lựa chọn thêm cho du khách. Hệ thống cảng ở Giang Tô rất phát triển. Có cả cảng phục vụ hàng hóa và hành khách. Một phương thức khác nữa là đi tàu hỏa. Ở Giang Tây có cả tàu sắt truyền thống và tàu cao tốc.

Hệ thống khách sạn ở tỉnh Giang Tây và thành phố Thượng Nhiêu rất phát triển để phục vụ cho du lịch. Đến các điểm tham quan tại Giang Tây, trong đó có khu du lịch núi Tam Thanh, du khách sẽ có nhiều sự lựa chọn với các cơ sở lưu trú đa dạng và chất lượng.

Chính sách bảo tồn và tôn tạo tài nguyên du lịch ở Trung Quốc cũng rất được coi trọng. Trong những năm gần đây, khách du lịch tới các thành phố lớn tại Trung Quốc ngày càng giảm do tình trạng ô nhiễm môi trường gia tăng. Chính phủ Trung Quốc vì vậy đã có những chính sách đầu tư bảo tồn và tôn tạo tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn để thúc đẩy du lịch.

Núi Tam Thanh là điểm du lịch mang giá trị tự nhiên rõ nét, các yếu tố địa chất mang giá trị lịch sử quý giá cùng với những cảnh quan độc đáo kỳ vĩ chính là điểm nhấn của khu du lịch này. Do vậy, tại đây, chính phủ Trung Quốc cũng như chính quyền thành phố Thượng Nhiêu luôn cố gắng gìn giữ cảnh quan và môi trường tự nhiên, tránh ảnh hưởng tới môi trường du lịch của khu du lịch Núi Tam Thanh. Theo “Quy hoạch tổng thể thành phố Thượng Nhiêu (2007-2020)”, kết hợp với tình hình phát triển thực tế, năm 2010, thành phố Thượng Nhiêu đã hoàn thành công tác biên soạn “Quy hoạch hệ thống đất xanh thành phố Thượng Nhiêu (2010-2020)” và đã xác định được mục tiêu phát triển dài hạn trong giai đoạn 2010 - 2020 về xanh hóa vườn cảnh khu trung tâm thành phố, tạo cơ sở và tiêu chuẩn cho phát triển xanh hóa vườn cảnh khu trung tâm thành phố. Lập kế hoạch thực thi cẩn thận một loạt công trình sinh thái xanh hóa. Vài năm gần đây, khu vực trung tâm thành phố Thượng Nhiêu đã lần lượt xây dựng thành công hoặc đã cải tạo một loạt các công viên thành phố như Công viên Nhân dân, Công viên Tử Dương, Công viên hồ Long Đàm, Vườn Thực vật thành phố Thượng Nhiêu... Hiện tại, số lượng công viên đã lên tới con số 25, loại hình công viên cũng ngày càng phong phú, làm thay đổi lịch sử không có vườn thực vật và công viên mang tính tổng hợp của thành phố này. Thành phố cũng đã xây dựng hoặc cải tạo hơn 20 tuyến đường cây xanh và vành đai xanh như đại lộ núi Tam Thanh, đại lộ Quảng Tín, đại lộ Quy Phong..., cơ bản đã hình thành xương sống xanh hóa đường xá, đồng thời, tiêu chuẩn xây dựng xanh hóa khu cư trú và xanh hóa khuôn viên các đơn vị cũng ngày càng được phát triển. Trình độ quản lý xanh hóa vườn cảnh thành phố ngày càng nâng cao. Hiện nay, thành phố Thượng Nhiêu nghiêm túc thực thi chế độ quản lý vành đai xanh và “chế độ con dấu màu xanh”, tăng cường kiểm tra quy hoạch các hạng mục xanh hóa đồng bộ và quản lý nghiệm thu hoàn công, bảo đảm cho các phương án thiết kế được thực thi triệt để. Thành phố Thượng Nhiêu

cũng đã lần lượt cho ra đời 14 văn kiện và chế độ quản lý ngành nghề mang tính quy phạm như “Biện pháp tạm thi hành quản lý xanh hóa thành phố Thượng Nhiêu”, “Quy định tạm thi hành quản lý công viên khu vực thành phố Thượng Nhiêu”, công tác quản lý vườn cảnh thành phố đang từng bước đi vào quỹ đạo chế độ hóa. Nhờ đó, dù các thành phố khác bị ô nhiễm không khí nặng nề thì thành phố Thượng Nhiêu vẫn được đánh giá cao về môi trường trong lành, thân thiện. Đây cũng là một trong những lý do cơ bản để thu hút khách du lịch đến thành phố và tham quan Khu du lịch quốc gia Núi Tam Thanh.

Bên cạnh đó, điểm đến này còn mang trong mình cả giá trị lịch sử, văn hóa, vì thế thành phố Thượng Nhiêu đã đưa ra nhiều chính sách về bảo tồn và phát huy văn hóa để duy trì và nhân rộng giá trị văn hóa dân tộc, từ đó hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Nơi đây cũng thường diễn ra các sự kiện văn hóa lớn của quốc gia, như ngày 20/5/2018 (vốn là Ngày đàn tranh Trung Quốc), trong lần tổ chức thứ hai, Chính phủ Trung Quốc đã là chọn biểu diễn tại phân hội trường Diên Sơn, thành phố Thượng Nhiêu, tỉnh Giang Tây, với gần 100 người yêu thích đàn tranh tiến hành biểu diễn. Hoạt động nhằm thúc đẩy sự phát triển văn hóa đàn tranh Trung Quốc, khiến càng nhiều người hiểu biết về đàn tranh, tìm hiểu về đàn tranh và yêu thích đàn tranh, đồng thời thúc đẩy sự quan tâm, tham gia và theo dõi của khách du lịch nội địa và quốc tế, thu hút họ đến thành phố Thượng Nhiêu, cũng như Khu du lịch núi Tam Thanh tại đây.

Từ những chính sách đó, trong thời gian, khu du lịch quốc gia Goseokjeong Hàn Quốc và khu du lịch Núi Tam Thanh, Trung Quốc vẫn luôn phát triển ổn định và bền vững. Đây là mục tiêu quan trọng trong các chính sách phát triển du lịch nói chung và phát triển khu du lịch quốc gia nói riêng tại bất cứ quốc gia nào.

3. Bài học rút ra cho các khu du lịch quốc gia Việt Nam

Trên cơ sở những kinh nghiệm về các chính sách phát triển du lịch đang được áp dụng tại các

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

khu du lịch quốc gia ở một số quốc gia Châu Á có thể rút ra một số bài học sau:

(1) *Nhà nước cần xác định đúng vị trí, vai trò của ngành và quan tâm phát triển du lịch.*

- Xác định đúng vai trò của du lịch trong chính sách phát triển kinh tế - xã hội là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu để phát triển du lịch.

Trong các kinh nghiệm được miêu tả ở trên, phát triển du lịch đều được coi là một lĩnh vực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế vùng và đất nước. Từ việc xác định vai trò của du lịch, các quốc gia và vùng du lịch đều chú trọng hoạch định chính sách về du lịch, tạo môi trường chính sách và pháp luật đồng bộ, thống nhất để thúc đẩy du lịch phát triển nhằm nâng cao sức cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Các chính sách về du lịch đều dựa trên bối cảnh phát triển du lịch quốc tế và trong nước, xu thế thị trường khách du lịch và các đòi hỏi bức thiết phải nâng cao năng lực cạnh tranh trong hội nhập quốc tế.

- Chính phủ cần có chính sách quốc gia xuyên suốt cho phát triển du lịch và coi trọng chiến lược phát triển du lịch bền vững, quan tâm tới môi trường

Để hỗ trợ thực hiện hiệu quả các chiến dịch phát triển du lịch tổng thể, chính phủ các nước này đã cung cấp các khoản đầu tư lớn từ nguồn ngân sách cho các hoạt động xúc tiến, quảng bá điểm đến, phát triển cơ sở hạ tầng du lịch, kết hợp với các biện pháp tạo thuận lợi cho khách du lịch như tăng khả năng tiếp cận điểm hấp dẫn du lịch. Cụ thể: Ở Trung Quốc, chính phủ có chính sách quốc gia xuyên suốt để bảo vệ môi trường, thậm chí xây dựng hẳn chiến lược và lập quy hoạch về thành phố xanh để hạn chế tác động xấu đến môi trường sống và môi trường du lịch tại thành phố Thượng Nhiêu, nơi có khu du quốc gia Núi Tam Thanh.

Trên cơ sở đó, tại Việt Nam, cần xây dựng và cụ thể hóa các chiến lược du lịch tại từng địa phương, gắn chặt với phát triển bền vững, bảo tồn các giá trị văn hóa, cùng với những quy hoạch và hoạch định chính sách phù hợp để đảm bảo các khu du lịch quốc gia tại Đà Lạt, Lâm Đồng và

Sapa, Lao Cai có thể phát triển du lịch nhanh chóng nhưng vẫn bền vững, hiệu quả.

(2) *Lập chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch*

- Cần làm tốt chiến lược marketing, tổ chức xúc tiến sản phẩm và điểm đến du lịch, xem đây là kênh giới thiệu sản phẩm du lịch đến với du khách

Việc thực hiện chiến lược xúc tiến, quảng bá thương hiệu điểm đến của Hàn Quốc quan tâm. Quốc gia này luôn xây dựng, tổ chức các kế hoạch quảng bá, xúc tiến tại thị trường nước ngoài rất công phu, kịch bản chặt chẽ và khoa học, có cơ quan chủ quản và chịu trách nhiệm rõ ràng. Nội dung quảng bá, xúc tiến thường có sự linh hoạt theo từng chiến lược cụ thể hàng năm hoặc hàng kỳ. Họ luôn tham gia các kỳ hội chợ với các sản phẩm chất lượng, hoàn chỉnh và luôn luôn sẵn sàng. Đặc biệt, tại mỗi quốc gia, họ lại quảng bá theo một nội dung phù hợp riêng, đảm bảo thu hút đúng thị trường khách hướng tới, ngôn ngữ sử dụng cũng rất đa dạng, đảm bảo khả năng tiếp cận thị trường cao. Còn tại Việt Nam, các chương trình xúc tiến quảng bá các khu du lịch quốc gia Sapa và khu du lịch quốc gia Hồ Tuyên Lâm cũng được thực hiện bước đầu thông qua các chương trình du lịch quốc gia, các hội chợ du lịch và các sự kiện văn hóa - du lịch lớn góp phần không nhỏ vào quảng bá hình ảnh du lịch của địa phương với bạn bè trong và ngoài nước.

- Coi trọng đầu tư cho chiến lược xúc tiến du lịch: Hoạt động xúc tiến quảng bá có vai trò quan trọng trong việc giới thiệu và lan truyền hình ảnh du lịch quốc gia ra thế giới nên cần sự đầu tư đúng tầm và đúng chỗ. Kinh phí quảng bá luôn được Nhà nước ưu tiên hỗ trợ, ngoài ra, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cũng có phải đóng góp vì nó được coi là yếu tố mang lại lợi ích kinh tế cho chính họ.

(3) *Đào tạo nhân lực du lịch*

- Coi trọng bồi dưỡng, sử dụng nhân lực du lịch để xây dựng và phát triển du lịch hiệu quả

Từ thực trạng phát triển du lịch tại các quốc gia trong khu vực và tại một số địa phương thuộc các vùng du lịch của Việt Nam cho thấy, thành công

trong việc thu hút khách du lịch là nhờ nguồn nhân lực du lịch được đào tạo chuyên nghiệp, có kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn cao, lòng yêu nghề và sự nghiêm túc trong công việc. Đặc biệt, trong các quốc gia Châu Á, Hàn Quốc và Trung Quốc là những quốc gia được đánh giá cao về chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Chính nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, chất lượng cao là một trong những yếu tố giúp nâng tầm vị thế và năng lực cạnh tranh của họ như những điểm đến du lịch quốc tế.

- Chăm lo đào tạo đội ngũ những người làm du lịch chuyên nghiệp.

(4) Xây dựng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch

Để xây dựng và đa dạng hóa sản phẩm du lịch, cần quan tâm đến những yếu tố sau:

- Phát huy giá trị văn hóa, tín ngưỡng mang tính đặc trưng và những yếu tố hấp dẫn khác trong xây dựng sản phẩm du lịch. Phát huy các giá trị văn hóa, tín ngưỡng và những yếu tố hấp dẫn khác trong xây dựng sản phẩm du lịch là một nhân tố tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm du lịch của từng vùng, từng quốc gia. Nếu khu du lịch quốc gia Goseokjeong Hàn Quốc gây ấn tượng cho du khách nhờ làn sóng Hallyu hay thông qua các bộ phim truyền hình được đầu tư kỳ công và trở thành “hiện tượng” toàn khu vực thì thành phố Thượng Nhiêu, với khu du lịch quốc gia Núi Tam Thanh lại tạo nên sự hấp dẫn đối với du khách bằng sự độc đáo trong khai thác sản phẩm “du lịch xanh”. Và quan trọng là các khu du lịch quốc gia này đã tạo nên những sự khác biệt cho những sản phẩm du lịch của quốc gia mình để thu hút du khách.

- Coi trọng việc nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch

Về quy mô và chất lượng sản phẩm du lịch: Sản phẩm du lịch đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao sức cạnh tranh của Du lịch mỗi vùng, mỗi quốc gia. Sản phẩm du lịch đơn điệu, kém hấp dẫn sẽ yếu thế trong cạnh tranh và khó có thể lôi kéo được du khách. Vì vậy, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch chính là chiến lược mà các điển hình kinh nghiệm

đề cập ở trên rất coi trọng để đáp ứng nhu cầu của thị trường. Việc đầu tư phát triển du lịch sinh thái, văn hóa, du lịch sự kiện, chuyên đề, mua sắm, du lịch nông thôn,... theo hướng khác biệt đã thực sự mang lại hiệu quả, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các quốc gia đó trong thời gian qua.

Về sản phẩm du lịch đặc thù: các khu du lịch quốc gia được nghiên cứu ở trên đều quan tâm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù để tạo lợi thế trong cạnh tranh. Chẳng hạn, sản phẩm đặc thù của khu du lịch quốc gia ở Hàn Quốc là các sản phẩm du lịch mang đậm tính văn hóa, lịch sử như các phim trường hoành tráng, các trung tâm lịch sử, nghệ thuật; sản phẩm du lịch đặc thù của khu du lịch quốc gia ở Trung Quốc là các sản phẩm du lịch văn hóa, du lịch xanh, sản phẩm du lịch đặc thù của của khu du lịch quốc gia ở Việt Nam có thể định hướng là du lịch văn hóa, du lịch nghỉ dưỡng...

Về chiến lược giá cả: nhìn chung, như các điểm du lịch, các khu du lịch quốc gia cũng thường tổ chức các sự kiện để thu hút khách du lịch vào mùa thấp điểm như chiến dịch “siêu giảm giá”, giảm giá vé máy bay và các dịch vụ mặt đất... Đây là bài học quan trọng nhằm giảm tính chất mùa vụ, kích thích nhu cầu du lịch, tăng xuất khẩu tại chỗ và nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp du lịch thương mại và dịch vụ, đặc biệt là các cơ sở lưu trú.

(5) Liên kết, hợp tác trong phát triển du lịch tại các khu du lịch quốc gia

Với tính chất là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao, sự phát triển du lịch không chỉ bó hẹp trong một quốc gia, lãnh thổ mà luôn vươn ra khỏi phạm vi hành chính một địa phương, quốc gia và khu vực. Việc liên kết du lịch giữa các lãnh thổ khác nhau cho phép khai thác những lợi thế tương đối của nhau về tài nguyên du lịch, về vị trí trong giao thương, về hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật và các nguồn lực khác để phát triển du lịch. Đồng thời, liên kết du lịch giữa các chủ thể hành chính còn tạo nên khả

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

năng cạnh tranh cao hơn đối với các bên liên quan nhằm thu hút đầu tư từ các nguồn vốn trong và ngoài nước, thu hút khách du lịch đến mỗi địa bàn nhằm thu lợi nhuận, đồng thời giải quyết việc làm cho nguồn lao động tại địa phương.

Các nước có nền du lịch phát triển như Hàn Quốc, Trung Quốc... đã liên kết, hợp tác từ rất sớm. Họ liên kết để kết nối chương trình du lịch, tạo ra những sản phẩm du lịch đặc trưng, chuyên biệt cho mỗi quốc gia và liên quốc gia (như các chương trình du lịch Việt Nam - Trung Quốc). Hình thức liên kết của họ là liên kết nội vùng, ngoại vùng và liên kết đa ngành. Đặc biệt, sự liên kết giữa du lịch với ngành hàng không cần rất chặt chẽ, nhằm tạo ra những chương trình du lịch quốc tế hấp dẫn với mặt bằng giá cả cạnh tranh.

Ngoài ra sự liên kết trong phạm vi quốc gia cũng là yếu tố quan trọng tạo ra tính đa dạng những vấn đề đảm bảo sự thuận tiện và đồng nhất của sản phẩm, mang lại giá trị trải nghiệm cao cho khách hàng.

(6) Tạo môi trường chính trị ổn định, đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách tại các quốc gia điểm đến, nơi có các khu du lịch quốc gia

Môi trường chính trị ổn định, đất nước an bình, môi trường sinh thái trong sạch là điều kiện lý tưởng cho việc thu hút khách du lịch. Đây là một trong những thế mạnh của du lịch ở Hàn Quốc và Việt Nam. Trên bản đồ du lịch thế giới, đây được coi là những quốc gia có điểm tham quan an toàn nhất thế giới. Đây cũng là sự lựa chọn ưu tiên của du khách cho những điểm đến du lịch trong tương lai.

Vấn đề an toàn giao thông cũng được du khách quan tâm khi đi du lịch tại nước ngoài. Tại Hàn Quốc và Trung Quốc, các phương tiện giao thông chấp hành rất đúng luật, tai nạn giao thông rất ít, hầu hết người dân đều có ý thức cao trong việc chấp hành luật lệ giao thông. Người tham gia giao thông, đặc biệt là du khách thường hay đi bộ để tham quan, có thể yên tâm sang đường vì chỉ cần ấn nút trên cột đèn tín hiệu là đoàn xe ô tô sẽ dừng để nhường đường. Bên cạnh đó, việc kiểm soát

tình trạng ăn xin hay chèo kéo du khách, tránh gây phiền hà cho du khách trong chuyến thăm quan cũng thường được đánh giá cao.

Kết luận

Phát triển du lịch đòi hỏi những chiến lược và chính sách dài hạn, trong sự quản lý vĩ mô của Nhà nước và sự tham gia của tất cả các thành phần liên quan. Những kinh nghiệm trên đây là những bài học bổ ích về chính sách du lịch mà các khu du lịch quốc gia tại Việt Nam có thể và cần vận dụng để phát triển du lịch trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Quyết định số 1927/QĐ-TTg, ngày 01 tháng 12 năm 2017, về việc Công nhận khu du lịch quốc gia Sapa, tỉnh Lào Cai

2. Quyết định số 205/QĐ-TTg, ngày 15 tháng 02 năm 2017, về việc Công nhận khu du lịch quốc gia Hồ Tuyên Lâm, thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng

3. D. Su, Wall, G., Eagles, P.F.J. (2007), "Emerging governance approaches for tourism in the protected areas of China", Environmental Management. 39(6), 749–759

4. Rambaldi Giacomo Bugna Sahlee (2001), "A Review of the Protected Area System of Thailand", Biodiversity. July – September 2001 pp 1-5

Summary

For tourism development, there should be specific and effective policies, especially for national tourism sites. Currently, Vietnam has only officially recognized 02 areas as national tourism zones in 2017. Due to the new official recognition, tourism development in those areas has not really been effective. Therefore, studying policies to develop national tourism areas of some countries in the world and drawing lessons for Vietnamese national tourism areas is of urgent significance.