

## DEVELOPING THANH HOA TOURISM INTO A KEY ECONOMIC SECTOR - SOME PROPOSED ISSUES

**Pham Trung Luong**

Institute for Tourism Development Research

Email: *trungluongdl@gmail.com*

Received: 10/01/2022

Reviewed: 11/01/2022

Revised: 15/01/2022

Accepted: 18/01/2022

Released: 25/01/2022

*In the "Strategy to develop tourism in Thanh Hoa province to 2025, with a vision to 2030", Thanh Hoa sets a central goal of developing tourism into a key economic sector. On this basis, the article focuses on clarifying theoretical issues about the key economic sector, thereby assessing the potential, advantages and current situation of Thanh Hoa tourism development in recent times. Apart from the achieved results, there exist some shortcomings that also affect the goal of tourism development in Thanh Hoa province.*

**Key words:** Thanh Hoa tourism; key economic sector; tourism development.

### 1. Đặt vấn đề

Cho đến nay, khái niệm “Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, mang nội dung văn hóa sâu sắc, mang tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao” đã dần được xã hội thừa nhận, cho dù khái niệm này còn chưa được chính thức “luật hóa”.

Ở Việt Nam, ngành du lịch được hình thành và phát triển đã gần được 60 năm, song hoạt động du lịch chỉ thực sự diễn ra sôi động với tư cách là một ngành kinh tế từ thập kỷ 90 của thế kỷ XX, gắn liền với chính sách mở cửa hội nhập của Đảng và Nhà nước. Vai trò và vị trí của du lịch đã sớm được xác định, theo đó "phát triển du lịch là một hướng chiến lược quan trọng trong đường lối phát triển kinh tế - xã hội nhằm góp phần thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước"<sup>1</sup> và “phát triển du lịch thực sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn”<sup>2</sup>.

Như vậy có thể thấy, ngay từ những năm 2000 của thế kỷ XX, du lịch đã được xác định là ngành kinh tế quan trọng và được định hướng để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn chứ không phải là ngành “dịch vụ ăn chơi” như quan niệm đã từng tồn tại trước đó ở Việt Nam.

Cho dù ở Việt Nam, nhiều ngành kinh tế đã từng hoặc đang được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn (Spearhead economic sector), song khái niệm cụ thể về ngành kinh tế mũi nhọn kèm theo hệ thống tiêu chí rõ ràng để “công nhận” thì cho đến nay chưa có văn bản chính thức nào đưa ra. Cũng có ý kiến cho rằng ngành kinh tế mũi nhọn phải là ngành “tiên

<sup>1</sup> Chỉ thị 46/CT-TW Ban Bí thư Trung ương Đảng khoá VII, 10/1994.

<sup>2</sup> Văn kiện Đại hội Đảng IX.

phong, đi đầu” có khả năng làm “đầu tàu” dẫn dắt nền kinh tế của đất nước, tuy nhiên câu hỏi đặt ra: như thế nào là “tiên phong”?, thế nào là “đầu tàu”? vẫn chưa có lời giải một cách thuyết phục. Hơn thế nữa, ngành “tiên phong”, “đầu tàu” chỉ có thể là một ngành, chứ không thể là hai và càng không thể có nhiều được. Tuy nhiên, thực tế cho thấy ở Việt Nam, nhiều ngành kinh tế đã được xác định là ngành mũi nhọn và vì vậy khái niệm kinh tế Việt Nam là nền kinh tế “quả mít” với nhiều ngành được “phong” là ngành kinh tế mũi nhọn. Đây chính là hệ quả của tình trạng còn tồn tại nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm của “ngành kinh tế mũi nhọn”.

Thực tế này lý giải tại sao nhiệm vụ “Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” đã được Đảng và Nhà nước đặt ra ngay từ Đại hội Đảng lần thứ IX song cho đến nay vẫn chưa thể tổng kết đánh giá được. Gần đây, nhiệm vụ này một lần nữa lại được đặt ra tại Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn”.

Trong bối cảnh đó, nếu không có được khái niệm rõ ràng mang tính khoa học thì sẽ khó có thể xác định rõ mục tiêu cuối cùng (mang tính định lượng) và lộ trình để du lịch Việt Nam thực hiện thành công Nghị quyết số 08 - NQ/TW và chính thức được công nhận là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

## **2. Giới thiệu nghiên cứu**

Trong những năm qua, nhận thức được ý nghĩa quan trọng của việc phải có được khái niệm mang tính định lượng về ngành kinh tế mũi nhọn để vận dụng cho phát triển ngành du lịch, một số hội thảo đã được tổ chức ngay từ năm 2000 với sự tham gia của nhiều nhà khoa học, nhà quản lý. Cho dù còn chưa có sự thống nhất tuyệt đối, song đa số ý kiến cho rằng một ngành kinh tế sẽ được công nhận là ngành mũi nhọn nếu đạt được 03 tiêu chí cơ bản sau:

- Tỷ lệ đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP quốc gia (hay GRDP địa phương) đạt tỷ lệ từ 10,0% trở lên.

- Tỷ lệ việc làm trực tiếp trong ngành phải đạt trên 8,0% tổng số lao động xã hội trong độ tuổi của quốc gia (hay địa phương).

- Sự phát triển của ngành phải tạo được sự “lan tỏa” (vai trò dẫn dắt) đối với sự phát triển những ngành có liên quan thông qua tỷ lệ đóng góp gia tăng (gián tiếp) của ngành vào GDP quốc gia (hay GRDP địa phương) cũng phải từ 10,0% trở lên và việc làm tạo ra phải đạt trên 15,0% tổng số lao động trong độ tuổi của xã hội.

Bên cạnh những tiêu chí mang tính định lượng trên, sự phát triển của ngành kinh tế mũi nhọn phải đóng góp được nỗ lực quảng bá hình ảnh và nâng cao vị thế của đất nước trong khu vực và quốc tế.

Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trên quy mô quốc gia hay địa phương cũng không phải là ngoại lệ.

Với du lịch thì việc thực hiện mục tiêu này sẽ thuận lợi hơn dựa vào tính chất của du lịch là “ngành kinh tế tổng hợp, mang tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao” vì thế tiêu chí: “tạo được sự lan tỏa” đối với sự phát triển của các ngành kinh tế khác có liên quan và tạo việc làm gián tiếp cho xã hội sẽ dễ thực hiện hơn so với nhiều ngành khác. Bên cạnh đó, phát

triển du lịch còn luôn gắn liền với hoạt động xúc tiến quảng bá hình ảnh, vị thế của quốc gia hoặc địa phương nơi du lịch phát triển.

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

Để hoàn thiện bài viết, chúng tôi đã sử dụng đồng thời nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau. Bên cạnh phương pháp thống kê, so sánh, phân tích, tổng hợp thì phương pháp được sử dụng xuyên suốt trong bài viết là phỏng vấn sâu đối với cán bộ quản lý du lịch của Thanh Hóa và nghiên cứu các chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển du lịch; các Nghị quyết, văn bản của Đảng bộ và chính quyền tỉnh Thanh Hóa. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng đã trực tiếp khảo sát tại nhiều khu, điểm du lịch nổi tiếng của Thanh Hóa như Sầm Sơn, Hải Tiến, Pù Luông, Suối cá Cẩm Lương,...; quan sát, phỏng vấn du khách, doanh nghiệp và cộng đồng cư dân để có đầy đủ thông tin, từ đó đưa ra các nhận định, nhận xét về thực trạng và những vấn đề đặt ra đối ngành du lịch Thanh Hóa.

### **4. Kết quả nghiên cứu**

#### **4.1. Lợi thế và thực trạng phát triển du lịch Thanh Hóa**

Theo Tổ chức lãnh thổ du lịch Việt Nam đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 201/QĐ - TTg ngày 22/01/2013, Thanh Hóa là địa phương thuộc vùng Bắc Trung Bộ có vị trí “cầu nối” với vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc mà trung tâm vùng là Thủ đô Hà Nội. Đây là vị trí địa chính trị quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là du lịch của tỉnh Thanh Hóa.

Là địa phương không chỉ có diện tích lãnh thổ lớn thứ 5 ở Việt Nam, nơi sinh sống của 07 dân tộc, Thanh Hóa còn là địa phương có bề dày lịch sử phát triển, có bờ biển dài, địa hình đa dạng, tính đa dạng sinh học cao. Những đặc điểm về tự nhiên và lịch sử - văn hóa tạo cho Thanh Hóa có được tiềm năng du lịch rất đa dạng và phong phú, trong đó có những giá trị nổi bật toàn cầu.

Với bờ biển dài trên 100 km, Thanh Hóa có nhiều bãi biển đẹp mà tiêu biểu là Sầm Sơn (thành phố Sầm Sơn), Quảng Vinh (huyện Quảng Xương), Hải Tiến (huyện Hoằng Hóa), Hải Hòa (thị xã Nghi Sơn),... Thanh Hóa có vùng núi đá vôi rộng lớn với nhiều danh thắng hang động karster gắn với các truyền thuyết, di tích lịch sử văn hóa như động Từ Thức (huyện Nga Sơn), động Long Quang trên núi Hàm Rồng (TP. Thanh Hóa), quần thể hang động Trường Lâm (thị xã Nghi Sơn), động Tiên Sơn (huyện Vĩnh Lộc)... Trong hệ thống các khu Bảo tồn thiên nhiên mà tiêu biểu là Vườn Quốc gia Bến En chứa đựng nhiều giá trị cảnh quan đặc sắc, về các hệ sinh thái nhiệt đới điển hình, và tính đa dạng sinh học cao.

Với bề dày lịch sử hàng ngàn năm phát triển, Thanh Hóa là vùng đất “địa linh nhân kiệt”, nơi phát tích của bốn vị vua là: Lê Đại Hành (980 - 1005), Hồ Quý Ly (1400 - 1407), Lê Thái Tổ (1418 - 1426) và Gia Long (1802 - 1820) và hai vị chúa là: chúa Trịnh (1545 - 1570) và chúa Nguyễn (1558 - 1613); là cái nôi của cuộc khởi nghĩa Lam Sơn - thánh địa tôn nghiêm và uy linh của Vương tôn triều Hậu Lê; và là nơi lưu giữ được nhiều di sản văn hóa lịch của dân tộc. Theo số liệu thống kê năm 2016, trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa hiện có 804 di tích được xếp hạng, trong đó có 145 di tích cấp quốc gia với 01 Di sản Văn hóa Thế giới (Thành nhà Hồ) và 05 di tích cấp quốc gia đặc biệt là hang Con Moong (khảo cổ), Sầm Sơn (lịch sử và danh lam thắng cảnh), khu Di tích Lam Kinh, đền thờ Lê Hoàn và đền Bà Triệu

(lịch sử và kiến trúc nghệ thuật)... và nhiều lễ hội gồm 160 lễ hội truyền thống và 50 lễ hội tín ngưỡng - văn hóa đặc trưng riêng biệt có ý nghĩa lớn về lịch sử, văn hóa và có tác dụng tích cực trong việc giáo dục truyền thống yêu nước, khôi phục phát triển những nét đẹp trong sinh hoạt văn hóa cổ truyền.

Trên cơ sở phân tích đặc điểm về nguồn lực, vai trò, vị trí phát triển du lịch, có thể thấy những lợi thế so sánh của Thanh Hóa trong phát triển du lịch bao gồm:

*Thứ nhất:* So với nhiều địa phương, phát triển du lịch Thanh Hóa có được sự quan tâm đặc biệt của Chính phủ và các bộ, ngành trung ương, của Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh Thanh Hóa. Trên cơ sở đó, tỉnh đã xây dựng chiến lược, các quy hoạch, kế hoạch cho từng giai đoạn làm căn cứ để phát triển du lịch một cách đồng bộ, hiệu quả theo hướng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và bền vững.

*Thứ hai:* Thanh Hóa là địa phương hội tụ nhiều tiềm năng phát triển du lịch mang tính đặc thù, đặc biệt về lịch sử văn hóa bên cạnh các giá trị tự nhiên đặc sắc và hấp dẫn như biển Sầm Sơn, Vườn Quốc gia Bến En...

Với tiềm năng du lịch đặc sắc mang tính đặc thù về văn hóa và tự nhiên, Thanh Hóa có thể mạnh nổi trội trong phát triển du lịch văn hóa - lịch sử và du lịch biển. Đây là lợi thế tạo nên thương hiệu riêng có của điểm đến Thanh Hóa, góp phần quan trọng tạo nên sức cạnh tranh của điểm đến.

*Thứ ba:* Đó là “vị trí địa lý”. Thanh Hóa là điểm đầu của vùng Bắc Trung Bộ gần với Thủ đô Hà Nội - trung tâm du lịch của cả nước ở khu vực phía Bắc. Lợi thế này của Thanh Hóa đã phát huy có hiệu quả với việc nâng cấp quốc lộ 1A, sân bay Thọ Xuân, qua đó “rút ngắn” đáng kể “khoảng cách thời gian” giữa Thanh Hóa với Hà Nội.

*Thứ tư:* Đó là “hình ảnh” của điểm đến du lịch Thanh Hóa đã được hình thành và khá đậm nét trên thị trường, đặc biệt là thị trường khách nội địa với địa danh Sầm Sơn là một điểm đến du lịch biển nổi tiếng ở khu vực phía Bắc. Sau một thời gian hình ảnh này bị “nhạt” đi do sự ra đời của nhiều khu du lịch biển đẹp ở miền Trung cũng như bởi sự ảnh hưởng của những “hình ảnh xấu” về một khu du lịch có nhiều tiêu cực thì nay hình ảnh Sầm Sơn lại dần được phục hồi bởi những đổi thay tích cực.

Với những lợi thế và tiềm năng du lịch đặc sắc, đa dạng và phong phú, Thanh Hóa đã được xác định là điểm đến du lịch biển hấp dẫn ở khu vực phía Bắc, đặc biệt vào mùa du lịch nội địa từ tháng 6 - 9 hàng năm.

Nhận thức được những tiềm năng và lợi thế về du lịch, trong những năm qua, đặc biệt từ những năm 2000 trở lại đây, Thanh Hóa đã chú trọng phát triển du lịch, góp phần tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, tạo việc làm, nâng cao thu nhập của cộng đồng, tạo được hình ảnh của Thanh Hóa như một điểm đến năng động, giàu bản sắc và thân thiện. Những kết quả đạt được của du lịch Thanh Hóa thời gian qua là đáng khích lệ:

- Nhận thức về du lịch đã có nhiều chuyển biến tích cực, theo đó Đại hội Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XIX nhiệm kỳ 2021 - 2025 vẫn tiếp tục xác định phát triển du lịch là 1 trong 6 chương trình phát triển kinh tế - xã hội trọng tâm; là 1 trong 5 trụ cột tăng trưởng với mục tiêu đưa Thanh Hóa trở thành một trong những trung tâm du lịch của cả nước với mức tăng trưởng bình quân hàng năm là 9,8%/năm giai đoạn đến năm 2025.

Như vậy có thể thấy, trên cơ sở chuyển biến nhận thức về vai trò của du lịch, Thanh Hóa là một trong những địa phương đi đầu trong cả nước đề ra mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phù hợp với tinh thần chỉ đạo của Đảng ngay từ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX và được cụ thể hóa tại Nghị quyết số 08 - NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Trong thời gian qua, nhiều hội thảo, hội nghị chuyên đề về du lịch để nâng cao nhận thức xã hội, trước hết là trong đội ngũ lãnh đạo, đảng viên từ cấp tỉnh đến cấp cơ sở đã được tổ chức. Gần đây, ngày 19/6/2018, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thanh Hóa đã phối hợp với Báo Diễn đàn Doanh nghiệp tổ chức Hội thảo "Du lịch Thanh Hoá: Đổi mới để phát triển bền vững".

Những chuyển biến nhận thức xã hội về du lịch là yếu tố quan trọng để đẩy mạnh phát triển du lịch ở Thanh Hóa thời gian qua.

- Hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch từng bước được nâng cao, đặc biệt trong việc đẩy mạnh công tác xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch làm căn cứ pháp lý cho hoạt động quản lý, khai thác có hiệu quả tiềm năng, lợi thế về du lịch; đẩy mạnh phát triển du lịch theo Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam và định hướng của chỉ đạo của Tỉnh ủy.

Cụ thể, để thực hiện Quyết định số 2161/QĐ - TTg ngày 11/11/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030" và Quyết định số 209 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh, UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch số 45/KH - UBND ngày 25/4/2014 về phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020 và thực hiện Chương trình Hành động quốc gia về du lịch.

Tiếp đến, UBND tỉnh đã ban hành Kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết số 08 - NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn tại Quyết định số 1554/QĐ - UBND ngày 11/5/2017.

Để triển khai những định hướng trên, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa đã triển khai thực hiện đề án "Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030" với một trong những mục tiêu trọng tâm là phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Đề án này đã được UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định số 492/QĐ - UBND ngày 09/02/2015.

- Trên cơ sở quy hoạch, đặc biệt là kết quả thực hiện Đề án "Phát triển sản phẩm du lịch mũi nhọn của tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030" tại Quyết định số 1985/QĐ - UBND ngày 09/6/2017 của UBND tỉnh Thanh Hóa, hệ thống sản phẩm du lịch của Thanh Hóa đã dần được định hình và hoàn thiện theo hướng chú trọng phát triển các sản phẩm đặc thù (mũi nhọn) dựa trên lợi thế về tự nhiên, văn hóa - lịch sử và đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường. Những định hướng này đã được khẳng định tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XIX nhiệm kỳ 2021 - 2025, theo đó Thanh Hóa sẽ "Tập trung phát triển du lịch biển; du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng; du lịch văn hóa, tâm linh và khám phá thiên nhiên; đưa Thanh Hóa trở thành một trong những trung tâm du lịch của cả nước".

Vào giai đoạn trước 2015, Thanh Hóa tập trung phát triển sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng và tắm biển ở khu vực Sầm Sơn, Hải Hòa, Hải Tiến,... Bên cạnh sản phẩm chính này, một số

sản phẩm tham quan các di tích lịch sử - văn hóa, hang động như động Từ Thức (huyện Nga Sơn), động Tiên Sơn (huyện Vĩnh Lộc),...; trải nghiệm cảnh quan, môi trường sinh thái ở các khu Bảo tồn Thiên nhiên Pù Luông (huyện Quan Hóa và Bá Thước), Pù Hu (huyện Quan Hóa và huyện Mường Lát), Xuân Liên (huyện Thường Xuân) và đặc biệt là ở Vườn Quốc gia Bến En (huyện Như Thanh) cũng phát triển chủ yếu để đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa từ đại trà đến trung cấp ở Hà Nội và các tỉnh phía Bắc.

Trong những năm gần đây, hệ thống sản phẩm du lịch Thanh Hóa đã có những bước phát triển đáng ghi nhận về chất, theo đó một số loại sản phẩm du lịch cao cấp đã và đang được đầu tư phát triển như du lịch nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch golf ở quần thể nghỉ dưỡng và sân golf FLC, hay du lịch MICE, du lịch di sản,... cũng như sản phẩm du lịch bổ sung: du lịch tâm linh sinh thái (suối cá Cẩm Lương), du lịch làng nghề (cối Nga Sơn, đúc đồng Thiệu Trung - Thiệu Hóa,...) để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường và quan trọng hơn là từng bước khắc phục tính thời vụ vốn là hạn chế chính của du lịch Thanh Hóa, qua đó nâng cao hiệu quả tăng trưởng du lịch, có đóng góp tích cực hơn cho phát triển kinh tế - xã hội.

Cùng với phát triển hệ thống sản phẩm du lịch, công tác xúc tiến quảng bá du lịch được chú trọng, đẩy mạnh và ngày càng hiệu quả với nhiều hình thức như: quảng bá hình ảnh điểm đến du lịch Thanh Hóa trên truyền hình, Youtube, Facebook, thực hiện các chuyên mục quảng bá về ẩm thực,... đẩy mạnh hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch tại Lào, Thái Lan; tăng cường liên kết trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch với các tỉnh Nghệ An, Ninh Bình, Khánh Hòa, Quảng Nam, Đà Nẵng và đặc biệt là với Hà Nội; tham gia sự kiện du lịch như: Hội chợ du lịch quốc tế thường niên VITM tại Hà Nội, Hội chợ Du lịch quốc tế ITE tại Thành phố Hồ Chí Minh; tham gia xúc tiến đầu tư thương mại du lịch tại Mỹ,... góp phần đưa hình ảnh du lịch Thanh Hóa đến gần hơn với khách du lịch trong nước và quốc tế, tạo điều kiện kết nối tour, tuyển, thu hút khách du lịch đến với Thanh Hóa.

- Với những nỗ lực phát triển sản phẩm du lịch và hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch, lượng khách du lịch đến với Thanh Hóa đã không ngừng tăng lên, qua đó góp phần tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Nếu như năm 2015, lượng khách du lịch đến Thanh Hóa đạt 5.530.000 lượt, trong đó có 127.000 lượt khách quốc tế; tổng thu từ du lịch đạt trên 5.180 tỷ đồng thì năm 2019, Thanh Hóa đã đón 9.655.000 lượt khách, trong đó có trên 300.000 lượt khách quốc tế; thu nhập du lịch đạt hơn 14.526 tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng trung bình về khách du lịch giai đoạn 2015 - 2019 đạt trên 16,8%/năm, tăng trưởng trung bình về thu nhập du lịch đạt 45,1%/năm. Năm 2018, tỷ trọng đóng góp thu nhập trực tiếp từ du lịch vào GRDP của Thanh Hóa đạt 5,0% và năm 2019 là 7,3%. [6]

Như vậy có thể thấy, để thực hiện mục tiêu phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, là một trong 5 trụ cột kinh tế của tỉnh theo tinh thần Nghị quyết Đảng bộ tỉnh lần thứ XIX nhiệm kỳ 2021 - 2025, du lịch Thanh Hóa sẽ phải nỗ lực nhiều hơn nữa với những tư duy đột phá mới.

- Bên cạnh sự hỗ trợ đầu tư của Nhà nước, Thanh Hóa chú trọng cải thiện môi trường đầu tư để thu hút các nhà đầu tư, đặc biệt các nhà đầu tư chiến lược như FLC Group, VinGroup, SunGroup, Mường Thanh Group,... Trong thời gian gần đây, nhiều dự án đã được phê duyệt và thực hiện tại các địa bàn trọng điểm du lịch như: dự án Khu du lịch sinh thái biển

Hải Hòa, dự án khu nghỉ mát biển Hải Tiến, Khu nghỉ mát Nam Sầm Sơn, khu du lịch sinh thái - văn hóa Vườn Quốc gia Bến En, khu du lịch sinh thái Pù Luông... Riêng năm 2015 - 2017, Thanh Hóa đã thu hút được 18 dự án hạ tầng du lịch, 61 dự án kinh doanh khu, điểm du lịch được cấp phép, với tổng vốn đăng ký lên đến 62.480 tỷ đồng. Bên cạnh đó, một số dự án đầu tư kinh doanh trong lĩnh vực nhà hàng, vận chuyển du lịch, làng nghề truyền thống, hàng lưu niệm,... cũng đang được hoàn thành góp phần không nhỏ trong việc nâng cao năng lực và chất lượng phục vụ du khách.

Cùng với đầu tư phát triển các dự án, số lượng các cơ sở lưu trú cũng tăng nhanh, từ 560 cơ sở với 14.050 buồng vào năm 2011 đã tăng lên 650 cơ sở lưu trú với quy mô 20.500 buồng vào năm 2015. Năm 2020, số cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh đã đạt 765 với số lượng buồng trên 40.000 [6]. Tuy nhiên, số lượng buồng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển, đặc biệt vào mùa cao điểm, tình trạng “cháy phòng” vẫn diễn ra ở các trọng điểm du lịch, đặc biệt tại Sầm Sơn.

- Phát triển du lịch Thanh Hóa thời gian qua đã tạo nhiều việc làm cho xã hội, góp phần cải thiện cuộc sống của cộng đồng. Đến năm 2016, đã có gần 20.000 lao động (trực tiếp và gián tiếp) trong lĩnh vực du lịch. Đa phần nhân lực trực tiếp có trình độ kiến thức từ cao đẳng, đại học trở lên, nhưng tỷ lệ có chuyên môn về du lịch còn hạn chế (30,75%) và chưa đạt được một số tiêu chí theo chuẩn quốc tế về nghề du lịch. Cụ thể, tiêu chí về thái độ phẩm chất chỉ đạt 4 - 5/10 điểm; về kiến thức hoạch định chiến lược, quản trị nhân sự, marketing chỉ đạt 4 - 5/10 điểm; về kỹ năng lập kế hoạch, giao tiếp, đào tạo, ngoại ngữ, ra quyết định, tạo động lực lao động, thuyết phục khách hàng cũng chỉ đạt từ 2 - 5/10 điểm.

Như vậy có thể thấy, lao động trong ngành du lịch Thanh Hóa còn rất hạn chế cả về số lượng và chất lượng. Chỉ riêng về số lượng năm 2016 đã không đạt chỉ tiêu đặt ra tại Quyết định số 2218/QĐ - UBND ngày 16/7/2009 của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hoá về việc điều chỉnh “Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020”, theo đó năm 2015 cần tới trên 109.000 lao động và đến năm 2020 giải quyết việc làm cho gần 261.000 lao động (kể cả lao động trực tiếp và gián tiếp).

Kết quả điều tra dân số năm 2019 cho thấy, hiện dân số Thanh Hóa là 3,64 triệu người, số lao động trong độ tuổi là 2,0 triệu. Như vậy, ngay cả với số lao động dự báo cần thiết cho phát triển du lịch Thanh Hóa vào năm 2020 thì tỷ lệ lao động trực tiếp trong ngành du lịch năm 2020 mới chỉ đạt 5,2%, chưa đạt tiêu chí của ngành kinh tế mũi nhọn.

Sau 3 năm thực hiện Quyết định số 209 - QĐ/TU ngày 27/5/2016 về “Chương trình phát triển du lịch Thanh Hoá giai đoạn 2016 - 2020” và Quyết định số 1554/QĐ - UBND ngày 11/5/2017 của UBND tỉnh về “Kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết số 08 - NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”, du lịch Thanh Hóa đã có bước chuyển mình mạnh mẽ, thực sự là khâu “đột phá” trong phát triển kinh tế của tỉnh và đã đạt được những kết quả tích cực đáng ghi nhận.

#### ***4.2. Những vấn đề đặt ra đối với phát triển du lịch Thanh Hóa để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn***

Bên cạnh những kết quả đáng ghi nhận như đã đề cập, phát triển du lịch Thanh Hóa thời gian qua còn có những bất cập và đó cũng chính là những vấn đề đặt ra, ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển du lịch thực sự trở thành ngành mũi nhọn theo hướng bền vững. Cụ thể:

- Nhận thức xã hội về vai trò của du lịch nói chung và phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo hướng bền vững nói riêng còn hạn chế. Điều này, dẫn đến tình trạng thiếu đồng thuận giữa các sở ngành, giữa cấp trên và cấp dưới cũng như cộng đồng trong thực hiện các chủ trương của Đảng và Nhà nước, của Tỉnh ủy và UBND tỉnh Thanh Hóa về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn ở địa phương.

- Năng lực quản lý nhà nước về du lịch còn hạn chế thể hiện ở một số mặt:

+ Khả năng dự báo và thích ứng với những thay đổi về nhu cầu và xu hướng thị trường của du lịch Thanh Hóa chưa cao, chưa có giải pháp thu hút được khách du lịch cao cấp, có khả năng lưu trú dài ngày và mức chi tiêu cao, tỷ lệ khách quay lại còn thấp, đặc biệt trong bối cảnh đường quốc lộ 1A đoạn Hà Nội - Thanh Hóa đã được nâng cấp, vì vậy hiệu quả chung về phát triển du lịch còn hạn chế; năng lực định hướng, phát triển và xây dựng sản phẩm hạn chế; công tác quản lý, giám sát triển khai quy hoạch bất cập; chất lượng sản phẩm, dịch vụ cơ bản chưa cao và không đồng đều.

+ Chưa chú trọng tập trung nguồn lực để khai thác những lợi thế về du lịch của Thanh Hóa, đề xuất các chính sách phát triển du lịch đặc thù phù hợp với pháp luật hiện hành và đặc điểm của địa phương để qua đó tạo sự phát triển du lịch mang tính “bứt phá” do xuất phát điểm của du lịch Thanh Hóa còn thấp.

+ Việc phối hợp liên ngành trong đảm bảo phát triển du lịch bền vững còn nhiều hạn chế, đặc biệt trong phát triển công nghiệp đã có những tác động tiêu cực và lâu dài đến phát triển du lịch. Bên cạnh đó, việc liên kết với các địa phương trong vùng Bắc Trung Bộ và một số tỉnh phụ cận thuộc vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc, đặc biệt với Hà Nội để phát triển các sản phẩm du lịch hấp dẫn, mang tính liên vùng còn hình thức, chưa đạt được kết quả như kỳ vọng.

- Công tác đầu tư cho phát triển du lịch, đặc biệt là từ nguồn ngân sách Nhà nước chưa đáp ứng nhu cầu, thiếu cân đối giữa đầu tư cho khu vực ven biển với các địa bàn khác trong tỉnh, đặc biệt là đối với khu vực phía Tây. Giao thông tiếp cận một số khu, điểm du lịch còn nhiều khó khăn, nhất là ở khu vực miền núi; giao thông đường sông, đường biển phục vụ du lịch chưa phát triển.

- Công tác tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến du lịch chưa thực sự hiệu quả và chuyên nghiệp, chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa Nhà nước với doanh nghiệp, giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp trong hoạt động xúc tiến.

- Đội ngũ lao động trong ngành du lịch chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch Thanh Hóa cả về số lượng và chất lượng, tính chuyên nghiệp còn hạn chế, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm du lịch và dịch vụ.

- Môi trường du lịch còn nhiều bất cập, vấn đề xử lý rác thải tại các khu du lịch chưa được quan tâm giải quyết có hiệu quả, đặc biệt là các khu du lịch biển; nhiều khu di tích, danh thắng chưa có nhà vệ sinh đạt chuẩn phục vụ khách du lịch; môi trường xã hội chưa đảm bảo tính bền vững.

- Tính mùa vụ trong phát triển du lịch còn cao, do đó, luôn chịu tác động lớn từ thiên tai và nhạy cảm với những tác động từ môi trường.

Nguyên nhân của những vấn đề đặt ra trên đây bao gồm:



- Nguyên nhân khách quan:

+ Điểm xuất phát chung về du lịch của Thanh Hóa còn thấp cả về nhận thức xã hội về du lịch; hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; trình độ quản lý và nghiệp vụ của đội ngũ lao động du lịch.

+ Nhiều địa phương trong tỉnh còn nghèo, cơ sở hạ tầng nhiều bất cập, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch thiếu, chất lượng thấp, chưa tạo được những sản phẩm du lịch đặc thù có chất lượng cao. Nội lực của các địa phương còn khó khăn, chưa đáp ứng được đầy đủ yêu cầu về vốn đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch.

+ Còn thiếu các doanh nghiệp lớn, đặc biệt là các nhà đầu tư thương hiệu quốc tế có đủ năng lực đầu tư xây dựng các dự án du lịch lớn, tạo chuyển biến cho phát triển du lịch không chỉ ở quy mô địa phương mà còn ở quy mô vùng. Phần lớn các doanh nghiệp du lịch trong tỉnh có quy mô nhỏ và vừa, năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh còn hạn chế, nguồn vốn chủ yếu tập trung vào lĩnh vực nhanh thu hồi vốn hoặc khai thác những tiềm năng, lợi thế du lịch sẵn có. Doanh nghiệp lữ hành ít có khả năng tự khai thác các nguồn khách, đặc biệt là khách du lịch quốc tế.

+ Hệ thống cơ chế chính sách chậm được đổi mới và hoàn thiện, đặc biệt là hệ thống văn bản dưới luật quy định chi tiết thi hành Luật Du lịch; cơ chế chính sách đặc thù khuyến khích phát triển du lịch ở vùng Bắc Trung Bộ nói chung và Thanh Hóa nói riêng còn rất hạn chế; vai trò của Ban Chỉ đạo Nhà nước về du lịch ở trung ương và địa phương trong thực hiện liên kết vùng, phối hợp giữa các cấp, các ngành ở từng địa phương trong vùng Bắc Trung Bộ nhằm thực hiện các định hướng chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch chưa được phát huy đầy đủ.

Bên cạnh đó, sự thiếu đồng bộ về cơ chế chính sách, khó khăn trong việc kết nối giao thông giữa thành phố Thanh Hóa với các địa bàn trọng điểm du lịch trong tỉnh và giữa Thanh Hóa với các địa phương trong vùng cũng là một trong những nguyên nhân khiến việc liên kết vùng gặp khó khăn.

+ Cho dù tài nguyên du lịch là yếu tố cốt lõi để xây dựng sản phẩm du lịch, bao gồm cả các sản phẩm du lịch đặc thù mang tính vùng, tạo nên nguồn thu du lịch, đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội, tuy nhiên trong thực tế tài nguyên du lịch không phải là đối tượng quản lý của ngành du lịch theo quy định. Các dạng tài nguyên du lịch chính hiện nay như cảnh quan thiên nhiên, các di tích lịch sử văn hoá, các lễ hội, các làng nghề, các hệ sinh thái và đa dạng sinh học... thuộc quyền quản lý của các ngành có liên quan như ngành văn hoá, ngành lâm nghiệp, ngành công nghiệp... và các địa phương theo quy định của hệ thống pháp luật. Đây là một trong những nguyên nhân chủ yếu của tình trạng tài nguyên du lịch bị xâm hại, xuống cấp và suy thoái hoặc chỉ sử dụng cho phát triển ngành có chức năng quản lý.

+ Hạ tầng xã hội, đặc biệt là hạ tầng giao thông của vùng Bắc Trung Bộ trong thời gian qua đã được nâng cấp và cải thiện đáng kể, đặc biệt đường quốc lộ 1A từ Hà Nội đến các địa phương trong vùng đã đi vào sử dụng, tuy nhiên vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển. Cho đến nay, toàn vùng có 02 sân bay, tuy nhiên việc kết nối đến các trung tâm du lịch còn khó khăn; hệ thống giao thông kết nối thành phố Thanh Hóa với các trung tâm du lịch của vùng và đến các điểm du lịch trong tỉnh chưa đồng bộ và thuận tiện.

+ Du lịch là ngành kinh tế rất nhạy cảm, dễ bị “tổn thương” dưới ảnh hưởng của các yếu tố khách quan như dịch bệnh, biến đổi khí hậu, khủng hoảng kinh tế, bất ổn về chính trị, tình trạng an ninh khủng bố... không chỉ ở tầm quốc gia mà còn ở tầm khu vực và quốc tế. Sự sụt giảm về lượng khách quốc tế đến Việt Nam vào năm 2003 do ảnh hưởng của dịch SART, ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế - tiền tệ khu vực năm 2007 - 2008... và bây giờ là dịch viêm đường hô hấp cấp COVID - 19 là những ví dụ điển hình về vấn đề này. Hiện nay, hoạt động phát triển du lịch Việt Nam nói chung và vùng Bắc Trung Bộ, Thanh Hóa nói riêng cũng đang chịu những tác động không nhỏ từ bất ổn về an ninh khu vực và biến đổi khí hậu.

- *Nguyên nhân chủ quan:*

+ Hạn chế về nhận thức xã hội đối với vai trò của du lịch với tư cách là ngành kinh tế. Mặc dù, nhận thức xã hội về du lịch ở Thanh Hóa đã có những thay đổi tích cực trong thời gian qua, tuy nhiên sự thay đổi này mới chỉ trong một bộ phận cán bộ công chức, chưa có sự lan tỏa vì vậy chưa tạo được sự đồng thuận chung của xã hội đối với vai trò và vị trí quan trọng của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội. Đây được xem là nguyên nhân chính dẫn đến các hạn chế trong phát triển du lịch ở Thanh Hóa và các địa phương cũng như trong liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ từ quản lý nhà nước đến kinh doanh du lịch và sự tham gia tích cực của người dân vào hoạt động du lịch.

+ Hạn chế về “tầm nhìn” của các cấp quản lý địa phương đối với vai trò của phát triển du lịch. Khác với nhiều ngành kinh tế khác có thể đem lại lợi ích vật chất ngay như khai thác khoáng sản, dịch vụ cảng, dịch vụ chuyển tải dầu,... du lịch là ngành kinh tế tổng hợp và chỉ có thể đem lại lợi ích lớn về kinh tế và xã hội sau một thời gian khi có sự đầu tư và phát triển khá đồng bộ về hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, trình độ quản lý và kỹ năng nghề của đội ngũ lao động ở điểm đến. Chính vì vậy, ở Thanh Hóa và nhiều địa phương, du lịch vẫn chưa thực sự là “ưu tiên” trong các phương án quy hoạch/kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt trong bối cảnh tư duy “nhiệm kỳ” và lợi ích nhóm vẫn còn khá phổ biến như hiện nay.

+ Tư tưởng cục bộ địa phương và “bệnh” thành tích vốn đã “ăn sâu” trong đội ngũ cán bộ quản lý là một trong những nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động liên kết vùng và tình trạng hạn chế trong phối hợp liên ngành vì mục tiêu phát triển du lịch ở cấp vùng cũng như ở từng địa phương trong vùng Bắc Trung Bộ.

+ Cho đến nay, Việt Nam vẫn chưa có thể chế, tổ chức quản lý điều phối du lịch cấp vùng trong điều kiện năng lực quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương còn hạn chế, chưa tương xứng với vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, ảnh hưởng đến hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch ở các địa phương trong vùng, trong đó có Thanh Hóa.

+ Nguồn lực huy động cho các công tác phát triển du lịch còn thiếu và yếu. Nguồn hỗ trợ từ ngân sách của Nhà nước đầu tư nâng cấp hạ tầng du lịch, xúc tiến quảng bá, đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch và bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá chưa được sử dụng có hiệu quả, đầu tư thiếu tập trung. Việc thực hiện xã hội hóa trong phát triển du lịch còn chậm, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển.

+ Quản lý khai thác tài nguyên chồng chéo cùng với tốc độ phát triển nhanh của các đô thị, khu dân cư, khu công nghiệp vùng ven biển, bên cạnh đó, sự quá tải lượng khách du lịch trong mùa cao điểm ở một số điểm đến, điển hình như Sầm Sơn làm ảnh hưởng đến môi trường du lịch, tăng áp lực lên hạ tầng.

Việc nhận diện những vấn đề chủ yếu đặt ra đối với mục tiêu phát triển du lịch Thanh Hóa thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn sẽ là cơ sở thực tiễn để đưa ra những nhiệm vụ và giải pháp phù hợp nhằm khai thác có hiệu quả những tiềm năng và lợi thế du lịch, khắc phục những hạn chế nhằm sớm thực hiện mục tiêu trên theo tinh thần Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị về “Xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030 tầm nhìn đến năm 2045” và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIX tỉnh Thanh Hóa.

### 5. Thảo luận

Bài viết chỉ ra những vấn đề còn bất cập đối với phát triển du lịch Thanh Hóa để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn như vấn đề nhận thức, năng lực quản lý, công tác đầu tư phát triển, tuyên truyền quảng bá, chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực... Tuy nhiên, đây mới chỉ là những nghiên cứu bước đầu. Để có những giải pháp căn cơ và lâu dài để hiện thực hóa mục tiêu của tỉnh, chúng tôi thiết nghĩ, chính quyền địa phương cần tổ chức các hội thảo, hội nghị để tham vấn ý kiến các chuyên gia, nhà quản lý và doanh nghiệp du lịch hàng đầu Việt Nam các vấn đề có liên quan đến phát triển du lịch của tỉnh nhà. Đặc biệt, du lịch Thanh Hóa cũng cần xác định một tầm nhìn mới, một chiến lược phát triển bài bản và khả thi trong thời gian tới.

### 6. Kết luận

Trong xu thế hội nhập quốc tế và khu vực, ngành du lịch không những đóng góp nguồn thu lớn cho ngân sách nhà nước mà còn góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; bên cạnh đó, phát triển du lịch cũng góp phần tăng cường mối quan hệ hữu nghị, đoàn kết thân ái giữa các dân tộc. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay, để thành công trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, ngành du lịch Thanh Hóa cần nhận thức đúng đắn thời cơ, thách thức, tiềm năng lợi thế, thực trạng phát triển trong thời gian vừa qua để từng bước hiện thực hóa mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2025; là trung tâm du lịch động lực của vùng Bắc Trung Bộ và thuộc nhóm các địa phương có ngành du lịch phát triển của cả nước.

### Tài liệu tham khảo

- [1]. Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa (2020), *Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh tại Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XIX, nhiệm kỳ 2021 - 2025*.
- [2]. Phạm Trung Lương, *Những vấn đề đặt ra đối với cơ cấu lại ngành du lịch trong bối cảnh mới*, tuyển tập Hội thảo “Những vấn đề đặt ra trong tái cơ cấu ngành du lịch”, Hà Nội, 21/12/2017.
- [3]. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa (2015), Đề án “Phát triển sản phẩm du lịch mũi nhọn tỉnh Thanh Hóa đến 2025, tầm nhìn 2030”.
- [4]. Quyết định số 492/QĐ-UBND ngày 09/2/2015 của Chủ tịch UBND tỉnh về việc phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030”.
- [5]. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa (2017), *Quy hoạch phát triển du lịch Thanh Hóa đến năm 2025 tầm nhìn 2030*.
- [6]. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa (2016), *Báo cáo tình hình thực hiện “Chương trình phát triển du lịch giai đoạn 2016 - 2020; mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu giai đoạn 2021 - 2025”*.

## NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THANH HÓA TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN

**Phạm Trung Lương**

Viện Nghiên cứu và Phát triển Du lịch

Email: [trungluongdl@gmail.com](mailto:trungluongdl@gmail.com)

Ngày nhận bài: 10/01/2022

Ngày phản biện: 11/01/2022

Ngày tác giả sửa: 15/01/2022

Ngày duyệt đăng: 18/01/2022

Ngày phát hành: 25/01/2022

*Trong “Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030”, Thanh Hóa đặt ra mục tiêu trọng tâm là phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Trên cơ sở này, bài viết tập trung làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về ngành kinh tế mũi nhọn để từ đó đánh giá tiềm năng, lợi thế và thực trạng phát triển du lịch Thanh Hóa trong thời gian vừa qua. Bên cạnh những kết quả đạt được, phát triển du lịch Thanh Hóa còn có những bất cập và đó cũng chính là vấn đề đặt ra, ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển du lịch tỉnh Thanh Hóa.*

**Từ khóa:** Du lịch Thanh Hóa; kinh tế mũi nhọn; phát triển du lịch.