
THE ACTUAL SITUATION OF ATTRACTING INTERNATIONAL TOURISTS TO THANH HOA IN THE 2016 - 2020 PERIOD

Nguyen Thi Hong Le^a

Nguyen Thi Thuong Hien^b

^a Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: nguyenthihongle@dvttdt.edu.vn

^b Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: nguyenthithuonghien@dvttdt.edu.vn

Received: 10/01/2022

Reviewed: 11/01/2022

Revised: 13/01/2022

Accepted: 18/01/2022

Released: 25/01/2022

Thanh Hoa is a province with potentials and strengths in tourism development with a variety of forms to meet the needs of tourists. Over the years, with available good conditions, Thanh Hoa tourism has achieved remarkable achievements. However, mainly domestic tourists come to Thanh Hoa and international tourists are estimated in a limited number. The article analyzes the current situation of attracting international tourists to Thanh Hoa in the 2016 - 2020 period so that relevant organs have a more comprehensive view of the Thanh Hoa tourism development strategy in the coming years.

Key words: Actual situation; international tourists; Thanh Hoa.

1. Giới thiệu

Du lịch đang là ngành có những tác động to lớn đến kinh tế mỗi địa phương và quốc gia. Đặc biệt, nguồn lợi thu được từ khách du lịch quốc tế góp phần gia tăng GDP, mang lại thu nhập cho người dân, đem lại nguồn ngoại tệ cho địa phương nhằm cải thiện cán cân thanh toán, quảng bá hình ảnh của địa phương và quốc gia đến với bạn bè khắp nơi trên thế giới. Không chỉ vậy, du lịch còn tạo cơ hội việc làm, tăng thu nhập, giảm quá trình đô thị hóa, là cơ hội mở rộng giao lưu văn hóa, nâng cao dân trí, phát triển nhân tố con người, đảm bảo an ninh quốc phòng và trật tự an toàn xã hội...

Thanh Hóa là tỉnh có nhiều tiềm năng và lợi thế trong phát triển du lịch với nhiều loại hình du lịch khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Nhằm khai thác thế mạnh sẵn có của mình, trong những năm qua, du lịch Thanh Hoá đã xây dựng các chương trình, kế hoạch dài hạn, ngắn hạn trong phát triển du lịch, chú trọng trong hoạt động đầu tư. Kết quả đạt được là trong những năm qua du lịch Thanh Hoá đã trở thành điểm đến hấp dẫn đối với khách du lịch và doanh thu hàng năm đều tăng. Tuy lượng khách đến với Thanh Hoá tăng đều nhưng thị trường khách chủ yếu vẫn là khách du lịch nội địa, khách du lịch quốc tế

đến Thanh Hoá còn rất ít, chưa xứng với tiềm năng và thế mạnh của tỉnh. Mặc dù đã có những hoạt động tích cực nhằm thu hút khách quốc tế, nhưng Thanh Hoá vẫn chưa thực sự trở thành một điểm đến có sức hút ở trong nước trong tương quan so sánh với các địa phương khác có tiềm năng, thế mạnh tương đồng.

Trong phạm vi bài viết, chúng tôi đi vào bàn luận về thực trạng thu hút khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hoá giai đoạn 2016 - 2020.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Việt Nam đã trải qua giai đoạn nhận thức về tầm quan trọng của du lịch trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và toàn cầu hoá. Do đó, việc làm sao để thu hút khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam là một yêu cầu thiết yếu của sự phát triển. Đến nay, việc xây dựng những giải pháp để thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đã được rất nhiều địa phương nghiên cứu và triển khai; một số địa phương có thế mạnh du lịch đã thu hút khá nhiều khách quốc tế như: Sapa, Hạ Long, Đà Nẵng, Nha Trang... Các trung tâm, viện, trường đại học thực hiện các đề tài nghiên cứu về giải pháp thu hút khách du lịch quốc tế đã đánh giá được thực trạng và làm nổi bật điểm mạnh du lịch của từng địa phương, từ đó phân nào đóng góp cho công tác quản lý và thu hút khách du lịch quốc tế.

Trong bài viết “Nghiên cứu hành vi khách du lịch Thái Lan đến Đà Nẵng và đề xuất đổi mới với xây dựng chính sách thu hút khách” (2009), nhóm tác giả Lê Văn Huy và Hà Quang Thơ - dựa trên cơ sở khảo sát 500 khách Thái Lan đến Đà Nẵng, đã giới thiệu những hành vi liên quan đến khách du lịch, từ đó đưa ra một số đề xuất đổi mới với việc xây dựng chính sách nhằm thu hút khách Thái Lan (nói riêng) và khách du lịch quốc tế nói chung đến Đà Nẵng.

Với khóa luận tốt nghiệp cử nhân du lịch “Du lịch sinh thái tại Sapa đối với khách du lịch quốc tế” (2010), trên cơ sở đánh giá tiềm năng và hiện trạng các loại hình du lịch sinh thái ở Sapa, tác giả Nguyễn Phương Thùy đã xây dựng định hướng các loại hình du lịch sinh thái tại Sapa đối với khách du lịch quốc tế.

Luận văn cử nhân du lịch “Một số giải pháp nhằm thu hút khách du lịch Trung Quốc tại Trung tâm Du lịch thuộc Công ty Cổ phần Du lịch Dịch vụ Dầu khí Hải Phòng” (2010) của tác giả Nghiêm Thị Phương Dung cũng đã đưa ra được một số giải pháp nhằm thu hút khách du lịch Trung Quốc, trên cơ sở tìm hiểu thực trạng hoạt động của Công ty trong việc phục vụ khách du lịch Trung Quốc. Tuy nhiên, hệ thống giải pháp này chỉ phù hợp với điều kiện thực tế của Công ty Cổ phần Du lịch Dịch vụ Dầu khí Hải Phòng.

Với đề tài “Thực trạng và tiềm năng phát triển thị trường khách du lịch Nga tại Nha Trang - Khánh Hòa” (2013), tác giả Nguyễn Kim Loan đã đưa ra những giải pháp nhằm thu hút và phát triển thị trường khách du lịch Nga tại Nha Trang - Khánh Hòa, trong đó một trong những giải pháp được tác giả chú trọng đó là việc hoàn thiện, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch.

Trong bài viết “Phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa thành ngành kinh tế mũi nhọn” (2019), tác giả Lê Thị Bình đã phân tích các lợi thế cũng như khó khăn trong thực tiễn phát triển hạ tầng, quảng bá và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch nhằm tạo sức hút đối với khách du lịch trong nước và quốc tế. Bàn riêng về vấn đề thu hút khách du lịch quốc tế đến lưu trú

và tham quan tại các địa danh ở tỉnh Thanh Hóa, tác giả kết luận rằng lượng khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa còn hạn chế, không có sự đột biến lớn như một số tỉnh trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ có điều kiện tương đồng về tài nguyên du lịch [4]. Tuy nhiên, bài viết mới chỉ dừng lại ở việc tổng hợp số lượng khách du lịch bao gồm cả khách nội địa và khách quốc tế đến với Thanh Hóa qua các giai đoạn để từ đó đề ra các giải pháp phát triển du lịch thành kinh tế mũi nhọn của Thanh Hóa.

Tác giả Nông Thị Dung trong bài viết “Thu hút khách du lịch đến tỉnh Thái Nguyên trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0” (2019) đã tập trung nghiên cứu ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp 4.0 tới sự thay đổi hành vi tiêu dùng của khách du lịch đối với các dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường thu hút khách du lịch nói chung, khách du lịch nước ngoài nói riêng tới tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2020 - 2025. Bên cạnh những giải pháp liên quan đến chất lượng và dịch vụ du lịch, tác giả cũng nhấn mạnh việc tăng cường khai thác du lịch cộng đồng, đề cao vai trò của việc xây dựng ý thức về kinh doanh du lịch trong cộng đồng [5].

Trong luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh “Thu hút khách du lịch quốc tế: nghiên cứu cho trường hợp Việt Nam” (2017), tác giả Vũ Thị Thanh Hiền đã đi sâu nghiên cứu thực trạng hoạt động thu hút khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam, trên cơ sở đề xuất những giải pháp, kiến nghị về chính sách nhằm thu hút khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam nhiều hơn nữa trong những năm tới [6]. Tuy nhiên, đây là một phạm vi nghiên cứu khá rộng trên phạm vi cả nước nên các giải pháp còn khá chung chung, chưa tạo nên được sự riêng biệt cho từng địa phương.

Nhìn chung, những nghiên cứu trên đã quan tâm đến lý luận và thực tiễn trong hoạt động du lịch, đến kinh doanh du lịch, thị trường du lịch và nêu kinh nghiệm thu hút khách du lịch quốc tế của một số địa phương trong nước. Do vấn đề cơ sở hạ tầng đặc thù giữa các tỉnh và Thanh Hóa khác nhau nên những công trình nói trên mới chỉ là những tài liệu tham khảo, tìm hiểu kinh nghiệm tổ chức tiếp cận nghiên cứu về vấn đề thu hút khách du lịch quốc tế tại tỉnh Thanh Hóa. Ngoài ra, mặc dù đã có nghiên cứu liên quan đến thực trạng phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa, nhưng các thành tố cụ thể trong thực trạng thu hút khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế nói riêng đến với Thanh Hóa lại chưa được quan tâm, đề cập.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

3.1. Cách tiếp cận

Tiếp cận nguồn tư liệu, cụ thể: Các văn bản quy hoạch tuyến, điểm du lịch; sách, ấn phẩm, công trình nghiên cứu có liên quan về thu hút khách du lịch quốc tế và trang thông tin điện tử các khu, điểm, tour du lịch; Các báo cáo tổng kết về hoạt động du lịch tại Thanh Hóa qua các năm.

Tiếp cận thông qua điều tra, khảo sát thực tế về chất lượng hoạt động quản lý, quảng bá, thu hút khách du lịch quốc tế; chất lượng dịch vụ tại các khu, điểm; cơ sở dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu đề ra của bài viết, tác giả đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu cụ thể:

- Phương pháp phân tích tài liệu

Đây là phương pháp cơ bản được sử dụng trong hầu hết các nghiên cứu xã hội nhân văn. Cơ sở của phương pháp này là dựa vào phân tích tài liệu đã được điều tra thu thập được từ các cơ quan quản lý, cơ sở dịch vụ, từ tài liệu trên mạng Internet, sách báo, ấn phẩm và kế thừa các thông tin có được từ các đề tài nghiên cứu đi trước. Từ đó hệ thống lại, tổng hợp có chọn lọc và phân tích chúng theo các nội dung của nghiên cứu đang hướng tới.

- Phương pháp điều tra xã hội học

Tác giả xây dựng bảng hỏi dùng cho việc đánh giá thực trạng hoạt động thu hút khách du lịch quốc tế trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Kết quả phân tích từ bảng hỏi sẽ là cơ sở để đánh giá về tình hình thu hút khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa.

- Phương pháp khảo sát thực tế

Tác giả tiến hành khảo sát thực tế để đánh giá thực trạng hoạt động thu hút khách du lịch quốc tế trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa một cách toàn diện hơn. Các thông tin thu thập được từ các cuộc khảo sát là cơ sở khách quan để đánh giá về tình hình thu hút khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa.

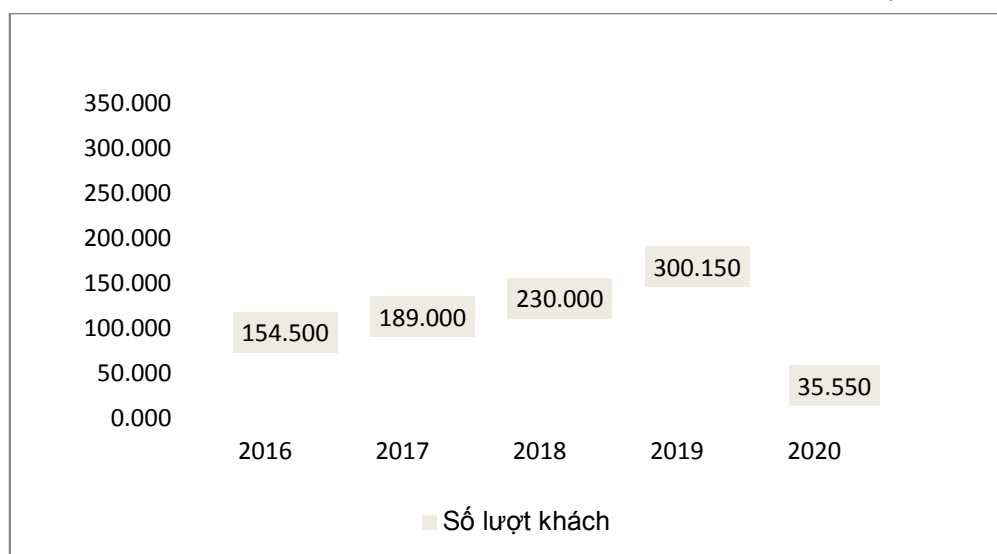
4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Tình hình khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa

Với những tiềm năng và thế mạnh sẵn có, cùng những chính sách, chiến lược, chương trình, kế hoạch trong phát triển du lịch, trong những năm qua lượng khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa đang ngày một tăng. Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, nếu như năm 2010 lượng khách quốc tế đến với du lịch Thanh Hóa mới chỉ đạt 34.980 lượt khách, đến năm 2015 con số đã tăng lên là 127.000 lượt khách và trong năm 2019 đã là 300.150 lượt khách, riêng năm 2020 do ảnh hưởng của dịch bệnh nên hầu hết các nước trên thế giới đều đóng cửa biên giới và không đón tiếp khách du lịch từ các thị trường khác đến nhưng trong năm 2020 lượng khách quốc tế đến với Thanh Hoá cũng đạt 35.550 lượt khách (đây chủ yếu là những du khách công tác tại Việt Nam). Thị trường khách chủ yếu là: Thái Lan, Lào, Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Hồng Kông, Singapore và một số nước châu Âu... trong đó khách du lịch có quốc tịch Anh, Pháp, Canada gần đây có xu hướng tăng lên. Lượng khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa chủ yếu tập trung vào các khu, điểm du lịch khám phá, cộng đồng (homestay) tại một số huyện miền núi, vùng cao. Trong đó, huyện Bá Thước là địa phương đứng đầu toàn tỉnh về thu hút khách du lịch quốc tế. Cùng với đó du lịch biển - một thế mạnh của du lịch Thanh Hóa trong những năm qua được chú trọng đầu tư nâng cấp cả về cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật làm cho chất lượng dịch vụ và sản phẩm du lịch nâng cao và đa dạng hơn đã thu hút được ngày càng nhiều khách du lịch đến với vùng biển Thanh Hóa, trong đó bao gồm cả khách du lịch quốc tế.

Biểu đồ 1: Số lượt khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020

Đơn vị tính: Lượt khách



Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Từ biểu đồ, có thể thấy lượng khách quốc tế đến Thanh Hóa có xu hướng tăng theo các năm (riêng năm 2020 do tình hình dịch bệnh nên giảm chung toàn ngành). Đây là tín hiệu đáng mừng cho thấy Thanh Hóa đang ngày càng trở thành điểm đến hấp dẫn không chỉ khách du lịch trong nước mà cả khách du lịch quốc tế với tốc độ phát triển bình quân 29,4%, nhất là trong tình hình dịch bệnh vẫn có lượng khách quốc tế nhất định đến với Thanh Hoá.

Cùng với việc tăng lượng khách quốc tế đến với du lịch Thanh Hóa, doanh thu từ khách du lịch quốc tế cũng tăng theo. Nếu như năm 2016 doanh thu từ khách quốc tế đạt 39.600 USD đến năm 2019 con số đã tăng lên là 90.680 USD; mức chi tiêu bình quân năm 2016 là 80.000 VND/ngày thì đến năm 2019 đã tăng lên 98.000 VND/ngày. Đây là một con số thấp, nhưng nhìn chung đây cũng là tín hiệu đáng mừng với du lịch Thanh Hóa, nhất là trong bối cảnh hiện nay đang còn nhiều khó khăn, sản phẩm du lịch chưa đa dạng để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

Biểu đồ 2: Doanh thu từ khách du lịch quốc tế giai đoạn 2015 - 2019

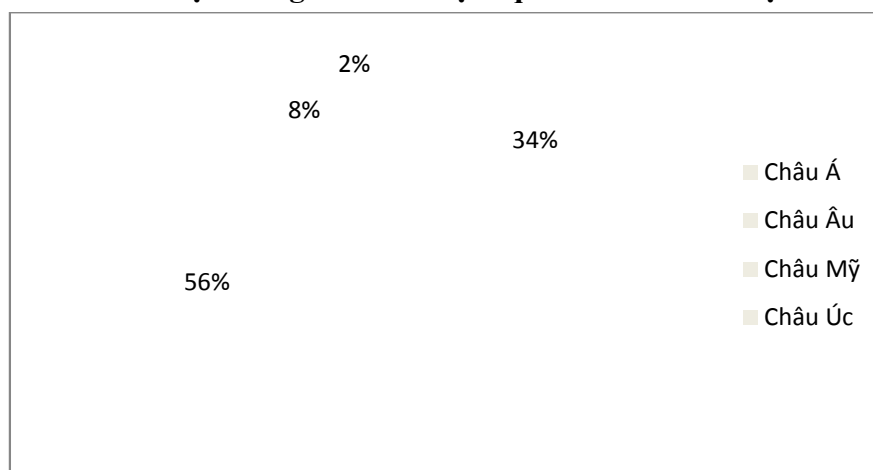
Đơn vị tính: nghìn USD



Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Thị trường khách quốc tế ở Thanh Hóa cũng khá đa dạng, trong đó chủ yếu là các quốc gia và vùng lãnh thổ như: Nhật, Trung Quốc, Hàn Quốc, châu Âu, châu Mỹ... nhưng chủ yếu là khách châu Âu (chiếm 56,1%), đây có thể được xem là thị trường khách trọng điểm của ngành du lịch Thanh Hóa. Khách châu Á cũng chiếm số lượng lớn (chiếm 33,6 %) nhưng chủ yếu là khách du lịch quốc tế kết hợp công vụ...

Biểu đồ 3: Thị trường khách du lịch quốc tế theo châu lục

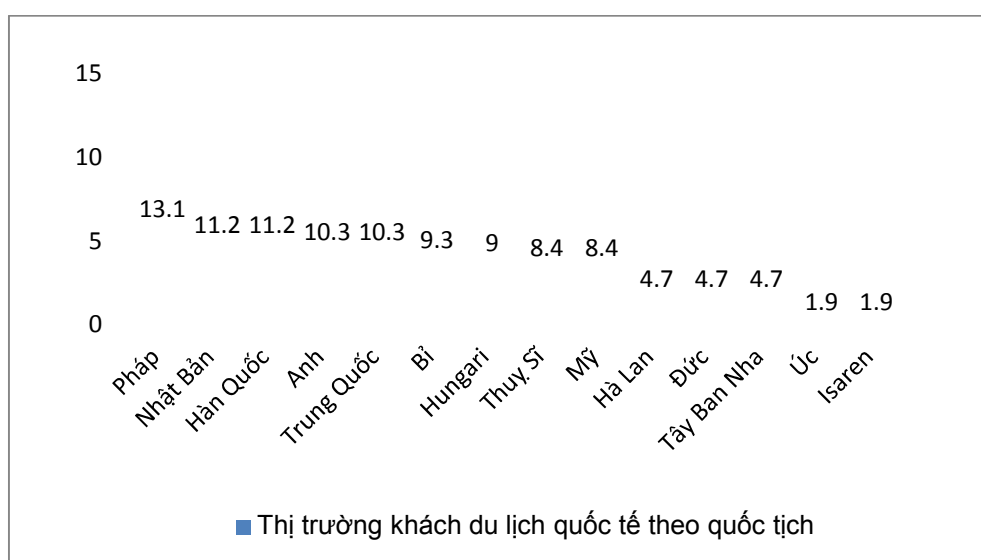


Nguồn: Điều tra, khảo sát đề tài năm 2020

Để tìm hiểu rõ hơn về thị trường khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa trong thời gian qua, nhóm nghiên cứu đã đi sâu vào khảo sát điều tra 20 khu, điểm du lịch có tiềm năng thu hút khách du lịch quốc tế, và tiến hành khảo sát 107 khách quốc tế, tỷ lệ khách đến từ các nước châu Âu vẫn chiếm số lượng lớn hơn, như khách Pháp chiếm 13,1%, khách Anh là 10,3% và ít nhất là thị trường khách Úc với 1,9%, khách Đức, Hà Lan, Tây Ban Nha là 4,7%...

Biểu đồ 4: Thị trường khách du lịch quốc tế theo quốc tịch

Đơn vị tính: %

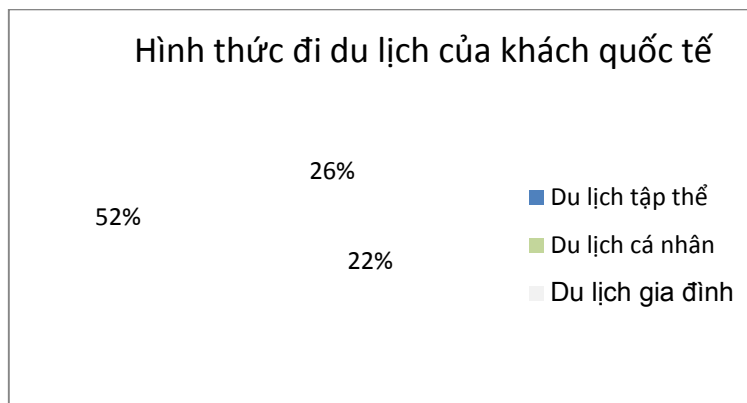


Nguồn: Điều tra, khảo sát đề tài năm 2020

Có thể thấy, thị trường khách quốc tế đến với Thanh Hóa khá đa dạng, tuy nhiên vẫn ở mức độ thấp và không đồng đều.

Cũng qua kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu thấy rằng hình thức đi du lịch của khách du lịch quốc tế thường đi theo từng nhóm cùng với gia đình hoặc nhóm bạn bè, hoặc theo đoàn, thích đến nơi có cảnh sắc thiên nhiên. Nhưng đi cùng gia đình vẫn chiếm tỷ lệ cao hơn với 52% lượng khách, sau đó là đi tập thể 26% và gia đình là 22%.

Biểu đồ 5: Hình thức đi du lịch của khách quốc tế



Nguồn: Điều tra, khảo sát đề tài năm 2020

Thời gian lưu trú tại Thanh Hóa từ 1 - 3 ngày chiếm 86,0%, trong khi đó thời gian lưu trú 4 - 7 ngày chiếm 12,5%, còn thời gian lưu trú từ 7 ngày trở lên chiếm 1,5%. Về độ dài ngày ở lại bình quân một lượt khách: độ dài đối với khách đi theo tour là 2,3 ngày, còn đối với khách tự sắp xếp đi là 2,7 ngày, khách tự sắp xếp đi thường chủ động được về thời gian nên có thời gian nghỉ dài hơn¹. Thời gian lưu trú sẽ ảnh hưởng đến việc chi tiêu mua sắm và sử dụng các dịch vụ trong chuyến đi của du khách. Đây là một thông tin quan trọng cần được các nhà quản lý kinh doanh du lịch địa phương hết sức lưu ý để xây dựng sản phẩm du lịch tăng khả năng chi tiêu và nhu cầu mua sắm của du khách.

Qua phỏng vấn trực tiếp, chúng tôi thấy rằng, du khách quốc tế thường có tâm lý đi du lịch là được hưởng thụ, không đòi hỏi cao về tham quan di tích văn hóa - lịch sử (11.3%). Du khách quốc tế lựa chọn đi du lịch nước ngoài nói chung và du lịch Thanh Hóa nói riêng chủ yếu là để nghỉ dưỡng, tránh đông, nghỉ mát, tắm biển, tham quan và mua sắm. Họ không quan tâm nhiều đến những điểm tham quan di tích văn hóa lịch sử ở Thanh Hóa mà chủ yếu quan tâm đến du lịch nghỉ dưỡng ven biển hoặc nghỉ dưỡng núi (37.9%) và khám phá, trải nghiệm, tìm hiểu cuộc sống của người dân bản địa (37.1%). Bên cạnh đó, khách du lịch quốc tế thường thích sự yên tĩnh, họ đặc biệt quan tâm nhiều đến việc mua sắm các vật kỷ niệm trong chuyến đi, họ không quan tâm nhiều đến giá cả.

Bảng 1. Mục đích của khách quốc tế khi đến Thanh Hóa

TT	Mục đích của khách	Tỷ lệ (%)
1	Du lịch nghỉ dưỡng	37.9
2	Khám phá, trải nghiệm, tìm hiểu cuộc sống	37.1
3	Tham quan di tích văn hóa - lịch sử	11.3

¹ Cục Thống kê tỉnh Thanh Hoá (2018), *Kết quả khảo sát chi tiêu của khách du lịch năm 2018 tỉnh Thanh Hoá*, Nxb Thống kê.

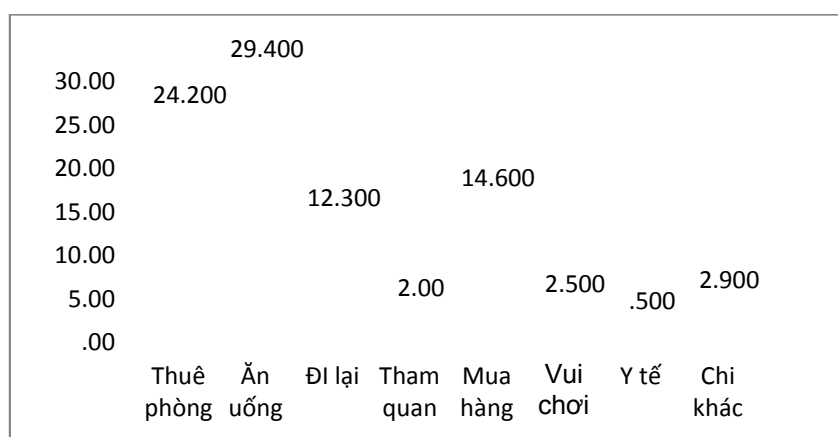
4	Thăm họ hàng, bạn bè	4.0
5	Hội nghị, hội thảo	6.5
6	Làm việc	3.2
Tổng		100.0

Nguồn: Điều tra, khảo sát đề tài năm 2020

Chi tiêu của khách quốc tế khi đến với Thanh Hoá chủ yếu tập trung vào thuê phòng, ăn uống, mua sắm và đi lại. Theo đó, tổng chi tiêu bình quân một ngày khách quốc tế tại Thanh Hoá là 88,4 USD. Trong đó: chi thuê phòng là 24,2 USD; chi ăn uống là 29,4 USD; chi đi lại 12,3 USD; chi mua hàng 14,6 USD; chi tham quan và vui chơi giải trí 4,5 USD; các khoản y tế và chi khác 3,4 USD.

Biểu đồ 6: Chi tiêu bình quân một ngày khách du lịch quốc tế
(Phân theo khoản chi USD)

Đơn vị tính: USD



Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Xét theo giới tính, khách nữ có mức chi bình quân một ngày 92,6 USD, khách nam chi tiêu 87,4 USD. Khách nữ mức chi tiêu nhiều hơn khách nam chủ yếu là chi mua sắm hàng hoá.

Phân bố mức chi tiêu bình quân một ngày theo loại cơ sở lưu trú thì khách ở khách sạn 5 sao chi tiêu cao nhất với 124,2 USD/ngày, khách sạn 4 sao là 102,9 USD/ngày, khách sạn 3 sao 68,6 USD/ngày, khách sạn 2 sao 36,2 USD/ngày, khách ở làng du lịch chi 75,2 USD/ngày.

4.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và nguồn nhân lực du lịch

* Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch bao gồm cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch và một số ngành kinh tế quốc dân tham gia phục vụ du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch bao gồm nhiều thành phần, chúng có những chức năng và ý nghĩa nhất định đối với việc tạo ra, thực hiện các sản phẩm du lịch.

- Cơ sở phục vụ ăn uống và lưu trú: Đây là thành phần đặc trưng nhất trong toàn bộ hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đáp ứng nhu cầu căn bản nhất của con người (ăn và ngủ) khi họ sống ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ.

- Mạng lưới cửa hàng chuyên nghiệp: là một phần trong cơ cấu vật chất kỹ thuật du lịch. Mục đích của chúng là đáp ứng nhu cầu về hàng hóa của khách du lịch bằng việc bán các mặt hàng đặc trưng cho khách, hàng thành phẩm và các hàng hóa khác. Hệ thống cơ sở này gồm 2 phần: một phần thuộc các trung tâm dịch vụ du lịch, chúng phục vụ khách du lịch là chủ yếu. Phần khác thuộc mạng lưới thương nghiệp địa phương với nhiệm vụ phục vụ nhân dân địa phương, đồng thời cũng đóng vai trò quan trọng đối với việc phục vụ khách du lịch, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch tại điểm đến trong tỉnh.

- Cơ sở y tế: nhằm mục đích phục vụ du lịch chữa bệnh và cung cấp các dịch vụ bổ sung tại các điểm du lịch. Cơ sở này bao gồm các trung tâm chữa bệnh, các phòng y tế được trang bị các thiết bị đảm bảo cho việc sơ cấp cứu ban đầu khi khách du lịch cần.

- Các công trình phục vụ hoạt động thông tin văn hóa phục vụ du lịch: các công trình này nhằm mục đích nâng cao, mở rộng kiến thức văn hóa - xã hội cho khách du lịch, tạo điều kiện giao tiếp xã hội, tuyên truyền về truyền thống, thành tựu văn hóa các dân tộc. Các công trình bao gồm trung tâm văn hóa, phòng chiếu phim, nhà hát, câu lạc bộ, phòng triển lãm...

Xác định là một trong những yếu tố quan trọng tạo nên sản phẩm và sự hài lòng cho khách du lịch khi đến với Thanh Hóa, trong những năm qua tỉnh và ngành đã rất chú trọng đầu tư nâng cấp hệ thống cơ vật chất kỹ thuật du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu ăn nghỉ, vui chơi giải trí của du khách. Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, tính đến năm 2020 toàn tỉnh có 925 cơ sở lưu trú với tổng số phòng là 41.300 phòng trong đó có 43 cơ sở lưu trú đạt từ 3 sao trở lên, đảm bảo phục vụ nhu cầu nghỉ của khách du lịch khi đến với Thanh Hóa. Trong hệ thống cơ sở lưu trú, Thanh Hóa đã đầu tư nhiều các resort cao cấp để đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng của khách, nhất là các khu vực Pùlông - nơi hiện đang thu hút nhiều khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hoá nhất hiện nay. Cùng với đó, hệ thống nhà hàng đa dạng với nhiều hình thức đáp ứng nhu cầu ăn và thưởng thức ẩm thực của khách du lịch khi đến với biển xứ Thanh. Ngoài ra, các khu vực có hoạt động du lịch cũng rất chú trọng đầu tư hệ thống các dịch vụ du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu giải trí của khách như năm 2017 khu du lịch Hải Tiến của huyện Hoằng Hóa đã khai trương khu vui chơi giải trí cảm giác mạnh; hệ thống các chợ hải sản phục vụ nhu cầu mua sắm của du khách...

Bảng 2: Hệ thống cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cơ sở lưu trú	650	700	740	820	900	925
Số phòng	20.500	22.700	25.900	30.000	40.100	41.300

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

*** Nguồn nhân lực**

Nói đến nguồn nhân lực du lịch là nói đến chủ thể tham gia vào quá trình phát triển du lịch và kinh tế - xã hội. Nguồn nhân lực ấy không phải là chủ thể biệt lập riêng rẽ một cá nhân hay một tập thể, mà là chủ thể được tổ chức thành lực lượng thống nhất cả về tư tưởng và hành động. Nguồn lực này là tổng hợp những chủ thể trong từng lĩnh vực du lịch, nhưng không phải là tập hợp giản đơn số lượng các cá nhân hoặc tập thể mà là sự tổng hợp của chính thể nhân lực trong hành động, tạo thành một sức mạnh chung. Sức mạnh đó bắt nguồn trước

hết là những phẩm chất văn hóa vốn có bên trong của mỗi chủ thể và được nhân lên gấp bội trong thực tiễn hoạt động du lịch. Vì vậy, khi nói nguồn nhân lực du lịch với vai trò động lực của quá trình phát triển du lịch là nói đến những phẩm chất tích cực của tổng hợp những chủ thể được bộc lộ trong quá trình đó và thúc đẩy quá trình này vận động phát triển; đồng thời hạn chế tối đa mặt tiêu cực và hạn chế của nguồn nhân lực du lịch.

Vai trò của nguồn nhân lực du lịch trong việc biến nguồn lực phát triển du lịch ở dạng tiềm năng thành hiện thực ngày càng được khẳng định. Đội ngũ nhân lực du lịch có trách nhiệm dự báo, sáng tạo, dẫn dắt và hướng dẫn cộng đồng trở thành lực lượng sáng tạo các giá trị du lịch mới, chứ không chỉ là đối tượng khai thác, hưởng thụ. Đội ngũ nhân lực du lịch phải là lực lượng xung kích, giúp đỡ, hướng dẫn nhân dân nắm được và ứng dụng khoa học công nghệ vào công việc; bám sát đời sống thực tiễn, tích cực tham gia xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm, nâng cao trí tuệ và thể chất cho nhân dân, làm cho dân giàu, tạo điều kiện hội nhập, góp phần xây dựng một xã hội lành mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh.

Nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò tiên phong trong sáng tạo các giá trị du lịch của chuỗi phân công lao động quốc tế trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu và toàn diện. Bản thân các cá nhân và đội ngũ nhân lực du lịch vừa là chủ thể có khả năng tích hợp và phát huy toàn bộ sức mạnh nội sinh của dân tộc, vừa là khách thể tiếp nhận và phát huy những tinh hoa và kinh nghiệm tiên tiến trong phát triển du lịch của thế giới để phát triển du lịch bền vững.

Nhận thức rõ được tầm quan trọng của nguồn nhân lực trong phát triển du lịch, trong những năm gần đây, Thanh Hóa đã và đang đẩy mạnh công tác xã hội hóa và hợp tác quốc tế, thu hút nguồn lực phát triển nhân lực du lịch. Đồng thời, chú trọng đa dạng hóa các hình thức đào tạo du lịch và đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch. Trong đó, tập trung nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch. Mặt khác, chú trọng nâng cao kỹ năng nghề, ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp cho lực lượng lao động trong lĩnh vực du lịch.

Theo số liệu thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa, đến hết năm 2020, toàn tỉnh có 40.600 lao động du lịch trực tiếp; trong đó, số lao động được đào tạo, bồi dưỡng là 32.300 người (lao động được đào tạo ở các trình độ: trình độ đại học trở lên là 4.000 người; lao động trình độ cao đẳng, trung cấp là 12.900 người; lao động được đào tạo nghề, bồi dưỡng tại chỗ là 15.400 người). Trong đó, tỉnh rất chú trọng đến việc đào tạo và trang bị những kỹ năng cần thiết cho lao động: kỹ năng giao tiếp ứng xử trong du lịch, ngoại ngữ (đặc biệt cho những khu vực có tỷ lệ khách quốc tế cao), các nghiệp vụ phục vụ khách du lịch... Đây là nguồn lực quan trọng để du lịch Thanh Hóa ngày càng khẳng định được vị thế của mình ở trong nước và nước ngoài cũng như đảm bảo chất lượng cho sản phẩm du lịch.

Bảng 3: Nguồn nhân lực du lịch giai đoạn 2015 - 2019

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Lao động du lịch	18.600	20.800	24.300	28.400	33.500	40.600
Qua đào tạo	13.500	15.410	18.310	21.500	26.400	32.300
Chưa đào tạo	5.100	5.390	5.900	6.900	7.100	8.300

Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

4.3. Hợp tác đầu tư và tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch

Là ngành kinh tế đối ngoại, mang tính quốc tế cao, để thúc đẩy du lịch phát triển, bên cạnh phát huy nội lực để tranh thủ nguồn ngoại lực, thời gian qua, ngành Du lịch Thanh Hóa đã tăng cường mở rộng hoạt động hội nhập, hợp tác với nhiều tỉnh trong cả nước và trên thế giới để thúc đẩy phát triển du lịch cũng như thu hút khách du lịch đến với Thanh Hóa.

Trong nước, Thanh Hóa đã chủ động liên kết và hợp tác với các tỉnh có ngành du lịch phát triển mạnh và có những nét tương đồng trong hoạt động du lịch nhằm thúc đẩy, liên kết hỗ trợ nhau trong phát triển du lịch. Cụ thể: ngày 31/5/2019 tại khu du lịch FLC của Thanh Hóa đã diễn ra lễ ký kết hợp tác phát triển du lịch 3 tỉnh Quảng Ninh, Ninh Bình, Thanh Hóa. Ký kết hợp tác phát triển du lịch giữa Hiệp hội Du lịch 3 tỉnh với Câu lạc bộ UNESCO Hà Nội và Câu lạc bộ Du lịch cộng đồng CTC và Lễ ký kết giữa Trung tâm Xúc tiến Du lịch Nghệ An, Trung tâm Xúc tiến Du lịch Phú Thọ và Trung tâm Xúc tiến Du lịch Hưng Yên; Ký kết hợp tác du lịch giữa ba tỉnh Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An; Hợp tác với Tập đoàn Flamingo, Công ty Cổ phần Hanoi Redtour nhằm tuyên truyền, xúc tiến, kêu gọi đầu tư, kết nối tour, tuyển đưa khách đến Thanh Hóa, nhất là khách du lịch quốc tế....

Thường xuyên tham gia các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch và thương mại tại các tỉnh, thành phố trong cả nước như: Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam VITM, Hội chợ Du lịch quốc tế ITE Thành phố Hồ Chí Minh... đã đem hình ảnh du lịch của Thanh Hoá đến với du khách trong và ngoài nước.

Cùng với đó, du lịch Thanh Hóa cũng quan tâm đến hợp tác với các nước trong khu vực và trên thế giới. Đã có nhiều bản ký kết hợp tác được thực hiện: Ký kết thỏa thuận hợp tác giữa thành phố Sầm Sơn (Thanh Hóa) với quận Trung tâm của thành phố Saint Petersburg đã diễn ra trọng thể tại trụ sở quận Trung tâm thành phố Saint Petersburg (Liên bang Nga). Tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch tại thị trường ngoài nước như: xúc tiến kêu gọi đầu tư tại thị trường các nước trong khu vực (ASEAN, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản...) và châu Âu (Liên bang Nga, Pháp, Đức...); mở đường bay thẳng charter Thanh Hóa - Băng Cốc (Thái Lan) do Công ty Vietravel thực hiện.

5. Thảo luận

Từ những phân tích trên cho thấy, việc thu hút khách du lịch quốc tế tại Thanh Hóa trong những năm qua đã được quan tâm và có những kết quả đáng ghi nhận như số lượng khách tăng (trừ những năm do nguyên nhân dịch bệnh), thị trường khách mở rộng cả châu Á, châu Âu... bên cạnh đó vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và nguồn nhân lực du lịch, hợp tác đầu tư và tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch.

Những năm qua, ngành du lịch Thanh Hóa đã có những bước tiến dài với những dấu mốc quan trọng về phát triển hạ tầng, quảng bá và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch. Thống kê cho thấy, đã có tới 18 dự án hạ tầng du lịch được triển khai trên địa bàn toàn tỉnh, nhiều dự án kinh doanh khu, điểm du lịch được cấp phép hoạt động. Xét riêng về phương diện quảng bá, xúc tiến du lịch, bên cạnh việc liên kết và hợp tác với các tỉnh có ngành du lịch phát triển mạnh và có những nét tương đồng trong hoạt động du lịch nhằm thúc đẩy, liên kết hỗ trợ nhau

trong phát triển, du lịch Thanh Hóa cũng quan tâm đến hợp tác với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Tính tổng lượng khách đến Thanh Hóa năm 2015 là 5.530.000 lượt khách, trong đó khách quốc tế là 127.000 lượt khách, đạt doanh thu 5.180.000 triệu đồng. Đến năm 2019 tổng lượt khách là 9.655.000 lượt khách, trong đó khách du lịch quốc tế là 300,150 lượt khách, đạt doanh thu 14.526.000 triệu đồng¹.

Từ con số này chúng ta thấy rõ được sự nỗ lực của ngành du lịch và tỉnh Thanh Hóa trong phát triển ngành kinh tế mũi nhọn. Tuy nhiên, những kết quả này chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh mà tỉnh Thanh Hóa có được, nhất là tỷ lệ khách quốc tế đến với Thanh Hóa còn rất thấp (năm 2019 mặc dù lượng khách quốc tế tăng gần gấp đôi so với năm 2015, nhưng số khách quốc tế đến Thanh Hóa mới chỉ chiếm 3,1% lượng khách đến với Thanh Hóa). Nếu so sánh với các tỉnh có hoạt động du lịch phát triển trên cả nước như: Ninh Bình, Hạ Long, Đà Nẵng thì còn khá khiêm tốn. Thêm vào đó, lượng khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa chỉ chủ yếu tập trung vào các khu, điểm du lịch khám phá, cộng đồng (homestay) tại một số huyện miền núi, vùng cao với thời gian lưu trú ngắn. Thời gian lưu trú sẽ ảnh hưởng đến việc chi tiêu mua sắm và sử dụng các dịch vụ trong chuyến đi của du khách. Đây là một thông tin quan trọng cần được các nhà quản lý kinh doanh du lịch địa phương hết sức lưu ý để xây dựng sản phẩm du lịch tăng khả năng chi tiêu và nhu cầu mua sắm của du khách.

Có thể nhận thấy, việc phân tích, đánh giá thực trạng thu hút khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa là rất cần thiết, là tiền đề quan trọng để có thể đưa ra các giải pháp toàn diện, thiết thực nhằm đẩy mạnh phát triển du lịch Thanh Hóa nói chung, tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế đến với tỉnh Thanh Hóa nói riêng.

Bài viết mới chỉ dừng lại ở việc phân tích thực trạng thu hút khách du lịch quốc tế ở một số khía cạnh, vẫn còn nhiều nội dung cần nghiên cứu, bổ sung. Tuy nhiên, đây sẽ là cơ sở để chúng ta tìm hiểu nguyên nhân của tồn tại, hạn chế và có những hướng đi đúng đắn nhằm đẩy mạnh các hoạt động thu hút khách du lịch quốc tế đến tỉnh Thanh Hóa trong tương lai.

6. Kết luận

Thanh Hóa nằm trong vùng du lịch Bắc Trung Bộ và sở hữu nhiều ưu thế cả về tự nhiên và xã hội trong phát triển ngành kinh tế du lịch. Trong những năm qua, du lịch Thanh Hóa đã có nhiều khởi sắc, đạt được những thành tựu đáng kể và đã trở thành một trong những điểm đến hấp dẫn đối với khách du lịch. Với hệ thống nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng, có thể nói Thanh Hóa là điểm đến có sức hấp dẫn khách du lịch nhiều quốc gia trên thế giới, tuy nhiên sự phát triển của ngành du lịch Thanh Hóa chưa xứng tầm với tiềm năng, lượng khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa còn hạn chế. Để đẩy mạnh hoạt động thu hút khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa, việc xác định các yếu tố thu hút khách du lịch quốc tế đến Thanh Hóa là rất quan trọng. Với việc phân tích thực trạng trong bài viết là cơ sở để đề xuất ra những giải pháp thu hút khách du lịch quốc tế đến với Thanh Hóa, hy vọng trong tương lai không xa lượng khách quốc tế đến Thanh Hóa sẽ ngày càng tăng, khai thác được hết tiềm năng thế mạnh của Thanh Hóa.

¹ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Tài liệu tham khảo

- [1]. Đảng bộ tỉnh Thanh Hoá (2020), *Báo cáo tình hình thực hiện các chương trình trọng tâm, các khâu đột phá theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII, nhiệm kỳ 2015 - 2020*.
- [2]. Quyết định số 492/QĐ-UBND, ngày 09/02/2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa phê duyệt đề án “Phát triển sản phẩm du lịch mũi nhọn tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn 2030”.
- [3]. Cục Thống kê Thanh Hóa (2018), *Kết quả khảo sát chi tiêu của khách du lịch năm 2018 tỉnh Thanh Hóa*.
- [4]. Lê Thị Bình (2019), *Phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa thành ngành kinh tế mũi nhọn*. Tạp chí điện tử *Tài chính*, truy cập ngày 25/11/2021 từ <https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/phot-trien-du-lich-tinh-thanh-hoa-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon-310157.html>
- [5]. Nông Thị Dung (2019), *Thu hút khách du lịch đến tỉnh Thái Nguyên trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0*. Tạp chí *Công thương*, số 8 (5/2019), tr. 316 - 320.
- [6]. Vũ Thị Thanh Hiền (2017), *Thu hút khách du lịch quốc tế: nghiên cứu cho trường hợp Việt Nam*, luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [7]. Quyết định số 492/QĐ-UBND ngày 09/02/2015 của UBND tỉnh Thanh Hóa phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030”.
- [8]. Quyết định số 290-QĐ/TU ngày 7/5/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa về việc ban hành Chương trình phát triển du lịch Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020.
- [9]. Phạm Tấn, Vương Hải Yến (2015), *Xứ Thanh những điểm đến du lịch hấp dẫn*, Nxb Thanh Hóa.
- [10]. Lê Văn Tạo (2010), *Nghiên cứu sản phẩm du lịch Thanh Hóa phục vụ phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thanh Hóa*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Tỉnh, Sở Khoa học và Công nghệ Thanh Hóa.
- [11]. Lê Văn Tạo (2010), *Di sản văn hóa - nguồn lực đặc biệt cho phát triển du lịch Thanh Hóa*, Nxb Thế giới.

THỰC TRẠNG THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ ĐẾN THANH HÓA (GIAI ĐOẠN 2016 - 2020)

Nguyễn Thị Hồng Lê^a

Nguyễn Thị Thương Hiền^b

^a Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: nguyenthihongle@dvttdt.edu.vn

^b Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: nguyenthithuonghien@dvttdt.edu.vn

Ngày nhận bài: 10/01/2022

Ngày phân biện: 11/01/2022

Ngày tác giả sửa: 13/01/2022

Ngày duyệt đăng: 18/01/2022

Ngày phát hành: 25/01/2022

Thanh Hóa là tỉnh có tiềm năng và thế mạnh trong phát triển du lịch với nhiều loại hình đa dạng đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch. Với thế mạnh sẵn có, trong những năm qua, du lịch Thanh Hóa đã đạt được những thành tựu đáng kể, tuy nhiên, khách đến với Thanh Hóa chủ yếu là khách nội địa, lượng khách du lịch quốc tế còn rất khiêm tốn. Trong phạm vi bài viết này, tác giả đi vào phân tích thực trạng thu hút khách quốc tế đến với Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020 để có cái nhìn tổng thể hơn trong chiến lược phát triển du lịch Thanh Hóa trong những năm tới.

Từ khóa: Thực trạng; khách du lịch quốc tế; Thanh Hóa.