

# NÂNG CAO CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH THÔNG QUA LIÊN KẾT VÙNG TÂY NGUYÊN VỚI NAM TRUNG BỘ

Lê Đức Niêm  
Hà Thị Kim Duyên

*Tóm tắt:* Bài viết tìm hiểu khả năng liên kết vùng trong phát triển giá trị du lịch giữa vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ. Kết quả cho thấy, mỗi liên kết này mới trong giai đoạn triển khai với các liên kết tự phát trong khu vực tư mà có rất ít nỗ lực từ chính quyền các tỉnh liên quan. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, liên kết giữa vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ cần dựa vào lợi thế của từng vùng, tránh sự trùng lặp trong thiết kế chuỗi sản phẩm du lịch. Từ đó, một số giải pháp được đề xuất để đưa các chuỗi giá trị du lịch kết nối liên vùng này phát triển và hiệu quả.

*Từ khóa:* Chuỗi giá trị du lịch; liên kết vùng; Nam Trung Bộ, Tây Nguyên.

## Đặt vấn đề

Phát triển chuỗi giá trị du lịch ngày càng được quan tâm bởi các nhà hoạch định chính sách du lịch và người nghiên cứu. Nghiên cứu của Mandal, Korasig và Das (2017) cho thấy sự gia tăng mối liên kết, sự chia sẻ tầm nhìn chung, sự tích hợp giữa các công ty cung cấp dịch vụ du lịch là đặc biệt quan trọng trong phát triển chuỗi giá trị sản phẩm du lịch. Sự linh hoạt trong chuỗi cung ứng du lịch được khẳng định để tăng cường lợi thế cạnh tranh. Chuỗi giá trị du lịch được định nghĩa đơn giản là “một hệ thống mô tả cách thức các doanh nghiệp khu vực tư nhân phối hợp với chính phủ và xã hội dân sự tiếp nhận hoặc khai thác tài nguyên đầu vào, tăng giá trị thông qua các quy trình khác nhau (lập kế hoạch, phát triển, tài chính, tiếp thị, phân phối, định giá, định vị) và bán kết quả này cho du khách” (Hawkins, 2005). Như vậy, chuỗi giá trị du lịch mô tả đầy đủ các hoạt động đòi hỏi để gia tăng giá trị trải nghiệm của khách du lịch từ khi họ có ý tưởng đi du lịch đến khi thực hiện chuyến du lịch. Một trong những hướng phát triển chuỗi giá trị du lịch là liên kết những vùng chứa đựng các

yếu tố xã hội cũng như điều kiện tự nhiên khác nhau. Liên kết vùng với các đặc điểm khác nhau sẽ là sự kết hợp lợi thế tương đối, xây dựng một chuỗi giá trị du lịch độc đáo hơn và nâng cao giá trị trải nghiệm của du khách. Liên kết tạo chuỗi giá trị du lịch nên được dẫn dắt bởi niềm đam mê, niềm tự hào và sự tự tin của các bên liên quan, bởi sự độc đáo khác nhau của vùng miền; thông qua đó, khách du lịch có những trải nghiệm tốt nhất mà các điểm đến mang lại.

Tây Nguyên là vùng có nhiều tiềm năng kết nối dịch vụ du lịch với nhiều vùng trong cả nước và quốc tế, đặc biệt là khu vực Nam Trung Bộ của Việt Nam. Tây Nguyên có khí hậu mát mẻ quanh năm, có địa hình đa dạng với nhiều thác nước, hồ tự nhiên đẹp và thơ mộng. Mặt khác, những cánh rừng nguyên sinh với giá trị đa dạng sinh học cao, tạo cho Tây Nguyên có nhiều lợi thế về du lịch trải nghiệm và cả du lịch với mục đích khám phá, khoa học. Bên cạnh những giá trị đặc sắc về tài nguyên du lịch tự nhiên, di tích lịch sử và văn hóa truyền thống độc đáo của cộng đồng dân tộc thiểu số nơi đây cũng là những thế

mạnh để thu hút khách du lịch. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế và nội địa đến Tây Nguyên trong những năm gần đây bình quân đạt trên 10%, tốc độ tăng trưởng bình quân tổng thu từ du lịch xấp xỉ 30%. Theo thống kê, năm 2015, Tây Nguyên đón trên 365.000 lượt khách du lịch quốc tế và trên 6,2 triệu lượt khách du lịch nội địa với tổng thu từ du lịch xấp xỉ 10 nghìn tỷ đồng (Bùi Thị Quỳnh Trang, 2017).

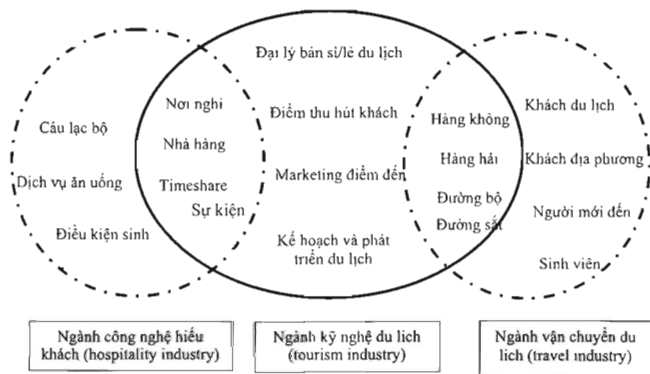
Vùng Nam Trung Bộ (còn gọi là Duyên hải Nam Trung Bộ) bao gồm tám tỉnh từ Đà Nẵng đến Bình Thuận. Đây là các vùng tiếp giáp với Tây Nguyên và là cửa ngõ ra biển của Tây Nguyên. Tuy nhiên, sự kết nối trong phát triển kinh tế giữa hai vùng này chưa nổi trội do vấn đề giao thông còn khó khăn. Vùng Nam Trung Bộ có điều kiện địa lý kinh tế khá khác biệt so với Tây Nguyên với nhiều lợi thế mà Tây Nguyên không có: nằm trên các trục giao thông đường bộ, đường sắt và đường biển. Đặc biệt, vùng này có cả cảng hàng hải quốc tế và

hàng không quốc tế. Sản phẩm du lịch nơi đây rất khác biệt so với sản phẩm du lịch ở vùng Tây Nguyên, do đó, việc liên kết vùng trong hoạt động du lịch nhằm tạo dựng chuỗi giá trị du lịch chung sẽ khai thác được lợi thế của mỗi vùng.

### 1. Phương pháp nghiên cứu

Xuất phát từ khái niệm về chuỗi giá trị du lịch của Hawkins (2005) và theo Piboonrungraj (2009), cấu thành chuỗi giá trị du lịch bao gồm ba ngành chính: ngành dịch vụ nhà hàng - khách sạn, ngành dịch vụ du lịch (tourism industry) và ngành vận chuyển du lịch (travel industry). Sơ đồ dưới cho thấy mối quan hệ giữa các ngành này kiến tạo nên giá trị của chuỗi giá trị du lịch. Đây chính là cơ sở cho các phân tích của nhóm tác giả trong việc lựa chọn các kết nối giữa vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ. Sự kết nối này phải dựa trên cơ sở phát triển ba ngành trên và sự gia tăng giá trị trải nghiệm của khách du lịch.

#### Sơ đồ: CÁC NGÀNH LIÊN QUAN ĐẾN CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH



Nguồn: Piboonrungraj (2009).

Như vậy, khi lựa chọn các liên kết, nhóm tác giả dựa vào ba yếu tố sau: i) Sự kết nối của các điểm thu hút khách du lịch mang những đặc điểm khác nhau; ii) Sự kết nối nhằm khai thác tối nhất lợi thế về ngành vận chuyển du lịch và ngành kỹ nghệ du lịch vùng Nam Trung Bộ cho vùng Tây Nguyên; iii) Tính khả thi về mặt vận chuyển và thời gian du lịch.

Trên cơ sở khung lý thuyết trình bày ở Sơ đồ, nhóm tác giả sử dụng các phương pháp phân tích định tính gồm:

- *Phương pháp điền dã*: Trải nghiệm thực tế chuỗi giá trị du lịch từ Đà Nẵng đến Gia Lai và chuỗi giá trị du lịch từ Nha Trang đến Đắk Lắk.

- *Phương pháp chuyên gia (KIP)*: Trực tiếp phỏng vấn sâu 03 hướng dẫn viên du lịch có kinh nghiệm.

- *Phương pháp nghiên cứu bàn giấy (desk research)*: Dựa vào các bài báo, bài phân tích và các báo cáo của các cơ quan liên quan để tổng hợp các ý kiến, quan điểm trong phát triển du lịch ở Tây Nguyên và Nam Trung Bộ. Các số liệu thứ cấp được thu thập, tổng hợp từ báo cáo có liên quan đóng vai trò minh họa cho các vấn đề được rút ra từ các phân tích định tính nói trên.

## 2. Liên kết vùng Tây Nguyên với các tỉnh Nam Trung Bộ về du lịch

### 2.1. Khái quát du lịch vùng Tây Nguyên

Tây Nguyên bao gồm năm tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng. Đây là vùng có biên giới với Lào và Campuchia về phía Tây và tiếp giáp với vùng Duyên hải Nam Trung Bộ về phía Đông. Tây Nguyên có địa hình khá đa dạng, từ vùng núi cao đến các cao nguyên rộng lớn và các thung lũng với những cánh đồng trù phú, nhiều cảnh quan hấp dẫn, nhiều thác ghềnh hiểm trở, nhiều cánh rừng nguyên sinh có giá trị đa dạng

sinh học cao. Hơn nữa, khí hậu của vùng Tây Nguyên khá mát mẻ và trong lành, đối nghịch hẳn với khí hậu nhiệt đới đại dương ở các tỉnh Nam Trung Bộ lân cận. Những tài nguyên du lịch tự nhiên nổi bật ở Tây Nguyên được du khách trong và ngoài nước biết đến như:

(1) Thác nước Dray Nur, Dray Sáp trên sông Sêrêpôk (Đắk Lắk, Đắk Nông), thác Diêu Thanh hay thác Liêng Nung trên dòng sông Đắk Tít (Lâm Đồng), thác Krông Kmar bắt nguồn từ đỉnh cao nhất của dãy Chư Yang Sin (Đắk Lắk), thác Cam Ly trên dòng suối Cầm Lê, thác Datanla, thác Prenn, thác Đambri (Lâm Đồng);

(2) Hồ Lắk, hồ Ea Kao (Đắk Lắk), Biển hồ T' Nung (Gia Lai), hồ Tuyên Lâm, hồ Xuân Hương (Lâm Đồng);

(3) Vườn quốc gia Yok Đôn, Chư Yang Sin (Đắk Lắk), Chư Mom Ray (Kon Tum), Kon Ka Kinh (Gia Lai).

Tây Nguyên là nơi sinh sống của nhiều dân tộc tại chỗ và nhập cư, mỗi dân tộc có những giá trị di sản văn hoá khác nhau đã tạo thành một kho tàng văn hoá đặc sắc riêng biệt trong cả nước. Đặc biệt, Không gian văn hoá Cồng chiêng Tây Nguyên, là kiệt tác và là di sản văn hoá phi vật thể của nhân loại, được du khách gần xa biết đến. Các giá trị kiến trúc truyền thống độc đáo như nhà rông, nhà dài, nhà mồ cũng nổi tiếng không kém. Các lễ hội truyền thống độc đáo gồm Lễ hội đua Voi, Cồng chiêng, Bò Mã hay lễ Cơm Mới. Các giá trị văn hoá dân gian của các dân tộc cũng được xem là tài nguyên quý báu cho phát triển du lịch.

Tuy nhiên, du lịch vùng Tây Nguyên còn ở giai đoạn khởi đầu, các sản phẩm du lịch còn mang tính tiềm năng chưa được khai thác thương mại, các điểm du lịch vẫn chưa được kết nối tốt với nhau. Đặc biệt, ngành dịch vụ

vận chuyển du lịch và ngành kỹ nghệ du lịch chưa phát triển.

## 2.2. Khái quát du lịch các tỉnh Nam Trung Bộ

Nam Trung Bộ có diện tích tự nhiên toàn vùng xấp xỉ 44 nghìn km<sup>2</sup>, chiếm 13,4% diện tích cả nước. Đây là dải đất hẹp ngang kéo dài khoảng 800 km từ Đà Nẵng đến Bình Thuận, nằm kẹp giữa một bên là Tây Nguyên rộng lớn, một bên là biển Đông với nhiều đảo và quần đảo. Với đặc điểm nhiều nắng, ít mưa, vùng biển sâu, nước biển luôn trong vắt, xanh biếc tạo nên sự hấp dẫn khách du lịch.

Hệ thống tài nguyên biển, đảo của vùng có thể mạnh nổi bật với sự đa dạng của các hệ sinh thái tạo nên những bãi biển đẹp, khung cảnh lý tưởng hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Tài nguyên du lịch tự nhiên còn có hệ sinh thái núi - hệ sinh thái Đông Trường Sơn, các mỏ nước khoáng, các hồ nước. Các tỉnh vùng Nam Trung Bộ có những đặc điểm tài nguyên biển tương đồng, với hai sân bay quốc tế Đà Nẵng và Cam Ranh, hệ thống cảng biển Đà Nẵng, Quy Nhơn và Nha Trang nên hoạt động du lịch đã tạo nên những đặc điểm riêng, hình thành một trong những địa bàn du lịch biển hàng đầu của cả nước.

Vùng Nam Trung Bộ còn nổi tiếng với tài nguyên du lịch nhân văn độc đáo, giàu bản sắc của văn hoá Chăm Pa như các lễ hội và bảo tàng văn hoá Chăm. Di sản văn hoá Khu đền tháp Mỹ Sơn và Đô thị cổ Hội An được UNESCO vinh danh là Di sản văn hoá của nhân loại. Các Lễ hội văn hoá dân gian đa dạng, phong phú như Lễ hội cầu ngư, Lễ hội pháo hoa quốc tế ở Đà Nẵng, Lễ hội cúng cá Ông, Lễ Khao lè Thê linh Hoàng Sa, Lễ hội sông nước Tam Giang, Lễ hội Katê, Ranuwan... đang thu hút du khách trong và ngoài nước.

Trong thời gian qua, các tỉnh vùng Nam Trung Bộ đã có những bước tiến nhất định trong phát triển du lịch, liên kết với cả nước trong đa dạng hoá sản phẩm như gắn “Con đường di sản miền Trung” với hành trình xuyên Việt và kết nối với “Con đường xanh Tây Nguyên”, tour du lịch Caravan qua cửa khẩu các tỉnh Tây Nguyên đến với thị trường Lào, Campuchia, Đông Bắc Thái Lan.

## 2.3. Thực trạng liên kết vùng Tây Nguyên và Nam Trung Bộ

Các tỉnh thuộc khu vực Tây Nguyên có nhiều điểm giống nhau về tài nguyên du lịch tự nhiên và cả tài nguyên du lịch nhân văn. Do đó, việc nghiên cứu phát triển du lịch Tây Nguyên một cách tổng thể sẽ tránh được những trùng lặp trong thiết kế sản phẩm du lịch của từng tỉnh và trong vùng. Mặt khác, hoạt động này sẽ phát huy những sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh và tạo sự liên kết giữa nội vùng Tây Nguyên và các vùng lân cận, đặc biệt là liên kết giữa vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ. Có thể khẳng định sự phát triển của du lịch Tây Nguyên không thể tách rời với sự phát triển của du lịch Nam Trung Bộ, do Tây Nguyên không có ngành vận chuyển du lịch phát triển: Không có đường biển, không có đường sắt, hạn chế về đường bộ, trong khi đó, các tỉnh Nam Trung Bộ sở hữu lợi thế này. Hơn nữa, du lịch Tây Nguyên thiếu yếu tố “biển” mà đây lại là lợi thế của các tỉnh Nam Trung Bộ. Mặt khác, các tỉnh như Đà Nẵng hay Khánh Hòa có ngành kỹ nghệ du lịch đặc biệt phát triển, khi kết nối du lịch với Tây Nguyên sẽ kéo theo sự phát triển của các ngành này ở đây. Như vậy, việc liên kết này một mặt góp phần gia tăng giá trị sản phẩm du lịch Tây Nguyên, mặt khác góp phần nâng cao hiệu quả của các hoạt động du lịch, đảm bảo cho việc phát triển du lịch Tây Nguyên thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Ngành vận chuyển du lịch ở Tây Nguyên chủ yếu dựa vào giao thông đường bộ. Tây Nguyên được nối với Nam Trung Bộ qua những tuyến đường: (1) Đường 14 nối Kon Tum với Quảng Nam, (2) Đường 19 nối Gia Lai với Bình Định, (3) Đường 24 nối Kon Tum với Quảng Ngãi, (4) Đường 25 nối Gia Lai với Phú Yên, (5) Đường 26 nối Đắk Lắk với Khánh Hoà, (6) Đường 27 nối Lâm Đồng với Ninh Thuận, (7) Đường 27c nối Đà Lạt với Khánh Hoà, (8) Đường 28 nối Lâm Đồng với Bình Thuận, (9) Đường 29 nối Đắk Lắk với Phú Yên. Liên kết du lịch vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ cần dựa vào Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch vùng Tây Nguyên của Thủ tướng Chính phủ (2013) gồm:

Tuyến du lịch Kon Tum - Đắk Tô - Đắk Lắk - Đà Nẵng theo Quốc lộ 14;

Tuyến du lịch Pleiku - An Khê - Quy Nhơn theo Quốc lộ 19;

Tuyến du lịch Kon Tum - Kon Plông - Quảng Ngãi theo Quốc lộ 24;

Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Nha Trang - các tỉnh Nam Trung Bộ Quốc lộ 26;

Tuyến du lịch Đà Lạt - Phan Rang - Nha Trang theo Quốc lộ 27 và Quốc lộ 1A;

Tuyến du lịch Đà Lạt - Phan Thiết theo Quốc lộ 28;

Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Phú Yên theo Quốc lộ 29.

Tiềm năng liên kết du lịch vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ khá lớn như phân tích ở trên song tiềm năng này chưa thật sự được các công ty lữ hành khai thác. Bảng 1 trình bày kết quả khảo sát các quảng cáo của các công ty lữ hành có tour đi đến (từ) Tây Nguyên trên Internet. Thứ nhất, số lượng tour du lịch từ thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội đến Tây Nguyên chiếm đại đa số số tour được quảng cáo trên mạng internet với phương tiện kết hợp cả hàng không và đường bộ. Các tour đến từ các tỉnh Nam Trung Bộ đến Tây Nguyên và ngược lại khá ít, chủ yếu dựa vào phương tiện giao thông đường bộ. Chi phí bình quân của các tour này cũng thấp hơn chi khoảng 1,3 triệu đồng/ngày du lịch. Đi vào chi tiết, đa số các tour liên vùng Nam Trung Bộ đi Tây Nguyên xuất phát từ thành phố Đà Nẵng và Nha Trang. Các quảng cáo tour từ các tỉnh khác vùng Nam Trung Bộ đến Tây Nguyên không được chúng tôi tìm thấy.

**Bảng 1: DU LỊCH ĐẾN TÂY NGUYÊN TRONG QUẢNG CÁO TRÊN INTERNET QUÝ I NĂM 2019**

STT	Điểm xuất phát	Số tour (Số quảng cáo)	Số ngày bình quân (ngày)	Chi phí/ngày (triệu đồng)	Phương tiện
1	Tp. Hồ Chí Minh và Tp. Hà Nội	111	4,5	1,9	Máy bay, đường bộ
2	Nam Trung Bộ	12	3,5	1,3	Đường bộ
	Từ Tp. Đà Nẵng	6	-	-	Đường bộ
	Từ Tp. Nha Trang	5	-	-	Đường bộ
	Từ tỉnh khác	1	-	-	Đường bộ
3	Tây Nguyên đi Nam Trung Bộ	4	3,5	1,3	Đường bộ
4	Từ các tỉnh khác	8	4,5	1,8	Máy bay, đường bộ
	<b>Tổng số</b>	<b>144</b>			

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả (2018)

## **2.1. Giải pháp nâng cao giá trị chuỗi sản phẩm du lịch**

Liên kết, hợp tác để phát triển du lịch đang là hướng đi được các tỉnh Tây Nguyên và Nam Trung Bộ chú trọng đầu tư. Tuy nhiên, các tour du lịch liên tỉnh, đặc biệt là các tour từ biển lên rừng hay từ rừng xuống biển chủ yếu là do các công ty du lịch lữ hành tự thiết kế và kinh doanh. Khu vực công đang gần như đứng ngoài hoạt động này, do đó chưa hình thành hệ thống các tour du lịch được hoạch định bởi các địa phương. Do thiếu sự gắn kết, việc đầu tư hạ tầng du lịch và phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch mới, đặc biệt là hạ tầng giao thông không đồng bộ với hoạt động du lịch liên vùng. Do đó, liên kết xây dựng các tour du lịch, tuyến du lịch kết nối Tây Nguyên với các vùng biển, đảo Nam Trung Bộ và ngược lại chưa nhiều. Việc xây dựng chương trình quảng bá, xúc tiến để giới thiệu hình ảnh du lịch Tây Nguyên và Nam Trung Bộ mang tính địa phương. Đặc biệt, nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao còn khá thiếu.

### *Ưu tiên phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ liên kết du lịch*

Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch bao gồm cả cơ sở hạ tầng giao thông và cơ sở hạ tầng ở các điểm đến. Các tỉnh cần chú trọng đến cơ sở hạ tầng giao thông cho các tour du lịch kết nối. Giao thông tốt sẽ rút ngắn thời gian di chuyển của du khách, gia tăng điểm đến, từ đó gia tăng giá trị trải nghiệm. Mặt khác, trong thiết kế chuỗi giá trị du lịch liên tỉnh, cần chú trọng đầu tư vào những tuyến du lịch có các điểm đến độc đáo và khu du lịch, giải trí lớn song song với những điểm du lịch nhỏ dọc trục giao thông. Khách du lịch di chuyển giữa các điểm du lịch quan trọng trong chuỗi giá trị du lịch được tận hưởng thêm những điểm dừng chân thú vị tránh nhàm chán hay mệt mỏi khi di chuyển quá lâu.

Vi dụ, tuyến du lịch Kon Tum - Đà Nẵng theo quốc lộ 14, với khoảng cách hơn 250 km giữa hai tỉnh, cần quy hoạch nhiều điểm dừng chân cho khách du lịch tham gia tuyến này. Huyện Đắk Glei thuộc tỉnh Kon Tum với núi Ngọc Linh - ngọn núi cao nhất Tây Nguyên với chiều cao 2.600 m so với mặt nước biển, cùng cây thuốc quý hiếm Sâm Ngọc Linh và ngục Đắk Glei - nơi từng giam giữ Tố Hữu và những người tù chính trị vượt ngục, là điểm dừng chân lý tưởng cho du khách trước khi lên đèo Lò Xo, nghỉ chân và khám phá.

Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Nha Trang - các tỉnh Nam Trung Bộ theo quốc lộ 26, với khoảng cách gần 200 km từ Buôn Ma Thuột tới Nha Trang, du khách có thể dừng chân tại Khu Du lịch Sinh thái M'Đrăk hay Khu Du lịch thác Dray K' Nao. Khu Du lịch Sinh thái M'Đrăk được ví như "Dubai phiên bản Việt" với bãi cát trắng tinh, mịn màng và trải dài như vô tận, cùng với những trụ đá khổng lồ, hồ nước màu xanh ngọc trong vắt. Tuy nhiên, chất lượng đường giao thông qua đèo Phượng Hoàng đang là rào cản cho việc xây dựng chuỗi du lịch này. Chính vì vậy, việc nâng cấp chất lượng đường bộ qua đèo Phượng Hoàng sẽ giúp cho tuyến liên kết du lịch trên phát triển.

### *Phát triển ngành dịch vụ hiếu khách*

Đây là điểm yếu của vùng Tây Nguyên do đặc tính khách du lịch đến Tây Nguyên trước đây không đòi hỏi khắt khe về vấn đề này. Mặc dù chất lượng khách sạn, nhà hàng phục vụ du lịch các năm gần đây ở Tây Nguyên khá phát triển song vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu khi liên kết với các tỉnh như Khánh Hòa hay Đà Nẵng, vì nơi đây có những nhóm du khách có thu nhập cao, khắt khe với chất lượng dịch vụ. Việc đầu tư phát triển ngành dịch vụ hiếu khách (hospitality industry) sẽ giữ chân khách du lịch lâu hơn ở Tây Nguyên.

Ngành vận chuyển du lịch ở Tây Nguyên chủ yếu dựa vào giao thông đường bộ. Tây Nguyên được nối với Nam Trung Bộ qua những tuyến đường: (1) Đường 14 nối Kon Tum với Quảng Nam, (2) Đường 19 nối Gia Lai với Bình Định, (3) Đường 24 nối Kon Tum với Quảng Ngãi, (4) Đường 25 nối Gia Lai với Phú Yên, (5) Đường 26 nối Đắk Lắk với Khánh Hoà, (6) Đường 27 nối Lâm Đồng với Ninh Thuận, (7) Đường 27c nối Đà Lạt với Khánh Hoà, (8) Đường 28 nối Lâm Đồng với Bình Thuận, (9) Đường 29 nối Đắk Lắk với Phú Yên. Liên kết du lịch vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ cần dựa vào Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch vùng Tây Nguyên của Thủ tướng Chính phủ (2013) gồm:

Tuyến du lịch Kon Tum - Đắk Tô - Đắk Lây - Đà Nẵng theo Quốc lộ 14;

Tuyến du lịch Pleiku - An Khê - Quy Nhơn theo Quốc lộ 19;

Tuyến du lịch Kon Tum - Kon Plông - Quảng Ngãi theo Quốc lộ 24;

Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Nha Trang - các tỉnh Nam Trung Bộ Quốc lộ 26;

Tuyến du lịch Đà Lạt - Phan Rang - Nha Trang theo Quốc lộ 27 và Quốc lộ 1A;

Tuyến du lịch Đà Lạt - Phan Thiết theo Quốc lộ 28;

Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Phú Yên theo Quốc lộ 29.

Tiềm năng liên kết du lịch vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ khá lớn như phân tích ở trên song tiềm năng này chưa thật sự được các công ty lữ hành khai thác. Bảng 1 trình bày kết quả khảo sát các quảng cáo của các công ty lữ hành có tour đi đến (từ) Tây Nguyên trên Internet. Thứ nhất, số lượng tour du lịch từ thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội đến Tây Nguyên chiếm đại đa số số tour được quảng cáo trên mạng internet với phương tiện kết hợp cả hàng không và đường bộ. Các tour đến từ các tỉnh Nam Trung Bộ đến Tây Nguyên và ngược lại khá ít, chủ yếu dựa vào phương tiện giao thông đường bộ. Chi phí bình quân của các tour này cũng thấp hơn chi khoảng 1,3 triệu đồng/ngày du lịch. Đi vào chi tiết, đa số các tour liên vùng Nam Trung Bộ đi Tây Nguyên xuất phát từ thành phố Đà Nẵng và Nha Trang. Các quảng cáo tour từ các tỉnh khác vùng Nam Trung Bộ đến Tây Nguyên không được chúng tôi tìm thấy.

**Bảng 1: DU LỊCH ĐẾN TÂY NGUYÊN TRONG QUẢNG CÁO TRÊN INTERNET QUÝ I NĂM 2019**

STT	Điểm xuất phát	Số tour (Số quảng cáo)	Số ngày bình quân (ngày)	Chi phí/ngày (triệu đồng)	Phương tiện
1	Tp. Hồ Chí Minh và Tp. Hà Nội	111	4,5	1,9	Máy bay, đường bộ
2	Nam Trung Bộ	12	3,5	1,3	Đường bộ
	Từ Tp. Đà Nẵng	6	-		Đường bộ
	Từ Tp. Nha Trang	5	-		Đường bộ
	Từ tỉnh khác	1	-		Đường bộ
3	Tây Nguyên đi Nam Trung Bộ	4	3,5	1,3	Đường bộ
4	Từ các tỉnh khác	8	4,5	1,8	Máy bay, đường bộ
	<b>Tổng số</b>	<b>144</b>	-		

*Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả (2018).*

## **2.1. Giải pháp nâng cao giá trị chuỗi sản phẩm du lịch**

Liên kết, hợp tác để phát triển du lịch đang là hướng đi được các tỉnh Tây Nguyên và Nam Trung Bộ chú trọng đầu tư. Tuy nhiên, các tour du lịch liên tỉnh, đặc biệt là các tour từ biển lên rừng hay từ rừng xuống biển chủ yếu là do các công ty du lịch lữ hành tự thiết kế và kinh doanh. Khu vực công đang gần như đứng ngoài hoạt động này, do đó chưa hình thành hệ thống các tour du lịch được hoạch định bởi các địa phương. Do thiếu sự gắn kết, việc đầu tư hạ tầng du lịch và phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch mới, đặc biệt là hạ tầng giao thông không đồng bộ với hoạt động du lịch liên vùng. Do đó, liên kết xây dựng các tour du lịch, tuyến du lịch kết nối Tây Nguyên với các vùng biển, đảo Nam Trung Bộ và ngược lại chưa nhiều. Việc xây dựng chương trình quảng bá, xúc tiến để giới thiệu hình ảnh du lịch Tây Nguyên và Nam Trung Bộ mang tính địa phương. Đặc biệt, nguồn nhân lực du lịch có chất lượng cao còn khá thiếu.

### *Ưu tiên phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ liên kết du lịch*

Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch bao gồm cả cơ sở hạ tầng giao thông và cơ sở hạ tầng ở các điểm đến. Các tỉnh cần trú trọng đến cơ sở hạ tầng giao thông cho các tour du lịch kết nối. Giao thông tốt sẽ rút ngắn thời gian di chuyển của du khách, gia tăng điểm đến, từ đó gia tăng giá trị trải nghiệm. Mặt khác, trong thiết kế chuỗi giá trị du lịch liên tỉnh, cần chú trọng đầu tư vào những tuyến du lịch có các điểm đến độc đáo và khu du lịch, giải trí lớn song song với những điểm du lịch nhỏ dọc trục giao thông. Khách du lịch di chuyển giữa các điểm du lịch quan trọng trong chuỗi giá trị du lịch được tận hưởng thêm những điểm dừng chân thú vị tránh nhàm chán hay mệt mỏi khi di chuyển quá lâu.

Ví dụ, tuyến du lịch Kon Tum - Đà Nẵng theo quốc lộ 14, với khoảng cách hơn 250 km giữa hai tỉnh, cần quy hoạch nhiều điểm dừng chân cho khách du lịch tham gia tuyến này. Huyện Đắk Glei thuộc tỉnh Kon Tum với núi Ngọc Linh - ngọn núi cao nhất Tây Nguyên với chiều cao 2.600 m so với mặt nước biển, cùng cây thuốc quý hiếm Sâm Ngọc Linh và ngục Đắk Glei - nơi từng giam giữ Tố Hữu và những người tù chính trị vượt ngục, là điểm dừng chân lý tưởng cho du khách trước khi lên đèo Lò Xo, nghỉ chân và khám phá.

Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Nha Trang - các tỉnh Nam Trung Bộ theo quốc lộ 26, với khoảng cách gần 200 km từ Buôn Ma Thuột tới Nha Trang, du khách có thể dừng chân tại Khu Du lịch Sinh thái M'Đrăk hay Khu Du lịch thác Dray K' Nao. Khu Du lịch Sinh thái M'Đrăk được ví như "Dubai phiên bản Việt" với bãi cát trắng tinh, mịn màng và trải dài như vô tận, cùng với những trụ đá khổng lồ, hồ nước màu xanh ngọc trong vắt. Tuy nhiên, chất lượng đường giao thông qua đèo Phượng Hoàng đang là rào cản cho việc xây dựng chuỗi du lịch này. Chính vì vậy, việc nâng cấp chất lượng đường bộ qua đèo Phượng Hoàng sẽ giúp cho tuyến liên kết du lịch trên phát triển.

### *Phát triển ngành dịch vụ hiếu khách*

Đây là điểm yếu của vùng Tây Nguyên do đặc tính khách du lịch đến Tây Nguyên trước đây không đòi hỏi khắt khe về văn đề này. Mặc dù chất lượng khách sạn, nhà hàng phục vụ du lịch các năm gần đây ở Tây Nguyên khá phát triển song vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu khi liên kết với các tỉnh như Khánh Hòa hay Đà Nẵng, vì nơi đây có những nhóm du khách có thu nhập cao, khắt khe với chất lượng dịch vụ. Việc đầu tư phát triển ngành dịch vụ hiếu khách (hospitality industry) sẽ giữ chân khách du lịch lâu hơn ở Tây Nguyên.



*Xây dựng những điểm đến độc đáo cho liên kết vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ*

Điểm đến thu hút du lịch được hiểu theo nghĩa rộng là bất cứ điều gì hay nơi nào thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, để trở thành một điểm đến quan trọng đòi hỏi một số hình thức đầu tư của chính phủ hoặc khu vực tư nhân để cho phép khách du lịch đến thăm điểm thu hút này. Như vậy, điểm đến bao gồm các điểm đến phổ biến với khách du lịch chẳng hạn như núi, bãi biển, khu vực hoang dã và các cộng đồng chứa đựng giá trị văn hóa truyền thống độc đáo. Tây Nguyên có lợi thế trong xây dựng các điểm đến miền núi, các tỉnh Nam Trung Bộ có lợi thế về các điểm đến duyên hải. Sự kết nối các điểm đến ở hai vùng sẽ tạo ra các chuỗi giá trị mới, độc đáo. Bằng cách đầu tư vào cơ sở hạ tầng như đường giao thông để cho phép tiếp cận những điểm đến sẵn có ở Tây Nguyên cần được xem là cơ sở cho liên kết vùng trong du lịch.

Sự độc đáo của điểm đến có thể đến từ đặc điểm tự nhiên song tính độc đáo mang tính xã hội đến từ các sự kiện (Sherwood, Jago and Deery, 2005). Các sự kiện là một yếu tố quan trọng của một điểm đến du lịch và làm cho điểm du lịch trở nên độc đáo. Chính nhờ các chức năng du lịch của các sự kiện mà yếu tố độc đáo được khai thác nhằm mở rộng thị trường du lịch, thu hút khách du lịch đến các điểm đến, xây dựng điểm đến chứa đựng nhiều giá trị hơn, đồng thời quảng bá cho tour du lịch và kích thích tạo ra lợi ích kinh tế. Tây Nguyên là vùng đất của các sự kiện nên các sự kiện này cần được gắn với các điểm đến. Các sự kiện văn hóa truyền thống và phong tục địa phương được tổ chức gắn với tour du lịch tạo ra các mùa vụ du lịch đến Tây Nguyên, kết nối với các sự kiện ở các tỉnh Nam Trung Bộ sẽ làm cho tour du lịch trở nên thú vị. Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột là một ví dụ. Đây là một lễ hội không xuất phát từ truyền thống cộng

đồng nơi đây, mà chỉ là hoạt động được xây dựng nhằm quảng bá thương hiệu Cà phê Buôn Ma Thuột, góp phần nâng tầm giá trị và khẳng định vị thế cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới. Song, sau sáu lần tổ chức, Lễ hội cà phê đã trở thành một tác nhân làm cho du khách biết đến Buôn Ma Thuột.

*Xây dựng chính sách khuyến khích sự tham gia trong phát triển du lịch*

Trong liên kết vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ, vai trò của Nhà nước thể hiện rõ trong nâng cấp cơ sở hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng giao thông giữa hai vùng. Tuy nhiên, khai thác lợi thế liên kết này cần có sự tham gia, đặc biệt là các tác nhân dọc chuỗi giá trị du lịch như công ty lữ hành, các khách sạn, các công ty dịch vụ điểm đến và cộng đồng dân cư. Sự tham gia này đòi hỏi các chính sách cụ thể. Đặc biệt, hoạt động xây dựng hay nâng cấp các điểm đến độc đáo ở Tây Nguyên cần sự hỗ trợ về chính sách, vì nó liên quan đến đất đai, tài nguyên rừng và cộng đồng dân cư quanh điểm đến. Mặt khác, khi quy mô ngành du lịch tăng do sự kết nối vùng, nguồn nhân lực phục vụ hoạt động này cũng cần được hoạch định theo hướng gia tăng sự tham gia của các cơ sở đào tạo và các cơ quan nhà nước.

### **Kết luận**

Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2163/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, trong đó, nhấn mạnh đến liên kết phát triển du lịch vùng Tây Nguyên với vùng Nam Trung Bộ. Tuy nhiên, cơ sở hiện tại cho các liên kết này còn thiếu nên các liên kết hiện hữu mang tính tự phát hơn là kết quả của chiến lược liên vùng trong phát triển du lịch. Phát triển du lịch chung của vùng Tây Nguyên trên cơ sở liên kết giữa các địa phương, doanh nghiệp trong vùng và với

các địa phương, doanh nghiệp thuộc các tỉnh Nam Trung Bộ để phát triển hạ tầng du lịch thống nhất, nhằm phát huy lợi thế so sánh của các địa phương về đặc thù sinh thái, văn hoá, lợi thế điều kiện tự nhiên là một đòi hỏi cấp thiết hiện nay. Sự liên kết này sẽ gia tăng giá trị chuỗi du lịch, hình thành các trung tâm, điểm đến, chương trình, tuyển thu hút khách du lịch trong và ngoài nước, lan toả tới các địa phương trong vùng. Việc đẩy mạnh liên kết các sản phẩm giữa các tỉnh nhằm tạo ra những bộ sản phẩm du lịch tổng hợp trong cả vùng và liên vùng sẽ thu hút khách du lịch tiềm năng. Các kết nối này nên tiến hành giữa các sản phẩm du lịch độc đáo và khác biệt ở các địa phương, khởi nguồn từ các tỉnh có hoạt động du lịch sôi nổi với nguồn khách du lịch đủ lớn.

Liên kết du lịch vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ nên xuất phát từ việc khai thác các lợi thế của từng nơi, các hình thức du lịch gắn liền với bảo tồn thiên nhiên, bảo tồn và phát huy vốn văn hoá truyền thống đặc sắc của đồng bào các dân tộc, chú trọng đào tạo lao động ngành du lịch để nâng cao chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh.

Từ những nhận định trên, bài viết này đề ra bốn nhóm giải pháp cơ bản, bao gồm phát triển hạ tầng phục vụ du lịch, phát triển ngành công nghiệp hiếu khách, xây dựng điểm đến độc đáo và khuyến khích sự tham gia trong phát triển du lịch nói chung và liên kết du lịch giữa vùng Tây Nguyên và các tỉnh Nam Trung Bộ nói riêng.

#### Tài liệu tham khảo

1. Bùi Thị Quỳnh Trang (2017). Phát triển du lịch - Giải pháp giảm nghèo bền vững cho vùng Tây Nguyên *Kỷ yếu Hội thảo Phát triển Kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên*. Kon Tum, tr. 392-401.
2. Chính phủ (2013). *Quyết định số 2163/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
3. Hawkins, D. E. (2005). Knowledge Applications for Competitive Destinations: A Visitor Experience Value Chain Approach. *WTO Education Council Conference at the XVI General Assembly of the World Tourism Organization*
4. Mandal, S., Korasig, V. R., and Das, P. (2017). Dominance of agility in tourism value chains: evidence from India. *Tourism Review*, Vol. 72, pp. 133-155
5. Piboonrungrroj, P. and Disney, S.M. (2009). Tourism Supply Chains: A Conceptual Framework. *PhD Network Conference*. Nottingham, UK.
6. Sherwood, P., Jago, L. and Deery, M. (2005). Unlocking the Triple Bottom Line Of Special Event Evaluation: What Are The Key Impacts? *The Impacts Events*, Sydney.

---

#### Thông tin tác giả:

##### 1. Lê Đức Niêm, TS

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Tây Nguyên  
- Địa chỉ email: leniem@gmail.com

##### 2. Hà Thị Kim Duyên, Th.S

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Tây Nguyên

Ngày nhận bài: 04/1/2019

Ngày nhận bản sửa: 16/1/2019

Ngày duyệt đăng: 20/2/2019