

NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN DU LỊCH TỈNH NINH THUẬN GIAI ĐOẠN 2015 – 2020

Võ Minh Tín

Trường Đại học Văn Hiến

TinVM@vhu.edu.vn

Ngày nhận bài: 29/6/2015; Ngày duyệt đăng: 04/12/2015

TÓM TẮT

Tổng hợp, phân tích, đánh giá thực trạng công tác xúc tiến du lịch do Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch và Trung tâm Thông tin Xúc tiến Du lịch Ninh Thuận thực hiện trong giai đoạn 2009 – 2014 từ việc khai thác nguồn thông tin sơ cấp, thứ cấp tại Ninh Thuận. Trên cơ sở đó, đánh giá chung về công tác xúc tiến du lịch của tỉnh Ninh Thuận trong thời gian qua, và đề xuất một số giải pháp phù hợp nhằm tăng cường và nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến du lịch tỉnh Ninh Thuận trong giai đoạn mới.

Từ khóa: Xúc tiến du lịch, hoạt động xúc tiến du lịch, Ninh Thuận.

ABSTRACT

Improving efficiency tourism promotion activities of Ninh Thuan province from 2015 to 2020

This paper is to synthesize, analyze and evaluate the tourist promotion activities implemented by Ninh Thuan Department of Culture, Sport and Tourism, and Information and Tourism Promotion Centre in the period of 2009 – 2014, by investigating primary and secondary information sources in Ninh Thuan Province. Hereby, the paper makes an overall evaluation of the tourist promotion activities carried out in Ninh Thuan Province in recent years, and proposes recommendations to reinforce and improve the efficiency tourist promotion activities in Ninh Thuan in the future.

Keywords: Tourism promotion, tourism promotion activities, Ninh Thuan.

1. Đặt vấn đề

Ninh Thuận thuộc vùng duyên hải Nam Trung Bộ, là một tỉnh có vị trí địa lý quan trọng, nằm trên ngã ba nối liền vùng kinh tế trọng điểm Đông Nam Bộ với Nam Trung Bộ và Tây Nguyên và nằm ở ngã ba vùng trọng điểm du lịch quốc gia Đà Lạt – Phan Rang – Nha Trang, một trong những trọng điểm trong chiến lược phát triển du lịch của cả nước. Với bờ biển dài 105 km, những dãy núi cao đâm ra biển tạo nên những cảnh quan đẹp nổi tiếng như Ninh Chữ, Cà Ná, Bình Tiên, Vĩnh Hy. Ngoài ra, tỉnh còn giữ được những di tích lịch sử văn hóa có giá trị đặc biệt như: di tích lịch sử Núi Cà Đú, Bãi Đá Pinăng Tắc, Đê – Pô Hỏa Xa Tháp Chàm, căn cứ địa Bác Ái. Nơi đây còn lưu giữ những nét văn hóa truyền thống của đồng bào Chăm và Raglay. Đó là những điều kiện thuận lợi để phát triển ngành du lịch của tỉnh.

Trong thời gian qua, nhờ định hướng và chính sách ưu tiên phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước, tỉnh đã có nhiều nỗ lực để phát triển ngành du lịch, từ đó du lịch đã có những

chuyển biến tích cực. Nhiều khu du lịch văn hóa, các làng nghề truyền thống trở thành điểm đến lý tưởng của du khách. Một số khu du lịch đã trở thành điểm đến hấp dẫn như: bãi biển Bình Sơn, Ninh Chữ, Cà Ná. Các lễ hội văn hóa độc đáo của đồng bào các dân tộc, các di tích văn hóa ngày càng được quan tâm gìn giữ, đầu tư tôn tạo có sức thu hút du khách; bằng chứng là số lượng khách du lịch và thu nhập từ ngành du lịch tăng thường xuyên và đã có những đóng góp tích cực vào tổng thu nhập kinh tế quốc dân của tỉnh trong những năm qua.

Tuy nhiên, kết quả đạt được còn rất khiêm tốn, chưa thực sự tương xứng với tiềm năng, vị trí và thế mạnh về du lịch của tỉnh. Một trong những nguyên nhân chủ yếu dẫn đến thực trạng trên là do công tác xúc tiến du lịch vẫn chưa được đầu tư tốt. Các hoạt động xúc tiến du lịch mới dừng lại ở việc cung cấp thông tin, giới thiệu chung chung tiềm năng, thế mạnh về du lịch của tỉnh, mà chưa có định hướng thị trường rõ rệt. Vì vậy, nghiên cứu đánh giá thực trạng hoạt động xúc tiến du lịch, từ đó tìm ra được những giải

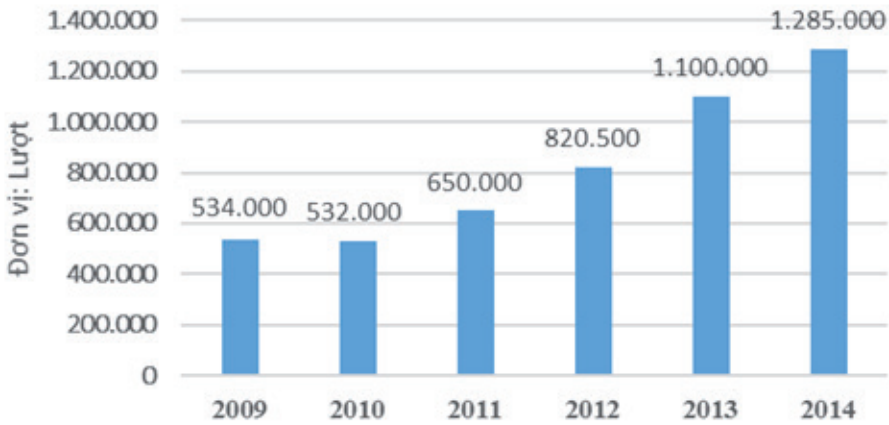
pháp hợp lí để nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến du lịch của tỉnh trong thời gian tới là việc làm cấp bách.

2. Nhận diện hoạt động xúc tiến du lịch tỉnh Ninh Thuận giai đoạn 2009 – 2014

2.1. Kết quả đạt được của hoạt động du lịch

Mặc dù kết quả đạt được của hoạt động du lịch chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh (cả về lượng khách và doanh thu, nhưng phải ghi nhận về sự tăng dần qua các năm: lượng khách đến năm 2014 tăng hơn 2,4 lần năm 2009; doanh thu tăng 2,3 lần.

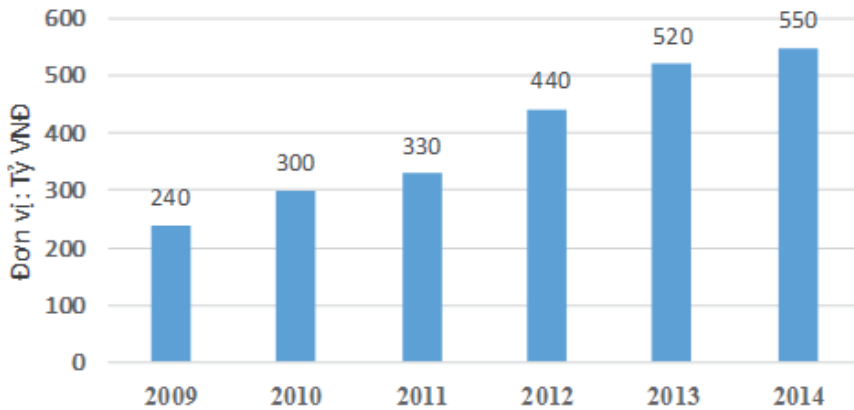
Lượng khách du lịch đến Ninh Thuận giai đoạn 2009 - 2014



Biểu đồ 1: Lượng khách du lịch đến Ninh Thuận giai đoạn 2009 - 2014

(Nguồn: Sở VH-TT&DL)

Doanh thu toàn ngành Du lịch giai đoạn 2009 - 2014



Biểu đồ 2: Doanh thu toàn ngành Du lịch giai đoạn 2009 – 2014

(Nguồn: Sở VH-TT&DL)

2.2. Hoạt động xúc tiến du lịch

Giai đoạn 2009 – 2014, xúc tiến du lịch được xem là một trong những công tác quan trọng được ưu tiên, quan tâm hàng đầu trong chiến lược phát triển du lịch tỉnh. Hoạt động xúc tiến du lịch đã triển khai một số hoạt động quảng bá. Phối hợp Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Phát thanh và Truyền hình Ninh Thuận, Đài Phát thanh và Truyền hình TP.HCM, Báo Ninh

Thuận, Công ty Điện Quân... quảng bá các điểm đến, các sản phẩm du lịch và các sự kiện như: Ngày hội văn hóa, thể thao và du lịch vùng đồng bào dân tộc Chăm - Ninh Thuận 2012, Giải bóng đá U21 Quốc gia Báo Thanh niên lần thứ 16 năm 2012, Giới thiệu du khách Nga đến Ninh Thuận, các tour du lịch, làng nghề gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp, Tháp Poklong Garai, Nho Thái An, Vịnh Vĩnh Hy.

Phối hợp Công ty TNHH Ánh Dương tổ chức đoàn famtrip Nga khảo sát các khu du lịch, các điểm đến, sản phẩm du lịch Ninh Thuận; với Công ty cổ phần truyền thông du lịch Nam Biển Đông đã phát hành 10.000 bản đồ bằng song ngữ Việt - Nga giới thiệu các khu du lịch, các điểm đến, khu mua sắm, giải trí nhà hàng trên địa bàn thành phố Phan Rang - Tháp Chàm; tổ chức các cuộc khảo sát các điểm và sản phẩm du lịch mới, xây dựng thương hiệu du lịch “Ninh Thuận - Điểm đến của Việt Nam trong tương lai”. Trong năm 2013, in tái bản bản đồ du lịch Ninh Thuận (2.000 bản); phát hành tập sách “sắc màu Ninh Thuận” (3.000 cuốn), các tờ rơi quảng bá về doanh nghiệp du lịch của tỉnh. Tham gia Ngày hội du lịch TP.HCM; Hội chợ du lịch Quốc tế Hà Nội 2013; tham gia Festival biển Nha Trang từ ngày 07-10/6/2013.

Phối hợp Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Thương mại, Sở Khoa học Công nghệ và các Sở, ban, ngành, địa phương liên quan trong việc giới thiệu quảng bá sản phẩm, đăng ký xây dựng thương hiệu, khảo sát làng nghề. Thực hiện xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Ninh Thuận đến năm 2020 và tầm nhìn 2030. Tổ chức hội thảo phát triển du lịch và quảng bá điểm đến tại Ninh Thuận (tháng 08/2013).

Phối hợp với Phòng Văn hóa, Thông tin thành phố Phan Rang - Tháp Chàm tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ tại công viên biển Ninh Chữ - Bình Sơn. Các gian hàng bán đồ lưu niệm, các khu ẩm thực về đêm tại các đường nhánh khu vực Ninh Chữ - Bình Sơn. Hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch tổ chức các sự kiện nhân các dịp Lễ, Tết và các sự kiện liên quan đến du lịch, chính sách khuyến mại dưới nhiều hình thức nhằm thu hút du khách đến và lưu trú dài ngày.

3. Đánh giá công tác xúc tiến du lịch của tỉnh Ninh Thuận giai đoạn 2009 - 2014

Có thể nhận thấy công tác xúc tiến đầu tư phát triển du lịch Ninh Thuận đã có những thành công nhất định góp phần vào sự phát triển du lịch của tỉnh thông nhiều chính sách ưu đãi thu

hút đầu tư, cải cách hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vào đầu tư phát triển cho ngành du lịch đã được ban hành. Trên cơ sở đó các dự án đầu tư du lịch đã được triển khai. Theo thống kê hiện nay, toàn tỉnh có 18 dự án du lịch đã hoạt động và đang đầu tư với tổng mức đầu tư lên đến 4.769 tỷ đồng. Và 19 dự án du lịch đã được cấp giấy chứng nhận đầu tư với tổng mức đầu tư là 3004 tỷ đồng. Như vậy, tính đến năm 2013 đã có 37 dự án với tổng mức đầu tư lên đến 7.773 tỷ đồng đã được cấp phép đầu tư.

Tỉnh đã có đầu tư đáng kể cho xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch. Một số sản phẩm du lịch đã được du khách trong và ngoài nước đón nhận và sử dụng nhiều như: tham quan làng nghề (với làng gốm Bàu Trúc và dệt Mỹ Nghiệp), du lịch vùng nông thôn với vườn nho, vườn táo, vườn tỏi, du lịch nghiên cứu về văn hóa Chăm. Đặc biệt các sản phẩm du lịch biển với vịnh Vĩnh Hy làm trung tâm.

Bảng 1: Tăng trưởng lượng khách và doanh thu ngành du lịch Ninh Thuận giai đoạn 2009-2014

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Lượng khách	100%	-0.37%	20%	30%	30%	20%
Doanh thu	100%	20%	10%	30%	20%	10%

Nhìn chung, công tác quảng bá xúc tiến du lịch Ninh Thuận trong giai đoạn 2009 – 2014 đã đạt được những thành công nhất định. Số lượng khách du lịch và doanh thu du lịch tăng qua các năm, năm sau tăng nhanh so với năm trước.

Năm 2010 lượng khách đến Ninh Thuận giảm 0.37% nhưng doanh thu lại tăng 20% so với năm 2009, vì từ năm 2010 các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch đặc biệt là các khu du lịch, khách sạn và resort đã chủ động đầu tư nâng cấp đảm bảo tiêu chuẩn để đón khách quốc tế từ đó doanh thu toàn ngành du lịch tăng 20% trong năm 2010.

Tuy nhiên, bắt đầu từ năm 2012 dù số lượng khách và doanh thu có tăng nhưng có xu hướng

giảm dần so với năm 2012. Nguyên nhân khách quan là do sự phát triển các điểm du lịch mới thu hút khách du lịch tại các tỉnh lân cận trong khu vực Duyên hải Nam Trung Bộ đặc biệt là đảo Bình Ba (Khánh Hòa) đã làm giảm đáng kể lượng khách đến Ninh Thuận. Nhưng nguyên nhân quan trọng là do sự phát triển chậm các dịch vụ phục vụ nhu cầu vui chơi giải trí tại Ninh Thuận, đặc biệt là công tác quảng bá xúc tiến du lịch chưa có sự đột phá.

Tốc độ tăng trưởng lượng khách và doanh thu toàn ngành du lịch giai đoạn 2009 – 2014 lần lượt là: 19,93% và 18%.

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động xúc tiến du lịch cũng còn nhiều hạn chế nhất định:

- Công tác nghiên cứu thị trường chưa thật sự hiệu quả việc nắm bắt thông tin về nhu cầu thị trường khách du lịch về loại hình, sản phẩm và thời gian tham gia du lịch cả trong nước và quốc tế còn rất hạn chế.

- Các sản phẩm dịch vụ du lịch còn đơn điệu. Các chương trình tour và sản phẩm du lịch còn bị trùng lặp, lặp lại, chưa có nhiều khác biệt so với các sản phẩm truyền thống của các địa phương khác. Các cơ sở dịch vụ lưu trú, ăn uống, mua sắm, vui chơi giải trí chất lượng cao còn thiếu chưa đáp ứng nhu cầu du khách.

- Cơ sở hạ tầng (hệ thống giao thông, phương tiện vận chuyển, thông tin liên lạc, điện nước...) chưa đáp ứng đúng yêu cầu của ngành du lịch, các dự án đầu tư về du lịch vẫn còn ít và tiến độ thực hiện chậm so với tiến độ đề ra.

- Công tác vệ sinh môi trường, chưa thực sự đảm bảo, đặc biệt là ở những khu du lịch đang khai thác mạnh (Ninh Chữ - Bình Sơn), công tác đảm bảo an toàn, an ninh cho du khách còn rất hạn chế.

- Các tài liệu, ấn phẩm quảng bá du lịch của tỉnh chưa hấp dẫn về chất lượng, tính thẩm mỹ thấp. Nội dung thông tin trùng lặp, thiếu tính sáng tạo. Ấn phẩm quảng bá chưa đầy đủ về chủng loại cho các thị trường khác nhau và chưa đến đúng đối tượng.

- Chưa quan tâm đầu tư đúng mức vào các

gian hàng khi tham gia hội chợ (quy mô, tài liệu, phương tiện truyền thông); chưa sáng tạo trong thiết kế và trưng bày gian hàng, các chương trình sống động thu hút khách đến tham gia rất hạn chế, nên chưa tạo được sự chủ động thu nhận thông tin của khách.

- Các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ chưa ý thức được vai trò, tác dụng của công tác xúc tiến quảng bá, nên họ không chú ý đầu tư hoặc đầu tư rất ít về nhân lực cũng như kinh phí cho công tác quảng bá xúc tiến.

- Công tác thông tin xúc tiến du lịch trên mọi phương diện, duy trì với tần suất thấp, diện xúc tiến chưa rộng, dẫn đến hiệu quả đem lại chưa cao.

- Sự phối hợp giữa ngành du lịch và các ngành, các cấp chưa chặt chẽ, thiếu đồng bộ trong công tác xúc tiến du lịch.

- Kinh nghiệm trong công tác thông tin xúc tiến du lịch của đội ngũ công chức, viên chức và người lao động của các Trung tâm, doanh nghiệp còn hạn chế, thiếu chuyên nghiệp, dẫn đến còn nhiều bất cập khi triển khai các hoạt động xúc tiến.

4. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến du lịch tỉnh Ninh Thuận trong giai đoạn 2015 – 2020

4.1. Giải pháp phát triển hình ảnh Ninh Thuận

- Tiếp tục xây dựng thương hiệu du lịch, nâng cao hình ảnh quê hương con người Ninh Thuận nhằm tạo thế cạnh tranh cho du lịch tỉnh tại các thị trường trọng điểm và sức hút mạnh mẽ đối với du khách. Góp phần nâng cao nhận thức về du lịch, thu hút sự tham gia của toàn xã hội đối với sự nghiệp phát triển du lịch.

- Đẩy mạnh và cải tiến việc xuất bản những ấn phẩm giới thiệu về non nước Ninh Thuận (đĩa tư liệu CD-ROM, bản đồ du lịch...), bằng tiếng Việt, tiếng Anh, tiếng Nga, và Ấn Độ là những thị trường mục tiêu đã và đang được khai thác.

- Chú trọng xây dựng hình ảnh các điểm đến du lịch, quan tâm hơn đến vấn đề môi trường (rác thải, nạn ăn xin, bán vé số...) tạo sự an tâm cho

du khách.

- Bảo đảm duy trì uy tín thương hiệu của sản phẩm du lịch đặc thù địa phương, tạo ấn tượng và sự tin cậy của du khách về sản phẩm tại điểm đến.

- Đa dạng hóa hình thức tổ chức hoạt động quảng bá hình ảnh du lịch Ninh Thuận qua: Presstrip, Famtrip, Gameshow, Cookingshow, Field trip... theo hướng tập trung vào thời điểm diễn ra lễ hội của đồng bào Chăm và Raglay hàng năm để tăng chất lượng cho chương trình buyers của sự kiện. Có kế hoạch cho các doanh nghiệp lữ hành tổ chức Famtrip với các hãng lữ hành thuộc các thị trường tiềm năng đã được xác định.

4.2. Phát triển thương hiệu du lịch Ninh Thuận

Thực hiện kế hoạch phát triển thương hiệu theo các giai đoạn:

- Giai đoạn xây dựng chiến lược thương hiệu: Phân tích tình huống, tầm nhìn sứ mệnh và giá trị cốt lõi; những mục tiêu và chiến lược phát triển; phân tích SWOT, phân tích thương hiệu (Brand Audit)... Xây dựng chiến lược thương hiệu, dựa trên đánh giá thương hiệu tìm ra những giải pháp cơ bản về chiến lược và sáng tạo thương hiệu. xây dựng chiến lược cơ cấu thương hiệu; chiến lược marketing; mở rộng thương hiệu; thiết lập thương hiệu (brand) và ý tưởng tên (brand name) của các thương hiệu. Công đoạn này sẽ liên quan đến 4 nhóm đối tượng chủ yếu là các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; doanh nghiệp và hiệp hội ngành du lịch, lữ hành và ngành khác có liên quan; khách du lịch quốc tế và trong nước; cộng đồng người dân.

- Giai đoạn thiết kế thương hiệu: Phát triển thiết kế trên những chiến lược định vị và giá trị cốt lõi của thương hiệu, khẩu hiệu (slogan) và biểu tượng (logo) của ngành du lịch tỉnh Ninh Thuận, triển khai ý tưởng, xây dựng khẩu hiệu và biểu tượng cho điểm đến du lịch đến các đối tượng (Sở VH TT & DL và trung tâm TTXTDL, doanh nghiệp du lịch...) để cùng thực hiện bằng nhiều hình thức như tổ chức cuộc thi sáng tác

logo và slogan cho ngành du lịch Ninh Thuận trên phạm vi toàn quốc.

- Giai đoạn tuyên truyền, quảng bá thương hiệu: Tổ chức các sự kiện giới thiệu thương hiệu du lịch, in ấn các bộ nhận diện thương hiệu phục vụ công tác triển khai hệ thống nhận diện thương hiệu bao gồm việc sản xuất các phim quảng bá, quảng cáo thương hiệu, thiết kế bổ sung hình hiệu và nhạc hiệu cho hệ thống thương hiệu; đăng ký bản quyền cho thương hiệu du lịch Ninh Thuận; hoạch định, giám sát và đánh giá quá trình truyền thông cho thương hiệu.

4.3. Xây dựng môi trường du lịch

- Triển khai hướng dẫn các cơ sở lưu trú du lịch đảm bảo cơ sở vật chất, nhân lực, phục vụ du khách chu đáo, tận tình; có kế hoạch phối hợp với các cơ quan liên quan đảm bảo an toàn du khách, phòng chống cháy nổ. Chú trọng đến công tác cứu hộ ở bãi tắm, hồ bơi của đơn vị; thực hiện tốt quy định về niêm yết giá và bán đúng giá niêm yết, giữ bình ổn giá phòng, giá dịch vụ trong các ngày cao điểm. Thực hiện tốt vệ sinh an toàn thực phẩm, tăng cường công tác vệ sinh môi trường trong doanh nghiệp và các khu vực lân cận. Hướng dẫn thanh tra Sở VH TT & DL phối hợp kiểm tra hoạt động mô tô, ca nô trên biển, tàu đáy kính xem san hô; kiểm tra việc thực hiện quy định về lắp đặt bảng nội quy, hướng dẫn khách tắm biển đối với các cơ sở lưu trú ven biển, các quy định về vận tải hành khách đường thủy theo quy định.

- Phối hợp các ngành liên quan tăng cường kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ đội ngũ hướng dẫn viên tự do thường tiếp cận tại các khách sạn, nhà hàng để đưa khách tham quan mà không có hợp đồng với các đơn vị lữ hành, không có chương trình du lịch. Duy trì và bố trí cán bộ trực 24/24 đường dây nóng, đảm bảo kịp thời xử lý các thông tin do du khách phản ánh. Tăng cường công tác đảm bảo an ninh trật tự, an toàn giao thông ở các khu du lịch trọng điểm, công tác cứu hộ, cứu nạn tại các điểm du lịch ở các bãi tắm công cộng trên địa bàn. Khẩn trương xây dựng đủ nhà vệ sinh công cộng đạt chuẩn, trang

bị thùng rác tại các điểm tham quan du lịch. Chỉ đạo tổ chức thu gom rác dọc tuyến đường 16/4 và đường Yên Ninh, các điểm du lịch tại địa bàn các huyện; đặc biệt là khu vực suối Lò Ô và vịnh Vĩnh Hy nhằm đảm bảo môi trường sạch, đẹp.

4.4. Phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

Tập trung đầu tư kết cấu hạ tầng tại các khu du lịch trọng điểm du lịch như: giao thông, điện, nước, bưu chính viễn thông, công trình phục vụ cộng đồng, bằng cách tranh thủ các nguồn vốn hỗ trợ của Chính phủ, ngân sách tỉnh và nguồn vốn vay của các cơ quan viện trợ quốc tế. Tạo điều kiện và môi trường đầu tư thuận lợi, thông thoáng, dành ưu đãi đầu tư thỏa đáng cho từng địa bàn để kêu gọi các thành phần kinh tế trong ngoài tỉnh tham gia đầu tư du lịch. Đặc biệt phải nâng cấp các cơ sở hoạt động du lịch hiện có, quy định chặt chẽ về việc đầu tư cơ sở du lịch mới phải đáp ứng yêu cầu phục vụ các loại khách từ bình dân đến cao cấp tùy theo địa bàn.

4.5. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch

Triển khai thực hiện xây dựng quy hoạch du lịch, đầu tư cơ sở hạ tầng, tập trung quảng bá xúc tiến du lịch, tổ chức các hoạt động văn hóa thể thao gắn với thu hút khách du lịch, thì việc tự nâng cao chất lượng dịch vụ của chính đơn vị kinh doanh du lịch và việc tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp, giữa các doanh nghiệp với Nhà nước là những yếu tố then chốt, mang tính chiến lược lâu dài, nhằm làm đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Đầu tư bằng các dự án lớn để phát triển sản phẩm du lịch cao cấp; nâng cao chất lượng sản phẩm làng nghề, sản phẩm tiêu thủ công nghiệp phục vụ du lịch; phát triển giao thông và các cơ sở lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí; đào tạo và nâng cao trình độ nhân lực du lịch; liên kết nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ du khách.

4.6. Xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với thị hiếu

Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, tập trung vào những thị trường trọng tâm và có

ảnh hưởng lớn đến doanh thu từ du lịch của tỉnh như thị trường khách du lịch đến từ Nga, từ châu Âu như Anh, Pháp... cần tập trung khai thác, với những sản phẩm đặc thù địa phương như: sản phẩm làng nghề (dệt Mỹ Nghiệp và làng gốm Bàu Trúc), mở rộng thị trường thu hút khách du lịch đến từ Nhật Bản và Hàn Quốc. Đối với thị trường nội địa nên tập trung vào đối tượng khách đến từ khu vực Nam Bộ, đặc biệt là TP.HCM.

Đầu tư cải tiến làm mới các sản phẩm du lịch truyền thống đã quá quen thuộc với khách du lịch. Khai thác tối đa các lợi thế về địa hình, các đặc sản, hàng thủ công truyền thống để đưa các hoạt động mới vào các sản phẩm, chương trình du lịch sinh thái (sản xuất nông nghiệp, home-stay...). Việc làm mới này phải được tiến hành thường xuyên, liên tục thì mới tạo nên sức hấp dẫn mới cho các sản phẩm cũ và kéo dài vòng đời của chúng, tạo ra các sản phẩm du lịch mới để đáp ứng nhu cầu khám phá cái mới lạ của du khách.

4.7. Nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ làm công tác xúc tiến du lịch

Hoạt động xúc tiến du lịch cần có đội ngũ cán bộ quản lý và lao động trực tiếp có trình độ, chuyên nghiệp mới có thể thực hiện tốt. Vì vậy, Ninh Thuận cần mở các lớp bồi dưỡng nâng cao trình độ cho đội ngũ lao động này. Các lớp ngắn hạn tập trung vào các chủ đề thực tiễn marketing, ứng dụng công nghệ trong xúc tiến điểm đến, giới thiệu thị trường và nghiên cứu thị trường. Cử cán bộ tham gia các lớp tập huấn, hội nghị, hội thảo về xúc tiến quảng bá du lịch, marketing du lịch trong và ngoài nước, để có thể thực hiện nhiệm vụ xúc tiến du lịch trong thời kỳ hội nhập.

4.8. Thành lập quỹ xúc tiến du lịch

Thực tế cho thấy, thực hiện xúc tiến-quảng bá cần nguồn kinh phí khá lớn, các đơn vị kinh doanh hoặc tổ chức hoạt động du lịch không thể có đủ ngân sách đầu tư thương xuyên. Vì vậy, phải xây dựng quỹ xúc tiến du lịch cho tỉnh, để chủ động duy trì và đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, quảng bá. Ngân quỹ có thể từ các nguồn: TCDL, UBND tỉnh, từ các doanh nghiệp và cá

nhân hoạt động trong lĩnh vực du lịch, và từ các tổ chức phi chính phủ.

4.9. Sử dụng hiệu quả các hình thức, phương tiện và công cụ xúc tiến

- Sử dụng các phương tiện truyền thông: truyền thanh, truyền hình, báo, tạp chí du lịch, và nên kết hợp các hình thức quảng cáo đa phương tiện, như truyền hình, phim ảnh. Phối hợp với các cơ quan báo, đài truyền hình, phóng viên, nhà báo trong nước và quốc tế vào quay phim, làm các phóng sự, đoạn phim ngắn về du lịch Ninh Thuận. Đưa tổng đài thông tin du lịch phục vụ nhu cầu thông tin du lịch của điểm đến Ninh Thuận cho du khách quốc tế và trong nước. Cần có những thông điệp ấn tượng, độc đáo hơn để quảng cáo thu hút khách du lịch, với mỗi một đối tượng xúc tiến cần xây dựng và sử dụng các thông điệp quảng cáo khác nhau.

- Nâng cấp hệ thống mạng Internet, tăng lượng lưu trữ và băng thông website để tăng khả năng lưu trữ thông tin, tạo điều kiện cho khách du lịch trong và ngoài nước truy cập nhanh chóng và thuận tiện. Thiết kế và phát triển các chuyên trang riêng về quảng bá du lịch, sản phẩm dịch vụ du lịch, về quản lý nhà nước của ngành, xây dựng các chuyên mục du lịch, văn hóa, thể thao theo từng giai đoạn hay sự kiện của ngành, của tỉnh để thuận tiện cho việc tìm kiếm và truy xuất thông tin trên website www.ninhthuantourist.com. Quảng cáo rộng rãi trang web du lịch Ninh Thuận trên các phương tiện thông tin đại chúng, hệ thống các ấn phẩm quảng cáo của tỉnh. Tiếp tục liên hệ trao đổi đặt logo, banner quảng cáo trên trang chủ các website du lịch lớn trong nước để quảng bá và tạo liên kết trực tiếp tới website www.ninhthuantourist.com

- Nâng cao chất lượng (thẩm mỹ, nội dung) các loại xuất bản phẩm, ấn phẩm, tài liệu quảng bá du lịch từ những thông tin, hình ảnh sống động, hấp dẫn được giới thiệu trong mỗi ấn phẩm. Triển khai các kênh cung cấp ấn phẩm thông tin du lịch theo hướng đa dạng hoá, phối hợp giữa ấn phẩm và phương tiện truyền tải thông tin khác.

- Các phương tiện truyền tin khác: Tăng cường quảng bá hình ảnh du lịch trên các loại bảng, biển, băng, panô, áp phích, vật thể cố định, các phương tiện giao thông hoặc các vật thể di động khác. Xây dựng các tấm áp phích, biển quảng cáo lớn ở các trục đường chính ra vào thành phố PR – TC, ranh giới giữa Ninh Thuận và các tỉnh khác; trên một số tuyến, điểm đỗ xe buýt trong phạm vi thành phố PR – TC, tại một số thị trường mục tiêu của tỉnh.

- Tổ chức hội nghị, hội thảo có trưng bày, giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ, các lễ hội văn hóa của đồng bào dân tộc Raglay, Chăm, đặc biệt là triển khai và phát triển lễ hội Rượu Vang Nho thành sự kiện mang tầm quốc tế.

- Tăng cường tham gia các sự kiện du lịch tại các địa phương đang là thị trường mục tiêu của tỉnh như festival Hoa Đà Lạt, năm du lịch tại các địa phương (do TCDL phát động), festival lúa gạo, festival Dừa của Bến Tre, festival Huế, liên hoan Văn hóa du lịch Hải Phòng, Liên hoan Giọng hát vàng ngành du lịch TP.HCM...

- Tổ chức, tham gia hội chợ, triển lãm về du lịch, sự kiện du lịch định kỳ hàng năm tại TP.HCM, Hà Nội, các tỉnh bạn trong cả nước, nhằm giới thiệu rộng rãi hình ảnh điểm đến du lịch Ninh Thuận.

5. Kết luận

Xúc tiến, quảng bá du lịch là hoạt động không thể thiếu trong các địa phương và vùng lãnh thổ có điều kiện phát triển du lịch nói chung và Ninh Thuận nói riêng. Việc phân tích, đánh giá thực trạng công tác xúc tiến du lịch của Ninh Thuận trong giai đoạn 2009 – 2014. để nhận diện những kết quả đạt được và những hạn chế của công tác này, để đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xúc tiến du lịch của tỉnh là công việc rất cần thiết. Những nghiên cứu và đề xuất của tác giả về đánh giá thực trạng và các giải pháp sẽ góp phần thực hiện có hiệu quả công tác xúc tiến, phát triển du lịch, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch của Ninh Thuận trong thời kỳ hội nhập.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Tuấn Anh (2008), “Xây dựng và quảng bá du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, số 36.
- [2] Phan Minh Châu (2013), *Định hướng xúc tiến quảng bá du lịch của huyện đảo Phú Quốc, Kiên Giang*, Luận văn Thạc sỹ du lịch, Trường ĐH KHXH&NV - ĐHQG Hà Nội.
- [3] Phạm Mạnh Cường (2007), *Hoạt động xúc tiến của ngành du lịch Việt Nam ở khu vực Asian*, Luận văn Thạc sỹ ngành quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế TpHCM.
- [4] Phan Thị Thái Hà (2013), *Phát triển hoạt động tuyên truyền quảng bá du lịch của các trung tâm xúc tiến du lịch tại các địa phương*, Luận văn Thạc sỹ du lịch, Trường ĐH KHXH&NV - ĐHQG Hà Nội.
- [5] Bùi Văn Mạnh (2010), *Nghiên cứu hoạt động xúc tiến du lịch Ninh Bình giai đoạn 2003 đến 2009*, Luận văn Thạc sỹ du lịch, Trường ĐH KHXH&NV - ĐHQG Hà Nội.
- [6] Sở Văn hóa – Thể thao – Du lịch tỉnh Ninh Thuận (2013), *Quy hoạch phát triển du lịch Ninh Thuận đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030*.
- [7] Tổng Cục Du lịch Việt Nam (2010), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.
- [8] Trần Thị Thủy (2012), *Hoạt động xúc tiến điểm đến cấp tỉnh Việt Nam nghiên cứu trường hợp tỉnh Nghệ An*, Luận văn Thạc sỹ du lịch, Trường ĐH KHXH&NV - ĐHQG Hà Nội.
- [9] Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch (2005), *Nghiên cứu đề xuất giải pháp đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền quảng bá du lịch Việt Nam tại một số thị trường quốc tế trọng điểm*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Hà Nội.