



BÁO
Tiềnphong
www.tienphong.vn

THÁNG 12
19
2025
NHA TRANG
KHÁNH HÒA

HỘI THẢO

Du lịch KHÁNH HÒA

**cực tăng trưởng thúc đẩy
các trụ cột kinh tế**



HỘI THẢO

DU LỊCH KHÁNH HÒA CỤC TĂNG TRƯỞNG THÚC ĐẨY CÁC TRỤ CỘT KINH TẾ

(Tài liệu hội thảo)



Quét mã để truy cập tài liệu online

Khánh Hòa, ngày 19 tháng 12 năm 2025

LỜI MỞ ĐẦU

Khánh Hòa đang đứng trước một giai đoạn phát triển mang tính bản lề. Du lịch không chỉ được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn mà còn giữ vai trò cực tăng trưởng, có sức lan tỏa và dẫn dắt các trụ cột kinh tế khác của tỉnh. Với lợi thế nổi trội về tài nguyên biển đảo, vị trí chiến lược, hệ thống hạ tầng giao thông ngày càng đồng bộ cùng không gian văn hóa - di sản đặc sắc, Khánh Hòa hội tụ đầy đủ điều kiện để du lịch trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững.

Trong bối cảnh tư duy phát triển của đất nước đang chuyển mạnh từ chiều rộng sang chiều sâu, từ khai thác sang kiến tạo giá trị, du lịch Khánh Hòa được đặt vào vị trí trung tâm trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội. Việc mở rộng không gian phát triển sau sắp xếp đơn vị hành chính đã tạo nên một cấu trúc tài nguyên hiếm có: không gian biển - rừng - bán hoang mạc - di sản văn hóa liên mạch, cho phép hình thành các chuỗi sản phẩm du lịch đa dạng, khác biệt và có khả năng kết nối hiệu quả với các ngành dịch vụ, thương mại, vận tải, nông nghiệp, công nghiệp văn hóa và phát triển đô thị du lịch.

Hội thảo “Du lịch Khánh Hòa - Cực tăng trưởng thúc đẩy các trụ cột kinh tế” được tổ chức trong bối cảnh đó, nhằm tạo lập một diễn đàn khoa học và thực tiễn để các nhà quản lý, nhà nghiên cứu, chuyên gia và doanh nghiệp cùng phân tích sâu vai trò lan tỏa của du lịch; nhận diện những dư địa phát triển mới; đồng thời đề xuất các giải pháp chiến lược để du lịch thực sự trở thành lực kéo thúc đẩy các trụ cột kinh tế của tỉnh phát triển đồng bộ, hài hòa và bền vững.

Kỷ yếu Hội thảo tập hợp các tham luận có chiều sâu lý luận và giá trị thực tiễn cao từ các cơ quan quản lý nhà nước, chuyên gia hàng đầu trong nước và chuyên gia quốc tế. Ban Tổ chức trân trọng giới thiệu Kỷ yếu tới quý đại biểu và bạn đọc, với kỳ vọng đây sẽ là tài liệu tham khảo hữu ích, góp phần định hình tư duy và thúc đẩy hành động nhằm đưa du lịch Khánh Hòa trở thành cực tăng trưởng có tính dẫn dắt trong giai đoạn phát triển mới.

BAN TỔ CHỨC

MỤC LỤC

05 LỜI MỞ ĐẦU

08 BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO

13 VAI TRÒ CỦA KHÁNH HÒA TRONG MẠNG LƯỚI CỤC TĂNG TRƯỞNG QUỐC GIA VÀ ĐỊNH HƯỚNG NÂNG TẦM TRỞ THÀNH ĐIỂM ĐẾN HÀNG ĐẦU ĐÔNG NAM Á

18 HOÀN THIÊN THỂ CHẾ VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN – THỰC TIỄN KHÁNH HÒA NHÌN RA CẢ NƯỚC

25 PHÁT TRIỂN KHÁNH HÒA TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH CỦA KHU VỰC: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP

34 LIÊN KẾT XÚC TIẾN ĐẦU TƯ - DU LỊCH - THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ: CHIẾN LƯỢC MỞ RỘNG CỤC TĂNG TRƯỞNG KHÁNH HÒA RA KHU VỰC

38 PHÁT TRIỂN DU LỊCH BIỂN, ĐẢO KHÁNH HÒA GẮN VỚI QUẢN LÝ TÀI NGUYÊN VÀ BẢO TỒN SINH THÁI BIỂN

43 “PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH KHÁNH HÒA TRÊN NỀN TẢNG GIÁ TRỊ VĂN HÓA –HƯỚNG TỚI TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG VÀ BẢN SẮC ĐỊA PHƯƠNG”

70 XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA & QUỐC TẾ ĐẾN KHÁNH HÒA VÀ CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

75 LIÊN KẾT DU LỊCH BIỂN - CAO NGUYÊN: HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM GIỮA NHA TRANG VÀ TÂY NGUYÊN

80 PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO CỤC TĂNG TRƯỞNG DU LỊCH KHÁNH HÒA

MỤC LỤC

- 87 DU LỊCH KHÁNH HÒA SAU HỢP NHẤT:
TỪ TIỀM NĂNG ĐẾN ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VÙNG NAM TRUNG BỘ
- 93 DỊCH VỤ XANH VÀ SỰ CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG, KHUYẾN NGHỊ DÀNH
CHO CÁC DOANH NGHIỆP DỊCH VỤ
- 98 NHA TRANG – ĐIỂM ĐẾN THÔNG MINH, VĂN MINH VÀ THÂN THIỆN
- 103 PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI, NGHỈ DƯỠNG GẮN VỚI NÔNG NGHIỆP CÔNG
NGHỆ CAO TẠI CAM LÂM
- 107 KIẾN TẠO ĐIỂM ĐẾN VÀ TRẢI NGHIỆM ĐẶC SẮC – GIẢI PHÁP NÂNG TẦM DU LỊCH
KHÁNH HÒA TRONG KỶ NGUYÊN DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO, DU LỊCH XANH
- 112 TĂNG CƯỜNG KẾT NỐI HÀNG KHÔNG – THÚC ĐẨY KHÁNH HÒA TRỞ THÀNH
TRUNG TÂM DU LỊCH QUỐC TẾ
- 118 FOSTERING SUSTAINABLE GROWTH IN KHANH HOA THROUGH ESG STANDARDS
- 125 PHÁT TRIỂN DU LỊCH KHÁNH HÒA TRONG GIAI ĐOẠN MỚI – KINH NGHIỆM
QUỐC TẾ VÀ GÓC NHÌN TỪ DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH
- 132 HIỆP HỘI DU LỊCH KHÁNH HÒA:
GIỚI THIỆU SẢN PHẨM ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH KHÁNH HÒA

BÁO CÁO ĐỀ DẪN HỘI THẢO

“Chiến lược phát triển du lịch theo hướng đa dạng hóa, đưa du lịch thành cực tăng trưởng mới, góp phần hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng của Khánh Hòa”

LÃNH ĐẠO SỞ VH TTDL KHÁNH HÒA

Khánh Hòa được Bộ Chính trị xác định là một trong ba vùng động lực phát triển của cả nước, với những nhiệm vụ và mục tiêu theo Nghị quyết 09-NQ/TW, du lịch xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, là trung tâm dịch vụ, du lịch biển quốc tế và là cực tăng trưởng mới của tỉnh trong giai đoạn 2025-2030 và tầm nhìn 2045.

Theo tinh thần Nghị quyết số 01-NQ/TU ngày 14/7/2025 của Tỉnh ủy Khánh Hòa về tăng trưởng kinh tế hai con số giai đoạn 2025-2030; du lịch, dịch vụ được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, là một trong 04 trụ cột động lực tăng trưởng kinh tế của tỉnh; tạo động lực thúc đẩy các trụ cột kinh tế khác cùng phát triển. Đến năm 2030, tỉnh Khánh Hòa đón khoảng 31,6 triệu lượt khách, trong đó có 10,5 triệu lượt khách quốc tế. Tổng số phòng lưu trú du lịch ước đạt 100.000 phòng, trong đó khoảng 75% đạt tiêu chuẩn 3 đến 5 sao. Du lịch, dịch vụ được kỳ vọng sẽ đóng góp 15% vào GRDP, đồng thời tạo việc làm cho hơn 300.000 lao động trực tiếp và gián tiếp trong ngành du lịch; xây dựng Khánh Hòa trở thành điểm đến hàng đầu Đông Nam Á, là trung tâm du lịch biển đảo quốc tế.

Để thực hiện mục tiêu trên, sự đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng, tăng khả năng cạnh tranh, và mở rộng thị trường là yêu cầu cấp thiết hiện nay. Tham luận để dẫn hôm nay xin tập trung vào việc xác định tầm nhìn chiến lược và định hình các nhóm giải pháp trọng tâm để đưa du lịch Khánh Hòa trở thành động lực tăng trưởng chủ đạo, lan tỏa sang các ngành kinh tế khác và đóng góp trực tiếp vào sự phát triển bền vững của tỉnh.

Tỉnh Khánh Hòa sau khi được thành lập trên cơ sở sắp xếp giữa tỉnh Ninh Thuận và tỉnh Khánh Hòa không chỉ mở rộng về địa giới hành chính, kinh tế - xã hội, mà còn hình thành một không gian văn hóa - di sản đa tầng, phong phú, kết tinh những giá trị văn hóa đặc sắc được bảo tồn nguyên vẹn qua nhiều thế hệ. Toàn tỉnh hiện có 04 di sản được UNESCO ghi danh, bao gồm: Khu dự trữ sinh quyển thế giới Núi Chúa, Nghệ thuật làm gốm của Người Chăm, Nghệ thuật Bài chòi Trung Bộ, Nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam Bộ; có 05 Bảo vật Quốc gia; 03 di tích Quốc gia đặc biệt (tháp Pô Klông Garai, tháp Hòa Lai, tháp Bà Pô Nagar); 28 di tích lịch sử, di tích văn hóa, di tích danh lam thắng cảnh cấp Quốc gia, 241 di tích cấp tỉnh; 12 di sản văn hóa phi vật thể được đưa vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể Quốc gia. Bên cạnh đó, Khánh Hòa còn sở hữu bờ biển dài 490km, có khoảng 200 hòn đảo lớn nhỏ, những Vịnh biển nổi tiếng như: Vịnh Vân Phong, Vịnh Nha Trang, Vịnh Cam Ranh, Vịnh Vĩnh Hy,...; hệ sinh thái đa dạng, khí hậu ôn hòa; hệ thống cơ sở lưu trú, nghỉ dưỡng 3-5 sao thuộc nhóm nhiều nhất cả nước; sân bay quốc tế Cam Ranh - cửa ngõ hàng không quốc tế lớn thứ 2 của Việt Nam. Đây là nền tảng vững chắc để Khánh Hòa vươn lên thành điểm đến đẳng cấp trong khu vực.

Tuy nhiên, ngành du lịch vẫn đối mặt với sản phẩm du lịch còn trùng lặp; công tác quảng bá quốc tế còn phân tán; nguồn nhân lực thiếu về chất và lượng; áp lực môi trường và yêu cầu phát triển bền vững ngày càng lớn; cạnh tranh gay gắt từ các điểm đến trong khu vực. Từ đó cho thấy cần xây dựng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm, thị trường và mô hình quản trị là yêu cầu then chốt.

Du lịch không chỉ là ngành dịch vụ đơn thuần mà là hệ sinh thái kinh tế tổng hợp, có khả năng lan tỏa đến các ngành khác như: hàng không - vận tải; thương mại - dịch vụ; bất động sản du lịch; nông nghiệp - làng nghề - OCOP; công nghiệp văn hóa. Phát triển du lịch là phát triển chuỗi giá trị toàn diện cho tỉnh Khánh Hòa. Phát triển du lịch phải gắn với tầm nhìn dài hạn, phát triển theo 4 trụ cột: biển đảo - văn hóa - sinh thái - đô thị thông minh; định vị Khánh Hòa là điểm đến du lịch chất lượng cao, thân thiện môi trường; hài hòa giữa bảo tồn và khai thác.

Phát triển du lịch theo hướng đa dạng hóa là xu hướng, yêu cầu quan trọng hiện nay, sự đa dạng hóa bao gồm: đa dạng hóa sản phẩm; đa dạng hóa thị trường khách; đa dạng hóa mô hình đầu tư và nguồn lực và đa dạng hóa các vùng không gian du lịch gắn với quy hoạch tỉnh, cụ thể:

1. Khánh Hòa định hướng phát triển các nhóm sản phẩm chủ lực theo từng vùng, trong đó: (1) Nha Trang - Vĩnh Hy: du lịch biển kết hợp khám phá di tích lịch sử quốc gia; (2) Bắc Vân Phong: định vị là đô thị du lịch biển đẳng cấp quốc tế; (3) Khu du lịch Bắc bán đảo Cam Ranh, Khu du lịch Ninh Chữ: hướng đến trở thành khu du lịch quốc gia; (4) Khu dự trữ sinh quyển thế giới Núi Chúa, Vườn Quốc gia Phước Bình, đồi cát Mũi Dinh, Nam Cương: phát triển du lịch sinh thái, trải nghiệm thiên nhiên hoang sơ; (5) Khánh Sơn, Khánh Vĩnh, các hồ Tân Giang, Sông Trâu, Sông Sắt: phát triển du lịch sinh thái thiên nhiên và du lịch thăm quan vườn nho Ninh Phước và du lịch trải nghiệm điện gió Thuận Bắc.

2. Khánh Hòa phát triển thị trường khách du lịch thành ba nhóm:

- *Nhóm 1:* Thị trường cốt lõi (thị trường nền tảng, cần ưu tiên ngay) đang hiện hữu tại Khánh Hòa hoặc thị trường có thể mở rộng quy mô nhanh chóng bằng chương trình xúc tiến hiệu quả.

- *Nhóm 2:* Thị trường tăng trưởng (thị trường mới, có tiềm năng cao, lộ trình ngắn hạn) như Đức, Vương quốc Anh, Pháp, Úc, các Tiểu Vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), Vương quốc Ả Rập Xê Út.

- *Nhóm 3:* Thị trường kỳ vọng (phát triển theo lộ trình dài hạn) như Bắc Âu, Indonesia, Philippines, Qatar, Đông Âu - Cộng hòa Séc, Ba Lan.

3. Đa dạng hóa mô hình hợp tác và nguồn lực đầu tư: PPP trong phát triển hạ tầng du lịch; thu hút tập đoàn lớn hình thành “siêu tổ hợp du lịch”; khuyến khích các doanh nghiệp du lịch đầu tư phát triển cơ sở vật chất, trang thiết bị, đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch mới; nghiên cứu, lựa chọn các di sản văn hóa tiêu biểu, đặc sắc của tỉnh như: văn hóa Chăm, văn hóa Raglai, các công trình kiến trúc nổi bật để tạo nên các sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt; đẩy mạnh xã hội hóa các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch.

4. Đa dạng hóa ứng dụng công nghệ - chuyển đổi số: Hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh; ứng dụng Big Data, AI vào phân tích thị trường; bản đồ số du lịch, hệ thống

quản trị thông minh điểm đến; số hóa di sản, trải nghiệm ảo trong du lịch, thực tế ảo tái hiện không gian, nhân vật lịch sử. Tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ trong hoạt động quản lý di sản văn hoá.

5. Công tác quy hoạch: Trong năm 2025 phấn đấu hoàn thành việc xây dựng Chiến lược phát triển du lịch Khánh Hòa giai đoạn 2025-2030, tầm nhìn đến năm 2045; trên cơ sở đó tập trung triển khai đồng bộ, có kết quả các nhiệm vụ và giải pháp về phát triển du lịch của tỉnh giai đoạn 2025-2030 theo đúng định hướng đó là: Ưu tiên phát triển du lịch theo hướng hiện đại, chất lượng, xây dựng uy tín thương hiệu. Tập trung phát triển du lịch với các loại hình như: du lịch biển, đảo; du lịch MICE (du lịch hội nghị, hội thảo), du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm, du lịch nghỉ dưỡng chăm sóc sức khoẻ, du lịch di sản văn hoá, du lịch tâm linh gắn với bảo vệ môi trường, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hoá.

6. Hoàn thiện hạ tầng và không gian du lịch biển đẳng cấp quốc tế:

+ Nâng cấp và mở rộng Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh theo tiêu chuẩn 5 sao, tăng số đường bay quốc tế thẳng đến các thị trường trọng điểm (Đông Bắc Á, châu Âu, Úc, Trung Đông).

+ Hiện đại hóa hệ thống cảng biển du lịch tại khu vực Nha Trang, Vân Phong, Cam Ranh đạt chuẩn đón tàu biển quốc tế lớn. Xây dựng các tổ hợp nghỉ dưỡng - giải trí - thương mại ven biển; hình thành trung tâm mua sắm miễn thuế, công viên chuyên đề.

+ Phát triển giao thông kết nối vùng biển: xây dựng kết nối thông suốt tuyến đường ven biển trên địa bàn tỉnh; tuyến tàu cao tốc - du thuyền kết nối các vịnh: Vân Phong - Nha Trang - Vĩnh Hy - Ninh Chữ.

7. Giải pháp về nguồn nhân lực: Chuẩn hóa đào tạo nhân lực theo tiêu chuẩn ASEAN; liên kết doanh nghiệp - trường đại học - cơ quan quản lý; phát triển lực lượng hướng dẫn viên chất lượng cao, đa ngôn ngữ, am hiểu văn hóa của địa phương, có kỹ năng và mang tính chuyên nghiệp.

8. Giải pháp về xúc tiến quảng bá: Xây dựng bộ nhận diện “Nha Trang - Khánh Hòa - Điểm đến hàng đầu Đông Nam Á”; Quảng bá thông qua các nền tảng số quốc tế; Hợp tác quảng bá với các hãng hàng không, đại lý lữ hành toàn cầu. Xây dựng hoàn thiện Đề án chuyển đổi số ngành du lịch; xây dựng Chương trình tổng thể về quảng bá, xúc tiến du lịch Khánh Hòa tại các thị trường trong nước và quốc tế.

9. Giải pháp về liên kết vùng: Liên kết biển - cao nguyên với Gia Lai, Đắk Lắk, Lâm Đồng; hình thành tuyến du lịch “Biển xanh - Đại ngàn”; kết nối doanh nghiệp liên vùng để tạo sản phẩm chung. Đẩy mạnh liên kết, hợp tác với các tỉnh khu vực Nam Trung bộ và Tây Nguyên, các vùng du lịch trọng điểm để phối hợp khai thác tối đa tiềm năng, thế

mạnh du lịch biển, đảo của Khánh Hoà gắn với các loại hình du lịch đặc trưng của các địa phương để tạo ra các tour du lịch kết nối đặc sắc, hấp dẫn, thu hút khách du lịch.

Đa dạng hóa du lịch không chỉ là giải pháp mà là con đường tất yếu để Khánh Hòa phát triển trở thành trung tâm du lịch quốc gia và quốc tế. Với sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, sự hỗ trợ của Trung ương, sự đồng hành của các chuyên gia và cộng đồng doanh nghiệp, du lịch Khánh Hòa hoàn toàn có thể trở thành cực tăng trưởng mới, đóng góp quan trọng vào mục tiêu tăng trưởng hai con số và đưa Khánh Hòa bứt phá mạnh mẽ trong thập kỷ tới, khẳng định vị thế là trung tâm dịch vụ, du lịch biển quốc tế chất lượng cao, là điểm đến hàng đầu của Đông Nam Á.■

VAI TRÒ CỦA KHÁNH HÒA TRONG MẠNG LƯỚI CỤC TĂNG TRƯỞNG QUỐC GIA VÀ ĐỊNH HƯỚNG NÂNG TẦM TRỞ THÀNH ĐIỂM ĐẾN HÀNG ĐẦU ĐÔNG NAM Á

CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM

Khánh Hòa giữ vai trò ngày càng quan trọng trong mạng lưới cực tăng trưởng quốc gia nhờ vị trí địa chiến lược, khả năng kết nối vùng và ưu thế vượt trội về tài nguyên biển - đảo. Với hạ tầng giao thông đồng bộ, các vịnh đẹp tầm quốc tế và hệ sinh thái du lịch đa dạng, Khánh Hòa đã trở thành trung tâm du lịch biển hàng đầu Việt Nam nhưng vẫn chưa khai thác hết tiềm năng. Để vươn lên nhóm điểm đến hàng đầu Đông Nam Á, tham luận đề xuất sáu nhóm giải pháp đột phá gồm: hoàn thiện hạ tầng chiến lược; thu hút đầu tư phát triển sản phẩm đẳng cấp; đổi mới xúc tiến - quảng bá; ứng dụng công nghệ và du lịch thông minh; nâng cao chất lượng nhân lực; phát triển du lịch xanh, quản lý bền vững. Những giải pháp này nhằm đưa Khánh Hòa trở thành cực tăng trưởng biển - du lịch mang tầm khu vực.

TỪ KHÓA: Cực tăng trưởng, Du lịch biển đảo, Hạ tầng chiến lược, Sản phẩm đẳng cấp, Du lịch thông minh, Du lịch xanh

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh Việt Nam chuyển sang giai đoạn phát triển mới, định hướng hình thành các cực tăng trưởng quốc gia và vùng động lực phát triển có vai trò thu hút các nguồn lực và dẫn dắt các địa phương khác cùng phát triển đang được đặt lên hàng đầu. Khánh Hòa - địa phương có vị trí chiến lược, tiềm năng biển và phát triển kinh tế biển nổi trội và hạ tầng đồng bộ - đang giữ vai trò ngày càng quan trọng trong việc tạo dựng một trung tâm kinh tế biển, du lịch, dịch vụ hiện đại hàng đầu của quốc gia. Nghị quyết 09-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 28/01/2022 về xây dựng, phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn 2045 đã xác định mục tiêu đến năm 2030 Khánh Hòa là một cực tăng trưởng, trung tâm kết nối vùng duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên, đồng thời là một trong những trung tâm du lịch quốc tế của Việt Nam.

Tham luận này phân tích vị trí, vai trò của Khánh Hòa trong mạng lưới các cực tăng trưởng quốc gia, đồng thời đề xuất định hướng giải pháp chiến lược nhằm nâng tầm Khánh Hòa trở thành điểm đến hàng đầu Đông Nam Á.

2. Vai trò của điểm đến Khánh Hòa trong mạng lưới cực tăng trưởng quốc gia

- Khánh Hòa có vị trí địa chiến lược và khả năng kết nối vùng, hạt nhân của vùng động lực Nam Trung Bộ. Nằm ở trung tâm tuyến Bắc - Nam, tiếp giáp Tây Nguyên, Khánh Hòa là điểm nối giữa hai vùng kinh tế quan trọng là duyên hải miền Trung và Tây Nguyên. Khánh Hòa còn là địa bàn có đầy đủ hạ tầng giao thông chiến lược về đường bộ - đường sắt - đường biển - hàng không - hàng hải quốc tế, có ưu thế vượt trội so với các địa phương lân cận. Trong đó, sân bay quốc tế Cam Ranh, cảng biển quốc tế Nha Trang, cảng trung chuyển vịnh Vân Phong, đây là những yếu tố quyết định hàng đầu để Khánh Hòa trở thành trung tâm hàng đầu trong mạng lưới cực tăng trưởng quốc gia. Trên bản đồ phát triển du lịch quốc gia, trong khu vực duyên hải Nam Trung Bộ, Khánh Hòa hết sức thuận lợi để kết nối trực tiếp với các trung tâm gửi khách lớn trong nước và thế giới đặc biệt là khu vực tại Đông Bắc Á và hội tụ đầy đủ điều kiện để trở thành điểm đến hàng đầu khu vực và thế giới.

- Khánh Hòa sở hữu đa dạng tài nguyên du lịch trong đó nổi trội về tài nguyên biển và là đầu tàu về phát triển kinh tế biển và du lịch biển. Khánh Hòa hiện nay (sau hợp nhất địa giới với Ninh Thuận) là tỉnh ven biển duyên hải Nam Trung Bộ có đường bờ biển dài nhất Việt Nam với gần 500 km, có ưu thế nổi trội về tài nguyên du lịch biển với hệ vịnh nổi tiếng, các bãi tắm đẹp, đảo, quần đảo ven bờ, hệ sinh thái biển... Trong đó, vịnh Nha Trang là một trong 29 vịnh đẹp nhất thế giới; vịnh Vân Phong - khu vực có độ sâu lý tưởng để xây dựng trung tâm cảng biển, du lịch và nghỉ dưỡng biển có quy mô quốc tế, Bãi Dài - Cam Ranh - nơi hội tụ các thương hiệu nghỉ dưỡng quốc tế.

Tuyến ven biển trải dài từ Đại Lãnh đến Cà Ná không chỉ là lợi thế tự nhiên mà còn là "tài sản chiến lược" để tỉnh Khánh Hòa phát triển mạnh kinh tế biển, du lịch và logistics.

Với cấu trúc tài nguyên biển đa dạng, Khánh Hòa có điều kiện thuận lợi để không chỉ là trung tâm du lịch biển mà còn là cực tăng trưởng của kinh tế hàng hải, cảng biển, công nghiệp ven biển và nuôi biển công nghệ cao hình thành hệ sinh thái quan trọng hỗ trợ cho phát triển du lịch biển. Bên cạnh đó, Khánh Hòa còn hệ sinh thái của núi, rừng, cồn cát, văn hóa bản địa (di sản văn hóa Chăm và Raglai) ... để phát triển đa dạng các loại hình sản phẩm du lịch độc đáo và có tính đặc trưng cao hỗ trợ cho các sản phẩm du lịch biển như du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp (vườn nho, đồng cừu) và du lịch trải nghiệm văn hóa Chăm...

- Trong nhiều năm qua, Khánh Hòa đã từng bước trở thành trung tâm du lịch biển, đảo với nhiều sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển đảo, du lịch sinh thái hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Hạ tầng cơ sở vật chất phục vụ du lịch của tỉnh Khánh Hòa tiếp tục được đầu tư phát triển mạnh mẽ theo hướng nâng cao chất lượng và mở rộng quy mô. Đến tháng 10/2025, toàn tỉnh có trên 1.440 cơ sở lưu trú du lịch với hơn 70.500 phòng. Trong đó, có 107 cơ sở lưu trú từ 3 đến 5 sao với 28.296 phòng, chiếm hơn 40% tổng số phòng toàn tỉnh; trong đó Khánh Hòa có nhiều khách sạn 4-5 sao mang thương hiệu quốc tế uy tín như InterContinental, Best Western, Six Senses, Radisson, Movenpick, Eastin Grand, Accor Hotels & Resorts...

Du lịch Khánh Hòa đã có những bước phát triển hiệu quả, đóng góp nguồn thu lớn cho ngân sách địa phương và du lịch cả nước. Năm 2024, tỉnh Khánh Hòa (cũ) đã là điểm đến du lịch biển hàng đầu Việt Nam, thu hút hơn 10,6 triệu lượt khách lưu trú trong năm 2024, trong đó khách quốc tế đạt gần 4,8 triệu lượt tổng thu từ khách du lịch ước đạt gần 52.272 tỷ đồng. Các địa danh như: Dốc Lết, Nha Trang, Bãi Dài ... đã quen thuộc với thị trường khách nội địa và liên tục được bình chọn là điểm đến yêu thích của du khách quốc tế đặc biệt là khách Hàn Quốc, Nga, Trung Quốc, ASEAN...

Tuy vậy, những kết quả chung đạt được vẫn còn khiêm tốn so với tiềm năng, lợi thế của trung tâm du lịch biển đảo với nhiều ưu thế nổi trội; vẫn thiếu sản phẩm đẳng cấp quốc tế để thu hút dòng khách cao cấp, thiếu các điều kiện để tổ chức được các sự kiện quy mô quốc tế lớn; khả năng thích ứng với biến động bất thường, khủng hoảng (đại dịch, biến đổi khí hậu) còn thấp; tính mùa vụ và phụ thuộc vào một số thị trường còn khá rõ rệt, đặc biệt thách thức về bảo vệ môi trường du lịch, môi trường biển trong quá trình phát triển. Chính vì vậy, Khánh Hòa cần tiếp tục có các giải pháp để sử dụng hiệu quả tài nguyên, khai thác tối ưu lợi thế của vị trí chiến lược và lợi thế kinh tế biển để khẳng định Khánh Hòa trở thành điểm đến du lịch hàng đầu trong cực tăng trưởng quốc gia và khu vực.

3. Định hướng, giải pháp nâng tầm Khánh Hòa thành điểm đến hàng đầu Đông Nam Á

Thứ nhất, tiếp tục ban hành cơ chế chính sách đột phá, vượt trội để thu hút đầu tư đồng bộ cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Ưu tiên tập trung đầu tư đồng bộ về hạ tầng giao thông, cơ sở vật chất kỹ thuật cho du lịch nhằm nâng cấp hạ tầng kết nối

quốc tế. Mở rộng sân bay quốc tế Cam Ranh thành trung tâm hàng không quốc tế phía Đông của Việt Nam, có khả năng kết nối với các thị trường trọng điểm trên thế giới như khu vực Đông Bắc Á, Châu Âu, Úc. Đầu tư nâng cấp các tuyến đường bộ cao tốc kết nối Khánh Hòa với khu vực Tây Nguyên và các tỉnh trong khu vực duyên hải Nam Trung Bộ (các tuyến cao tốc Buôn Ma Thuột - Nha Trang, Khánh Hòa - Phan Rang - Đà Lạt). Hoàn thiện tuyến đường ven biển tạo trục kết nối du lịch huyết mạch với các tỉnh/thành phố trong nước và khu vực Đông Nam Á. Đầu tư hệ thống cảng biển quốc tế và các dịch vụ tàu biển hiện đại, đồng bộ để đón khách tàu biển.

Thứ hai, ban hành chính sách ưu đãi, tạo điều kiện thuận lợi thu hút các nhà đầu tư nhằm hoàn thiện, nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù chuyên biệt của Khánh Hòa đáp ứng nhu cầu thị trường mới (đặc biệt dòng khách có khả năng chi trả cao); thu hút đầu tư, phát triển đồng bộ hệ sinh thái du lịch nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển; thu hút đầu tư các tổ hợp vui chơi, giải trí đẳng cấp quốc tế (khu vực Bãi Dài, Vân Phong, Nha Trang...), các trung tâm hội nghị quốc tế và cơ sở vật chất để khai thác du lịch MICE (tổ chức các sự kiện quốc tế, đưa Khánh Hòa thành điểm đến cho các sự kiện có tính quốc tế về văn hóa, nghệ thuật; xây dựng sản phẩm du lịch y tế - chăm sóc sức khỏe dựa trên khai thác tài nguyên biển, sinh thái biển.... Xây dựng và ban hành các cơ chế, chính sách để phát triển sản phẩm du lịch đêm, các tuyến cảnh quan ven biển và ven sông, đầu tư mạnh vào các sản phẩm du lịch có tính trải nghiệm sáng tạo. ...

Thứ ba, nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến, quảng bá; thay đổi cách tiếp cận thị trường du lịch; xây dựng, định vị thương hiệu du lịch “Khánh Hòa - thiên đường biển của châu Á”, “trung tâm du lịch nghỉ dưỡng biển quốc tế - du lịch xanh”; “thành phố nghỉ dưỡng biển, lễ hội, sự kiện, sáng tạo”... chất lượng cao ở khu vực Đông Nam Á; điểm đến đa dạng trải nghiệm cho đa dạng thị trường nguồn khách (văn hóa, biển, thiên nhiên, sự kiện, sáng tạo, du lịch đêm, lễ hội, giải trí, sinh thái) đồng thời phát triển du lịch xanh, bền vững. Xây dựng chiến dịch truyền thông quốc tế, liên kết với các trung tâm du lịch nghỉ dưỡng biển như Singapore, Bali, Phuket, Jeju... Tổ chức thường niên các tuần lễ biển quốc tế, lễ hội du thuyền, marathon biển, sự kiện ẩm thực, các cuộc thi quốc tế nhằm thu hút sự tham gia của đông đảo doanh nghiệp và du khách.

Thứ tư, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong hoạt động du lịch để tạo đột phá trong nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, khả năng cạnh tranh quốc tế. Phát triển du lịch thông minh dựa trên nền tảng số, chuyển đổi số toàn diện ngành du lịch và dịch vụ du lịch, xây dựng hệ thống bản đồ số điểm đến, vé thông minh, tích hợp giao thông - lưu trú - dịch vụ... Áp dụng các tiện ích quản lý thông minh, liên thông dữ liệu; phát triển các dự án du lịch thông minh, trải nghiệm thực tế ảo, du lịch số. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong việc quản trị điểm đến, phát triển trung tâm điều hành thông minh để quản trị du lịch. Triển khai các giải pháp công nghệ để tăng tiện ích và đa dạng giá trị trải nghiệm cho du khách.

Thứ năm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch phù hợp với mục tiêu trở thành trung tâm du lịch nghỉ dưỡng biển đảo tầm cỡ khu vực và thế giới. Xác định đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu đổi mới sáng tạo, hội nhập kinh tế quốc tế là nhân tố đột phá để định hướng, hiện thực hóa vai trò cực tăng trưởng và điểm đến hàng đầu khu vực và thế giới. Chuẩn hóa công tác đào tạo du lịch, nâng cao nguồn nhân lực du lịch bao gồm cả đội ngũ lao động trực tiếp và đội ngũ quản lý cấp cao, chuyên gia du lịch, cộng đồng địa phương tham gia hoạt động du lịch... trong các lĩnh vực như hướng dẫn viên, khách sạn, nhà hàng, vận chuyển và các dịch vụ liên quan. Tạo điều kiện để các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn tỉnh liên kết với các trường đào tạo chuyên ngành du lịch tổ chức các lớp đào tạo cán bộ quản lý và nhân viên phục vụ chuyên ngành du lịch có chất lượng cao. Nâng cao trình độ chuyên môn và ngoại ngữ cho nhân lực du lịch Khánh Hòa đáp ứng hội nhập kinh tế quốc tế và nâng cao năng lực cạnh tranh trong khu vực. Khuyến khích mô hình doanh nghiệp - nhà nước - cộng đồng phát triển nguồn nhân lực du lịch. Bồi dưỡng các kỹ năng cần thiết cho người dân tham gia hoạt động du lịch cộng đồng.

Thứ sáu, tăng cường công tác quản lý điểm đến, đặc biệt phát triển du lịch xanh, bảo tồn tài nguyên và phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu. Áp dụng mô hình quản lý dung lượng du lịch tại các đảo, vịnh, rạn san hô. Phát triển du lịch xanh: giảm rác thải nhựa, vận tải biển xanh, năng lượng tái tạo.

4. Kết luận

Với vị trí chiến lược, tài nguyên du lịch đa dạng, Khánh Hòa đang có cơ hội lịch sử để trở thành cực tăng trưởng quốc gia và vươn lên nhóm điểm đến hàng đầu Đông Nam Á. Khánh Hòa cần tập trung vào các nội dung quan trọng là hạ tầng, xây dựng sản phẩm độc đáo, chất lượng dịch vụ, nâng cao năng lực tiếp cận thị trường và ứng dụng công nghệ để tạo bước đột phá trong phát triển du lịch giai đoạn tới. Phấn đấu Khánh Hòa không chỉ là trung tâm du lịch biển của Việt Nam, mà còn có thể trở thành điểm đến đô thị biển hiện đại của Đông Nam Á trong thập niên tới. ■

HOÀN THIỆN THỂ CHẾ VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN – THỰC TIỄN KHÁNH HÒA NHÌN RA CẢ NƯỚC

ÔNG TẠ VĂN HẠ

◆ Phó Chủ nhiệm Ủy ban Văn hóa và Xã hội của Quốc hội

Khánh Hòa giữ vai trò trung tâm du lịch biển đảo của Việt Nam với hệ sinh thái tài nguyên đặc biệt và thương hiệu Nha Trang - Khánh Hòa đã khẳng định trên trường quốc tế. Tuy nhiên, quá trình phát triển còn không ít vướng mắc về thể chế, chồng chéo pháp luật trong quản lý tài nguyên biển đảo, hạn chế phân cấp và thiếu cơ chế cho các loại hình du lịch mới. Thực tiễn đòi hỏi cấp thiết phải hoàn thiện khung pháp lý, đặc biệt đối với du lịch biển đảo, tăng phân quyền cho địa phương, đầu tư hạ tầng kết nối và thúc đẩy chuyển đổi số, du lịch xanh. Đây là cơ sở để xây dựng Khánh Hòa thành trung tâm du lịch biển đảo quốc tế và tạo động lực phát triển mới cho du lịch Việt Nam.

TỪ KHÓA: Trung tâm du lịch biển đảo quốc tế, thể chế và chính sách du lịch, kinh tế mũi nhọn, quản lý tài nguyên biển đảo, liên kết vùng, du lịch bền vững.

I. Đặt vấn đề

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao, giữ vai trò ngày càng quan trọng trong tăng trưởng kinh tế - xã hội của Việt Nam. Với khả năng lan tỏa mạnh tới nhiều lĩnh vực, du lịch không chỉ đóng góp trực tiếp vào GDP mà còn thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, quảng bá hình ảnh đất nước và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Trong bức tranh chung đó, Khánh Hòa được đánh giá là địa phương hội tụ đầy đủ điều kiện để trở thành cực tăng trưởng du lịch quốc gia. Thương hiệu Nha Trang - Khánh Hòa đã được khẳng định vững chắc trên bản đồ du lịch trong nước và quốc tế, với hệ sinh thái tài nguyên thiên nhiên - văn hóa phong phú, hạ tầng du lịch phát triển, khả năng kết nối vùng thuận lợi và vai trò đầu tàu của khu vực Nam Trung Bộ. Đặc biệt, sau khi hợp nhất địa giới hành chính với Ninh Thuận, không gian phát triển của Khánh Hòa được mở rộng đáng kể, tạo ra vùng du lịch liên kết chặt chẽ từ biển đảo, vịnh và hệ sinh thái đô thị biển đến các không gian sa mạc, bán hoang mạc và văn hóa Chăm giàu bản sắc. Sự kết hợp này giúp Khánh Hòa sở hữu danh mục sản phẩm du lịch đa dạng bậc nhất cả nước, gia tăng lợi thế cạnh tranh vùng, đồng thời nâng cao năng lực hình thành các tuyến điểm, chuỗi giá trị và các mô hình du lịch mới có quy mô lớn và tính khác biệt cao.

Tuy nhiên, để du lịch thực sự trở thành **ngành kinh tế mũi nhọn** như yêu cầu của Nghị quyết số 08-NQ/TW và các định hướng chiến lược mới của Bộ Chính trị, lĩnh vực này vẫn đang đối mặt với nhiều “điểm nghẽn” về thể chế, chính sách và mô hình quản trị. Việc hoàn thiện khung khổ pháp lý, tháo gỡ các rào cản phát triển và tạo dư địa mới cho sáng tạo, liên kết và tăng trưởng bền vững trở thành yêu cầu cấp bách.

Từ thực tiễn Khánh Hòa - một địa bàn với nhiều mô hình, phương thức quản trị và thử nghiệm phát triển du lịch mang tính tiên phong, tham luận này tập trung:

1. Đánh giá những vấn đề thực tiễn nổi bật của Khánh Hòa trong quá trình phát triển du lịch gắn với chuyển đổi thể chế và mô hình quản lý mới;

2. Đề xuất các định hướng và giải pháp hoàn thiện thể chế ở tầm quốc gia, nhằm tạo đột phá, nâng cao năng lực cạnh tranh và hiện thực hóa mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

II. Vai trò của Khánh Hòa trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam

Khánh Hòa giữ vị trí đặc biệt quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, vừa là trung tâm du lịch biển đảo, vừa là động lực tăng trưởng mới của vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và cả nước. Với vị trí địa lý chiến lược nằm trên trục giao thông Bắc - Nam, tiếp giáp tuyến hàng hải quốc tế và có khả năng kết nối thuận lợi bằng đường không, đường biển và đường bộ, Khánh Hòa được xem là “cửa ngõ giao thương quốc tế” của du

lịch Việt Nam. Đây là địa bàn có năng lực tổ chức các sự kiện tầm khu vực và quốc tế, đồng thời giữ vai trò cầu nối quan trọng trong mạng lưới du lịch liên vùng.

Tỉnh sở hữu hệ sinh thái tài nguyên du lịch đa dạng bậc nhất cả nước, nổi bật với cụm ba vịnh Nha Trang - Cam Ranh - Vân Phong, các bãi biển, đảo, rạn san hô, vườn quốc gia, nguồn khoáng nóng và khí hậu ôn hòa - những điều kiện lý tưởng cho phát triển du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sức khỏe, thể thao biển và sinh thái biển. Bên cạnh đó, hệ thống di sản văn hóa Chăm cùng các lễ hội truyền thống và đặc sản yến sào tạo nên bản sắc khác biệt, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến Khánh Hòa trên trường quốc tế. Đặc biệt, sau khi sáp nhập với tỉnh Ninh Thuận, không gian phát triển của tỉnh được mở rộng theo hướng kết hợp du lịch biển đảo - đô thị biển với các tài nguyên sa mạc, bán hoang mạc và văn hóa Chăm đặc sắc, giúp hình thành danh mục sản phẩm du lịch phong phú, độc đáo và có khả năng phát triển các tuyến điểm, chuỗi giá trị quy mô lớn.

Cùng với lợi thế tài nguyên, hệ thống hạ tầng du lịch của Khánh Hòa được đầu tư đồng bộ và hiện đại. Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh thuộc nhóm sân bay có lưu lượng khách quốc tế lớn trong cả nước; cảng du lịch quốc tế Nha Trang có khả năng đón tàu biển hiện đại; các đô thị biển, khu nghỉ dưỡng và quần thể du lịch quy mô lớn đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường trung - cao cấp và cao cấp. Nhờ đó, Khánh Hòa là một trong những địa phương hiếm hoi có khả năng phát triển đồng thời du lịch biển đảo, du lịch đô thị, du lịch chăm sóc sức khỏe và du lịch sinh thái.

Du lịch đóng góp tỷ trọng cao trong GRDP của tỉnh, tạo nguồn thu lớn cho ngân sách, lan tỏa sang các ngành dịch vụ - thương mại, bất động sản, vận tải - logistics và hình thành chuỗi giá trị du lịch có khả năng mở rộng không gian kinh tế đô thị biển. Với thương hiệu Nha Trang - Khánh Hòa đã được khẳng định vững chắc trên bản đồ du lịch quốc tế, cùng vai trò kết nối và dẫn dắt phát triển du lịch vùng, Khánh Hòa được xác định là trung tâm du lịch quốc gia và quốc tế, giữ trọng trách “đầu kéo” trong quá trình hình thành hệ sinh thái du lịch liên vùng Nam Trung Bộ - Tây Nguyên và góp phần nâng cao vị thế du lịch Việt Nam trên thị trường toàn cầu.

III. Thực trạng thể chế và chính sách du lịch - nhìn từ Khánh Hòa

Thực tiễn phát triển của Khánh Hòa cho thấy nhiều thuận lợi cơ bản để thúc đẩy du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Trước hết, các chủ trương, chính sách lớn của Trung ương về phát triển du lịch như Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Luật Du lịch năm 2017; Nghị quyết 103/NQ-CP năm 2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW; cùng với Chỉ thị số 08/CT-TTg ngày 23/2/2024 của Thủ tướng Chính phủ về phát triển du lịch toàn diện, nhanh và bền vững... đều phù hợp với lợi thế và định hướng phát triển của tỉnh, tạo nền tảng quan trọng cho việc huy động nguồn lực và mở rộng không gian tăng trưởng.

Bên cạnh đó, Khánh Hòa còn được hưởng các cơ chế đặc thù theo Nghị quyết số 09-NQ/TW năm 2022 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn 2045; Nghị quyết số 55/2022/QH15 của Quốc hội về thí điểm cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Khánh Hòa, cho phép địa phương triển khai một số cơ chế mới trong quản lý đất đai, đầu tư, tài chính - ngân sách và phát triển Khu kinh tế Vân Phong, qua đó gia tăng tính chủ động và linh hoạt trong điều hành. Hệ sinh thái doanh nghiệp du lịch - dịch vụ của tỉnh năng động, với sự hiện diện của nhiều tập đoàn lớn trong và ngoài nước, tạo điều kiện thuận lợi để hình thành các sản phẩm du lịch mới, nâng cao chất lượng dịch vụ và thu hút khách quốc tế.

Tuy nhiên, quá trình phát triển cũng bộc lộ nhiều điểm nghẽn về thể chế và chính sách. Khung pháp lý hiện hành chưa theo kịp thực tiễn, đặc biệt trong các lĩnh vực mới nổi như du lịch biển đảo, du lịch sức khỏe, du lịch đêm và các dịch vụ trải nghiệm chất lượng cao, do trong nhiều nội dung luật chuyên ngành chưa có quy định hoặc thiếu hướng dẫn (như Luật Tài nguyên môi trường biển và hải đảo, Luật Đất đai, Luật Đầu tư). Công tác quản lý tài nguyên du lịch vẫn còn bất cập, nhất là trong quản lý, cấp phép và sử dụng mặt bằng biển, không gian vịnh hay khai thác tài nguyên biển - những yếu tố cốt lõi đối với điểm đến Khánh Hòa.

Tỉnh cũng gặp khó khăn do sự chồng chéo pháp luật giữa các lĩnh vực đất đai, môi trường, đầu tư, quy hoạch và văn hóa, khiến nhiều dự án du lịch chậm triển khai. Bên cạnh đó, dù Quốc hội đã ban hành Nghị quyết 92/NQ-CP về một số giải pháp phát triển du lịch trong tình hình mới và sau đó Chính phủ tiếp tục có các đề án hỗ trợ (như thành lập Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch theo Luật Du lịch 2017), nhưng vẫn thiếu các cơ chế mang tính đột phá để thu hút các dự án chiến lược về nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch MICE hay du lịch y tế. Việc phân cấp và ủy quyền trong quản lý du lịch còn hạn chế, chưa tạo điều kiện để địa phương chủ động xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh. Trong khi đó, nguồn nhân lực du lịch chưa đáp ứng yêu cầu thị trường trung - cao cấp, tốc độ phục hồi sau COVID-19 còn chậm, ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và sức cạnh tranh.

Từ thực tiễn Khánh Hòa có thể rút ra một số bài học quan trọng. Trước hết, việc xác định rõ và duy trì nhất quán quan điểm coi du lịch là ngành kinh tế trọng điểm, phù hợp với định hướng của Trung ương trong Nghị quyết 08-NQ/TW, đã tạo nền tảng để huy động sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị và cộng đồng doanh nghiệp. Các mô hình thí điểm như phố đi bộ - phố đêm, khai thác hợp lý tài nguyên biển đảo hay quản lý theo không gian vịnh cho thấy hiệu quả khi thể chế được thử nghiệm linh hoạt, trên cơ sở cơ chế đặc thù từ Nghị quyết 55/2022/QH15. Đồng thời, sự tham gia mạnh mẽ của doanh nghiệp, đặc biệt là các tập đoàn lớn, đã chứng minh vai trò dẫn dắt của khu vực tư nhân trong đổi mới sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ và thúc đẩy xã hội hóa đầu tư, tạo động lực quan trọng cho phát triển bền vững du lịch Khánh Hòa.

IV. Yêu cầu đặt ra đối với hoàn thiện thể chế, chính sách du lịch.

Trong bối cảnh phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, yêu cầu đặt ra là xây dựng một hệ thống thể chế và chính sách toàn diện, mang tính liên ngành, liên vùng và dài hạn. Du lịch không thể chỉ phát triển theo từng dự án rời rạc hay tự phát; thay vào đó, thể chế phải trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng, là cơ sở để huy động nguồn lực, tạo sự đồng bộ và thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo, chứ không trở thành những “điểm nghẽn” cản trở quá trình phát triển.

Hệ thống chính sách phát triển du lịch cần hướng tới ba tiêu chí trọng yếu. *Thứ nhất*, là tính mở, tạo cơ chế thuận lợi cho đổi mới sáng tạo, khuyến khích các mô hình mới, dịch vụ mới, sản phẩm du lịch độc đáo, phù hợp với nhu cầu thị trường trong nước và quốc tế. *Thứ hai*, là tính dự báo, nhằm thích ứng với bối cảnh biến động toàn cầu, từ xu hướng du lịch xanh, du lịch số, đến những biến động kinh tế, thiên tai hay dịch bệnh, đảm bảo ngành du lịch phát triển ổn định, bền vững. *Thứ ba*, là tính thực tiễn, tức chính sách phải giải quyết đúng các “nỗi đau” của địa phương và doanh nghiệp, tháo gỡ các khó khăn về cơ chế quản lý, đầu tư, hạ tầng, nguồn nhân lực và khai thác tài nguyên du lịch, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động của toàn ngành.

Đặc biệt, việc hoàn thiện thể chế và chính sách phải gắn kết chặt chẽ giữa trung ương và địa phương, giữa các ngành, lĩnh vực và vùng miền. Chỉ khi có sự đồng bộ, linh hoạt và dự báo trước, các cơ chế chính sách mới phát huy được vai trò là động lực phát triển, biến tiềm năng thành lợi thế cạnh tranh, góp phần đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo đột phá về tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu và phát triển bền vững cho cả quốc gia.

V. Kiến nghị hoàn thiện thể chế, chính sách phát triển du lịch Việt Nam - Từ thực tiễn Khánh Hòa

Từ thực tiễn Khánh Hòa nhìn ra cả nước, việc hoàn thiện thể chế và chính sách cần được thực hiện một cách toàn diện, đồng bộ và linh hoạt. Trước hết, cần hoàn thiện khung pháp lý quốc gia bằng việc sửa đổi, bổ sung Luật Du lịch theo hướng bao quát đầy đủ các loại hình dịch vụ du lịch mới, đặc biệt là du lịch biển đảo, du lịch sức khỏe, du lịch đêm và du lịch y tế. Bên cạnh đó, cần quy định rõ không gian du lịch, bao gồm cả không gian mặt nước và vùng ven biển, để tạo hành lang pháp lý vững chắc cho các hoạt động khai thác và quản lý tài nguyên. Đồng thời, cơ chế quản lý khu du lịch quốc gia cần được hoàn thiện, đi kèm với việc phân quyền mạnh mẽ hơn cho địa phương, giúp tăng tính chủ động, linh hoạt trong điều hành và phát triển các dự án du lịch.

Đối với Khánh Hòa, nhằm phát triển tỉnh thành trung tâm du lịch quốc tế, cần ban hành các cơ chế đặc thù tương tự những cơ chế đã áp dụng tại Phú Quốc, Đà Nẵng hay Quảng Ninh. Cụ thể, cần ưu đãi đầu tư cho các dự án du lịch quy mô lớn, công nghệ cao, đồng thời thí điểm các mô hình mới như resort y tế, “well-being city”, du lịch du thuyền

hay casino hợp pháp, nhằm khai thác tối đa lợi thế tự nhiên và nhu cầu thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, cơ chế quản lý và khai thác các vịnh trọng điểm như Nha Trang, Cam Ranh và Vân Phong cần được thiết lập theo hướng bền vững, đảm bảo giá trị kinh tế gắn với bảo tồn tài nguyên thiên nhiên.

Công tác phát triển hạ tầng du lịch là trụ cột quan trọng. Cần quy hoạch và đầu tư đồng bộ hạ tầng kết nối liên vùng, bao gồm cảng hàng không quốc tế, cảng du lịch và các tuyến vận tải biển - bộ - đường sắt. Hạ tầng phục vụ du lịch ban đêm và kinh tế trải nghiệm cũng cần được chú trọng, song song với việc ứng dụng chuyển đổi số và hạ tầng thông minh trong quản lý điểm đến, từ đặt chỗ, kiểm soát dòng khách đến vận hành dịch vụ, nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách và hiệu quả quản lý của địa phương.

Phát triển nguồn nhân lực du lịch cũng là yêu cầu then chốt. Cần thiết lập cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa địa phương, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo, nhằm đào tạo và thu hút lao động chất lượng cao, các chuyên gia quốc tế, đáp ứng nhu cầu của du lịch trung - cao cấp. Khánh Hòa có thể hình thành Trung tâm đào tạo du lịch biển đảo quốc gia, trở thành đầu mối cung cấp nhân lực chuyên môn cao, đồng thời là nơi nghiên cứu và phát triển các mô hình dịch vụ mới.

Công tác xúc tiến, quảng bá và phát triển thương hiệu cũng phải được nâng tầm. Có thể thí điểm mô hình Quỹ phát triển du lịch cấp tỉnh hoạt động hiệu quả, đồng thời tăng cường liên kết vùng trong xúc tiến quốc tế. **Xây dựng thương hiệu “Khánh Hòa - Thiên đường du lịch biển đảo Châu Á”** không chỉ giúp tỉnh khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế mà còn tạo sức hút cho các nhà đầu tư chiến lược.

Trong bối cảnh phát triển bền vững, cần có các chính sách về chuyển đổi xanh. Các dự án du lịch xanh, tuần hoàn cần được ưu tiên cơ chế hỗ trợ, trong khi việc quản lý tài nguyên thiên nhiên như vịnh, rạn san hô, đảo phải tuân thủ chuẩn quốc tế. Đồng thời, cần khuyến khích các doanh nghiệp đạt chuẩn ESG, tạo động lực cho phát triển du lịch xanh, thân thiện môi trường, hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế và bảo tồn tài nguyên thiên nhiên.

V. Đề xuất kiến nghị đối với Quốc hội, chính phủ và các bộ ngành

Để tạo bước đột phá cho phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa Quốc hội, Chính phủ, các bộ ngành và địa phương trọng điểm. Trên góc độ lập pháp, Quốc hội cần xem xét ban hành Nghị quyết chuyên đề về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, nhằm khẳng định vị trí chiến lược của du lịch trong cơ cấu kinh tế quốc gia và làm cơ sở pháp lý quan trọng để triển khai các chính sách đồng bộ, hiệu quả. Đồng thời, Quốc hội cần chỉ đạo việc điều chỉnh, sửa đổi các luật liên quan như Luật Du lịch, Luật Đầu tư, Luật Đất đai, Luật Quy hoạch, nhằm tạo sự thống nhất, đồng bộ trong khung pháp lý, giải quyết những vướng mắc hiện nay và nâng cao

tính khả thi cho các dự án phát triển du lịch.

Trên góc độ điều hành, Chính phủ và các bộ ngành cần xây dựng Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển du lịch, xác định rõ mục tiêu, lộ trình và nguồn lực triển khai, đồng thời ban hành cơ chế phân quyền mạnh mẽ hơn cho các địa phương trọng điểm, tạo điều kiện để các tỉnh chủ động khai thác tiềm năng, quản lý tài nguyên và phát triển sản phẩm du lịch đặc thù. Việc hoàn thiện các tiêu chuẩn quản lý tài nguyên biển đảo, khu du lịch trọng điểm sẽ đảm bảo phát triển bền vững, khai thác hiệu quả giá trị tự nhiên gắn với bảo tồn môi trường.

Đối với Khánh Hòa, tỉnh cần chủ động đề xuất các mô hình thí điểm, từ quản lý không gian vịnh, phát triển các khu nghỉ dưỡng cao cấp đến các dịch vụ du lịch chuyên biệt như du lịch y tế, well-being city hay du lịch du thuyền. Đồng thời, Khánh Hòa cần tập trung phát triển ba khu vực chiến lược là Nha Trang - Cam Ranh - Vân Phong, tận dụng lợi thế về hạ tầng, tài nguyên biển đảo và thương hiệu quốc tế, hướng tới xây dựng Khánh Hòa trở thành Trung tâm du lịch biển đảo quốc tế, đầu tàu thúc đẩy tăng trưởng du lịch của vùng Nam Trung Bộ và cả nước, đồng thời là điểm đến hấp dẫn đối với thị trường khách quốc tế và các nhà đầu tư chiến lược.

Tổng kết:

Khánh Hòa hội tụ đầy đủ các điều kiện để trở thành cực tăng trưởng du lịch của cả nước, với hệ sinh thái biển đảo - văn hóa - nghỉ dưỡng phong phú, hạ tầng hiện đại, khả năng kết nối vùng thuận lợi và thương hiệu Nha Trang - Khánh Hòa đã được khẳng định trên bản đồ du lịch quốc tế. Để đạt được mục tiêu “du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn”, yếu tố quyết định là xây dựng thể chế và chính sách mang tính đột phá, đồng bộ, linh hoạt, gắn kết giữa Trung ương và địa phương, giữa các ngành, lĩnh vực và vùng miền.

Việc hoàn thiện chính sách không chỉ giúp Khánh Hòa khai thác tối ưu tiềm năng, phát huy vai trò đầu tàu trong vùng Nam Trung Bộ mà còn tạo cú hích quan trọng cho toàn ngành du lịch Việt Nam, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững, khẳng định vị thế của Việt Nam trên bản đồ du lịch quốc tế. ■

PHÁT TRIỂN KHÁNH HÒA TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH CỦA KHU VỰC: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP

PGS.TS. PHẠM TRUNG LƯƠNG

◆ Thành viên Tổ chuyên gia Tư vấn Quy hoạch Quốc gia

Tham luận khẳng định Khánh Hòa sở hữu tiềm năng nổi trội để phát triển thành Trung tâm du lịch của khu vực nhờ hệ thống tài nguyên biển - đảo, văn hóa Chăm và vị trí chiến lược trong liên kết vùng. Tuy nhiên, quá trình hiện thực hóa mục tiêu còn gặp nhiều hạn chế về hạ tầng, dịch vụ, liên kết lãnh thổ và vai trò hạt nhân dẫn dắt. Tác giả đề xuất các nhóm giải pháp trọng tâm: nâng cao nhận thức xã hội về vai trò du lịch; hoàn thiện quy hoạch và đầu tư hạ tầng trọng điểm như sân bay Cam Ranh và cảng du lịch; cơ cấu lại sản phẩm - thị trường; tăng cường liên kết vùng; và xây dựng Khánh Hòa trở thành trung tâm du lịch quốc gia theo tinh thần Nghị quyết 09-NQ/TW. Những giải pháp này tạo nền tảng để Khánh Hòa trở thành đầu tàu du lịch Miền Trung - Tây Nguyên.

TỪ KHÓA: Trung tâm du lịch, Hạ tầng du lịch, Liên kết vùng, Nha Trang - Khánh Hòa; Tài nguyên biển đảo; Cơ cấu sản phẩm - thị trường.

1. Đặt vấn đề

Việc một điểm đến du lịch được xác định là Trung tâm du lịch của một lãnh thổ không chỉ khẳng định được vị thế của du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương điểm đến mà còn thể hiện được vai trò điểm đến đối với sự phát triển du lịch của toàn lãnh thổ ở cấp vùng, khu vực (liên vùng) hoặc quốc gia. Khi một địa phương được công nhận là “Trung tâm du lịch” thì đó cũng chính là thương hiệu để thu hút đầu tư không chỉ cho phát triển du lịch mà còn cho phát triển các ngành kinh tế có liên quan, đặc biệt là hạ tầng và dịch vụ. Chính vì vậy nỗ lực phát triển địa phương mình trở thành “Trung tâm du lịch” luôn là mục tiêu quan trọng của mỗi địa phương nơi có tiềm năng du lịch.

Tuy nhiên không phải địa phương nào có tiềm năng về du lịch cũng có thể phát triển trở thành “Trung tâm du lịch”. Việc thực hiện mục tiêu này là cả một quá trình phấn đấu để đảm bảo các tiêu chí cơ bản của một trung tâm du lịch được đáp ứng đầy đủ.

Phát triển Khánh Hòa trở thành Trung tâm du lịch của khu vực cũng không phải là ngoại lệ cho dù tiềm năng và vị thế của du lịch Khánh Hòa là điều không thể phủ nhận. Qua các giai đoạn phát triển của du lịch Việt Nam, vai trò của điểm đến du lịch Khánh Hòa luôn được đánh cao và mục tiêu đưa Khánh Hòa trở thành Trung tâm du lịch luôn có được sự quan tâm của địa phương cũng như của ngành du lịch. Tuy nhiên cho đến nay mục tiêu này vẫn chưa được thực hiện như kỳ vọng bởi nhiều nguyên nhân. Một trong những nguyên nhân quan trọng được xác định là cho đến nay Khánh Hòa chưa có được một cái nhìn toàn diện, có hệ thống về những hạn chế hay những vấn đề đặt ra đối với việc thực hiện mục tiêu quan trọng này để qua đó có được những giải pháp phù hợp.

Việc “định vị” được những vấn đề đặt ra và đề xuất những giải pháp phù hợp sẽ góp phần quan trọng thực hiện mục tiêu phát triển Khánh Hòa trở thành “Trung tâm du lịch” của khu vực trong bối cảnh mới khi Khánh Hòa là điểm đến thống nhất của 2 địa phương Khánh Hòa và Ninh Thuận trước khi Nghị quyết số 202/2025/QH15 ngày 12/06/2025 của Quốc hội về sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh có hiệu lực.

2. Nhận thức về “Trung tâm du lịch của khu vực” và lợi thế của Khánh Hòa

Trong nghiên cứu quy hoạch phát triển du lịch của một lãnh thổ, đặc biệt là ở cấp vùng và cấp quốc gia, tổ chức lãnh thổ du lịch với trọng tâm là phân vùng du lịch là một trong những nội dung quan trọng hàng đầu bởi hoạt động du lịch không thể quản lý và tổ chức có hiệu quả nếu không xem xét khía cạnh không gian (lãnh thổ) du lịch với các yếu tố về tài nguyên du lịch, hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đội ngũ lao động và môi trường du lịch.

Trong phân vùng du lịch thì “Trung tâm du lịch” được xác định là một bộ phận của

hệ thống phân vị gồm: điểm du lịch, trung tâm du lịch, tiểu vùng du lịch, á vùng du lịch và vùng du lịch.

Trung tâm du lịch là sự kết hợp lãnh thổ của các điểm du lịch với mật độ cao, nơi có cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch khá đồng bộ để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách trong thời gian lưu trú dài. Một trong những điều kiện quan trọng để hình thành nên vùng du lịch là yếu tố tạo vùng. Đứng ở góc độ này, “Trung tâm du lịch” sẽ phải là điểm đến có sự tập trung cao, đồng bộ về cơ sở hạ tầng, đặc biệt là cửa khẩu hàng không quốc tế, và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch với các dịch vụ đáp ứng được yêu cầu đa dạng của khách du lịch. Trung tâm du lịch sẽ tạo ra “sức hút” du lịch đối với lãnh thổ xung quanh nó và từ đó dần dần sẽ hình thành nên vùng du lịch.

Để hình thành nên một “Trung tâm du lịch” thì mật độ các điểm du lịch trong ranh giới của một khu vực địa lý nhất định đó phải đủ lớn và phải được liên kết với nhau về tổ chức hoạt động và các điều kiện kinh tế - kỹ thuật. Chính sự liên kết này giữa các điểm du lịch sẽ tạo nên sức hấp dẫn đối với các khách du lịch khi lựa chọn điểm đến bởi tại “Trung tâm du lịch”, họ sẽ có được trải nghiệm đa dạng cùng với những điều kiện thuận lợi về hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

Việc nghiên cứu thể tổng hợp lãnh thổ du lịch có ý nghĩa quan trọng với mục tiêu tổ chức tối ưu hoạt động du lịch, trong đó việc xác định “Trung tâm du lịch” của lãnh thổ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trọng, trong đó trung tâm du lịch được xem là “hạt nhân” hoạt động phát triển du lịch của vùng, có ảnh hưởng lớn với vai trò dẫn dắt và tạo sức lan tỏa đối với hoạt động phát triển du lịch của toàn vùng, liên vùng (khu vực) và xa hơn là du lịch cả nước.

Dựa trên những tiêu chí cơ bản trên, đặc biệt là tiêu chí về mức độ phát triển đô thị (liên quan đến hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch), mật độ các điểm du lịch, khả năng tạo hiệu ứng “lan tỏa” trong hoạt động phát triển du lịch, việc xác định các trung tâm du lịch ở Việt Nam đã được thực hiện ngay từ “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam thời kỳ 1995-2010” (quy hoạch du lịch đầu tiên ở Việt Nam), theo đó Hà Nội, TP. Đà Nẵng - TP. Huế và TP.HCM được xác định là các trung tâm du lịch quốc gia. Trong Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, bên cạnh các trung tâm du lịch quốc gia đã được tái khẳng định, 07 trung tâm du lịch cấp vùng cũng đã được xác định trong đó có TP. Nha Trang (trung tâm phụ của vùng Nam Trung Bộ).

Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 509/QĐ-TTg ngày 13/06/2024 đã xác định 11 trung tâm du lịch gắn với các đô thị có tiềm năng và lợi thế nổi trội, trong đó có Nha Trang (Khánh Hòa). Bên cạnh đó tỉnh Khánh Hòa với hạt nhân là Nha Trang cùng với Ninh Thuận, Bình Thuận và Lâm Đồng, thông qua sự phát triển đáng ghi nhận của “Tam giác tăng trưởng du lịch” Nha Trang - Ninh Chữ - Đà Lạt, cũng đã được xác định

là 01 trong 06 địa bàn động lực của du lịch Việt Nam có vai trò thúc đẩy phát triển du lịch trên cơ sở tăng cường liên kết giữa vùng Nam Trung Bộ và Tây Nguyên.

Như vậy có thể thấy ngay từ những năm 1990, TP. Nha Trang (cũ) nói riêng và tỉnh Khánh Hòa nói chung đã được xác định là điểm đến hội tụ nhiều điều kiện (tiêu chí) để có thể phát triển trở thành Trung tâm du lịch, trước hết là của vùng Duyên hải miền Trung và tiếp đến là của khu vực Miền Trung - Tây Nguyên và của cả nước.

Tỉnh Khánh Hòa sau hợp nhất không chỉ mở rộng diện tích tự nhiên, bao gồm hơn 200 đảo ven bờ và quần đảo Trường Sa lên tới 8.556 km² và quy mô dân số lên tới 2,2 triệu người, mà còn mở ra nhiều cơ hội phát triển du lịch với những lợi thế mới. Sau hợp nhất, tỉnh Khánh Hòa có đường bờ biển dài nhất Việt Nam lên đến gần 500 km, từ vịnh Vũng Vân Phong đến Cà Ná với nhiều bãi biển đẹp như Hòn Gốm, Nha Trang, Cam Ranh, Bình Tiên, Ninh Chữ, Cà Ná,...và hệ thống các vịnh biển nổi tiếng không chỉ ở Việt Nam mà còn trong khu vực như vịnh Vân Phong, vịnh Cam Ranh, vịnh Vĩnh Hy. Tuyến ven biển từ Cam Ranh đến Vĩnh Hy được xem là tuyến đường ven biển đẹp nhất Việt Nam, góp phần quan trọng cho phát triển du lịch Khánh Hòa. Bên cạnh lợi thế rất lớn về du lịch biển, tỉnh Khánh Hòa còn là điểm đến có lợi thế rất lớn về tiềm năng tài nguyên du lịch văn hóa với trọng tâm là văn hóa Chăm với hệ thống các tháp Chăm nổi tiếng như tháp Bà Ponagar, tháp Po Klong Garai và các giá trị văn hóa phi vật thể trong đó "Nghệ thuật làm gốm Bàu Trúc của người Chăm" đã được UNESCO ghi danh vào Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp.

Với những tiềm năng tài nguyên du lịch đặc sắc và lợi thế của mình sau hợp nhất, sự phát triển du lịch của Khánh Hòa sẽ không chỉ "giới hạn" ở trong địa phương với vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn thúc đẩy các trụ cột kinh tế và các ngành có liên quan phát triển, tạo thêm nhiều cơ hội việc làm, tăng thu nhập cho cộng đồng và bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống mà còn tạo sự lan tỏa tích cực đối với sự phát triển du lịch của các địa phương khu vực Miền Trung - Tây Nguyên với tư cách là một "Trung tâm du lịch" tiềm năng.

Với tiềm năng đa dạng, phong phú và lợi thế về du lịch, đặc biệt là du lịch biển, quy hoạch phát triển các địa phương Khánh Hòa và Ninh Thuận (cũ) được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại các Quyết định số 318/QĐ-TTg ngày 29/03/2023 và số 1319/QĐ-TTg ngày 10/11/2023 đều xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng, hướng đến thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của các địa phương vào năm 2030.

Thực trạng phát triển du lịch ở 2 địa phương trong thời gian qua đã minh chứng cho vai trò của du lịch, theo đó tỉnh Khánh Hòa (cũ) luôn là một trong những địa phương nằm trong Top điểm đến hấp dẫn hàng đầu khu vực miền Trung và cả nước, còn tỉnh Ninh Thuận (cũ) đang nổi lên như một điểm đến du lịch mới với những giá trị hấp dẫn khác biệt. Năm 2024, tỉnh Khánh Hòa (cũ) đã đón được hơn 10,6 triệu lượt khách, trong đó có hơn 4,5 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu từ du lịch ước đạt gần 52.272 tỷ đồng,

tăng tương ứng là 89,3%, 45,5% và 53,9% so với năm 2023. Trong khi đó tỉnh Ninh Thuận (cũ) với những tiềm năng tài nguyên du lịch khác biệt, nổi trội của mình cũng đã có bước phát triển vượt bậc về du lịch khi đón 3,4 triệu lượt khách, trong đó có gần 100.000 lượt khách du lịch quốc tế, thu nhập từ du lịch đạt trên 4.000 tỷ đồng, tăng tương ứng 20,6%, 30,1% và 29,6% so với năm 2023. Sự phát triển du lịch của hai địa phương Khánh Hòa và Ninh Thuận (cũ) đã có những đóng góp tích cực cho phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương. Đây cũng là tiền đề rất quan trọng để “định vị” vị thế của điểm đến Khánh Hòa - Ninh Thuận trong Chiến lược phát triển du lịch quốc gia.

Như vậy có thể thấy những tiềm năng, lợi thế về du lịch và sự phát triển ấn tượng của Khánh Hòa chính là cơ sở quan trọng để khẳng định vị thế “Trung tâm du lịch” của khu vực Miền Trung - Tây Nguyên trong tương lai gần.

3. Những vấn đề đặt ra đối với mục tiêu xây dựng Khánh Hòa trở thành “Trung tâm du lịch” của khu vực

Mặc dù đã có sự nỗ lực đáng ghi nhận của Khánh Hòa trong phát triển địa phương với trọng tâm là Nha Trang gắn với sân bay quốc tế Cam Ranh trở thành “Trung tâm du lịch”, tuy nhiên để Khánh Hòa có thể thực sự trở thành “Trung tâm du lịch” của vùng Nam Trung Bộ, của khu vực Miền Trung - Tây Nguyên và xa hơn là của cả nước, một số vấn đề đặt ra cần được xem xét bao gồm:

- Cần bổ sung tầm nhìn chiến lược về phát triển du lịch với một kế hoạch và lộ trình cụ thể trong Quy hoạch tỉnh Khánh Hòa (mới) trên cơ sở tích hợp có điều chỉnh quy hoạch các địa phương Khánh Hòa và Ninh Thuận (cũ) đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại các Quyết định số 318/QĐ-TTg ngày 29/03/2023 và số 1319/QĐ-TTg ngày 10/11/2023, theo đó Khánh Hòa với trọng tâm là thành phố Nha Trang (cũ) sẽ phấn đấu đạt các tiêu chí cơ bản trở thành “Trung tâm du lịch” của vùng Nam Trung Bộ trước năm 2030 và tiến tới là “Trung tâm du lịch” khu vực Miền Trung - Tây Nguyên và của quốc gia sau năm 2030.

- Việc thực hiện Nghị quyết số 202/2025/QH15 ngày 12/06/2025 của Quốc hội về sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh sáp nhập Khánh Hòa và Ninh Thuận sẽ làm mất đi hệ thống các đô thị, đặc biệt là các thành phố trực thuộc tỉnh trước đây như Nha Trang, Phan Rang. Đây thực sự là một vấn đề ảnh hưởng rất lớn đến việc thực hiện tiêu chí hình thành “Trung tâm du lịch” với yêu cầu có sự phát triển đồng bộ, hiện đại của hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch mà cấp xã, phường hiện nay không thể đạt được.

Chính vì vậy những vấn đề đặt ra tiếp theo sau đây được “nhận diện” trong điều kiện “xem như” là thành phố Nha Trang vẫn tồn tại.

- Sự phát triển hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch còn thiếu đồng bộ, đặc biệt là quy mô phục vụ của sân bay quốc tế Cam Ranh còn chưa đáp ứng được yêu cầu và

thiếu cảng du lịch biển; thiếu hạ tầng kết nối đồng bộ giữa sân bay quốc tế Cam Ranh, cảng biển du lịch với các điểm đến du lịch nổi tiếng trong tỉnh và vùng phụ cận như Vân Phong, Cam Ranh, Vĩnh Tuy, Phan Rang, Bàu Trúc, Cà Ná,... ,Vũng Rô, ghềnh Đá Đĩa, cao nguyên Xuân Hòa (Đắc Lắc) hay Mũi Né, Cổ Thách, Bàu Trắng,... (Lâm Đồng) để đáp ứng yêu cầu là “Cửa đến” của vùng du lịch có khả năng tiếp nhận và phân phối khách, đặc biệt khách du lịch quốc tế trực tiếp từ các thị trường trọng điểm đến các địa phương trong vùng.

- Các dịch vụ du lịch, đặc biệt là dịch vụ vui chơi giải trí, mua sắm gắn với kinh tế đêm ở quy mô cấp vùng còn hạn chế. Điều này sẽ ảnh hưởng đến khả năng tiếp đón và lưu giữ khách của Khánh Hòa với tư cách là “Cửa đến - Điểm đến” du lịch cấp vùng và tiến tới là cấp khu vực.

- Chưa thể hiện được vai trò “hạt nhân” và “dẫn dắt” trong hoạt động liên kết phát triển du lịch vùng Nam Trung Bộ và Tây Nguyên, trước hết với các địa phương trong “bán kính ảnh hưởng” từ Bình Định đến Bình Thuận và từ Gia Lai đến Đắk Lắk.

- Còn tiềm ẩn những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của chính du lịch Khánh Hòa, đặc biệt là sự mất cân đối trong phát triển sản phẩm - thị trường du lịch; tình trạng hạn chế về năng lực quản lý phát triển điểm đến tương xứng với tiềm năng và vị thế của du lịch Khánh Hòa trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam.

4. Một số giải pháp cần quan tâm

Để Khánh Hòa, với trọng tâm là Nha Trang phát triển thực sự trở thành “Trung tâm du lịch” của vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và tiến tới là “Trung tâm du lịch” của khu vực Miền Trung - Tây Nguyên và của quốc gia, một số giải pháp sau đây cần được chú trọng xem xét trong kế hoạch cụ thể để thực hiện mục tiêu trên bao gồm:

Thứ nhất, Nâng cao nhận thức xã hội về vai trò của du lịch

Tiếp tục đẩy mạnh hơn công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức xã hội về bản chất và vai trò của du lịch Khánh Hòa với các hình thức phù hợp. Đặc biệt chú trọng tăng cường công tác lãnh đạo, chỉ đạo của các tổ chức Đảng các cấp trong việc tổ chức phổ biến, quán triệt, tuyên truyền sâu rộng nội dung Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 và Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2027 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn đến các Sở, ngành, địa phương, Mặt trận Tổ quốc, tổ chức, doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân trong tỉnh. Bên cạnh nhận thức về bản chất ngành du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa cao, mang nội dung văn hóa sâu sắc, đem lại hiệu quả nhiều mặt về kinh tế, văn hóa, xã hội, chính trị, đối ngoại và an ninh, quốc phòng cần hiểu rõ hơn vị trí, vai trò động lực của ngành du lịch đối với phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Khánh Hòa

theo tinh thần Nghị quyết số 09-NQ/TW và vai trò của Khánh Hòa với tư cách là “Trung tâm du lịch” của vùng Nam Trung Bộ - Tây Nguyên. Quá trình nâng cao nhận thức du lịch cần tạo ra được sự chuyển biến căn bản trong hành động phát triển du lịch trong toàn xã hội, để du lịch Khánh Hòa không chỉ thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo hướng bền vững, tạo sức lan tỏa đối với các ngành kinh tế khác của tỉnh mà còn là “hạt nhân” thúc đẩy sự phát triển của du lịch của toàn vùng Nam Trung Bộ-Tây Nguyên;

Thứ hai, Tổ chức thực hiện nghiêm túc và có hiệu quả của Nghị quyết số 09-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2040, theo đó “Xây dựng và phát triển Khánh Hòa trở thành thành phố trực thuộc Trung ương phù hợp với vị trí chiến lược đặc biệt quan trọng về kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh, bảo vệ chủ quyền quốc gia về biển, đảo của Tổ quốc, trung tâm kết nối vùng, cửa ngõ chính ra Biển Đông của vùng Tây Nguyên và khu vực duyên hải Nam Trung Bộ”. Trên cơ sở tổng kết đánh giá tình hình thực hiện Kết luận số 53-KL/TW ngày 24/12/2012 của Ban chấp hành Trung ương Đảng, cần xây dựng lộ trình cụ thể để xây dựng Khánh Hòa trở thành thành phố trực thuộc Trung ương trước năm 2030. Đây là cơ hội để phát triển Khánh Hòa trở thành đô thị trực thuộc trung ương - yếu tố đặc biệt quan trọng mang tính “nền tảng” để có thể phát triển hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đồng bộ đáp ứng yêu cầu của “Trung tâm du lịch” cấp vùng và cấp quốc gia. Bên cạnh việc đầu tư nâng cấp phát triển sân bay quốc tế Cam Ranh cần chuyển đổi và phát triển cảng Nha Trang thành cảng biển du lịch chuyên dụng đầu tiên ở Việt Nam đạt các tiêu chuẩn quốc tế và đầu tư phát triển đồng bộ hệ thống hạ tầng kết nối Khánh Hòa với các địa phương phụ cận từ Bình Định đến Bình Thuận và với các tỉnh Tây Nguyên qua Q 27A và QL26. Tập trung huy động các nguồn lực của địa phương và Trung ương để đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kỹ thuật, nhất là hạ tầng giao thông nhằm tạo điều kiện thuận lợi thu hút đầu tư trong nước và nước ngoài, mở rộng hoạt động phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch vui chơi giải trí và du lịch MICE và xây dựng Nha Trang thực sự trở thành trung tâm du lịch lớn của cả nước có sức cạnh tranh ở khu vực và quốc tế.

Thứ ba, Chú trọng đẩy mạnh công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch du lịch, đặc biệt quy hoạch khu du lịch quốc gia Bắc Cam Ranh, khu du lịch quốc gia Ninh Chữ và khu du lịch quốc gia vịnh Vân Phong (được đề xuất trong Quy hoạch Hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 509/QĐ-TTg ngày 13/06/2024) nhằm phát huy tối đa và có hiệu quả các lợi thế, tiềm năng phát triển của tỉnh, nhất là tiềm năng phát triển du lịch gắn với kinh tế biển; bảo đảm phát triển bền vững, kết hợp giữa phát triển du lịch theo chiều rộng với phát triển du lịch theo chiều sâu, lấy hiệu quả kinh tế, đảm bảo môi trường, bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống và tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho cộng đồng làm trọng tâm.

Thứ tư, Chú trọng việc xây dựng và thực hiện đề án cơ cấu lại du lịch Khánh Hòa với

trọng tâm là cơ cấu lại sản phẩm - thị trường du lịch và tổ chức lãnh thổ du lịch để đảm bảo tính bền vững và tạo đột phá trong phát triển du lịch, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và sớm đáp ứng đầy đủ các tiêu chí “Trung tâm du lịch” và là điểm đến du lịch hàng đầu không chỉ của vùng Nam Trung Bộ - Tây Nguyên mà còn của du lịch cả nước.

Thứ năm, tỉnh Khánh Hòa chủ động phối hợp với các địa phương trong vùng Nam Trung Bộ - Tây Nguyên với sự hỗ trợ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và của các nhà khoa học để xây dựng đề án liên kết phát triển du lịch vùng với trọng tâm đề xuất mô hình và cơ chế liên kết phát triển du lịch đi vào thực chất, có hiệu quả.

Thứ sáu, Trong quá trình tham gia triển khai thực hiện điều chỉnh Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045 căn cứ Nghị quyết của Quốc hội về điều chỉnh Quy hoạch quốc gia, tỉnh Khánh Hòa cần xem xét tư vấn cùng các nhà khoa học để đề xuất Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kiến nghị Chính phủ xây dựng Khánh Hòa trở thành Trung tâm du lịch của vùng Nam Trung Bộ - Tây Nguyên, tiến tới là trung tâm du lịch quốc gia theo tinh Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Kết luận

Với sự hỗ trợ của Trung ương, đặc biệt với Nghị quyết số 55 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Khánh Hòa sự hợp tác, hỗ trợ của các địa phương trong vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và quyết tâm của toàn hệ thống chính trị tỉnh Khánh Hòa dưới sự lãnh đạo và chỉ đạo trực tiếp của Tỉnh ủy Khánh Hòa, du lịch Khánh Hòa sẽ tiếp tục phát triển với tư cách là ngành kinh tế mũi nhọn, hướng đến vai trò “Trung tâm du lịch” của vùng và của cả nước trong giai đoạn đến năm 2030./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương. “*Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*”.

2. Ban chỉ đạo vùng Kinh tế trọng điểm miền Trung. Báo cáo “*Giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch vùng Duyên hải miền Trung thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong bối cảnh mới*”. Đà Nẵng, 2018.

3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. “*Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045*”. Hà Nội, 2024.

4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. “*Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm*

2030". Hà Nội, 2020.

5. Vũ Tuấn Cảnh (Chủ nhiệm), Đặng Duy Lợi, Lê Thông, Nguyễn Minh Tuệ. *"Tổ chức lãnh thổ du lịch Việt Nam"*. Đề tài KHCN cấp Bộ, Hà Nội, 1991

6. Phạm Trung Lương. *"Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch vùng miền Trung"*. Tuyển tập Hội nghị *"Phát triển kinh tế miền Trung"*. TP. Quy Nhơn, ngày 20/08/2019.

7. Quốc hội. *"Nghị quyết số 55/2025/QH15 ngày 16/06/2022 của Quốc hội về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Khánh Hòa"*. Hà Nội, 2025.

8. Tỉnh ủy tỉnh Khánh Hòa. *"Nghị quyết số 01-NQ/TU ngày 21/07/2025 của Tỉnh ủy Khánh Hòa về tăng trưởng kinh tế hai con số giai đoạn 2025-2030"*. Khánh Hòa 2025.

LIÊN KẾT XÚC TIẾN ĐẦU TƯ - DU LỊCH - THƯƠNG MẠI
QUỐC TẾ:

CHIẾN LƯỢC MỞ RỘNG CỰC TĂNG TRƯỜNG KHÁNH HÒA RA KHU VỰC

TRUNG TÂM XÚC TIẾN ĐẦU TƯ, THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH TỈNH KHÁNH HÒA

Tham luận phân tích vai trò của liên kết xúc tiến đầu tư - thương mại - du lịch trong chiến lược mở rộng cực tăng trường Khánh Hòa ra khu vực và quốc tế. Dựa trên lợi thế về vị trí chiến lược, hạ tầng giao thông và tiềm năng biển đảo, tham luận nhấn mạnh yêu cầu hình thành các hành lang hợp tác liên vùng, phát triển mô hình xúc tiến tổng hợp, mở rộng kết nối quốc tế qua đường bay và thị trường trọng điểm. Hoạt động xúc tiến cần được chuẩn hóa theo hướng chuyên nghiệp, đồng bộ, ứng dụng mạnh mẽ chuyển đổi số và tăng cường liên kết doanh nghiệp để xây dựng chuỗi giá trị hoàn chỉnh trong du lịch, thương mại và logistics. Tham luận đề xuất nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xúc tiến, tăng tính cạnh tranh và thúc đẩy Khánh Hòa trở thành trung tâm hợp tác quốc tế, cực tăng trường mới của duyên hải Nam Trung Bộ.

TỪ KHÓA: Liên kết vùng; Xúc tiến đầu tư; Xúc tiến du lịch; Chuỗi giá trị;
Thị trường quốc tế; Chuyển đổi số

1. Mở đầu

Tỉnh Khánh Hòa bước vào giai đoạn phát triển mới với những lợi thế đặc biệt: hệ sinh thái biển, đảo đa dạng, nổi bật với chuỗi vịnh biển nổi tiếng trong nước và thế giới, khí hậu nắng ấm quanh năm, hạ tầng giao thông đồng bộ, cùng vị trí chiến lược nằm trên trục giao thương Đông - Tây và Bắc - Nam. Tỉnh xác định mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, gắn với dịch vụ, logistics, thương mại và đầu tư quốc tế, hướng tới xây dựng Khánh Hòa thành một cực tăng trưởng mới của quốc gia. Tỉnh Khánh Hòa đặc biệt coi trọng công tác liên kết vùng, liên kết quốc tế trong xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch. Thời gian qua, các chương trình kết nối với TPHCM, Hà Nội, Đà Nẵng, các tỉnh Nam Trung Bộ và Tây Nguyên đã tạo ra những dòng sản phẩm liên vùng hấp dẫn, góp phần gia tăng đáng kể lượng khách và tạo hiệu ứng lan tỏa về thương mại - dịch vụ.

Trong năm 2025, để triển khai các hoạt động liên kết xúc tiến đầu tư, du lịch, thương mại, Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch đã thực hiện một số nhiệm vụ để triển khai các hoạt động liên kết như: Hội nghị Gặp gỡ và đối thoại Doanh nghiệp năm 2025; Hội thảo “Khánh Hòa - Hiện thực hóa tầm nhìn thành phố trực thuộc Trung ương và các bước đột phá trong kỷ nguyên mới”; Hội nghị kết nối nhà đầu tư và triển khai chính sách tín dụng đầu tư của Nhà nước. Tổ chức Phiên chợ đặc sản vùng miền Khánh Hòa năm 2025; Hội chợ thương mại và kích cầu tiêu dùng tỉnh Khánh Hòa năm 2025, tham gia Hội chợ Mùa Thu năm 2025, đồng thời liên kết với các doanh nghiệp trưng bày, giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc thù kết hợp quảng bá các tiềm năng của tỉnh tại các sự kiện và các tỉnh thành phố trong nước và tham gia giao dịch thương mại chuyên ngành nông sản tại thị trường Trung Quốc. Trong đó các hoạt động liên kết du lịch với mục tiêu tạo động lực tăng trưởng, Trung tâm đã tổ chức thành công nhiều chương trình đón khách quốc tế lớn, như đón chuyến bay đầu tiên từ Châu Âu đến Khánh Hòa dịp Tết Nguyên đán, lễ đón các chuyến tàu biển du lịch quốc tế, các chuyến bay thẳng từ Nga, Hàn Quốc, Singapore, Trung Quốc.

Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch được đẩy mạnh toàn diện. Trung tâm đã tham mưu tổ chức thành công Hội nghị hợp tác du lịch Việt Nam - Đài Loan (Trung Quốc) lần thứ 12 và đón đoàn Famtrip tổ chức tiệc cưới Ấn Độ; Tham gia các Hội chợ Du lịch quốc tế lớn như VITM Hà Nội 2025, ITE thành phố Hồ Chí Minh 2025. Đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá du lịch với cẩm nang và video clip du lịch bằng các ngôn ngữ: Anh, Trung, Hàn, Nga và cập nhật thông tin trên các nền tảng số như: Cổng thông tin du lịch, Fanpage "Du lịch Khánh Hòa". Kết quả tổng số lượt khách du lịch năm 2025 ước đạt hơn 16,3 triệu lượt (tăng 14,4%), trong đó khách quốc tế đạt hơn 5,5 triệu lượt (tăng 13,4%).

2. Nhóm giải pháp thúc đẩy du lịch thành cực tăng trưởng mới

Trong những năm qua, công tác xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch của tỉnh Khánh Hòa đã có nhiều đổi mới, tạo chuyển biến rõ rệt trong thu hút nguồn lực và mở rộng thị trường. Tuy nhiên, để Khánh Hòa thực sự trở thành cực tăng trưởng của vùng

và vươn lên tầm quốc tế như mục tiêu đã đề ra, chúng ta phải tăng cường mạnh mẽ hơn nữa các hoạt động liên kết - cả trong nước lẫn quốc tế - theo hướng thực chất, bài bản và chuyên nghiệp. Trên tinh thần đó, chúng tôi xin đề xuất một số nhóm giải pháp trọng tâm như sau:

Một là, tăng cường liên kết vùng trong nước theo hướng thiết lập các “hành lang hợp tác” giữa Khánh Hòa với thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, các tỉnh Nam Trung Bộ và Tây Nguyên. Việc hình thành các tuyến du lịch - thương mại - logistics liên vùng như Khánh Hòa - Lâm Đồng - Đắk Lắk... sẽ không chỉ đa dạng hóa sản phẩm du lịch mà còn gia tăng cơ hội cho thương mại hàng hóa, dịch vụ vận tải, nông sản và công nghiệp chế biến.

Hai là, phối hợp tổ chức các chương trình xúc tiến chung với các địa phương trong vùng, trong đó du lịch, thương mại và đầu tư được lồng ghép thống nhất. Các hội chợ, triển lãm, roadshow trong nước cần được xây dựng theo mô hình liên tỉnh, tránh phân tán nguồn lực, đồng thời tạo hình ảnh chung của vùng Nam Trung Bộ - Tây Nguyên như một điểm đến thống nhất, có tính cạnh tranh cao trên bản đồ du lịch - thương mại của cả nước.

Ba là, đẩy mạnh liên kết quốc tế thông qua việc tổ chức các chương trình xúc tiến tại các thị trường chiến lược như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, châu Âu, Úc và Trung Đông. Các chương trình roadshow, hội thảo đầu tư, quảng bá du lịch quốc tế phải được xây dựng theo mô hình “xúc tiến tổng hợp”, vừa giới thiệu cơ hội đầu tư, vừa quảng bá du lịch, đồng thời kết nối doanh nghiệp xuất khẩu của tỉnh với các hệ thống phân phối quốc tế.

Bốn là, thúc đẩy hợp tác với các hãng hàng không, các tập đoàn du lịch - giải trí - thương mại quốc tế bằng việc xúc tiến mở các đường bay mới và tăng tần suất các đường bay hiện hữu. Các đường bay thẳng từ Khánh Hòa đến các trung tâm du lịch - kinh tế như Bắc Kinh (Trung Quốc), Seoul (Hàn Quốc), Tokyo (Nhật Bản), Singapore, Dubai, Moscow (Liên bang Nga) hay các thành phố lớn của Châu Âu sẽ tạo lực đẩy mạnh mẽ cho du lịch quốc tế, MICE, thương mại dịch vụ và đầu tư nước ngoài vào tỉnh.

Năm là, nâng tầm mô hình xúc tiến đầu tư - thương mại - du lịch theo hướng chuyên nghiệp và đồng bộ. Tỉnh Khánh Hòa sẽ tiếp tục hoàn thiện cơ chế “một đầu mối xúc tiến”, tăng tính liên thông giữa các sở, ngành, hiệp hội và doanh nghiệp. Chủ trương xây dựng danh mục dự án kêu gọi đầu tư được chuẩn hóa; phát triển bộ tài liệu quảng bá đa ngôn ngữ và triển khai hệ sinh thái dữ liệu số nhằm cung cấp thông tin minh bạch, đầy đủ cho nhà đầu tư và du khách.

Sáu là, phát triển mạnh các cụm liên kết doanh nghiệp trong du lịch, logistics, dịch vụ cảng biển, thương mại xuất khẩu và công nghiệp hỗ trợ để hình thành chuỗi giá trị hoàn chỉnh; khuyến khích doanh nghiệp cùng tham gia đầu tư hạ tầng du lịch, đào tạo nhân

lực, xây dựng sản phẩm mới và triển khai các chiến dịch truyền thông chung ra thị trường quốc tế. Sự đồng hành của doanh nghiệp sẽ quyết định tính bền vững và chiều sâu của hoạt động xúc tiến.

Bảy là, chú trọng khai thác các sản phẩm thương mại đặc trưng của tỉnh như yến sào, trầm hương, thủy hải sản và sản phẩm OCOP, gắn với hoạt động xúc tiến du lịch - thương mại tại các thị trường quốc tế. Việc kết hợp quảng bá sản phẩm địa phương cùng quảng bá điểm đến sẽ tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ, nâng cao giá trị thương hiệu của tỉnh Khánh Hòa trên thị trường quốc tế.

Tám là, thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số trong xúc tiến, định hướng triển khai nền tảng dữ liệu số tổng hợp về đầu tư - thương mại - du lịch, xây dựng bản đồ số điểm đến, hệ thống thông tin thị trường và các công cụ phân tích dữ liệu lớn để hỗ trợ dự báo xu hướng, hành vi du khách và nhu cầu của nhà đầu tư. Việc áp dụng công nghệ số sẽ giúp nâng cao tính minh bạch, giảm chi phí và mở rộng phạm vi tiếp cận.

Những giải pháp nêu trên chỉ thực sự hiệu quả khi chúng ta có sự đồng hành của cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức quốc tế, các chuyên gia và sự ủng hộ của nhân dân. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch sẽ tiếp tục tham mưu UBND tỉnh cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư; đẩy nhanh cải cách hành chính; minh bạch, chuyên nghiệp, hiện đại hóa trong cung cấp dịch vụ công; đảm bảo cho mọi hoạt động đầu tư, thương mại, du lịch diễn ra thuận lợi, an toàn và bền vững. Với quyết tâm đổi mới tư duy, chủ động hội nhập, và tinh thần liên kết mạnh mẽ, Tôi tin tưởng rằng tỉnh Khánh Hòa sẽ ngày càng khẳng định vị thế là điểm đến hấp dẫn, là trung tâm hợp tác quốc tế quan trọng và là cực tăng trưởng mới của khu vực duyên hải Nam Trung Bộ và cả nước trong thời gian tới.■

PHÁT TRIỂN DU LỊCH BIỂN, ĐẢO KHÁNH HÒA GẮN VỚI QUẢN LÝ TÀI NGUYÊN VÀ BẢO TỒN SINH THÁI BIỂN

PGS. TS. NGUYỄN CHU HỒI¹

Ngành Ngân hàng Việt Nam được xác định là lĩnh vực tiên phong trong Chương trình Chuyển đổi số quốc gia, với việc ứng dụng mạnh mẽ các công nghệ mới như Open API, eKYC và AI. Mặc dù ngành đã đạt được những bước tiến đáng kể trong việc thiết lập hành lang pháp lý, thể hiện qua các văn bản quan trọng như Quyết định 810/QĐ-NHNN, Luật Giao dịch điện tử 2023, và Nghị định 94/2025/NĐ-CP về cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox), các thách thức pháp lý vẫn còn tồn tại, cản trở sự phát triển bền vững của ngân hàng số.

Những thách thức nổi bật bao gồm việc nhiều văn bản pháp lý cũ (như Nghị định 35/2007/NĐ-CP) đã trở nên lỗi thời. Đặc biệt, sự thiếu đồng bộ và liên thông giữa các ngành (như công chứng, tư pháp) gây khó khăn lớn cho quy trình số hóa toàn diện, khi các cơ quan này vẫn yêu cầu văn bản giấy hoặc chữ ký tay trong nhiều trường hợp (ví dụ: xử lý tài sản thế chấp), làm giảm hiệu quả chuyển đổi số. Ngoài ra, việc tuân thủ nghiêm ngặt Nghị định 13/2023/NĐ-CP về Bảo vệ dữ liệu cá nhân đòi hỏi các ngân hàng phải đầu tư lớn vào hệ thống quản trị dữ liệu phức tạp.

¹ Thành viên Ban Chỉ đạo Diễn đàn Đại dương toàn cầu (GOF), Chủ tịch Hội Bảo vệ Môi trường biển (VAMEN) thuộc Hội Bảo vệ Thiên nhiên và Môi trường Việt Nam (VACNE).

TỪ KHÓA: Du lịch biển đảo; Tài nguyên biển; Bảo tồn sinh thái; Biến đổi khí hậu; Liên kết vùng; Phát triển bền vững

I. Mở đầu

Khánh Hòa và Ninh Thuận (cũ) vốn đều có lợi thế về biển và đều lấy phát triển kinh tế biển làm một trong những trụ đỡ quan trọng, bao gồm kinh tế du lịch biển, đảo. Sau hợp nhất, từ ngày 01 tháng 07 năm 2025 tỉnh Khánh Hòa (mới) có diện tích vùng biển mở rộng theo “cấp số cộng”, nhưng kỳ vọng kinh tế biển nói chung và du lịch biển, đảo nói riêng sẽ bứt phá theo “cấp số nhân”. Cần nhấn mạnh rằng, sau hợp nhất, Khánh Hòa sở hữu nhiều yếu tố vượt trội về biển có liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến phát triển du lịch biển, đảo. Trước hết, Khánh Hòa là một trong 21 tỉnh, thành cả nước có biển với 30 xã, phường và đặc khu Trường Sa. Sự phân hóa lãnh thổ của Khánh Hòa đã hình thành nên tính đa dạng về cảnh quan của các mảng không gian: núi rừng ở phía Tây (chiếm phần lớn diện tích tỉnh), đồng bằng hẹp ven biển (khoảng 1/10 diện tích tỉnh), biển, đảo với quần đảo Trường Sa rộng lớn ở phía Đông. Ba mảng không gian chính yếu này có bản chất tự nhiên và tiềm năng tài nguyên (cả tự nhiên và văn hóa), đặc tính vùng miền và thế mạnh phát triển khác nhau, nhưng luôn liên thông tự nhiên và liên kết với nhau, hỗ trợ nhau nên cần phải được tính đến trong các phương án phát triển du lịch của tỉnh. Điều này tạo cho Khánh Hòa không chỉ có vị thế địa chiến lược mới, một không gian phát triển mới cho kinh tế biển, mà còn tạo tiền đề cho Khánh Hòa phát triển một nền kinh tế “du lịch chia sẻ” (Shared tourism), toàn diện, đa bản sắc và đa loại hình, trong đó du lịch biển đảo sẽ chiếm vị trí then chốt.

II. Lợi thế biển vượt trội

Khánh Hòa hiện giờ có đường bờ biển dài nhất nước, khoảng 490 km (chưa tính bờ các đảo), từ mũi Đại Lãnh tới Cà Ná, và có chỉ số biển (Maritime Index) ước bằng 0,05 cho thấy *lợi thế phát triển cảng biển* của tỉnh¹. Lợi thế này giúp Khánh Hòa mở rộng “mặt tiền hướng biển” và “tính biển” được tăng cường - tiền đề cho kinh tế biển Khánh Hòa tiếp tục bứt phá, “vươn ra biển lớn”. Theo đó, bên cạnh cảng biển, du lịch biển, đảo của tỉnh có cơ hội soán ngôi số một trong kinh tế biển Khánh Hòa đến năm 2030, phù hợp với yêu cầu của Nghị quyết số 36-NQ/TW về Phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, và Nghị quyết số 09-NQ/TW về Xây dựng, phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Sự phân dị của nền cấu trúc địa chất - kiến tạo ở nền móng và cảnh quan địa hình ở trên bề mặt đã tạo ra những bức tranh tuyệt đẹp cho vùng ven biển, đảo và đáy biển của Khánh Hòa. Nhiều nhánh *núi ăn lan ra biển* (dãy Phước Hà Sơn, núi Hòn Khô, dãy Hoàng Ngưu,...), *nhiều sông suối* thường ngắn, dốc (cứ 7 km bờ biển có một cửa sông), *nhiều đèo* (đèo Cả, đèo Cổ Mã, đèo Chín Cùm, đèo Bánh Ít, đèo Rọ Tượng, đèo Rù Rì,..) và *nhiều mũi nhô* đá gốc (mũi Hòn Thị, Con Rùa, Đông Ba,...) đan xen với các cửa lạch, đầm, vũng, vịnh ven bờ, ven đảo.

Năm 2005, mỏm đá “Mũi Đồi - Hòn Đầu” (tọa độ 12°39’00” vĩ độ Bắc, 109°28’0” kinh

¹ Tức là cứ 01 km chiều dài đường bờ biển thì có 500 km² lãnh thổ đất liền thuộc tỉnh

độ Đông) thuộc bán đảo Hòn Gốm bắc vịnh Vân Phong đã được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch công nhận là điểm cực Đông trên đất liền của nước CHXHCN Việt Nam - một danh thắng quốc gia. Ngoài ra, Khánh Hòa có ba bán đảo (Hòn Gốm, Hòn Lao, Cam Ranh) thuộc loại *lớn và quan trọng nhất của Việt Nam*. Trong đó, bán đảo Cam Ranh thuộc loại lớn nhất nước, kéo dài gần 40km, nằm che chắn cho vịnh Cam Ranh và có vị trí chiến lược quan trọng của đất nước. Bán đảo Hòn Gốm được ví là “viên ngọc quý” của tỉnh Khánh Hòa do có hình thái kỳ thú, cảnh quan độc đáo của núi và cồn cát trắng, chiều dài lý tưởng (hơn 20km), thiên nhiên giàu có, bao gồm cát thủy tinh trữ lượng 525 triệu tấn, titan và đất hiếm.

Tỉnh Khánh Hòa còn sở hữu nhiều vịnh (đầm) ven bờ nhất: Đại Lãnh, Vân Phong, Nha Phu, Nha Trang, Cam Ranh và Vĩnh Hy. Vịnh Cam Ranh (dài 32 km, rộng 16 km, eo ra biển rộng 1,6 km, diện tích 7.100 ha, độ sâu 18-20 m) được xem là cảng biển có điều kiện tự nhiên tốt nhất thế giới. Vịnh Vân Phong (45.270 ha) rộng nhất, ít sa bồi nhất, ít sông suối chảy vào nhất, có lợi thế phát triển cảng biển nước sâu trung chuyển quốc tế. Vịnh Nha Trang (2.250 ha) được vinh danh là vịnh đẹp toàn cầu. Vịnh Nha Phu (khoảng 1.500 ha) nổi tiếng với cảnh quan đẹp, nước sâu, trong xanh, tiềm năng lớn cho du lịch và thủy sản. Vịnh Vĩnh Hy (18 km²) được đánh giá là một trong số ít vịnh đẹp nhất nước ta, hoang sơ, đặc địa, hấp dẫn du khách. Ngoài các vịnh lớn nói trên, Khánh Hòa còn có nhiều vịnh/đầm nhỏ giàu tiềm năng bảo tồn đa dạng sinh học, là điểm đến hấp dẫn của du khách.

Vùng biển Khánh Hòa rộng lớn nhất, có hơn 200 đảo lớn, nhỏ ven bờ (đứng vị trí thứ 3 cả nước về số lượng đảo) với 7.623 ha rạn san hô và nhóm đảo san hô ngoài khơi thuộc đặc khu Trường Sa. Ở Khánh Hòa, nhiều đảo còn hoang sơ, cảnh quan cuốn hút, có các rạn san hô viền bờ giàu đa dạng sinh học là tiềm năng phát triển du lịch lặn biển. Trường Sa thuộc tỉnh Khánh Hòa là đặc khu xa bờ nhất và là một trong 14 đặc khu của Việt Nam, có khoảng 100 đảo, đá, bãi cạn, bãi ngầm rạn san hô, phân bố rải rác trên một diện tích khoảng 180.000 km², bao gồm khoảng 25 đảo, bãi cạn nổi thường xuyên với tổng diện tích hơn 10 km². Các cụm đảo ven bờ và ở đặc khu Trường Sa là những khu vực giàu san hô, có tiềm năng bảo tồn biển cao, tiền đề cho phát triển du lịch biển, đảo, nghề cá giải trí, cảng biển nước sâu và đô thị đảo, v.v.

Đặc biệt, ven biển từ Cam Lâm kéo qua Cam Ranh đến hết Cà Ná hiện diện một vùng đồng bằng cát ven biển với hệ cồn đụn cát (đồi cát) phong thành và các bãi cát biển trắng mịn (hơn 20 bãi biển đẹp nổi tiếng như Bãi Dài, Bình Tiên, Bình Châu, Vĩnh Hy, Cà Ná,...) tạo nên khung cảnh của một vùng đất được mệnh danh là “vùng đất của nắng và gió”. Vùng đất này nắng nhiều hơn mưa, thiên nhiên hoang sơ, độc đáo, thuận lợi cho phát triển du lịch vùng cát độc đáo, có tầm vóc quốc tế, đồng thời cũng có các “đề cát tự nhiên” ngăn chặn nước biển dâng. Trong vùng biển thềm lục địa Khánh Hòa có tiềm năng dầu khí, băng cháy và sa khoáng chôn vùi của các nguyên tố hiếm. Vùng ven biển có cát thủy tinh, sa khoáng bãi biển, vật liệu xây dựng ở Cam Ranh và Hòn Gốm. Đặc biệt, vùng biển Khánh Hòa nằm lọt trong “tiểu Tam giác san hô” nam Biển Đông, trung tâm là đặc khu Trường

Sa và mở rộng vào bờ biển Khánh Hòa (Việt Nam) - nơi có đa dạng loài san hô cao nhất (khoảng 517 loài), gần bằng mức độ đa dạng loài san hô (566 loài) của Tam giác San hô Quốc tế mà trung tâm là vùng biển Indonesia và Philippines. Vùng biển Nam Khánh Hòa là một trong những vùng nước trồi mạnh (chung với vùng biển bắc Bình Thuận) trong Biển Đông, đi kèm là ngư trường trọng điểm của cả nước, cho nên nghề khai thác hải sản ngày càng phát triển.

Ngoài ra, ở vùng biển Khánh Hòa còn có nguồn lợi rong biển, các bãi đặc sản ven bờ (sò huyết, tu hài,...) và nguồn lợi hải sản lớn, trong đó có cá Ngừ, cá rạn san hô,... Khu vực biển ven bờ, khu vực cửa sông cùng với các đầm, vịnh thuận lợi cho nghề nuôi trồng và đánh bắt thủy sản; thuận lợi cho phát triển nuôi biển gắn với du lịch biển và nghề cá giải trí, tạo lợi ích “kép”, cũng như thuận lợi cho phát triển cơ sở hậu cần nghề cá, khu neo đậu tàu thuyền tránh trú bão, dịch vụ giống và chế biến thủy sản. Các hệ sinh thái rạn san hô Khánh Hòa là nơi cung cấp dinh dưỡng, nguồn giống và nguồn lợi sinh vật biển cho phần lớn Biển Đông, duy trì phát triển bền vững nghề cá của các nước trong khu vực, bao gồm Việt Nam và Khánh Hòa. Đặc biệt, còn cung cấp nguyên liệu không chỉ cho chế biến hải sản và phát triển ngành dược liệu biển, mà còn tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch biển, đảo với ẩm thực biển độc đáo.

Cuối cùng, cùng với lợi thế về biển, tỉnh Khánh Hòa còn là nơi tập trung các cơ quan nghiên cứu khoa học-công nghệ biển và đào tạo nguồn nhân lực biển cấp quốc gia và là một trong 5 trung tâm nghề cá của cả nước. Khánh Hòa cũng có lợi thế về địa kinh tế và địa văn hóa đặc thù cho phát triển một số ngành then chốt của kinh tế biển là: kinh tế du lịch biển, kinh tế hàng hải-cảng biển, kinh tế thủy sản (khai thác và nuôi trồng thủy sản), kinh tế đô thị biển, năng lượng biển tái tạo, dược liệu biển, khoa học-công nghệ biển đổi mới sáng tạo và các lĩnh vực dịch vụ biển (chế biến thủy sản, sản xuất giống thủy sản, dịch vụ logistics, dịch vụ cảng biển, dịch vụ du lịch,...). Bởi vậy, thúc đẩy phát triển kinh tế du lịch biển, đảo đúng hướng, hiệu quả và bền vững gắn với bảo đảm an ninh quốc phòng, sẽ góp phần xây dựng Khánh Hòa thành đô thị trực thuộc TW vào năm 2030.

Rõ ràng, sau hợp nhất, vị thế du lịch của Khánh Hòa có những thay đổi đáng kể, cả về quy mô lẫn định hướng phát triển. Theo đó, số điểm đến trên địa bàn gia tăng đáng kể và các giá trị văn hoá bản địa cũng đa dạng hơn. Đồng thời, du lịch biển, đảo gắn với bản tồn biển vẫn trở thành thế mạnh của Khánh Hòa cùng với khả năng kích hoạt thế mạnh du lịch văn hóa, sinh thái, khám phá vốn đã khởi sắc của Ninh Thuận cũ (sa mạc cát, vườn nho, tháp Chăm) tạo nên sản phẩm du lịch đa dạng và hấp dẫn hơn. Tiềm năng và cơ hội đối với phát triển du lịch đã nói trên cần được “kích hoạt” mạnh mẽ, tạo động lực thúc đẩy và góp phần tăng trưởng hai con số.

Trong điều kiện tác động của biến đổi khí hậu, nước biển dâng, thiên tai đang hiện hữu, ngày càng khốc liệt, cực đoan, khó lường, khó đoán định, thì những cơn bão biển, mưa to, lũ lụt gây thiệt hại chưa từng có năm 2025 này chính là bài học thực chứng để tỉnh cần nhắc kỹ cách thức đầu tư phát triển du lịch biển, đảo đến năm 2030. Khánh Hòa

đang vẽ lại bản đồ du lịch địa phương, nhấn mạnh đến du lịch biển, đảo dựa trên định hướng phát triển mới của tỉnh, hướng tới một đô thị trực thuộc TW vào năm 2030, nhưng cần phải thích ứng linh hoạt với biến đổi khí hậu.

Bên cạnh đó, đây còn là vùng đất giàu giá trị nhân văn, sở hữu kho các di sản văn hóa biển Chăm, Raglai, cùng với hệ sinh thái núi rừng phong phú là các Khu bảo tồn Hòn Bà, Vườn Quốc gia Núi Chúa, vịnh đẹp Nha Trang, các bãi biển được vinh danh cấp quốc tế, quốc gia; các giá trị bảo tồn biển, bảo tồn các loài sinh vật biển quý hiếm, bảo tồn và phục hồi các hệ sinh thái biển, bảo vệ môi trường biển, kể cả ở vùng biển đặc khu Trường Sa, hy vọng, sẽ tạo nền tảng vững chắc cho phát triển du lịch biển đảo bền vững, có trách nhiệm.

Du lịch biển, đảo Khánh Hòa chú trọng làm mới để tạo “lợi ích kép” khi liên kết với nuôi thủy sản trên biển, khi phát triển nghề cá giải trí trong các khu bảo tồn biển, khi gắn với văn hóa biển đặc trưng mà Nhà hát “Đỏ” là một ví dụ, khi gắn các tour du lịch với khẳng định chủ quyền dân sự của Việt Nam ở đặc khu Trường Sa - nơi sẽ phấn đấu trở thành Trung tâm kinh tế, văn hóa, xã hội trên biển của cả nước vào năm 2030 như tinh thần của Nghị quyết số 09 của TW.

Lưu ý rằng, du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, nên mang tính chia sẻ, được phát triển bền vững, xanh, thông minh và có trách nhiệm trong khuôn khổ hệ sinh thái kinh tế nội tỉnh của Khánh Hòa và mở rộng liên kết với các hệ sinh thái trong khu vực (Đắc Lắc, Lâm Đồng,...) thông qua đầu tư toàn diện cho hệ thống hạ tầng giao thông đang triển khai. Điều này đồng nghĩa với việc du lịch không thể đi mãi một mình (chỉ gắn với khách sạn và ẩm thực), mà còn phải đi cùng các lĩnh vực kinh tế - xã hội khác có liên quan. Dư địa mới hình thành, không gian mới mở ra cùng nhiều tour, tuyến liên vùng “nảy nở” đã và đang tạo lợi thế lớn để ngành du lịch Khánh Hòa phấn đấu đạt mục tiêu 15 triệu lượt khách năm 2025, chuẩn bị hành trang bước vào Kỷ nguyên mới, kỷ nguyên du lịch vươn mình.

III. Kết luận

Khánh Hòa hội tụ đầy đủ điều kiện hứa hẹn trở thành một trong những trung tâm du lịch hướng biển quan trọng tầm cỡ quốc gia, lớn bậc nhất Đông Nam Á và có thể sánh vai các trung tâm du lịch đẳng cấp quốc tế. Điều này liên quan đến việc củng cố và hoàn thiện một hệ thống hạ tầng hiện đại, gồm: sân bay quốc tế, cảng biển nối kết với mạng lưới cao tốc hoàn thiện cùng với các khu đô thị mới hiện đại, đẳng cấp quốc tế, hạ tầng số thông minh,... sẽ mở ra cơ hội đặc biệt cho du lịch Khánh Hòa bứt phá. Phát triển du lịch biển, đảo gắn với bảo tồn thiên nhiên ở Khánh Hòa là một hướng đi đúng, phù hợp với lợi thế vượt trội về biển, đảo. Tuy nhiên, mức độ hiện thực hóa đến đâu phụ thuộc nhiều vào tư duy, tầm nhìn và hành động của Đảng bộ và Nhân dân Khánh Hòa và toàn hệ thống chính trị, dưới sự lãnh đạo của Đảng.■

“PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH KHÁNH HÒA TRÊN NỀN TẢNG GIÁ TRỊ VĂN HÓA –HƯỚNG TỚI TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG VÀ BẢN SẮC ĐỊA PHƯƠNG”

VIỆN VĂN HÓA , NGHỆ THUẬT, THỂ THAO VÀ DU LỊCH VIỆT NAM

Tỉnh Khánh Hòa (mới) bao gồm 2 tỉnh Khánh Hòa (cũ) và tỉnh Ninh Thuận, với diện tích hơn 8.500km², tỉnh Khánh Hòa mới có địa hình đa dạng với biển - đồng bằng - đồi núi - sa mạc; có đường bờ biển dài nhất cả nước, nhiều vịnh biển tuyệt đẹp, như Vân Phong, Nha Trang, Cam Ranh, Vĩnh Hy và rất đa dạng về bản sắc văn hóa với nhiều di sản văn hóa: văn hóa Việt, Chăm và đồng bào dân tộc Raglai rất thuận lợi để phát triển du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng. Có hệ sinh thái núi rừng phong phú, với hệ động vật, thực vật đa dạng, nhất là Khu Bảo tồn thiên nhiên Hòn Bà, Vườn quốc gia Núi Chúa, Vườn quốc gia Phước Bình, Đồi cát Nam Cương, Tháp Po Klong Garai..., tại các xã miền núi, các mô hình du lịch cộng đồng gắn với không gian sinh hoạt của người Raglai đang từng bước hình thành và phát huy hiệu quả, giúp gìn giữ phong tục, tập quán, văn hóa ẩm thực, âm nhạc dân gian với các loại nhạc cụ truyền thống độc đáo, như mã la, đàn đá, đàn Cha-pi...

TỪ KHÓA: Phát triển du lịch Khánh Hòa; Giá trị văn hóa; Tăng trưởng bền vững; Bản sắc địa phương; Du lịch văn hóa

Sau khi hợp nhất với Ninh Thuận (cũ), tỉnh Khánh Hòa bước vào giai đoạn phát triển mới, du lịch Khánh Hòa đang nổi lên như một điểm sáng với nhiều lựa chọn, mở rộng tăng cường kết nối các Tour gắn kết nhiều địa danh trong tỉnh như: Nha Trang - Cam Ranh - Khánh Sơn - Khánh Vĩnh - Vĩnh Hy - Phan Rang - Ninh Phước... Nhiều loại hình du lịch trải nghiệm như: du lịch biển, du lịch nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch cộng đồng (một ngày làm ngư dân, trồng nho - làm muối - đi biển, Ở cùng đồng bào dân tộc Raglai...); du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch MICE... đang mang lại sức hút riêng cho vùng đất này.

Hiện nay, trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, trước kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, du lịch Khánh Hòa có nhiều cơ hội mở rộng thị trường, thu hút khách quốc tế, tiếp nhận nhiều nguồn vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản lý hiện đại. Tuy nhiên, quá trình phát triển cũng đặt ra không ít thách thức, như: vấn đề bảo vệ môi trường sinh thái biển, ứng phó với biến đổi khí hậu, gìn giữ bản sắc văn hóa, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và bảo đảm tính cạnh tranh bền vững... Vì vậy, phát triển du lịch Khánh Hòa theo hướng bền vững phải có sự kết hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế vừa khai thác hiệu quả những tiềm năng sẵn có về tài nguyên du lịch, song song với bảo vệ tài nguyên môi trường và đặc biệt là gìn giữ bản sắc văn hóa là nhiệm vụ cấp thiết để nâng cao vị thế du lịch của tỉnh trong tiến trình hội nhập của đất nước.

Theo Nghị quyết số 01-NQ/TU ngày 14/7/2025 của Tỉnh ủy Khánh Hòa về "tăng trưởng kinh tế 2 con số giai đoạn 2025-2030" xác định du lịch dịch vụ là một trong 4 trụ cột phát triển chính. Tỉnh đặt mục tiêu đến năm 2030 đón 20,5 triệu lượt khách, trong đó có 10,5 triệu lượt khách quốc tế. Du lịch đóng góp 15% GRDP và 20% tổng thu ngân sách địa phương. Để đạt mục tiêu đề ra, Khánh Hòa tập trung phát triển du lịch biển, đảo; du lịch hội nghị, hội thảo; du lịch sinh thái; du lịch cộng đồng; du lịch nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe; du lịch di sản văn hóa, du lịch tâm linh gắn với bảo vệ môi trường, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa. Tỉnh đang tập trung hoàn thành và triển khai chiến lược phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2025-2030, tầm nhìn đến năm 2045; Ban hành chính sách phát triển du lịch cộng đồng giai đoạn 2026-2030.

Theo báo cáo của Sở VHTTDL, tính chung 10 tháng năm 2025, tổng lượt khách du lịch ước đạt hơn 14,8 triệu lượt, tăng 16,1% so với cùng kỳ năm 2024, đạt 94,3% kế hoạch năm. Trong đó, khách quốc tế ước đạt hơn 4,6 triệu lượt, tăng 17,6%; khách nội địa ước đạt hơn 10,2 triệu lượt, tăng 15,4%. Đặc biệt, tổng thu từ khách du lịch ước đạt gần 60.319 tỷ đồng, tăng 20,1% so với cùng kỳ, đạt 90,8% kế hoạch năm. Ngành du lịch của Tỉnh đặt mục tiêu cả năm 2025 đón hơn 15,7 triệu lượt khách với tổng doanh thu khoảng 69.350 tỷ đồng. Tỉnh đang xây dựng hình ảnh một điểm đến xanh, thân thiện, đậm đà bản sắc văn hóa - nơi mỗi người dân đều có thể trở thành đại sứ du lịch, mỗi làng quê đều có thể trở thành một điểm đến đáng nhớ đối với du khách trong nước và quốc tế. Các doanh nghiệp du lịch đa dạng hóa sản phẩm, nhiều chương trình, hoạt động phục vụ nhu cầu vui chơi, giải trí của du khách. Nổi bật, VinWonders Nha Trang ra mắt show diễn "Tinh hoa bách nghệ"; Nhà hát

Đó ra mắt "Chum show - nụ hôn của nghệ thuật"; Làng nghề Nha Trang xưa ra mắt show "Ánh sáng huyền thoại". Các doanh nghiệp lữ hành mở các tour du lịch khám phá văn hóa Chăm, tour du lịch văn hóa - cộng đồng. Sau hợp nhất, không gian phát triển du lịch được mở rộng về phía Nam. Bên cạnh thế mạnh về du lịch biển, đảo, ngành du lịch tỉnh còn có điều kiện để xây dựng và khai thác các sản phẩm du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp.

1. Nền tảng văn hóa - vùng đất của những di tích, di sản

Hội tụ đầy đủ những đặc trưng của không gian văn hóa, được kết tinh, hun đúc, lưu giữ từ hệ giá trị truyền thống văn hóa độc đáo, có bề dày lịch sử, như nền văn hóa Sa Huỳnh, văn hóa Chăm-pa...

Tỉnh Khánh Hòa được mở rộng với sự hợp nhất với Ninh Thuận, tạo nên không gian văn hóa mới có nguồn tài nguyên phong phú, đa dạng và đặc sắc, hội tụ nhiều nền văn hóa từ miền núi, đồng bằng đến biển, đảo, mở ra cơ hội lớn hơn để phát huy giá trị các di sản. Nơi đây cũng là không gian sinh sống lâu đời của các dân tộc Chăm, Raglai, Ê-đê, Kinh..., cội nguồn những kho tàng di sản văn hóa phong phú, đa sắc màu, bao gồm 257 di sản văn hóa đã được xếp hạng, trong đó nổi bật là 3 di sản văn hóa phi vật thể được Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO) ghi danh (Nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam Bộ, Nghệ thuật Bài Chòi và Nghệ thuật làm gốm truyền thống của người Chăm); 3 di tích quốc gia đặc biệt (Tháp Bà Ponagar, Tháp Po Klong Garai, Tháp Hòa Lai); 28 di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh được xếp hạng cấp quốc gia; 5 bảo vật quốc gia (Bộ sưu tập Đàn đá Khánh Sơn, Bia Hòa Lai, Phù điêu Vua Po Rome, Bia Phước Thiện, Tượng Vua Po Klong Garai). Không chỉ có các di sản vật thể được xếp hạng, tỉnh Khánh Hòa còn tự hào về những di sản văn hóa phi vật thể cũng hết sức phong phú và đặc sắc. Nhiều lễ hội đã được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, như Lễ hội Tháp Bà Pô Nagar, Lễ Bỏ mả của người Raglai, Lễ hội Cầu Ngư, Lễ hội Kate... Đây chính là nguồn tài nguyên vô giá, phản ánh chiều sâu lịch sử, các tầng giá trị văn hóa, góp phần tạo nên bản sắc độc đáo hấp dẫn du khách cả trong nước và quốc tế.

Tỉnh Khánh Hòa có không gian văn hóa, di sản văn hóa đa tầng, phong phú và đặc sắc. Toàn tỉnh có 4 di sản được UNESCO ghi danh (Khu dự trữ sinh quyển thế giới Núi Chúa, nghệ thuật làm gốm của người Chăm, nghệ thuật bài chòi Trung Bộ, nghệ thuật đờn ca tài tử Nam Bộ); có 5 bảo vật quốc gia (Bia Hòa Lai; Phù điêu Vua Pô Rômê; Bia Phước Thiện; Tượng thờ Vua Pô Klong Garai; Bộ sưu tập đàn đá Khánh Sơn); 3 di tích quốc gia đặc biệt (Tháp Pô Klong Garai; Tháp Hòa Lai; Tháp Bà Pô Nagar); 28 di tích lịch sử, di tích văn hóa, di tích danh lam thắng cảnh cấp quốc gia; 241 di tích cấp tỉnh; 12 di sản văn hóa phi vật thể được đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.

Hàng năm, trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa cũng diễn ra nhiều lễ hội truyền thống như: Lễ hội Katê, Lễ hội Rija Nagar, Lễ hội Tháp Bà Pô Nagar, Lễ hội Cầu ngư, Lễ hội Yến sào... Cùng với đó là các lễ hội hiện đại: Festival Biển Nha Trang, Lễ hội Nho và Vang, Lễ hội Văn

hóa - Du lịch biển, Di sản văn hóa Chăm Pa: Tháp Bà Ponagar là một ví dụ nổi bật, thu hút đông đảo du khách, cần được bảo tồn và phát huy giá trị trong các sản phẩm du lịch.

“Với kho tàng văn hóa vật thể và phi vật thể phong phú, đa dạng, giàu bản sắc của tỉnh Khánh Hòa đã tạo nên không gian trải nghiệm văn hóa, du lịch riêng biệt. Đây là tài nguyên vô giá, thế mạnh vượt trội để Khánh Hòa có thể đẩy mạnh phát triển du lịch với nhiều loại hình du lịch và sản phẩm du lịch đặc sắc, tạo sự khác biệt, có tính cạnh tranh cao”.

Văn hóa biển, đảo: Khánh Hòa có thế mạnh về văn hóa gắn liền với biển, đảo, nghề cá truyền thống, lễ hội cầu ngư, tạo nên bản sắc độc đáo cho du lịch địa phương.

Lễ hội và làng nghề: Các lễ hội truyền thống cùng các làng nghề thủ công (như làm trầm hương, gốm) là những tài nguyên quý giá để phát triển du lịch cộng đồng và du lịch trải nghiệm. Khai thác các giá trị tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa, trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa đã hình thành và phát triển nhiều điểm du lịch cộng đồng đặc sắc như: Làng nghề xoi trầm hương ở Vạn Thắng, du lịch sinh thái - nông nghiệp tại Ninh Vân, làng nho Thái An, mô hình homestay ven đảo tại Bình Ba, Bình Hưng. Ngoài ra, các làng đảo như: Bích Đầm, làng chài Vạn Giã, vùng đồng bào Raglai ở miền núi Khánh Sơn, Khánh Vĩnh, Bắc Ái Đông, Bắc Ái Tây... khai thác phát triển du lịch gắn với tổ chức các lễ hội, ẩm thực, lưu trú homestay góp phần làm đa dạng các điểm đến và tăng sự lựa chọn cho khách du lịch.

Ẩm thực địa phương: Nét đặc sắc trong ẩm thực (hải sản, bánh căn, bún cá, nem nướng, yến sào, thịt cừu, nho ...) cũng là một phần quan trọng của bản sắc văn hóa có thể khai thác để phục vụ phát triển du lịch.

2. Định hướng phát triển bền vững và bản sắc địa phương

Tôn trọng văn hóa bản địa: Du lịch cần phát triển dựa trên cơ sở tôn trọng các phong tục, tập quán, và cộng đồng địa phương, tránh tình trạng thương mại hóa làm mai một bản sắc văn hóa.

Phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh: Hướng tới xây dựng các loại hình du lịch, sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường, sử dụng bộ tiêu chuẩn du lịch xanh đã được tỉnh công bố để cụ thể hóa mục tiêu phát triển bền vững.

Tăng cường sự tham gia của cộng đồng: Khuyến khích người dân địa phương tham gia vào các hoạt động du lịch, từ cung cấp dịch vụ đến bảo tồn các giá trị văn hóa, đảm bảo lợi ích kinh tế được chia sẻ công bằng.

Để phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa trên nền tảng giá trị văn hóa, hướng tới tăng trưởng bền vững và bản sắc địa phương thì Khánh Hòa cần:

Xây dựng Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2025-2030, tầm nhìn

đến năm 2045; trên cơ sở đó tập trung triển khai đồng bộ, có kết quả các nhiệm vụ và giải pháp về phát triển du lịch của tỉnh.

Hoàn thiện hạ tầng và không gian du lịch biển đẳng cấp quốc tế, trong đó có việc nâng cấp, mở rộng Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh theo tiêu chuẩn 5 sao; hiện đại hóa hệ thống cảng biển du lịch đạt chuẩn đón tàu biển quốc tế lớn; xây dựng các tổ hợp nghỉ dưỡng - giải trí - thương mại ven biển; hình thành trung tâm mua sắm miễn thuế, công viên chuyên đề; phát triển giao thông kết nối vùng biển Vân Phong - Nha Trang - Vĩnh Hy - Ninh Chữ.

Xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng: Phát triển các tour, tuyến du lịch kết nối các điểm di tích văn hóa Chăm Pa, tham quan làng nghề, trải nghiệm cuộc sống ngư dân, bên cạnh dòng sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển chủ đạo. Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch cao cấp. Nâng cao chất lượng dịch vụ và nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Tăng cường quản lý và có chính sách hỗ trợ để phát triển du lịch. Nghiên cứu xây dựng hệ thống công cụ tài chính thúc đẩy phát triển du lịch biển quốc tế của Khánh Hòa và hỗ trợ xúc tiến, quảng bá và phát triển sản phẩm mới. Tăng cường công tác thông tin, quảng bá, xúc tiến du lịch và liên kết, hợp tác phát triển du lịch với các địa phương trong nước và quốc tế...

Quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa của các di tích quốc gia đặc biệt: Tháp Pô Klong Garai, Tháp Hòa Lai, Tháp Bà Pô Nagar gắn với phát triển du lịch. Xây dựng đề án tổng thể số hóa di sản văn hóa, lập ngân hàng dữ liệu di tích, di sản văn hóa phi vật thể trên địa bàn tỉnh. Bảo tồn, phát triển các làng nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch như: Làng gốm Bàu Trúc, làng nghề dệt thổ cẩm Mỹ Nghiệp, làng nghề chế tác trầm hương Vạn Phú. Nghiên cứu, khai thác, tích hợp các yếu tố văn hóa vào các sản phẩm du lịch đặc trưng tạo trải nghiệm mới lạ để phục vụ người dân và du khách. Kết hợp công nghệ để nâng tầm trải nghiệm đối với các di sản văn hóa, tăng cường ứng dụng khoa học, công nghệ trong hoạt động quản lý di sản văn hóa. Tổ chức các sự kiện văn hóa - du lịch với các hình thức đa dạng như: Lễ hội, tuần lễ văn hóa - du lịch, triển lãm chuyên đề về di sản văn hóa, tổ chức các sự kiện nghệ thuật mang tầm quốc gia, quốc tế... để giao lưu, quảng bá văn hóa đến du khách trong nước, quốc tế.

Đào tạo nguồn nhân lực: Chú trọng đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên tại điểm và các nhân viên du lịch có kiến thức sâu rộng về văn hóa, lịch sử địa phương để truyền tải thông tin chính xác và hấp dẫn đến du khách.

Quảng bá, xúc tiến du lịch: Tăng cường quảng bá hình ảnh du lịch Khánh Hòa gắn liền với giá trị văn hóa, di sản độc đáo, sử dụng các phương tiện truyền thông hiện đại để tiếp cận thị trường mục tiêu như: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga và mở rộng thị trường Thái Lan, Úc, Malaysia, Kazakhstan, Ấn Độ, Nhật Bản; Phát huy vai trò của các tổ chức liên chi hội du lịch Khánh Hòa xây dựng gói kích cầu, phát triển chương trình mới, liên kết với công ty lữ hành lớn. UBND các xã/phường xây dựng các hoạt động văn hóa, văn nghệ; phát triển mô

hình kinh tế đêm, dịch vụ đêm và đa dạng hóa sản phẩm mang bản sắc văn hóa.

Liên kết vùng: Phối hợp với các địa phương, các tỉnh lân cận có nền văn hóa tương đồng để tạo ra các tuyến du lịch văn hóa liên tỉnh, tăng sức hấp dẫn cho du khách.

Công tác quản lý nhà nước: soạn thảo, ban hành và thực thi các chính sách quản lý, giám sát chặt chẽ các hoạt động du lịch để ngăn ngừa các tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên và văn hóa, đảm bảo sự phát triển hài hòa và lâu dài.

Phát triển du lịch Khánh Hòa dựa trên nền tảng văn hóa là cần thiết để tạo ra sự khác biệt, nâng cao chất lượng dịch vụ và đảm bảo sự phát triển bền vững, mang lại lợi ích cho cả du khách và cộng đồng địa phương.

3. Kết luận

Tóm lại, phát triển du lịch dựa trên giá trị nền tảng văn hóa hướng tới tăng trưởng bền vững là định hướng quan trọng của du lịch Khánh Hòa. Để phát triển du lịch bền vững và hiệu quả, Khánh Hòa cần tiên phong, huy động được sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, các tổ chức và cá nhân, các doanh nghiệp và cộng đồng địa phương trong tỉnh, cùng với quyết tâm chính trị của cấp ủy Đảng và chính quyền địa phương. Tuy nhiên, cần có sự đầu tư nghiên cứu cả về mặt lý luận mang tính khoa học và thực tiễn cũng như tham khảo kinh nghiệm và bài học thành công của các địa phương khác trong nước, khu vực và quốc tế để du lịch Khánh Hòa có thể phát triển nhanh và bền vững trước những yêu cầu mới hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

1. Tỉnh ủy Khánh Hòa, Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Khánh Hòa lần thứ 1, nhiệm kỳ 2025 – 2030 (Nghị quyết số 01-NQ/ĐH ngày 25/9/2025).
2. Trần Công Huân (2025), *đăng tại địa chỉ: Phát triển du lịch bền vững tại tỉnh Khánh Hòa trong bối cảnh hội nhập quốc tế | Tạp chí Quản lý nhà nước*, ngày đăng 14/10/2025.
3. Nhân Tâm (2025), *đăng tại địa chỉ: Bảo tồn, phát huy di sản văn hóa gắn với phát triển du lịch đẳng cấp, bền vững - Báo Khánh Hòa điện tử*, ngày đăng 21/9/2025. ■

XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA & QUỐC TẾ ĐẾN KHÁNH HÒA VÀ CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

TS. CAO TRÍ DŨNG

- ◆ Chủ tịch Liên chi hội Lữ hành Việt Nam
- ◆ Giảng viên Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

Khánh Hòa là địa phương giàu tài nguyên du lịch với sự nổi bật của các giá trị về du lịch biển đảo, du lịch sinh thái, các giá trị về văn hóa, lịch sử... gắn với hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông đồng bộ, hiện đại, cơ sở dịch vụ phục vụ du khách ngày càng được tăng cường và hoàn thiện, Khánh Hòa đã thực sự trở thành một trung tâm du lịch của cả nước và khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên, với sự thay đổi nhanh chóng trong xu hướng nguồn khách, cần có sự phân tích sâu hơn xuất phát từ tài nguyên du lịch, nguồn lực của điểm đến, sự thay đổi trong cơ cấu nhu cầu... để xác định các nguồn khách tiềm năng, các sản phẩm trụ cột làm cơ sở cho việc đề xuất một số giải pháp hướng đến sự phát triển bền vững ngành du lịch địa phương.

TỪ KHÓA: Khánh Hòa; Xu hướng & định vị nguồn khách; Phát triển bền vững

1. TÀI NGUYÊN DU LỊCH KHÁNH HÒA

Khánh Hòa sau khi hợp nhất địa giới hành chính với Ninh Thuận sở hữu thêm sự đa dạng và độc đáo về tài nguyên, tạo nên một cụm điểm đến du lịch hấp dẫn, có khả năng cạnh tranh cao trên bản đồ du lịch quốc tế.

1.1. Tài nguyên Du lịch tự nhiên

Vịnh Nha Trang, một trong những vịnh đẹp nhất thế giới với hàng loạt đảo lớn nhỏ (Hòn Tre, Hòn Mun, Hòn Tằm, Bãi Dài), nổi tiếng với dịch vụ lặn biển, nghỉ dưỡng cao cấp. Vịnh Vĩnh Hy mang vẻ đẹp hoang sơ, hùng vĩ, bãi biển Ninh Chữ, Cà Ná. Đặc biệt là khu vực Vườn Quốc gia Núi Chúa - Khu dự trữ sinh quyển thế giới.

Về khí hậu: Nắng ấm quanh năm, ít bão, thuận lợi cho du lịch biển hầu như cả 12 tháng. Thời tiết nắng và gió đặc trưng, tạo nên tiểu vùng khí hậu bán khô hạn độc nhất Việt Nam, lý tưởng cho du lịch trải nghiệm hoang mạc, trekking.

Địa hình đa dạng từ đồng bằng ven biển đến đồi núi (dãy Trường Sơn). Suối khoáng nóng Tháp Bà nổi tiếng. Đồi cát Nam Cương, Mũi Dinh (mang dáng dấp tiểu sa mạc). Là nơi có hệ sinh thái khô hạn độc đáo.

1.2. Tài nguyên Du lịch Văn hóa - Lịch sử

* Văn hóa Chăm Pa: Khu vực Khánh Hòa là cái nôi của văn hóa Chăm với các di tích kiến trúc độc đáo. Tháp Bà Ponagar (di sản kiến trúc Chăm tiêu biểu). Cụm tháp Po Klong Garai, Po Rome - những quần thể tháp cổ còn giữ được vẻ nguyên bản và là nơi tổ chức các lễ hội Chăm truyền thống (Kate).

* Văn hóa biển và lịch sử: Di tích lịch sử Trường Sa (là điểm xuất phát và biểu tượng chủ quyền biển đảo), nhà thờ Chánh Tòa Nha Trang (kiến trúc Gothic), làng gốm Bàu Trúc (nghệ thuật gốm cổ truyền), làng dệt Mỹ Nghiệp.

* Văn hóa ẩm thực: Hải sản phong phú, đặc sản yến sào Khánh Hòa, rượu vang, nho Ninh Thuận đã có thương hiệu từ lâu đời.

2. CƠ SỞ HẠ TẦNG PHỤC VỤ DU LỊCH

2.1. Cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch

Khánh Hòa có hệ thống cơ sở lưu trú cực kỳ đa dạng, từ bình dân đến phân khúc nghỉ dưỡng 5 sao quốc tế và siêu sang. Tập trung nhiều thương hiệu lớn như Vinpearl, InterContinental, The Anam, Six Senses (Ninh Vân Bay). Đây là yếu tố thu hút khách quốc tế cao cấp và tổ chức sự kiện MICE (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions).

Khánh Hòa có các khu nghỉ dưỡng tích hợp (Integrated Resort) quy mô lớn (Vinpearl

Land) và dịch vụ du lịch sức khỏe (Wellness Tourism) phát triển mạnh mẽ (suối khoáng nóng, bùn khoáng).

Khu vực Ninh Thuận trước đây lại tập trung phát triển các khu nghỉ dưỡng sinh thái, bảo tồn và ít bị thương mại hóa hơn, tạo sự bổ sung về sản phẩm du lịch "chậm" (slow travel) và nghỉ dưỡng biệt lập.

2.2. Hạ tầng giao thông và Hàng không:

- Hàng không: Cảng hàng không Quốc tế Cam Ranh (CXR) là cửa ngõ hàng không quan trọng thứ 4 của Việt Nam, có khả năng đón các chuyến bay thuê chuyến (charter) và các đường bay thẳng quốc tế từ Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga) và Đông Nam Á.

- Đường bộ: Quốc lộ 1A và đường cao tốc Nha Trang - Cam Lâm (đã hoàn thành) và Cam Lâm - Vĩnh Hảo (kết nối Khánh Hòa với Ninh Thuận và TP. Hồ Chí Minh) rút ngắn đáng kể thời gian di chuyển, tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch tự túc và khách nội địa.

- Đường sắt: Ga Nha Trang là điểm dừng quan trọng trên tuyến đường sắt Bắc - Nam.

- Đường biển: Cảng Nha Trang có thể đón tàu du lịch biển quốc tế.

2.3. Hệ thống Nhà hàng, điểm Tham quan và mua sắm:

Hệ thống nhà hàng đa dạng & ẩm thực phong phú, đáp ứng mọi phân khúc từ ẩm thực cao cấp đến trải nghiệm ẩm thực bản địa độc đáo.

Điểm Tham quan, giải trí: Phát triển theo hướng giải trí và nghỉ dưỡng lớn với khu du lịch VinWonders, Hòn Tằm, Bãi Dài...và các điểm đến du lịch văn hóa và sinh thái: Vịnh Vĩnh Hy, Viện Hải dương học, Tháp Bà Ponagar, Tháp Po Klong Garai, Mũi Dinh, Vườn Quốc gia Núi Chúa.

Mua sắm: Nha Trang Center, Lotte Mart, chợ truyền thống (Chợ Đầm) và các cửa hàng đặc sản chuyên biệt (Yến Sào, trầm hương). Khu vực Ninh Thuận tập trung vào các sản phẩm thủ công mỹ nghệ và nông sản địa phương: Gốm Bàu Trúc, thổ cẩm Mỹ Nghiệp, các sản phẩm từ nho (rượu vang, mật nho, mứt),... đáp ứng nhu cầu mua sắm đa dạng.

2.4. Nguồn nhân lực và chất lượng Phục vụ

Khánh Hòa có đội ngũ lao động du lịch lớn, được đào tạo từ các trường đại học, cao đẳng và trung tâm dạy nghề trong và ngoài tỉnh.

Điểm mạnh: Đội ngũ quản lý cấp cao tại các resort quốc tế có chuyên môn và kinh nghiệm tốt. Tinh thần hiếu khách tự nhiên của người dân địa phương.

Thách thức: Khả năng giao tiếp ngoại ngữ (đặc biệt là Nga, Trung, Hàn) ở phân khúc dịch

vụ bình dân còn hạn chế. Chất lượng phục vụ ở một số cơ sở nhỏ lẻ còn thiếu tính chuyên nghiệp, chưa xây dựng được văn hóa "làm hài lòng khách hàng" một cách đồng nhất.

2.5. Hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng

- Du lịch biển & nghỉ dưỡng: Là sản phẩm chủ đạo, tập trung tại các bãi biển Nha Trang, Bãi Dài, Ninh Vân. Cung cấp các gói nghỉ dưỡng dài ngày, dịch vụ du thuyền và thể thao biển.

- Du lịch giải trí & MICE: Tập trung chủ yếu tại VinWonders, các khu vực resort tích hợp. Hạ tầng MICE (phòng hội nghị) dồi dào, thu hút các đoàn khách lớn.

- Du lịch Văn hóa - Lịch sử: Gắn với Tháp Bà Ponagar và Quần thể Tháp Chăm Ninh Thuận, Làng gốm Bàu Trúc.

Du lịch chữa lành (Wellness): Khai thác bùn khoáng và suối khoáng nóng. Tập trung vào các resort/spa cao cấp cung cấp liệu pháp trị liệu toàn diện.

Du lịch sinh thái & khám phá: Chủ yếu ở Vườn Quốc gia Núi Chúa, Hòn Mun. Cung cấp trải nghiệm trekking, khám phá sinh quyển bán khô hạn.

3. XU HƯỚNG DU KHÁCH HIỆN NAY

Thị trường du lịch toàn cầu và Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ, tạo ra những xu hướng mới ảnh hưởng trực tiếp đến Khánh Hòa.

3.1. Xu hướng khách du lịch nội địa:

- Du lịch cá nhân hóa (Personalized Travel) và tự túc (FIT): Khách nội địa ngày càng chủ động lên kế hoạch, giảm phụ thuộc vào tour trọn gói, đi theo nhóm nhỏ gia đình, bạn bè, tập trung vào trải nghiệm văn hóa, ẩm thực độc đáo ở địa phương, đi du lịch theo trào lưu check-in các điểm ấn tượng tại điểm đến.

- Du lịch "Chữa lành" (Wellness & Retreat): Nhu cầu tìm kiếm các dịch vụ nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, suối khoáng nóng, thiền, yoga tăng cao. Khánh Hòa với thế mạnh suối khoáng bùn và resort biệt lập rất phù hợp.

- Du lịch ngắn ngày/cuối tuần: Sự phát triển của hệ thống cao tốc thúc đẩy du khách từ TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận lựa chọn Nha Trang/Ninh Thuận cho các chuyến đi ngắn. Sự thuận tiện của các đường bay thu hút du khách đến nghỉ dưỡng cuối tuần kết hợp chơi Golf, tìm kiếm cơ hội đầu tư bất động sản ở các dự án lớn trên địa bàn.

3.2. Xu hướng khách du lịch Quốc tế

- Hàn Quốc và Trung Quốc: Vẫn là thị trường trọng điểm. Khách Hàn Quốc yêu thích

golf, nghỉ dưỡng và ẩm thực. Khách Trung Quốc đang chuyển dịch từ tour đoàn (Group Tour) sang FIT/Semi-FIT, tìm kiếm trải nghiệm mua sắm, giải trí và điểm đến an toàn.

- Khu vực ASEAN: Tăng trưởng nhờ sự thuận tiện về hàng không và nhu cầu tìm kiếm điểm đến mới có cự li di chuyển hợp lý bằng đường hàng không.

- Du lịch bền vững (Sustainable Tourism) và trải nghiệm tự nhiên: Khách Âu, Úc, Mỹ (Long-Haul) tìm kiếm các điểm đến có tính trách nhiệm cao với môi trường, văn hóa cộng đồng.

- Du lịch Trải nghiệm địa phương sâu sắc (Authentic Experience): Khách quốc tế không chỉ muốn nghỉ dưỡng biển mà còn muốn tham gia vào đời sống địa phương, học nấu ăn, tìm hiểu thủ công mỹ nghệ (gốm Bàu Trúc, dệt thổ cẩm).

4. CÁC NGUỒN KHÁCH TIỀM NĂNG CỦA KHÁNH HÒA

Trên cơ sở các phân tích về tài nguyên du lịch điểm đến, hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở cung ứng dịch vụ, nguồn nhân lực và các xu hướng chủ yếu của du khách cả trong và ngoài nước, có thể đề xuất một số nguồn khách trọng điểm và tiềm năng như sau:

4.1. Thị trường khách trọng điểm

- Khách Hàn Quốc: Phù hợp với sản phẩm nghỉ dưỡng cao cấp, golf, du lịch y tế (Medical Tourism) và thẩm mỹ.

- Khách Nga - CIS: Thị trường truyền thống, yêu thích khí hậu ấm áp quanh năm của Nha Trang. Cần tập trung vào khách du lịch dài ngày, nghỉ dưỡng sức khỏe.

- Khách Trung Quốc: Tập trung khai thác phân khúc khách du lịch cá nhân chất lượng cao (Premium FIT/Semi-FIT) thông qua đường bay thẳng đến Cam Ranh, cung cấp dịch vụ giải trí và mua sắm đa dạng.

4.2. Thị trường khách tiềm năng và mới nổi

- Khách nội địa cao cấp (Luxury Domestic): Tận dụng lợi thế cao tốc và resort 5 sao. Tập trung vào các dịch vụ đi kèm như du thuyền, thủy phi cơ, ẩm thực fine-dining.

- Khách MICE (Đông Nam Á/Ấn Độ): Nha Trang có đủ khả năng đón các đoàn MICE lớn nhờ hệ thống phòng hội nghị, khách sạn 5 sao dồi dào và mạng lưới đường bay quốc tế thuận lợi.

- Khách Tây Âu, Bắc Mỹ, Úc: Đây là nhóm khách chi tiêu cao, lưu trú dài ngày và yêu thích du lịch bền vững, sinh thái, văn hóa.

- Sản phẩm phù hợp: Kết hợp nghỉ dưỡng biển tại Khánh Hòa với khám phá văn hóa

Chăm, sinh thái sa mạc (trekking Vườn Quốc gia Núi Chúa, tham quan điện mặt trời).

- Khách Ấn Độ: Thị trường mới nổi, đặc biệt quan tâm đến du lịch cưới (Wedding Tourism) và MICE.

5. ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Với tất cả những nội dung đã phân tích ở trên, để điểm đến Khánh Hòa phát triển du lịch một cách bền vững theo xu thế hiện nay, cần có một chiến lược tổng thể kết hợp giữa bảo tồn tài nguyên, nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm.

5.1. Phát triển Sản phẩm Du lịch bền vững và đặc thù

* Phát triển Du lịch sinh thái có trách nhiệm: Cần kiểm soát chặt chẽ hoạt động du lịch biển, lặn biển tại các khu vực bảo tồn biển (Hòn Mun, Vịnh Nha Trang). Hạn chế bê tông hóa khu vực ven biển. Xây dựng mô hình du lịch cộng đồng tại các làng Chăm, kết hợp với các tour trải nghiệm khoa học - giáo dục (Edutourism) tại Vườn Quốc gia Núi Chúa và các trang trại Nho.

* Du lịch Văn hóa - Lịch sử đậm đà bản sắc: Xây dựng sản phẩm tour liên kết "Di sản Chăm" với các show diễn thực cảnh, trải nghiệm ẩm thực Chăm, đưa văn hóa trở thành tài sản kinh tế.

* Du lịch sức khỏe và chữa lành (Wellness): Khai thác tối đa nguồn suối khoáng nóng và bùn khoáng, kết hợp với các liệu pháp trị liệu truyền thống và hiện đại, định vị Khánh Hòa là trung tâm Wellness hàng đầu khu vực.

5.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ và quản lý điểm đến

* Đào tạo Nguồn nhân lực: Đầu tư đào tạo chuyên sâu về ngoại ngữ (Nga, Hàn, Trung, Ấn Độ) và kỹ năng phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế cho nhân viên du lịch, đặc biệt là văn hóa phục vụ (Hospitality Culture).

* Quản lý giá và cạnh tranh: Tránh tình trạng phá giá hoặc chặt chém làm ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến. Xây dựng bộ quy tắc ứng xử du lịch và hệ thống giám sát chất lượng dịch vụ.

* Chuyển đổi Số (Digital Transformation): Phát triển hệ thống bán vé điện tử, ứng dụng du lịch thông minh, bản đồ số về tài nguyên (đa ngôn ngữ) để hỗ trợ du khách FIT.

5.3. Tăng cường liên kết vùng và xúc tiến quảng bá

* Liên kết Vùng: "Biển - Sa mạc - Di sản": Khánh Hòa (Nghỉ dưỡng biển, văn hóa Chăm, sa mạc, nho) - Đà Lạt (cao nguyên) để kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách.

* Công tác xúc tiến du lịch:

- Thị trường truyền thống: Tổ chức các sự kiện văn hóa, ẩm thực tại thị trường mục tiêu (Nga, Hàn) để duy trì hình ảnh.

- Thị trường nội địa: Tìm kiếm, hình thành thêm các điểm check-in ấn tượng sẽ thu hút đa dạng thêm các nhóm khách trẻ. Đây là một trong những đối tượng khách hỗ trợ sẽ chia sẻ, quảng bá cho điểm đến rất tốt.

- Thị trường mới (Ấn Độ, Mỹ, Úc): Tập trung quảng bá hình ảnh về du lịch sinh thái, bền vững và nghỉ dưỡng biệt lập (Vịnh Ninh Vân, Ninh Thuận).

- Chính sách Hỗ trợ hàng không: Có chính sách ưu đãi cho các hãng hàng không mở đường bay mới đến Cam Ranh, đặc biệt là các đường bay từ Ấn Độ, Châu Âu, Úc và một số thị trường tiềm năng khác.

Kết luận:

Khánh Hòa sở hữu lợi thế tổng hòa của tài nguyên du lịch biển đảo, văn hóa Chăm Pa độc đáo và hạ tầng nghỉ dưỡng đạt chuẩn quốc tế. Để phát triển bền vững trong bối cảnh xu hướng du lịch hiện nay, Khánh Hòa cần chuyển trọng tâm từ tăng trưởng số lượng sang tăng trưởng chất lượng, tập trung vào các giải pháp: Phát triển sản phẩm sinh thái, du lịch xanh, du lịch văn hóa có trách nhiệm; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và dịch vụ; và đẩy mạnh liên kết vùng để khai thác hiệu quả chuỗi giá trị du lịch, biến cụm điểm đến này thành một trong những điểm sáng về du lịch bền vững của Việt Nam.■

“ỨNG DỤNG CHUYỂN ĐỔI SỐ VÀ DỮ LIỆU DU LỊCH THÔNG MINH TRONG ĐIỀU HÀNH VÀ QUẢNG BÁ DU LỊCH KHÁNH HÒA”

ÔNG HOÀNG QUỐC HÒA

◆ Giám đốc Trung tâm Thông tin du lịch

Chuyển đổi số là yêu cầu cấp thiết để nâng cao năng lực quản lý và sức cạnh tranh của du lịch Khánh Hòa trong bối cảnh thực hiện mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương vào năm 2030. Hiện các địa phương đều phát triển nền tảng số nhưng thiếu liên thông, dữ liệu phân tán, chưa phục vụ tốt công tác điều hành và trải nghiệm du khách. Khánh Hòa cần tham gia Hệ sinh thái du lịch thông minh dùng chung của Cục Du lịch Quốc gia, bao gồm cơ sở dữ liệu du lịch thống nhất, ứng dụng Vietnam Travel, hệ thống thuyết minh đa phương tiện, vé điện tử và nền tảng quản trị - kinh doanh du lịch; đẩy mạnh truyền thông số trên các kênh quốc gia. Giải pháp này giúp chuẩn hóa dữ liệu, tối ưu vận hành, hỗ trợ dự báo và tạo trải nghiệm du lịch hiện đại, minh bạch.

TỪ KHÓA: Chuyển đổi số du lịch; Du lịch thông minh; Cơ sở dữ liệu du lịch; Liên thông dữ liệu; Ứng dụng công nghệ số

I. BỐI CẢNH

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, sự phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ tạo bút phá nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế, cũng như tác động sâu rộng tới các hoạt động của toàn xã hội.

Tại Việt Nam, chuyển đổi số đã trở thành xu thế tất yếu, là yêu cầu khách quan của sự phát triển và được xác định là nhiệm vụ trọng tâm của cả hệ thống chính trị. Thời gian qua, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành nhiều văn bản chỉ đạo quan trọng, trong đó nhấn mạnh dữ liệu số là tài nguyên quốc gia, là yếu tố cốt lõi để kiến tạo Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số.

Trong ngành du lịch, Nghị quyết 82/NQ-CP của Chính phủ và Chỉ thị 08/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ đã giao nhiệm vụ cụ thể cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng Sở Du lịch, Sở VH-TT-DL các địa phương xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh đồng bộ, thống nhất. Mục tiêu không chỉ dừng lại ở việc số hóa các thông tin đơn thuần mà là chuyển đổi phương thức quản lý, vận hành dựa trên dữ liệu, tăng cường kết nối liên thông từ Trung ương đến cơ sở, tránh tình trạng đầu tư dàn trải, manh mún, dữ liệu cát cứ, thiếu sự chia sẻ dùng chung.

Đối với Khánh Hòa, chuyển đổi số là một trong những nhiệm vụ trọng tâm, đặc biệt trong bối cảnh tỉnh đang thực hiện hóa mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương vào năm 2030 theo tinh thần Nghị quyết 09-NQ/TW của Bộ Chính trị. Để đạt mục tiêu này, chuyển đổi số và dữ liệu du lịch thông minh sẽ là chìa khóa hỗ trợ tỉnh nâng cao hiệu quả quản lý ngành du lịch, tạo đà thúc đẩy doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch tỉnh nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo ra nhiều sản phẩm du lịch đa dạng, cá nhân hóa trải nghiệm thu hút khách du lịch.

II. THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI SỐ VÀ PHÁT TRIỂN DỮ LIỆU DU LỊCH THÔNG MINH TẠI CÁC ĐỊA PHƯƠNG

Thực hiện các chỉ đạo của Chính phủ và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, thời gian qua nhiều địa phương, trong đó có Khánh Hòa, đã rất chủ động trong việc xây dựng cổng thông tin du lịch, Trung tâm điều hành du lịch thông minh (IOC), các ứng dụng (app) thông minh... Tuy nhiên, cần nhìn nhận rằng, hiện nay hầu hết các tỉnh, các doanh nghiệp đều xây dựng cổng thông tin điện tử du lịch, website quảng bá du lịch và các ứng dụng du lịch phục vụ cho 3 nhóm đối tượng chính gồm cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và khách du lịch nhưng thiếu tính liên kết. Ví dụ: du khách đến Khánh Hòa có thể phải cài một ứng dụng để tìm thông tin nhưng khi di chuyển sang địa phương khác cần cài lại ứng dụng khác, tạo sự bối rối và gây khó khăn cho người dùng.

Bên cạnh đó, việc xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch tại các địa phương chưa đồng

đều. Hầu hết chưa có quy trình thu thập, phân loại, xử lý dữ liệu thống nhất dẫn tới việc chia sẻ dữ liệu du lịch giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý, giữa địa phương với dữ liệu quốc gia còn hạn chế. Qua đó, phần nào ảnh hưởng tới việc dữ liệu thu thập được chưa phát huy giá trị để phục vụ công tác dự báo và ra quyết định. Đồng thời, nhiều giải pháp mang tính đột phá, sáng tạo được triển khai nhưng chưa thực sự tạo dấu ấn, gây lãng phí nhân lực và vật lực lớn.

Có thể thấy, quá trình chuyển đổi số và xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch thông minh đang được các cấp, trong đó có tỉnh Khánh Hòa, đặc biệt chú trọng. Để đạt hiệu quả tối ưu, cần có sự đồng thuận và phối hợp của tất cả các chủ thể trong ngành du lịch nhằm hình thành và phát triển một hệ sinh thái du lịch số dùng chung. Hệ sinh thái này không chỉ tạo ra môi trường cạnh tranh công bằng, minh bạch cho các bên tham gia, mà còn giúp thống nhất phương thức vận hành và quản lý. Qua đó, ngành du lịch có thể đáp ứng tốt hơn nhu cầu theo dõi, đồng thời hỗ trợ hoạch định chính sách phát triển một cách kịp thời và hiệu quả.

III. HỆ SINH THÁI DU LỊCH THÔNG MINH VÀ HIỆU QUẢ MANG LẠI TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DU LỊCH KHÁNH HÒA

Để giải quyết các vấn đề trên, thay vì đầu tư dàn trải, Trung tâm Thông tin du lịch khuyến khích Khánh Hòa tận dụng Hệ sinh thái du lịch thông minh dùng chung đã được Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam xây dựng đồng bộ. Việc tham gia vào hệ sinh thái dùng chung của Cục sẽ mang lại nhiều lợi ích thiết thực, cụ thể:

(1) Hệ thống Cơ sở dữ liệu Du lịch Việt Nam: gồm các cơ sở dữ liệu thành phần về doanh nghiệp lữ hành, hướng dẫn viên, cơ sở lưu trú du lịch, khu-điểm du lịch, nhà hàng, điểm mua sắm đạt chuẩn, vui chơi giải trí... Hiện 02 cấu phần về doanh nghiệp lữ hành và hướng dẫn viên đã cơ bản được cập nhật theo thời gian thực. Khi Khánh Hòa tích hợp dữ liệu của tỉnh vào hệ thống này, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ có công cụ báo cáo thống kê đồng bộ. Lãnh đạo tỉnh có thể truy xuất số liệu nhanh chóng, theo dõi các biến động để có chính sách điều hành kịp thời.

(2) Ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch, phát triển điểm đến du lịch thông minh:

Khánh Hòa sở hữu nhiều điểm đến thu hút lượng khách khổng lồ như Tháp Bà Ponagar, Bến tàu du lịch Nha Trang hay các khu vui chơi giải trí... Do đó, Trung tâm Thông tin du lịch đề xuất tỉnh triển khai các nền tảng số thuộc hệ sinh thái du lịch thông minh bao gồm:

- Ứng dụng du lịch quốc gia “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel” - công cụ hỗ trợ mạnh mẽ cho du khách từ tìm kiếm thông tin, đặt dịch vụ (vé máy bay, phòng khách sạn, vé tham quan...), thanh toán điện tử, tối ưu trải nghiệm du lịch đến hỗ trợ du khách đánh giá/phản hồi chất lượng dịch vụ để được bảo vệ quyền lợi.

- Ứng dụng Quản trị và Kinh doanh du lịch: môi trường số hỗ trợ kết nối các chủ thể trong ngành là cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch và khách du lịch.

- Hệ thống thuyết minh đa phương tiện (Multi-media Guide): giới thiệu tới du khách các thông tin về các điểm du lịch, di tích, bảo tàng, khu vui chơi giải trí... được tích hợp trên ứng dụng du lịch quốc gia “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel” với hai nền tảng Android và iOS.

- Hệ thống vé điện tử “Trực tuyến - Liên thông - Đa phương thức”: giúp theo dõi chặt chẽ lượng khách ra - vào tại điểm đến, qua đó vừa đảm bảo an ninh vừa kiểm soát số lượng khách, tránh quá tải điểm đến. Đồng thời hệ thống mang lại trải nghiệm du lịch nhanh chóng, giảm thời gian chờ đợi khi phải xếp hàng kéo dài vào dịp cao điểm, giảm áp lực về rác thải môi trường.

(3) Ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch, phát triển điểm đến du lịch thông minh:

Bên cạnh phát triển những sản phẩm số cốt lõi, Trung tâm Thông tin du lịch đề xuất tỉnh Khánh Hòa đẩy mạnh hoạt động truyền thông trên các nền tảng số của Cục DLQGVN như kênh truyền thông chính sách (vietnamtourism.gov.vn) kênh quảng bá du lịch quốc tế (vietnam.travel) và các trang mạng xã hội như Facebook, Zalo, Viber, YouTube, Instagram... nhằm cung cấp thông tin, tuyên truyền về chủ trương, chính sách về phát triển du lịch cũng như truyền thông, quảng bá du lịch tỉnh tới đa dạng đối tượng người dùng.

III. KẾT LUẬN

Như vậy, có thể thấy chuyển đổi số không chỉ là xu hướng mà là yêu cầu cấp thiết giúp du lịch Khánh Hòa phát triển bền vững. Mục tiêu là nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch tỉnh thông qua việc số hóa thông tin, ứng dụng công nghệ số tiên tiến và thay đổi cách thức vận hành dựa trên nền tảng cơ sở dữ liệu du lịch thông minh.

Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) cam kết sẽ đồng hành, hỗ trợ Khánh Hòa về mặt nền tảng, công nghệ và dữ liệu để cùng kiến tạo môi trường du lịch thông minh, văn minh và hiện đại.■

PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG – HƯỚNG ĐI BỀN VỮNG CHO DU LỊCH NÔNG THÔN KHÁNH HÒA

SỞ NÔNG NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG TỈNH KHÁNH HÒA

Khánh Hòa sở hữu lợi thế hiếm có về biển đảo, sinh thái và văn hóa, tạo nền tảng quan trọng để phát triển du lịch cộng đồng gắn với nông thôn. Những mô hình du lịch sinh thái, trải nghiệm nông nghiệp và làng nghề đã góp phần cải thiện sinh kế, bảo tồn môi trường và giữ gìn bản sắc địa phương. Tuy nhiên, hoạt động hiện nay còn manh mún, tự phát, thiếu quy hoạch, hạ tầng và kỹ năng phục vụ du lịch. Trong thời gian tới, Sở Nông nghiệp và Môi trường phối hợp các ngành mở rộng không gian du lịch cộng đồng, chuẩn hóa sản phẩm, phát huy giá trị OCOP và làng nghề. Đề án phát triển OCOP thành “đại sứ du lịch” giai đoạn 2026–2030 kỳ vọng tạo chuỗi trải nghiệm đặc trưng, ứng dụng mạnh chuyển đổi số, nâng cao thu nhập và phát triển du lịch nông thôn bền vững.

TỪ KHÓA: Du lịch cộng đồng; OCOP; Nông thôn bền vững; Làng nghề; Chuyển đổi số

Khánh Hòa là một trong những địa phương sở hữu lợi thế nổi bật và hiếm có về tài nguyên thiên nhiên du lịch ở Việt Nam. Trước hết, tỉnh có đường bờ biển dài gần 500 km, cùng hàng trăm đảo và bán đảo lớn nhỏ; trong đó có 04 vịnh biển là Nha Trang, Vân Phong, Cam Ranh và Vĩnh Hy, đều được quốc tế công nhận về vẻ đẹp và giá trị sinh thái. Vịnh Nha Trang từng được vinh danh trong danh sách những vịnh đẹp nhất thế giới, với hệ thống 19 hòn đảo lớn nhỏ, bãi biển dài và làn nước trong xanh, tạo nên không gian lý tưởng cho nghỉ dưỡng, thể thao biển và du lịch MICE. Vịnh Vân Phong lại hấp dẫn nhờ vẻ hoang sơ, khí hậu quanh năm mát mẻ, vùng biển sâu thuận lợi cho cảng quốc tế và du thuyền cao cấp. Trong khi đó, vịnh Cam Ranh có Bãi Dài nổi tiếng, nước biển trong và cát trắng mịn, hiện là trung tâm phát triển các khu nghỉ dưỡng 5 sao, góp phần đưa Khánh Hòa trở thành điểm đến hàng đầu của du lịch nghỉ dưỡng biển đảo.

Sự kết hợp hài hòa giữa hệ sinh thái biển đảo - núi rừng - bán sa mạc mang lại cho du khách những trải nghiệm đa dạng, từ tắm biển, lặn ngắm san hô, leo núi, trekking, đến tham quan các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên. Đặc biệt, Vườn quốc gia Núi Chúa vừa được UNESCO công nhận là Khu Dự trữ sinh quyển thế giới, cùng với Khu bảo tồn Hòn Bà và hệ sinh thái rừng khô hạn đặc trưng, góp phần khẳng định giá trị sinh thái độc đáo của địa phương.

Không chỉ thiên nhiên, Khánh Hòa còn giàu di sản văn hóa và lịch sử. Những công trình như Tháp Bà Ponagar, Thành cổ Diên Khánh, các cụm di tích về bác sĩ Yersin, hay các lễ hội như Lễ hội Tháp Bà Ponagar, Lễ hội Kate, Lễ hội Yến sào, Lễ hội Cầu ngư... vừa là điểm đến tâm linh, vừa là không gian lưu giữ và lan tỏa giá trị văn hóa Chăm Pa và văn hóa biển. Đây là yếu tố quan trọng để kết hợp với sản phẩm OCOP, tạo nên những “câu chuyện bản địa” cuốn hút du khách.

Với lợi thế về vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên phong phú và di sản văn hóa đa dạng của người dân miền biển, đồng bào dân tộc thiểu số (Raglai, Chăm, Ê đê...) ngoài các địa điểm, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí cao cấp và các thương hiệu du lịch mang tầm quốc tế, các địa phương trên địa bàn tỉnh bước đầu đã hình thành và phát triển du lịch cộng đồng cùng một số loại hình du lịch khác như: du lịch văn hóa, sinh thái, du lịch xanh, nông nghiệp, làng nghề (trầm hương, gốm, dệt thổ cẩm...).

Việc xây dựng và phát triển du lịch cộng đồng đã góp phần cải thiện đời sống, kinh tế - xã hội vùng nông thôn, giảm nghèo cho các xã, phường miền núi, ven biển...; chuyển dịch cơ cấu kinh tế - lao động theo hướng tích cực; không chỉ tạo nguồn sinh kế ổn định, vật chất tinh thần của người dân được nâng cao mà còn bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh đã có 03 địa điểm được công nhận sản phẩm OCOP du lịch theo Bộ tiêu chí sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch đạt 03 sao OCOP gồm:

(1) Điểm du lịch sinh thái Anh Tư - Hộ kinh doanh Trần Thị Đề - Thôn Bình Lập, xã Nam Cam Ranh; (2) Dịch vụ du lịch tham quan Vịnh Vĩnh Hy - Công ty TNHH du lịch Vĩnh Hy Discovery - Thôn Vĩnh Hy, xã Vĩnh Hải; (3) Làng du lịch cộng đồng Chapi - Hợp tác xã Nông nghiệp du lịch GREENFARM Phước Bình - Thôn Gia É, xã Bắc Ái Tây.

Có 3 địa điểm được UBND tỉnh công nhận đủ điều kiện và có tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng gồm: (1) Điểm du lịch cộng đồng Làng nghề xoi trầm hương thôn Phú Hội 1, xã Vạn Ninh; (2) Điểm du lịch cộng đồng Ninh Vân, phường Đông Ninh Hòa; (3) Làng du lịch cộng đồng thôn Hòn Dung, xã Khánh Sơn.

Ngoài ra, trong những năm qua, Sở Nông nghiệp và Môi trường đã phối hợp với các địa phương hỗ trợ kỹ thuật sản xuất an toàn, hướng dẫn quy trình VietGAP, GlobalGAP, sản xuất theo hướng hữu cơ cho các vùng trồng gắn với phát triển du lịch sinh thái, trải nghiệm nông nghiệp. Một số mô hình của các tổ chức, doanh nghiệp, nông hộ sản xuất các sản phẩm nông nghiệp đặc thù, chủ lực kết hợp du lịch sinh thái điển hình trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa: *Hợp tác xã nông nghiệp Thái An* (xã Vĩnh Hải); *Vườn nho Ba Mọi* (xã Ninh Phước); *Trang trại nho Hoàng Yến* (xã Ninh Phước); *Farm Nho Trí Hà* (phường Đô Vinh); *Trang trại Nắng và Gió* (xã Mỹ Sơn); *Hợp tác xã Nông Trại Vui* (xã Diên Lâm); *Công ty TNHH Mango Cát Tiên và Công ty cổ phần CAMLAMONLINE* (xã Cam Lâm); *Mô hình vườn trái cây vùng miền núi* (xã Khánh Sơn); *HTX Nông nghiệp xanh Khánh Nam* (xã Tây Khánh Vĩnh); Mô hình du lịch vườn trái cây xã Lâm Sơn với các loại trái cây đặc sản chủ lực cho giá trị kinh tế cao như: sầu riêng, măng cụt, chôm chôm ngày càng thu hút đông đảo du khách đến vui chơi, nghỉ dưỡng.

Đặc biệt, chương trình du lịch vườn gắn với du lịch sinh thái Sakai đã tạo nên sự nhộn nhịp trong đời sống người dân địa phương. Chính quyền địa phương thực hiện dự án xây dựng tuyến đường giao thông liên thôn Lâm Phú - Lâm Hòa, đưa hoạt động du lịch vườn phát triển theo hướng an toàn, bền vững.

Nhìn chung, hoạt động của các cơ sở kết hợp với phát triển du lịch còn mang tính tự phát dựa trên tiềm năng và lợi thế sẵn có, mô hình phần lớn có quy mô nhỏ lẻ, thiếu bền vững, nguồn lực mỏng, đầu tư manh mún từ các hộ gia đình, phần ít do doanh nghiệp tư nhân, cộng đồng theo làng nghề, hợp tác xã và nguồn vận động, xã hội hóa, thiếu kiến thức và kinh nghiệm về lễ tân, cách bố trí, sắp xếp.... Một số mô hình du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái mới được khảo sát vẫn chưa đạt tiêu chí theo quy định; một số dự án vướng cơ sở pháp lý trong quy hoạch hoặc xây dựng, sử dụng sai mục đích, không theo quy hoạch, không phản ánh không gian văn hóa thu nhỏ của dân tộc mình. Công tác phòng cháy, chữa cháy chưa được quan tâm đúng mức, còn tiềm ẩn nhiều rủi ro. Nhiều điểm đến còn hạn chế về hạ tầng kỹ thuật, vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm và chất lượng dịch vụ. Công tác đầu tư nâng cấp, bảo tồn tài nguyên du lịch ở một số địa bàn chưa đồng bộ, thiếu tính kết nối chuỗi.

Để phát triển mô hình trên, trong thời gian tới, Sở Nông nghiệp và Môi trường

tiếp tục phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (đơn vị chủ trì công tác phát triển du lịch), các Sở ban ngành và UBND các xã, phường để tuyên truyền, vận động, hướng dẫn các cơ sở thực hiện việc xây dựng theo đúng quy hoạch, và khắc phục những tồn tại đã nêu trên, góp phần mở rộng không gian du lịch cộng đồng, đa dạng các sản phẩm, tăng sức hấp dẫn của điểm đến, khai thác hiệu quả các tài nguyên, sản phẩm du lịch cộng đồng của tỉnh.

Đồng thời, với mong muốn khai thác thế mạnh của hơn 600 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 03 sao trở lên hiện có, Sở Nông nghiệp và Môi trường đang xây dựng dự thảo Đề án “Phát triển sản phẩm OCOP trở thành đại sứ du lịch tỉnh Khánh Hòa giai đoạn 2026-2030” để trình UBND tỉnh phê duyệt, với tổng kinh phí dự kiến gần 98 tỷ đồng. Đề án đặt mục tiêu đưa sản phẩm OCOP gắn kết chặt chẽ với du lịch, góp phần nâng cao giá trị nông sản, làng nghề và khẳng định thương hiệu du lịch Khánh Hòa.

Theo đó, có ít nhất 50 sản phẩm OCOP gắn với du lịch. Lựa chọn những sản phẩm đặc trưng, độc đáo, mang đậm bản sắc địa phương, có tiềm năng trở thành sản phẩm đại sứ du lịch; trong đó ưu tiên các sản phẩm OCOP đạt từ 04 sao trở lên, sản phẩm đặc thù mà các địa phương khác không có đã được công nhận đạt 03 sao như: Yến sào, rong nho, trầm hương, nho, táo, xoài, bưởi, sầu riêng, măng tây, tỏi, các loại rong sụn, thịt dê, thịt cừu...; Hình thành ít nhất 30 điểm giới thiệu, trải nghiệm OCOP - Du lịch. Ưu tiên lựa chọn tại các xã, phường có vị trí thuận lợi về giao thông, tạo sự kết nối liên vùng giữa các tuyến, điểm du lịch. Trong đó khu vực Nam Khánh Hòa xây dựng 15 điểm, khu vực Bắc Khánh Hòa xây dựng 15 điểm. Các điểm này sẽ không chỉ là nơi trưng bày, mua sắm mà còn là không gian văn hóa, trải nghiệm quy trình sản xuất của làng nghề và nông sản.

Về mục tiêu cụ thể, Đề án đặt ra là đến năm 2030, doanh thu từ sản phẩm OCOP gắn với du lịch chiếm ít nhất 15% tổng doanh thu OCOP toàn tỉnh. 100% sản phẩm OCOP sẽ có mặt tại các kênh phân phối cao cấp, đòi hỏi tiêu chuẩn khắt khe như hệ thống khách sạn, resort, sân bay và trung tâm thương mại lớn. Đồng thời, tỉnh sẽ hình thành các mô hình du lịch nông thôn - làng nghề cụ thể, cho phép du khách trải nghiệm trực tiếp quy trình sản xuất, từ đó tạo sinh kế và giúp tăng thu nhập bền vững cho người dân địa phương.

Một trong những điểm nhấn quan trọng của Đề án là việc đẩy mạnh chuyển đổi số. Tỉnh sẽ xây dựng bản đồ số OCOP gắn với du lịch, triển khai hệ thống mã QR truy xuất nguồn gốc cho 100% sản phẩm tham gia. Đặc biệt, việc ứng dụng công nghệ 3D, video 360° để quảng bá sản phẩm trên các nền tảng số được ưu tiên, hướng đến mục tiêu đưa sản phẩm OCOP trở thành “đại sứ du lịch” trong kỷ nguyên mới. Với sự nỗ lực đồng bộ từ chính quyền đến các chủ thể OCOP, Chương trình OCOP Khánh Hòa đang bước vào một giai đoạn mới với tầm nhìn chiến lược, hứa hẹn đưa những sản phẩm đặc trưng của tỉnh trở thành những “đại sứ” hiệu quả nhất, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn gắn với du lịch bền vững và thịnh vượng. ■

HỢP TÁC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH SINH THÁI VÀ VĂN HÓA GIỮA TÂY NGUYÊN VÀ DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ

ĐẠI DIỆN SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH TỈNH ĐẮK LẮK

Tham luận tập trung phân tích tiềm năng hợp tác giữa Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ trong phát triển sản phẩm du lịch sinh thái và văn hóa. Với lợi thế bổ trợ giữa không gian “đại ngàn” và “biển lớn”, các địa phương có khả năng hình thành chuỗi sản phẩm đặc trưng mang bản sắc vùng, tạo sức cạnh tranh ở tầm quốc gia và quốc tế. Tuy nhiên, liên kết hiện nay còn rời rạc, thiếu sản phẩm chung và chưa có cơ chế phối hợp hiệu quả. Tham luận đề xuất định vị thương hiệu liên kết “Từ đại ngàn Tây Nguyên đến biển xanh Nam Trung Bộ”, xây dựng tour tuyến liên vùng, thống nhất bộ sản phẩm sinh thái - văn hóa, phát triển hạ tầng kết nối, đẩy mạnh xúc tiến chung và tăng cường liên kết doanh nghiệp.

TỪ KHÓA: Liên kết du lịch Tây Nguyên và Nam Trung Bộ; Bản sắc văn hóa dân tộc; Phát triển bền vững, Du lịch sinh thái - văn hóa

1. Mở đầu

Tỉnh Khánh Hòa - một trong những địa phương có thương hiệu du lịch biển nổi tiếng trong và ngoài nước, với mục tiêu rõ ràng, tầm nhìn dài hạn trong việc đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Khánh Hòa với Nha Trang, Cam Ranh, Vân Phong đã khẳng định vị thế là trung tâm du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng cao cấp, thể thao biển, du lịch MICE, là cửa ngõ quan trọng đón khách quốc tế đến với khu vực miền Trung - Tây Nguyên. Ở phía Tây, Đắk Lắk cùng Gia Lai đại diện cho không gian văn hóa cồng chiêng, đại ngàn, bản làng, sông suối, thác ghềnh; ở phía Đông, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Quảng Ngãi, Lâm Đồng có thể mạnh đặc trưng về biển đảo, đô thị du lịch, cao nguyên ôn đới. Nếu biết khai thác tốt sự bổ trợ này, chúng ta có thể hình thành chuỗi sản phẩm du lịch sinh thái, văn hóa mang đậm dấu ấn “từ đại ngàn đến biển lớn” có sức cạnh tranh ở tầm khu vực và quốc tế.

2. Tiềm năng liên kết vùng mạnh mẽ

Tỉnh Đắk Lắk nằm ở vùng Nam Trung Bộ, có diện tích tự nhiên hơn 18.000km², là tỉnh lớn thứ ba Việt Nam, trung tâm hành chính của tỉnh là phường Buôn Ma Thuột. Tỉnh Đắk Lắk có thể mạnh về hệ thống giao thông liên kết vùng như Quốc lộ 1A, 14, 26, 27, 29 kết nối thuận lợi giữa Nam Trung Bộ và Cao nguyên; tuyến đường sắt Bắc - Nam đi qua Tuy Hòa; cảng biển Vũng Rô và các dự án cao tốc, như: Buôn Ma Thuột - Khánh Hòa, Tuy Hòa - Gia Lai đang được đầu tư đã và sẽ mở ra trực phát triển du lịch biển - cao nguyên có tính chiến lược; có sân bay Buôn Ma Thuột và sân bay Tuy Hòa có khả năng nâng cấp, mở rộng đón khách quốc tế.

Đắk Lắk sở hữu nguồn tài nguyên du lịch phong phú, hội tụ cả đặc trưng của vùng núi Cao nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ, tạo nên một bức tranh đa sắc về thiên nhiên và văn hóa, có dân số trên 3,3 triệu người với hơn 49 dân tộc từ các vùng miền trong cả nước. Trong đó, đồng bào Êđê, M'nông, J'rai, Chăm là các dân tộc thiểu số tại chỗ, còn các dân tộc thiểu số ở các tỉnh khác đến trong gần 50 năm qua như: Mường, Tày, Nùng, Dao, Thái, Mông... Mỗi dân tộc đều có bản sắc văn hóa riêng phong phú và đa dạng, chính vì thế, Đắk Lắk có sự đa dạng, phong phú về phong tục tập quán, về văn hóa truyền thống các vùng miền; trong đó, các dân tộc thiểu số tại chỗ có những đặc trưng văn hóa riêng biệt như: Nghệ thuật Bài chòi, Nghệ thuật trình diễn Trống đôi, cồng ba, chiêng năm, Hò Khoan, Hò Bả Trạo, Trường ca Đam San, Xing Nhã, Đăm Di, truyền miệng, ngôn ngữ nói, chữ viết của người Êđê, người M'nông...

Một niềm tự hào cho Đắk Lắk là Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên và Nghệ thuật Bài chòi đã được Tổ chức UNESCO ghi danh là Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại; tài nguyên du lịch nhân văn của tỉnh có giá trị cao gắn liền với sự đa dạng bản sắc dân tộc với những giá trị độc đáo về kiến trúc nhà sàn, mỹ thuật, âm nhạc, văn hóa, lễ hội, ẩm thực... Các di sản văn hóa vật thể nổi tiếng như các loại nhạc cụ cồng chiêng, đàn đá, kèn đá, tre nứa, kiến trúc nhà dài, kiến trúc nhà mồ, công cụ lao động dệt thổ cẩm, tạc tượng... thể hiện đời sống, sinh hoạt văn hóa và phong tục tập quán của

cộng đồng các dân tộc chung sống trong khu vực Tây Nguyên.

Bên cạnh đó, Đắk Lắk còn có nhiều tiềm năng phát triển du lịch với bờ biển dài 189km và núi rừng Cao nguyên, nơi có hệ sinh thái rừng khộp, rừng đặc dụng và nhiều khu bảo tồn thiên nhiên đặc sắc với các loại hình du lịch đa dạng như du lịch sinh thái, cảnh quan; du lịch văn hóa, lịch sử; du lịch lễ hội... Các điểm du lịch sinh thái, cảnh quan có các thắng cảnh như thác Dray Nur, thác Dray Sáp Thượng, Thủy Tiên, Bìm Bịp, Dray K'nao, Dray Yông, Dray Dlong, Vườn Quốc gia Yok Đôn, Chư Yang Sin, Khu Bảo tồn thiên nhiên Ea Sô, hồ Lắk, hồ Ea Kao, hồ Ea Nhái, hồ Buôn Triết, hồ Ea Súp Thượng, hang đá Đắk Tuôr, Bãi Xép, Bãi Môn, Hòn Yến, Vịnh Xuân Đài, Đầm Ô Loan, Cù Lao Mái Nhà ... Các điểm văn hóa lịch sử như Di tích quốc gia đặc biệt Nhà đày Buôn Ma Thuột, Di tích danh thắng quốc gia đặc biệt Gành Đá Đĩa, Di tích lịch sử quốc gia Biệt điện Bảo Đại, Bảo tàng Đắk Lắk, di tích Thành An Thổ, Tháp Nhạn - công trình kiến trúc Champa độc đáo; khu di tích Vũng Rô - gắn với đường Hồ Chí Minh trên biển, minh chứng lịch sử hào hùng trong kháng chiến chống Mỹ; Mũi Điện (Mũi Đại Lãnh vừa mang giá trị lịch sử vừa giàu tiềm năng du lịch; các lễ hội đặc trưng như văn hóa cồng chiêng, hội voi, đua thuyền, cầu ngư, lễ hội của các dân tộc thiểu số..., các làng nghề truyền thống như: nghề dệt thổ cẩm, nghề gốm Yang Tao, nghề làm rượu cần, làng nghề nước mắm, làng nghề bánh tráng, làng nghề dệt chiếu cói...

Những năm gần đây, Đắk Lắk đón khoảng vài triệu lượt khách mỗi năm, trong đó khách nội địa chiếm tỷ trọng lớn; thời gian lưu trú, mức chi tiêu từng bước được cải thiện nhờ các sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm văn hóa - nông nghiệp, du lịch sinh thái gắn với bảo tồn thiên nhiên.

Nếu nhìn rộng ra không gian các tỉnh liên kết hiện nay, chúng ta có một bức tranh khá toàn diện: Đà Nẵng là đô thị du lịch, trung tâm MICE, cửa ngõ hàng không quốc tế, với thế mạnh về du lịch biển, dịch vụ chất lượng cao, sự chuyên nghiệp trong quản lý và tổ chức sự kiện; Khánh Hòa là "thủ phủ" du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí cao cấp, trung tâm đào tạo và cung ứng nhân lực du lịch; Quảng Ngãi nổi bật với Lý Sơn - "vương quốc tỏi", cảnh quan biển đảo, văn hóa Sa Huỳnh; Lâm Đồng với Đà Lạt là trung tâm du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái, nông nghiệp công nghệ cao; Gia Lai và Đắk Lắk đại diện cho không gian đại ngàn, cồng chiêng, các điểm đến sinh thái - văn hóa gắn với bản làng, sông, thác, hồ tự nhiên. Như vậy, trong một "vòng cung" liên kết không quá xa về địa lý, chúng ta hội tụ đầy đủ các loại hình: biển đảo, núi rừng, cao nguyên, đô thị du lịch, nông nghiệp trải nghiệm, văn hóa bản địa, di sản thế giới. Đây là điều kiện hết sức thuận lợi để liên kết theo sản phẩm, nhất là các sản phẩm du lịch sinh thái và văn hóa.

Tuy nhiên, nhìn thẳng vào thực tế, tiềm năng liên kết giữa Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ vẫn chưa được khai thác tương xứng. Sản phẩm liên kết "rừng - biển" còn manh mún, chưa hình thành được những gói tour, tuyến du lịch hoàn chỉnh có thương hiệu chung. Nhiều doanh nghiệp lữ hành mới dừng ở mức "đính kèm" một vài điểm đến Tây Nguyên trong chương trình du lịch biển, hoặc ngược lại, đưa khách Tây Nguyên đi biển với thời gian rất ngắn, thiếu câu chuyện chung và bản sắc riêng. Kết nối hạ tầng

giao thông giữa Khánh Hòa - Đắk Lắk, Khánh Hòa - Gia Lai, Khánh Hòa - Lâm Đồng, Đà Nẵng - Tây Nguyên tuy đã được cải thiện nhưng vẫn còn những điểm nghẽn về thời gian di chuyển, dịch vụ dọc tuyến, điểm dừng chân. Công tác xúc tiến quảng bá chung còn phân tán, mỗi địa phương một khẩu hiệu, một hình ảnh, thiếu một thông điệp chung cho toàn vùng.

Trong bối cảnh ngành du lịch đang phục hồi mạnh sau đại dịch và đứng trước xu hướng du lịch sinh thái - du lịch trải nghiệm - du lịch văn hóa tăng nhanh trên toàn cầu, Đắk Lắk cho rằng đây là thời điểm thích hợp để các tỉnh Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ đẩy mạnh hợp tác, chuyển từ liên kết hình thức sang liên kết thực chất, có sản phẩm cụ thể, có cơ chế phối hợp rõ ràng và có mục tiêu chung về phát triển bền vững.

3. Nhóm giải pháp liên kết vùng đột phá

Từ thực tiễn đó, với vai trò là một tỉnh ở cửa ngõ Tây Nguyên, Đắk Lắk xin đề xuất một số định hướng và giải pháp về hợp tác phát triển sản phẩm du lịch sinh thái và văn hóa giữa Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ, trong đó đặt trọng tâm vào liên kết theo sản phẩm.

Thứ nhất, về định vị chung, chúng ta cần thống nhất xây dựng hình ảnh liên kết “Từ đại ngàn Tây Nguyên đến biển xanh Nam Trung Bộ” hoặc “Một hành trình - hai không gian: rừng đại ngàn và biển đảo”, làm “khung” để phát triển các dòng sản phẩm. Trong khung đó, Đắk Lắk, Gia Lai đóng vai trò là “vùng lõi” của sản phẩm du lịch văn hóa - sinh thái núi rừng, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Quảng Ngãi là “vùng lõi” của sản phẩm biển đảo, đô thị du lịch, Lâm Đồng là “vùng chuyển tiếp” với lợi thế khí hậu ôn hòa, nông nghiệp công nghệ cao, du lịch hoa, nông trại.

Thứ hai, về phát triển sản phẩm cụ thể, có thể tập trung vào một số nhóm chính. Nhóm sản phẩm du lịch sinh thái - khám phá: xây dựng các tour liên tỉnh kết nối Vườn Quốc gia Yok Đôn, khu vực hồ Lắk, thác Dray Nur - Dray Sáp (Đắk Lắk), Biển Hồ - cao nguyên Pleiku, Kon Ka Kinh, Kon Chư Răng (Gia Lai) với bán đảo Hòn Gốm, Vịnh Vân Phong, Vịnh Nha Trang, Bán đảo Bình Lập, Bình Ba (Khánh Hòa), biển Mỹ Khê, Sơn Trà (Đà Nẵng), Sa Huỳnh, Lý Sơn (Quảng Ngãi) và các khu sinh thái rừng - hồ tại Lâm Đồng. Trong một hành trình 4-5 ngày, du khách có thể trải nghiệm “một ngày ở đại ngàn - một ngày trên biển”, trekking rừng, ngắm voi, xem động vật hoang dã vào buổi sáng, và lặn ngắm san hô, chèo SUP, ngắm bình minh trên biển vào ngày hôm sau.

Nhóm sản phẩm du lịch văn hóa - lễ hội - di sản: có thể xây dựng các tuyến du lịch theo chủ đề “Công chiêng đại ngàn - Hồ biển miền Trung”, kết nối không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên, lễ hội truyền thống của người Êđê, M’nông, Gia Rai tại Đắk Lắk, Gia Lai với các lễ hội dân gian vùng biển như Lễ hội Cầu ngư, Lễ hội Cá Ông, các lễ hội văn hóa - ẩm thực biển của Khánh Hòa, Quảng Ngãi, Đà Nẵng. Đắk Lắk đang tổ chức Festival Cà phê, Khánh Hòa có Festival Biển, Đà Nẵng có Lễ hội pháo hoa quốc tế, Lâm Đồng có Festival Hoa;

nếu được kết nối trong một “chuỗi sự kiện du lịch vùng”, du khách có thể lựa chọn nhiều hành trình kết hợp tham dự lễ hội, trải nghiệm văn hóa và nghỉ dưỡng sinh thái.

Nhóm sản phẩm du lịch cộng đồng, nông nghiệp trải nghiệm: Đắk Lắk, Gia Lai, Lâm Đồng có nhiều mô hình du lịch cộng đồng, farmstay, homestay gắn với nông nghiệp (cà phê, hồ tiêu, mắc ca, rau - hoa công nghệ cao, cao su, hồ tiêu, cây ăn trái). Khánh Hòa, Quảng Ngãi có các làng chài, làng nghề ven biển, mô hình du lịch cộng đồng biển đảo. Việc kết hợp các điểm đến này trong một chương trình du lịch sinh thái - cộng đồng xuyên vùng sẽ giúp du khách hiểu sâu hơn về vòng đời sản phẩm nông - lâm - thủy sản, về sự giao thoa giữa văn minh đại ngàn và văn minh biển.

Thứ ba, về tổ chức không gian và tuyến du lịch, Đắk Lắk đề nghị nghiên cứu một số “trục liên kết sản phẩm” cụ thể. Chẳng hạn trục “Đà Nẵng - Gia Lai - Đắk Lắk - Khánh Hòa” theo hướng biển - núi - biển, trục “Khánh Hòa - Đắk Lắk - Lâm Đồng” theo hướng resort biển - sinh thái đại ngàn - nghỉ dưỡng cao nguyên, trục “Quảng Ngãi -- Gia Lai - Đắk Lắk” theo hướng biển đảo - cao nguyên - văn hóa cổng chiêng. Trên các trục này, các tỉnh có thể phối hợp rà soát, chọn lọc một số điểm đến, dịch vụ đạt chuẩn, cùng xây dựng các sản phẩm tour tuyến chung, thống nhất tiêu chí chất lượng, hình ảnh nhận diện và cơ chế chia sẻ thông tin, dữ liệu.

Thứ tư, về cơ chế liên kết và tổ chức thực hiện, chúng tôi cho rằng bên cạnh các thỏa thuận cấp lãnh đạo, cần chú trọng liên kết thực chất giữa các doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề. Các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Xúc tiến du lịch các tỉnh cần đóng vai trò “nhạc trưởng”, kết nối các hiệp hội du lịch, lữ hành, khách sạn, vận tải để cùng xây dựng, vận hành sản phẩm. Có thể nghiên cứu thành lập “Nhóm công tác phát triển sản phẩm du lịch sinh thái và văn hóa Tây Nguyên - Duyên hải Nam Trung Bộ”, trong đó Khánh Hòa và Đắk Lắk là hai đầu mối điều phối, thường xuyên cập nhật thông tin, tháo gỡ vướng mắc, chia sẻ kinh nghiệm.

Thứ năm, về hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ, để các dòng sản phẩm “rừng - biển” vận hành trơn tru, cần ưu tiên hoàn thiện các tuyến giao thông chiến lược như đường bộ kết nối Khánh Hòa - Đắk Lắk, Khánh Hòa - Gia Lai, Đà Nẵng - Tây Nguyên; nâng cao chất lượng dịch vụ dọc tuyến (trạm dừng chân, điểm giới thiệu sản phẩm, cơ sở vệ sinh, điểm check-in...); khuyến khích các hãng xe, hãng hàng không mở các gói dịch vụ, đường bay, khung giờ thuận tiện phục vụ tour liên vùng. Đồng thời, các tỉnh cần quan tâm phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên am hiểu văn hóa bản địa, có khả năng dẫn dắt câu chuyện chung “Tây Nguyên - Duyên hải Nam Trung Bộ” chứ không chỉ từng địa phương riêng lẻ.

Thứ sáu, về công tác xúc tiến, quảng bá, đề nghị các tỉnh thống nhất xây dựng bộ nhận diện chung cho các sản phẩm liên kết sinh thái - văn hóa - Lễ hội; tổ chức các chương trình quảng bá chung tại các thị trường trọng điểm trong và ngoài nước; phối hợp sử dụng chung nền tảng số, dữ liệu số về du lịch, xây dựng bản đồ số các tuyến “rừng - biển”, clip

quảng bá chung với thời lượng, ngôn ngữ phù hợp nhiều thị trường. Các sự kiện, lễ hội lớn như Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột (Đắk Lắk); Festival Biển Nha Trang (Khánh Hòa); Lễ hội Cổng chiêng Tây Nguyên (Gia Lai); Lễ hội Sâm Ngọc Linh (Quảng Ngãi); Lễ hội Hoa Đà Lạt, Lễ hội văn hóa thổ cẩm (Lâm Đồng); Lễ hội Pháo hoa Đà Nẵng, các sự kiện thể thao biển, marathon đường đèo, giải đua xe đạp địa hình, xuyên vùng... cần được lồng ghép các hoạt động giới thiệu sản phẩm liên kết “Tây Nguyên - Duyên hải Nam Trung Bộ”.

Đối với Khánh Hòa, với vai trò trung tâm du lịch quốc gia, chúng tôi mong muốn Khánh Hòa sẽ tiếp tục là hạt nhân trong chuỗi liên kết, đặc biệt là trong các hoạt động xúc tiến quảng bá, thu hút khách quốc tế, ứng dụng chuyển đổi số và kết nối hàng không - cảng biển. Riêng với tỉnh Đắk Lắk, chúng tôi mong muốn hai địa phương có thể sớm ký kết, cập nhật các chương trình hợp tác phát triển du lịch theo hướng: phối hợp xây dựng tối thiểu 2-3 sản phẩm tour “Biển Nha Trang - đại ngàn Đắk Lắk” mang tính mẫu; ưu tiên kết nối các khu, điểm có điều kiện hạ tầng tương đối tốt như: Khánh Hòa (Nha Trang, Vân Phong) với Đắk Lắk (Buôn Ma Thuột - hồ Lắk - Yok Đôn - các buôn làng du lịch cộng đồng). Đồng thời, phối hợp mời một số hãng lữ hành lớn khảo sát, xây dựng sản phẩm; cùng nghiên cứu cơ chế kích cầu du lịch song phương theo mùa, chia sẻ dữ liệu thị trường, cùng tham gia gian hàng chung tại các hội chợ, sự kiện xúc tiến trong và ngoài nước.

4. Kết luận

Tương lai du lịch không thuộc về một địa phương đơn lẻ mà thuộc về những vùng đất biết hợp tác, biết phát huy sức mạnh tổng hợp. Với trách nhiệm của mình, ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch Đắk Lắk sẽ tiếp tục tham mưu Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân tỉnh triển khai Đề án phát triển du lịch tỉnh, trong đó dành không gian xứng đáng cho trục liên kết “rừng - biển” với các tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ; đồng thời cam kết đồng hành cùng Khánh Hòa và các địa phương trong vùng để biến những định hướng liên kết thành các chương trình, sản phẩm cụ thể, vận hành hiệu quả trên thị trường. Khi biển xanh của Khánh Hòa gặp đại ngàn Đắk Lắk, khi hơi thở mặn mòi của gió biển hòa mình cùng tiếng chiêng ngân vang bất tận nơi núi rừng, chúng ta sẽ tạo ra những giá trị mới cho du lịch Việt Nam - giá trị khác biệt, giàu bản sắc, bền vững và có sức cạnh tranh quốc tế. Đắk Lắk tin tưởng rằng sự liên kết giữa Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ không chỉ hỗ trợ Khánh Hòa phát triển mạnh mẽ ngành du lịch mũi nhọn, mà còn mở ra con đường phát triển bền vững cho toàn vùng trong thời gian tới, để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp xứng đáng vào phát triển nhanh, bền vững của Tây Nguyên và Duyên hải Nam Trung Bộ. ■

LIÊN KẾT VÙNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NGHỈ DƯỠNG, SINH THÁI VÀ CHĂM SÓC SỨC KHỎE

SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH LÂM ĐỒNG

Du lịch sẽ bứt tốc khi đẩy mạnh liên kết vùng. Lâm Đồng và Khánh Hòa có tiềm năng liên kết trong phát triển du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái và chăm sóc sức khỏe. Với lợi thế bổ trợ rõ nét - Khánh Hòa mạnh về du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng cao cấp và sự kiện, trong khi Lâm Đồng nổi bật với khí hậu trị liệu, du lịch cao nguyên và sinh thái rừng núi - hai địa phương có khả năng hình thành chuỗi sản phẩm “biển - núi - rừng” độc đáo. Việc hợp nhất địa giới tạo thêm không gian phát triển và năng lực đón khách cho Lâm Đồng, mở ra cơ hội xây dựng các chương trình du lịch liên vùng chất lượng cao. Tham luận đề xuất các giải pháp thúc đẩy liên kết hạ tầng, phát triển sản phẩm nghỉ dưỡng - chăm sóc sức khỏe, quảng bá chung, chuyển đổi số và hợp tác đào tạo nhân lực nhằm tạo động lực tăng trưởng bền vững cho toàn vùng.

TỪ KHÓA: Liên kết vùng du lịch; Du lịch nghỉ dưỡng - sinh thái; Chăm sóc sức khỏe; Chuyển đổi số du lịch; Phát triển bền vững

I. Mở đầu

Hôm nay, đứng trên vùng đất Khánh Hòa xinh đẹp - điểm đến biển đảo nổi tiếng của Việt Nam, càng thấy rõ tiềm năng to lớn của việc liên kết giữa các địa phương có lợi thế bổ trợ nhau. Nếu Khánh Hòa là "viên ngọc xanh của biển Đông" thì Lâm Đồng đang định hình là "điểm đến ba miền" độc đáo với sự hội tụ của cao nguyên, biển và rừng núi.

II. Cơ hội liên kết vùng

Từ ngày 1 tháng 7 năm 2025, việc hợp nhất ba tỉnh Lâm Đồng, Bình Thuận và Đắk Nông đã tạo nên một Lâm Đồng mới với diện tích 24.233 km² và gần 4 triệu dân. Đây là bước ngoặt chiến lược, mở ra cơ hội xây dựng trung tâm du lịch đa trải nghiệm hàng đầu khu vực với ba vùng sinh thái đặc trưng: cao nguyên Đà Lạt với khí hậu ôn hòa lý tưởng cho nghỉ dưỡng cao cấp và chăm sóc sức khỏe, nơi các resort sang trọng kết hợp spa trị liệu, yoga, thiền định trong không gian núi rừng yên bình; vùng biển Phan Thiết - Mũi Né với 192 km bờ biển thuận lợi cho nghỉ dưỡng biển, du lịch thể thao biển và du lịch hội nghị - sự kiện, với các khu nghỉ dưỡng ven biển đẳng cấp kết hợp trung tâm tắm bùn khoáng và trị liệu nước biển; và đại ngàn Tây Lâm Đồng với Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông cùng hệ thống hang động núi lửa độc đáo, phát triển du lịch sinh thái nghỉ dưỡng gắn gũi thiên nhiên và du lịch cộng đồng.

Đặc biệt về tiềm năng khí hậu trị liệu của vùng trung tâm Lâm Đồng: Cao nguyên Đà Lạt sở hữu khí hậu cận nhiệt đới cao nguyên tại Việt Nam với nhiệt độ trung bình 18-24°C quanh năm, độ ẩm lý tưởng 78-82%, không có mùa nóng gay gắt hay mùa đông lạnh buốt. Ánh nắng vàng dịu nhẹ với khoảng 2.000-2.200 giờ nắng mỗi năm, không khí trong lành với hàm lượng bụi thấp, nồng độ ion âm cao - điều kiện tự nhiên lý tưởng cho điều trị bệnh hô hấp, tim mạch và phục hồi sức khỏe tinh thần. Đây chính là yếu tố khí hậu trị liệu tự nhiên hiếm có, tạo nên lợi thế cạnh tranh vượt trội trong phát triển du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe toàn diện.

Hiện nay, tại Đà Lạt đã và đang phát triển hệ thống các resort nghỉ dưỡng cao cấp tích hợp trung tâm spa trị liệu, yoga và thiền định, với các chương trình detox hữu cơ sử dụng sản phẩm nông nghiệp sạch từ nông trại công nghệ cao địa phương. Các villa và biệt thự nghỉ dưỡng được thiết kế hài hòa với thiên nhiên, view hồ núi, rừng thông, tạo không gian yên tĩnh lý tưởng cho nghỉ ngơi và phục hồi sức khỏe. Khí hậu mát mẻ quanh năm của Đà Lạt bổ trợ hoàn hảo cho khí hậu nhiệt đới ẩm nóng ở vùng biển Khánh Hòa, tạo nên sự tương phản lý tưởng cho các chương trình du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe.

Lâm Đồng hiện sở hữu 7 di sản UNESCO gồm Không gian văn hóa công điền Tây Nguyên, Mộc bản Triều Nguyễn, Nghệ thuật Đờn ca tài tử Nam Bộ, Làng nghề gốm Chăm, Khu dự trữ sinh quyển Langbiang, Công viên địa chất toàn cầu Đắk Nông, cùng 144 di tích lịch sử - văn hóa. Sự kết hợp giữa văn hóa bản địa Tây Nguyên và văn hóa vùng duyên hải

Nam Trung Bộ tạo nên bản sắc độc đáo, giàu chiều sâu - nguồn tài nguyên du lịch văn hóa vô cùng phong phú.

Năm 2025 đánh dấu sự phát triển ấn tượng: đến hết tháng 10, tỉnh đã đón hơn 17,156 triệu lượt khách (tăng gần 20%), doanh thu đạt 45.472 tỷ đồng, với khách quốc tế tăng gần 40%. Tỉnh có hơn 4.200 cơ sở lưu trú, 124 đơn vị lữ hành, 99 khu điểm du lịch và 43.000 lao động được đào tạo. Tuy nhiên, để có thể phát huy hết tiềm năng to lớn này, Lâm Đồng không thể đi một mình mà cần sự đồng hành, hợp tác chặt chẽ với các địa phương có thể mạnh hỗ trợ và Khánh Hòa chính là đối tác chiến lược mà chúng tôi hướng tới.

Lâm Đồng và Khánh Hòa có mối liên hệ tự nhiên về địa lý và thị trường du lịch, hoàn toàn có thể xây dựng trực liên kết mạnh mẽ tạo chuỗi sản phẩm đa dạng và hấp dẫn.

Về bổ trợ sản phẩm du lịch: Khánh Hòa nổi bật với du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng cao cấp ven biển với chuỗi resort 5 sao, du lịch hội nghị - sự kiện và thể thao biển tại Nha Trang - điểm đến sôi động, hiện đại. Đặc biệt, Khánh Hòa có thể mạnh về các dịch vụ chăm sóc sức khỏe dựa trên nguồn khoáng nóng tự nhiên như tắm bùn khoáng, trị liệu nước biển, massage trị liệu và các trung tâm spa biển đẳng cấp quốc tế.

Lâm Đồng mang đến không gian yên tĩnh, thanh bình của nghỉ dưỡng cao nguyên với các resort ẩn mình giữa rừng thông, bên hồ núi thơ mộng, du lịch sinh thái rừng núi và chăm sóc sức khỏe toàn diện dựa trên lợi thế khí hậu trị liệu tự nhiên. Các resort tại Đà Lạt chuyên sâu về các chương trình phục hồi sức khỏe tinh thần, yoga retreat, thiền định, detox hữu cơ và liệu pháp giấc ngủ chất lượng cao trong không khí mát lạnh tự nhiên.

Sự kết hợp này tạo nên mô hình "biển - núi - rừng" lý tưởng cho nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe toàn diện: du khách có thể tham gia hội nghị - sự kiện tại Nha Trang, sau đó nghỉ dưỡng tại resort biển với các liệu pháp nước biển và bùn khoáng, rồi lên Đà Lạt tiếp tục hành trình tái tạo năng lượng với spa, yoga, thiền định trong không khí trong lành của cao nguyên, hoặc khám phá hang động núi lửa Đăk Nông với các homestay sinh thái rồi thư giãn tại resort biển Nha Trang.

Về liên kết hạ tầng giao thông: Khoảng cách Nha Trang - Đà Lạt chỉ 140 km, thời gian di chuyển hiện tại khoảng 3 giờ. Khi tuyến cao tốc Nha Trang - Liên Khương hoàn thiện, thời gian sẽ rút còn 1,5-2 giờ, tạo điều kiện thuận lợi để du khách trải nghiệm cả hai điểm đến trong cùng hành trình.

Chúng tôi đề xuất phối hợp mở các tour liên kết 3-5 ngày với các gói nghỉ dưỡng đa dạng từ trung cấp đến cao cấp. Đặc biệt, xây dựng gói "Hành trình Nghỉ dưỡng & Chăm sóc Sức khỏe" cao cấp: du khách nghỉ dưỡng tại resort biển Nha Trang với các hoạt động thể thao biển, điều trị tắm bùn khoáng, trị liệu nước biển và massage trị liệu, sau đó chuyển lên Đà Lạt nghỉ dưỡng tại resort cao nguyên với liệu pháp khí hậu, yoga retreat, thiền định trong rừng thông, spa thảo dược địa phương và detox hữu cơ với thực phẩm

từ nông trại sạch. Những chương trình nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc sức khỏe này sẽ gia tăng thời gian lưu trú và chi tiêu, mang lại lợi ích thiết thực cho cả hai tỉnh.

Về xúc tiến quảng bá thị trường: Thay vì cạnh tranh, hai tỉnh có thể phối hợp tổ chức sự kiện du lịch lớn, tham gia hội chợ quốc tế với gian hàng chung, hợp tác hãng hàng không mở đường bay thẳng/charter kết nối với Hàn Quốc, Trung Quốc, Đông Nam Á. Xây dựng chiến dịch tiếp thị "Khám phá Miền Trung Việt Nam - Từ Cao nguyên đến bờ biển" sẽ giúp tiếp cận thị trường hiệu quả, tiết kiệm chi phí. Chúng ta có thể chia sẻ cơ sở dữ liệu khách hàng, kết nối Festival Biển Nha Trang với Festival Hoa Đà Lạt, tổ chức "Tuần lễ Du lịch Khánh Hòa - Lâm Đồng" tại các thị trường trọng điểm.

Về phát triển du lịch xanh và bền vững: Cả hai tỉnh đều đối mặt thách thức bảo vệ môi trường khi du lịch phát triển mạnh. Chúng ta có thể cùng xây dựng tiêu chuẩn chung về du lịch bền vững, triển khai chương trình bảo vệ môi trường, giảm thiểu rác thải nhựa, quản lý tải lượng khách khoa học. Lâm Đồng cam kết 100% khách sạn 3 sao trở lên đạt chứng nhận xanh vào 2028, rất mong được chia sẻ kinh nghiệm với Khánh Hòa để lan tỏa thông điệp "Mỗi du khách - Một hành động xanh".

Về kết nối nguồn nhân lực: Khánh Hòa có nhiều kinh nghiệm quản lý điểm đến, phát triển du lịch hội nghị - sự kiện và đón tiếp khách quốc tế. Việc tổ chức chương trình trao đổi, đào tạo nguồn nhân lực giữa hai tỉnh sẽ giúp Lâm Đồng nâng cao năng lực quản lý, trong khi Khánh Hòa tham khảo mô hình du lịch nông nghiệp công nghệ cao, du lịch cộng đồng từ Lâm Đồng - một sự trao đổi hai chiều, cùng có lợi.

Để hiện thực hóa hợp tác và tầm nhìn trở thành trung tâm du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng - chăm sóc sức khỏe hàng đầu Đông Nam Á, Lâm Đồng đã xác định định hướng chiến lược 2026-2030 với liên kết vùng là trụ cột nền tảng.

Chúng tôi triển khai mô hình ba vùng động lực: vùng trung tâm Lâm Đồng tập trung nghỉ dưỡng cao cấp với các resort, villa, spa trị liệu, chăm sóc sức khỏe toàn diện, nông nghiệp công nghệ cao "từ trang trại đến bàn ăn" và Festival Hoa; vùng đông Lâm Đồng trở thành "thiên đường thể thao biển Đông Nam Á" với hệ thống resort biển đẳng cấp, du lịch hội nghị - sự kiện và kinh tế đêm ven biển; vùng Tây Lâm Đồng phát triển du lịch sinh thái nghỉ dưỡng gắn gũi thiên nhiên, du lịch địa chất, du lịch cộng đồng và du lịch thể thao mạo hiểm.

Về hạ tầng, đẩy nhanh cao tốc Tân Phú - Bảo Lộc, Bảo Lộc - Liên Khương và đặc biệt tuyến Nha Trang - Liên Khương - huyết mạch kết nối với Khánh Hòa. Sân bay Liên Khương nâng cấp lên 5 triệu khách/năm, sân bay Phan Thiết đi vào hoạt động, cùng hệ thống giao thông công cộng xanh.

Chuyển đổi số là ưu tiên hàng đầu: nâng cấp DalatCity.org, triển khai 200 điểm mã QR đa ngôn ngữ, hướng dẫn viên ảo trí tuệ nhân tạo, hệ thống giám sát lưu lượng khách

thông minh - lĩnh vực Lâm Đồng mong muốn hợp tác với Khánh Hòa. Quảng bá thương hiệu với chiến dịch đa kênh, phim chất lượng cao trên CNN, BBC, hợp tác người ảnh hưởng quốc tế và tổ chức sự kiện tầm khu vực.

III. Kết luận

Liên kết vùng không chỉ là lựa chọn mà là con đường tất yếu để Lâm Đồng và Khánh Hòa cùng vươn tầm quốc tế. Với mục tiêu 2026 đón 25 triệu lượt khách, doanh thu 71.500 tỷ đồng và trở thành trung tâm du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng - chăm sóc sức khỏe hàng đầu Đông Nam Á vào 2030, chúng tôi tin tưởng rằng với sự hợp tác chặt chẽ của Khánh Hòa, mục tiêu này sẽ trở thành hiện thực.

Hợp tác Lâm Đồng - Khánh Hòa không chỉ tạo chuỗi giá trị "biển - núi - rừng" hoàn chỉnh mà còn là mô hình tiên phong cho liên kết vùng bền vững, hài hòa giữa phát triển kinh tế, bảo vệ môi trường và gìn giữ bản sắc văn hóa. Chúng ta đang cùng kiến tạo những trải nghiệm đáng nhớ mà du khách sẽ mãi ghi nhớ và muốn quay trở lại.

Lâm Đồng mong muốn tăng cường hợp tác toàn diện với Khánh Hòa: từ phát triển sản phẩm, hạ tầng, xúc tiến quảng bá, đào tạo nguồn nhân lực đến bảo vệ môi trường. Chúng tôi tin rằng với tinh thần cởi mở, thiện chí và quyết tâm cao, chúng ta hoàn toàn có thể cùng xây dựng điểm đến du lịch đẳng cấp quốc tế, góp phần khẳng định vị thế du lịch Việt Nam trên bản đồ thế giới. ■

LIÊN KẾT DU LỊCH BIỂN - CAO NGUYÊN: HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM GIỮA NHA TRANG VÀ TÂY NGUYÊN

SỞ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH TỈNH GIA LAI

Tham luận nhấn mạnh tầm quan trọng của liên kết du lịch biển - cao nguyên giữa Nha Trang và Tây Nguyên nhằm tạo dựng hành lang du lịch liên vùng, nâng cao sức cạnh tranh và mở rộng chuỗi giá trị. Với lợi thế đặc sắc của du lịch biển Khánh Hòa và sinh thái - văn hóa đại ngàn Gia Lai, hành trình “Biển xanh - Đại ngàn” được xem là hướng phát triển chiến lược. Tham luận phân tích tiềm năng, thực trạng hạ tầng, sản phẩm, doanh nghiệp và cơ hội mở ra từ việc mở rộng không gian du lịch của Gia Lai. Đồng thời đề xuất các giải pháp về phát triển sản phẩm liên vùng, nâng cấp hạ tầng, xúc tiến quảng bá, chuyển đổi số và cơ chế điều phối nhằm xây dựng mô hình liên kết bền vững, lan tỏa động lực tăng trưởng cho khu vực.

TỪ KHÓA: Liên kết du lịch; Biển - cao nguyên, Hành lang du lịch, Sản phẩm liên vùng; Hạ tầng du lịch; Xúc tiến quảng bá.

I. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam bước vào giai đoạn đổi mới mạnh mẽ theo Nghị quyết số 82/NQ-CP của Chính phủ và yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội gắn với liên kết vùng, việc hình thành các hành lang du lịch liên vùng trở thành nhiệm vụ chiến lược nhằm gia tăng giá trị chuỗi, nâng cao tính cạnh tranh và mở ra không gian phát triển mới cho các địa phương. Hành lang du lịch biển - cao nguyên giữa các tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên là một trong những trục liên kết quan trọng, không chỉ kết nối hai không gian sinh thái - văn hóa đặc sắc mà còn tạo điều kiện phát triển các sản phẩm du lịch xuyên vùng, kéo dài thời gian lưu trú, tăng doanh thu và thúc đẩy công tác quản lý, xúc tiến quảng bá ở tầm quốc gia.

Trên cơ sở đó, việc đánh giá vị trí chiến lược, tiềm năng, thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển hành lang này là cần thiết cho công tác hoạch định chính sách, điều phối và tổ chức triển khai liên kết vùng hiệu quả trong thời gian tới.

Hành lang du lịch biển - cao nguyên kết nối Nha Trang (Khánh Hòa) với Tây Nguyên (Gia Lai, Kon Tum, Đắk Lắk, Lâm Đồng) là trục liên kết quan trọng giữa du lịch biển đảo và du lịch sinh thái - văn hóa đại ngàn. Đây là không gian giao thoa độc đáo, góp phần hình thành cực tăng trưởng mới, tạo chuỗi giá trị liên vùng và nâng cao sức cạnh tranh tổng thể của du lịch Việt Nam.

Sau khi Gia Lai và Bình Định hợp nhất từ ngày 01/7/2025, không gian phát triển du lịch của tỉnh được mở rộng toàn diện từ biển Quy Nhơn - Nhơn Châu đến cao nguyên Pleiku - Kon Hà Nừng - cửa khẩu quốc tế Lệ Thanh. Với diện tích trên 21.577 km² và dân số khoảng 3,5 triệu người, Gia Lai trở thành địa bàn hội tụ ba trụ cột “biển - rừng - văn hóa”, đóng vai trò cầu nối chiến lược giữa Duyên hải Nam Trung Bộ và Tây Nguyên. Điều này tạo cơ hội thuận lợi để hình thành các tuyến trải nghiệm liên vùng Nha Trang - Quy Nhơn - Pleiku - Kon Tum, đóng góp vào mục tiêu phát triển chuỗi giá trị du lịch bền vững và lan tỏa động lực tăng trưởng trong khu vực.

II. Thực trạng, tiềm năng và thách thức phát triển du lịch liên vùng biển - cao nguyên

1. Hạ tầng giao thông và kết nối

Liên kết du lịch giữa Nha Trang và Tây Nguyên đã được khởi động, song còn hạn chế về quy mô và chiều sâu. Tuyến Nha Trang - Đắk Lắk - Gia Lai - Kon Tum hiện chủ yếu dừng ở mức xúc tiến, quảng bá và trao đổi thông tin tại các hội chợ hoặc chương trình giới thiệu du lịch vùng. Các tuyến giao thông chính gồm QL26, QL27, QL19 và cao tốc Bắc - Nam phía Đông - Tây đang được nâng cấp, giúp rút ngắn thời gian di chuyển từ Nha Trang đến Pleiku còn khoảng 5-6 giờ. Tuy nhiên, sân bay Pleiku và Phù Cát vẫn là sân bay nội địa, chưa khai thác các chuyến bay quốc tế định kỳ. Hạ tầng phục vụ khách dọc tuyến như điểm dừng chân, trung tâm dịch vụ, cơ sở lưu trú đạt chuẩn còn thiếu đồng bộ, ảnh

hưởng đến trải nghiệm du lịch xuyên vùng.

2. Sản phẩm du lịch liên vùng

Các tour liên kết biển - cao nguyên chưa hình thành chuỗi sản phẩm xuyên vùng. Phần lớn tour hiện nay là tuyến đơn lẻ hoặc ghép tạm thời. Nha Trang tập trung phát triển du lịch nghỉ dưỡng biển - đảo, trong khi Gia Lai và Kon Tum nổi bật với sinh thái rừng, văn hóa bản địa, công chiêng, nhưng chưa có doanh nghiệp dẫn dắt và thương hiệu liên vùng, khiến giá trị chuỗi du lịch chưa được khai thác tối đa. Hoạt động xúc tiến và quảng bá liên vùng còn rời rạc, chưa có chiến dịch truyền thông thống nhất. Nhận diện hành trình “Biển xanh - Cao nguyên đại ngàn” đối với du khách trong và ngoài nước vẫn chưa rõ ràng, dẫn đến khó hình dung trải nghiệm liền mạch từ biển đến cao nguyên.

3. Cơ sở lưu trú và doanh nghiệp du lịch

Toàn tỉnh Gia Lai hiện có hơn 1.250 cơ sở lưu trú với hơn 23.000 phòng, gồm 3 khách sạn 5 sao (1.762 phòng), 15 khách sạn 4 sao (2.039 phòng), 19 khách sạn 3 sao (1.142 phòng), 48 khách sạn 2 sao (1.427 phòng), 49 khách sạn 1 sao (1.092 phòng) và 1.122 cơ sở đạt chuẩn khác (15.735 phòng). Trên địa bàn tỉnh có 19 doanh nghiệp lữ hành quốc tế (3 tại Gia Lai Tây, 16 tại Gia Lai Đông) và 70 doanh nghiệp nội địa (9 tại Gia Lai Tây, 61 tại Gia Lai Đông).

Tổng lượt khách ước đạt 12.400.000 lượt, tăng 17,6% so với năm 2024, với doanh thu ước đạt 29.000 tỷ đồng, cho thấy tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ và nhu cầu liên kết vùng cao.

4. Tiềm năng chiến lược và cơ hội phát triển

Gia Lai sở hữu vị trí địa lý thuận lợi, địa hình đa dạng, nằm trên tuyến du lịch xuyên Việt và hành lang kinh tế Đông - Tây, thuận lợi cho giao thương qua cảng biển, cửa khẩu và sân bay nội địa. Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa phong phú với 42 di tích quốc gia, 1 Vườn quốc gia, 3 khu bảo tồn thiên nhiên, 3 khu thắng cảnh, cùng khả năng kết nối các điểm đến thành tuyến hấp dẫn (Pleiku - Biển Hồ - Yaly - Măng Đen) là lợi thế nổi bật. Hệ thống hạ tầng, môi trường du lịch và môi trường kinh doanh đã được cải thiện, người dân thân thiện, phục vụ du khách tốt. Không gian du lịch mở rộng cùng xu hướng du lịch trải nghiệm, du lịch xanh và du lịch cộng đồng mở ra cơ hội lớn để Gia Lai trở thành “địa bàn trọng điểm - cực tăng trưởng du lịch” của vùng Duyên hải miền Trung. Nguồn vốn đầu tư công và đầu tư liên vùng có thể ưu tiên phát triển hạ tầng, quảng bá và nâng cấp điểm đến.

Đặc biệt, năm 2026 Gia Lai sẽ là đơn vị đăng cai tổ chức Năm Du lịch quốc gia 2026 với chủ đề “Gia Lai - Hội tụ bản sắc, lan tỏa xanh” gắn biểu tượng biển - rừng - Tây Nguyên.

III. Giải pháp phát triển hành lang du lịch biển - cao nguyên

Trên cơ sở thực trạng, việc xây dựng sản phẩm du lịch liên vùng đặc trưng là trọng tâm để khai thác tối đa tiềm năng và lợi thế của hành lang biển - cao nguyên.

Thứ nhất, tập trung phát triển sản phẩm đặc trưng liên vùng

Hình thành tuyến chủ lực “Biển xanh - Đại ngàn” kết nối Nha Trang - Quy Nhơn - Pleiku - Kon Tum – cửa khẩu Bờ Y; phát triển sản phẩm chuyên đề như “Một hành trình - Hai mùa lễ hội”, “Con đường cà phê - muối biển”, tour caravan xuyên đại ngàn, du lịch sinh thái – cộng đồng tại Măng Đen, Yaly, Biển Hồ. Mỗi sản phẩm cần gắn với thương hiệu chung và cơ chế chia sẻ lợi ích giữa các địa phương.

Thứ hai, phát triển hạ tầng và logistics du lịch

Ưu tiên đầu tư nâng cấp hạ tầng giao thông, mở đường bay Cam Ranh - Pleiku - Kon Tum, nghiên cứu nâng cấp sân bay Pleiku và Phù Cát phục vụ quốc tế. Hoàn thiện hạ tầng dịch vụ dọc tuyến, hình thành các đô thị - du lịch trung chuyển tại An Khê, Pleiku, Kon Tum.

Thứ ba, tăng cường liên kết quản lý và xúc tiến vùng

Kiến nghị thành lập Ban Điều phối liên kết du lịch biển - cao nguyên, do Cục Du lịch Quốc gia chủ trì điều phối; xây dựng chiến lược phát triển điểm đến, xúc tiến thị trường trong và ngoài nước; hình thành bộ nhận diện thương hiệu chung “Nha Trang - Tây Nguyên Experience”.

Thứ tư, Chuyển đổi số và phát triển nguồn nhân lực

Xây dựng nền tảng số liên vùng; tích hợp bản đồ du lịch thông minh, hệ thống đặt dịch vụ và quản lý điểm đến. Tổ chức các chương trình đào tạo liên vùng cho cán bộ quản lý, doanh nghiệp lữ hành và đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp.

IV. Một số đề xuất, kiến nghị

Vai trò điều phối của Cục Du lịch Quốc gia là then chốt để hành trình Nha Trang - Tây Nguyên trở thành mô hình liên kết kiểu mẫu. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Gia Lai đề xuất một số nội dung như sau:

- Cục Du lịch Quốc gia Chủ trì xây dựng Đề án tổng thể liên kết phát triển du lịch biển - cao nguyên giai đoạn 2026-2030, làm cơ sở pháp lý cho quy hoạch, điều phối và triển khai các dự án hạ tầng, sản phẩm trọng điểm trong toàn hành lang.

- Hỗ trợ các địa phương trong xúc tiến quốc tế, quảng bá thương hiệu liên vùng và phát triển nền tảng chuyển đổi số, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của tuyến du lịch, đồng thời thúc đẩy liên kết các doanh nghiệp du lịch để hình thành chuỗi sản phẩm xuyên vùng.

- Đề xuất cơ chế tài chính đặc thù với Chính phủ cho các tuyến du lịch liên vùng chiến lược, ưu tiên vốn đầu tư cho hạ tầng giao thông, logistics, cơ sở lưu trú cao cấp và sản phẩm trọng điểm, đồng thời xây dựng chính sách khuyến khích doanh nghiệp tham gia phát triển du lịch liên vùng.

- Phối hợp các Bộ, ngành và địa phương để bảo đảm tính đồng bộ giữa quy hoạch hạ tầng, phát triển sản phẩm và xúc tiến thương hiệu, gắn kết phát triển du lịch với bảo tồn tài nguyên sinh thái và văn hóa bản địa, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, bảo vệ cảnh quan và giá trị bản sắc văn hóa.

Tóm lại, việc Liên kết du lịch biển - cao nguyên giữa Nha Trang và Tây Nguyên là cộng hưởng giá trị sinh thái và văn hóa, góp phần hình thành cực tăng trưởng mới của du lịch quốc gia. Trong bối cảnh Gia Lai mới mở rộng không gian phát triển, việc thiết lập hành lang du lịch biển - cao nguyên là hướng đi chiến lược, mang lại giá trị bền vững, lan tỏa động lực phát triển cho toàn vùng miền Trung - Tây Nguyên. Mong rằng du lịch Gia Lai nói riêng và liên kết Nha Trang - Tây Nguyên trở thành điểm đến luôn được lựa chọn trong hành trình của du khách trong nước và quốc tế; đóng góp quan trọng cho sự phát triển của Du lịch Việt Nam.■

PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO CHO CỰC TĂNG TRƯỞNG DU LỊCH KHÁNH HÒA

PGS.TS LÊ CHÍ CÔNG

◆ Trưởng Khoa Du lịch, Trường Đại học Nha Trang

Khánh Hòa hiện giữ vai trò một trong những cực tăng trưởng du lịch biển đảo quan trọng của Việt Nam, kéo theo nhu cầu lớn về nhân lực chất lượng cao, đặc biệt trong các lĩnh vực lưu trú, lễ hành, ẩm thực và dịch vụ cao cấp. Trên cơ sở khảo sát các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp sử dụng lao động giai đoạn 2024-2025, nghiên cứu cho thấy mạng lưới đào tạo du lịch của tỉnh đã phát triển đa tầng. Tuy nhiên, chất lượng nhân lực vẫn còn nhiều hạn chế.

Từ các vấn đề đặt ra, nghiên cứu đề xuất nhóm giải pháp trọng tâm nhằm nâng cao chất lượng nhân lực du lịch của tỉnh. Những giải pháp này nhằm xây dựng hệ thống đào tạo du lịch theo hướng đồng bộ, chuyên sâu và gắn chặt với nhu cầu phát triển du lịch biển đảo chất lượng cao tại Khánh Hòa.

TỪ KHÓA: Nhân lực chất lượng cao; đào tạo; du lịch; Khánh Hòa

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, Khánh Hòa nổi lên như một trong những địa phương có tốc độ phát triển du lịch mạnh nhất cả nước, với thế mạnh đặc biệt về du lịch biển đảo, hệ sinh thái biển đa dạng và chuỗi sản phẩm nghỉ dưỡng - giải trí mang tính đặc trưng. Nha Trang - Khánh Hòa thường xuyên được xếp hạng là điểm đến hàng đầu của Việt Nam, thu hút lượng lớn khách quốc tế và nội địa, đồng thời trở thành trung tâm dịch vụ du lịch cao cấp của khu vực Nam Trung Bộ.

Sự gia tăng nhanh về quy mô và chất lượng dịch vụ đã tạo ra nhu cầu cấp thiết về nguồn nhân lực du lịch có kỹ năng nghề, kỹ năng giao tiếp và năng lực chuyên môn đáp ứng chuẩn quốc tế. Bối cảnh đó đặt ra yêu cầu phải hoàn thiện hệ thống đào tạo, nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực để bảo đảm sự phát triển bền vững và cạnh tranh của ngành du lịch địa phương. Đội ngũ giảng viên và cán bộ nghiên cứu của các cơ sở đào tạo du lịch giữ vai trò trung tâm trong việc cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao. Tuy nhiên, hệ thống này vẫn tồn tại nhiều hạn chế: (1) số lượng giảng viên tăng nhanh nhưng chất lượng chưa tương xứng; (2) mất cân đối giữa các chuyên ngành đào tạo; (3) năng lực chuyên môn, kỹ năng sư phạm và năng lực số còn hạn chế ở một bộ phận giảng viên; (4) chương trình đào tạo thiếu thống nhất, chồng chéo và chậm cập nhật; (5) phương pháp giảng dạy chưa theo kịp xu hướng đào tạo số; và (6) cơ sở vật chất, trang thiết bị thực hành – mô phỏng chưa đáp ứng yêu cầu đổi mới.

Nhân lực được đào tạo như sinh viên và học viên cũng bộc lộ nhiều điểm yếu, bao gồm kỹ năng nghề chưa phù hợp nhu cầu thực tiễn, năng lực công nghệ hạn chế và mức độ sẵn sàng tương tác với các mô hình du lịch thông minh còn thấp. Những hạn chế này xuất phát phần lớn từ việc ngành du lịch chưa có quy hoạch dài hạn, hệ thống về phát triển nhân lực, dẫn đến sự thiếu liên kết giữa đào tạo, doanh nghiệp và yêu cầu chuyển đổi số.

Do đó, việc phân tích toàn diện hiện trạng nhân lực đào tạo và nhân lực được đào tạo ngành du lịch Khánh Hòa là cần thiết nhằm đề xuất chiến lược và giải pháp phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong bối cảnh mới. Nghiên cứu tiếp cận theo ba trụ cột: phát triển số lượng, nâng cao chất lượng và hợp lý hóa cơ cấu nhân lực; dữ liệu được tổng hợp từ cơ sở đào tạo, doanh nghiệp du lịch, chuyên gia, cựu sinh viên và cơ quan quản lý liên quan.

2. Thực trạng phát triển nhân lực chất lượng cao cho cục tăng trưởng du lịch Khánh Hòa

2.1. Quy mô và năng lực đào tạo của các cơ sở du lịch tại Khánh Hòa

Một là, quy mô và chất lượng đội ngũ cán bộ đào tạo du lịch

Kết quả khảo sát trực tiếp tại các cơ sở đào tạo du lịch trên địa bàn Khánh Hòa cho thấy hiện có khoảng 200 cán bộ giảng dạy đang tham gia đào tạo du lịch, chỉ có 1 Phó Giáo sư, 10 tiến sĩ và gần 70% giảng viên có trình độ thạc sĩ trở lên. Phân tích sâu hơn cho thấy hai

hạn chế đáng quan tâm.

Thứ nhất, tỷ lệ giảng viên có học hàm, học vị cao còn thấp so với yêu cầu phát triển nhân lực chất lượng cao. Đáng chú ý, chỉ khoảng 30% giảng viên được đào tạo đúng chuyên ngành du lịch. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực nghiên cứu chuyên sâu, tư vấn chính sách và khả năng phát triển các chuyên ngành đào tạo du lịch ở trình độ cao trong tương lai.

Thứ hai, đội ngũ giảng viên đang học sau đại học chủ yếu theo các ngành ngoài du lịch như quản lý giáo dục, tâm lý giáo dục, quản trị kinh doanh, quản lý kinh tế hoặc kinh tế phát triển. Việc thiếu vắng các chương trình đào tạo sau đại học chuyên sâu về du lịch khiến quá trình hình thành năng lực chuyên môn sâu gặp nhiều khó khăn.

Thực tế này càng rõ hơn khi xét đến năng lực đào tạo sau đại học của tỉnh: hiện nay, trên địa bàn Khánh Hòa chỉ có Trường Đại học Nha Trang đào tạo thạc sĩ ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, với quy mô bốn khóa mới đạt gần 50 học viên. Quy mô còn nhỏ và thiếu đa dạng chuyên ngành dẫn đến hạn chế trong việc phát triển đội ngũ giảng viên và nâng cấp trình độ nhân lực đào tạo du lịch của tỉnh.

Hai là, năng lực đào tạo du lịch tại các trường đại học trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa

Hiện nay trên địa bàn tỉnh có bốn trường (Đại học Nha Trang, Đại học Khánh Hòa, Đại học Tôn Đức Thắng, Đại học Thái Bình Dương) có tham gia đào tạo chuyên ngành Du lịch. Trong số đó, trường Đại học Nha Trang được phép đào tạo Đại học chuyên ngành quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành từ năm 2012 và cho đến nay đã và đang đào tạo được khoảng gần 4.000 sinh viên đại học đúng chuyên ngành du lịch. Trường Đại học Khánh Hòa chính thức thành lập từ năm 2015 và đào tạo ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành từ năm 2017, đến nay trường đang đào tạo gần 1.500 sinh viên đại học. 02 trường đại học Tôn Đức Thắng, và Thái Bình Dương đào tạo khoảng 100 sinh viên đại học du lịch/năm.

Ba là, năng lực đào tạo tại các cơ sở đào tạo nghề trên địa bàn Khánh Hòa

Khánh Hòa có ba trường cao đẳng tham gia đào tạo nhóm ngành du lịch, gồm Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang, Trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghệ Nha Trang và Trường Cao đẳng Công nghệ - Năng lượng Khánh Hòa. Trong số này, Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang giữ vai trò cơ sở đào tạo chủ lực, đảm nhiệm các ngành nghề cốt lõi ở bậc cao đẳng, trung cấp và sơ cấp như Hướng dẫn du lịch, Quản trị lữ hành, Quản trị khách sạn, Quản trị nhà hàng, Kỹ thuật chế biến món ăn, Quản trị lễ tân và Quản trị resort. Quy mô tuyển mới hàng năm của trường đạt gần 1.000 học sinh, sinh viên, góp phần cung ứng lực lượng lao động đáng kể cho thị trường nhân lực du lịch trong tỉnh và khu vực Nam Trung Bộ.

Trường Cao đẳng Kỹ thuật Công nghệ Nha Trang duy trì quy mô đào tạo du lịch khoảng 3.000 học sinh, sinh viên; riêng năm 2025 đào tạo khoảng 200 học sinh, sinh viên ngành du lịch. Các cơ sở đào tạo còn lại tuy có quy mô nhỏ hơn nhưng vẫn đóng vai trò hỗ trợ quan

trọng trong việc cung ứng nhân lực cho các vị trí dịch vụ liên quan.

Về hệ thống trung cấp và cơ sở giáo dục nghề nghiệp, Khánh Hòa hiện có 9 trường trung cấp, 1 trung tâm giáo dục nghề nghiệp và 4 cơ sở tham gia hoạt động giáo dục nghề nghiệp, trong đó có Trung tâm Đào tạo Nghiệp vụ Yasaka Sài Gòn Nha Trang đào tạo một số chuyên ngành du lịch. Nhìn chung, các cơ sở này hằng năm cung cấp khoảng 200 lao động trình độ trung cấp và sơ cấp cho ngành du lịch, nhưng con số này vẫn còn khiêm tốn so với nhu cầu thị trường và năng lực đào tạo hiện có.

Đối với Ninh Thuận, sau quá trình sắp xếp các đơn vị quản lý giáo dục nghề nghiệp, các cơ sở trên địa bàn tiếp tục đào tạo một số ngành du lịch ở quy mô nhỏ, góp phần đáp ứng một phần nhu cầu nhân lực địa phương đồng thời tạo tính liên thông trong mạng lưới đào tạo nhân lực giữa hai tỉnh.

Bốn là, về đào tạo các lớp chứng chỉ ngắn hạn (dưới 3 tháng) trên địa bàn Khánh Hòa

Trong nhóm các cơ sở đào tạo ngắn hạn trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa, Trung tâm Thực hành Nghiệp vụ Du lịch Yasaka là đơn vị có quy mô lớn nhất, với khoảng 1.200 học viên mỗi năm. Các cơ sở đào tạo nghề tư thực gồm Hoa Hướng Dương, Cát Trắng, HT Chef, Trường Ý và Hướng Nghiệp Á Âu duy trì quy mô đào tạo khoảng 500 học viên mỗi năm. Khối cơ sở giáo dục đại học trên địa bàn, bao gồm Đại học Nha Trang, Đại học Khánh Hòa, Đại học Thái Bình Dương và Đại học Tôn Đức Thắng (cơ sở Khánh Hòa), cũng triển khai các khóa đào tạo chứng chỉ ngắn hạn dưới ba tháng nhưng với quy mô tương đối hạn chế, chỉ đạt bình quân 150 đến 200 học viên mỗi năm.

2.2. Chất lượng nhân lực đào tạo tại các cơ sở du lịch tại Khánh Hòa hiện nay

Nghiên cứu tiến hành khảo sát 115 đơn vị sử dụng lao động trong hai năm 2024 và 2025. Trong số này có 70 khách sạn và khu nghỉ dưỡng; 25 nhà hàng và cơ sở dịch vụ ăn uống; 15 doanh nghiệp lữ hành, chi nhánh lữ hành hoặc tổ chức sự kiện; và 5 đơn vị cung ứng dịch vụ vui chơi giải trí. Tổng số lao động được đào tạo đúng chuyên ngành du lịch hiện đang làm việc tại các đơn vị là khoảng 1.500 người.

Bộ tiêu chí khảo sát bao gồm ba nhóm chính: kiến thức chuyên môn du lịch (12 tiêu chí), kỹ năng nghề nghiệp (15 tiêu chí) và đạo đức, thái độ nghề nghiệp (4 tiêu chí). Ngoài ra, nghiên cứu thiết kế thêm 3 tiêu chí đánh giá mức độ hài lòng chung của doanh nghiệp đối với kiến thức, kỹ năng và thái độ của người lao động.

Kết quả phân tích cho thấy, đối với nhóm tiêu chí kiến thức du lịch, điểm trung bình của các tiêu chí dao động từ 3,45 đến 4,13 trên thang 5 điểm, tăng 0,36 điểm so với khảo sát năm 2018. Một số lĩnh vực kiến thức vẫn còn hạn chế, đặc biệt là kiến thức về kinh doanh khách sạn, tâm lý du khách và phương pháp hướng dẫn, quản lý chất lượng dịch vụ, kinh doanh nhà hàng và marketing du lịch.

Đối với nhóm kỹ năng nghề nghiệp, điểm trung bình dao động từ 3,10 đến 4,16, tăng 0,47 điểm so với năm 2018. Tuy vậy, nhiều kỹ năng quan trọng vẫn được đánh giá thấp, gồm kỹ năng tư duy sáng tạo, giải quyết vấn đề, giao tiếp và lắng nghe - là những năng lực cốt lõi trong môi trường dịch vụ du lịch.

Về nhóm tiêu chí tinh thần và thái độ làm việc, điểm trung bình đạt từ 3,55 đến 4,35, tăng 0,17 điểm so với năm 2018. Các doanh nghiệp nhìn chung đánh giá cao sự nghiêm túc, hợp tác và tinh thần trách nhiệm của người lao động được đào tạo tại địa phương.

Đánh giá chung trên toàn bộ hệ thống tiêu chí (kiến thức, kỹ năng, thái độ và mức độ hài lòng của doanh nghiệp) cho thấy điểm trung bình dao động từ 3,70 đến 4,35, tăng 0,51 điểm so với khảo sát năm 2018. Tuy nhiên, kỹ năng vẫn là nhóm yếu nhất, phù hợp với nhận định trong nhiều nghiên cứu trước đây rằng lao động du lịch tuy đã qua đào tạo nhưng còn thiếu kỹ năng mềm. Các khảo sát của Dự án EU trước đây cho thấy khoảng 20% lao động trong cơ sở lưu trú chưa đáp ứng yêu cầu công việc, tỷ lệ này lên tới 40% đối với lĩnh vực lữ hành. Khoảng 25% người lao động được khảo sát cho rằng họ chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn. Trong gần 600 hướng dẫn viên được cấp thẻ tại Khánh Hòa, phần lớn là người trẻ, thiếu kinh nghiệm, hiểu biết văn hóa - lịch sử còn hạn chế và khả năng xử lý tình huống chưa tốt. Năng lực ngoại ngữ, đặc biệt cho các thị trường chiến lược như Nga, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc còn thiếu và yếu, tạo ra khoảng trống lớn trong đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp. Tình trạng thiếu hụt nhân lực có ngoại ngữ nghiêm trọng tới mức nhiều doanh nghiệp sẵn sàng tuyển ứng viên chỉ cần có ngoại ngữ, sau đó đào tạo lại toàn bộ kiến thức và kỹ năng nghề.

3. Các giải pháp phát triển nhân lực chất lượng cao cho cực tăng trưởng du lịch Khánh Hòa trong giai đoạn tới

Hệ thống các giải pháp dưới đây tập trung vào khắc phục những hạn chế cốt lõi này, đồng thời chuẩn bị nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu cạnh tranh trong bối cảnh thị trường du lịch quốc tế đang dịch chuyển mạnh sang khu vực châu Á.

Một là, quy hoạch và phát triển đội ngũ giảng viên, cán bộ đào tạo theo hướng chuẩn hóa và chuyên sâu, gắn với định hướng xây dựng một cơ sở đào tạo du lịch đóng vai trò đầu mối của tỉnh. Trong bối cảnh hệ thống đào tạo du lịch tại Khánh Hòa còn phân tán, thiếu sự liên kết, mỗi trường đều mở ngành nhưng chưa hình thành được một điểm nhấn hay thương hiệu chung, việc xác lập một đơn vị đào tạo mạnh, có sức dẫn dắt là yêu cầu cấp thiết. Cơ sở này sẽ đảm nhiệm vai trò tổ chức các hoạt động đào tạo du lịch ở cả ba cấp độ - đại học, sau đại học và đào tạo ngắn hạn; đồng thời triển khai nghiên cứu, tư vấn chính sách phát triển du lịch biển đảo cho địa phương và khu vực. Trên nền tảng đó, các trường cần rà soát lại lực lượng giảng viên theo hướng đúng ngành, đúng chuyên môn, bảo đảm có đội ngũ nòng cốt đủ năng lực giảng dạy, nghiên cứu và làm việc với doanh nghiệp. Mục tiêu đặt ra đến năm 2030 là xây dựng lực lượng giảng viên du lịch khoảng 300 người, có cơ cấu hợp lý giữa giảng viên lý thuyết, giảng viên thực hành và chuyên gia từ doanh nghiệp.

Việc tăng cường giảng viên thỉnh giảng là cần thiết nhằm bù đắp hạn chế về kinh nghiệm thực tiễn - yếu tố đang dẫn tới tình trạng sinh viên thiếu kỹ năng nghề và kỹ năng mềm.

Hai là, nâng cao trình độ chuyên môn và kinh nghiệm thực tiễn cho đội ngũ giảng viên. Để khắc phục tình trạng đào tạo “nặng lý thuyết, nhẹ thực hành”, các cơ sở đào tạo cần đẩy mạnh đào tạo mới, đào tạo lại và bồi dưỡng kỹ năng thực tế cho giảng viên trong và ngoài nước. Các trường trọng điểm như Đại học Nha Trang, Đại học Khánh Hòa, Cao đẳng Du lịch Nha Trang cần nâng cấp chất lượng đào tạo để trở thành hạt nhân cung cấp giảng viên cho mạng lưới đào tạo nghề du lịch toàn tỉnh. Bên cạnh đó, nhà trường cần chủ động đầu tư hoặc liên kết doanh nghiệp để hoàn thiện cơ sở vật chất, phòng thực hành, buồng mẫu, bếp mẫu, hệ thống mô phỏng... nhằm chấm dứt tình trạng “học chay - làm mẶn”.

Ba là, gắn kết chặt chẽ chương trình đào tạo với doanh nghiệp và thực tiễn nghề nghiệp. Một trong các hạn chế nổi bật từ khảo sát là sinh viên thiếu kỹ năng mềm, kỹ năng xử lý tình huống, kỹ năng giao tiếp và khả năng áp dụng kiến thức vào thực tế. Các mô hình tốt có thể tham khảo gồm: Đánh giá kỹ năng thực hành bằng ngân hàng đề thi do doanh nghiệp xây dựng và kiểm tra tình huống thực tế; (2) Tổ chức cho sinh viên thực tập đầu năm học thứ 2; (3) Triển khai thực tập nghề đủ dài cho mỗi nghiệp vụ; (3) Triển khai làm việc bán thời gian tại các cơ sở du lịch để rèn luyện kỹ năng nghề và kỹ năng mềm. Việc chuẩn hóa các mô hình này sẽ tạo sự phù hợp giữa đào tạo - nhu cầu doanh nghiệp và nâng cao đáng kể chất lượng nguồn nhân lực.

Bốn là, rà soát, điều chỉnh chương trình đào tạo để tối ưu hóa điều kiện thực hành - thực tập. Nhu cầu thực tập thực hành ngày càng tăng trong bối cảnh số lượng ngành đào tạo du lịch nhiều hơn. Tuy nhiên, doanh nghiệp có hạn chế nhất định về thời gian, nhân lực hướng dẫn, đặc biệt trong mùa cao điểm. Vì vậy, các cơ sở đào tạo cần điều chỉnh thời lượng học phần, phân bổ phù hợp lịch thực tập và phối hợp với khối doanh nghiệp để tránh trùng thời điểm bận rộn, giúp sinh viên có đủ cơ hội rèn luyện kỹ năng nghề. Các thỏa thuận hợp tác dài hạn giữa trường - doanh nghiệp là cần thiết để đảm bảo sinh viên có môi trường thực hành nhất quán và đạt chuẩn đầu ra.

Năm là, phát triển các chương trình đào tạo ngắn hạn và đào tạo theo đơn đặt hàng doanh nghiệp. Để khắc phục các hạn chế về kỹ năng mềm, kỹ năng phục vụ, quản lý khách hàng và đặc biệt là kỹ năng ngoại ngữ - nhóm hạn chế lớn nhất, các cơ sở đào tạo cần đẩy mạnh: Mời trưởng bộ phận của doanh nghiệp trực tiếp đào tạo kỹ năng nghề cho sinh viên; giảng viên trường tham gia bồi dưỡng kiến thức quản trị hiện đại cho nhân sự doanh nghiệp (quản trị khách sạn - nhà hàng, kế hoạch kinh doanh, chăm sóc khách hàng...); phát triển các khóa ngắn hạn cấp chứng chỉ nghề, giúp doanh nghiệp đào tạo nhanh nhân sự mới; đặc biệt, cần đẩy mạnh các khóa đào tạo ngoại ngữ chuyên ngành theo thị trường trọng điểm như Nga, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản - đúng những nhóm mà khảo sát cho thấy đang thiếu trầm trọng nhân lực.

Sáu là, cần đẩy mạnh phát triển các chương trình đào tạo quốc tế về du lịch nhằm tăng

sức hút đối với người học và tạo động lực nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho địa phương, khu vực và cả nước, đồng thời từng bước hội nhập sâu rộng với thị trường lao động toàn cầu.

4. Kết luận

Có thể thấy rằng nhu cầu nhân lực du lịch tại Khánh Hòa ngày càng gia tăng mạnh mẽ, không chỉ do tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 mà còn bởi vị thế đặc biệt của Khánh Hòa - một trong những cực tăng trưởng du lịch biển đảo quan trọng nhất của Việt Nam và khu vực châu Á. Với tốc độ phát triển nhanh của du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch đảo, du lịch cao cấp và các mô hình kinh tế đêm, yêu cầu về chất lượng nhân lực ngày càng khắt khe hơn, đặc biệt ở nhóm được đào tạo bài bản từ bậc đại học, sau đại học và chuyên gia. Trong bối cảnh Khánh Hòa đang hướng đến trở thành trung tâm du lịch biển đảo tầm vóc khu vực, việc hoàn thiện chính sách và tăng cường giải pháp phát triển nhân lực chất lượng cao là yêu cầu cấp thiết nhằm đáp ứng kỳ vọng hội nhập và phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Chí Công (2011). *Từ dự báo nhu cầu nhân lực cho phát triển ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2020 đến định hướng và giải pháp phát triển đào tạo chuyên ngành Quản trị kinh doanh du lịch tại Đại học Nha Trang*. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 164(2), trang 24-27.
2. Lê Chí Công (2012). *Tổ chức liên kết trong kinh doanh du lịch con đường khai thác tiềm năng du lịch duyên hải miền trung Việt Nam và cộng hòa dân chủ nhân dân Lào*. Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế, Hợp tác kinh tế Việt-Lào phát triển một số ngành mũi nhọn đến năm 2020.
3. Lê Chí Công & Đoàn Nguyễn Khánh Trân (2012). *Nâng cao chất lượng du lịch Khánh Hòa*. Tạp chí Du lịch, số 12(12), trang 24-25.
4. Lê Chí Công, Hồ Huy Tựu (2015). *Áp dụng mô hình đổi mới giá trị khách hàng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch biển Nam Trung Bộ*. Tạp chí Quản lý kinh tế, 72(12), trang 30-42.
5. Lê Chí Công (chủ biên) (2020). *Phát triển nguồn nhân lực du lịch Khánh Hòa trong bối cảnh hội nhập quốc tế (sách tham khảo)*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.
6. *Kết quả khảo sát đánh giá chương trình đào tạo của các bên liên quan (đơn vị sử dụng lao động, cựu sinh viên)*.
7. *Kết quả phỏng vấn chuyên gia và quản lý cơ sở giáo dục du lịch trên địa bàn Khánh Hòa năm 2025*.

DU LỊCH KHÁNH HÒA SAU HỢP NHẤT: TỪ TIỀM NĂNG ĐẾN ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VÙNG NAM TRUNG BỘ

TS. PHẠM THÁI SƠN

◆ Phó Trưởng bộ môn Du lịch, Phân hiệu Trường Đại học Tôn Đức Thắng tại tỉnh Khánh Hòa

Việc hợp nhất Khánh Hòa và Ninh Thuận mở ra không gian phát triển mới, tạo nên hệ sinh thái du lịch biển - rừng - sa mạc độc đáo hàng đầu cả nước. Tham luận phân tích tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch của tỉnh, chỉ ra các hạn chế về quy hoạch, hạ tầng kết nối, bảo vệ môi trường và chất lượng nhân lực. Bên cạnh đó, Khánh Hòa đứng trước cơ hội lớn từ xu hướng du lịch xanh, nhu cầu trải nghiệm thiên nhiên - văn hóa bản địa và các chính sách ưu tiên phát triển kinh tế biển. Đề xuất định hướng chiến lược dựa trên ba trụ cột: du lịch biển đảo chất lượng cao, du lịch sinh thái - bền vững và du lịch văn hóa Chăm; đồng thời nhấn mạnh giải pháp nâng cao năng lực quản lý, chuyển đổi số, phát triển sản phẩm đặc trưng và tăng cường liên kết vùng nhằm đưa du lịch trở thành động lực tăng trưởng kinh tế vùng Nam Trung Bộ.

TỪ KHÓA: Quy hoạch và hạ tầng du lịch; Du lịch bền vững; Văn hóa Chăm; Liên kết vùng

I. Đặt vấn đề

Ngày 01/7/2025, hợp nhất tỉnh Khánh Hòa và Ninh Thuận theo Nghị quyết của Ủy ban Thường vụ Quốc hội đã mở ra một giai đoạn phát triển hoàn toàn mới cho khu vực Nam Trung Bộ. Tỉnh Khánh Hòa (mở rộng) hiện sở hữu dải bờ biển dài, hệ sinh thái biển - rừng - sa mạc hiếm có, quỹ tài nguyên văn hóa phong phú của cả hai địa phương và đặc biệt là hệ thống hạ tầng du lịch - giao thông đang phát triển mạnh. Trong bối cảnh mới, du lịch được xác định tiếp tục là ngành kinh tế mũi nhọn, đóng vai trò dẫn dắt quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế và nâng cao vị thế vùng trên bản đồ du lịch Việt Nam.

Thực tế cho thấy, trước khi sáp nhập, cả Khánh Hòa và Ninh Thuận đều chứng minh được tiềm năng và tốc độ tăng trưởng du lịch đáng kể. Khánh Hòa là một trong ba trung tâm du lịch lớn nhất cả nước giai đoạn 2016-2019 với tốc độ tăng trưởng khách du lịch bình quân 27,82%/năm, doanh thu du lịch gần 27.100 tỷ đồng năm 2019. Ninh Thuận tuy quy mô nhỏ hơn nhưng lại nổi bật nhờ loại hình du lịch sinh thái biển, văn hóa Chăm và du lịch cộng đồng, với các điểm đến như Núi Chúa, Vĩnh Hy, Ninh Chữ hay các làng nghề truyền thống. Giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng du lịch Ninh Thuận đạt 14,9%, và duy trì 13,5% giai đoạn 2016-2019; đến năm 2022 đã phục hồi đạt 2,4 triệu lượt khách sau đại dịch COVID-19.

Từ bối cảnh đó, việc nhận diện tiềm năng - thực trạng, cơ hội - thách thức, đồng thời đề xuất định hướng chiến lược và giải pháp phát triển du lịch bền vững, hiệu quả cho Khánh Hòa mở rộng có ý nghĩa thiết thực nhằm đưa du lịch trở thành động lực tăng trưởng kinh tế vùng Nam Trung Bộ trong giai đoạn tới.

II. Thực trạng phát triển du lịch Khánh Hòa

1. Tài nguyên và hệ sinh thái du lịch đa dạng

Khánh Hòa sau hợp nhất địa giới hành chính có lợi thế tổng hợp của cả hai địa phương: Khánh Hòa cũ nổi bật với lợi thế biển đảo, hệ sinh thái rạn san hô, các khu nghỉ dưỡng cao cấp, dịch vụ MICE, du lịch biển bốn mùa. Ninh Thuận cũ lại nổi tiếng với hệ sinh thái rừng - biển - sa mạc độc đáo, có đường bờ biển kết hợp đồi cát và các vịnh đẹp như Vĩnh Hy, Bình Tiên, Cà Ná. Đặc biệt, các khu vực như Núi Chúa, Phước Bình được đánh giá có giá trị sinh thái đặc biệt quan trọng với mức độ đa dạng sinh học cao

Bên cạnh tài nguyên thiên nhiên, hệ thống di sản văn hóa Chăm như tháp Po Klong Garai, Po Rome, Hòa Lai, cùng hơn 100 lễ hội truyền thống (lễ hội Ka-tê tiêu biểu) là nguồn lực du lịch văn hóa đặc sắc, tạo bản sắc riêng biệt mà ít tỉnh thành nào có được

2. Hạ tầng du lịch và giao thông

Hạ tầng giao thông là một trong những điểm mạnh quan trọng của Khánh Hòa mở rộng. Sân bay quốc tế Cam Ranh hiện là một trong các sân bay đón nhiều khách quốc tế

nhất cả nước. Tuyến cao tốc Nha Trang - Cam Lâm và Cam Lâm - Vĩnh Hảo giúp rút ngắn thời gian di chuyển đến Phan Rang, Phan Thiết và Đà Lạt. Sau hợp nhất, Khánh Hòa được bổ sung hệ thống tuyến đường ven biển DT702, DT701, được xem là một trong những cung đường ven biển đẹp nhất Việt Nam, kết nối thuận lợi các điểm du lịch trong tỉnh và liên vùng

3. Hạn chế và những vấn đề đặt ra

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, quá trình phát triển du lịch của tỉnh vẫn tồn tại nhiều hạn chế ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả khai thác và mục tiêu phát triển bền vững trong giai đoạn hội nhập. Trước hết, công tác quy hoạch và quản lý du lịch chưa thật sự đồng bộ, một số khu, điểm du lịch phát triển thiếu tầm nhìn dài hạn, dẫn đến mất cân đối giữa khai thác và bảo tồn. Hạ tầng du lịch tuy được đầu tư nhưng nhìn chung vẫn thiếu chiều sâu; hệ thống giao thông kết nối đến các điểm du lịch như làng nghề, khu bảo tồn, vùng vịnh - núi - cát vẫn còn hạn chế, khiến không gian du lịch khó mở rộng.

Công tác bảo vệ môi trường du lịch vẫn còn nhiều bất cập. Tình trạng rác thải tại một số bãi biển và khu sinh thái chưa được xử lý triệt để; hoạt động khai thác tài nguyên như lặn ngắm san hô, du lịch kết hợp nuôi trồng thủy sản vẫn tiềm ẩn nguy cơ tác động tiêu cực đến đa dạng sinh học.

Nguồn nhân lực du lịch tiếp tục là điểm yếu lớn. Đội ngũ lao động phần lớn chưa được đào tạo chuyên sâu, kỹ năng ngoại ngữ, nghiệp vụ quốc tế và tác phong phục vụ chuyên nghiệp đều còn hạn chế.

Bên cạnh đó, sản phẩm du lịch của tỉnh chưa thật sự phong phú và thiếu tính biểu tượng. Dù có nhiều tiềm năng, địa phương vẫn chưa xây dựng được các sản phẩm “signature” để tạo dấu ấn thương hiệu. Các tour văn hóa - đặc biệt là văn hóa Chăm - chủ yếu mang tính tham quan bề nổi, thiếu hoạt động tương tác trải nghiệm sâu. Tại những khu vực có tài nguyên nổi bật như Vĩnh Hy hay Núi Chúa, dịch vụ du lịch chưa được kết nối liền mạch, làm giảm sức hút tổng thể của điểm đến.

III. Nhận diện cơ hội và thách thức trong giai đoạn mới

1. Cơ hội

Sự hợp nhất mở ra không gian phát triển du lịch rộng lớn với nhiều cơ hội chiến lược:

Thứ nhất, không gian tài nguyên du lịch được mở rộng và bổ sung cho nhau, tạo ra “hệ sinh thái du lịch hoàn chỉnh”: từ biển - đảo, rừng khô hạn, đồng cỏ chăn nuôi, đến sa mạc và di sản văn hóa Chăm. Đây là điều kiện lý tưởng để phát triển các tuyến du lịch tổng hợp, đa trải nghiệm.

Thứ hai, nhu cầu du lịch xanh và du lịch bền vững ngày càng tăng. Theo khảo sát về xu

hướng du lịch sau COVID-19, 93,3% khách quốc tế ưu tiên điểm đến bền vững và gần 70% khách nội địa mong muốn trải nghiệm du lịch thiên nhiên, văn hóa bản địa

Thứ ba, chính phủ tiếp tục coi phát triển kinh tế biển là trụ cột của tăng trưởng quốc gia. Khánh Hòa là địa phương nằm trong nhóm được ưu tiên đầu tư theo các chiến lược quốc gia về biển và du lịch, nay được bổ sung thêm lợi thế về năng lượng tái tạo - tạo điều kiện phát triển mô hình du lịch gắn với năng lượng xanh.

2. Thách thức

Trước hết, cạnh tranh giữa các điểm đến biển ngày càng gay gắt. Các tỉnh như Lâm Đồng (Bình Thuận cũ), Đắk Lắk (Phú Yên cũ), Đà Nẵng đều đẩy mạnh đầu tư vào du lịch biển và sở hữu các resort, dịch vụ chất lượng cao.

Thêm vào đó, môi trường biển khu vực Nam Trung Bộ đang đối mặt với rủi ro suy thoái, xói mòn bờ biển và biến đổi khí hậu ngày càng tăng. Nhiều vùng ven biển đã ghi nhận tình trạng xói lở, đe dọa hạ tầng du lịch trong tương lai.

Hạn chế về nhân lực, năng lực quản lý điểm đến và liên kết doanh nghiệp tiếp tục là thách thức lớn đối với cả hai địa phương.

Cuối cùng, chuyển đổi số - yếu tố then chốt để nâng cao năng lực cạnh tranh, chưa được triển khai mạnh mẽ và đồng bộ. Nhiều cơ sở lưu trú, doanh nghiệp nhỏ chưa tiếp cận được các ứng dụng số trong quản lý và quảng bá.

IV. Định hướng chiến lược và giải pháp phát triển du lịch Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045

1. Định hướng chiến lược

Chiến lược phát triển cần dựa trên ba trụ cột: Du lịch biển - đảo chất lượng cao (Nha Trang - Cam Ranh - Vân Phong - Ninh Chữ); Du lịch sinh thái - bền vững (Núi Chúa - Hòn Bà - Phước Bình); Du lịch văn hóa - cộng đồng với trọng tâm là văn hóa Chăm và làng nghề truyền thống.

2. Nhóm giải pháp trọng tâm

2.1. Giải pháp đối với cơ quan quản lý Nhà nước

Trước hết, tỉnh cần hoàn thiện quy hoạch phát triển du lịch sau hợp nhất, bảo đảm tính liên vùng và liên kết giữa tài nguyên biển - rừng - sa mạc - văn hóa.

Nhà nước cần đầu tư mạnh vào hạ tầng giao thông và hạ tầng du lịch, nhất là các tuyến kết nối tới khu bảo tồn, làng nghề, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và các điểm du lịch mới hình thành.

Trong công tác quản lý, tỉnh cần triển khai chương trình “Du lịch xanh Khánh Hòa” gắn với tiêu chí du lịch không rác thải, giảm nhựa dùng một lần và kiểm soát chặt lặn biển ngắm san hô.

Việc ứng dụng chuyển đổi số trong quản lý điểm đến cũng là yêu cầu cấp thiết, bao gồm xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch thống nhất, bản đồ số điểm đến, hệ thống phân tích dữ liệu du khách nhằm hỗ trợ dự báo thị trường và hoạch định chính sách dựa trên bằng chứng.

2.2. Giải pháp đối với doanh nghiệp

Các doanh nghiệp cần chuyển mạnh sang tư duy phát triển du lịch bền vững, ưu tiên bảo vệ môi trường, tiết kiệm năng lượng và khai thác tài nguyên có trách nhiệm.

Các sản phẩm mới cần được xây dựng theo tinh thần “signature experience” - trải nghiệm mang dấu ấn riêng của Khánh Hòa mở rộng: du lịch sinh thái rừng - biển - sa mạc, du lịch văn hóa Chăm tương tác sâu, du lịch nông nghiệp công nghệ cao, du lịch thể thao biển, kinh tế đêm ven biển và tuyến du lịch kết nối vịnh - núi - cát.

Doanh nghiệp cũng cần tăng cường liên kết theo chuỗi, hình thành các cụm liên kết dịch vụ như lưu trú - vận chuyển - nhà hàng - trải nghiệm - mua sắm.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp phải chủ động ứng dụng chuyển đổi số, từ bán hàng trực tuyến, quản trị quan hệ khách hàng (CRM), phân tích dữ liệu du khách đến quảng bá trên các nền tảng số quốc tế.

2.3. Giải pháp đối với Các cơ sở đào tạo

Các cơ sở đào tạo cần đổi mới chương trình theo hướng chuẩn hóa và thực tiễn, tăng tỷ lệ thực hành tại doanh nghiệp, bổ sung các học phần về du lịch bền vững, quản lý điểm đến, văn hóa Chăm, du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và kỹ năng ứng xử quốc tế.

Song song đó, các cơ sở đào tạo cần phối hợp với doanh nghiệp triển khai chương trình đào tạo theo đặt hàng, đảm bảo kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên phù hợp nhu cầu thực tế: kỹ năng ngoại ngữ, tổ chức tour, vận hành homestay, kỹ năng lễ tân - buồng phòng quốc tế, truyền thông số trong du lịch...

Ở góc độ nghiên cứu khoa học, các trường đại học và viện nghiên cứu cần đẩy mạnh nghiên cứu ứng dụng phục vụ quản lý nhà nước và doanh nghiệp, như: đánh giá sức chứa môi trường, tác động du lịch đến hệ sinh thái, xây dựng mô hình du lịch xanh, phân tích dữ liệu thị trường, chuyển đổi số điểm đến và phát triển sản phẩm đặc trưng mang bản sắc địa phương.

Ngoài ra, các cơ sở đào tạo cần tham gia các hoạt động truyền thông - giáo dục cộng đồng, thúc đẩy phong trào du lịch văn minh, bảo vệ môi trường, giảm rác thải, tôn trọng

văn hóa bản địa và nâng cao nhận thức của người dân về phát triển du lịch bền vững.

V. Kết luận

Du lịch Khánh Hòa sau hợp nhất có nhiều tiềm năng nổi trội để trở thành động lực quan trọng của tăng trưởng kinh tế vùng Nam Trung Bộ. Với lợi thế tài nguyên phong phú, hạ tầng giao thông phát triển, bản sắc văn hóa đặc sắc và sự ủng hộ của các chính sách quốc gia, tỉnh có đủ điều kiện để xây dựng thương hiệu du lịch biển - sinh thái - văn hóa bền vững. Tỉnh cần tiếp tục đổi mới tư duy quản lý, nâng cao năng lực cạnh tranh, thúc đẩy chuyển đổi số và thu hút đầu tư du lịch xanh; đồng thời đẩy mạnh hợp tác liên vùng và quốc tế nhằm phát huy tối đa lợi thế, hướng đến mục tiêu trở thành trung tâm du lịch biển hàng đầu của Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Huỳnh Thanh Toàn & Nguyễn Thế Anh. (2023). *Chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành du lịch tỉnh Khánh Hòa: Thực trạng và giải pháp*. Tạp chí Công thương, số 22 (tháng 10/2023). Trang 26-36.

Nguyễn Thị Hiền. (2025). *Chính sách phát triển du lịch chất lượng cao trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa*. Tạp chí Quản lý Nhà nước. Truy cập tại: <https://www.quanlynhanuoc.vn/2025/11/04/chinh-sach-phat-trien-du-lich-chat-luong-cao-tren-dia-ban-tinh-khanh-hoa>.

Phan Thị Xuân Hằng. (2023). *Phát triển du lịch Ninh Thuận theo hướng bền vững*. Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam, số 8 - 2023. Trang 47-54. DOI: 10.56794/KHXHVN.8(188).47-54

Quốc hội. (2024). *Quyết định phê duyệt Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045* (Quyết định số 509/QĐ-TTg). Hà Nội.

Thành Nguyên. (2023). *Đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động du lịch*. Cổng Thông tin Điện tử Tỉnh ủy Khánh Hòa. Truy cập tại: <https://tinhuylkhanhhoa.vn/tin-bai/chuyen-de-cntt/day-manh-chuyen-doi-so-trong-hoat-dong-du-lich-15272>.

DỊCH VỤ XANH VÀ SỰ CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG, KHUYẾN NGHỊ DÀNH CHO CÁC DOANH NGHIỆP DỊCH VỤ

NCS THS. VÕ TRẦN HẢI LINH - Trưởng khoa Du lịch

TS. VÂN HỮU QUANG NHẬT - Trưởng phòng Khoa học công nghệ & Hợp tác quốc tế

◆ Trường đại học Thái Bình Dương

Vai trò ngày càng quan trọng của dịch vụ xanh trong chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp và cách khách hàng cảm nhận các hành vi thân thiện môi trường. Tổng quan nhiều nghiên cứu quốc tế cho thấy: hành động xanh chỉ phát huy hiệu quả khi đi kèm chất lượng dịch vụ tốt; nhóm khách hàng cao cấp và nhạy cảm môi trường đánh giá rất cao các thực hành xanh, đặc biệt là hành vi của nhân viên, tối ưu năng lượng và thực phẩm bền vững. Tuy nhiên, giá cả và tiện nghi vẫn là yếu tố quyết định trong lựa chọn dịch vụ. Tham luận khuyến nghị doanh nghiệp cần tích hợp bền vững vào vận hành, sử dụng nguyên liệu địa phương, tối ưu năng lượng – nước, giảm rác thải, đào tạo nhân viên và truyền thông khéo léo để biến các thực hành xanh thành giá trị gia tăng, nâng cao sự hài lòng và trung thành của khách hàng.

TỪ KHÓA: Dịch vụ xanh; Hành vi khách hàng; Bền vững; Trải nghiệm du khách; Nhân viên xanh; Giá trị thương hiệu

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hiện đại, các chiến dịch bảo vệ môi trường đã trở thành một yếu tố cốt lõi trong chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp tại Việt Nam cũng như trên toàn cầu. Những nỗ lực này không chỉ giúp nâng cao giá trị thương hiệu, mà còn tạo ra sự gắn kết mạnh mẽ với khách hàng, đặc biệt là trong bối cảnh cộng đồng ngày càng ý thức hơn về các vấn đề môi trường. Các chiến dịch thân thiện với môi trường đa dạng, từ kêu gọi trồng rừng, giảm thiểu rác thải, đến việc sử dụng năng lượng tái tạo, đều thể hiện cam kết của doanh nghiệp đối với trách nhiệm xã hội.

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng các hoạt động này không chỉ có lợi cho môi trường mà còn góp phần nâng cao uy tín của doanh nghiệp, tạo ra hình ảnh tích cực trong mắt công chúng và khách hàng. Tuy nhiên, một khoảng trống đáng kể trong tài liệu hiện có là sự thiếu hụt hiểu biết về cách mà các hành động bảo vệ môi trường này ảnh hưởng đến quy trình cung cấp dịch vụ và trải nghiệm của khách hàng. Điều này có thể xuất phát từ việc nhiều sáng kiến bảo vệ môi trường được triển khai chủ yếu trong khu vực nội bộ, mà chưa có sự kết nối chặt chẽ với các dịch vụ bên ngoài mà khách hàng trải nghiệm.

Chẳng hạn, các chương trình trồng rừng hoặc tối ưu hóa hệ thống tưới tiêu cho cây xanh thường không được truyền đạt một cách hiệu quả tới khách hàng, dẫn đến một sự thiếu hụt trong việc hình thành mối quan hệ giữa các hành động xanh và sự hài lòng của khách hàng. Mặc dù nhiều doanh nghiệp đã cố gắng lồng ghép các hoạt động bảo vệ môi trường vào quy trình dịch vụ và tăng cường tương tác với khách hàng, tuy nhiên, sự phản ứng của khách hàng lại vô cùng đa dạng, phản ánh cả sự đồng thuận lẫn sự hoài nghi về giá trị thực sự của những nỗ lực này.

Việc hiểu rõ những cảm nhận của khách hàng không chỉ là yếu tố quyết định trong việc tối ưu hóa chiến lược marketing mà còn trong việc xây dựng trải nghiệm khách hàng có ý nghĩa và bền vững. Nhằm mục đích đi sâu vào vấn đề này, bài nghiên cứu dưới đây sẽ trình bày và phân tích cách mà khách hàng cảm nhận về dịch vụ đi kèm với các hoạt động bảo vệ môi trường. Qua đó, nghiên cứu sẽ cung cấp cái nhìn toàn diện hơn về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và sự hài lòng của khách hàng, từ đó mở ra những hướng đi mới cho các doanh nghiệp trong việc phát triển những chiến lược tạo giá trị bền vững.

2. Tổng quan một số nghiên cứu và bài học kinh nghiệm trên thế giới

Một nghiên cứu tại Cộng hòa Síp (Cyprus) về mối tương quan giữa chất lượng dịch vụ, cách hoạt động thân thiện với môi trường và sự hài lòng của khách hàng bằng phương pháp thí nghiệm đã cho thấy mối quan hệ phức tạp của ba thành tố này. Đầu tiên, các hành vi xanh đơn lẻ không có tác động này đến mức độ hài lòng của du khách. Tuy nhiên, dịch vụ tốt đi kèm với hành vi thân thiện với môi trường sẽ giúp nâng cao độ hài lòng của du khách hơn nữa, mà sự hài lòng tối đa (delight) thường là mục tiêu của các dịch vụ cao cấp.

Các nghiên cứu thực nghiệm khác sẽ giúp chúng ta có cái nhìn thực tế hơn về mối quan hệ này. Trong lĩnh vực nhà hàng, Schubert và cộng sự (2010) đã thực hiện khảo sát tại Mỹ để tìm kiếm mối tương quan giữa các hành động xanh đến mong muốn chi trả thêm cho dịch vụ. Nghiên cứu cho thấy, khách hàng muốn sử dụng dịch vụ trong các cơ sở xanh vì họ nghĩ như vậy sẽ tốt hơn cho môi trường và họ cho rằng các nhà hàng nhìn chung nên áp dụng các tiêu chí xanh này. Ngoài ra, khách sẵn sàng chi trả thêm một khoản nhỏ để sử dụng dịch vụ trong các nhà hàng xanh, chỉ có 20% số khách sẵn sàng chi 10% hơn trong nghiên cứu này. Quan trọng nhất, trong nghiên cứu này cho thấy các hành vi thân thiện với môi trường từ phía nhân viên được đánh giá cao nhất và có ảnh hưởng lớn nhất đến quyết định chi trả thêm này. Yếu tố này được so sánh cùng thực phẩm xanh và các chiến dịch từ thiện xanh.

Một nghiên cứu khác tại Pháp (Robinot và Giannelloni, 2010) đã đánh giá các dịch vụ xanh này tác động như thế nào đến độ hài lòng trong lĩnh vực khách sạn. Kết quả cho thấy, các hành động xanh ngày nay không còn được coi là yếu tố vượt trội mà là điều bắt buộc phải có trong dịch vụ. Điều này có nghĩa các chương trình này nếu xuất hiện trong khách sạn thì không gia tăng mức độ hài lòng, nhưng nếu không có thì sẽ làm giảm ngay mức độ hài lòng của du khách. Do đó, nhân viên khách sạn và các không gian dịch vụ tiếp xúc trực tiếp với khách phải liên tục thể hiện được các chương trình xanh này để giữ vững được mức độ hài lòng của du khách.

Đối với thị trường Thổ Nhĩ Kỳ, Aksu, Albayrak, và Caber (2021) đã khảo sát đánh giá của khách hàng về các dịch vụ đi kèm với hành vi thân thiện với môi trường bằng thang đo ECOSERV và chứng minh rằng, dịch vụ thân thiện với môi trường là nhân tố tác động đến độ hài lòng của du khách Nga tại đây. Nghiên cứu này cũng phân loại du khách thành hai thành phần, nhạy cảm với hành động xanh và không và cho thấy nhóm khách nhạy cảm với lưu tâm nhiều nhất đến các nhân tố này mặc dù có độ hài lòng tương tự nhóm khách không nhạy cảm.

Một nghiên cứu khác được tiến hành tại hai điểm Slovenia và Áo đã tổng hợp các 4 nhóm hành vi xanh từ dịch vụ nhân viên sẽ được khách quan tâm nhất bao gồm: Thái độ của nhân viên trong các hành động xanh, trang thiết bị thân thiện với môi trường, sử dụng điện nước hiệu quả, thức ăn thân thiện với môi trường. Trong đó, nhóm hành vi của nhân viên được đánh giá cao nhất.

Dữ liệu lớn từ trang đánh giá TripAdvisor sau khi được phân tích cũng chỉ ra những khác biệt văn hóa trong việc đánh giá dịch vụ xanh. Điểm chung lớn nhất là các khách hàng đều chú trọng đánh giá dịch vụ xanh qua 3 yếu tố: tối ưu hóa năng lượng, đồ ăn bền vững, và nhân viên thân thiện với môi trường. Về các chương trình xanh, nếu ảnh hưởng đến tiện nghi của khách, sẽ ngay lập tức nhận được đánh giá dịch vụ không tốt. Nhưng nếu các tiện ích này tốt và đi kèm với thông điệp bảo vệ môi trường thì sẽ mang lại độ hài lòng sẽ đi liền với các hành động hệ quả như truyền miệng, trả cao hơn và quay lại sử dụng dịch vụ.

Nghiên cứu tại Malaysia cũng cho thấy nét tương đồng về sự ảnh hưởng của tiện nghi, 70% du khách không ưu tiên sử dụng khách sạn thân thiện với môi trường. Họ có quan tâm là khách sạn có các chính sách xanh hay không, nhưng ưu tiên hàng đầu của họ là giá và tiện nghi của khách sạn. Đáng lưu tâm là các hoạt động này đã được quảng bá ở tầm chính phủ, có nghĩa là du khách đều sẽ được thông tin về các khách sạn đang áp dụng chương trình xanh. Chỉ có 30% du khách là sẵn sàng trả cao hơn cho các khách sạn áp dụng các chiến dịch bảo vệ môi trường và cân bằng xã hội.

Nghiên cứu tại Đài Loan (Trung Quốc) cũng có kết quả tương tự. Khách hàng sẵn sàng chấp nhận việc thiếu một số tiện nghi trong các khách sạn xanh, nhưng sẽ không trả cao hơn cho các khách sạn này. Thậm chí, nếu khách sạn giảm tiện nghi để giảm thiểu rác thải, khách hàng còn đòi hỏi giảm giá để khắc phục những thiếu sót này. Do đó, tác giả của nghiên cứu khuyến nghị đối với thị trường này, khách hàng nên sử dụng các chương trình ưu đãi để khuyến khích khách tham gia vào các chương trình như tiết kiệm năng lượng, sử dụng ít sản phẩm không tái chế, hơn là đòi hỏi họ trả thêm tiền. Tại Hong Kong (Trung Quốc), khi so sánh khách Trung Quốc và các quốc gia khác cho thấy cái nhìn rõ ràng hơn về vấn đề này. Đối với khách được khảo sát, nếu khách sạn xanh mang lại lợi ích trực tiếp về mặt sức khỏe cho họ mà không ảnh hưởng đến tiện nghi, họ sẽ sẵn sàng ủng hộ.

⇒ Từ các phân tích và thống kê trong nghiên cứu, có thể thấy rằng, các hành vi thân thiện với môi trường đặc biệt được ưa chuộng ở nhóm khách hàng thuộc phân khúc cao cấp, đặc biệt là cá nhân có độ tuổi trung niên từ 30 đến 45, cùng với sự quan tâm vượt trội từ phụ nữ so với nam giới. Điều này cho thấy rằng các nhà hàng, khách sạn và dịch vụ nghỉ dưỡng, khi xác định mục tiêu hướng đến phân khúc cao cấp, cần thiết phải chú trọng đến việc xây dựng và tổ chức các chính sách và hành động bảo vệ môi trường.

Một điểm cần lưu ý là sự quan tâm đến các hành vi thân thiện với môi trường không ảnh hưởng mạnh mẽ đến lựa chọn của khách hàng như hai yếu tố thiết yếu khác: giá cả và tiện nghi. Do đó, để không làm giảm đi chất lượng dịch vụ, các cơ sở kinh doanh nên song song phát triển cả hai yếu tố này. Đối với nhóm khách hàng cao cấp, việc tuân thủ các quy chuẩn xanh không chỉ đơn thuần là một yêu cầu mà còn được xem như một tiêu chí tiêu chuẩn trong dịch vụ. Họ coi các thực hành xanh là một phương thức nâng cao sức khỏe (wellness) cá nhân, đồng thời góp phần bảo vệ môi trường chung.

Khách hàng trong phân khúc này đặc biệt quan tâm đến ba nhóm yếu tố: thực phẩm bền vững, sự cam kết bảo vệ môi trường từ nhân viên, và tối ưu hóa việc sử dụng năng lượng và tài nguyên. Do đó, các khách sạn cần khéo léo lồng ghép các thông điệp xanh vào từng nhóm yếu tố này nhằm gia tăng giá trị và sự hài lòng cho khách hàng. Một dịch vụ tốt không chỉ đơn thuần tạo ra sự hài lòng mà nếu được thực hiện với một cách tiếp cận thân thiện với môi trường, nó còn mang lại niềm hạnh phúc (delight) cho khách hàng. Điều này không chỉ là tiêu chuẩn trong các dịch vụ cao cấp mà còn có thể dẫn đến những hệ quả tích cực cho doanh nghiệp, bao gồm sự truyền miệng giữa khách hàng và

khả năng chi thưởng cao hơn cho nhân viên vì những hành động xanh.

4. Đề xuất kiến nghị

Dựa trên những kết quả nghiên cứu này, các doanh nghiệp trong lĩnh vực nhà hàng và dịch vụ nghỉ dưỡng cần triển khai các chiến lược rõ ràng nhằm tích hợp các yếu tố bền vững vào quy trình hoạt động của mình. Việc sử dụng nguồn thực phẩm theo mùa và sản phẩm địa phương không chỉ làm tăng giá trị cho địa phương mà còn giúp giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường. Ví dụ, giảm thiểu sử dụng thực phẩm có can thiệp hóa học và hạn chế thực phẩm chế biến để bảo đảm sức khỏe cho khách hàng.

Đồng thời, việc tối ưu hóa năng lượng cần được thực hiện đồng bộ, bao gồm việc vận hành hệ thống máy lạnh với độ ẩm thấp để tiết kiệm điện năng, thiết kế thông gió hợp lý nhằm giảm phụ thuộc vào máy lạnh, và áp dụng công nghệ chiếu sáng LED qua hệ thống chiếu sáng để tiết kiệm điện. Bên cạnh đó, việc tái sử dụng nguồn nước thải sinh hoạt và sử dụng năng lượng tái tạo trong quá trình phục vụ cũng cần được chú trọng. Một giải pháp cụ thể có thể là giảm thiểu việc giặt ủi trong phòng khách bằng cách cho phép khách hàng chọn thời gian giặt khi cần thiết.

Sự tham gia tích cực của nhân viên là một phần không thể thiếu trong công tác bảo vệ môi trường. Nhân viên cần được đào tạo và nâng cao nhận thức về việc sử dụng tiết kiệm năng lượng, ví dụ như tắt đèn và thiết bị khi không cần thiết, giữ gìn vệ sinh môi trường quanh khách sạn, và tích cực tham gia phân loại rác để phục vụ cho việc tái chế. Họ cũng nên được khuyến khích hiểu rõ khẩu phần thực phẩm để tiết kiệm lương thực và có kiến thức về thực phẩm theo mùa nhằm giới thiệu một cách hiệu quả cho khách hàng.

Tóm lại, việc triển khai các chiến dịch xanh không chỉ là một bước đi cần thiết trong việc khẳng định thương hiệu mà còn là một yêu cầu không thể thiếu trong quá trình xây dựng lòng tin và sự hài lòng của khách hàng, từ đó nâng cao giá trị bền vững cho doanh nghiệp.■

NHA TRANG – ĐIỂM ĐẾN THÔNG MINH, VĂN MINH VÀ THÂN THIỆN

PHƯỜNG NHA TRANG

Tham luận phân tích định hướng xây dựng Nha Trang trở thành điểm đến thông minh, văn minh và thân thiện trong bối cảnh Khánh Hòa đặt mục tiêu tăng trưởng du lịch hai con số và trở thành trung tâm du lịch biển quốc tế. Trên cơ sở Nghị quyết 09-NQ/TW và Nghị quyết 01 của Tỉnh ủy, tham luận nhấn mạnh ba trụ cột: phát triển du lịch thông minh dựa trên hạ tầng số và Trung tâm IOC; xây dựng môi trường du lịch văn minh với hệ chuẩn ứng xử và quản trị đô thị chuyên nghiệp; lan tỏa giá trị thân thiện qua nguồn nhân lực du lịch và cộng đồng dân cư. Từ đó, tham luận đề xuất nhóm giải pháp gồm: tích hợp công nghệ với chuẩn mực văn hóa, nâng cao chất lượng nhân lực, tăng cường truyền thông - chế tài, và phát triển sản phẩm du lịch văn hóa đêm. Các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển du lịch bền vững.

TỪ KHÓA: Du lịch thông minh, đô thị văn minh, Nha Trang, trải nghiệm du khách, nguồn nhân lực du lịch, phát triển bền vững.

1. Mở đầu

Chúng ta đang sống và làm việc trong giai đoạn mà tỉnh Khánh Hòa đang đứng trước những vận hội lịch sử. Nghị quyết 09-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng, phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã xác định rõ mục tiêu đưa Khánh Hòa trở thành thành phố trực thuộc Trung ương, là trung tâm dịch vụ, du lịch biển quốc tế. Trong đó, du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn.

Để cụ thể hóa khát vọng đó, Tỉnh ủy Khánh Hòa đã ban hành Nghị quyết số 01 về tăng trưởng kinh tế hai con số giai đoạn 2025-2030. Những mục tiêu đặt ra vô cùng thách thức nhưng cũng đầy cảm hứng: đến năm 2030, Khánh Hòa phấn đấu đón 31,6 triệu lượt khách lưu trú (trong đó có 10,5 triệu khách quốc tế), phát triển 100.000 phòng lưu trú (với 75% đạt chuẩn 3-5 sao) và tạo việc làm cho hơn 300.000 lao động.

Đây không phải là những con số trên giấy. Thực tiễn đang chứng minh cho sự bứt phá mạnh mẽ của chúng ta. Chỉ riêng 9 tháng đầu năm 2025, toàn ngành du lịch Khánh Hòa đã đón hơn 14,1 triệu lượt khách lưu trú, tăng 16,5% so với cùng kỳ. Trong đó, khách quốc tế đạt 4,3 triệu lượt. Tổng doanh thu từ du lịch ước đạt 56.540 tỷ đồng, tăng 19,2% so với cùng kỳ năm 2024.

Những con số này cho thấy chúng ta đã vượt xa kế hoạch đề ra cho cả năm 2025 (mục tiêu là 11,8 triệu lượt khách và 60.000 tỷ đồng doanh thu). Điều này khẳng định vị thế, sức hút của Nha Trang - Khánh Hòa, nhưng cũng đặt ra một bài toán lớn: Làm thế nào để duy trì tốc độ tăng trưởng này một cách bền vững? Làm thế nào để tăng trưởng về lượng phải đi đôi với nâng cao về chất.

Chúng ta không thể mãi dựa vào tài nguyên "biển xanh, cát trắng, nắng vàng" vốn có. Để cạnh tranh với nền du lịch như hiện nay, Nha Trang bắt buộc phải tạo ra sự khác biệt. Và ba trụ cột: Thông minh - Văn minh - Thân thiện chính là kiềng ba chân vững chắc để chúng ta hiện thực hóa khát vọng đó.

2. Du lịch thông minh - xu thế tất yếu

Khi nói đến "Thông minh", chúng ta không chỉ nói về công nghệ cao, mà là nói về việc ứng dụng công nghệ để tối ưu hóa quản lý, nâng cao trải nghiệm du khách và tăng cường sức cạnh tranh. Đây là "phần cứng" của một đô thị du lịch hiện đại.

Tỉnh Khánh Hòa nói chung và phường Nha Trang nói riêng đã có những bước đi chiến lược, mà điển hình là việc phê duyệt và triển khai Đề án "Xây dựng thí điểm mô hình đô thị thông minh trên địa bàn phường Nha Trang" giai đoạn 2023-2030.

Thứ nhất, thông minh trong quản lý điều hành. Trái tim của đề án này là Trung tâm Điều hành đô thị thông minh (IOC). Trung tâm này sẽ tích hợp dữ liệu từ camera an ninh, hệ thống giao thông, quản lý môi trường, và cả các hoạt động du lịch. Thử tưởng tượng,

vào giờ cao điểm, chúng ta có thể điều phối giao thông từ xa để giải tỏa ùn tắc tại các nút thắt như ngã sáu hay đường Trần Phú. Chúng ta có thể giám sát an ninh tại các điểm nóng như Quảng trường 2/4, Tháp Bà Ponagar, đảm bảo an toàn tuyệt đối cho du khách.

Thứ hai, thông minh trong trải nghiệm du lịch. Chuyển đổi số đang len lỏi vào từng dịch vụ. Du khách đến Nha Trang giờ đây có thể dễ dàng truy cập Cổng thông tin du lịch thông minh của tỉnh, sử dụng các ứng dụng (app) để đặt phòng, đặt tour, tìm kiếm nhà hàng. Thanh toán không tiền mặt đã trở nên phổ biến.

Thứ ba, thông minh trong bảo tồn và phát huy di sản. Công nghệ "thông minh" cho phép chúng ta số hóa di sản. Du khách có thể trải nghiệm tour tham quan Tháp Bà Ponagar hay Viện Hải dương học bằng công nghệ thực tế ảo (VR) hoặc thực tế tăng cường (AR), lắng nghe những câu chuyện lịch sử, văn hóa một cách sống động mà không cần hướng dẫn viên. Điều này không chỉ làm phong phú thêm sản phẩm du lịch mà còn là một cách hữu hiệu để bảo tồn và lan tỏa giá trị văn hóa bản địa.

Phát triển du lịch thông minh là xu thế tất yếu. Nó giúp chúng ta quản lý hiệu quả hơn, và quan trọng hơn, nó mang đến sự tiện lợi, an toàn và những trải nghiệm mới mẻ, cá nhân hóa cho từng du khách.

Văn minh trong du lịch Nha Trang được thể hiện qua ba chủ thể chính, và chúng ta đã có nền tảng pháp lý là Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch của tỉnh Khánh Hòa.

Văn minh từ cơ quan quản lý và doanh nghiệp: Đó là sự chuyên nghiệp, minh bạch. Là cam kết nói không với "chặt chém", ép giá, tranh giành khách. Là sự cạnh tranh lành mạnh bằng chất lượng dịch vụ. Các doanh nghiệp du lịch từ lữ hành, khách sạn đến nhà hàng phải là những người tiên phong thực hiện chuẩn mực này.

Văn minh từ cộng đồng dân cư: Mỗi người dân Nha Trang cần ý thức mình là một "đại sứ du lịch". Văn minh thể hiện từ những hành động nhỏ nhất: không xả rác bừa bãi, giữ gìn vệ sinh chung, tuân thủ luật lệ giao thông, buôn bán trung thực, không chèo kéo khách. Hình ảnh một bãi biển sạch rác, một vỉa hè thông thoáng, một nụ cười trung thực của người bán hàng rong... chính là điểm cộng vô giá.

Văn minh từ chính du khách: Chúng ta cũng cần truyền thông mạnh mẽ để du khách khi đến Nha Trang cũng thể hiện sự văn minh: tôn trọng văn hóa bản địa (nhất là khi thăm các di tích, đền chùa), xếp hàng trật tự, có ý thức bảo vệ môi trường, không làm hư hại cảnh quan.

Từ góc độ văn hóa, "văn minh" chính là xây dựng một môi trường du lịch trật tự, kỷ cương, nơi mọi hoạt động đều tuân thủ pháp luật và chuẩn mực đạo đức xã hội. Chúng ta phải kiên quyết xử lý các vấn nạn làm xấu đi hình ảnh Nha Trang, như bán hàng rong đeo bám, taxi "dù",... Chỉ khi có một môi trường "văn minh", du khách mới cảm thấy an tâm để

chi tiêu và tận hưởng.

Sự thân thiện của người Nha Trang vốn là một giá trị văn hóa cốt lõi. Đó là sự hào sảng, phóng khoáng và chân thật của người dân miền biển. Nhiệm vụ của chúng ta là làm lan tỏa giá trị đó trong mọi điểm chạm dịch vụ:

"Nụ cười Nha Trang" phải trở thành thương hiệu. Từ anh bảo vệ, chị lễ tân khách sạn, người lái xe taxi, đến cô bán hàng... đều cần được đào tạo về kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống với một thái độ ân cần, niềm nở.

Sự hỗ trợ tận tâm: Thân thiện là khi du khách gặp sự cố (mất đồ, tai nạn, rào cản ngôn ngữ) và nhận được sự giúp đỡ kịp thời, nhiệt tình từ cả cơ quan chức năng lẫn người dân.

Môi trường thân thiện: Đó là hệ thống biển chỉ dẫn đa ngữ (Việt, Anh, Nga, Trung, Hàn...) rõ ràng, dễ hiểu. Đó là việc tạo ra các không gian công cộng an toàn, sạch đẹp, thân thiện với mọi đối tượng, kể cả người khuyết tật và trẻ em.

Sự "Thân thiện" không thể là một nụ cười gượng gạo, mang tính thương mại. Nó phải xuất phát từ sự chân thành và lòng tự hào của người dân thành phố biển. Đây chính là lợi thế cạnh tranh mềm mà không công nghệ nào có thể thay thế được. Khi du khách cảm nhận được sự ấm áp, chân thành, họ không chỉ quay lại, mà còn trở thành những "người kể chuyện" tích cực, quảng bá hình ảnh Nha Trang đến bạn bè và gia đình họ.

3. Giải pháp trọng tâm thúc đẩy du lịch Nha Trang

Để Nha Trang nói riêng thực sự trở thành động lực đưa du lịch Khánh Hòa nói chung cất cánh tôi xin đề xuất một số giải pháp trọng tâm sau:

Một là, không thể chỉ tập trung vào công nghệ "thông minh" mà lơ là "văn minh" và "thân thiện". Cần có sự lồng ghép. Ví dụ: Ứng dụng du lịch thông minh (Smart App) phải tích hợp cả Bộ Quy tắc ứng xử văn minh và đường dây nóng hỗ trợ du khách 24/7. Trung tâm IOC không chỉ giám sát an ninh, mà còn phải giám sát cả việc xả rác, bán hàng rong để xử lý kịp thời.

Hai là, đặt con người vào vị trí trung tâm của mọi sự phát triển. Công nghệ thông minh cần có người vận hành thông minh. Do đó, phải đẩy mạnh đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Không chỉ đào tạo về nghiệp vụ, ngoại ngữ, mà phải đặc biệt chú trọng đào tạo kỹ năng mềm, văn hóa ứng xử, và kỹ năng số cho người lao động.

Ba là, tăng cường truyền thông đi đôi với chế tài nghiêm khắc. Cần truyền thông sâu rộng, liên tục về Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch đến từng doanh nghiệp, từng hộ dân, từng du khách (ngay tại sân bay, nhà ga, khách sạn). Đồng thời, phải tăng cường thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm các hành vi "chặt chém", gây ô nhiễm, làm phiền du khách. Sự nghiêm minh chính là cách để bảo vệ những người làm du lịch chân chính và

xây dựng niềm tin cho du khách.

Bốn là, phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa có chiều sâu. Để thực sự trở thành "kinh tế mũi nhọn", chúng ta phải tăng chi tiêu và thời gian lưu trú của khách. Thay vì chỉ tắm biển, du khách cần có thêm nhiều trải nghiệm. Chúng ta cần thúc đẩy mạnh mẽ các sản phẩm du lịch văn hóa về đêm (như các show diễn thực cảnh, Nhà hát Đờm...), du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái gắn với văn hóa bản địa. Những sản phẩm này phải được tổ chức một cách "thông minh" (đặt vé online, trải nghiệm số) và vận hành "văn minh" (bảo vệ môi trường, tôn trọng cộng đồng).

4. Kết luận

Con đường để đạt được mục tiêu 31,6 triệu lượt khách vào năm 2030 và đưa Khánh Hòa trở thành trung tâm du lịch biển quốc tế vẫn còn nhiều thách thức, không phải là những khâu hiệu, mà là nền tảng, là giải pháp căn cơ để chúng ta tạo ra một hệ sinh thái du lịch bền vững. "Thông minh" để tối ưu, "Văn minh" để chuẩn hóa, và "Thân thiện" để kết nối.

Với sự chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo tỉnh, sự chung tay của doanh nghiệp và đặc biệt là sự đồng lòng, tự hào của mỗi người dân Nha Trang - Khánh Hòa, tôi tin tưởng rằng, chúng ta sẽ xây dựng thành công hình ảnh Nha Trang - một điểm đến đẳng cấp, hội tụ đủ Trí tuệ (Thông minh), Văn hóa (Văn minh) và Tình người (Thân thiện), góp phần xứng đáng đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh nhà.■

PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI, NGHỈ DƯỠNG GẮN VỚI NÔNG NGHIỆP CÔNG NGHỆ CAO TẠI CAM LÂM

XÃ CAM LÂM

Tham luận phân tích tiềm năng và định hướng phát triển du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao tại Cam Lâm, dựa trên lợi thế đặc thù về khí hậu, địa hình, nông nghiệp trái cây và vị trí kết nối vùng. Mô hình du lịch nông nghiệp công nghệ cao, trải nghiệm giáo dục môi trường và chuỗi giá trị sản phẩm từ xoài Cam Lâm được xem là trọng tâm tạo khác biệt. Bên cạnh đó, việc hình thành hạ tầng du lịch sinh thái bền vững, phát triển sản phẩm OCOP, xây dựng tour “một ngày làm nông dân”, cũng như liên kết biển - sinh thái - nông nghiệp - văn hóa sẽ nâng cao năng lực cạnh tranh của địa phương. Tham luận đề xuất nhóm giải pháp về quy hoạch, sản phẩm, hạ tầng và liên kết thị trường, nhằm đưa Cam Lâm trở thành trung tâm du lịch sinh thái - nông nghiệp công nghệ cao theo hướng bền vững.

TỪ KHÓA: Du lịch sinh thái; Nông nghiệp công nghệ cao; Cam Lâm; OCOP; Chuỗi giá trị; Phát triển bền vững.

1. Đặt vấn đề

Cam Lâm là xã nằm ở vùng phía nam của tỉnh Khánh Hòa gần Cam Ranh và dọc theo trục quốc lộ 1A, thuộc vùng ven biển duyên hải Nam Trung bộ, với diện tích 165,9km². Xã Cam Lâm có địa hình đa dạng nên khí hậu cũng có sự biến đổi theo từng vùng chủ yếu là kiểu khí hậu nhiệt đới gió mùa điển hình, chịu ảnh hưởng của biển Khánh Hòa, thuận lợi phát triển du lịch sinh thái - du lịch biển và giúp hình thành vùng xoài nổi tiếng Cam Lâm

Xã Cam Lâm có 43 thôn với dân số 26.141 hộ, 97.716 khẩu, có 02 thôn đồng bào dân tộc thiểu số cùng sinh sống, có tổng số 50 cơ sở tôn giáo, 25 cơ sở tín ngưỡng, có 05 di tích được công nhận là di tích cấp tỉnh; có 04 cây di sản được công nhận là cây di sản Việt Nam.

Theo quy hoạch của tỉnh Khánh Hòa, Cam Lâm được định hướng phát triển thành một “cực tăng trưởng” quan trọng phía Nam tỉnh. Cam Lâm nằm trong hành lang kinh tế Bắc-Nam của tỉnh, gắn liền trục giao thông chính (gồm cảng biển, sân bay, đường bộ) để kết nối liên vùng. Trong “Quy hoạch chung đô thị mới Cam Lâm đến 2045”, mục tiêu là xây dựng Cam Lâm thành đô thị sân bay hiện đại, sinh thái, đẳng cấp quốc tế.

Theo kế hoạch phát triển, Cam Lâm sẽ là “cơ sở cho trung tâm kinh tế, du lịch, dịch vụ chất lượng cao” liên kết với các đô thị lân cận như Nha Trang, Cam Ranh và khu kinh tế Vân Phong.

Dự án này bao gồm nhiều phân khu: biệt thự, căn hộ, nhà xã hội, khu nghỉ dưỡng, sân golf,... nhằm phát triển đô thị đa chức năng, hiện đại. Có định hướng xây dựng các trung tâm tri thức (khoa học - công nghệ), giáo dục, y tế, đổi mới sáng tạo tại Cam Lâm, nhằm phát triển “nền kinh tế tri thức” tại đây.

Xã Cam Lâm có địa hình đa dạng gồm: Vùng gò đồi thấp - thuận lợi cho phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Vùng ven biển và cận biển - phù hợp phát triển du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng cao cấp. Khí hậu nắng ấm, ít chịu ảnh hưởng bão → thích hợp cho nông nghiệp trái cây chất lượng cao, đặc biệt là xoài Cam Lâm. Cam Lâm đồng thời nằm trong khu vực kết nối nhanh với: sân bay quốc tế Cam Ranh, Nha Trang, Khu du lịch Bắc Bán Đảo Cam Ranh. Đây là nền tảng rất lớn để phát triển du lịch nông nghiệp - sinh thái - nghỉ dưỡng theo tiêu chuẩn hiện đại.

2. Định hướng phát triển du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao

Trong thời gian qua, du lịch và nông nghiệp là hai ngành mũi nhọn được Đảng và Nhà nước ta xác định ưu tiên phát triển trong định hướng phát triển kinh tế, xã hội của đất nước. Các chính sách xây dựng nông thôn mới, phát triển nông nghiệp chất lượng cao của ngành nông nghiệp sẽ là điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch. Việc đẩy mạnh khai thác các giá trị của ngành nông nghiệp để tạo thành sản phẩm du lịch chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh là hướng đi tất yếu mà các địa phương trong cả nước đang

hướng đến trong đó có xã Cam Lâm.

Xã Cam Lâm định hướng phát triển du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao, như:

- Hình thành các mô hình du lịch nông nghiệp công nghệ cao: Trang trại trái cây áp dụng công nghệ tưới nhỏ giọt, nhà màng - nhà lưới, hệ thống quan trắc, quản lý sản xuất thông minh. Trang trại xoài Cam Lâm, xoài sấy - xoài chế biến đạt chứng nhận OCOP đồng thời kết hợp tour tham quan: Tham quan vườn trái nghiệm thu hoạch xoài chế biến xoài sấy, bánh tráng xoài; tham gia nông trại “một ngày làm nông dân” tại khu vườn du lịch hữu cơ, sản xuất rau sạch trở thành điểm check-in, giáo dục trải nghiệm.

- Du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng gắn với thiên nhiên: xã Cam Lâm có các cảnh quan đặc trưng như cánh đồng, gò đồi, hệ sinh thái bán khô hạn đặc trưng Nam Trung Bộ. Không gian yên bình, gần biển nhưng không quá đô thị hóa. Có thể phát triển: Khu nghỉ dưỡng sinh thái, glamping trên nền tảng nông nghiệp xanh. Không gian nghỉ dưỡng sức khỏe: spa thảo dược, yoga giữa vườn cây, detox từ trái cây.

- Du lịch trải nghiệm - giáo dục môi trường với các mô hình hấp dẫn: Tour khám phá hệ sinh thái gò đồi, tour hướng dẫn trồng - chăm sóc cây ăn quả, tour giáo dục STEM cho học sinh về nông nghiệp thông minh, tưới tự động ...

Xã Cam Lâm sở hữu sản phẩm tiềm năng: xoài Cam Lâm, xoài sấy, trà xoài, kẹo xoài, bánh tráng xoài, rượu vang xoài... Định hướng của xã sẽ trưng bày sản phẩm trong các điểm du lịch sinh thái kết hợp quà tặng du lịch, phát triển chuỗi giá trị xoài Cam Lâm từ sản xuất - chế biến - tiêu thụ - trải nghiệm du lịch.

Lợi ích mang lại cho xã Cam Lâm khi phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao tại Cam Lâm góp phần làm tăng giá trị cho sản phẩm nông nghiệp nhờ mở rộng chuỗi giá trị qua du lịch; thu hút đầu tư hạ tầng sinh thái - nghỉ dưỡng, tạo việc làm tại chỗ; phát triển thương hiệu địa phương, đặc biệt là “Xoài Cam Lâm - OCOP”; tăng thu nhập cho nông dân, thúc đẩy chuyển đổi sang nông nghiệp công nghệ cao; góp phần xây dựng xã Cam Lâm trở thành trung tâm du lịch nông nghiệp - sinh thái trong định hướng phát triển đô thị sân bay của tỉnh Khánh Hòa.

Qua đó cho thấy, du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao tại Cam Lâm là một xu hướng phát triển tất yếu của ngành du lịch Khánh Hòa hiện nay, vừa góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, xã hội hóa hoạt động du lịch, tăng cường việc giao lưu văn hóa và sự hiểu biết lẫn nhau giữa du khách và cộng đồng, đồng thời việc phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao tại Cam Lâm cũng chính là một công cụ hữu ích của phát triển du lịch bền vững.

3. Giải pháp phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao

Để phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao, xã Cam Lâm tập trung triển khai thực hiện các giải pháp sau:

Một là, quy hoạch và phát triển các vùng sản xuất nông nghiệp công nghệ cao kết hợp tham quan trải nghiệm (như xoài Cam Lâm, rau sạch...) để hình thành điểm du lịch trải nghiệm. Xây dựng tour trải nghiệm “một ngày làm nông dân công nghệ cao”: tham quan nhà màng, quy trình tưới - giám sát tự động, thu hoạch nông sản sạch. Hỗ trợ các tổ hợp tác, hợp tác xã phát triển vườn mẫu đạt chuẩn để đón khách du lịch.

Hai là, phát triển hệ thống sản phẩm đặc trưng gắn với OCOP và thương hiệu địa phương bằng việc đẩy mạnh chế biến sâu các sản phẩm như: xoài sấy Cam Lâm, trà xoài, kẹo xoài, rượu vang xoài. Hỗ trợ doanh nghiệp, HTX xây dựng điểm trưng bày - giới thiệu sản phẩm đạt chuẩn OCOP phục vụ du khách. Xây dựng câu chuyện văn hóa - lịch sử - nông nghiệp để tăng giá trị trải nghiệm.

Ba là, xây dựng hạ tầng du lịch sinh thái xanh - bền vững, cải tạo, nâng cấp các tuyến đường giao thông dẫn vào vùng sản xuất, đồng thời đảm bảo môi trường “xanh - sạch - thân thiện”. Quy hoạch bãi đỗ xe, khu vệ sinh, điểm check-in, lối đi nội đồng an toàn cho du khách. Khuyến khích đầu tư mô hình homestay sinh thái công nghệ cao thân thiện môi trường.

Bốn là, xây dựng chuỗi du lịch: biển - sinh thái - nông nghiệp công nghệ cao - văn hóa địa phương. Kêu gọi doanh nghiệp lữ hành đưa Cam Lâm vào chương trình trải nghiệm cho học sinh, sinh viên, khách quốc tế.

4. Kết luận

Trong thời gian tới, dưới sự lãnh đạo của Đảng và Nhà nước; sự hỗ trợ của các cơ quan chức năng; sự phối hợp chặt chẽ giữa các địa phương; sự ủng hộ của nhân dân và cộng đồng doanh nghiệp; xã Cam Lâm quyết tâm phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng gắn với nông nghiệp công nghệ cao theo hướng bền vững; đưa xã Cam Lâm phát triển trở thành trung tâm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng cao cấp gắn với nông nghiệp công nghệ cao của tỉnh nhà.■

“ĐẦU TƯ ĐỒNG BỘ HẠ TẦNG DU LỊCH, TẠO ĐỘT PHÁ CHO KHÁNH HÒA TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH, NGHỈ DƯỠNG VÀ GIẢI TRÍ TẦM QUỐC TẾ”

VINPEARL

Trong bối cảnh du lịch toàn cầu phục hồi và tăng trưởng theo hướng xanh, thông minh và cá nhân hóa, Khánh Hòa đang đứng trước cơ hội lớn để bứt phá, khẳng định vị thế trung tâm du lịch, nghỉ dưỡng và giải trí tầm quốc tế. Với lợi thế vượt trội về tài nguyên biển đảo, hạ tầng du lịch phát triển sớm và không gian phát triển mở rộng sau sáp nhập, tỉnh có dư địa lớn để nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến. Tuy nhiên, yêu cầu mới của thị trường và sự cạnh tranh khu vực đòi hỏi Khánh Hòa phải chuyển từ khai thác tiềm năng sang đầu tư đồng bộ bốn trụ cột: hạ tầng, công nghệ, nguồn nhân lực và du lịch xanh. Tham luận nhấn mạnh vai trò của hạ tầng du lịch đa trải nghiệm, hệ sinh thái du lịch thông minh dựa trên dữ liệu, tiêu chuẩn hóa du lịch xanh và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Từ kinh nghiệm thực tiễn của Vinpearl, tham luận đề xuất các nhóm giải pháp chiến lược nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu và hiện thực hóa mục tiêu đưa Khánh Hòa trở thành điểm đến hàng đầu khu vực.

TỪ KHÓA: Du lịch thông minh; Du lịch xanh; Năng lực cạnh tranh

Mở đầu

Du lịch thế giới đang bước vào giai đoạn phục hồi và tăng trưởng mới, với những xu hướng định hình rõ nét: du lịch xanh bền vững, du lịch số thông minh, trải nghiệm sâu sắc và cá nhân hóa.

Theo số liệu từ Cục Thống kê, Việt Nam đón lượng khách quốc tế kỷ lục trong năm 2025, với hơn 19,15 triệu lượt khách quốc tế từ đầu năm đến tháng 11/2025, tăng 21% so với cùng kỳ 2024. Trong khi đó, du lịch Khánh Hòa cũng đón đà bứt tốc mạnh mẽ khi đón hơn 15,6 triệu lượt khách trong 11 tháng đầu năm, tăng 16,4% so với cùng kỳ; trong đó hơn 5,1 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu du lịch hơn 62,5 nghìn tỷ đồng. Sự tăng trưởng này phản ánh sức hút bền vững của Khánh Hòa với cả thị trường nội địa và quốc tế, đồng thời mở ra dư địa lớn để tỉnh hiện thực hoá các mục tiêu chiến lược.

Khánh Hòa từ lâu đã khẳng định vị thế là một trong những trung tâm du lịch biển đảo hàng đầu Việt Nam, có nhiều lợi thế đặc biệt: sở hữu hệ thống vịnh biển đẹp hàng đầu thế giới, khí hậu ôn hòa quanh năm, tài nguyên biển đảo – sinh thái – văn hóa đa dạng, cùng hạ tầng du lịch được đầu tư sớm. Đặc biệt, sau khi sát nhập cùng Ninh Thuận, Khánh Hòa hiện nay được hình thành từ hai vùng đất có nhiều nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, đầy tiềm năng để trở thành trung tâm du lịch hấp dẫn bậc nhất Đông Nam Á. Sự kết hợp này không chỉ tạo ra một thực thể hành chính mới với nguồn tài nguyên du lịch phong phú từ biển đảo, núi rừng đến văn hóa Chăm và nghề truyền thống, mà còn mở rộng dải sản phẩm du lịch phong phú từ du lịch khám phá biển, du lịch nghỉ dưỡng biển, tới du lịch văn hoá,... Đồng thời định hình các cụm liên kết điểm đến như Nha Trang – Cam Lâm – Ninh Thuận, làm nền tảng phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh liên vùng, mang đến chuỗi trải nghiệm mới mẻ, đặc sắc và hấp dẫn hơn cho du khách.

Tuy nhiên, Khánh Hòa cũng đang đối mặt với không ít thách thức: sự cạnh tranh gay gắt từ các điểm đến trong khu vực; yêu cầu ngày càng cao về chất lượng dịch vụ, trải nghiệm và quản trị điểm đến theo chuẩn quốc tế. Những thách thức này đòi hỏi tư duy phát triển mới, trong đó hạ tầng du lịch đóng vai trò nền tảng và dẫn dắt.

Để Khánh Hòa trở thành điểm đến hàng đầu khu vực mang tầm quốc tế, yêu cầu đặt ra không chỉ là khai thác tốt tiềm năng sẵn có, mà quan trọng hơn là nâng cao năng lực cạnh tranh thực chất của điểm đến. Năng lực này được quyết định bởi bốn trụ cột cốt lõi: hạ tầng, công nghệ, con người và du lịch xanh – những yếu tố cần tiếp tục được hoàn thiện và đầu tư đồng bộ trong giai đoạn tới.

1. Hạ tầng: Từ “có kết nối” sang “kết nối liền mạch - trải nghiệm thuận tiện”

Khánh Hòa có lợi thế cửa ngõ hàng không và nền tảng hạ tầng du lịch phát triển sớm. Tuy nhiên, để nâng hạng cạnh tranh quốc tế, hạ tầng cần được nâng cấp theo chuẩn điểm đến tầm khu vực, tập trung vào các điểm cần cải thiện sau:

Mở rộng năng lực kết nối quốc tế bền vững, giảm phụ thuộc thị trường: Hiện nay, tăng trưởng khách quốc tế vẫn có xu hướng tập trung vào một số thị trường nhất định. Vì vậy, cần đẩy mạnh mở rộng thị trường khách quốc tế thông qua các chuyến bay charter, mở tuyến bay mới, tăng tần suất và đa dạng hóa thị trường.

Ngoài ra, cần nghiên cứu giải pháp tăng khả năng tiếp cận của nhóm khách có mức chi tiêu trung bình do chi phí hàng không chưa thực sự cạnh tranh, trong khi thiếu hạ tầng kết nối thông minh với giá cả hợp lý như tuyến đường sắt tốc độ cao kết nối giữa các đô thị, thành phố. Điều này ảnh hưởng đến khả năng mở rộng thị trường khách nội địa và quốc tế.

Phát triển giao thông công cộng và vận chuyển du lịch theo hướng xanh: Điểm đến quốc tế đòi hỏi hệ thống vận chuyển thuận tiện, dễ dùng và thân thiện môi trường. Khánh Hòa cần phát triển mô hình vận tải công cộng phục vụ du lịch đồng thời thúc đẩy các phương tiện giao thông xanh, ít phát thải.

Hạ tầng “mềm” phục vụ đa trải nghiệm khách hàng cần được “đồng bộ hóa”: Để cạnh tranh với các điểm đến trong khu vực, cần nâng cấp hạ tầng không gian công cộng, bến bãi, chiếu sáng, an ninh, cấp phép, logistics sự kiện... nhằm tạo điều kiện phát triển chuỗi trải nghiệm đa dạng, có sự kết nối các hoạt động ngày – đêm, các sự kiện, vui chơi giải trí giúp kéo dài chi tiêu.

2. Công nghệ: Từ “chuyển đổi số đơn lẻ” sang “hệ sinh thái du lịch thông minh đa tầng”

Công nghệ đang trở thành lợi thế cạnh tranh mới của các điểm đến. Khánh Hòa cần chuyển từ các ứng dụng đơn lẻ sang xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh đa tầng, trong đó dữ liệu đóng vai trò trung tâm.

Những điểm cần tập trung gồm: hình thành nền tảng dữ liệu du lịch dùng chung; ứng dụng công nghệ trong quản trị điểm đến theo thời gian thực; hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận chuyển đổi số; và phát triển các lớp trải nghiệm số hóa giúp cá nhân hóa hành trình du khách. Khi đó, công nghệ không chỉ hỗ trợ quảng bá, mà còn nâng cao hiệu quả vận hành và chất lượng trải nghiệm tổng thể.

3. Con người: Từ “lao động ngành du lịch” sang “nhân lực dịch vụ quốc tế và năng lực số”

Chất lượng nguồn nhân lực là thước đo trực tiếp của chất lượng điểm đến. Trong bối cảnh hội nhập, Khánh Hòa cần chuẩn hóa năng lực phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế, đặc biệt về ngoại ngữ, kỹ năng dịch vụ và tác phong chuyên nghiệp.

Song song, du lịch thông minh đòi hỏi nhân lực có năng lực số và tư duy dữ liệu, không chỉ ở cấp quản lý mà cả khâu vận hành. Việc tăng cường phối hợp giữa Nhà nước – doanh nghiệp – cơ sở đào tạo, cũng như hỗ trợ cộng đồng địa phương tham gia chuỗi giá trị du

lịch, sẽ là nền tảng để phát triển bền vững và bao trùm.

4. Du lịch xanh: Từ “chủ trương” sang “tiêu chuẩn - đo lường - thực thi”

Du lịch xanh đã trở thành điều kiện bắt buộc đối với các điểm đến quốc tế. Thách thức của Khánh Hòa hiện nay không nằm ở nhận thức, mà ở tiêu chuẩn hóa, đo lường và thực thi đồng bộ.

Cần sớm hoàn thiện hệ tiêu chuẩn xanh thống nhất cho điểm đến; quản lý chặt chẽ sức chứa và tác động môi trường tại các hệ sinh thái biển đảo; đẩy nhanh chuyển đổi xanh trong vận chuyển và lưu trú tối đa sử dụng các phương tiện di chuyển xanh, xe điện; đồng thời xây dựng hệ chỉ số và truyền thông “xanh” dựa trên dữ liệu thực chứng, tránh hình thức.

Trải qua hơn 20 năm phát triển, Vinpearl tự hào là hệ sinh thái du lịch – nghỉ dưỡng – giải trí quy mô hàng đầu Việt Nam, trong khu vực và Châu Á. Chúng tôi đang vận hành 58 cơ sở tại 20 tỉnh thành trên cả nước; gồm mạng lưới 34 khách sạn và khu nghỉ dưỡng 5 sao, gần 18.800 phòng khách sạn và biệt thự nghỉ dưỡng, 15 khu vui chơi giải trí VinWonders và 2 công viên chăm sóc và bảo tồn động vật bán hoang dã, 6 sân Golf, 3 trung tâm hội nghị & nhà hát đẳng cấp quốc tế... cùng hệ thống spa & nhà hàng ẩm thực tích hợp tại các điểm đến trọng điểm. Trong đó, Vinpearl Nha Trang trên đảo Hòn Tre chính là điểm đến tiên phong cho mô hình du lịch xanh thông minh đa tầng, tạo nền móng thực tiễn đưa ngành du lịch Việt Nam tiến vào kỷ nguyên số.

Tại Vinpearl Nha Trang, ba nền tảng hạ tầng được chú trọng phát triển như sau:

Nền tảng thứ nhất: Đầu tư hạ tầng số – du lịch thông minh

Vinpearl không chỉ số hóa vận hành, mà tích hợp công nghệ xuyên suốt chuỗi giá trị:

Ứng dụng VinWonders giúp du khách tự xây lịch trình, tra cứu thời gian chờ, dùng bản đồ số nội khu, đặt dịch vụ và thanh toán không chạm, cá nhân hóa hành trình.

Bản đồ ẩm thực số hỗ trợ khám phá – đặt bàn nhanh, tăng trải nghiệm tiện lợi.

Hệ thống camera thông minh và FACE ID tại cổng soát vé/khu trò chơi/khu lưu trú giúp kiểm soát lưu lượng, tối ưu vận hành và tăng tiện ích cho khách.

Ứng dụng **AI và Big Data** trong kinh doanh, tiếp thị, quản lý lưu trú và phân tích dữ liệu khách hàng; đồng thời số hóa kênh truyền thông, đặt dịch vụ và CRM.

Những nền tảng này cho thấy: **đầu tư công nghệ** không chỉ làm đẹp trải nghiệm, mà là cách **tăng năng suất ngành du lịch và nâng chuẩn quản trị điểm đến theo dữ liệu**.

Nền tảng thứ 2: Đầu tư hạ tầng xanh – đảo du lịch xanh thông minh

Đảo Hòn Tre cũng được định hướng trở thành mô hình “đảo du lịch xanh thông minh” – song hành với các giải pháp phát triển công nghệ du lịch thông minh, Vinpearl đang triển khai các hệ thống vận chuyển xe điện xanh, thân thiện môi trường gắn liền với bảo tồn hệ sinh thái tự nhiên, giảm thiểu phát thải, hướng tới xây dựng Hòn Tre trở thành điểm đến bền vững, hài hòa giữa công nghệ hiện đại và bảo tồn hệ sinh thái tự nhiên.

Nền tảng thứ 3: Đầu tư hạ tầng trải nghiệm – hệ sinh thái sản phẩm nghỉ dưỡng + giải trí + MICE

Khác với mô hình phát triển du lịch truyền thống, nơi hạ tầng chủ yếu phục vụ lưu trú hoặc tham quan đơn lẻ, Vinpearl Nha Trang tiếp cận theo tư duy đầu tư **hạ tầng đa trải nghiệm**. Đây là mô hình trong đó **hạ tầng không chỉ để đón khách, mà để giữ khách – dẫn dắt hành vi – gia tăng giá trị**:

Nghỉ dưỡng đa phân khúc, phục vụ nhiều nhóm khách và độ dài lưu trú khác nhau;

Vui chơi – giải trí quy mô lớn với VinWonders, giúp Nha Trang chuyển từ điểm đến nghỉ dưỡng biển sang điểm đến trải nghiệm – giải trí;

Hệ sinh thái trải nghiệm đa dạng như golf, thể thao, chăm sóc sức khỏe, mua sắm,...

Hạ tầng MICE và sự kiện, mở rộng phân khúc khách giá trị cao, giảm tính mùa vụ và tăng khả năng đón đoàn lớn.

Các lớp hạ tầng này kết nối với nhau, tạo thành chuỗi trải nghiệm liên hoàn, giữ chân khách lâu hơn và nâng cao chi tiêu.

Từ kinh nghiệm triển khai mô hình du lịch xanh thông minh tại Vinpearl nói riêng và xu hướng phát triển ngành du lịch trong nước – quốc tế nói chung, chúng tôi xin kiến nghị một số nhóm giải pháp mang tính định hướng nhằm thúc đẩy quá trình phát triển du lịch tại Khánh Hòa, góp phần hiện thực hóa mục tiêu đưa tỉnh trở thành trung tâm du lịch, nghỉ dưỡng và giải trí hàng đầu Đông Nam Á:

Thứ nhất, chiến lược phát triển điểm đến, đưa Khánh Hòa trở thành điểm phải trải nghiệm cho du khách trong nước và quốc tế, tăng khả năng tiếp cận cho du khách cũng là giải pháp quan trọng và có thể tác động nhanh, trực tiếp đến ngành du lịch Khánh Hòa; bên cạnh thúc đẩy đầu tư mạng lưới giao thông thông minh, trước mắt, Khánh Hòa cần có chiến lược phát triển các đường bay mới, tăng số lượng chuyến bay và các chính sách đồng bộ cho đến khi tuyến đường sắt cao tốc Bắc – Nam được đưa vào vận hành;

Thứ hai, Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng của địa phương dựa trên nền tảng dữ liệu về phân tích khách hàng để đáp ứng các yêu cầu đa dạng của các phân khúc khách hàng – như du lịch nghỉ dưỡng, khám phá biển, du lịch văn hoá... đồng thời tôn vinh được bản sắc văn hóa cũng như sự độc đáo bản địa;

Thứ ba, thúc đẩy phát triển du lịch xanh gắn với hạ tầng bền vững: Cần hoàn thiện hệ tiêu chuẩn, cơ chế khuyến khích và giám sát thực thi du lịch xanh, gắn với hạ tầng vận chuyển xanh, lưu trú xanh và quản lý môi trường. Ưu tiên các dự án đầu tư hạ tầng thân thiện môi trường, sử dụng năng lượng sạch, giảm phát thải và bảo tồn hệ sinh thái biển đảo. Từ đó, xây dựng hình ảnh Khánh Hòa là điểm đến xanh – thông minh – có trách nhiệm, dựa trên các chỉ số đo lường và dữ liệu minh bạch.

Thứ tư, cần phát triển hạ tầng số và du lịch thông minh cấp điểm đến thông qua xây dựng và ban hành Quy hoạch tổng thể về phát triển du lịch thông minh quy mô cấp tỉnh, đồng thời định hình liên kết vùng chặt chẽ giữa Nha Trang – Cam Lâm – Ninh Thuận để tạo nền tảng phát triển đồng bộ và bền vững. Xúc tiến chiến lược chuyển đổi số, khai thác và tận dụng sức mạnh của công nghệ thông tin, đưa du lịch xanh thông minh vào hành trình trải nghiệm khách hàng;

Thứ năm, Xây dựng chiến lược và lộ trình phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao - không chỉ đáp ứng yêu cầu chuyên môn ngành du lịch, mà còn có khả năng thích ứng nhanh với sự thay đổi của thị trường và xu hướng công nghệ. Đây cần là lực lượng lao động am hiểu số, có kỹ năng ứng dụng công nghệ trong vận hành, quản lý và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Du lịch Khánh Hòa đang có nền tảng cực kỳ thuận lợi để bứt phá trên bản đồ du lịch quốc tế, với lượng khách tăng trưởng liên tục ấn tượng. Với vai trò là doanh nghiệp tiên phong trong phát triển du lịch tại Khánh Hòa, Vingroup cam kết tiếp tục đồng hành cùng tỉnh trong đầu tư hạ tầng du lịch đa trải nghiệm, chuyển đổi số và phát triển xanh, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến, đưa Khánh Hòa từng bước trở thành trung tâm du lịch, nghỉ dưỡng và giải trí tầm quốc tế.■

KIẾN TẠO ĐIỂM ĐẾN VÀ TRẢI NGHIỆM ĐẶC SẮC – GIẢI PHÁP NÂNG TẦM DU LỊCH KHÁNH HÒA TRONG KỶ NGUYÊN DU LỊCH CHẤT LƯỢNG CAO, DU LỊCH XANH

TẬP ĐOÀN SUN GROUP

Du lịch Khánh Hòa đang tăng trưởng mạnh, song đối mặt nguy cơ bão hòa do phụ thuộc vào nghỉ dưỡng biển và áp lực môi trường ngày càng lớn. Tham luận đánh giá tiềm năng phát triển du lịch chất lượng cao, xanh và bền vững trong bối cảnh địa phương hướng đến mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương. Sun Group đề xuất sáu nhóm giải pháp: đa dạng hóa sản phẩm và không gian du lịch; định vị điểm đến cao cấp; chuẩn hóa du lịch xanh; đẩy mạnh xúc tiến số; phát triển kinh tế đêm; và xây dựng hệ thống dữ liệu - nghiên cứu thị trường. Doanh nghiệp cam kết đồng hành bằng các dự án quy mô, hình thành hệ sinh thái du lịch - giải trí - đô thị đẳng cấp, góp phần nâng tầm điểm đến Khánh Hòa.

TỪ KHÓA: Du lịch chất lượng cao; Du lịch xanh; Đa dạng hóa sản phẩm; Kinh tế đêm; Chuyển đổi số du lịch; Thương hiệu điểm đến Khánh Hòa.

I. Mở đầu

Khánh Hòa, một trong những trung tâm du lịch hàng đầu Việt Nam, đang bước vào giai đoạn phát triển mạnh mẽ và đón đầu nhiều vận hội mới sau sáp nhập. Chỉ trong năm 2025, ngành du lịch tỉnh đã đánh dấu bước chuyển vươn mình vào kỷ nguyên mới với những con số ấn tượng.

Theo kế hoạch năm, tỉnh đặt mục tiêu đón khoảng 15,7 triệu lượt khách lưu trú, trong đó, có 5,7 triệu lượt khách quốc tế; tổng doanh thu du lịch ước đạt 66.442 tỷ đồng. Kết quả, chỉ trong 10 tháng đầu năm 2025, tổng lượt khách lưu trú ước đạt hơn 14,8 triệu lượt, trong đó, khách quốc tế ước đạt hơn 4,6 triệu lượt. Tổng thu từ khách du lịch dự tính đạt mốc 60.318,9 tỷ đồng.

Tuy nhiên, cùng chung mục tiêu đưa Khánh Hòa trở thành thành phố trực thuộc Trung ương theo Nghị quyết số 09-NQ/TW của Bộ Chính trị, du lịch - ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh đã và đang cần triển khai nhanh chóng, hiệu quả chiến lược phát triển du lịch theo hướng đa dạng, chất lượng cao, thông minh và bền vững, mang tầm vóc đẳng cấp quốc tế.

II. Thách thức

Thực tế tăng trưởng và phản hồi thị trường trong những năm qua cho thấy, nếu chỉ dừng ở du lịch biển và nghỉ dưỡng truyền thống, Khánh Hòa đang có dấu hiệu bão hòa, trùng lặp với nhiều địa phương ven biển khác. Đặc biệt, sau khi hợp nhất địa giới hành chính, Khánh Hòa là tỉnh sở hữu đường bờ biển dài nhất Việt Nam, với vùng địa giới hành chính mở rộng, giàu tiềm năng và có nhiều đặc trưng độc đáo chưa khai thác.

Khánh Hòa hoàn toàn có thể phát triển du lịch đa chiều: vừa mở rộng - đảm bảo liên kết trải nghiệm độc đáo của cả tỉnh và liên vùng; vừa giữ vững vị thế điểm đến danh tiếng thế giới. Là địa phương đón khách quốc tế với số lượng lớn, đa dạng quốc gia và nền văn hóa khác nhau, Khánh Hòa cần những chiến lược xây dựng sản phẩm du lịch mới mẻ và đẳng cấp; xúc tiến du lịch hiệu quả; chú trọng truyền thông quảng bá đúng trọng điểm để thu hút du khách trong và ngoài nước.

Trước khi triển khai các dự án trọng điểm quy mô lớn của tập đoàn tại Khánh Hòa, qua nhiều nghiên cứu và đánh giá, Sun Group nhìn nhận du lịch Khánh Hòa là thị trường sôi động và giàu tiềm năng nhưng đang gặp khó trong tăng trưởng bứt phá để có thể “vượt ngưỡng”. Lý do chính đến từ việc các sản phẩm du lịch tại địa phương hiện nay vẫn tập trung chủ yếu vào nghỉ dưỡng biển, trong khi các loại hình như du lịch sinh thái, văn hóa, thể thao hay khám phá thiên nhiên chưa được khai thác đúng hướng và mang lại giá trị lớn. Điều này dẫn đến điểm cạnh tranh không cao với các điểm đến trong khu vực và trên thế giới.

Bên cạnh đó, sự phát triển nhanh chóng của du lịch, đặc biệt tại các khu vực ven biển,

đang gây ra nhiều tác động mạnh đến hệ sinh thái tự nhiên.

Đây cũng đồng thời là cơ hội để Khánh Hòa phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, du lịch xanh, đáp ứng nhu cầu của thị trường quốc tế. Bởi ngay sau đại dịch, xu hướng du lịch xanh đang lên ngôi. Du khách ngày càng quan tâm đến các trải nghiệm bền vững, thân thiện với môi trường.

III. Giải pháp xây dựng điểm đến quốc tế

1. Đề xuất 6 bước hành động

Để tiếp tục giữ vững vai trò là địa phương du lịch trọng điểm quốc gia, xây dựng điểm đến danh tiếng được du khách quốc tế yêu thích rộng rãi, Sun Group đề xuất 06 bước hành động thực tiễn cho ngành như sau:

Thứ nhất, Khánh Hòa cần chiến lược phát triển toàn diện, khai thác hiệu quả tối đa những lợi thế sẵn có khi địa giới hành chính được mở rộng. Trong đó, những mục tiêu cần đạt được bao gồm: giữ vững thế mạnh du lịch biển đảo, đi đôi với bảo tồn thiên nhiên và di sản độc đáo; mở rộng hành trình trải nghiệm để khai thác tiềm năng mới của các loại hình du lịch khác và liên kết sản phẩm với vùng Ninh Thuận (cũ);

Bên cạnh đó, cần triển khai đồng bộ các chương trình giảm thiểu rác thải nhựa và bảo vệ hệ sinh thái thiên nhiên phù hợp với từng loại hình du lịch; song song đẩy mạnh sử dụng năng lượng tái tạo, từng bước phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn tại các khu du lịch.

Thứ hai, là địa phương sở hữu tài nguyên danh thắng tự nhiên nổi tiếng thế giới và thời tiết được đánh giá ôn hòa nhất trong khu vực Nam Trung Bộ, cùng với hệ thống hạ tầng đường không - thủy - hỏa - bộ đang hoàn thiện thần tốc, Khánh Hòa cần xác định tiếp tục nâng tầm thương hiệu du lịch ở phân khúc cao cấp, phục vụ các sự kiện quy mô toàn cầu, hướng đến đối tượng du khách cao cấp, siêu giàu trên thế giới như nhiều địa danh như Đà Nẵng, Hạ Long, Phú Quốc... đã làm được.

Thứ ba, Khánh Hòa cần phát huy thế mạnh liên kết sản phẩm giữa các doanh nghiệp, vùng du lịch trọng điểm với nhau để phát huy tối đa thế mạnh chủ lực, tạo sự liên mạch từ hành trình trải nghiệm cho du khách đến xây dựng chiến lược và chuỗi sản phẩm thương hiệu của Khánh Hòa.

Đặc biệt, ngành du lịch tỉnh cần đồng lòng để xây dựng bộ quy chuẩn du lịch xanh - văn minh - chuyên nghiệp và thực thi những hành động nhất quán, hướng đến tiêu chuẩn dịch vụ hiện đại, minh bạch, thân thiện với du khách năm châu.

Thứ tư, Khánh Hòa cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch chuyên nghiệp, đón đầu các xu hướng trải nghiệm... ứng dụng công nghệ hiện đại, nhằm lan tỏa mạnh

mẽ hình ảnh đẹp, hấp dẫn của địa phương với thế giới. Ngành du lịch tỉnh cần có cổng thông tin quảng bá đa ngôn ngữ, tích hợp đa phương tiện, trên đa nền tảng: website, fanpage, Tiktok, Instagram...

Trong thời đại chuyển đổi số mạnh mẽ trong mọi lĩnh vực, việc sử dụng công nghệ số trong quản lý và quảng bá du lịch là nhân tố cấp thiết cần được chú trọng đẩy mạnh.

Thứ năm, Khánh Hòa cần chú trọng phát triển kinh tế đêm, định vị được “thương hiệu” là điểm đến giải trí - trải nghiệm 24/7 đẳng cấp và mới mẻ trên bản đồ nightlife khu vực và thế giới. Đây sẽ là giá trị mới mẻ và không có giới hạn trong khai thác, hứa hẹn mở ra hướng phát triển chiến lược nhiều dư địa cho du lịch tỉnh nhà.

Thứ sáu, ngành du lịch Khánh Hòa cần xây dựng hệ thống dữ liệu đo lường phát triển ngành, nghiên cứu thị trường chi tiết và khoa học, đánh giá tăng trưởng du lịch định kỳ; chủ động tổ chức hội nghị xúc tiến du lịch quy mô quốc gia và khu vực để kết nối và phát triển ý tưởng - sản phẩm phù hợp với các xu hướng mới nhất của thị trường và sự tăng trưởng của du khách, đối tác lữ hành đa quốc gia.

2. Cam kết kiến tạo sản phẩm đẳng cấp từ Sun Group

Là một trong những tập đoàn lớn xác định chiến lược đầu tư quy mô và bền vững tại Khánh Hòa, Sun Group cam kết sẽ mang đến những dự án và sản phẩm du lịch đẳng cấp, tạo sức hấp dẫn vượt trội với hệ sinh thái trọn vẹn: du lịch - trải nghiệm giải trí & kinh tế đêm - chăm sóc sức khỏe và hàng không nghỉ dưỡng. Với cam kết phát triển bền vững và hội nhập quốc tế, Sun Group không chỉ đầu tư vào Khánh Hòa với những công trình điểm nhấn, kiến tạo hạ tầng và dấu ấn toàn mỹ mà còn mang đến những sản phẩm đẳng cấp, hợp tác với những tập đoàn, tên tuổi hàng đầu thế giới. Tất cả cùng hướng đến mục tiêu “đưa thế giới về Việt Nam và đưa Việt Nam vươn ra thế giới”.

Hiện tại, dự án khu đô thị hỗn hợp đầu tiên của Sun Group tại Khánh Hòa với tên gọi Charmora City có tổng vốn đầu tư hơn 17.000 tỷ đồng đang trong quá trình triển khai thiết lập cơ sở hạ tầng ban đầu, chuẩn bị phục vụ xây dựng dự án. Đây không chỉ là khu đô thị hiện đại mà còn hứa hẹn sẽ trở thành biểu tượng của phong cách sống mới.

Tọa lạc cạnh trung tâm hành chính mới ở phường Nam Nha Trang, Charmora City ứng dụng mô hình sponge city - “thành phố bọt biển” - kiến tạo một khu đô thị có khả năng “ngậm nước” cao như miếng bọt biển, nhờ các giải pháp như cây xanh, hồ nước, công viên, hoặc cấu trúc quy hoạch phù hợp giúp hấp thụ nước mưa và ngăn ngừa ngập lụt. Theo định hướng, Sun Group sẽ xây dựng Charmora City thành trung tâm đô thị chuẩn quốc tế với không gian sống chất lượng, hệ sinh thái giải trí về đêm và cộng đồng cư dân toàn cầu.

Đặc biệt, phân khu số 2 được ví như “trái tim” của dự án sẽ mang đến “Đảo công viên giải trí quốc tế” lớn nhất Khánh Hòa tính đến thời điểm hiện nay. Trên diện tích 51 ha, Sun

Group sẽ xây dựng công viên chủ đề quốc tế và công viên công cộng nhằm mục tiêu tạo nên “hệ sinh thái giải trí cao cấp quy mô bậc nhất của tỉnh Khánh Hòa”.

Mang sứ mệnh định hình lại bản đồ du lịch và kinh tế đêm của Khánh Hòa, nơi đây sẽ là không gian mở để tổ chức các hoạt động văn hóa, giải trí 24/7, đặc biệt khai thác lợi thế các hoạt động nghệ thuật trên không gian mặt nước. Không chỉ có bến du thuyền sang trọng, chuỗi nhà hàng và clubhouse đẳng cấp, “Đảo công viên giải trí quốc tế” của Charmora City còn có show trình diễn nghệ thuật, ánh sáng và nhạc nước hoành tráng diễn ra hàng đêm do các đối tác quốc tế danh tiếng thực hiện, tạo nên không gian lễ hội sôi động nhưng vẫn đậm chất văn hóa địa phương.

Khi đi vào hoạt động, nhân dân và du khách sẽ là được chiêm ngưỡng hàng loạt chuỗi sự kiện sông nước: lễ hội ánh sáng, festival văn hóa, concert tầm cỡ... góp phần tôn vinh bản sắc văn hóa xứ trầm hương, đồng thời thúc đẩy kinh tế đêm, góp phần định hình thương hiệu điểm đến nightlife “Nha Trang không ngủ”. Có thể hình dung tương lai các sản phẩm Sun Group tại Khánh Hòa bằng bài học thành công của tập đoàn tại các địa danh du lịch tên tuổi từ Hạ Long, Đà Nẵng, Phú Quốc với chuỗi hoạt động “thương hiệu” thu hút hàng triệu du khách: Lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng - DIFF, chợ đêm VuiFest, show diễn Kiss of the Sea, Symphony of the Sea...

Tại mỗi vùng đất, Sun Group đều kiến tạo những sản phẩm hoàn mỹ, hội tụ nét đẹp văn hóa đặc trưng, độc đáo của vùng miền với tiêu chuẩn nghệ thuật tầm cỡ thế giới.

Kế tiếp, Sun Group cũng đang khẩn trương phối hợp, chuẩn bị các thủ tục triển khai hai dự án đã được chấp thuận đầu tư tại Khu kinh tế Vân Phong. Đó là Khu đô thị mới cao cấp Tu Bông với tổng vốn đầu tư hơn 43.000 tỷ đồng, được định hướng trở thành trung tâm đô thị biển phía bắc Khánh Hòa. Trong khi đó, Khu đô thị cao cấp Đầm Môn là đô thị lõi gắn với thương mại, du lịch và tài chính quốc tế có tổng vốn đầu tư hơn 25.600 tỷ đồng. Đồng thời, Sun Group vẫn đang liên tục làm việc với các cấp tỉnh Khánh Hòa để nghiên cứu và đề xuất các dự án quy mô, đẳng cấp, phục vụ mục tiêu kiến thiết đô thị, phát triển hạ tầng và sản phẩm cao cấp cho du lịch địa phương.

IV. Kết luận

Trên đà phục hồi “vượt đỉnh” tăng trưởng kỷ lục thời kỳ trước dịch Covid-19, Khánh Hòa đang đứng trước cơ hội vàng để bứt phá và khẳng định vị thế trong kỷ nguyên du lịch mới. Với sự đồng lòng của chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng, chúng ta sẽ cùng nhau kiến tạo nên ngành du lịch nói riêng và Khánh Hòa nói chung phát triển thịnh vượng và bền vững. Trong hành trình đó, Sun Group cam kết đồng hành cùng chính quyền và nhân dân, các đối tác tại Khánh Hòa, đầu tư và phát triển các dự án đẳng cấp với tầm nhìn dài hạn, góp phần nâng cao chất lượng sống và trải nghiệm du lịch tại địa phương theo đúng sứ mệnh “làm đẹp những vùng đất”.■

TĂNG CƯỜNG KẾT NỐI HÀNG KHÔNG – THÚC ĐẨY KHÁNH HÒA TRỞ THÀNH TRUNG TÂM DU LỊCH QUỐC TẾ

VIETNAM AIRLINES

Du lịch Khánh Hòa đang tăng trưởng mạnh, song đối mặt nguy cơ bão hòa do phụ thuộc vào nghỉ dưỡng biển và áp lực môi trường ngày càng lớn. Tham luận đánh giá tiềm năng phát triển du lịch chất lượng cao, xanh và bền vững trong bối cảnh địa phương hướng đến mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương. Sun Group đề xuất sáu nhóm giải pháp: đa dạng hóa sản phẩm và không gian du lịch; định vị điểm đến cao cấp; chuẩn hóa du lịch xanh; đẩy mạnh xúc tiến số; phát triển kinh tế đêm; và xây dựng hệ thống dữ liệu - nghiên cứu thị trường. Doanh nghiệp cam kết đồng hành bằng các dự án quy mô, hình thành hệ sinh thái du lịch - giải trí - đô thị đẳng cấp, góp phần nâng tầm điểm đến Khánh Hòa.

TỪ KHÓA: Du lịch chất lượng cao; Du lịch xanh; Đa dạng hóa sản phẩm; Kinh tế đêm; Chuyển đổi số du lịch; Thương hiệu điểm đến Khánh Hòa.

Mở đầu

Khánh Hòa từ lâu được nhìn nhận như một không gian du lịch đặc biệt quan trọng của Việt Nam, nơi hội tụ đầy đủ các yếu tố để trở thành trung tâm nghỉ dưỡng tầm khu vực. Với đường bờ biển dài, hệ thống đảo phong phú, khí hậu ôn hòa quanh năm và hạ tầng du lịch liên tục được đầu tư, Khánh Hòa phát triển nhanh, mạnh và ổn định hơn nhiều khu vực ven biển khác. Vai trò của tỉnh càng được củng cố trong bối cảnh Chính phủ triển khai Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị, xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn và khuyến khích hình thành các cực tăng trưởng du lịch mới trên phạm vi quốc gia.

Trong chiến lược đó, Khánh Hòa không chỉ là điểm đến giàu tài nguyên, mà còn là cửa ngõ du lịch quốc tế quan trọng của miền Trung – Tây Nguyên. Hệ thống khách sạn resort 4-5 sao phát triển nhanh, sản phẩm du lịch đa dạng và môi trường đầu tư thuận lợi đã tạo cho tỉnh một nền tảng vững chắc để bứt phá. Tuy nhiên, để trở thành “trung tâm du lịch quốc tế”, điều kiện tiên quyết không chỉ nằm ở tài nguyên tự nhiên hay cơ sở lưu trú, mà còn ở mức độ kết nối hàng không. Bởi hàng không chính là yếu tố ảnh hưởng cao tới khả năng tiếp cận thị trường, tốc độ mở rộng không gian du lịch và quy mô dòng khách.

Về bản chất, không có một trung tâm du lịch quốc tế nào trên thế giới có thể hình thành nếu thiếu một mạng lưới hàng không mạnh. Điều đó cho thấy Khánh Hòa muốn phát triển đúng tầm khu vực thì phải đặt chiến lược hàng không vào vị trí trụ cột, tương xứng với tiềm năng và khát vọng phát triển của tỉnh trong giai đoạn mới.

I. Thực trạng kết nối hàng không với Khánh Hòa

1. Thực trạng

Trong nhiều năm qua, Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh đã khẳng định vai trò là một trong ba sân bay đón khách quốc tế lớn nhất Việt Nam. Sau giai đoạn ảnh hưởng bởi đại dịch, Cam Ranh là một trong những sân bay có tốc độ phục hồi ấn tượng nhất cả nước, đặc biệt nhờ sự quay trở lại của nhóm thị trường Đông Bắc Á, dẫn đầu là Hàn Quốc. Năm 2024 – 2025, theo báo cáo chính thức của tỉnh, khách quốc tế đến Khánh Hòa đã phục hồi mạnh, trong đó riêng thị trường Hàn Quốc chiếm hơn một nửa tổng lượng khách quốc tế, tiếp theo là Trung Quốc, Đông Nam Á và các thị trường dài ngày như Úc hay châu Âu.

Đối với Vietnam Airlines, Khánh Hòa là điểm đến quan trọng trong mạng bay nội địa và quốc tế. Hãng hiện duy trì các đường bay Hà Nội – Cam Ranh và TP.HCM – Cam Ranh với tần suất ổn định quanh năm, luôn nằm trong nhóm đường bay có nhu cầu lớn và là trục giao thương, du lịch quan trọng của khu vực. Hiện tại, Vietnam Airlines đang khai thác ba đường bay nội địa từ Hà Nội, TP.HCM và Đà Nẵng tới Cam Ranh với tổng tần suất 65 chuyến mỗi tuần, tương đương gần 24.000 ghế, trong đó Hà Nội – Cam Ranh và TP.HCM – Cam Ranh đều đạt 29 chuyến mỗi tuần. Trước đại dịch, Vietnam Airlines cũng khai thác các đường bay Cam Ranh – Seoul và Cam Ranh – các thành phố lớn của Trung Quốc, tạo

nên cầu nối trực tiếp giữa Nha Trang và các thị trường quốc tế.

Hiện nay, các đường bay quốc tế đang được khôi phục mạnh mẽ, với hai đường bay Cam Ranh – Seoul và Cam Ranh – Busan duy trì tổng cộng 14 chuyến mỗi tuần, tương đương gần 5.700 ghế. Đặc biệt, đường bay Cam Ranh – Busan được Vietnam Airlines mở mới từ tháng 6/2025 nhằm đáp ứng nhu cầu tăng trưởng mạnh từ thị trường Hàn Quốc – thị trường có mức tăng trưởng tải cung ứng lên đến 277% so với năm 2019. Nhờ các nỗ lực này, tổng tải cung ứng quốc tế thường lệ đến Cam Ranh trong năm 2025 đạt hơn 3,1 triệu ghế, tăng 118% so với năm 2024 và đạt 217% so với năm 2019.

Có thể khẳng định rằng Khánh Hòa đã, đang và sẽ tiếp tục là điểm tăng trưởng ổn định trong điều phối khai thác của Vietnam Airlines. Đây là điểm đến có nhu cầu du lịch quanh năm, có tiềm năng tăng trưởng dài hạn và phù hợp với chiến lược phát triển mạng bay của Hãng trong việc mở rộng hoạt động tại các trung tâm du lịch biển quốc tế của Việt Nam.

2. Kinh nghiệm và bài học thế giới

Nhìn từ thực tiễn của các điểm đến quốc tế, hàng không luôn đóng vai trò không thể thay thế trong việc mở cửa thị trường. Mỗi đường bay quốc tế được mở là một cánh cửa mới kết nối vùng đất đó với hàng triệu khách hàng tiềm năng. Với những thị trường có sức chi tiêu cao như Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc hay Tây Âu, đường bay quốc tế không chỉ mang du khách đến mà còn kéo theo sự tăng trưởng của toàn bộ chuỗi dịch vụ: từ lưu trú, mua sắm, ẩm thực, y tế, chăm sóc sức khỏe cho đến các ngành công nghiệp bổ trợ.

Xu hướng du lịch quốc tế sau đại dịch đang chuyển mạnh sang các sản phẩm nghỉ dưỡng biển, wellness, du lịch trải nghiệm và lưu trú dài ngày. Khánh Hòa – với quỹ khách sạn và resort quy mô lớn, cơ sở hạ tầng chất lượng cao và khí hậu ổn định – hoàn toàn phù hợp với nhóm khách này. Điều Khánh Hòa cần lúc này không chỉ là tăng số lượng đường bay, mà quan trọng hơn là đa dạng hóa nguồn khách và mở rộng sang các thị trường có mức chi tiêu cao, ổn định và ít tính thời vụ.

Vietnam Airlines có nhiều kinh nghiệm trong phát triển thị trường mới và mở đường bay quốc tế theo chuỗi, dựa trên sự phối hợp giữa địa phương – hãng hàng không – doanh nghiệp du lịch. Mô hình này đã mang lại kết quả tốt tại nhiều điểm đến trên cả nước và hoàn toàn có thể tái áp dụng để kích hoạt lại đà tăng trưởng du lịch quốc tế của Khánh Hòa.

II. Ba trụ cột để đưa Khánh Hòa trở thành trung tâm du lịch quốc tế

Để đưa Khánh Hòa đạt đến tầm vóc của một trung tâm du lịch quốc tế, Vietnam Airlines đề xuất ba định hướng nền tảng mang tính dài hạn.

Thứ nhất, cần tăng cường và đa dạng hóa kết nối hàng không, bao gồm cả nội địa và

quốc tế. Trong đó, các thị trường trọng điểm đều ghi nhận mức tăng trưởng cao: Trung Quốc đạt 75% so với 2019, Thái Lan đạt 129% so với 2019, trong khi thị trường Hàn Quốc tiếp tục là động lực chính với tốc độ tăng trưởng vượt trội. Việc tái mở các đường bay đến Hàn Quốc, Nhật Bản và Trung Quốc sẽ đóng vai trò như một lực kéo quan trọng, bởi đây là các thị trường đã chứng minh khả năng đóng góp bền vững cho Khánh Hòa. Đồng thời, việc nghiên cứu mở các đường bay mới đến Úc, Singapore, Đài Loan hay một số thị trường châu Âu sẽ giúp mở rộng trục khách mới, tạo sự ổn định và giảm phụ thuộc vào một vài thị trường truyền thống. Ở thị trường nội địa, việc tăng tần suất các đường bay từ Hà Nội và TP.HCM đến Cam Ranh sẽ tạo nguồn khách nền lớn, hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương và nâng cao khả năng kết nối xuyên suốt của tỉnh.

Thứ hai, Khánh Hòa cần phát triển mô hình sản phẩm – thị trường – xúc tiến chung giữa địa phương và Vietnam Airlines. Sự tăng trưởng mạnh của phân khúc khách trung và cao cấp, đặc biệt là khách Hàn Quốc, nhóm khách đứng đầu về nhu cầu nghỉ dưỡng biển, golf và wellness cho thấy việc xây dựng các gói bay, nghỉ dưỡng, golf và chăm sóc sức khỏe sẽ tạo ra sức hút lớn và phù hợp với xu thế. Việc triển khai các chương trình xúc tiến tại Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc và châu Âu – những thị trường có khách lưu trú dài ngày và chi tiêu cao – sẽ tạo hiệu quả lớn trong việc định vị thương hiệu du lịch Khánh Hòa trên bản đồ quốc tế. Bên cạnh đó, các gói sản phẩm tích hợp như bay, nghỉ dưỡng, golf, wellness sẽ gia tăng sức hấp dẫn với nhóm khách trung và cao cấp. Mô hình truyền thông hai chiều, trong đó Vietnam Airlines quảng bá Khánh Hòa qua hệ thống kênh quốc tế của Hãng, trong khi tỉnh hỗ trợ truyền thông tại điểm đến, sẽ giúp nâng cao hiệu quả xúc tiến và tạo hình ảnh thống nhất cho điểm đến.

Thứ ba, cần có sự hợp tác sâu hơn giữa địa phương và các hãng hàng không trong việc nâng cấp hạ tầng – dịch vụ để nâng tầm trải nghiệm khách du lịch. Điều này bao gồm tối ưu công suất sân bay Cam Ranh, nâng cao chất lượng dịch vụ mặt đất, cải thiện quy trình phục vụ và áp dụng công nghệ tiên tiến trong vận hành sân bay. Việc triển khai các giải pháp chuyển đổi số, phân tích dữ liệu và cá nhân hóa trải nghiệm sẽ giúp nâng giá trị dịch vụ hàng không – du lịch của tỉnh, đồng thời tạo ấn tượng tích cực đối với du khách ngay từ khi đặt chân xuống sân bay.

Để Khánh Hòa phát triển theo hướng trở thành trung tâm du lịch quốc tế, Vietnam Airlines đề xuất tỉnh xây dựng một “Master Plan phát triển thị trường du lịch quốc tế”, trong đó xác định rõ các thị trường trọng điểm, chính sách ưu tiên, kế hoạch xúc tiến và sự tham gia của doanh nghiệp hàng không – du lịch. Việc áp dụng các cơ chế hỗ trợ mở đường bay mới, đặc biệt đối với thị trường chiến lược, sẽ tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng mạng bay quốc tế đến Cam Ranh.

Tỉnh cũng cần chú trọng đầu tư hạ tầng sân bay Cam Ranh giai đoạn 2025 – 2030, đặc biệt là nâng công suất khai thác, hoàn thiện khả năng kết nối giao thông và cải thiện các dịch vụ phụ trợ. Cùng với đó là chiến lược truyền thông quốc tế có trọng tâm, nhất quán, dựa trên định vị “Khánh Hòa – trung tâm nghỉ dưỡng biển hàng đầu Đông Nam Á”, nhằm

xây dựng hình ảnh điểm đến hấp dẫn, giàu bản sắc và có chất lượng dịch vụ cao.

III. Định hướng về phát triển

Vietnam Airlines luôn xác định vai trò của mình không chỉ là đơn vị vận chuyển hành khách mà còn là cầu nối quan trọng trong việc phát triển du lịch – thương mại của các địa phương, trong đó Khánh Hòa là một trong những đối tác chiến lược. Hãng sẵn sàng phối hợp cùng tỉnh xây dựng kế hoạch xúc tiến thị trường quốc tế, phát triển mạng bay và nâng cao chất lượng dịch vụ theo chuẩn quốc tế, nhằm thu hút ngày càng nhiều du khách đến Khánh Hòa.

Bên cạnh các hoạt động hợp tác thường xuyên với địa phương, Vietnam Airlines sẽ phối hợp với tỉnh trong các hội nghị, sự kiện có quy mô quốc tế như “Platinum Partner Summit”, diễn đàn quy tụ các đối tác hàng không, du lịch và truyền thông chiến lược toàn cầu. Sự kiện đóng vai trò như một nền tảng kết nối hợp tác quốc tế sâu rộng, thúc đẩy trao đổi thông tin thị trường, xu hướng du lịch và cơ hội liên kết mạng bay; hay tại “Lễ ra mắt chuỗi Hội chợ và Roadshow 2026” sắp thực hiện đầu năm 2026.

Những sự kiện này có ý nghĩa quan trọng trong việc tăng cường kết nối giữa hãng hàng không quốc gia với các cơ quan du lịch, đối tác quốc tế, doanh nghiệp lữ hành và các đơn vị truyền thông. Chuỗi sự kiện này không chỉ góp phần mở rộng mạng lưới hợp tác mà còn tận dụng tối đa lợi thế nguồn lực của các bên để triển khai đồng bộ các chương trình quảng bá, nâng cao hiệu quả truyền thông du lịch Việt Nam trên phạm vi quốc tế. Đây cũng là cơ hội để tỉnh Khánh Hòa giới thiệu tiềm năng, sản phẩm và chiến lược phát triển du lịch tới các thị trường trọng điểm, đồng thời phối hợp cùng Vietnam Airlines trong các hoạt động xúc tiến điểm đến tại nước ngoài.

Với vai trò hãng hàng không quốc gia, Vietnam Airlines luôn xác định nhiệm vụ của mình không chỉ dừng lại ở vận chuyển hành khách mà còn là cầu nối chiến lược thúc đẩy phát triển du lịch – thương mại giữa các địa phương. Khánh Hòa là một trong những đối tác quan trọng, được hãng ưu tiên trong định hướng mở rộng mạng bay, nâng cao chất lượng dịch vụ theo chuẩn quốc tế và triển khai các chương trình xúc tiến thị trường quốc tế. Sự đồng hành chặt chẽ giữa Vietnam Airlines và tỉnh Khánh Hòa sẽ góp phần thu hút ngày càng nhiều du khách, tăng cường vị thế của địa phương trên bản đồ du lịch khu vực.

Với định hướng phát triển bền vững, Vietnam Airlines cam kết đồng hành cùng Khánh Hòa trong mục tiêu đưa tỉnh trở thành trung tâm du lịch quốc tế giai đoạn 2025–2030, đóng góp vào sự phát triển chung của du lịch Việt Nam và nâng cao vị thế của đất nước trên bản đồ du lịch toàn cầu.

Kết luận

Khánh Hòa sở hữu tiềm năng lớn để trở thành điểm đến quốc tế hàng đầu, nhưng để hiện thực hóa tầm nhìn đó cần một chiến lược tổng thể, trong đó kết nối hàng không

đóng vai trò nền tảng. Khi hạ tầng hàng không được tăng cường, sản phẩm du lịch được nâng tầm và hợp tác công – tư được thúc đẩy mạnh mẽ, Khánh Hòa hoàn toàn có thể trở thành cực tăng trưởng mới của du lịch Việt Nam. Vietnam Airlines khẳng định cam kết đồng hành lâu dài với tỉnh, với doanh nghiệp và với ngành du lịch, nhằm xây dựng Khánh Hòa thành một trung tâm nghỉ dưỡng biển quốc tế, nơi hội tụ tinh hoa tài nguyên, hạ tầng và dịch vụ của Việt Nam.■

FOSTERING SUSTAINABLE GROWTH IN KHANH HOA THROUGH ESG STANDARDS

Why Environment, Social and Governance (ESG) Matters



Alex H. Kaufman, Ph.D.
ESG Integration Specialist

THE CASE FOR CHANGE: PROBLEMS FOR PEOPLE & PLANET

We have been talking
about problems for a
decade & reached limits:

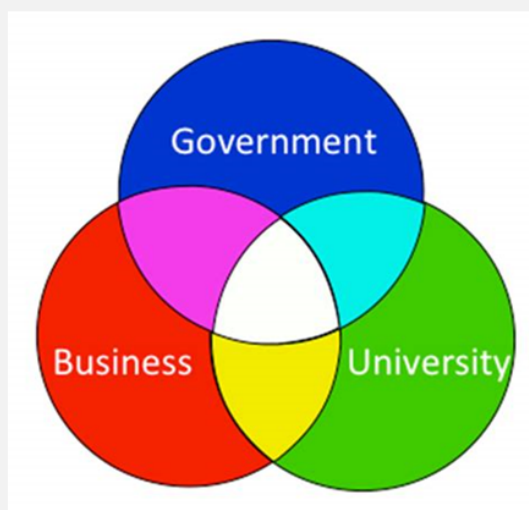
poverty	Health
Inequality	Climate change
Education	Clean water
Economic growth	Gender equality



THE CHALLENGE

- ❑ **0.8 million visitors in 2024, Khanh Hoa's tourism revenue exceeded \$2.2 billion,**
- ❑ Is continued growth in these numbers sustainable?
- ❑ Khanh Hoa's future growth hinges upon managing environmental and social risks
- ❑ What resources are needed to confront these challenges?
- ❑ Who will take charge?

IS A TRIPLE HELIX APPROACH ENOUGH?



Civil society?
Community leaders?
Marginalized people?

VIETNAM LEGAL FRAMEWORKS



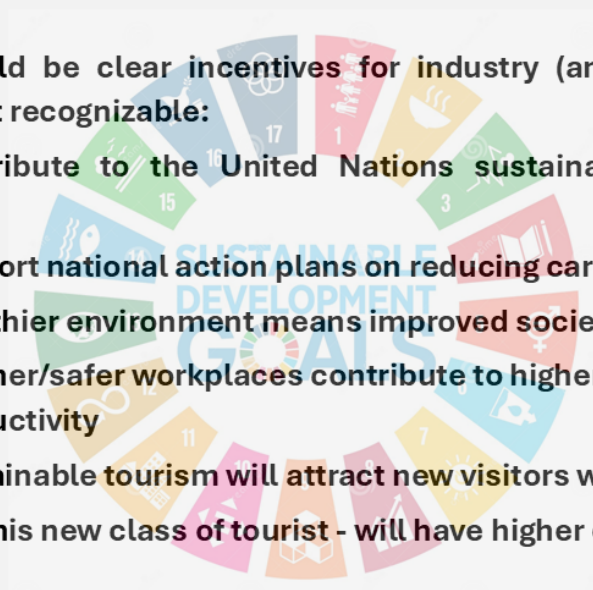
- Law on Environmental Protection 2020
- Environmental Impact Assessments (EIAs)
- Pollution control mandates.
- Waste management standards
- Biodiversity protection measures
- However, these laws must be disseminated, monitored and enforced



SHOULD CHANGE BE INCENTIVIZED?

There should be clear incentives for industry (and there are!) but perhaps not recognizable:

- ☐ Contribute to the United Nations sustainable development goals
- ☐ Support national action plans on reducing carbon emissions
- ☐ Healthier environment means improved societal well-being
- ☐ Cleaner/safer workplaces contribute to higher retention and productivity
- ☐ Sustainable tourism will attract new visitors with a conscience
- ☐ But this new class of tourist - will have higher expectations!



SUSTAINABILITY REPORTING



1987, World Commission on Environment and Development:

Development which meets the needs of the present
without compromising the ability of future
generations to meet their own needs.

- ☐ Business shall identify its **impacts** on the environment, and/or society
- ☐ Measure and manage impacts (internal/external)
- ☐ Global reporting standards (GRI, GSTC, SASB, IFRS S1/S2)



WHAT IS ESG?



ESG (GOVERNANCE) ELEMENTS

G.1 Sustainability Commitment

- G.1.1 Mission
- G.1.2 Corporate Policies
- G.1.3 Management Systems & Standards
- G.1.4 Code of Ethics

G.2 Sustainability Expertise

- G.2.1 Employee Training
- G.2.2 Dedicated Experts & Resources

G.3 Sustainability Design

- G.3.1 Supply Chain
- G.3.2 Product Design

G.4 Transparency & Accountability

- G.4.1 Audits
- G.4.2 Public Disclosure of Audits

G.5 Economic Sustainability

- G.5.1 Job creation
- G.5.2 Profits
- G.5.3 Innovation & R&D

ESG (SOCIAL) ELEMENTS

S.1 Employee Welfare & Standards

- S.1.1 General Labour Standards
- S.1.2 Child Labour & Forced Labour
- S.1.3 Employment practices
- S.1.4 Grievance System

S.2 Occupational Health & Safety

- S.2.1 Rules & Procedures
- S.2.2 Equipment
- S.2.3 Emergency Response
- S.2.4 Dedicated Personnel

S.3 Training & Capacity-building

- S.3.1 Health & Safety Training
- S.3.2 Workplace standards

S.4 Equal Opportunities

- S.4.1 Fair & Transparent Hiring Practice
- S.4.2 Inclusive Workplace

S.5 Product Safety

- S.5.1 Testing
- S.5.2 Standards

S.6 Customer Relations

- S.6.1 Customer satisfaction
- S.6.2 Customer protection

S.7 Local Community Betterment

- S.7.1 Positive Impact on communities
- S.7.2 Stakeholder outreach

ESG (ENVIRONMENTAL) ELEMENTS

Environmental		
E.1 Energy E.1.1 Energy Management Practices E.1.2 Energy Efficiency E.1.3 Renewable Energy	E.2 Water E.2.1 Water Management Practices & Processes E.2.2 Water Efficiency	E.3 Waste E.3.1 Waste Management Practices & Processes E.3.2 Awareness Raising on Waste Management Practices
E.4 Pollution E.4.1 Air pollution E.4.2 Water pollution E.4.3 Land pollution E.4.4 Noise pollution	E.5 Procurement E.5.1 Raw Material E.5.2 Packaging E.5.3 Procurement Practices	E.6 Resource Efficiency E.6.1 Manufacturing Efficiency E.6.2 Eco-Design
E.7 Climate Action E.7.1 Carbon Footprint & Carbon Markets E.7.2 Climate Resilience	E.8 Ecosystem Impacts E.8.1 Biodiversity E.8.2 Habitat	

ESG VS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



	ESG	CSR/Charitable
Scope and Focus	- Focused on investor interests Metrics based: focus on E, S, G	- Broad focus philanthropy-based Metrics are arbitrary/voluntary
Measure and Report	Quantifiable indicators/responses - Standardized reporting	- Typically, qualitative (descriptive) - Highlight initiative & projects
Regulatory	Reporting required by some stock exchanges	Focus on enhanced reputation & stakeholder relationships
Investor Interest	Investor demand/risk assessments	Building goodwill
Business Strategy	ESG integrated into decision-making	Separate from business strategy
Stakeholder	Wider range of stakeholder accountability	Responsibility to immediate community

Audience questions

- 1) Do you agree that ESG contributes to value creation?
- 2) What is your organization doing that contributes to national ESG targets?
- 3) Can we rely on triple helix solutions?
- 4) What is need to shift mindsets?



PHÁT TRIỂN DU LỊCH KHÁNH HÒA TRONG GIAI ĐOẠN MỚI – KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ GÓC NHÌN TỪ DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH

CÔNG TY DU LỊCH VIETRAVEL

Bước sang năm 2025, du lịch Khánh Hòa đứng trước cơ hội phát triển mới trong bối cảnh mở rộng không gian hành chính và hội nhập sâu vào thị trường du lịch quốc tế. Với hệ thống tài nguyên du lịch biển đảo đặc sắc, sự giao thoa văn hóa đa dạng và hạ tầng du lịch ngày càng hoàn thiện, địa phương có nền tảng thuận lợi để tái cấu trúc mô hình tăng trưởng theo hướng chất lượng và bền vững. Trên cơ sở phân tích kinh nghiệm phát triển của một số điểm đến quốc tế tiêu biểu, tham luận đề xuất các định hướng và giải pháp trọng tâm cho Khánh Hòa, bao gồm: tăng cường hợp tác công - tư trong đầu tư và quản trị điểm đến; đa dạng hóa sản phẩm và phân khúc du lịch; thúc đẩy chuyển đổi số trong quản lý và cung ứng dịch vụ; đồng thời mở rộng, cân bằng thị trường khách quốc tế. Từ góc nhìn doanh nghiệp lữ hành, bài viết nhấn mạnh vai trò đồng kiến tạo giữa khu vực công và tư nhân nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, gia tăng giá trị và hướng tới phát triển du lịch Khánh Hòa bền vững trong giai đoạn mới.

KEYWORDS: Khánh Hòa; Phát triển du lịch; Hợp tác công-tư; Chuyển đổi số; Phát triển bền vững

1. Bối cảnh và tiềm năng hiện tại của Khánh Hòa

Năm 2025 đánh dấu giai đoạn phát triển đặc biệt của tỉnh Khánh Hòa sau khi được tổ chức lại đơn vị hành chính trên cơ sở sáp nhập với Ninh Thuận. Việc hợp nhất không làm thay đổi thương hiệu điểm đến mà ngược lại tạo ra không gian phát triển rộng hơn, đa dạng hơn về tài nguyên du lịch, từ biển đảo đến văn hóa - sinh thái - sa mạc - núi rừng đặc trưng của khu vực Nam Trung Bộ.

Trong 10 tháng đầu năm, toàn tỉnh đón khoảng 14,8 triệu lượt khách lưu trú, tăng 16,1% so với cùng kỳ 2024¹. Khách quốc tế đạt khoảng 4,6 triệu lượt, tăng 17,6%, cho thấy Khánh Hòa đang mở rộng thị phần và thu hút mạnh mẽ du khách nước ngoài. Riêng tháng 10/2025, tỉnh ghi nhận 461.000 lượt khách quốc tế, tăng 28% so với cùng kỳ năm 2024, cao hơn đáng kể so với mức tăng chung của cả nước². Điều này phản ánh hiệu quả của hoạt động xúc tiến thị trường, mở rộng đường bay và năng lực đón khách của địa phương.

Về hạ tầng du lịch, Khánh Hòa hiện có hơn 1.441 cơ sở lưu trú với trên 70.500 phòng, trong đó tỷ lệ lớn đạt chuẩn 3-5 sao, đáp ứng tốt nhu cầu của phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp và khách quốc tế³. Hệ thống hạ tầng giao thông liên vùng được nâng cấp mạnh, từ sân bay Cam Ranh, quốc lộ ven biển, đến các trục kết nối xuống phía Nam (khu vực Ninh Thuận cũ), mở ra nhiều hành trình liên kết mới.

Sau khi mở rộng không gian hành chính, Khánh Hòa sở hữu hệ sinh thái tài nguyên phong phú hơn: vịnh biển đẹp hàng đầu Việt Nam, dải đảo - bán đảo đa dạng, tiềm năng sa mạc - đồi cát đặc trưng khu vực Ninh Thuận trước đây, các giá trị văn hóa Chăm - Việt giao thoa cùng khí hậu nắng ấm quanh năm. Những lợi thế này cho phép tỉnh phát triển đa dạng sản phẩm như du lịch biển - nghỉ dưỡng, thể thao biển, du lịch văn hóa, lễ hội, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, wellness, MICE và nhiều loại hình đặc thù khác.

Với đà tăng trưởng khách ổn định, thị trường quốc tế mở rộng, hạ tầng hoàn thiện và phạm vi tài nguyên rộng hơn sau sắp xếp hành chính, Khánh Hòa đang có nền tảng mạnh để tái định vị điểm đến ở tầm quốc tế, hướng tới trở thành một trung tâm du lịch biển - văn hóa - trải nghiệm hàng đầu khu vực.

2. Kinh nghiệm quốc tế và đề xuất giải pháp

Ngành du lịch toàn cầu đang chuyển dịch mạnh theo hướng bền vững, đa trải nghiệm và cạnh tranh theo chuỗi giá trị, nhiều điểm đến thành công trên thế giới đã để lại những bài học quan trọng cho Khánh Hòa. Việc tham khảo và vận dụng linh hoạt các mô hình này sẽ giúp tỉnh nâng cao chất lượng điểm đến, cải thiện hiệu quả quản trị và tăng tốc

1 <https://dulich.khanhhoa.gov.vn/tin-tuc-su-kien/du-lich-tang-truong-an-tuong.html>

2 <https://thongke.tourism.vn/index.php/news/items/332>

3 <https://news.baokhanhhoa.vn/tourism/202507/diversifying-products-enhancing-khanh-hoa-tourism-8ef34c7>

thu hút thị trường quốc tế.

2.1. Hợp tác công - tư trong phát triển điểm đến (PPP) - động lực tạo đột phá

Trên thế giới, nhiều điểm đến thành công như Singapore, Dubai, Jeju (Hàn Quốc) hay Queensland (Úc) đều phát triển theo mô hình “đồng kiến tạo điểm đến” giữa Nhà nước và doanh nghiệp. Thực tiễn quốc tế cho thấy, một điểm đến chỉ có thể vươn lên tầm quốc tế khi các chủ thể cùng chia sẻ tầm nhìn, cùng tham gia đầu tư - phát triển - vận hành theo cơ chế linh hoạt, trong đó:

Nhà nước giữ vai trò kiến tạo: quy hoạch không gian du lịch dài hạn; đầu tư hạ tầng giao thông - cảng biển - bãi biển - không gian công cộng; ban hành cơ chế đặc thù cho các khu kinh tế du lịch; tiêu chuẩn hóa dịch vụ và đảm bảo chất lượng điểm đến.

Doanh nghiệp đảm nhận vai trò đổi mới: thiết kế sản phẩm mới có khả năng cạnh tranh quốc tế; phát triển dịch vụ trọn gói; tổ chức lễ hội, sự kiện, giải trí quy mô lớn; vận hành mô hình theo chuẩn quốc tế; chủ động kết nối thị trường nước ngoài và dòng khách charter.

Mô hình hợp tác này đã chứng minh hiệu quả: Singapore phát triển Marina Bay trở thành trung tâm tài chính - du lịch; Dubai tạo nên hệ sinh thái du lịch giải trí - MICE - mua sắm; Jeju trở thành điểm đến sinh thái, nghỉ dưỡng và văn hóa hàng đầu; Queensland phát triển mạnh du lịch thể thao biển, tàu biển và bảo tồn môi trường bền vững.

Đối với Khánh Hòa, hợp tác công - tư không chỉ là lựa chọn mà là yêu cầu tất yếu để bứt phá trong giai đoạn mới. Trong bối cảnh tỉnh đang định hướng trở thành trung tâm du lịch biển đảo quốc tế, các lĩnh vực ưu tiên triển khai theo mô hình hợp tác PPP bao gồm:

-Hạ tầng và dịch vụ tàu biển - du thuyền quốc tế cần được phát triển theo hướng đồng bộ và tiêu chuẩn hóa để nâng tầm năng lực đón tàu biển của Khánh Hòa. Việc đầu tư các cảng du thuyền hiện đại, bến neo đậu chuyên biệt và hệ thống dịch vụ hỗ trợ như khu thương mại, khu bảo dưỡng - hậu cần sẽ tạo nền tảng để thu hút trở lại các hãng tàu biển lớn theo lịch trình thường xuyên. Đây là sản phẩm có biên lợi nhuận cao, ít phụ thuộc mùa vụ và đóng vai trò quan trọng trong định vị Nha Trang như một điểm đến hàng đầu của khu vực Nam Trung Bộ trên bản đồ du lịch biển quốc tế.

Đối với phân khúc MICE, tỉnh cần định hướng đầu tư các trung tâm hội nghị, hội thảo quy mô lớn, trang thiết bị hiện đại và đạt chuẩn quốc tế. Khi hình thành đầy đủ hệ sinh thái dịch vụ MICE - từ cơ sở lưu trú cao cấp, trung tâm sự kiện, dịch vụ ẩm thực, tổ chức sự kiện đến logistics - Khánh Hòa sẽ có khả năng thu hút các hội nghị chuyên ngành, sự kiện khu vực và toàn cầu. Đây cũng là phân khúc khách có mức chi tiêu cao, thời gian lưu trú dài và đóng góp trực tiếp vào tăng trưởng doanh thu du lịch.

Phát triển tuyến phố du lịch đêm và các khu giải trí tích hợp là một trụ cột quan trọng

giúp mở rộng “nền kinh tế đêm” - lĩnh vực đang tạo giá trị gia tăng cao ở nhiều điểm đến quốc tế. Các “hub giải trí” đặt tại trung tâm Nha Trang và khu vực Bắc bán đảo Cam Ranh sẽ tạo ra dòng sản phẩm mới, bao gồm mua sắm, ẩm thực, biểu diễn nghệ thuật, lễ hội và dịch vụ trải nghiệm cao cấp. Điều này không chỉ kéo dài thời gian lưu trú mà còn giúp tăng mức chi tiêu bình quân của du khách.

Khánh Hòa sở hữu lợi thế nổi trội về khí hậu ổn định, biển sâu và bờ biển dài, rất thích hợp để phát triển các khu du lịch thể thao biển và thể thao mạo hiểm. Các sản phẩm như lướt ván, chèo thuyền, lặn biển, golf và marathon quốc tế có thể trở thành mũi nhọn để thu hút nhóm khách trẻ, khách quốc tế và khách có nhu cầu trải nghiệm - khám phá. Khi được tổ chức bài bản, các sự kiện thể thao biển quy mô quốc tế cũng sẽ góp phần lan tỏa thương hiệu điểm đến, gia tăng mức độ nhận diện của Khánh Hòa trên thị trường toàn cầu.

Doanh nghiệp lữ hành giữ vai trò trung tâm trong mô hình PPP khi vừa là đơn vị trực tiếp kết nối thị trường, vừa am hiểu sâu nhu cầu của từng phân khúc khách quốc tế. Với lợi thế đó, doanh nghiệp có thể tư vấn thiết kế sản phẩm phù hợp, vận hành trọn chuỗi dịch vụ từ tour, vé máy bay, sự kiện đến các trải nghiệm cao cấp; đồng thời kết nối mạng lưới đối tác quốc tế để đưa khách đến Khánh Hòa ổn định theo quy mô lớn. Song song đó, doanh nghiệp cũng là kênh phản hồi quan trọng, giúp cơ quan quản lý địa phương nắm bắt xu hướng thị trường, đánh giá hiệu quả chính sách và tối ưu công tác xúc tiến trong giai đoạn mới.

2.2. Đa dạng hóa sản phẩm - phân khúc và xây dựng điểm đến bền vững

Nhiều điểm đến biển hàng đầu trên thế giới đã chuyển dịch mạnh khỏi mô hình nghỉ dưỡng truyền thống để xây dựng hệ sinh thái sản phẩm đa dạng, giàu trải nghiệm và có chiều sâu văn hóa. Bali khai thác thế mạnh bản địa kết hợp du lịch tâm linh và chăm sóc sức khỏe; Phuket phát triển các giải đấu thể thao biển, sự kiện quốc tế và dịch vụ y tế kết hợp du lịch; Hawaii chú trọng trải nghiệm gắn với cộng đồng và di sản địa phương; trong khi Jeju đầu tư mạnh vào du lịch sinh thái và nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Những xu hướng này cho thấy du khách hiện nay mong muốn những hoạt động độc đáo, giàu tính khám phá và mang lại giá trị tinh thần, thay vì chỉ lưu trú nghỉ dưỡng ngắn ngày.

Đối với Khánh Hòa, điều kiện tự nhiên và văn hóa cho phép địa phương xây dựng hệ sản phẩm chuyên biệt phong phú hơn nhiều so với hiện nay. Tỉnh có thể phát triển các gói chăm sóc sức khỏe - trị liệu - phục hồi thể chất; mở rộng loại hình thể thao biển, đua thuyền buồm và các dịch vụ giải trí cao cấp; tăng cường sản phẩm du lịch văn hóa, lễ hội và liên hoan biển; khai thác sâu du lịch sinh thái, khám phá đảo và bán đảo; đẩy mạnh du lịch du thuyền và tàu biển; đồng thời nâng tầm du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo để thu hút sự kiện quốc tế. Việc đa dạng hóa theo hướng nhiều lớp như vậy không chỉ giúp kéo dài thời gian lưu trú, nâng mức chi tiêu bình quân của du khách mà còn giảm đáng kể tính mùa vụ - một hạn chế kéo dài của các điểm đến biển truyền thống.

Bên cạnh đó, để xây dựng điểm đến bền vững, Khánh Hòa cần triển khai đồng bộ các nhóm giải pháp cốt lõi.

Thứ nhất, quản lý sức chứa du lịch tại các vịnh, đảo, rạn san hô và khu bảo tồn biển thông qua giới hạn lượng khách, kiểm soát chất lượng tour lặn biển và phục hồi hệ sinh thái tự nhiên.

Thứ hai, áp dụng quy chuẩn phát triển xanh đối với cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng và hoạt động vận chuyển, khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo, giảm nhựa dùng một lần và quản lý nước thải - rác thải theo chuẩn quốc tế.

Thứ ba, phát huy vai trò cộng đồng địa phương thông qua mô hình du lịch gắn với bảo tồn văn hóa Chăm - Việt, phát triển sản phẩm thủ công - nông nghiệp đặc trưng, tạo nguồn thu bền vững cho người dân bản địa.

Thứ tư, đẩy mạnh chuyển đổi số trong quản lý điểm đến, bao gồm theo dõi dòng khách, cảnh báo môi trường, minh bạch thông tin dịch vụ và xây dựng “bản đồ du lịch thông minh” nhằm tối ưu hóa trải nghiệm khách đồng thời giảm áp lực lên tài nguyên.

Thực hiện nhất quán các điều này sẽ giúp Khánh Hòa không chỉ đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng tăng trưởng mà còn xây dựng được hình ảnh một điểm đến biển - văn hóa - sinh thái có trách nhiệm, hài hòa giữa phát triển kinh tế và bảo tồn tài nguyên cho các thế hệ sau.

2.3. Chuyển đổi số toàn diện và tích hợp chuỗi dịch vụ

Đối với Khánh Hòa nói riêng và Việt Nam nói chung, chuyển đổi số cần được xác định là một trụ cột trong chiến lược phát triển điểm đến, triển khai đồng bộ từ quản lý nhà nước đến doanh nghiệp và cộng đồng du lịch.

Trọng tâm là xây dựng hệ sinh thái du lịch số Khánh Hòa, trong đó có kho dữ liệu du lịch tập trung, kết nối thông tin giữa doanh nghiệp, điểm tham quan, cơ sở lưu trú, vận chuyển, thương mại và tổ chức sự kiện. Tỉnh có thể phát triển bản đồ du lịch thông minh cung cấp dữ liệu theo thời gian thực để điều phối du khách và quản lý sức chứa; ứng dụng phân tích dữ liệu và dự báo bằng trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm hỗ trợ hoạch định chính sách, nhận diện xu hướng thị trường và tối ưu hoạt động xúc tiến.

Ngoài ra, Khánh Hòa cần thiết lập nền tảng liên thông dịch vụ qua giao diện kết nối dữ liệu (API) giúp du khách tra cứu, đặt dịch vụ, thanh toán và phản hồi một cách liền mạch. Các công nghệ hỗ trợ như trợ lý ảo đa ngôn ngữ, mô phỏng thực tế tăng cường (AR) và thực tế ảo (VR) tại điểm tham quan, hệ thống chỉ dẫn và đánh giá thông minh theo thời gian thực, cùng hệ thống quản lý điểm đến (Destination Management System - DMS) sẽ góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm và hiệu quả quản lý. Khi được triển khai đồng bộ, các giải pháp này sẽ giúp Khánh Hòa trở thành điểm đến thông minh, gia tăng năng

lực cạnh tranh quốc tế và thu hút ổn định dòng khách chất lượng cao.

2.4. Đa dạng hóa thị trường quốc tế và giảm phụ thuộc

Để bảo đảm tăng trưởng ổn định và nâng cao khả năng chống chịu trước biến động địa chính trị - kinh tế, Khánh Hòa cần chuyển từ mô hình phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống sang chiến lược đa dạng hóa toàn diện thị trường khách quốc tế. Kinh nghiệm từ các điểm đến phát triển bền vững như Thổ Nhĩ Kỳ, UAE, Singapore hay Thái Lan cho thấy việc chủ động mở rộng sang nhóm khách có mức chi tiêu cao từ châu Âu, Mỹ, Úc, Nhật Bản và thị trường tàu biển quốc tế giúp duy trì nguồn khách ổn định và tăng giá trị kinh tế du lịch.

Trong khi Khánh Hòa hiện có lợi thế rõ rệt tại các thị trường Hàn Quốc, Trung Quốc, Nga và Đông Âu, giai đoạn mới đòi hỏi tỉnh mở rộng mạnh mẽ sang các phân khúc chiến lược hơn, bao gồm:

Thị trường xa: Mỹ, Canada, Tây Âu, Úc - nhóm khách có thời gian lưu trú dài và chi tiêu lớn.

Thị trường khu vực: Nhật Bản, Singapore, Malaysia - các thị trường có khả năng kết nối thuận lợi và nhu cầu ổn định.

Thị trường tàu biển quốc tế - nơi tập trung lượng khách cao cấp với mức chi tiêu vượt trội.

Trong tiến trình này, doanh nghiệp lữ hành giữ vai trò hạt nhân trong việc mở cửa thị trường: tổ chức đường bay thuê chuyến, hợp tác với các nền tảng bán tour trực tuyến quốc tế (OTA), triển khai chiến dịch xúc tiến chuyên biệt theo từng thị trường và xây dựng chuỗi sản phẩm - dịch vụ phù hợp với thị hiếu khách. Khi hệ sinh thái doanh nghiệp vận hành đồng bộ, Khánh Hòa không chỉ giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống mà còn nâng cao vị thế cạnh tranh, hướng tới mục tiêu trở thành điểm đến quốc tế đa dạng, bền vững và có giá trị gia tăng cao.

3. Kết luận

Khánh Hòa đang bước vào một giai đoạn phát triển mới với nhiều điều kiện thuận lợi để bứt phá trở thành điểm đến biển - văn hóa - trải nghiệm hàng đầu trong khu vực. Bối cảnh cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt cùng yêu cầu phát triển bền vững đặt ra đòi hỏi tỉnh phải chuyển từ mô hình tăng trưởng theo chiều rộng sang chiến lược kiến tạo hệ sinh thái du lịch chất lượng cao, phát triển sản phẩm đa tầng, ứng dụng mạnh mẽ chuyển đổi số và mở rộng thị trường quốc tế theo hướng cân bằng, ổn định và có khả năng chống chịu tốt hơn trước biến động.

Kinh nghiệm toàn cầu cho thấy, những điểm đến thành công đều được dẫn dắt bởi tầm nhìn dài hạn của chính quyền và sự đồng kiến tạo chủ động của cộng đồng doanh nghiệp. Với nền tảng tài nguyên phong phú, hạ tầng đang được hoàn thiện và định hướng

phát triển rõ ràng, Khánh Hòa hoàn toàn có khả năng đạt được mục tiêu này nếu kiên trì triển khai đồng bộ các giải pháp: nâng cấp kết cấu hạ tầng then chốt; phát triển hệ sản phẩm đặc trưng nhiều lớp, giàu trải nghiệm; quản trị điểm đến theo tiêu chuẩn bền vững; bảo tồn hệ sinh thái tự nhiên và giá trị văn hóa bản địa; đồng thời xây dựng môi trường đầu tư - kinh doanh thông thoáng, minh bạch và thuận lợi cho doanh nghiệp.

Trên tinh thần đó, và căn cứ Biên bản hợp tác đã được ký kết giữa hai bên, Vietravel cam kết đồng hành cùng tỉnh Khánh Hòa trong hành trình định vị và nâng tầm thương hiệu điểm đến. Doanh nghiệp sẽ chung tay triển khai các hoạt động xúc tiến thị trường, hoàn thiện chuỗi sản phẩm - dịch vụ, thúc đẩy chuyển đổi số du lịch và kết nối nguồn khách quốc tế, đóng góp vào mục tiêu phát triển du lịch bền vững, hội nhập sâu rộng và gia tăng giá trị cho địa phương trong giai đoạn mới.■

HIỆP HỘI DU LỊCH KHÁNH HÒA: GIỚI THIỆU SẢN PHẨM ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH KHÁNH HÒA





HIỆP HỘI DU LỊCH KHÁNH HÒA

**GIỚI THIỆU
SẢN PHẨM ĐIỂM ĐẾN
DU LỊCH KHÁNH HÒA**

*Trình bày: Ths Phạm Minh Nhựt
Chủ tịch Hiệp hội Du lịch Khánh Hòa*

BẢN ĐỒ ĐỊA GIỚI HÀNH CHÍNH TỈNH KHÁNH HÒA



TỶ LỆ 1:200 000

Vị trí, tiềm năng Khánh Hòa & Ninh Thuận sau sáp nhập

- Có bờ biển dài nhất cả nước với tổng chiều dài 490km
- Sẽ có nhiều sân bay nhất cả nước, 4 sân bay: Cam Ranh (sân bay quốc tế đang hoạt động), Thành Sơn (sân bay lưỡng dụng đang xúc tiến đầu tư), Trường Sa (sân bay quân sự); Sân bay Vân phong
- Có nhiều cảng biển quốc tế nước sâu nhất cả nước và khu vực, trải đều đầu tỉnh (Vân Phong), giữa tỉnh (Nha Trang, Cam Ranh), cuối tỉnh (Cà Ná).
- Có nhiều đảo nhất cả nước (200 đảo lớn nhỏ, trong đó có quần đảo Trường sa)
- Có nhiều di sản, di tích, danh lam thắng cảnh nhất cả nước: Di sản thế giới được UNESCO công nhận: 4 di sản (Khu dự trữ sinh quyển thế giới Núi Chúa, nghệ thuật làm gốm Chăm Bàu Trúc, nghệ thuật bài chòi, nghệ thuật đờn ca tài tử); 03 di tích quốc gia đặc biệt; 34 di tích cấp quốc gia (Khánh Hòa 16, Ninh Thuận 18); 175 di sản văn hóa cấp tỉnh

Vị trí, tiềm năng Khánh Hòa & Ninh Thuận sau sáp nhập



- Có 1.444 cơ sở lưu trú du lịch với hơn 71.110 phòng. Trong đó, tổng số cơ sở lưu trú du lịch 3-5 sao được công nhận là 106 cơ sở với 27.261 phòng
- Có 293 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, trong đó có 52 doanh nghiệp lữ hành nội địa; 241 doanh nghiệp lữ hành quốc tế
- Đã cấp cho 2.434 Hướng dẫn viên du lịch; trong đó có 1.499 thẻ hướng dẫn viên quốc tế

Nha Trang - Khánh Hòa: Thiên đường du lịch biển đảo

Biển đảo & Vịnh nổi tiếng
Vịnh Vân Phong, Vịnh Cam Ranh, Vịnh Vĩnh Hy
và Vịnh Nha Trang (1 trong những vịnh đẹp nhất thế giới)

Trải nghiệm đảo
Hòn Mun, Hòn Tằm, Hòn Tre, Nha Phu, tour lặn biển ngắm san hô.

Du lịch MICE & Sự kiện
Festival Biển Nha Trang, giải marathon, Ironman, sự kiện thể thao – văn hóa quốc tế,...

Nghỉ dưỡng cao cấp
Vinpearl, Six Senses, Alma, Mía, Fusion... chuẩn quốc tế.

Bến du thuyền Quốc tế Ana Marina và nhiều sân Golf cao cấp



Nha Trang - Khánh Hòa: Điểm đến Văn hóa và Ẩm thực



Tháp Bà Ponagar



Chùa Long Sơn



Chùa Trúc Lâm Phụng Thủy Sơn



Nhà thờ núi



Yến sào



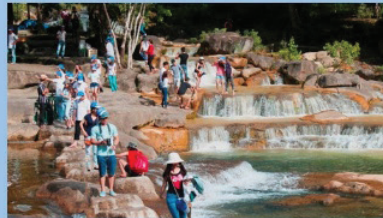
Nem nướng



Bún cá Nha Trang

Khánh Hòa: Du lịch sinh thái & trải nghiệm

- Núi rừng & sinh thái: Hòn Bà (Đà Lạt thu nhỏ), thác Yang Bay, suối Ba Hồ.
- Khoáng nóng & chăm sóc sức khỏe: I-Resort, Trầm Trứng.
- Làng nghề & cộng đồng: Làng chài Vạn Giã, làng nghề trầm hương, làng gốm Lư Cấm.



Thác Yang Bay



Làng nghề
Trầm Hương



Làng chài
Vạn Ninh

“Phan Rang – Nơi hội tụ văn hóa Chăm và thiên nhiên độc đáo”



Di sản văn hóa Chăm Pa

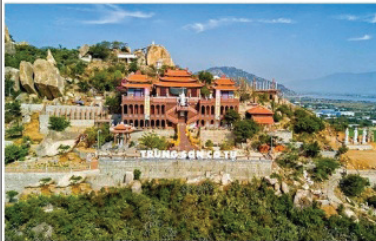
Tháp Po Klong Garai, tháp Hòa Lai,
lễ hội Ka Tê.



Du lịch tâm linh & cộng đồng
Trùng Sơn cổ tự, làng Chăm,...



Tháp Po Klong Garai



Trùng Sơn cổ tự



Lễ hội Ka Tê



Làng Chăm

“Phan Rang – Nơi hội tụ văn hóa Chăm và thiên nhiên độc đáo”



Dệt thổ cẩm Mỹ Nghiệp



Gốm Bàu Trúc



Làng nghề truyền thống

Gốm Bàu Trúc, dệt thổ cẩm Mỹ Nghiệp.



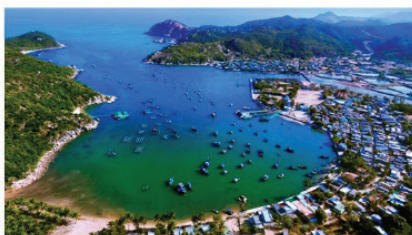
Đặc sản

Nhỏ, táo, rượu vang nhỏ, ...



Ninh Thuận Biển xanh & sinh thái

- Hang Rái – thiên đường “san hô trên cạn”. Biển & vịnh đẹp: Vịnh Vĩnh Hy đã được Bộ Văn Hóa Thể Thao và Du Lịch xếp hạng là di tích Danh thắng Quốc gia tại Quyết định số 44/QĐ-BVHTTDL ngày 7/1/2020
- Khu bảo tồn thiên nhiên Núi Chúa: UNESCO công nhận Khu dự trữ sinh quyển thế giới (2021).



- Du lịch thể thao biển: Lướt ván điều tại Mũi Dinh, Ninh Chữ.

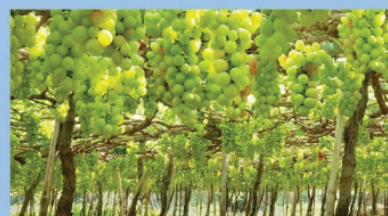


Ninh Thuận Biển xanh & sinh thái

- Du lịch thể thao: Sân Goff, Đồi cát, đua xe địa hình



- Du lịch sinh thái – nông nghiệp: Trang trại nho, táo, du lịch đồng cừu An Hòa.

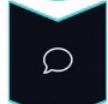


Sản phẩm liên kết Khánh Hòa – Ninh Thuận



Tour trải nghiệm 3 trong 1

Biển đảo Nha Trang – Vườn Xoài Cam Lâm - Vườn nho Ninh Thuận; Du lịch cộng đồng làng chài ven biển ;
Du lịch cộng đồng làng chài ven biển ;



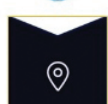
Hành trình văn hóa & ẩm thực

Tháp Bà Ponagar – Tháp Po Klong Garai – làng gốm, làng chài; Tuyến du lịch “Dấu ấn Chăm Pa”;
Du lịch trải nghiệm văn hóa Chăm đương đại; Tour theo dấu chân Bác sĩ Yersin - Hòn bà



Nghỉ dưỡng kết hợp khám phá

Chuỗi Resort Bãi Dải Cam Ranh – Hang Rái – Vĩnh Hy; Du lịch sinh thái rừng – biển liên hoàn ;
Du lịch biển xanh – bảo tồn san hô ; Du lịch nông nghiệp xanh – năng lượng tái tạo



Đặc sản vùng miền

Yến sào Khánh Hòa - Xoài Cam Lâm – Rong Nho – Bưởi Khánh Vĩnh - Nho Ninh Thuận.



Hiệp Hội Du lịch Khánh Hòa
Cùng kết nối để phát triển du lịch Việt Nam bền vững!
Trân trọng cảm ơn



Sau sáp nhập, Khánh Hòa đang có cơ hội rất lớn để tái định vị hình ảnh du lịch của mình. Điều quan trọng không chỉ là mở rộng không gian mà phải kết nối tài nguyên, tạo ra sản phẩm mang giá trị gia tăng và bản sắc riêng. Và đặc biệt với chiến lược phát triển sản phẩm có trọng tâm, đồng thời phát huy tối đa sức mạnh của doanh nghiệp và cộng đồng địa phương”.

HỘI THẢO

DU LỊCH KHÁNH HÒA CỤC TĂNG TRƯỞNG THÚC ĐẨY CÁC TRỤ CỘT KINH TẾ

(Tài liệu hội thảo)

Ban tổ chức trân trọng cảm ơn các tổ chức, chuyên gia, học giả
đã có đóng góp tin bài cho Hội thảo!

CHỈ ĐẠO NỘI DUNG: UBND TỈNH KHÁNH HÒA – SỞ VH-TT-DL KHÁNH HÒA

CHỈ ĐẠO THỰC HIỆN: TỔNG BIÊN TẬP BÁO TIỀN PHONG – PHÒNG CÔNG SỬNG
PHÓ GIÁM ĐỐC SỞ VH-TT-DL KHÁNH HÒA – CUNG QUỲNH ANH

NHÓM THỰC HIỆN: NGỌC TIẾN – KHÁNH HUYỀN – TOÀN TOÀN – CÔNG HOAN –
NGUYỄN HOÀI – NGUYỄN VĂN TY – PHAN VI

THIẾT KẾ: THỦY HOÀNG

THIẾT KẾ BÌA: HÙNG CƯỜNG

BẢN QUYỀN: TÀI LIỆU THUỘC BTC HỘI THẢO “DU LỊCH KHÁNH HÒA –
CỤC TĂNG TRƯỞNG THÚC ĐẨY CÁC TRỤ CỘT KINH TẾ”



KHÁNH HÒA

