

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

NGUYỄN VĂN DŨNG

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH
ĐẶC THÙ TẠI THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

LUẬN VĂN THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ SỐ: 60 34 01 02

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS.TS.Nguyễn Văn Thanh

Lời cảm ơn

Trước hết, tác giả xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất tới thầy giáo PGS. TS. Nguyễn Văn Thanh – người thầy đã chỉ bảo, hướng dẫn và tận tình bổ sung góp ý, giúp tác giả hoàn thành luận văn này.

Tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn tới các thầy, cô giáo khoa Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã dạy và truyền đạt những kiến thức bổ ích trong quá trình học tập cũng như tạo mọi điều kiện thuận lợi cho tác giả trong suốt quá trình thực hiện luận văn.

Cuối cùng, tác giả xin cảm ơn công ty du lịch Vietravel Hải Phòng, công ty du lịch Đông Á Hải Phòng và bạn bè cùng lớp đã tạo điều kiện, giúp đỡ tác giả rất nhiều trong quá trình tìm hiểu thông tin, thu thập số liệu để hoàn thành luận văn đúng thời hạn.

Xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, ngày ... tháng...năm 2017

Học viên cao học

Nguyễn Văn Dũng

Lời cam đoan

Tác giả Luận văn Cao học đề tài: **“Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng”** là Công trình nghiên cứu độc lập riêng của Tác giả dưới sự hướng dẫn của Giáo viên, PGS.TS. Nguyễn Văn Thanh

Các số liệu, thông tin trong Luận văn có nguồn gốc rõ ràng và khách quan. Học viên hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung, hình thức và tính trung thực của Luận văn Cao học này.

Hải Phòng, ngày... tháng...năm 2017

Học viên Cao học

Nguyễn Văn Dũng

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Tổng thống kê cơ sở lưu trú du lịch của Hải Phòng	28
2.2	Một số lễ hội quan trọng trong năm của Hải Phòng	37
2.3	Các yếu tố tác động đến môi trường du lịch Hải Phòng	43
2.4	Tổng hợp ưu điểm và nhược điểm của sản phẩm du lịch hiện tại	50
2.5	Tổng hợp ưu điểm và nhược điểm của sản phẩm du lịch hiện tại	55
3.1	Dự báo khách du lịch quốc tế đến Hải Phòng	64
3.2	Dự báo khách du lịch nội địa đến Hải Phòng	64
3.3	Dự báo tổng thu từ khách du lịch của Hải Phòng	64
3.4	Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 1 trong thời gian từ tháng 10/2017 - tháng 6/2018	72
3.5	Dự toán chi phí thực hiện giải pháp 1	73
3.6	Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 2 trong thời gian từ tháng 10/2017 - tháng 6/2018	80
3.7	Dự toán chi phí thực hiện giải pháp 2	81
3.8	Dự toán chi phí thực hiện giải pháp 3	88
3.9	Tổng hợp lợi ích của các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng	91



DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

Số hiệu hình vẽ	Tên hình	Trang
1.1	Đặc tính của sản phẩm du lịch	7
1.2	Cơ cấu phát triển sản phẩm du lịch đặc thù	9
2.1	Cơ sở lưu trú của du lịch Hải Phòng giai đoạn 2013 - 2015	28
3.1	Lợi ích của giải pháp 1	74
3.2	Lợi ích của giải pháp 2	82
3.3	Lợi ích của giải pháp 3	89



DANH MỤC CÁC TỪ, CỤM TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Diễn giải nghĩa
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
NQ/TU	Nghị quyết/ Trung ương
BC-BCS	Báo cáo – Ban cán sự
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
Nt	Như trên
LS	Lịch sử
LS CM	Lịch sử cách mạng
KTNT	Kinh tế Nông thôn
NQ-CP	Nghị quyết – Chính phủ
CT-TTg	Chỉ thị - Thủ tướng
QĐ-UBND	Quyết định - Ủy ban Nhân dân
UBND	Ủy ban Nhân dân
MICE	Hội Nghị, Khen thưởng, Hội Thảo và Triển lãm
UNESCO	Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hiệp quốc
Tp	Thành phố
XV	Số mười năm
Heritage	Di sản văn hoá



MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết và lý do chọn đề tài.	1
2. Mục đích, giới hạn và nhiệm vụ.	2
2.1. Mục đích.....	2
2.2. Giới hạn	2
2.3. Nhiệm vụ	2
3. Đối tượng nghiên cứu của đề tài.	2
4. Phương pháp nghiên cứu.....	2
5. Những vấn đề đề xuất hoặc giải pháp.....	3
6. Kết cấu của Đề tài.	3
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH	4
VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ	4
1.1. Cơ sở lý luận về sản phẩm du lịch đặc thù.....	4
1.1.1. Khái niệm về du lịch.....	4
1.1.2. Khái niệm về sản phẩm du lịch.....	5
1.1.3. Khái niệm về sản phẩm du lịch đặc thù	8
1.2. Vai trò của sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại [6].....	10
1.3. Cơ sở lý luận phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng.....	10
1.3.1. Cơ sở lý luận về việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế.....	10
1.3.1.2. Đặc trưng của điểm đến [3, 17]	11
1.3.1.3. Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù [3, 55]	11

1.3.2. Cơ sở lý luận về việc truyền thông, quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù.....	14
1.4. Tiểu kết chương 1 và nhiệm vụ chương 2.....	14
CHƯƠNG 2	16
PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG SẢN PHẨM	16
DU LỊCH TẠI HẢI PHÒNG	16
2.1. Giới thiệu chung về du lịch Hải Phòng	16
2.1.1. Giới thiệu chung về Thành phố Hải Phòng	16
2.1.2. Sản phẩm du lịch đặc trưng của Hải Phòng [6,3-6]	19
2.2. Phân tích cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch của Hải Phòng	23
2.2.1. Cơ sở hạ tầng.....	23
2.2.1.1. Hệ thống giao thông	23
2.2.1.2. Cung cấp điện:	25
2.2.1.3. Cung cấp nước sạch	25
2.2.1.4. Thông tin và truyền thông	26
2.2.2. Cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch [6, 8-9]	26
2.3. Phân tích tài nguyên và môi trường du lịch Hải Phòng	31
2.3.1. Tài nguyên tự nhiên.....	31
2.3.1.1. Địa hình.....	31
2.3.1.2. Khí hậu	31
2.3.1.3. Tài nguyên Biển	33
2.3.1.4. Tài nguyên sinh vật.....	33
2.3.1.5. Đánh giá chung về tài nguyên du lịch tự nhiên	33
2.3.2. Tài nguyên du lịch nhân văn.....	35

2.3.2.1. Các di tích lịch sử văn hoá.....	35
2.3.2.2. Các lễ hội truyền thống.....	36
2.3.2.3. Những tài nguyên nhân văn khác.....	38
2.3.2.4. Ẩm thực.....	39
2.3.2.5. Đánh giá chung về tiềm năng du lịch nhân văn.....	41
2.3.3. Môi trường du lịch.....	42
2.4. Phân tích dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch Hải Phòng.....	43
2.4.1. Dịch vụ du lịch.....	43
2.4.2. Quản lý du lịch.....	44
2.4.3. Hình ảnh du lịch.....	46
2.5. Phân tích thực trạng liên quan đến các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng.....	46
2.5.1. Phân tích và đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng cho khách du lịch nội địa trong thời gian qua.....	46
2.5.2. Phân tích và đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù Hải Phòng cho khách du lịch quốc tế trong thời gian qua.....	52
2.5.3. Phân tích và đánh giá về truyền thông quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù.....	56
2.6. Tiểu kết chương 2 và nhiệm vụ chương 3.....	60
CHƯƠNG 3.....	61
ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH.....	61
ĐẶC THÙ TẠI HẢI PHÒNG.....	61
3.1. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng từ năm 2016 đến năm 2020:	61

3.2. Giải pháp 1: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù – “Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan” tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa.....	65
3.2.1. Mục tiêu của giải pháp 1.....	65
3.2.2. Căn cứ đề xuất	65
3.2.3. Nội dung thực hiện giải pháp 1.....	66
3.2.3.1. Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch phục vụ khách nội địa.....	66
3.2.3.2. Tài nguyên và môi trường du lịch phục vụ khách nội địa	68
3.2.3.3. Dịch vụ du lịch, quản lý du lịch, và hình ảnh du lịch đối với khách nội địa.....	70
3.2.4. Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 1	72
3.2.5. Dự kiến kinh phí thực hiện giải pháp 1	73
3.2.6. Lợi ích từ giải pháp 1	74
3.3. Giải pháp 2: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng – “Nét đẹp Hải Phòng” cho khách du lịch quốc tế	74
3.3.1. Mục tiêu của giải pháp 2.....	74
3.3.2. Căn cứ đề xuất	75
3.3.3. Nội dung thực hiện giải pháp 2.....	75
3.3.3.1. Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch phục vụ khách quốc tế	76
3.3.3.2. Tài nguyên và môi trường du lịch phục vụ khách quốc tế	77
3.2.3.3. Dịch vụ du lịch, quản lý du lịch, và hình ảnh du lịch đối với khách quốc tế	78
3.3.4. Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 2.....	80
3.3.5. Dự kiến kinh phí thực hiện giải pháp 2	81
3.4. Giải pháp 3: Xúc tiến quảng bá về sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng.....	82
3.4.1. Mục tiêu của giải pháp 3.....	82
3.4.2. Căn cứ đề xuất	83

3.4.3. Nội dung thực hiện giải pháp 3.....	83
3.4.3.1. Quảng bá, xúc tiến du lịch theo các phương pháp truyền thống:	83
3.4.3.2. Tổ chức các sự kiện gắn với du lịch:	84
3.4.3.3. Các hoạt động khác:.....	84
3.4.3.4. Tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước. [7, 17- 18] ..	85
3.4.3.5. Tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở nước ngoài. [7, 16-17].....	86
3.4.4. Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 3 [7, 18]	87
3.4.5. Dự kiến kinh phí thực hiện giải pháp 3	88
3.4.6. Lợi ích từ giải pháp 3	89
3.5. Tiểu kết chương 3.	89
1. Kết luận:.....	92
2. Khuyến nghị:	93

PHỤ LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết và lý do chọn đề tài.

Trong xu thế hội nhập đặc biệt Việt Nam đã ra nhập tổ chức thương mại WTO thì ngành du lịch càng có nhiều cơ hội để phát triển. Theo thống kê có 70% du khách đến Việt Nam và không quay trở lại với rất nhiều lý do. Trong những năm gần đây, lượng du khách đến Việt Nam ngày càng tăng cũng như số lượng người Việt Nam đi du lịch trong và ngoài nước cũng tăng lên đáng kể.

Đứng trước thời cơ và thách thức đó, bên cạnh việc làm thế nào để phát triển ngành du lịch trở thành kinh tế chủ đạo thì việc nghiên cứu thị trường, thị hiếu khách du lịch cũng như tìm ra những yếu điểm của ngành để có hướng khắc phục là điều vô cùng quan trọng.

Hải Phòng là một trong ba thành phố lớn của đất nước Việt Nam. Với nguồn tài nguyên phong phú và đa dạng, đặc biệt là nguồn tài nguyên tự nhiên, nhân văn độc đáo và hấp dẫn, có giá trị cao về du lịch.

Hải Phòng có đủ những điều kiện và khả năng vượt trội để phát triển du lịch. Trong những năm qua du lịch Hải Phòng đã phát triển với tốc độ cao, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế xã hội của Thành phố.

Tuy nhiên sự phát triển trên vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, tài nguyên và vị thế vốn có của Hải Phòng. Một phần vì chất lượng sản phẩm du lịch còn chưa cao, chưa đa dạng, chưa mang tính đặc thù, sức cạnh tranh còn hạn chế, do vậy chưa thu hút được số lượng lớn khách du lịch trong nước nói chung và khách du lịch quốc tế nói riêng.

Do vậy việc nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng là việc làm cần thiết để cải thiện tình hình trên, đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch của Hải Phòng. Đề tài:

“Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng” được chọn là nhằm mục đích trên với mong muốn góp phần đẩy mạnh hoạt động phát triển du lịch của Hải Phòng nói riêng và của Việt Nam nói chung.

2. Mục đích, giới hạn và nhiệm vụ.

2.1. Mục đích

- Nghiên cứu về lý thuyết sản phẩm du lịch, sản phẩm du lịch đặc thù, vai trò của sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại và cơ sở lý thuyết của các giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng
- Trên các cơ sở lý thuyết trên, phân tích đánh giá thực trạng sản phẩm du lịch của Hải Phòng
- Nghiên cứu các giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng cho khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế, trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp để truyền thông, quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù nhằm thu hút nhiều khách hơn và giới thiệu hình ảnh du lịch của Hải Phòng đến với bạn bè quốc tế và du khách nội địa trong nước
- Tìm hiểu được lợi ích của việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng dành cho từng đối tượng khách và của việc truyền thông quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù

2.2. Giới hạn

Đề tài tập trung chủ yếu vào việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho đối tượng khách du lịch trong nước và nước ngoài

2.3. Nhiệm vụ

- Luận giải cơ sở lý luận về du lịch, sản phẩm du lịch, sản phẩm du lịch đặc thù, và vai trò của sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại.
- Phân tích và đánh giá thực trạng sản phẩm du lịch tại Hải Phòng
- Bước đầu đề xuất các giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù cho đối tượng khách du lịch nội địa và nước ngoài.

3. Đối tượng nghiên cứu của đề tài.

Đề tài đi sâu vào nghiên cứu sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng và sức hấp dẫn của nó đối với du khách

4. Phương pháp nghiên cứu.

Đề tài áp dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp thu thập tài liệu
- Phương pháp phân tích tổng hợp
- Phương pháp chuyên gia
- Phương pháp bản đồ

5. Những vấn đề đề xuất hoặc giải pháp.

Giải pháp 1: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa

Giải pháp 2: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch quốc tế

Giải pháp 3: Xúc tiến quảng bá về sản phẩm Du lịch đặc thù tại Hải Phòng

6. Kết cấu của Đề tài.

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, luận văn được chia thành 03 chương:

Chương 1. Cơ sở lý luận chung về sản phẩm du lịch và sản phẩm du lịch đặc thù

Chương 2. Phân tích và đánh thực trạng sản phẩm du lịch tại Hải Phòng

Chương 3. Định hướng và giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng.

➤ Toàn bộ luận văn tác giả trình bày trong 103 trang tính từ phần mở đầu cho đến phần danh mục tài liệu tham khảo, chưa kể phần phụ lục, đây là tài liệu tham khảo cho các tổ chức, cá nhân quan tâm về đề tài Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng.



CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH

VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ

1.1. Cơ sở lý luận về sản phẩm du lịch đặc thù

1.1.1. Khái niệm về du lịch

Từ xưa đến nay, du lịch được coi như một hoạt động nghỉ ngơi tích cực của con người. Ngày nay, du lịch trở thành một trong những hiện tượng phổ biến có sức ảnh hưởng rộng rãi trên Thế giới. Trong sự phát triển không ngừng của kinh tế xã hội, du lịch ngày càng trở nên phổ biến và ngày càng đáp ứng được nhu cầu nghỉ ngơi, thư giãn cũng như giải trí của con người. Du lịch được coi như “hoạt động tinh thần” không thể thiếu trong đời sống, đặc biệt là trong xã hội hiện nay. Do hoàn cảnh khác nhau về điều kiện kinh tế- xã hội, không gian- thời gian, và cũng do các góc độ nghiên cứu khác nhau, nên mỗi ngành khoa học, mỗi người đều có cách hiểu khác nhau về du lịch.

Theo định nghĩa của hai học giả Thụy Sĩ Hunziker và Kraff đã được hiệp hội các chuyên gia du lịch thừa nhận: “Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ và các hiện tượng bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú tạm thời của các cá nhân tại những nơi không phải nơi làm việc thường xuyên của họ”[2, 3]

Tổ chức IUOTO (International Union of Official Travel Organization) đã khái niệm du lịch như sau: “Du lịch được hiểu là hoạt động du hành đến nơi khác với địa điểm cư trú của mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống”. [14, 1]

Trong Luật Du lịch Việt Nam (bản ban hành năm 2005) tại Điều 4, chương 1 định nghĩa: “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng các nhu cầu tham quan tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định”[2, 3]

Các khái niệm về du lịch tuy có khác nhau về nội dung nhưng bản chất lại giống nhau, đều nêu bật lên được những yếu tố quan trọng tạo nên du lịch như mục

đích không phải là làm việc mà là nghỉ ngơi, thư giãn; địa điểm là khác nơi cư trú thường xuyên và các thành phần làm nên du lịch như: khách du lịch, các nhà kinh doanh, chính quyền và dân cư địa phương.

1.1.2. Khái niệm về sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch bao gồm các dịch vụ du lịch, các hàng hóa và tiện nghi cung ứng cho du khách, nó được tạo nên bởi sự kết hợp các yếu tố tự nhiên, cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động du lịch tại một vùng hay một địa phương nào đó. [2, 21]

Như vậy sản phẩm du lịch bao gồm những yếu tố hữu hình (hàng hóa) và vô hình (dịch vụ) để cung cấp cho khách hay nó bao gồm hàng hóa, các dịch vụ và tiện nghi phục vụ khách du lịch. [2, 21]

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), “Sản phẩm du lịch là sự tổng hợp của ba nhóm yếu tố cấu thành: Hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, tài nguyên-môi trường du lịch và dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch”. [6]

Luật Du lịch Việt Nam (ban hành năm 2005), “Sản phẩm du lịch là tổng hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch”. Các dịch vụ trong khái niệm này bao gồm: dịch vụ lữ hành, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ thông tin hướng dẫn, và các dịch vụ liên quan khác. Tuy nhiên trong thực tế khái niệm về sản phẩm du lịch có góc nhìn rộng hơn, không chỉ giới hạn ở tập hợp các dịch vụ mà còn bao gồm tập hợp các yếu tố vật chất và phi vật chất như các yếu tố hấp dẫn du lịch mà trước hết là tài nguyên du lịch, có khả năng đáp ứng nhu cầu du lịch đa dạng của du khách. [7, 4]

Sản phẩm du lịch tạo nên sự khác biệt trong phát triển du lịch, tạo nên thương hiệu và hình ảnh của mỗi điểm đến du lịch, của mỗi địa phương, mỗi vùng, và mỗi quốc gia. Sản phẩm du lịch được hình thành trên cơ sở kết hợp giữa các giá trị tài nguyên du lịch, các điều kiện về cơ sở hạ tầng xã hội, hệ thống các dịch vụ và khả năng đáp ứng của các cơ sở du lịch.

Như vậy, việc nghiên cứu xây dựng các sản phẩm du lịch, trước hết cần nghiên cứu các yếu tố về “Cầu du lịch”, bao gồm các đặc điểm tâm lý, văn hóa, nhu cầu, sở thích, khả năng thu nhập, xu hướng đi du lịch, điểm đến, sản phẩm du lịch

ưa thích... của các thị trường khách du lịch, và về “Cung du lịch”, bao gồm các đặc điểm về giá trị tài nguyên du lịch (thế mạnh, đặc thù...), các điều kiện về cơ sở hạ tầng xã hội, hệ thống các dịch vụ và khả năng đáp ứng (cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, con người...). Ngoài ra việc nghiên cứu xây dựng các sản phẩm du lịch cần tuân theo nguyên tắc phát triển bền vững (kéo dài vòng đời của sản phẩm du lịch), có tính đặc thù riêng, có thương hiệu và đủ khả năng cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước. [7, 4]



Các đặc tính của sản phẩm du lịch (SPDL) là : [2, 21-22]



Sơ đồ 1.1: Đặc tính của sản phẩm du lịch [Nguồn: 2]

Trong đó: [2, 21-22]

- *Tính vô hình*: Sản phẩm du lịch thường là một kinh nghiệm nên rất dễ dàng bị sao chép, bắt chước và việc làm khác biệt hóa sản phẩm mạnh tính cạnh tranh khó khăn hơn kinh doanh hàng hoá.

- *Tính đồng thời giữa sản xuất và tiêu dùng*: Vì sản phẩm du lịch nằm ở xa nơi cư trú của khách du lịch, nên khách thường mua sản phẩm trước khi thấy sản phẩm.

- *Tính không chuyển đổi quyền sở hữu*: Đối với sản phẩm du lịch, du khách không có quyền sở hữu sản phẩm của mình mua, chỉ có quyền sử dụng trong những điều kiện cụ thể

- *Tính mùa vụ*: Sản phẩm du lịch mang tính mùa rõ rệt, nhu cầu về sản phẩm xuất hiện vào những thời điểm nhất định trong năm tùy thuộc vào điều kiện nhất định

- *Tính không thể di chuyển*: Người tiêu dùng phải di chuyển để tiêu dùng sản phẩm du lịch

- *Tính không đồng nhất*: Khách hàng khó có thể kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi mua, gây khó khăn cho việc chọn sản phẩm.

1.1.3. Khái niệm về sản phẩm du lịch đặc thù

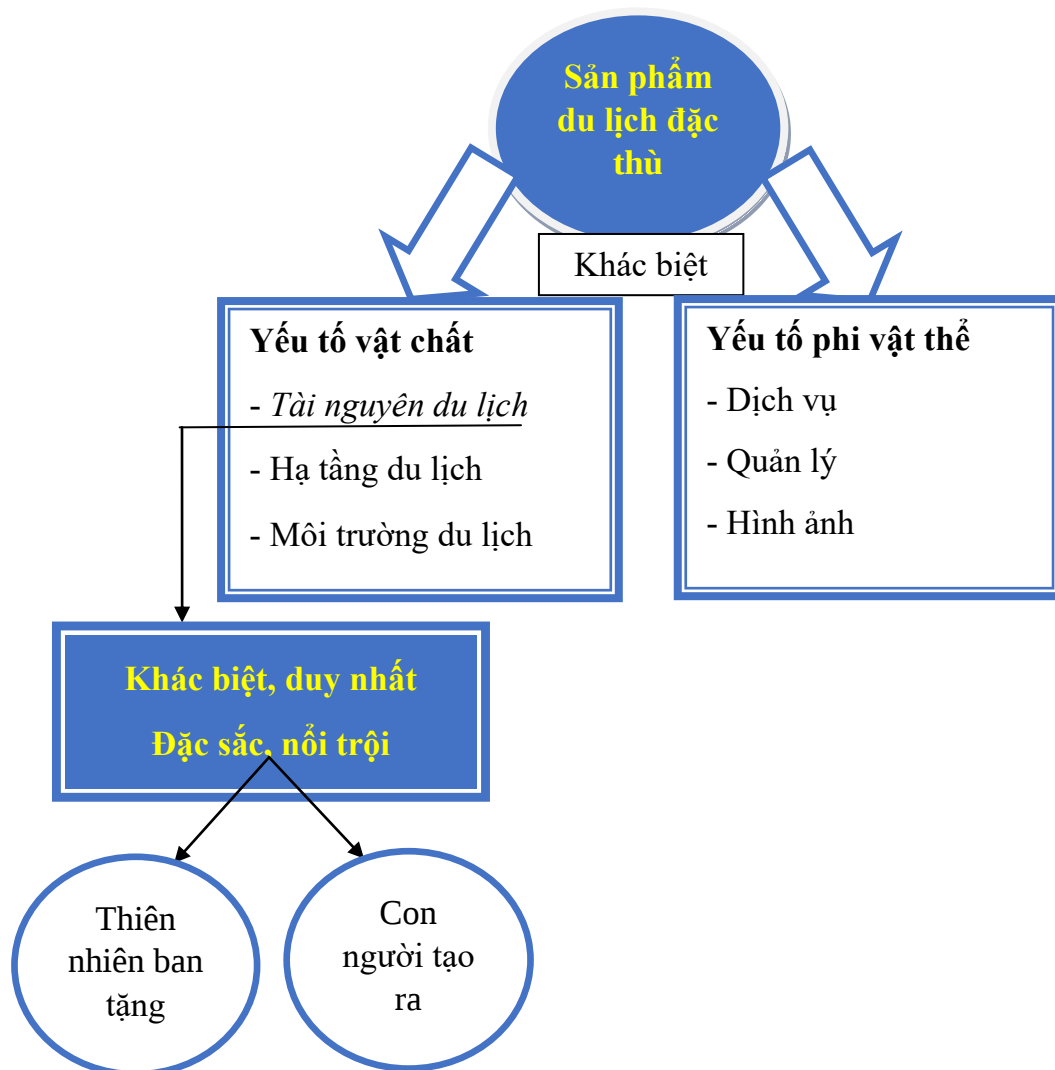
Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm du lịch được xây dựng dựa trên các giá trị đặc thù, độc đáo (có thể là duy nhất), nguyên bản của tài nguyên du lịch; dựa trên các giá trị đặc sắc, thành tựu nổi trội của nền kinh tế- xã hội, khoa học kỹ thuật... của mỗi điểm đến, mỗi địa phương, mỗi vùng, mỗi quốc gia với những dịch vụ không chỉ làm thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch mà còn tạo được những ấn tượng bởi tính độc đáo (duy nhất), sáng tạo... trong lòng du khách. [7, 4]

Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm có khả năng tạo nên thương hiệu, hình ảnh du lịch; tạo nên sự “*khác biệt*” giữa điểm du lịch này với điểm du lịch khác (giữa địa hương này với đại phương khác, giữa vùng này với vùng khác, và giữa quốc gia này với quốc gia khác). Tuy nhiên tính hấp dẫn của sản phẩm du lịch đặc thù còn phụ thuộc vào thị hiếu, phù hợp với nhu cầu của thị trường khách du lịch; có thể hấp dẫn với thị trường này, nhưng lại không hấp dẫn với thị trường khác. [7, 4-5]



Sản phẩm du lịch đặc thù có vị trí vai trò rất quan trọng trong hệ thống sản phẩm du lịch mỗi điểm đến. sản phẩm du lịch đặc thù tạo nên sự khác biệt, gây dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch; tạo nên sức hấp dẫn đặc biệt đối với khách du lịch, nâng cao khả năng cạnh tranh cho mỗi điểm đến. [7, 5]

Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù là hoạt động nhằm hoàn thiện các yếu tố vật chất (*xây dựng mới hạ tầng dịch vụ có chất lượng cao, Bảo vệ môi trường, Bảo vệ Tài nguyên du lịch tự nhiên và hạn chế sự quá tải,...Duy tu bảo dưỡng các tài nguyên nhân văn,...*);



Sơ đồ 1.2: Cơ cấu phát triển sản phẩm du lịch đặc thù[Nguồn: 6]

Nhân tố quan trọng hàng đầu cấu thành nên sản phẩm du lịch đặc thù là các giá trị đặc thù của tài nguyên du lịch. Do vậy, tài nguyên du lịch mang ý nghĩa cấp quốc gia, cấp vùng hay cấp địa phương sẽ quyết định sản phẩm du lịch đặc thù có ý nghĩa cấp quốc gia, cấp vùng hay cấp địa phương. Như vậy, sản phẩm du lịch đặc thù có ý nghĩa quốc gia hay cấp vùng và cấp địa phương sẽ được xây dựng dựa trên giá trị đặc thù của tài nguyên du lịch cấp quốc gia, hay cấp vùng và cấp địa phương.[7, 5]

Vì vậy, cần phân biệt rõ các cấp của sản phẩm du lịch đặc thù: [12]

- *Sản phẩm du lịch đặc thù có tính quốc gia*: sử dụng tài nguyên du lịch có tính độc đáo, đặc trưng cao nhất so sánh toàn quốc, các sản phẩm này có thể thu hút đông đảo thị trường khách du lịch và có thể xây dựng thương hiệu du lịch có tính cạnh tranh cao.

- *Sản phẩm du lịch đặc thù có tính nội vùng*: sử dụng tài nguyên du lịch có tính độc đáo, đặc sắc của một địa phương trong mối quan hệ so sánh với các địa phương còn lại trong vùng. Các sản phẩm này có thể rất hấp dẫn khách du lịch trong vùng và các vùng lân cận nhưng có thể không có tính hấp dẫn toàn quốc, không phải là sản phẩm du lịch đại diện có khả năng xây dựng thương hiệu du lịch của vùng.

1.2. Vai trò của sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại [6]

Sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại có các vai trò sau:

- Cá biệt hóa du lịch của điểm đến, của địa phương;
- Tạo ra tính hấp dẫn cao, thu hút thị trường khách đặc biệt hoặc đại trà;
- Gây dựng hình ảnh du lịch của điểm đến, địa phương;
- Xây dựng thương hiệu du lịch của điểm đến, địa phương;
- Tạo ra sức cạnh tranh cao cho điểm đến, địa phương;
- Là những điểm nhấn của hệ thống sản phẩm du lịch của điểm đến, địa phương
- Có khả năng tạo ra các động lực cho các sản phẩm du lịch khác cùng phát triển

1.3. Cơ sở lý luận phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng

1.3.1. Cơ sở lý luận về việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế.

1.3.1.1. Xác định thị trường mục tiêu[3, 15]

Để xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cần phải đứng trên quan điểm của khách hàng. Song, nhu cầu, mong muốn và thị hiếu của họ luôn luôn thay đổi, vì vậy cần phải tìm hiểu và quan tâm tới các yếu tố sau:

- Độ tuổi trung bình của người tham gia (thời gian rảnh rỗi, độ dài chuyến đi)
- Nhu cầu và sự yêu thích của họ
- Những khả năng về thể chất
- Khả năng chi trả

- Độ dài chuyến đi
- Các yêu cầu đặc biệt. Cần xem xét tính khả thi đưa vào nghiên cứu, không nên quá tham vọng để thực hiện những gì không thể làm được

Việc xác định thị trường mục tiêu này giúp cho doanh nghiệp kinh doanh dự đoán được số lượng người mua và khả năng chi tiêu trung bình của họ; giúp xác định thông tin về khách hàng, từ đó các sản phẩm du lịch được thiết kế để phù hợp với đối tượng khách tiêu dùng, và giúp xác định mức đầu tư cho chi phí sản phẩm và chi phí marketing một cách hiệu quả.

1.3.1.2. Đặc trưng của điểm đến [3, 17]

Mỗi điểm du lịch sẽ có những nét hấp dẫn riêng, vậy nên các công ty du lịch sẽ dựa trên các tài nguyên du lịch sẵn có của điểm đến và khả năng của mình để nghiên cứu và tìm ra những điểm thu hút tại điểm đến để thỏa mãn nhu cầu một đối tượng khách mà công ty hướng tới.

Để có thể lựa chọn và mô tả các điểm tham quan du lịch cũng như các yếu tố bao gồm trong sản phẩm du lịch đặc thù khác nhau như lưu trú, ăn uống mà công ty du lịch phải quan tâm để đưa và lịch trình.

1.3.1.3. Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù [3, 55]

❖ *Marketing quảng cáo*: đưa ra các kế hoạch có hệ thống thực thi, đưa ra các thông điệp mang tính công cộng và có sức thuyết phục. Thông điệp đó hiển thị sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, mục tiêu là tìm kiếm những khách hàng tiềm năng. Ở bước này, marketing quảng cáo mang tính vĩ mô hơn, bao quát hơn vềdu lịch Hải Phòng.

❖ *Đưa ra các chính sách*: là những chuẩn tắc cụ thể để thực hiện các nhiệm vụ trong một thời gian nhất định, mục đích đưa ra các chính sách này để khách hàng thấy sản phẩm du lịch đặc thù này là dành riêng cho họ

❖ *Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù và tạo dựng thương hiệu du lịch Hải Phòng*:

Theo báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/11/2006 của Ban Thường vụ Thành ủy về phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2006 - 2010, định hướng đến năm 2020- Số: 235 /BC-BCS. Thì:

- Loại hình du lịch cơ bản của thành phố được lựa chọn và tập trung đầu tư và phát triển trong thời gian qua là: Du lịch sinh thái biển kết hợp với du lịch nghỉ dưỡng, thể thao; du lịch cộng đồng; du lịch hội nghị, hội thảo và văn hoá, lễ hội; trong đó, đặc biệt quan tâm tới hai trọng điểm du lịch là Đồ Sơn và Cát Bà.

- Thành phố đã công nhận 5 tuyến và 14 điểm du lịch địa phương nhằm nâng cao chất lượng các tuyến, điểm du lịch trên địa bàn thành phố, như: Tuyến du lịch Hải Phòng - Kiến An - An Lão - Tiên Lãng - Vĩnh Bảo (Tuyến Du khảo đồng quê); tuyến du lịch Hải Phòng - Cát Bà; tuyến du lịch Nội thành Hải Phòng; tuyến du lịch Hải Phòng - Kiến Thụy - Đồ Sơn; tuyến du lịch Hải Phòng - Thủy Nguyên (Tuyến du lịch Bắc sông Cấm)

- Trong những năm gần đây công tác xây dựng thương hiệu và những sản phẩm du lịch hấp dẫn đã được quan tâm khôi phục và phát triển như: Khôi phục và phát triển các lễ hội truyền thống, thu hút nhiều khách du lịch, như: Lễ hội chọi Trâu (Đồ Sơn), Lễ hội Làng cá Cát Bà (Cát Hải), Lễ hội Đền Trạng Trình Nguyễn Bỉnh Khiêm (Vĩnh Bảo), Lễ hội núi Voi (An Lão), Lễ hội Đền Trần Quốc Bảo (Thủy Nguyên), Ngày hội Táo Quân,... xây dựng Lễ hội Hoa Phượng Đỏ thành lễ hội của nhân dân, vì nhân dân, từng bước trở thành thương hiệu mạnh của thành phố. Bảo tồn và phát triển làng nghề tạc tượng, điêu khắc gỗ, làm con giống (Vĩnh Bảo); nghề đúc đồng, mây tre đan (Thủy Nguyên); nghề trồng hoa (Hải An)... nghệ thuật Ca Trù, hát Đúm, hát Vãn, hát Châu Vãn, múa rối, múa rồng, vật cầu, cờ ngư-ời.... Từ năm 2012 đến nay, thành phố từng bước khôi phục hình ảnh Nhà Kèn (vườn hoa Nguyễn Du) thông qua các chương trình biểu diễn văn hóa, nghệ thuật vào thứ 7 hàng tuần; phục dựng chương trình nghệ thuật sân Đình tại Đình Hàng Kênh vào tối ngày mùng 1 (âm lịch) hàng tháng; cải tạo quán Hoa và dải vườn hoa trung tâm, đầu tư xây dựng hệ thống nhạc nước tại hồ Tam Bạc làm sinh động thêm các sản phẩm du lịch của thành phố.

- Đề cử quần đảo Cát Bà trở thành danh lam thắng cảnh - di sản cấp quốc gia đặc biệt (đang xây dựng hồ sơ đề cử Vịnh Hạ Long -Quần đảo Cát Bà trình UNESCO xem xét công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới mới); xây dựng kế

hoạch ứng cử Vịnh Lan Hạ tham gia Hiệp hội câu lạc bộ những vịnh đẹp nhất thế giới, Lễ hội chọi Trâu Đồ Sơn là Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, Khu di tích Đền Trạng Trình Nguyễn Bỉnh Khiêm đã được xếp hạng Di tích quốc gia đặc biệt, Lễ hội truyền thống Nữ tướng Lê Chân là Di sản văn hoá phi vật thể cấp quốc gia.

- Ngành Du lịch đã phối hợp với các đơn vị kinh doanh lữ hành tăng cường hoạt động nghiên cứu tâm lý, thị hiếu, sở thích của du khách đối với từng loại hình sản phẩm du lịch, qua đó xây dựng và hoàn thiện sản phẩm đặc trưng đối với từng vùng trên địa bàn thành phố, nâng cao sức cạnh tranh góp phần vào việc tuyên truyền, quảng bá sản phẩm du lịch. Gắn nhãn hiệu chứng nhận “Khu dự trữ sinh quyển quần đảo Cát Bà” cho 18 đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch tại đảo Cát Bà nhằm từng bước xây dựng Nhãn hiệu trở thành một thương hiệu mạnh, thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế.

❖ *Marketing quảng bá sản phẩm*: đưa ra các kế hoạch có hệ thống thực thi, đưa ra các thông điệp mang tính công cộng và có sức thuyết phục. Thông điệp đó hiển thị sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, mục tiêu là tìm kiếm những khách hàng tiềm năng. Ở bước này, marketing quảng bá sản phẩm tập trung vào sản phẩm du lịch đặc thù đã thiết kế, nhằm mục đích bán được sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

❖ *Phản hồi*: Việc thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù không phải lúc nào cũng đạt yêu cầu, vì vậy các công ty du lịch cần có thời gian thu thập các thông tin phản hồi khi thương mại hóa sản phẩm. Phụ thuộc vào mức độ phức tạp của sản phẩm du lịch, các thông tin phản hồi: mức độ đáp ứng tài nguyên du lịch của điểm đến, mức độ và khả năng thực hiện chương trình của công ty du lịch, của các nhà cung cấp các dịch vụ có liên quan; mức độ và khả năng của khách du lịch. Thu thập các thông tin phản hồi này sẽ giúp công ty thiết kế hoàn thiện hơn chương trình du lịch. Các nguồn thông tin có thể tham khảo: địa phương, nhân viên, quản lý, giám sát, điều hành trong công ty, khách du lịch, đối tác.

1.3.2. Cơ sở lý luận về việc truyền thông, quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù

Tùy vào từng đối tượng khách sẽ có các cách truyền truyền quảng bá sản phẩm du lịch đặc thù cụ thể, nhưng nhìn chung, tuyên truyền quảng bá sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng là thực hiện công tác giới thiệu rộng rãi khắp tất cả mọi nơi để mọi người đều biết đến du lịch của Hải Phòng và quyết định thực hiện chuyến du lịch đến Thành phố Hải Phòng.



Việc tuyên truyền, quảng bá này giúp công ty du lịch tối đa hóa lợi nhuận; sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng (tivi, internet, báo, đài...) để mang thông tin đến người tiêu dùng nhanh nhất; mang sản phẩm trực tiếp tới tay người tiêu dùng cuối cùng; đẩy nhanh quá trình tiêu thụ sản phẩm; xây dựng và tăng độ nhận biết thương hiệu của sản phẩm.

1.4. Tiểu kết chương 1 và nhiệm vụ chương 2

Như vậy, chương 1 đã giải quyết vấn đề cơ sở lý luận về sản phẩm du lịch, sản phẩm du lịch đặc thù. Trong đó, đã làm rõ các khái niệm của du lịch: Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng các nhu cầu tham quan tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng

trong một khoảng thời gian nhất định. Sản phẩm du lịch là tổng hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch. Và sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm du lịch được xây dựng dựa trên các giá trị đặc thù, độc đáo (có thể là duy nhất), nguyên bản của tài nguyên du lịch; dựa trên các giá trị đặc sắc, thành tựu nổi trội. Và còn là những sản phẩm có khả năng tạo nên thương hiệu, hình ảnh du lịch; tạo nên sự khác biệt giữa điểm du lịch này với điểm du lịch khác

Tiếp đó, chương 1 cũng nêu được vai trò của sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại như: cá biệt hóa du lịch, tạo ra tính hấp dẫn cao, thu hút thị trường khách đặc biệt hoặc đại trà, gây dựng hình ảnh du lịch, xây dựng thương hiệu du lịch, tạo ra sức cạnh tranh cao, điểm nhấn của hệ thống sản phẩm du lịch, có khả năng tạo ra các động lực cho các sản phẩm du lịch khác cùng phát triển.

Cuối cùng, nội dung chương 1 đã đề cập đến các cơ sở lý luận liên quan đến các giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng. Đặc biệt là cho hai đối tượng khách: trong nước, quốc tế, và việc truyền thông quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù. Đây chính là cơ sở để hình thành nên các giải pháp thực tế để tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng.

Trong chương 2 của đề tài sẽ làm rõ các điểm sau:

- 2.1. Giới thiệu chung về du lịch Hải Phòng
- 2.2. Phân tích cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch của Hải Phòng
- 2.3. Phân tích tài nguyên và môi trường du lịch Hải Phòng
- 2.4. Phân tích dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch Hải Phòng

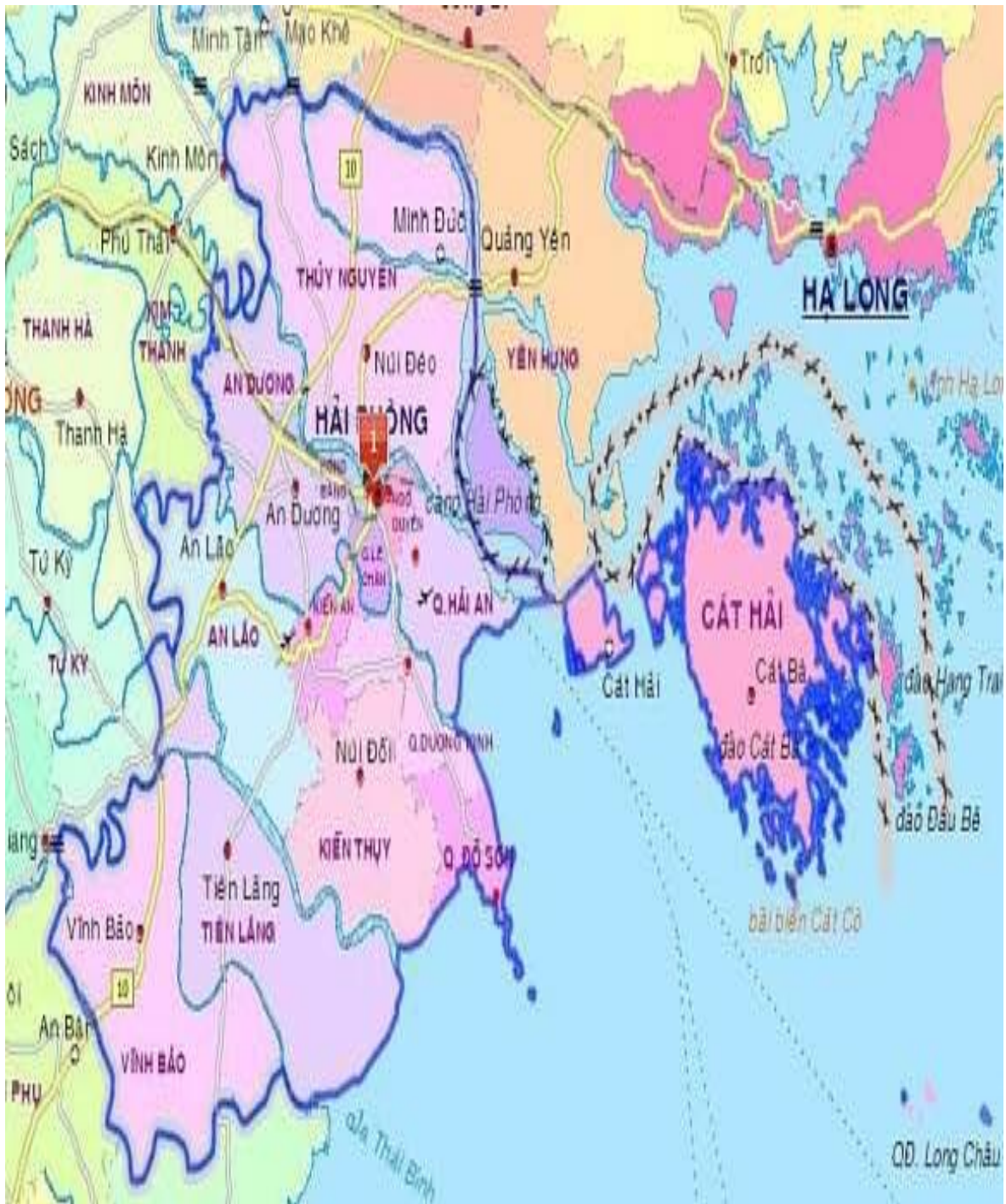


CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DU LỊCH TẠI HẢI PHÒNG

2.1. Giới thiệu chung về du lịch Hải Phòng

2.1.1. Giới thiệu chung về Thành phố Hải Phòng



Hải Phòng là thành phố duyên hải nằm ở hạ lưu của hệ thống sông Thái Bình thuộc đồng bằng sông Hồng có vị trí nằm trong khoảng từ 20035' đến 210 01' vĩ độ Bắc, và từ 106029' đến 107005' kinh độ Đông; phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh, phía Tây Bắc giáp tỉnh Hải Dương, phía Tây Nam giáp tỉnh Thái Bình và phía Đông là biển Đông với đường bờ biển dài 125km, nơi có 5 cửa sông lớn là Bạch Đằng, Cửa Cấm, Lạch Tray, Văn Úc và sông Thái Bình.

Diện tích tự nhiên là 1.507,57 km², dân số 1.837.3 ngàn người (tính đến 01/04/2009), mật độ dân số trung bình của thành phố là 1.218,78 người/km², vào loại trung bình so với các tỉnh đồng bằng sông Hồng.

Hải Phòng ngày nay là thành phố trực thuộc Trung ương - là đô thị loại 1 cấp quốc gia gồm 7 quận (Ngô Quyền, Hồng Bàng, Lê Chân, Dương Kinh, Đồ Sơn, Kiến An và Hải An), 6 huyện ngoại thành (Thủy Nguyên, Hải An, An Lão, Kiến Thụy, Tiên Lãng, Vĩnh Bảo) và 2 huyện đảo (Cát Hải, Bạch Long Vĩ) với 228 phường và thị trấn (70 phường, 10 thị trấn và 148 xã) .

Hải Phòng từ lâu đã nổi tiếng là một cảng biển lớn nhất ở miền Bắc, một đầu mối giao thông quan trọng với hệ thống giao thông thủy, bộ, đường sắt, hàng không trong nước và quốc tế, là cửa chính ra biển của thủ đô Hà Nội và các tỉnh phía Bắc; là đầu mối giao thông quan trọng của Vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, trên hai hành lang - một vành đai hợp tác kinh tế Việt Nam - Trung Quốc. Chính vì vậy trong chiến lược phát triển kinh tế – xã hội vùng châu thổ sông Hồng, Hải Phòng được xác định là một cực tăng trưởng của vùng kinh tế động lực phía Bắc (Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh); là Trung tâm kinh tế - khoa học - kĩ thuật tổng hợp của Vùng duyên hải Bắc Bộ và là một trong những trung tâm phát triển của Vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và cả nước.(Quyết định 1448 /QĐ-TTg ngày 16/9/2009 của Thủ tướng Chính phủ).

Hải Phòng có điều kiện tự nhiên rất phong phú, giàu đẹp, đa dạng và có nhiều nét độc đáo mang sắc thái của cảnh quan nhiệt đới gió mùa. Nơi đây có rừng quốc gia Cát Bà - khu dự trữ sinh quyển thế giới - là khu rừng nhiệt đới nguyên sinh nổi tiếng, đặc biệt phong phú về số lượng loài động thực vật, trong đó có nhiều loài

được xếp vào loài quý hiếm của thế giới. Đồng thời, nơi đây còn có cả một vùng đồng bằng thuộc vùng đồng bằng tam giác châu thổ sông Hồng, tạo nên một cảnh quan nông nghiệp trồng lúa nước là nét đặc trưng của vùng du lịch ven biển Bắc Bộ và cả một vùng biển rộng với nguồn tài nguyên vô cùng phong phú, nhiều hải sản quý hiếm và bãi biển đẹp.

Khí hậu của Hải Phòng cũng khá đặc sắc, ôn hoà, dồi dào nhiệt ẩm và quanh năm có ánh nắng chan hoà, rất thích nghi với sự phát triển của các loài động thực vật nhiệt đới, đặc biệt rất dễ chịu với con người vào mùa thu và mùa xuân.

Hải Phòng là vùng đất đầu sóng, ngọn gió, “phên dậu” phía Đông của đất nước, có vị thế chiến lược trong toàn bộ tiến trình đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc ta. Người Hải Phòng với tinh thần yêu nước nồng nàn, tính cách dũng cảm, kiên cường, năng động, sáng tạo, đã từng chứng kiến và tham gia vào nhiều trận quyết chiến chiến lược trong chiến tranh giải phóng dân tộc và bảo vệ Tổ quốc.

Đây là vùng đất in đậm dấu ấn chống ngoại xâm trong suốt quá trình lịch sử 4000 năm của dân tộc Việt Nam, với các chiến thắng trên sông Bạch Đằng của Ngô Quyền năm 938, của Lê Hoàn năm 981, của Trần Hưng Đạo năm 1288 ... mà đến nay, các chiến tích đó vẫn còn tồn tại rất nhiều di tích lịch sử, lưu truyền biết bao truyền thuyết dân gian, để lại cho hậu thế nhiều công trình văn hoá, nghệ thuật có giá trị. Cho nên đến Hải Phòng, đặt chân đến bất cứ đâu chúng ta cũng bắt gặp các di tích, các lễ hội gắn với những truyền thuyết, huyền thoại về lịch sử oanh liệt chống ngoại xâm của Hải Phòng. Những di tích, lễ hội này chính là nguồn tiềm năng quan trọng cần được quan tâm bảo vệ tôn tạo để phục vụ phát triển du lịch.

Có thể nói rằng, Hải Phòng là nơi có lịch sử vinh quang ngàn năm, một vùng đất hội tụ đầy đủ khí thiêng sông núi, và một cư dân anh dũng, sáng tạo và rất cởi mở, dễ hoà hợp với bè bạn bốn phương. Những người dân từ nhiều miền quê đến sinh sống tại vùng đất cửa biển này đã hình thành nên tính cách kiên nghị, năng động, sáng tạo trong lao động, luôn nhạy bén với cái mới, làm cho người Hải Phòng sớm tiếp thu được những tinh hoa của thời đại trước biến thiên của lịch sử. Tất cả những yếu tố trên đã và sẽ làm cho Hải Phòng trở thành một địa danh du lịch nổi tiếng trong

nước và quốc tế và Hải Phòng thực sự là một trong những trọng điểm du lịch hấp dẫn của vùng ven biển Bắc Bộ, có vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam [Nguồn: <http://www.dulichhaiphong.gov.vn>]

2.1.2. Sản phẩm du lịch đặc trưng của Hải Phòng [6,3-6]

❖ Loại hình du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc

Phát triển loại hình du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc đang ngày càng thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Một trong những yếu tố khiến du khách thích thú tìm hiểu, khám phá khi đến Hải Phòng đó là các công trình kiến trúc, các ngôi đền, ngôi chùa mang đặc trưng của một đô thị Cảng.

Theo tua du lịch nội thành, du khách có dịp tiếp cận những địa danh tưởng chừng quen thuộc nhưng còn ẩn chứa bao điều mới mẻ, độc đáo chưa biết đến. Đó là những nét kiến trúc của từng công trình hay đúc kết cho mình cảm nhận về kiến trúc tổng thể của thành phố Cảng biển có từ thời Pháp thuộc. Có thể nhận định, một trong những vẻ đẹp làm nên sự khác biệt của đô thị Hải Phòng là: kiến trúc pha trộn giữa 2 nền văn hóa Á- Âu, cổ kính với hiện đại và điều này tạo cho thành phố một nét đẹp đô thị riêng biệt, vừa thanh lịch, vừa mạnh mẽ. Đây cũng là yếu tố thu hút du khách, nhất là người nước ngoài muốn tìm hiểu, chiêm ngưỡng.

Hệ thống những công trình kiến trúc tiêu biểu của thành phố, từ công trình riêng lẻ, được xây dựng hàng trăm năm trước như Nhà hát thành phố, quán hoa, Bưu điện thành phố; Bảo tàng Hải Phòng, Trụ sở Ngân hàng nhà nước... đến những công trình ghi dấu chặng đường phát triển của thành phố như Cung văn hoá hữu nghị Việt – Tiệp, Cung Thiếu nhi Hải Phòng, Cung Văn hóa Thanh niên Hải Phòng, Trung tâm Hội chợ, triển lãm quốc tế Hải Phòng, Trung tâm Hội nghị thành phố...

Đặc biệt, kiến trúc những công trình văn hóa, tâm linh đem lại niềm tự hào về lịch sử và truyền thống cho mỗi người dân như Chùa Hàng, Đình Kênh, Tượng đài nữ tướng Lê Chân, Khu đền thờ Trạng Trình Nguyễn Bỉnh Khiêm (xã Thái Học, huyện huyện Vĩnh Bảo), Khu tưởng niệm Vương triều Mạc (huyện Kiến Thụy), Khu đền thờ Trạng nguyên Trần Tất Văn (huyện An Lão)...

Trong đó, Nhà hát thành phố Hải Phòng cùng với Hà Nội và TP Hồ Chí Minh là 3 nhà hát được người Pháp xây dựng tại Đông Dương từ những năm đầu thế kỷ 20, có kiến trúc, kết cấu giống nhau. Kề bên là 5 quán hoa với kiến trúc mái đình làng cổ được cách điệu hiện đại. Rồi Bảo tàng Hải Phòng được xây dựng theo kiến trúc gô-tích (vòm nhọn) từ cuối thập niên 1910, trưng bày các hiện vật và thông tin về lịch sử thành phố từ thời tiền sử tới nay...

Hành trình khám phá kiến trúc đô thị Hải Phòng, du khách được tìm hiểu một về một Hải Phòng còn giữ được nhiều khu phố với kiến trúc khá nguyên vẹn từ thời Pháp thuộc: Những biệt thự do người Pháp xây dựng được giữ nguyên về tổng thể, tập trung các cơ quan hành chính sự nghiệp; khu phố Tàu (phố Khách) nay là phố Lý Thường Kiệt gần Chợ Sắt phố Phan Bội Châu và phố Trung Quốc nay là ở quận Hồng Bàng. Đặc biệt, phố Tam Bạc (mặt sau của phố Lý Thường Kiệt, Phan Bội Châu) nằm ngay bên con sông Tam Bạc thơ mộng, trên bến dưới thuyền, từng là đề tài sáng tác cho nhiều họa sĩ, thi sĩ.

Trong dòng chảy phát triển của lịch sử, kiến trúc đô thị Hải Phòng cũng phát triển theo hướng hiện đại. Những tuyến đường, công trình mới nối tiếp mọc lên càng làm bật lên nét độc đáo của những con phố, những tuyến đường và công trình kiến trúc cổ còn lại từ hàng trăm năm trước.

Được hình thành trên miền đất cổ, với nền tảng văn hóa, xã hội lâu đời, Hải Phòng ngày nay còn giữ được nhiều công trình kiến trúc nổi tiếng như: tháp Tường Long, chuông chùa Vân Bản, đình Kênh, đình Kiền Bái, đền Nghè, chùa Dư Hàng, Mỹ Cù... Hải Phòng cũng là địa phương bảo tồn được nhiều loại hình nghệ thuật văn hóa dân gian như: làng nghề tạc tượng gỗ Bảo Hà ở Đồng Minh (Vĩnh Bảo); lễ hội hát đúm đầu xuân ở Phục Lễ, Phả Lễ (Thủy Nguyên); lễ hội đua thuyền ở Cát Bà (Cát Hải), Ngõ Dương (An Hòa- An Dương); vật ở Tiên Lãng, An Dương... Các công trình văn hóa, kiến trúc, lễ hội và làng nghề được gìn giữ, tái tạo và phát huy trong đời sống văn hóa, tâm linh của nhân dân Hải Phòng. Đồng thời, đó cũng là sản phẩm du lịch đặc trưng văn hóa miền biển Hải Phòng phục vụ du khách tham quan. *[Nguồn: Theo dulichhaiphong.gov.vn]*

Sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc:

- Du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc gắn liền với tôn giáo và đức tin, trong đó có Phật giáo và các công trình kiến trúc, những di tích lịch sử...

- Du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc gắn với tín ngưỡng thờ cúng, tri ân những vị anh hùng dân tộc, những vị tiền bối có công với nước, dân tộc trở thành du lịch về cội nguồn dân tộc với đạo lý uống nước nhớ nguồn.

- Du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc còn gắn liền với nhiều yếu tố văn hóa, tâm linh và những điều bí ẩn

❖ **Du lịch sinh thái – du lịch sinh thái biển đảo của Hải Phòng**

Hải Phòng có vùng biển khá rộng, đường bờ biển khá dài trên 125 km thềm lục địa mở rộng ra phía biển.

Cùng với quần đảo Cát Bà là Di tích đặc biệt quốc gia, Khu dự trữ sinh quyển thế giới với những giá trị nổi bật về đa dạng sinh học, Hải Phòng còn được thiên nhiên ban tặng những khu, điểm du lịch biển, sinh thái nổi tiếng như Đồ Sơn, Bạch Long Vỹ và các khu vực ven biển khác. Do vậy, du lịch Hải Phòng đang và tiếp tục phát triển theo hướng du lịch sinh thái biển bền vững với các sản phẩm du lịch biển đảo, sinh thái, cộng đồng đặc thù. Đồng thời, Hải Phòng hướng đến là một trong những địa phương có nhiều sản phẩm du lịch văn hóa, tâm linh với những đặc trưng riêng của vùng đất và con người Hải Phòng.

Quần đảo Cát Bà là nơi tập trung nguồn tài nguyên, sản phẩm du lịch biển sinh thái khá đặc trưng, có giá trị vô cùng lớn và đặc thù để phục vụ phát triển du lịch không chỉ của Hải Phòng mà còn của cả vùng Duyên hải Bắc Bộ. Vườn quốc gia Cát Bà có 745 loài thực vật bậc cao. Đặc biệt khu vực phía Đông Nam đảo Cát Bà và vùng đảo Bạch Long Vỹ còn nhiều loài san hô có giá trị phục vụ du lịch. Sản phẩm du lịch tham quan Vườn Quốc gia Cát Bà, vịnh Lan Hạ, hệ thống hang động, điểm quan sát trên cao, di tích lịch sử, văn hóa... Nhóm sản phẩm du lịch sinh thái ở Cát Bà với trải nghiệm thiên nhiên Vườn quốc gia Cát Bà, rừng ngập mặn, hệ sinh thái rừng ngập nước trên địa hình núi đá vôi ở Ao Eách trong hành trình xuyên rừng từ Vườn quốc gia đến xã Việt Hải. Sản phẩm du lịch cộng đồng dựa vào thiên nhiên,

sản vật và văn hóa người bản địa ở các xã Hiền Hào, Gia Luận, Xuân Đám. Tất cả tạo nên một Cát Bà điểm đến quyến rũ đối với du khách trong và ngoài nước.
[Nguồn: <http://baohaiphong.com.vn>]

❖ **Du lịch làng nghề tại Hải Phòng**

Có thể nói Hải Phòng là cá nôi, là nơi hội tụ, kết tinh văn hóa – du lịch làng nghề. Từ năm 1998, Hải Phòng đã đón các tua du lịch làng nghề. Nhiều du khách rất thích các đặc trưng của làng nghề Hải Phòng, cùng sự đón tiếp nồng hậu của người dân nơi đây.

Cũng như bao tỉnh thành của miền Bắc, tại Hải Phòng cũng có rất nhiều những ngôi làng nghề truyền thống. Có gần 60 làng nghề đang còn được giữ gìn tại Hải Phòng, có những ngôi làng được hình thành từ cách đây hàng trăm năm. Tiêu biểu có thể kể đến làng sơn mài điêu khắc Bảo Hà, làng chiếu cói Lật Dương, làng đúc kim loại Mỹ Đồng, làng đất nung Tiên Hôi, làng ca trù Đông Môn....

Theo Trung tâm Thông tin xúc tiến du lịch Hải Phòng và một số hãng lữ hành trên địa bàn thành phố, những người làm công tác lữ hành của thành phố mỗi năm, trung bình có khoảng 20 – 30 đoàn khách có nhu cầu đi tua du lịch làng nghề, chủ yếu là khách du lịch nước ngoài. Khách du lịch trong nước chưa mấy người biết đến làng nghề Hải Phòng.

Để tổ chức các tua du lịch làng nghề trên địa bàn Hải Phòng, những người làm công tác du lịch tốn thời gian và công sức hơn bởi theo họ, cơ sở hạ tầng làng nghề phục vụ du lịch còn nhiều hạn chế. Bí bách nhất là nơi tiếp đón, đặc biệt là thói quen làm du lịch ở các làng nghề chưa hình thành. Vì vậy, mỗi khi kết nối các tua du lịch này, những người làm công tác lữ hành dường như phải sắp đặt mọi thứ để tua kết thúc tốt đẹp, tạo ấn tượng với du khách.

Những người làm công tác lữ hành khẳng định, có nhiều du khách, đặc biệt là du khách nước ngoài luôn ấn tượng với các tua du lịch làng nghề của Hải Phòng, đặc biệt là tua du lịch đến làng nghề Đồng Minh để được tận mắt quan sát các nghệ nhân tạc tượng, trình diễn rối nước, rối cạn. Tuy nhiên, họ luôn băn khoăn, trăn trở,

nếu như việc phối hợp phát triển du lịch làng nghề hài hòa, thuận tiện hơn, chắc hẳn nhiều làng nghề sẽ là điểm đến khá hấp dẫn trong mắt du khách.

Nói tóm lại. Hải Phòng có tiềm năng rất lớn trong du lịch sinh thái biển với các bãi biển tuyệt đẹp và các quần đảo, Ngoài ra tại đây cũng có rất nhiều các công trình kiến trúc đền, chùa cổ kính tạo ra nét văn hóa du lịch tâm linh vô cùng đặc sắc. Các lễ hội tại các làng nghề truyền thống cũng là nét hấp dẫn đối với du khách trong nước và quốc tế đến với Hải Phòng.

2.2. Phân tích cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch của Hải Phòng

2.2.1. Cơ sở hạ tầng

2.2.1.1. Hệ thống giao thông

Hệ thống giao thông của Hải Phòng đóng vai trò quan trọng trong việc vận tải hàng hóa và hành khách từ thành phố cảng lớn nhất Việt Nam. Hải Phòng là đầu mối giao thông quan trọng, cửa ngõ chính của cả miền Bắc, kết nối các tỉnh ven biển đông bắc bộ, với thủ đô Hà Nội và các tuyến giao thông hàng hải quốc tế.

*** Đường bộ:**

Các tuyến đường huyết mạch nối Hải Phòng với các tỉnh thành khác như: Quốc lộ 5, quốc lộ 10, quốc lộ 37, và các tuyến đường cao tốc như Đường cao tốc Hà Nội - Hải Phòng, đường cao tốc ven biển Quảng Ninh - Hải Phòng - Ninh Bình.

- Ngoài các tuyến đường chính, Hải Phòng còn có hàng nghìn km đường nội thành và ngoại thành, chất lượng tương đối tốt, phục vụ nhu cầu đi lại của nhân dân thành phố và khách du lịch tương đối thuận lợi và an toàn. Tuy nhiên, các tour, tuyến du lịch trong Thành phố còn đi qua nhiều quãng đường rất chật hẹp như đường chợ Cột Đèn vào Chùa Hàng, đường Mê Linh vào đền Nghè...

- Hệ thống đường bộ dẫn tới các khu, điểm du lịch vẫn chưa đáp ứng được điều kiện phục vụ vận chuyển khách du lịch, đặc biệt đường bộ ra đảo Cát Bà cần đầu tư, nâng cấp để giảm thời gian qua phà Đình Vũ.

- Cầu Bính, cầu Kiền đi vào hoạt động đã nối liền các tỉnh phía Nam miền duyên hải Bắc bộ như Ninh Bình, Nam Định, Thái Bình qua trung tâm Hải Phòng

với Hạ Long - Móng Cái - Quảng Ninh theo tuyến đường 10 và đã tăng hiệu quả đáng kể hoạt động lưu thông kinh tế giữa các địa phương, trong đó có du lịch.

*** Đường biển:**

- Hải Phòng là cảng biển cửa ngõ của khu vực phía Bắc, trong những năm qua cảng đã đáp ứng được nhu cầu vận chuyển hàng hóa, hành khách nội địa và quốc tế, góp phần tích cực cho sự phát triển kinh tế – xã hội của vùng kinh tế Bắc Bộ.

- Hiện nay, khu vực Hải Phòng có 22 doanh nghiệp cảng biển với tổng chiều dài cầu cảng trên 5000m, trong đó có 3 cảng có khả năng tiếp nhận tàu 10.000 DWT; trong đó các cầu tàu số 4,5,6 của Hoàng Diệu (cảng Hải Phòng) có khả năng nhận tàu có trọng tải đến 40.000 DWT. Trong hệ thống cảng Hải Phòng có 10 cảng chuyên dụng hàng lỏng và 5 cầu cảng container. Tổng lượng hàng hóa thông qua cảng năm 2004 đạt trên 14 triệu tấn

- Tuy nhiên, số lượng khách du lịch đến Hải Phòng bằng đường biển chưa nhiều, mới chiếm một tỉ lệ nhỏ so với các tuyến khác. Cảng Hải Phòng chưa có đủ điều kiện để phát triển các loại hình dịch vụ du lịch bằng đường biển tới nhiều cảng biển trong nước và quốc tế. Trong thời gian tới cần đặc biệt quan tâm đầu tư một cầu cảng khách liên vận quốc tế nằm trong khu cảng phía Nam Thành phố.

*** Đường thủy:**

Hiện nay giao thông đường thủy của Hải Phòng vẫn chưa phát triển mạnh tương xứng với tiềm năng của 5 con sông chảy qua thành phố. Các cửa sông ra biển đều bị sa bồi với mức độ cao đòi hỏi liên tục phải nạo vét, đặc biệt là cửa sông Cấm – Bạch Đằng để phát triển vận tải biển. Các tuyến sông đào như Thượng Lý, Tam Bạc cũng cần nạo vét, làm kè. Hệ thống cảng sông đi Thái Bình, Nam Định... cần nhanh chóng tu bổ và làm mới để đáp ứng kịp thời với nhu cầu phát triển.

*** Đường không:**

Ngành hàng không nói chung và các sân bay ở Hải Phòng nói riêng đã có những bước tiến bộ và phát triển đáng kể. Các tuyến bay trong nước và quốc tế được mở rộng, các chuyến bay được tăng cường. Những tiến bộ nói trên đã đáp ứng

kip thời yêu cầu phát triển du lịch của Hải Phòng và tạo ra tiền đề mở rộng khai thác các nguồn khách du lịch quốc tế đến Hải Phòng.v.v...

Hải Phòng có 2 sân bay là sân bay Cát Bi và sân bay quân sự Kiến An. Hiện tại thì sân bay Cát Bi đã được nâng cấp trở thành sân bay quốc tế của khu vực châu Á, Đông Nam Á, Đông Bắc Á.

*** Đường sắt:**

Hải Phòng có một tuyến đường sắt chạy đến Hà Nội dài 102km. Đây là tuyến đường sắt chạy hai chiều trên một ray có chiều rộng 1,2m đã xây dựng từ thời Pháp thuộc. Trong thời gian tới Thành phố Hải Phòng cần kiến nghị Tổng cục Đường sắt nâng cấp tuyến đường sắt này lên đạt tiêu chuẩn quốc tế chạy một chiều trên đường ray có chiều rộng 1,4m, tốc độ cao, có nhiều dịch vụ đi kèm để nối liền giao thông hai đô thị lớn cấp quốc gia là Hà Nội và Hải Phòng qua Hải Dương và Hưng yên, Chỉ có như vậy, thì tuyến đường bộ Hà Nội - Hải Phòng mới được giảm tải và mật độ, du lịch phía Bắc mới phát triển mạnh.

2.2.1.2. Cung cấp điện:

Những năm gần đây sản lượng điện được tăng lên không ngừng và chất lượng điện cung cấp cũng tốt hơn, cùng với việc phát triển mạng lưới điện rộng khắp đã đảm bảo vững chắc nguồn điện phục vụ cho các ngành và các địa phương của Thành phố, trong đó có hoạt động du lịch

Nguồn điện cung cấp cho Thành phố hiện tại lấy từ lưới điện quốc gia mà trực tiếp là từ nhà máy nhiệt điện Phả Lại và nhiệt điện Uông Bí qua các trạm biến áp sau:

- Trạm Hải Phòng 2 x 250MVA
- Trạm Vật Cách 2 x 125MVA
- Trạm Đình Vũ 2 x 250 MVA

2.2.1.3. Cung cấp nước sạch

Nguồn nước cấp cho Hải Phòng chủ yếu là từ nước mặt, lấy từ các hồ và từ Hải Dương. Mặc dù là địa phương có hệ thống sông ngòi chằng chịt nhưng đa số sông bị nhiễm mặn nên không có giá trị cấp nước, chỉ có một số sông như Đa Độ,

Vật Cách, Rế, He, Giá là có khả năng cung cấp nước cho nông nghiệp và một phần cho sinh hoạt. Nguồn nước phân bố không đều, chất lượng nước không cao làm chi phí cấp nước của Hải Phòng khá lớn nên việc đảm bảo cấp nước cho thành phố trong những năm sắp tới là một nhiệm vụ rất quan trọng. Đặc biệt là vùng ven biển và hải đảo là những khu vực có tiềm năng phát triển kinh tế nhưng đang bị thiếu nước ngọt trầm trọng và vì vậy cản trở sự phát triển nhanh của các khu vực này.

2.2.1.4. Thông tin và truyền thông

Trong mấy năm gần đây ngành Thông tin và truyền thông Việt Nam sớm hòa nhập vào trình độ của khu vực và quốc tế đồng thời đó đạt đến trình độ tiên tiến và hiện đại hóa. Cùng với mạng điện thoại cố định, các mạng điện thoại di động Mobiphone và Vinaphone, Viettel đã phủ sóng tới hầu hết các địa danh du lịch và các làng xã, huyện, đảo của Hải Phòng, góp phần giúp thông tin thông suốt, nhanh chóng và tiện lợi.

2.2.2. Cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch [6, 8-9]

Trong một vài năm trở lại đây Hải Phòng có 42 dự án đầu tư vào du lịch thuộc nguồn vốn ngoài ngân sách với số vốn đăng ký đầu tư lên tới trên 19.654,851 tỷ đồng và 173,5 triệu USD (so với giai đoạn trước năm 2007 tăng 8 dự án và 42% về vốn đầu tư). Các lĩnh vực đầu tư chủ yếu là các khu đô thị du lịch, khách sạn, nhà hàng, nhà nghỉ, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí, sân golf.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào du lịch Tp. Hải Phòng có 06 dự án với tổng số vốn là 734,329 triệu USD (so với giai đoạn 2001-2006 tăng 3 dự án và 192% về vốn đầu tư), trong đó có 5 dự án vốn nước ngoài chiếm tỷ lệ 100%. Dự án liên doanh giữa doanh nghiệp nước ngoài với doanh nghiệp trong nước (dự án của Công ty TNHH Du lịch Chào Buổi Sáng) tập trung vào lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lữ hành. Các dự án sử dụng nguồn vốn nước ngoài đáng chú ý có Khu tổ hợp Resort Sông Giá (đầu tư xây dựng, kinh doanh sân golf 27 lỗ) của Tập đoàn Hyundai Hàn Quốc, triển khai xây dựng từ năm 2007; dự án bất động sản, khách sạn, nhà hàng và các hoạt động vui chơi giải trí của các nhà đầu tư Hoa Kỳ... Các dự án khác do các nhà đầu tư triển khai thực hiện những năm gần đây đáng chú ý có Dự án Khu du

lich Quốc tế Đồi Rồng rộng 482 ha, Khu du lịch và ẩm thực tập trung rộng 26,8 ha (Q. Đồ Sơn)...

Ngoài ra, thành phố đã huy động được hàng trăm tỷ đồng xã hội hóa để đầu tư vào các phương tiện vận chuyển du lịch; xây dựng, phục dựng, tôn tạo các di tích văn hoá, lịch sử, tôn giáo tín ngưỡng nhằm thu hút, hấp dẫn khách tham quan du lịch đến thành phố (như đầu tư xây dựng, tu bổ Đình Kiền Bái, Đình Hàng Kênh, Đình Kinh Giao, Từ Lương Xâm, Đền Nghè, Đền Gấm, Tháp Tường Long, Khu tưởng niệm Vương Triều Mạc, Khu di tích Danh nhân Văn hóa Nguyễn Bình Khiêm...)

Về hoạt động vận chuyển khách du lịch

Hiện nay trên địa bàn thành phố có trên 700 ô tô (từ 4 - 47 chỗ) phục vụ vận chuyển khách du lịch và 16 tàu khách tuyến Hải Phòng - Cát Bà - Hải Phòng; 69 tàu khách phục vụ khách tham quan, trong đó Vịnh Lan Hạ - Cát Bà có 61 tàu, Đồ Sơn có 8 tàu; có 35 hãng taxi và 12 hãng xe buýt nối Trung tâm thành phố với Khu du lịch Đồ Sơn và nhiều điểm khác, đáp ứng khá tốt nhu cầu của du khách đến tham quan thành phố.

Bên cạnh các dự án lớn được đầu tư nâng cấp để phát triển hạ tầng cơ sở vật chất, kỹ thuật phục vụ du lịch. Hải phòng còn có các hệ thống các cơ sở vật chất như:

❖ **Các cơ sở lưu trú**

Cùng với xu hướng chung của cả nước hiện nay, do lượng khách quốc tế ngày càng tăng, khách nội địa có nhu cầu đi nghỉ nhiều hơn nên nhiều khách sạn, nhà nghỉ được xây dựng. Số lượng khách sạn, nhà nghỉ của các thành phần kinh tế tăng nhanh cả về số lượng, quy mô và phương thức hoạt động. Nhiều khách sạn đã tích cực đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất nên giữ được hạng đã xếp, có khách sạn được nâng hạng sao. Bên cạnh đó cũng có một số khách sạn xuống hạng do chuyển đổi chủ quản lý kinh doanh, hoạt động không hiệu quả, không đầu tư nâng cấp như khách sạn Hồng Bàng, Hoà Bình...

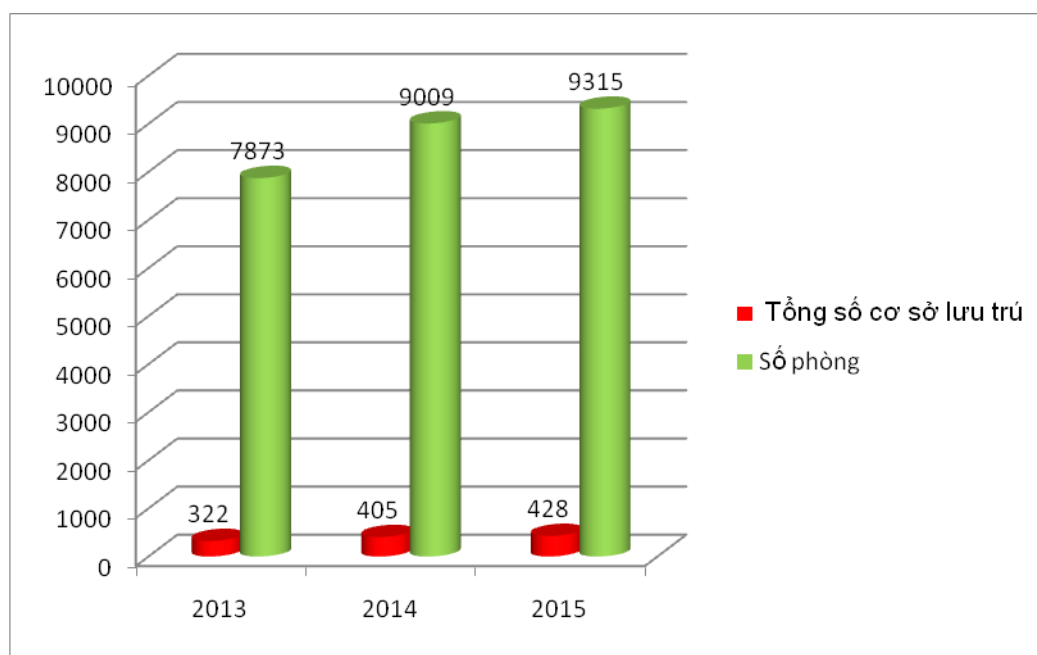
Tuy nhiên, số cơ sở kinh doanh lưu trú còn có quy mô nhỏ, đặc biệt hai khu du lịch Cát Bà, Đồ Sơn chủ yếu có hộ kinh doanh cá thể chiếm phần lớn, có quy mô dưới 40 buồng chiếm 83%, phản ánh chất lượng và năng lực cạnh tranh thấp. Tính đến năm 2015, trên địa bàn thành phố có 428 cơ sở lưu trú du lịch với 9.315 buồng

lưu trú, trong đó bao gồm: 01 biệt thự cao cấp, 02 khách sạn 5 sao, 08 khách sạn hạng 4 sao, 06 khách sạn 3 sao, 59 khách sạn 2 sao, 36 khách sạn 01 sao và 94 cơ sở lưu trú đủ tiêu chuẩn phục vụ dịch vụ du lịch.

Bảng 2.1. Tổng thống kê cơ sở lưu trú du lịch của Hải Phòng.

Chỉ tiêu/năm	Đơn vị tính	2013	2014	2015
Tổng số cơ sở lưu trú	Cơ sở	322	405	428
Số phòng	Phòng	7873	9009	9315
Biệt thự cao cấp	Cơ sở	01	01	01
Khách sạn 5 sao	Cơ sở	01	01	02
Khách sạn 4 sao	Cơ sở	08	08	08
Khách sạn 3 sao	Cơ sở	07	07	06
Khách sạn 2 sao	Cơ sở	58	26	59
Khách sạn 1 sao	Cơ sở	32	34	36
CSLT đạt tiêu chuẩn	Cơ sở	88	96	94

[Nguồn: Sở du lịch Hải Phòng]



Biểu đồ 2.1. Cơ sở lưu trú của du lịch Hải Phòng giai đoạn 2013 - 2015

Là thành phố lớn thứ ba của Việt Nam nhưng hiện nay Hải Phòng chỉ có 01 khách sạn 5 sao và 02 khách sạn 5 sao khác đang được xây dựng: Một tại đảo nhân tạo Hoa Phượng, Đồ Sơn và một ở vịnh tránh bão thuộc đảo Cát Bà, nằm tại Cát Bà Island Resort & Spa. Hiện tại thành phố có 8 khách sạn 4 sao, trong đó gồm 6 khách sạn ở nội đô và hai khách sạn ở 2 khu du lịch Đồ Sơn và Cát Bà.

Trong những năm gần đây, một số doanh nghiệp du lịch trên địa bàn đã chú trọng đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, cải tiến quy trình làm việc, đổi mới phong cách phục vụ, nâng cao chất lượng và các dịch vụ, tăng cường các hoạt động bảo vệ môi trường, bảo đảm an ninh an toàn cho du khách... nên đã thu hút nhiều du khách. Các khách sạn tiêu biểu của Hải Phòng là Best Western Pearl River, Seastar International Hotel, Nam Cường Hotel, Avani Harbour View, Camela, Cát Bà Sunrise, Cát Bà Island Resort & Spa.... Hiện tại thành phố đang có nhiều dự án xây dựng những khách sạn mới tiêu chuẩn quốc tế. Dự tính xây từ 5 tới 7 trong nội đô và trên các khu du lịch Đồ Sơn, Cát Bà, Song Gia Resort và đảo nhân tạo Hoa Phượng để nâng tầm du lịch của thành phố. Hiện một số khách sạn chất lượng cao đang được khẩn trương hoàn thành để đưa vào hoạt động trong giai đoạn 2015 – 2020.

Chính quyền thành phố đã tập trung phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng phục vụ du lịch tại khu du lịch Đồ Sơn, Cát Bà và các cụm du lịch phía Nam, phía Bắc của thành phố và một số tuyến, điểm du lịch quan trọng khác. Theo xu thế này, một số doanh nghiệp đã có những khởi động đầu tư dự án hoạt động du lịch tại Đồ Sơn, Cát Bà, Thủy Nguyên... Tuy nhiên, phần lớn các dự án mới chỉ khởi động chứ chưa có được những đóng góp trực tiếp vào sự phát triển của cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch.

❖ Các cơ sở ăn uống

Hải Phòng có hệ thống các cơ sở ăn uống đa dạng và phong phú. Hầu hết các khách sạn, nhà khách đều có cơ sở ăn uống luôn sẵn sàng phục vụ du khách cũng như nhu cầu sinh hoạt của người dân địa phương. Phần lớn các cơ sở ăn uống của Hải Phòng tập trung chủ yếu trong nội thành, tại các khu du lịch, điểm du lịch như

Đồ Sơn, Cát Bà. Ẩm thực Hải Phòng là một đặc trưng, hấp dẫn và được thể hiện ở hệ thống các nhà hàng ăn uống.

❖ ***Các khu vui chơi giải trí***

Các khu vui chơi giải trí tiêu biểu của Hải Phòng: Khu du lịch quốc tế Hòn Dấu, Dịch vụ câu cá khu sinh thái Nam Sơn, Khu nghỉ OCEAN Beach Hải phòng, Suối khoáng nóng Tiên Lãng, Khu mua sắm cao cấp Parkson, Vincom, Sân Golf quốc tế Đồ Sơn, Sân Golf Sông Giá... Nhìn chung, các cơ sở vui chơi giải trí của Hải Phòng còn rất nghèo nàn, chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch. Và đây cũng là một nguyên nhân chính không giữ được khách du lịch lưu lại dài ngày.

Tóm lại. Mặc dù hạ tầng du lịch có nhiều chuyển biến song nhìn chung, hạ tầng cơ sở vật chất của các cơ sở du lịch trên địa bàn còn yếu kém, thiếu đồng bộ. Thành phố thiếu cơ sở vật chất đủ đáp ứng tổ chức các hội nghị, sự kiện, hoạt động du lịch lớn ở cấp quốc tế. Các dịch vụ vui chơi giải trí còn chưa phong phú; thiếu những khu vui chơi, giải trí tổng hợp lớn và cao cấp. Cơ sở lưu trú du lịch của thành phố có quy mô nhỏ, manh mún, không có hoặc ít các loại hình dịch vụ bổ trợ. Phương tiện vận chuyển du khách còn ít và chất lượng kém; dụng cụ, thiết bị cứu hộ, cứu nạn còn nhiều hạn chế. Đường giao thông dẫn đến một số trung tâm, điểm tham quan du lịch ở khu vực nội thành, tuyến đường Hải Phòng - Đình Vũ, Cát Bà cùng với hệ thống phương tiện vận chuyển qua biển còn bất cập, chưa đồng bộ và phù hợp. Sân bay Cát Bi đã được nâng cấp đạt tiêu chuẩn quốc tế tuy nhiên vẫn còn nhiều bất cập. Thành phố chưa có bến tàu du lịch nội địa và quốc tế được đầu tư đồng bộ và hợp chuẩn (hiện nay tàu chở khách du lịch quốc tế phải cập bến chung với cầu tàu chở hàng làm ảnh hưởng đến tâm lý, chất lượng phục vụ du khách). Đây là một trong những nguyên nhân quan trọng khiến cho số lượng tàu khách du lịch quốc tế đến Tp. Hải Phòng giảm sút.

2.3. Phân tích tài nguyên và môi trường du lịch Hải Phòng

2.3.1. Tài nguyên tự nhiên

Hải Phòng có điều kiện tự nhiên rất phong phú, giàu đẹp, đa dạng và có nhiều nét độc đáo mang sắc thái của cảnh quan nhiệt đới gió mùa. Nơi đây có rừng quốc gia Cát Bà - khu dự trữ sinh quyển thế giới - là khu rừng nhiệt đới nguyên sinh nổi tiếng, đặc biệt phong phú về số lượng loài động thực vật, trong đó có nhiều loài được xếp vào loài quý hiếm của thế giới. Đồng thời, nơi đây còn có cả một vùng đồng bằng thuộc vùng đồng bằng tam giác châu thổ sông Hồng, tạo nên một cảnh quan nông nghiệp trồng lúa nước là nét đặc trưng của vùng du lịch ven biển Bắc Bộ và cả một vùng biển rộng với nguồn tài nguyên vô cùng phong phú, nhiều hải sản quý hiếm và bãi biển đẹp.

2.3.1.1. Địa hình

Địa hình Hải Phòng thay đổi rất đa dạng phản ánh một quá trình lịch sử cấu tạo địa chất lâu dài và phức tạp. Phía Bắc có hình dáng và cấu tạo địa chất của một vùng trung du với những đồng bằng xen đồi, phía Nam có địa hình thấp và khá bằng phẳng kiểu địa hình đặc trưng vùng đồng bằng thuần túy nghiêng ra biển.

Đồi núi chiếm 15% diện tích, phân bố hơn nửa phía Bắc thành phố tạo 2 dải chạy liên tục theo hướng Đông Bắc - Tây Nam. Trong đó, dải thứ nhất chạy từ An Lão đến Đồ Sơn và dải thứ 2 chạy từ Kỳ Sơn - Tràng Kênh đến An Sơn - Núi Đèo.

2.3.1.2. Khí hậu

Hải Phòng có tọa độ địa lý từ $20^{\circ}30'$ đến $21^{\circ}01'$ vĩ độ Bắc và từ $106^{\circ}24'$ đến $107^{\circ}09'$ kinh độ Đông. Với tọa độ địa lý như trên Hải Phòng nằm trong khu vực khí hậu nhiệt đới Bắc bán cầu, gần chí tuyến Bắc.

Nhìn chung, khí hậu Hải Phòng mang đặc điểm chung của khí hậu vùng đồng bằng miền Bắc và những đặc điểm riêng của vùng thành phố ven biển có nhiều đảo. Tính chất nhiệt đới của khí hậu Hải Phòng thể hiện có một mùa hạ nóng ẩm mưa nhiều và một mùa đông lạnh ít mưa.

- Mùa hạ nóng kéo dài từ tháng 5 đến tháng 9: nhiệt độ trung bình đạt trên 25°C . Thời gian này trùng với mùa mưa, có lượng mưa tháng ổn định trên 100mm từ tháng 5 đến tháng 10.

- Mùa đông lạnh kéo dài từ tháng 11 đến tháng 3 năm sau với nhiệt độ trung bình dưới 20°C . Đây là đặc điểm riêng của khí hậu miền Bắc nói chung và Hải Phòng nói riêng khác với khí hậu nhiệt đới tiêu chuẩn.

Các kiểu thời tiết cơ bản ở Hải Phòng bao gồm :

- *Thời tiết rét*: Là kiểu thời tiết điển hình của mùa đông, khi nhiệt độ trung bình ngày xuống dưới 15°C do không khí lạnh biến tính có cường độ mạnh ảnh hưởng. Có thể có dạng thời tiết rét khô (độ ẩm trung bình dưới 80%) và dạng thời tiết rét ẩm.

- *Thời tiết lạnh*: Đặc trưng của thời tiết về đầu và cuối mùa đông, nhiệt độ trung bình ngày $15 - 20^{\circ}\text{C}$. Có dạng thời tiết lạnh khô thịnh hành đầu mùa đông và thời tiết lạnh ẩm xuất hiện về cuối mùa đông.

- *Thời tiết mát*: Đặc trưng của thời kỳ chuyển tiếp về khí hậu, khi nhiệt độ trung bình ngày $20 - 25^{\circ}\text{C}$.

- *Thời tiết oi nóng*: Khi nhiệt độ trung bình ngày $30 - 32^{\circ}\text{C}$, nhiệt độ cao nhất trên 35°C , độ ẩm thấp nhất xuống dưới 55%. Đây là kiểu thời tiết do gió Tây Nam khô nóng đem lại.

Khí hậu Hải Phòng chịu sự chi phối trực tiếp của biển. Biển thường xuyên ảnh hưởng trực tiếp tới các vùng trong thành phố theo hai chiều hướng có lợi và bất lợi:

- Ảnh hưởng bất lợi thể hiện rõ nhất ở các thiên tai như bão, áp thấp nhiệt đới, dông, lốc, mưa lớn...

- Ảnh hưởng có lợi thể hiện ở khả năng điều hòa khí hậu của biển qua tác động của gió biển - đất.

Ảnh hưởng của bão và áp thấp nhiệt đới ở Hải Phòng: Trong mùa hạ, đặc biệt là trong ba tháng 7, 8, 9 các cơn bão phát sinh từ Tây Thái Bình Dương và biển Đông thường có hướng đổ bộ vào khu vực Hải Phòng (từ Quảng Ninh đến Ninh Bình). Trung bình một năm có 1-2 cơn bão và áp thấp nhiệt đới đổ bộ trực tiếp; 3-4

con bão và áp thấp nhiệt đới có hướng đổ bộ vào khu vực lân cận như vùng biên giới Việt- Trung và vùng Thanh-Nghệ-Tĩnh, nhưng vẫn gây ra mưa lớn và gió mạnh tại Hải Phòng.

Như vậy xét về góc độ đặc điểm khí hậu ảnh hưởng đến sức khỏe con người cũng như các điều kiện thời tiết bất lợi thì hoạt động du lịch ở Hải Phòng sẽ kém thuận lợi hơn vào các tháng từ tháng 10 đến tháng 12 và từ tháng 3 đến tháng 5.

2.3.1.3. Tài nguyên Biển

Hải Phòng có bờ biển dài trên 125 km kể cả bờ biển chung quanh các đảo khơi. Bờ biển có hướng một đường cong lõm của bờ vịnh Bắc Bộ, thấp và khá bằng phẳng, cấu tạo chủ yếu là cát bùn do 5 cửa sông chính đổ ra. Ngoài khơi thuộc địa phận Hải Phòng có nhiều đảo rải rác trên khắp mặt biển, lớn nhất có quần đảo Cát Bà xa nhất là đảo Bạch Long Vĩ.

Tài nguyên biển là một trong những nguồn tài nguyên quý hiếm của Hải Phòng với gần 1.000 loài tôm, cá và hàng chục loài rong biển có giá trị kinh tế cao như tôm rồng, tôm he, cua bể, đồi mồi, sò huyết, cá heo, ngọc trai, tu hài, bào ngư. Biển Hải Phòng có nhiều bãi cá, lớn nhất là bãi cá quanh đảo Bạch Long Vĩ với độ rộng trên 10.000 hải lý vuông, trữ lượng cao và ổn định.

2.3.1.4. Tài nguyên sinh vật

Hải Phòng có tài nguyên sinh vật tương đối phong phú và đa dạng, tập trung chủ yếu ở Vườn quốc gia Cát Bà với 745 loài thực vật bậc cao thuộc 495 chi và 149 họ thực vật, trong đó có nhiều loài quý hiếm ở Việt Nam như Lát Hoa, Kim Giao...Hệ động vật ở Vườn quốc gia Cát Bà cũng rất đa dạng với 100 loài thân mềm, 60 loài giáp xác, 20 loài thú, 69 loài chim, 15 loài bò sát, 11 loài ếch nhái, 105 loài cá. Ở khu vực phía đông nam đảo Cát Bà và vùng đảo Bạch Long Vĩ còn nhiều loài san hô có giá trị khai thác và phục vụ phát triển du lịch.

2.3.1.5. Đánh giá chung về tài nguyên du lịch tự nhiên

- Hải Phòng có vị trí địa lý là tài nguyên tự nhiên vô cùng quan trọng cho phát triển du lịch, đó là Hải Phòng có biển được bao bọc bởi các con sông, có các cửa sông lớn trực tiếp đổ ra biển và nối với các địa phương trong nội địa cả vùng

bắc bộ. Vị trí địa lý của Hải Phòng ở trung tâm của vùng duyên hải bắc bộ, cửa ngõ chính ra biển của Hà Nội, của vùng Bắc bộ.

- Tài nguyên tự nhiên quan trọng thứ hai là địa hình cảnh quan của Hải Phòng gồm đồng bằng ven biển, đồi núi sót trong đất liền, sông hồ, biển, dải đất ven biển, quần thể đảo đá vôi trên biển, các hang động, tảng áng, địa hình lồi lõm về phía biển.

- Tài nguyên sinh vật của Hải Phòng tương đối đa dạng và phong phú mà tập trung và có giá trị nhất đối với hoạt động du lịch là vườn quốc gia Cát Bà với 745 loài thực vật bậc cao thuộc 495 chi và 149 họ thực vật, trong đó có nhiều loài quý hiếm ở Việt Nam như Lát Hoa (*Chukrasia tabularis*), Kim Giao (*podocarpus fleuryi*), Đinh (*Markhamia sp.*) v.v... Hệ động vật ở Vườn Quốc gia Cát Bà cũng rất đa dạng với 20 loài thú, 69 loài chim, 15 loài bò sát, 11 loài ếch nhái, 105 loài cá, 100 loài thân mềm, 60 loài giáp xác. Đặc biệt ở khu vực phía Đông Nam đảo Cát Bà và vùng đảo Bạch Long Vĩ còn có nhiều loài san hô có giá trị phục vụ du lịch.

Sự phân bố tài nguyên du lịch tự nhiên có giá trị du lịch tương đối tập trung ở vùng đảo Cát Bà, nơi đã được công nhận là vườn Quốc gia và Khu dự trữ sinh quyển thế giới (12/2004). Đây là một thuận lợi đối với việc khai thác và bảo vệ những tài nguyên du lịch vô giá của Hải Phòng phục vụ sự phát triển du lịch không chỉ của Hải Phòng mà còn của vùng duyên hải Đông Bắc.

- Nguồn nước của Hải Phòng chủ yếu là nước mặt, lấy từ các hồ và Hải Dương đến. Mặc dù hệ thống sông ngòi chằng chịt nhưng nhiều sông bị nhiễm mặn nên nguồn cấp nước là hạn chế đáng kể ảnh hưởng đến sự phát triển của thành phố. Khu vực hải đảo và ven biển có nhiều tiềm năng phát triển nhưng đồng thời lại cũng là khu vực trong tình trạng thiếu nước nghiêm trọng đây cũng là thách thức với Hải Phòng.

- Khí hậu Hải Phòng nhìn chung thuận lợi hơn cho phát triển du lịch so với các vùng khác ở đồng bằng Bắc Bộ bởi mang những nét chung của vùng đồng bằng miền Bắc, đồng thời lại mang nét riêng của thành phố ven biển có nhiều đảo. Tuy nhiên khí hậu 2 mùa rõ rệt với mùa đông lạnh, đôi khi có sương muối, mùa hè mưa

bão gây úng lụt, xói lở cục... cũng tạo nên sự bất lợi cho hoạt động du lịch, đặc biệt là du lịch biển, du lịch ngoài trời.

Tài nguyên du lịch tự nhiên của Hải Phòng là khá đa dạng và phong phú được hình thành bởi đặc điểm tổng hợp của các yếu tố địa chất - địa hình, khí hậu, thủy hải văn, lớp phủ thực vật và thế giới động vật. Với nguồn tài nguyên này, ở Hải Phòng có khả năng phát triển nhiều loại hình du lịch như sinh thái, thể thao, nghỉ dưỡng, tham quan thắng cảnh...

2.3.2. Tài nguyên du lịch nhân văn

Tài nguyên du lịch nhân văn là một trong những yếu tố quan trọng trong việc tạo ra sản phẩm du lịch để thu hút du khách.

2.3.2.1. Các di tích lịch sử văn hoá

Cho đến nay theo thống kê chưa đầy đủ, toàn thành phố Hải Phòng có khoảng 300 di tích, mật độ trung bình 19,9 di tích/km². Như vậy Hải Phòng là một trong 7 tỉnh, thành phố của cả nước có mật độ di tích cao. Các di tích tập trung chủ yếu ở các quận Lê Chân, Ngô Quyền, Hồng Bàng, Hải An; huyện Thủy Nguyên, huyện Vĩnh Bảo, huyện Kiến Thụy.

Theo thống kê của Sở Văn hóa, Thể thao thì hiện tại toàn thành phố có 110 di tích được công nhận là di tích cấp quốc gia, 208 di tích cấp thành phố và nhiều di tích chưa được xếp hạng. Tiêu biểu là các di tích sau:

Chùa Dư hàng (Phúc Lâm Tự) được xây dựng vào đời Tiền Lê (980- 1009). Vua Trần Nhân Tông (1258-1308) vị vua đạo mộ phật đã từng đến giảng tại Phúc Lâm Tự. Chùa được trùng tu nhiều lần và được xếp hạng là một di tích lịch sử. Chùa còn lưu giữ nhiều hiện vật quý: Tượng Phật, đỉnh đồng, chuông, khánh... đặc biệt bộ sách kinh Trạng A Hàm là tài liệu cổ về giáo lý đạo Phật.

Đình Hàng Kênh được xây dựng vào năm 1856, đình có giá trị to lớn về mặt trúc và điêu khắc với gần 308 hình rồng to nhỏ, quần quýt tạo thành một mảng kiến trúc kỳ lạ đẹp mắt;

Đền Nghè nằm ở trung tâm thành phố Hải Phòng, đền thờ bà Lê Chân- một nữ tướng của cuộc khởi nghĩa Hai Bà Trưng thế kỷ thứ nhất (40- 43), người lập ra

làng An Biên, tiền thân của thành phố Hải Phòng sau này. Đây là một di tích, kiến trúc văn hóa quý với voi đá, ngựa đá, sập đá, bia đá...

Chùa Phổ Chiếu được xây dựng vào năm 1953 do sư Ngô Chân Tử kiến lập và trụ trì, ở Phường Dư Hàng Kênh, quận Lê Chân. Lúc đầu chùa thờ tam giáo đồng nguyên. Đến năm 1954, một hòa thượng thuộc phái Lâm Tế về trụ trì và mở rộng ngôi chùa, thờ phật và đổi tên là chùa Phổ Chiếu. Chùa hiện còn lưu giữ một số di vật bằng đất nung và đá, các mảng trang trí ở tháp cổ Tường Long, những tháp đất nung cổ, 4 tầng, có 4 cạnh, cao 0,35m.

Công trình kiến trúc: Hải Phòng có nhiều công trình kiến trúc đẹp như: Nhà hát lớn, Quán Hoa, Bảo tàng, nhiều công trình thể thao, văn hóa, công viên, các công trình công cộng (dải công viên trung tâm thành phố), công trình giao thông (Cầu Bính, Cầu Kiền) là những điểm tham quan hấp dẫn khách du lịch khi đến Hải Phòng.

Ở các huyện và ngoại vi thành phố còn nhiều di tích văn hóa lịch sử và công trình kiến trúc có giá trị như: khu di tích đền thờ trạng trình Nguyễn Bình Khiêm, chùa và miếu Bảo Hà, Đình Nhân Mục...

Có thể nói các di tích lịch sử Hải Phòng có giá trị cao đối với phát triển du lịch, nếu được tổ chức quản lý và khai thác một cách hợp lý để có thể phát huy được giá trị của các tài nguyên quý giá này thì chắc chắn du lịch Hải Phòng sẽ có sức hấp dẫn lớn và sẽ đem lại những đóng góp hiệu quả cho sự phát triển du lịch của thành phố.

2.3.2.2. Các lễ hội truyền thống

Các lễ hội truyền thống cũng là một tiềm năng du lịch rất quan trọng cần chú ý đầu tư khôi phục và phát triển. Kinh nghiệm cho thấy xu hướng hiện nay là các hình thức sinh hoạt lễ hội thường thu hút được một số lượng rất đông khách thập phương trong nước cũng như quốc tế. Nhất là các lễ hội gắn với các di tích lịch sử văn hóa hoặc danh thắng.

Ở Hải Phòng có một số lễ hội quan trọng có thể phục hồi và phát triển nhằm phục vụ du lịch. Những lễ hội mang tính chất lịch sử có hội Đền Nghè ở phố Lê Chân-quận Lê Chân thờ Nữ tướng Lê Chân, hội chùa Vẽ (Hoa Linh Tự) liên quan đến việc Trần Hưng Đạo vẽ bản đồ bằng cách rắc vừng lên bánh đa chuẩn bị cho

trận đánh Bạch Đằng rồi phát cho quân sĩ vừa để nắm được kế hoạch chiến đấu, vừa có lương khô ăn, và hội đền Dẹo ở thị trấn Núi Đèo thờ Đô úy Thượng Lại Văn Thành... Gần đây còn có một số lễ hội thu hút đông đảo khách du lịch như lễ hội Núi Voi, lễ hội nghề cá Cát Bà, hội Đền Gắm (Tiên Lãng), hội Đền Phú Xá, hội Hát Đúm đầu xuân ở Thủy Nguyên...

Các lễ hội dân gian có hội Ghép Đôi ở Cẩm Khê, hội làng Phục Lễ ở Thủy Nguyên, hội pháo đất ở Vĩnh Bảo... Các lễ hội này đều rất độc đáo. Tuy nhiên rất tiếc rằng nhiều lễ hội hiện nay đã bị mai một và dần đi vào quên lãng. Đặc biệt là các lễ hội gắn với các chiến công thắng giặc ngoại xâm, hay một vài lễ hội dân gian rất độc đáo như hội làng Phục Lễ là ngày lễ của phái đẹp, hoặc ngày hội lễ pháo đất ở Vĩnh Bảo v.v...

Bên cạnh đó còn có Lễ hội Làng cá Cát Bà diễn ra vào ngày 01/4 (Dương lịch) Hàng năm đây là sự kiện nhằm ghi nhớ ngày 01/4/1959 Bác Hồ về thăm làng cá Cát Hải và đây cũng là ngày truyền thống của ngành thủy sản, ngày khai trương mùa du lịch Cát Bà

Bảng 2.2: Một số lễ hội quan trọng trong năm của Hải Phòng

Thời gian	Tên lễ hội	Địa điểm	Nội dung
Mồng 2 Tết	Hội chợ Giải	Làng Giải, xã Tiên Thanh - H. Tiên Lãng.	Bán nhiều hàng hoá, có các trò vui trong đó có trò chọn người tình thi tài.
6-10 tháng Giêng	Hội làng Phục Lễ	Thủy Nguyên	Hội thi làm bánh, dệt vải, hát đúm của các cô gái Phục Lễ.
Dịp đón năm mới	Hội thi pháo đất (trò đánh đờn)	Các xã An Hoà, Hiệp Hoà, Hùng Tiến, Vĩnh An, Việt	Thi pháo đất

		Tiến, Tân Liên, huyện Vĩnh Bảo	
20/Giêng-15/ Ba (âm lịch)	Hội ghép đôi	Làng Cẩm Khê, xã Toàn Thắng-Tiên Lãng	Lễ thành hoàng, trò thi cây theo đôi trai gái, có thể nên vợ nên chồng
15/Giêng	Hội đèn Dẹo	thị trấn Núi Đèo	Lễ tưởng nhớ công lao của Đô Úy Thượng Lai Văn Thắng.
01/4 (Dương lịch)	Làng Cá	Cát Bà	Ghi nhớ sự kiện ngày 01/4/1959 Bác Hồ về thăm làng cá Cát Hải. Ngày truyền thống của ngành thủy sản, ngày khai trương mùa du lịch Cát Bà
8-10/Hai 15/Tám (âm lịch) 25/Chạp	Hội đèn Nghè	Phố Lê Chân, quận Lê Chân, Tp. Hải Phòng	Hội lễ tưởng nhớ bà Lê Chân. Có rước lễ, có các trò vui.
10 - 20 tháng tám (âm lịch)	Hội Chùa Vẽ	Cảnh chùa Vẽ trên sông Bạch Đằng	Hành hương tế lễ Trần Hưng Đạo. Có dâng bánh đa.

[Nguồn: *Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hải Phòng*]

2.3.2.3. Những tài nguyên nhân văn khác

Thành phố Hải Phòng có nhiều công trình kiến trúc đẹp: Nhà hát lớn, Bảo tàng thành phố, nhiều công trình thể thao, văn hoá, công viên, nhiều biệt thự cổ và các công trình công nghiệp là đối tượng cho khách du lịch tìm hiểu, tham quan.

Là vùng đất biển, Hải Phòng nổi tiếng với những món ăn đặc sản biển như: cua biển ran muối; nước mắm Cát Hải; mực ống, tu hài Cát Bà...

Về sinh hoạt văn hoá dân gian phải kể đến các làn điệu hát đúm, hát ca trù, múa rối nước...

Hải Phòng cũng là đất của nghề dệt thảm, thêu ren tạc tượng, sơn mài nổi tiếng. Những sản phẩm nổi danh đã gắn liền với các địa danh như: thảm len Hàng Kênh, dệt vải Cổ Am, điêu khắc Đồng Minh, thủy tinh Kiến An... là những vốn quý của Hải Phòng trong phát triển du lịch.

Phong tục tập quán của người Hải Phòng, truyền thống của người Hải Phòng một nét đặc trưng văn hoá của vùng biển cũng là nguồn tài nguyên nhân văn để phát triển du lịch và bảo tồn giá trị văn hoá truyền thống.

2.3.2.4. Ẩm thực

Ẩm thực Hải Phòng là một trong những phong cách chế biến ẩm thực của ẩm thực Việt Nam với nền tảng nguyên liệu là nguồn thủy hải sản tương đối phong phú của vùng biển Hải Phòng và khu vực Vịnh Bắc Bộ xung quanh cũng như một số nguyên liệu đặc sản của địa phương như nước mắm Cát Hải, bánh đa, tương ớt,... được dùng trong chế biến nhiều món ăn đặc trưng của Hải Phòng.

Ẩm thực đặc trưng Hải Phòng nhìn chung là ở mức độ trung tính, nghĩa là không quá cay, không quá mặn hay ngọt nên dù là ẩm thực của người miền Bắc nhưng cũng dễ thưởng thức đối với người miền Trung và miền Nam. Ẩm thực Hải Phòng cũng không quá thiên về sự cầu kỳ trong nguyên liệu, gia vị hay công đoạn chế biến (điển hình là ẩm thực Huế vốn chịu ảnh hưởng lớn từ ẩm thực cung đình), cũng không nặng về pha tạp mùi vị mà chủ yếu khai thác hương vị tươi ngon sẵn có của nguồn nguyên liệu thực phẩm dùng để chế biến (đặc biệt là nguồn nguyên liệu thủy hải sản).

Nguyên liệu đặc trưng và phổ biến trong cách thức chế biến ẩm thực Hải Phòng là nguồn thủy hải sản tương đối phong phú của vùng biển Hải Phòng (Đồ Sơn, Cát Hải, Bạch Long Vĩ) cũng như quanh khu vực Vịnh Bắc Bộ. Ngoài nguồn thủy hải sản được đánh bắt trong tự nhiên thì cũng có một nguồn lớn nguyên liệu loại này được nuôi trồng trong các ao đầm, lồng bè nhân tạo. Những loại thủy hải sản được dùng chủ yếu là tôm, cua (cả cua đồng và cua bể), cá, sam biển...

Nhiều món ăn từ hải sản sẽ có vị ngon hơn nhờ loại nước chấm ăn kèm. Ở Hải Phòng, không ít gia đình có truyền thống nhiều đời chế biến nước mắm, dấm và tương ớt (còn được gọi là chí trương). Nước mắm được sản xuất theo cách thức truyền thống của người Kinh trong khi dấm và tương ớt thường được làm theo công thức gia truyền của những người gốc Hoa tại Hải Phòng. Đây là ba thành phần quan trọng trong nhiều món ăn đặc trưng của Hải Phòng.

Nước mắm Cát Hải (vốn có nguồn gốc là nước mắm Vạn Vân nổi tiếng từ thời Pháp thuộc) dù không phổ biến trên khắp Việt Nam như nước mắm Phú Quốc nhưng có hương vị riêng biệt từ cách làm mắm và loại cá đặc trưng của vùng biển Hải Phòng. Loại nước mắm này thường thích hợp để chế biến một số món đặc trưng hương vị Hải Phòng trong đó có món cơm chiên thập cẩm hay dùng để pha chế nước chấm nem cua bể.

Một loại nguyên liệu đặc trưng khác là bánh đa. Tại Hải Phòng, bánh đa Dư Hàng Kênh đã trở thành một thương hiệu bánh đa nổi tiếng với các sản phẩm như bánh đa đỏ (dùng chế biến bánh đa cua), bánh đa nem (dùng chế biến nem cua bể) có một số điểm khác biệt so với loại bánh đa chế biến tại các địa phương khác và chính sự khác biệt này đã tạo nên tính độc đáo cho những món ăn như bánh đa cua hay nem cua bể của Hải Phòng.

Ngoài ra, Hải Phòng cũng là một trong những địa phương có truyền thống về công nghiệp chế biến thực phẩm đóng hộp tại Việt Nam.



2.3.2.5. Đánh giá chung về tiềm năng du lịch nhân văn

Tiềm năng du lịch nhân văn của Hải Phòng khá phong phú và có giá trị du lịch cao. Trước hết vì Hải Phòng là vùng cửa biển tiền tiêu. Xưa Hải Phòng đã có tên là "Hải tần phòng thủ" là mảnh đất chứa đựng nhiều sự kiện lịch sử, đã để lại dấu ấn qua số lượng lớn các di tích. Các di tích của Hải Phòng không những có giá trị lịch sử mà còn có giá trị về mặt kiến trúc, nghệ thuật. Nhiều di tích nằm trong các khu danh thắng hoặc bản thân là một danh thắng như hang Vua, Núi Voi, Đền Trần Quốc Bảo...

Hải Phòng lại là miền đất có nhiều lễ hội, có những lễ hội nổi danh không chỉ trong nước mà cả ở nước ngoài.

Hải Phòng còn có nhiều nghề thủ công truyền thống đặc sắc có sức thu hút khách du lịch.

Tuy nhiên việc khai thác các tiềm năng trên còn rất hạn chế.

Trước hết các di tích được khai thác phục vụ du lịch còn quá ít. Lý do vì cơ sở hạ tầng thấp kém, giao thông không thuận lợi. Mặt khác, các di tích đang bị xuống cấp nghiêm trọng. Một số đình, chùa được tôn tạo nhưng không đảm bảo được tính chân thật của lịch sử cũng như phong cách kiến trúc cổ. Ví dụ như trường hợp đền Bà Đế ở Đồ Sơn đã được đổ trần bê tông với những dầm vuông lớn đã phá vỡ nét kiến trúc nguyên thủy của ngôi đền; hoặc hang Vua ở Thủy Nguyên là một di tích và thắng cảnh lẽ ra cần phải cố giữ được nét tự nhiên của hang càng nhiều càng tốt thì những người quản lý hang lại xây cổng xi măng, đắp rồng bằng xi măng và đá vụn làm mất đi vẻ đẹp nguyên thủy của di tích. Một số ngôi đình ở Nhân Mục, Đồng Minh chưa được chăm nom chu đáo, cửa gỗ bị hư hại, nội cung bị bụi bám...

Khu vực làng nghề điêu khắc ở Đồng Minh chưa được đầu tư qui hoạch để bảo trì và phát triển nghề truyền thống quý giá này đồng thời hướng cho chính quyền và nhân dân địa phương tập trung vào các sản phẩm độc đáo phục vụ khách du lịch. Một số nghề truyền thống khác như thêu ren, dệt thảm, thổi thủy tinh cũng cần có kế hoạch cụ thể khai thác theo định hướng phục vụ du lịch làm tăng thêm các sản phẩm du lịch cho Hải Phòng.

Đối với lễ hội, cần có kế hoạch khôi phục lại một số lễ hội có tính độc đáo của Hải Phòng như hội làng Phục Lễ (Thủy Nguyên), hội pháo đất Vĩnh Bảo, hội chùa Vẽ... Mặt khác cần nghiên cứu hoàn thiện các lễ hội hiện hành sao cho tăng thêm sức hấp dẫn du khách.

2.3.3. Môi trường du lịch

Cùng với sự phát triển của những ngành trong tổng thể nền kinh tế quốc dân, ngành du lịch trong nước và du lịch Hải Phòng chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của những tiến bộ khoa học kỹ thuật trên thế giới, góp phần xử lý những sự cố về môi trường trong ngành du lịch. Lượng khách du lịch đến Hải Phòng tăng mạnh trong thời gian qua kéo theo lượng chất thải khó phân huỷ rất lớn, nó tác động trực tiếp đến việc khai thác các điểm du lịch và môi trường tại các điểm đó bị ảnh hưởng nghiêm trọng, về lâu dài có thể không khai thác được. Sự biến động liên tục của ngành du lịch nói chung (đại dịch hoặc các cuộc khủng bố), và du lịch Hải Phòng nói riêng có thời gian xây dựng và cải tạo một vài vấn đề có liên quan đến môi trường, đặc biệt là không khí và nguồn nước

Bảng 2.3: Các yếu tố tác động đến môi trường du lịch Hải Phòng

	Yếu tố tác động của môi trường	Hậu quả
Tiêu cực	Tác động khách quan của tự nhiên và thời tiết (mưa đá, axit, lũ lụt, hạn hán...)	Hư hại, tàn phá tài nguyên và gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng
	Dân cư sở tại và ý thức (đốt nương, nổ mìn, chặt cây...)	Ảnh hưởng đến môi trường và cảnh quan của du lịch Hải Phòng
	Số lượng khách đông	Suy thoái tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường (rác thải)
	Yếu tố tác động của môi trường	Hiệu quả
Tích cực	Bảo tồn và phát triển các nguồn tài nguyên thiên nhiên	Tăng giá trị kinh tế, sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên thiên nhiên, thúc đẩy nghiên cứu phát triển, cơ sở vật chất hạ tầng..
	Tăng khối lượng và chất lượng nguồn tài nguyên	Làm giàu đa dạng sinh học, phong phú thêm các hệ sinh thái, quy hoạch phát triển du lịch....

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

2.4. Phân tích dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch Hải Phòng

2.4.1. Dịch vụ du lịch

Các dịch vụ du lịch của Hải Phòng đã được phân tích rõ trong phần 2.2 - phân tích cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch, bao gồm: đường xá, điện nước, thông tin liên lạc. Qua đó, có thể thấy dịch vụ du lịch của Thành phố Hải Phòng được coi là rất phát triển so với một số địa phương khác. Việc cung cấp các dịch vụ về lễ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác đều đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch.

2.4.2. Quản lý du lịch

Từng bước nâng cao hiệu quả cải cách thủ tục hành chính, chủ động giúp các doanh nghiệp du lịch tháo gỡ khó khăn, tiếp tục đổi mới sắp xếp, nâng cao hiệu quả hoạt động. Tổ chức tuyên truyền các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh du lịch để hướng dẫn và tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân kinh doanh đúng pháp luật. Tập trung triển khai, thực hiện tốt Nghị quyết số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014 của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới; Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 04/9/2013 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch; Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/7/2015 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch.

Thường xuyên chỉ đạo, kiểm tra giám sát và hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn thành phố. Đồng thời, hướng dẫn các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh du lịch quan tâm tới việc xây dựng thương hiệu; từng bước nâng cấp, hiện đại hóa cơ sở vật chất, trang thiết bị; nâng cao chất lượng phục vụ; đa dạng hóa dịch vụ, tăng cường các biện pháp đảm bảo an toàn cho du khách,... Triển khai đánh giá, chứng nhận các điểm dịch vụ, nhà hàng đạt chuẩn phục vụ khách du lịch, chuẩn hóa chất lượng phục vụ khách đến tham quan, du lịch.

Triển khai điều tra, đánh giá chính xác, đầy đủ, toàn diện về thực trạng, chất lượng, số lượng và tiềm năng phát triển tài nguyên du lịch của thành phố, làm cơ sở để lập quy hoạch, kế hoạch phát triển các khu, tuyến, điểm du lịch và phục vụ yêu cầu phát triển du lịch thành phố. Điều tra chi tiêu của khách du lịch nội địa, khách Hải Phòng đi du lịch nước ngoài.

Tăng cường thanh tra, chấn chỉnh trong cấp phép các phương tiện vận chuyển khách du lịch đã thúc đẩy các doanh nghiệp vận tải tự nâng cấp, đầu tư mới các phương tiện ô tô, tàu thuyền phục vụ du lịch, đảm bảo an toàn cho du khách, ngăn ngừa, hạn chế các tai nạn. Hàng năm, tiến hành nhiều đợt kiểm tra điều kiện hoạt động các phương tiện thủy tham gia hoạt động du lịch tại khu du lịch Đồ Sơn

và Cát Bà theo Quyết định số 1872/QĐ-UBND ngày 01/10/2007 của Ủy ban nhân dân thành phố. Tổ chức thường kỳ kiểm tra, rà soát, đánh giá việc thực hiện Luật Du lịch và công tác giữ gìn vệ sinh môi trường tại các cơ sở lưu trú, các doanh nghiệp vận chuyển khách và các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành. Qua kiểm tra cho thấy các sai phạm, tồn tại chủ yếu là: cơ sở lưu trú không thông báo thời điểm hoạt động và đăng ký xếp hạng theo quy định, chưa chấp hành tốt việc khai báo khách lưu trú và sử dụng lao động chưa qua đào tạo; quảng cáo sai sự thật; được cấp phép kinh doanh lữ hành nội địa nhưng lại tổ chức cho khách du lịch Việt Nam đi du lịch nước ngoài; hướng dẫn viên không có thể hướng dẫn khách quốc tế, thuyết minh viên điểm chưa đáp ứng được nhu cầu của du khách.

Tăng cường vai trò của Hiệp hội Du lịch trong việc phối hợp quản lý môi trường du lịch bảo đảm an ninh, an toàn, chống chèo kéo, ép giá khách du lịch; là cầu nối, liên kết trong hoạt động du lịch giữa các tổ chức, doanh nghiệp hoạt động du lịch thành phố với các tổ chức, doanh nghiệp du lịch trong nước và quốc tế.

Ngoài hệ thống cơ chế, chính sách chung của cả nước, Hải Phòng được Đảng và Nhà nước quan tâm phát triển về nhiều mặt trong đó có Du lịch thể hiện qua việc ban hành và áp dụng hệ thống các cơ chế, chính sách về ưu đãi đầu tư về phát triển du lịch, về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, phát triển khoa học và công nghệ cao, bảo tồn và phát huy giá trị các khu du lịch, các kiến trúc, lễ hội, làng nghề, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch và là một trong các yếu tố nguồn lực để phát triển du lịch của Thành phố Hải Phòng.

Thực tế quản lý phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn vừa qua như sau:

- Quản lý sự phát triển du lịch trên phạm vi toàn Thành Phố thuộc UBND Thành phố, cơ quan tham mưu là Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (nay là sở Du lịch)
- Quản lý phát triển du lịch cấp quận, huyện, thuộc UBND các quận, huyện thuộc Thành phố cơ quan tham mưu là phòng Văn hóa Thông tin các quận, huyện.

Nguồn: Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/11/2006 của Ban Thường vụ Thành ủy về phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2006 - 2010, định hướng đến năm 2020- Số: 235 /BC-BCS

2.4.3. Hình ảnh du lịch

Hình ảnh du lịch chính là đặc trưng, ấn tượng của điểm đến. Vậy nên, khi nhắc đến Hải Phòng, du khách sẽ nghĩ đến ngay những gì nổi bật nhất, đáng nhớ nhất của Hải Phòng. Ví dụ như: Hải Phòng là Thành phố có hệ thống cảng biển lớn nhất khu vực phía Bắc, có khu du lịch Cát Bà là khu dự trữ sinh quyển của thế giới, có bán đảo Đồ Sơn là nơi nghỉ dưỡng đầu tiên của liên bang Đông Dương thời Pháp thuộc. Bên cạnh đó Hải Phòng còn có các lễ hội, tôn giáo, tín ngưỡng, các tài nguyên tự nhiên, nhân văn được xếp hạng. Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch hiện đại, phát triển... Từ đó, khách du lịch sẽ quyết định lựa chọn đâu là nơi dừng chân để tận hưởng kỳ nghỉ, hay thỏa mãn sự hiếu kỳ của mình.



2.5. Phân tích thực trạng liên quan đến các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng

2.5.1. Phân tích và đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng cho khách du lịch nội địa trong thời gian qua

Một số sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan đang được bán tại Hải Phòng, được thu thập từ các công ty du lịch:

❖ **Sản phẩm du lịch 1:** [Nguồn: Công ty du lịch Vietravel Hải Phòng]

CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

CITY TOUR HẢI PHÒNG – ĐỀN TRÀNG KÊNH THỦY NGUYÊN

Lịch trình chi tiết:

08h00	Xe và HDV đón Quý khách tại điểm hẹn, sau đó đưa Quý khách đi tham quan những địa danh nổi tiếng của Thành Phố Hải Phòng : - Trung tâm thành phố (5 quán hoa, nhà hát lớn, dải vườn hoa trung tâm) - Tượng bà nữ tướng Lê Chân - Đền nghè – nơi thờ Nữ tướng Lê Chân
10h00	Đoàn đến Kênh Giang, Quý khách xuống tàu ngắm dòng kênh giang thơ mộng
11h30	Quý khách dùng bữa trưa tại nhà hàng, thưởng thức ẩm thực đất Cảng
13h00	Đoàn tiếp tục hành trình tham quan quần thể di tích lịch sử danh thắng Tràng Kênh-Bạch Đằng nằm cách trung tâm thành phố khoảng 20 km về hướng Bắc, thuộc địa phận xã Minh Đức, huyện Thủy Nguyên, Hải Phòng – nơi đây là quần thể thắng tích bao gồm đền Tràng Kênh và sông Bạch Đằng lịch sử, gồm có 3 ngôi đền thờ Ngô Quyền, Lê Hoàn, Trần Hưng Đạo, trong lịch sử đấu tranh dựng nước và giữ nước, vùng đất này được coi là một phen dậu chống giặc ngoại xâm
17h00	Về đến Hải Phòng, kết thúc chương trình thăm quan. HDV chia tay đoàn và <i>hẹn gặp lại Quý khách trong những chương trình sau</i>

❖ Sản phẩm du lịch 2: [Nguồn : Công ty du lịch Đông Á]

CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH: HẢI PHÒNG – ĐỒ SƠN - HẢI PHÒNG

Lịch trình chi tiết:

07h00	Xe và Hướng dẫn viên đón đoàn tại điểm hẹn – Khởi hành đi Đồ Sơn
08h00	Đoàn tới Đồ sơn – Tham quan và làm lễ thắp hương tại Đền Bà Đế và Chùa Hang “ <i>một trong hai di tích nổi tiếng và linh thiêng bậc nhất của Hải Phòng</i> ”
9h00	Đoàn tham quan Bến tàu không số K15 “ <i>Nơi khởi nguồn của đoàn tàu không số huyền thoại</i> ” – Sau đó đoàn tham quan Biệt thự Bảo Đại
11h30	Quý khách dùng bữa trưa tại nhà hàng
13h00	Xe đưa quý khách đi thăm và lễ tại Khu di tích Vương triều Mạc tại Huyện Kiến Thụy
16h00	Đoàn lên xe khởi hành về TT TP Hải Phòng
16h45	Về đến điểm hẹn, kết thúc chương trình thăm quan. Hẹn gặp lại Quý khách hàng.

Bên cạnh các sản phẩm du lịch văn hóa, tâm linh và kiến trúc thì nhu cầu khách du lịch nội địa rất đa dạng và phong phú. Chính vì vậy để đáp ứng được nhu cầu của du khách thì ngoài các chương trình đặc thù tiềm hiệu văn hóa tâm linh, kiến trúc thì các doanh nghiệp lữ hành vẫn phải xây dựng các sản phẩm mang đặc trưng riêng của Hải Phòng để bán cho khách du lịch nội địa đó chính là sản phẩm du lịch khám phá cảnh quan Đảo Cát Bà.

❖ Sản phẩm du lịch 3: [Nguồn : Công ty du lịch Vietravel Hải Phòng]

HẢI PHÒNG –CÁT BÀ- VỊNH LAN HẠ- HẢI PHÒNG

(02 ngày – 01 đêm)

Lịch trình chi tiết

Ngày 1: HẢI PHÒNG – CITY TOUR (Ăn trưa, tối)

08h00	Xevà HDV đón Quý khách tại điểm hẹn, sau đó đưa Quý khách đi tham quan những địa danh nổi tiếng của Thành Phố Hải Phòng : <i>- Trung tâm thành phố (5 quán hoa, nhà hát lớn, dải vườn hoa trung tâm); Tượng đài bà Nữ Tướng Lê Chân; Đền nghè – nơi thờ Nữ tướng Lê Chân; Bảo tàng Hải Phòng.</i>
11h00	Đoàn ăn trưa tại Nhà hàng, thưởng thức ẩm thực đất cảng
13h30	Đoàn ra bến Bính, lên tàu cao tốc ra Cát Bà (chuyến tàu 14h00)
15h30	Tàu cập bến Cát Bà, đoàn về khách sạn nhận phòng nghỉ ngơi, tự do tắm biển
19h00	Quý khách ăn tối tại nhà hàng. Sau bữa tối quý khách tự do dạo chơi khu du lịch về đêm <i>đi chợ đêm Cát Bà mua sắm quà lưu niệm...</i>

Ngày 2: CÁT BÀ – VỊNH LAN HẠ - HẢI PHÒNG (Ăn sáng- ăn trưa)

Sáng	Quý khách có thể dậy sớm ngắm bình minh trên biển, đi dạo tại bãi <i>Cát Cò 1, hoặc Cát Cò 2,3..., ăn sáng tại khách sạn</i>
07h30	Đoàn ra bến Bèo lên tàu tham quan <i>Vịnh Lan Hạ</i> , thả mình vào vẻ đẹp lãng mạn, thơ mộng, êm đềm nên thơ của Vịnh, ngắm những làng nổi trên Vịnh, Tìm hiểu cuộc sống của ngư dân trên biển đảo, tham quan Đảo khỉ, cơ sở nuôi ngọc trai....
10h00	Đoàn về lại khách sạn trả phòng
11h00	Đoàn ăn trưa tại nhà hàng, <i>thưởng thức ẩm thực tươi ngon mang hương vị đặc trưng của vùng biển Cát Bà</i>
12h30	Đoàn di chuyển ra bến tàu, lên tàu cao tốc về Hải Phòng trên chuyến tàu 13h00
14h00	Về đến Hải Phòng, hướng dẫn viên chia tay đoàn và hẹn gặp lại trong những chương trình sau

Trên đây là các sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh và kiến trúc được các doanh nghiệp lữ hành nổi tiếng tại Hải Phòng chào bán, qua tham khảo và lấy ý kiến từ các doanh nghiệp thì có thể khẳng định rằng đây là những sản phẩm du lịch mà khách du lịch nội địa lựa chọn và thích nhất khi đến Hải Phòng trong thời gian qua. Tuy nhiên do sản phẩm du lịch tại Hải Phòng rất đa dạng và phong phú chính vì vậy khách du lịch nội địa ngoài việc muốn tìm hiểu về văn hóa tâm linh, kiến trúc, họ còn muốn khám phá thêm những nét đẹp đặc thù riêng của Hải Phòng đó chính là sản phẩm du lịch khám phá cảnh quan Đảo Cát Bà.

Từ các sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan kể trên có thể thấy được:

Bảng 2.4: Tổng hợp ưu điểm và nhược điểm của sản phẩm du lịch hiện tại

Ưu điểm	Nhược điểm
Sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan ngắn ngày, chủ yếu là 1-2 ngày, đi 2-5 điểm trong khu vực Thành phố Hải Phòng	Chưa bao trùm, khái quát được hết nét đẹp, tinh hoa, văn hóa và đặc trưng của Hải Phòng trong mắt du khách
Sản phẩm du lịch xuất phát từ Trung tâm Thành phố Hải Phòng và từ các tỉnh, thành lân cận, đến các điểm du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan nhiều, đa dạng điểm đến	Rất ít công ty có sẵn các chương trình du lịch. Nếu khách du lịch thực sự muốn và có nhu cầu thì bên phía công ty mới bắt đầu thiết kế xây dựng
Có thể dành cho mọi đối tượng khách ở nhiều lứa tuổi	Nên tập chung vào một đối tượng khách: trung niên và người cao tuổi, vì họ có nhiều thời gian và có xu hướng quan tâm đến vấn đề văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan khi về già hơn các độ tuổi khác.

Lượng khách tới thăm các điểm di tích văn hóa tâm linh, kiến trúc và các cảnh quan hàng năm tương đối ổn định	Mới chỉ dừng lại ở việc hành hương, chiêm bái, tham quan các điểm đến gắn với yếu tố tâm linh, tín ngưỡng, mà chưa tạo được những trải nghiệm văn hóa thật sự, chưa mang lại sự thỏa mãn về mặt tinh thần cho du khách, các loại hình du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan ở Hải Phòng còn thiếu sự gắn kết, mạnh ai nấy làm, nên chưa tạo ra những tua, tuyến đặc sắc thu hút khách du lịch.
Mùa du lịch tâm linh: chỉ tập trung đông khách vào lễ hội mùa xuân	Dẫn đến tình trạng “cầu” vượt “cung”, kéo theo hệ lụy: nhu cầu của khách không được thỏa mãn đầy đủ, chất lượng dịch vụ không tương ứng, giá cả bị lợi dụng đẩy cao. Tác động xấu đến môi trường du lịch, vấn đề an ninh, an toàn.

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

Từ bảng phân tích ưu điểm và nhược điểm trên, có thể thấy sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan của nước ta nói chung và Hải Phòng nói riêng còn thiếu hấp dẫn, chưa có điểm nhấn riêng.

Vì vậy, giải pháp 1 nêu ra cần phải giải quyết được các nhược điểm còn tồn tại trên:

- Cần phát triển đồng bộ cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch để có thể thu hút khách và kéo dài thời gian lưu trú của khách tại điểm du lịch
- Bảo vệ tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, nâng cao ý thức của người dân và khách du lịch để không làm ảnh hưởng đến môi trường cũng như tài nguyên du lịch của Hải Phòng
- Các nhà quản lý cần quán triệt phương pháp, hình thức quản lý và chính sách để có thể quản lý hiệu quả hoạt động du lịch tại Hải Phòng, tạo dựng hình ảnh đẹp, thân thiện trong mắt khách du lịch

- Tạo sự liên kết giữa các điểm du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan ở các địa phương, quan trọng nhất là phải lựa chọn được điểm nhấn ở các di tích, lễ hội văn hóa, cảnh quan từng địa phương tại Hải Phòng, tránh trùng lặp về hình thức, nội dung, tạo được sản phẩm du lịch mang tính đặc trưng riêng thì mới thành công

2.5.2. Phân tích và đánh giá về phát triển sản phẩm du lịch đặc thù Hải Phòng cho khách du lịch quốc tế trong thời gian qua

Hiện tại, nhiều sản phẩm du lịch tại Hải Phòng đã và đang được khai thác, tập trung vào các loại hình: du lịch biển, đảo; du lịch văn hóa, tham quan các di tích văn hóa, nghệ thuật, kiến trúc, danh lam, thắng cảnh; du lịch lễ hội, tâm linh, ẩm thực, làng nghề truyền thống; du lịch cộng đồng, sinh thái, kết hợp thể thao, mạo hiểm, mua sắm; du lịch nghỉ dưỡng, chữa bệnh và du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, tổ chức sự kiện trong đó, đặc biệt quan tâm tới hai trọng điểm du lịch là Đồ Sơn và Cát Bà

Dưới đây là một số sản phẩm du lịch, tham quan, giải trí đang được bán tại Hải Phòng, được thu thập từ các công ty du lịch:

❖ **Sản phẩm du lịch 1:** [Nguồn : Công ty du lịch Vietravel Hải Phòng]

HẢI PHÒNG –CÁT BÀ- VINH LAN HẠ- HẢI PHÒNG (02 ngày – 01 đêm)

Lịch trình chi tiết

Ngày 1: HẢI PHÒNG – CITY TOUR (Ăn trưa, tối)

08h00	Xe và hướng dẫn viên đón quý khách tại điểm hẹn, sau đó đưa quý khách đi tham quan những địa danh nổi tiếng của Thành phố Hải Phòng : - Trung tâm Thành phố (5 Quán hoa, Nhà hát lớn, dải vườn hoa Trung tâm); Tượng đài bà Nữ tướng Lê Chân; Đền nghè – nơi thờ Nữ tướng Lê Chân; Bảo tàng Hải Phòng
11h00	Đoàn ăn trưa tại Nhà hàng, thưởng thức ẩm thực đất cảng
13h30	Đoàn ra bến Bính, lên tàu cao tốc ra Cát Bà (chuyến tàu 14h00)
15h30	Tàu cập bến Cát Bà, đoàn về khách sạn nhận phòng nghỉ ngơi, tự do tắm biển
19h00	Quý khách ăn tối tại nhà hàng. Sau bữa tối quý khách tự do dạo chơi khu du lịch về đêm đi chợ đêm Cát Bà mua sắm quà lưu niệm...

Ngày 2: CÁT BÀ – VỊNH LAN HẠ - HẢI PHÒNG (Ăn sáng- ăn trưa)

Sáng	Quý khách có thể dậy sớm ngắm bình minh trên biển, đi dạo tại bãi Cát Cò 1, hoặc Cát Cò 2,3..., ăn sáng tại khách sạn
07h30	Đoàn ra bến Bèo lên tàu <i>tham quan Vịnh Lan Hạ</i> , thả mình vào vẻ đẹp lãng mạn, thơ mộng, êm đềm nên thơ của Vịnh, ngắm những làng nổi trên Vịnh, Tìm hiểu cuộc sống của ngư dân trên biển đảo, tham quan Đảo khỉ, cơ sở nuôi ngọc trai....
10h00	Đoàn về lại khách sạn trả phòng
11h00	Đoàn ăn trưa tại nhà hàng, <i>thưởng thức ẩm thực tươi ngon mang hương vị đặc trưng của vùng biển Cát Bà</i>
12h30	Đoàn di chuyển ra bến tàu, lên tàu cao tốc về Hải Phòng trên chuyến tàu 13h00
14h00	Về đến Hải Phòng, hướng dẫn viên chia tay đoàn và hẹn gặp lại trong những chương trình sau.

❖ **Sản phẩm du lịch 2:** [Nguồn : Công ty du lịch Đông Á]

CHƯƠNG TRÌNH TOUR DU KHẢO ĐỒNG QUÊ VỀ HUYỆN VĨNH BẢO

Lịch trình chi tiết

07h00	Xuất phát từ <i>Khách sạn Ngôi Sao</i> Hải Phòng đi <i>Vĩnh Bảo</i>
08h30	Đến Vĩnh Bảo - <i>Thăm quan Di tích đền Trạng Trình Nguyễn Bỉnh Khiêm.</i>
09h30	Thăm làng nghề <i>tạc tượng xã Đồng Minh Miếu Bảo Hà</i> , thăm gia đình nghệ nhân tạc tượng xem biểu diễn rối cạn. <i>Thưởng thức các món ăn truyền thống của khu vực đồng bằng Bắc Bộ.</i>
10h30	Tham quan <i>Đình Nhân Mục</i> xã Nhân Hoà, thưởng thức nghệ thuật múa tứ linh, múa rối nước.
12h00	Ăn trưa tại Vĩnh Bảo – Sau bữa trưa đoàn khởi hành về Tiên Lãng
14h30	Về đến Tiên Lãng - <i>Tham quan và tắm tại Khu du lịch suối nước khoáng nóng Tiên Lãng Hải Phòng.</i>
16h00	Đoàn lên xe về Hải Phòng
17h00	Về đến Hải Phòng <i>Kết thúc chương trình.</i>

❖ Sản phẩm du lịch 3: [Nguồn : Công ty du lịch Rồng Việt]

HẢI PHÒNG - CÁT BÀ - VỊNH LAN HẠ

(02 ngày – 01 đêm)

Lịch trình chi tiết

Ngày 1: HẢI PHÒNG – CÁT BÀ(Ăn sáng, trưa, tối)

08h00	Xe và Hướng dẫn viên đón Quý khách tại điểm hẹn khởi hành ra bến Bính xuống tàu cao tốc khởi hành đi Cát Bà.
10h00	Tới Cát Bà, đoàn tự do đi chợ, mua sắm hải sản. Ăn trưa, nhận phòng khách sạn.
15h00	Đoàn tự do dạo chơi và tắm biển tại Khu du lịch Cát Tiên gồm bãi tắm Cát Cò 1 & 2 - nơi có bãi biển nước trong xanh với bờ cát mịn màng thực sự là ốc đảo miền nhiệt đới.
18h30	Đoàn ăn tối Quý khách tự do dạo chơi thị trấn Cát Bà hoặc thuê thuyền đi câu mực – một trải nghiệm thú vị khi đến với Cát Bà (chi phí tự túc)

Ngày 2: CÁT BÀ – HẢI PHÒNG(Ăn sáng- ăn trưa)

07h00	Đoàn ăn sáng tại khách sạn. Đoàn xuống tàu đi thăm Vịnh Lan Hạ, đảo Khỉ, đảo Dứa và thăm quan làng nghề nuôi Tu Hải.
11h30	Đoàn quay trở lại bờ. Ăn trưa. Trả phòng khách sạn Sau đó, Đoàn tự do đi chợ địa phương mua sắm đồ hải sản, lưu niệm.
14h30	Đoàn lên xe về Hải Phòng.
17h00	Tới Hải Phòng, chia tay Quý khách. Kết thúc chương trình./.

Trên đây là các sản phẩm du lịch rất đặc trưng của Hải phòng được các doanh nghiệp lữ hành nổi tiếng tại Hải Phòng chào bán, qua tham khảo và lấy ý kiến từ các doanh nghiệp thì có thể khẳng định rằng đây là những sản phẩm du lịch mà khách du lịch Quốc tế lựa chọn và thích nhất khi đến Hải Phòng trong thời gian qua. Tuy nhiên do sản phẩm du lịch tại Hải Phòng rất đa dạng và phong phú chính vì vậy khách du lịch Quốc tế khi đến Hải Phòng ngoài việc muốn khám phá, nghỉ dưỡng tại trung tâm du lịch lớn Cát Bà họ còn muốn tìm hiểu về văn hóa tâm linh và kiến trúc của Thành phố Hải Phòng. Từ các sản phẩm du lịch kể trên, có thể thấy được:

Bảng 2.5: Tổng hợp ưu điểm và nhược điểm của sản phẩm du lịch hiện tại

Ưu điểm	Nhược điểm
Sản phẩm du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, tìm hiểu, ngắn ngày, chủ yếu là 2-3 ngày, đi 2-4 điểm	Chưa bao trùm, khái quát được hết nét đẹp, tinh hoa, văn hóa và đặc trưng của Hải Phòng trong mắt du khách
Sản phẩm du lịch xuất phát từ Hải Phòng đến các điểm du lịch nổi tiếng của Cát Bà nhiều, đa dạng điểm đến	Rất ít công ty có sẵn các chương trình du lịch. Nếu khách du lịch thực sự muốn và có nhu cầu thì bên phía công ty mới bắt đầu thiết kế
Có thể dành cho mọi đối tượng khách ở nhiều lứa tuổi.	Nên tập chung vào một đối tượng khách: trung niên và giới trẻ, vì họ có sức khỏe và đam mê khám phá và có xu hướng quan tâm đến vấn đề sinh thái hơn các độ tuổi khác.
Tài nguyên du lịch nhiều, phong phú đa dạng (phân tích tại chương 2)	Chưa có sự liên kết chặt chẽ, đặc biệt là giữa các địa phương lân cận trong tạo dựng sản phẩm du lịch. Chất lượng các sản phẩm du lịch còn chưa cao do sản phẩm không đặc trưng, độc đáo và chưa phù hợp từng loại đối tượng khách, bị trùng lặp, gây nên sự nhàm chán và cạnh tranh không lành mạnh
Các doanh nghiệp chủ yếu khai thác khách du lịch nội địa, hoặc làm đại lý thực hiện một phần chương trình du lịch, công đoạn nhỏ.	Lực lượng kinh doanh lữ hành còn ít về số lượng, nhỏ về quy mô, yếu về nghiệp vụ nên không thể chủ động trong việc làm ra các sản phẩm chất lượng, không đủ khả năng thu hút khách quốc tế.

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

Vì vậy, giải pháp 2 nêu ra cần phải giải quyết được các nhược điểm còn tồn tại trên:

- Cần phát triển đồng bộ cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch để có thể thu hút khách quốc tế và kéo dài thời gian lưu trú của khách tại điểm du lịch
- Bảo vệ tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, nâng cao ý thức của người dân và khách du lịch để không làm ảnh hưởng đến môi trường cũng như tài nguyên du lịch của Hải Phòng
- Các nhà quản lý cần quán triệt phương pháp, hình thức quản lý và chính sách để có thể quản lý hiệu quả hoạt động du lịch tại Hải Phòng, tạo dựng hình ảnh đẹp, thân thiện trong mắt khách du lịch quốc tế
- Dựa trên thế mạnh của mình, mỗi địa phương nên chọn một hướng đi phù hợp, phối hợp các đơn vị liên hành xây dựng sản phẩm mới, vừa chú ý tạo cơ hội để người bản địa được cung cấp hàng hóa, dịch vụ du lịch với định hướng của địa phương, tạo điều kiện xóa đói, giảm nghèo. Điều quan trọng là các địa phương nên quan tâm đào tạo nguồn nhân lực du lịch để nâng cao chất lượng sản phẩm

2.5.3. Phân tích và đánh giá về truyền thông quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù

Trong giai đoạn 2010-2014, Tp. Hải Phòng đã đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng tập trung vào các loại hình du lịch cơ bản của thành phố đã phát triển giai đoạn trước là: Du lịch sinh thái biển kết hợp với du lịch nghỉ dưỡng, thể thao; du lịch hội nghị, hội thảo và văn hoá, lễ hội; trong đó, đặc biệt quan tâm tới hai trọng điểm du lịch là Đồ Sơn và Cát Bà. Bên cạnh việc tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ, công tác quảng bá xúc tiến du lịch được hết sức chú trọng. Thành phố thường xuyên tổ chức các hoạt động xúc tiến, tuyên truyền quảng bá, giới thiệu hình ảnh Tp. Hải Phòng tới các thị trường du lịch mới, trọng điểm; chủ động, tập trung xây dựng các tour, tuyến du lịch mới nhằm từng bước đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ và nâng cao sức hấp dẫn cho trung tâm du lịch Cát Bà, Đồ Sơn và nội thành.

❖ Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch trong nước

- Ban Chỉ đạo Thành phố đã triển khai Chương trình hành động về du lịch, trong đó xác định tổ chức thường niên tạo điểm nhấn về du lịch của thành phố. Các

chương trình Lễ hội Hoa Phượng Đỏ, khai trương du lịch hè 1/4 tại Cát Bà, 30/4 - 1/5 tại Đồ Sơn được tổ chức tốt, thu hút hàng vạn lượt khách trong nước và quốc tế.

- Thành phố phối hợp với tổ chức UNESCO Việt Nam, Chương trình Con người và Sinh quyển, Trung tâm Nghiên cứu và Giáo dục môi trường và Đài Truyền hình Việt Nam xây dựng bộ phim giới thiệu về “Khu dự trữ sinh quyển quần đảo Cát Bà” và tổ chức giới thiệu tại Triển lãm quốc tế Aichi, Nhật Bản; phối hợp với Trung tâm hợp tác Báo chí Truyền thông quốc tế xây dựng phóng sự “Sinh thái Cát Bà” phát trên chương trình truyền hình đối ngoại VTV4 Đài truyền hình Việt Nam.

- Tổ chức tuyên truyền, quảng bá, đưa vào hoạt động khai thác thí điểm các tuyến: tuyến du lịch phía Bắc Tp. Hải Phòng (nội thành - Thuỷ Nguyên); tuyến du lịch Đồ Sơn - Kiến Thụy - Tiên Lãng... Thành phố tập trung hoàn thành và triển khai Đề án nâng cấp 2 tuyến nội thành và Du khảo đồng quê (Hải Phòng - Kiến An - Kiến Thụy - Tiên Lãng - Vĩnh Bảo). Ngành du lịch đã in ấn các tập gấp, áp phích, bài thuyết minh tour du lịch, đĩa hình và phát triển các dịch vụ hỗ trợ tại các điểm du lịch cho tour du lịch Đồ Sơn - Kiến Thụy - Tiên Lãng, in và phát hành sách giới thiệu tour du lịch Tp. Hải Phòng - Thuỷ Nguyên và hàng ngàn ấn phẩm tài liệu tuyên truyền về du lịch Tp. Hải Phòng cung cấp cho khách tham quan, du lịch, các đơn vị lữ hành; xây dựng Lễ hội Chọi Trâu trở thành Lễ hội cấp Quốc gia - một loại hình du lịch đặc sắc phục vụ du khách trong và ngoài nước, tạo nên thương hiệu Lễ hội chọi Trâu Đồ Sơn - Hải Phòng.

- Nhằm quảng bá trên các phương tiện truyền thống mới, ngành du lịch đã xây dựng website du lịch thành phố bằng song ngữ Việt – Anh và hiện nay đang tiếp tục triển khai thêm tiếng Trung; In ấn sách song ngữ Việt - Anh, Việt - Trung giới thiệu du lịch Tp. Hải Phòng.

- Thông qua các sự kiện chính trị, kinh tế, văn hóa, thể thao, thành phố cũng đẩy mạnh hoạt động xúc tiến du lịch. Các sự kiện tiêu biểu là: Lễ hội kỷ niệm Ngày Bác Hồ về thăm Làng cá Cát Bà và khai trương du lịch Cát Bà hàng năm; Lễ hội Đồ Sơn - Biển gọi, khai trương du lịch Đồ Sơn; Thi Hoa hậu Biển; Đón khách du lịch thứ 1 triệu năm 2009 đến với Cát Bà; Tổ chức thành công Tuần lễ Văn hóa - Thể

thao - Du lịch lần thứ nhất 2010 và lần thứ 2 năm 2011, Lễ hội Hoa Phượng đỏ lần thứ nhất - 2012; Năm Du lịch quốc gia Đồng bằng sông Hồng - Hải Phòng 2013 với nhiều hoạt động phong phú, ấn tượng, tạo tiền đề để tiếp tục triển khai Lễ hội Hoa Phượng Đỏ năm 2014 và các năm tiếp theo.

Năm Du lịch quốc gia khu vực Đồng bằng sông Hồng - Hải Phòng 2013 đã tạo bước ngoặt trong công tác quảng bá xúc tiến du lịch nói riêng và hình ảnh thành phố nói chung.

❖ Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch nước ngoài

Giai đoạn 2006-2014, Thành phố Hải Phòng đã hội đàm với Quảng Tây (Trung Quốc) về hợp tác phát triển du lịch, cùng với Tp. Hà Nội trao đổi kinh nghiệm khai thác thị trường khách Trung Quốc, bàn giải pháp xúc tiến du lịch trong giai đoạn tới nhất là đối với thị trường du khách Trung Quốc vào Việt Nam bằng Thẻ Du lịch. Tháng 8/2005, thành phố đã ký kết với tỉnh Quảng Tây Trung Quốc thỏa thuận về việc tăng cường hợp tác giao lưu du lịch giữa khu tự trị dân tộc Choang với Tp. Hải Phòng. Đã tham dự Hội thảo Hợp tác phát triển du lịch vành đai Vịnh Bắc Bộ tại Trung Quốc với nội dung khôi phục tuyến du lịch đường biển Bắc Hải - Hải Phòng; mở tuyến bay Bắc Hải - Cát Bi; hợp tác đào tạo nghiệp vụ du lịch và ngoại ngữ giữa các doanh nghiệp du lịch của 2 nước. Ngoài thị trường Trung Quốc, thành phố còn tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch giữa hai thành phố Pattaya (Thái Lan) và Tp. Hải Phòng; triển khai hợp tác với nhiều thị trường khác như Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước khác thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương; nỗ lực triển khai mở tuyến du lịch đường biển, đường hàng không; mở dịch vụ bay trực thăng tham quan Vịnh Hạ Long, biển và đảo Bạch Long Vĩ...

Trong quá trình xúc tiến quảng bá du lịch quốc tế, Tp. Hải Phòng đã tham gia thành công và để lại ấn tượng sâu sắc tại các lễ hội quốc tế: Brest - Pháp, Incheon - Hàn Quốc... qua đó quảng bá một cách có hiệu quả con người, văn hoá, tiềm năng du lịch của thành phố.

Nhìn chung, công tác xúc tiến quảng bá của du lịch Tp. Hải Phòng thời gian qua đã có nhiều cố gắng, hoạt động xúc tiến đã được triển khai toàn diện hơn, tuy

nhiên, vẫn ở trong phạm vi hẹp, công nghệ chưa cao, nhiều doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức được lợi ích của công tác xúc tiến quảng bá du lịch đối với sự nghiệp phát triển du lịch. Kinh phí dành cho hoạt động này còn quá ít, chủ yếu từ nguồn Ngân sách nhà nước, nên hoạt động chưa đáp ứng so với nhu cầu đặt ra, hiệu quả kinh tế đem lại còn thấp.

❖ Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu trên vẫn còn có những hạn chế sau:

- Chưa có sự xúc tiến quảng bá cấp vùng vì vậy chưa tạo dựng được hình ảnh du lịch Hải Phòng trong nước và quốc tế.

- Hầu hết các hoạt động xúc tiến quảng bá của Hải Phòng mới chỉ tập trung vào quảng bá chủ yếu vào thị trường khách nội địa.

❖ Công tác xúc tiến còn nhỏ lẻ, rời rạc chưa tập trung vào thị trường khách trọng điểm, hiệu quả chưa tương xứng với tiềm năng du lịch của Hải Phòng. Nội dung xúc tiến quảng bá nghèo nàn, chưa tạo ra nét đặc sắc riêng biệt của Hải Phòng

❖ Vì vậy, giải pháp đưa ra cần phải triển khai:

- Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch phải thường xuyên trong quá trình xây dựng thương hiệu du lịch của Hải Phòng;

- Chú trọng tiếp thị cùng các đơn vị lữ hành nội địa và quốc tế để chủ động giới thiệu ra bên ngoài thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, các hội chợ thương mại, du lịch trong nước, quốc tế và trên các ấn phẩm du lịch.

- Thường xuyên gửi và trao đổi thông tin các hãng lữ hành để họ nắm rõ về sản phẩm của Hải Phòng và qua đó tiếp thị du lịch Hải Phòng đến các vùng, miền trong cả nước.

- Tại một số khu vực trung tâm nên có các bảng thông tin điện tử để thường xuyên cập nhật, giới thiệu, quảng cáo các điểm đến và tour du lịch mới.



2.6. Tiểu kết chương 2 và nhiệm vụ chương 3

Chương 2 đã giới thiệu chung về du lịch Hải Phòng, sản phẩm du lịch đặc trưng của Hải Phòng. Trong đó phần giới thiệu chung đi chi tiết vào những đặc điểm nổi bật của Hải Phòng; và đặc điểm kinh tế- xã hội gồm: dân cư, dân tộc và kinh tế - xã hội của Hải Phòng. Bên cạnh đó, chương 2 cũng đã phân tích ba yếu tố quan trọng cấu thành nên sản phẩm du lịch đặc thù đó là cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch (điện, nước, thông tin liên lạc, đường xá...); tài nguyên (tự nhiên, nhân văn) và môi trường du lịch; dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch.

Từ đó, rút ra được ưu điểm và nhược điểm của du lịch Hải Phòng như sau:

Ưu điểm	Nhược điểm
- Đảng, Nhà nước và Lãnh đạo Thành phố quan tâm phát triển - Hải Phòng có hệ thống giao thông phát triển cao - Dân trí cao: nguồn lao động dồi dào. - Nguồn tài nguyên du lịch Hải Phòng đa dạng phong phú - Có nền văn hóa lịch sử lâu đời.	-Hệ thống cơ chế chính sách chậm đổi mới, công tác quản lý của nhà nước về du lịch còn nhiều hạn chế - Thiếu các doanh nghiệp lớn mạnh để đầu tư xây dựng các dự án lớn - Nhiều nơi khó khăn, cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật du lịch còn bất cập. - Công tác xúc tiến quảng bá còn yếu - Nhiều sản phẩm du lịch bị trùng lặp, chưa có tính đặc trưng.

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

Vì vậy, chương 3 cần đi tìm ra định hướng từ đó đề ra các nhiệm vụ và giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng, với các nội dung sau:

- Giải pháp 1: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa
- Giải pháp 2: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch quốc tế
- Giải pháp 3: Xúc tiến quảng bá về sản phẩm Du lịch đặc thù của Hải Phòng

CHƯƠNG 3

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ TẠI HẢI PHÒNG

3.1. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng từ năm 2016 đến năm 2020:

Dựa vào những phân tích của du lịch Hải Phòng ở trên và theo định hướng chiến lược của du lịch Việt Nam, chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030: “tập trung xây dựng hệ thống sản phẩm đặc thù và chất lượng cao trên cơ sở phát huy các giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, đặc sắc, có thể mạnh nổi trội”, thì có thể đưa ra các định hướng chung để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng từ năm 2016 đến năm 2020 như sau:

- Xây dựng du lịch thành phố trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển bền vững và từng bước đưa Hải Phòng trở thành một trong những trọng điểm du lịch quốc gia, là nhiệm vụ, trách nhiệm của các cấp, các ngành, các tổ chức xã hội và toàn thể nhân dân. Phát triển du lịch Hải Phòng gắn với Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của thành phố, Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam, Chiến lược phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Hồng, vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ; Nghị quyết Đại hội XV Đảng bộ thành phố.

- Phát triển du lịch chất lượng cao theo hướng chuyên nghiệp, có trọng tâm, trọng điểm; chú trọng phát triển theo chiều sâu để đảm bảo chất lượng và tính cạnh tranh. Trong đó đặc biệt coi trọng phát triển du lịch biển, đảo; lấy du lịch biển, đảo làm cơ sở, nền tảng phát triển các loại hình du lịch khác, như du lịch văn hóa, du lịch hội nghị, hội thảo, sự kiện,.. (MICE). Xây dựng khu du lịch biển có quy mô, tầm cỡ quốc gia, khu vực, có chất lượng cao; hình thành cơ sở và dịch vụ cho các sản phẩm du lịch thể thao và sinh thái biển, các sự kiện văn hóa, thể thao gắn với biển, đảo.

- Phát triển du lịch kết hợp với giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, bản sắc địa phương; bảo đảm an ninh quốc phòng và trật tự xã hội, coi đây là những điều kiện sống còn để phát triển du lịch

bền vững. Xây dựng phong cách kinh doanh, giao tiếp, ứng xử văn minh, lịch sự, hiếu khách, đậm đà bản sắc người dân đất Cảng, để Hải Phòng trở thành điểm đến An toàn - Thân thiện - Chất lượng - Hấp dẫn.

- Phát triển du lịch thành phố đồng thời trên cả thị trường khách nội địa và khách quốc tế; phát triển du lịch nội địa tạo sự ổn định, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao trong nước và giảm thiểu tác động trong bối cảnh có biến động trên thị trường quốc tế; phát triển du lịch quốc tế nhằm tăng thêm giá trị gia tăng và quảng bá đất nước, con người Việt Nam, mở rộng các cơ hội giao lưu, hợp tác. Xây dựng các khu, điểm du lịch, thiết kế các sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu, khả năng thanh toán đối với cả khách nội địa và quốc tế trong cùng một không gian phát triển.

- Ưu tiên phát triển kết cấu hạ tầng du lịch. Có cơ chế, chính sách đẩy mạnh xã hội hóa, huy động nguồn lực đầu tư phát triển du lịch đồng thời với việc tăng cường liên kết ngành nhằm xây dựng chuỗi dịch vụ hoàn chỉnh và liên vùng, kết nối các trọng điểm du lịch và hỗ trợ khai thác, phát triển thị trường.

Nguồn: Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/11/2006 của Ban Thường vụ Thành ủy về phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2006 - 2010, định hướng đến năm 2020- Số: 235 /BC-BCS

- Tập trung đầu tư khảo sát phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù dành riêng cho du khách dựa trên cơ sở khai thác các giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, đặc sắc, có thể mạnh đặc biệt.

- Đầu tư, xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù phải đảm bảo tính bền vững, ổn định và lâu dài

- Các sản phẩm du lịch đặc thù phải có chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh; đáp ứng nhu cầu và xu thế phát triển của thị trường trong nước và quốc tế.

- Đầu tư xây dựng một số sản phẩm du lịch hấp dẫn, đặc biệt, mang thương hiệu du lịch Hải Phòng và có thể đại diện thương hiệu du lịch quốc gia, mang hình ảnh Việt Nam được bạn bè quốc tế biết đến. [7, 8]

Dựa vào các định hướng trên có thể đưa ra các giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng từ năm 2016 đến năm 2020 gồm:

- Giải pháp 1: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa
- Giải pháp 2: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch quốc tế
- Giải pháp 3: Xúc tiến quảng bá về sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng
- Giải pháp 4: Nâng cao vai trò quản lý nhà nước, vai trò của Hiệp hội Du lịch trong chỉ đạo phát triển du lịch và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù
- Giải pháp 5: Liên kết, hợp tác trong phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng
- Giải pháp 6: Khuyến khích và hỗ trợ cộng đồng tham gia phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù gắn với bảo tồn và phát huy các giá trị tài nguyên.

Nhưng do điều kiện của luận văn, nên luận văn này chỉ tập trung vào giải quyết 3 giải pháp 1,2,3 để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Thành phố Hải Phòng. Dựa vào phân tích thực trạng của Thành phố và định hướng chung, dự báo số lượng khách du lịch nội địa, quốc tế và doanh thu của khách du lịch như sau: [13]

❖ Khách du lịch quốc tế

Ưu tiên phát triển thị trường khách quốc tế gần: Đông Bắc Á (Trung Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Hàn Quốc), Đông Nam Á (Singapore, Malaysia, Ấn Độ, Thái Lan, Campuchia, Lào, Myanmar). Duy trì khai thác các thị trường khách du lịch quốc tế truyền thống, có khả năng chi trả cao và có thời gian lưu trú dài ngày: Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan); Bắc Âu, Bắc Mỹ (Mỹ, Canada) và Đông Âu (Nga, Ukraina).

Khách du lịch quốc tế đến Hải Phòng có thể đến trực tiếp qua cảng hàng không quốc tế Cát Bi (Hải Phòng); Nội Bài (Hà Nội), đường biển thông qua các cảng tàu du lịch ở Hải Phòng. Ngoài ra, khách quốc tế đến Hải Phòng còn thông qua hệ thống đường bộ, đường không và đường sắt xuyên Việt.

Bảng 3.1: Dự báo khách du lịch quốc tế đến Hải Phòng

Hạng mục	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng số lượt khách (nghìn)	650	700	750	820	900
Ngày lưu trú trung bình (ngày)	1.2	1.8	2.0	2.4	2.6
Tổng số ngày khách (nghìn)	21.7	28	32.6	38.6	40.6

[Nguồn: Sở du lịch Hải Phòng]

❖ Khách du lịch nội địa

Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, từ các thị trường khách trong vùng như: Hà Nội, Hải Dương... và thị trường khách nội địa ngoài vùng như các tỉnh vùng Trung du miền núi Bắc Bộ, vùng Bắc Trung Bộ, thành phố Hồ Chí Minh, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang... Chú trọng khách với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, tâm linh, sinh thái, giải trí, nghỉ cuối tuần, nghiên cứu, hội nghị, hội thảo, mua sắm...

Bảng 3.2: Dự báo khách du lịch nội địa đến Hải Phòng

Hạng mục	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng số lượt khách (nghìn)	5,050	5,400	5,750	6,180	6,600
Ngày lưu trú trung bình (ngày)	1.6	1.6	1.8	2.0	2.2
Tổng số ngày khách (nghìn)	64.3	73.2	80.2	180.5	200

[Nguồn: Sở du lịch Hải Phòng]

❖ Tổng thu từ khách du lịch:

Căn cứ dự báo số lượt khách, ngày lưu trú trung bình, mức chi tiêu, tổng thu từ khách du lịch sẽ đạt được như sau:

Bảng 3.3: Dự báo tổng thu từ khách du lịch của Hải Phòng

Tổng thu (đơn vị tính: tỷ đồng)	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng thu	2,300	2,500	2,800	3,100	3,500

[Nguồn: Sở du lịch Hải Phòng]

3.2. Giải pháp 1: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù – “Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan” tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa

3.2.1. Mục tiêu của giải pháp 1

Việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa nhằm đạt được các mục tiêu sau:

- Xác định rõ sản phẩm đặc thù tại Hải Phòng cho khách nội địa dựa trên ba yếu tố quan trọng: cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật du lịch; môi trường và tài nguyên du lịch; quản lý dịch vụ, hình ảnh du lịch.

- Phát triển sản phẩm đặc thù của Hải Phòng phù hợp với nhu cầu thị trường, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách trong nước, khai thác có hiệu quả giá trị tài nguyên du lịch đặc thù, tạo dựng thương hiệu.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng khả năng thu hút khách hàng mục tiêu để tăng doanh thu và hiệu quả kinh doanh. Đến năm 2020 lượng khách đạt 6,600 nghìn lượt khách, trung bình chiếm 5.54% tổng lượng khách du lịch nội địa đi du lịch trên cả nước.

3.2.2. Căn cứ đề xuất

- Căn cứ vào cơ sở lý luận về sản phẩm du lịch và sản phẩm du lịch đặc thù ở chương 1, cho thấy ba yếu tố quan trọng với tính khác biệt, nổi trội, độc đáo cấu thành nên sản phẩm du lịch đặc thù là cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch; tài nguyên, môi trường du lịch; dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch.

- Căn cứ vào thực trạng du lịch tại Hải Phòng ở chương 2, thành phố Hải Phòng chưa có sản phẩm du lịch đặc thù nào đặc biệt để thu hút khách du lịch trong nước, các công ty, doanh nghiệp chưa đủ lớn mạnh để tạo chuyển biến cho phát triển du lịch tại Hải Phòng, cũng như tạo ra sản phẩm du lịch đặc thù riêng cho Hải Phòng

- Căn cứ vào định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng ở phần 3.1 cũng chỉ rõ rằng nên đẩy mạnh, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng để thu hút khách du lịch trong nước, đồng thời quảng bá hình ảnh du lịch của Hải Phòng với nền văn hóa lâu đời, và hình ảnh du lịch Việt nam nói chung.

3.2.3. Nội dung thực hiện giải pháp 1

Nội dung của giải pháp hướng tới phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng với tên sản phẩm **“Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan”**. Qua phân tích tại chương 2, có thể thấy rằng Hải Phòng có tiềm năng du lịch phong phú và đa dạng, có những lợi thế so với các địa phương khác trong vùng và trên cả nước. Đây sẽ là những giá trị đặc thù tạo nên sản phẩm du lịch đặc thù phù hợp với khách du lịch. Từ trước tới giờ, Hải Phòng luôn được coi là **“Cái Nôi của nền Văn hóa”** và là nơi có cảnh quan thiên nhiên đẹp, hấp dẫn ở vùng Đồng bằng Bắc bộ, gắn liền với làng xã, văn hóa lễ hội tâm linh, tất cả mọi chuyện (nắng, mưa, mùa màng, sức khỏe, may mắn...) đều phụ thuộc vào yếu tố văn hóa tâm linh. Chính vì vậy trải qua hàng trăm năm, nơi đây có nhiều lễ hội, nhiều di tích, nhiều công trình kiến trúc, nhiều cảnh quan đã thấm sâu vào tâm trí mỗi người dân thành phố và người dân Việt Nam. Đây là giá trị văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan độc đáo, đặc trưng của Hải Phòng có thể khai thác phát triển sản phẩm du lịch đặc thù mang yếu tố văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan. Để có một sản phẩm du lịch đặc thù cần có đủ ba yếu tố sau: [7, 6]

3.2.3.1. Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch phục vụ khách nội địa

❖ Cơ sở hạ tầng

Dựa vào phân tích thực trạng sản phẩm du lịch tại Hải Phòng ở chương 2 phần 2.2.1, thấy Hải Phòng có hệ thống giao thông phát triển ở nước ta và hội tụ đầy đủ các loại hình giao thông: đường bộ- đường sắt - đường thủy- đường không, đường biển, thuận lợi cho việc liên kết phát triển du lịch nói chung và các tuyến du lịch văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan - sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng nói riêng.

❖ Cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch

Nhìn chung, cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch tại Hải Phòng còn phát triển chưa đồng đều, ảnh hưởng tới sự phát triển của sản phẩm du lịch đặc thù, đặc biệt là ảnh hưởng tới số lượng ngày mà khách ở tại các cơ sở lưu trú và sử dụng dịch vụ ăn uống tại các nhà hàng.

Một số ví dụ về cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch làm ảnh hưởng tới sự quyết định đi du lịch của người dân Việt Nam:

Tại các điểm du lịch nổi tiếng, dự đoán mùa lễ hội năm 2016 có hàng nghìn lượt khách. Tuy nhiên các cơ sở lưu trú phục vụ khách rất kém, kỹ thuật du lịch lạc hậu, không thể đáp ứng được nhu cầu của khách muốn lưu trú qua đêm khi đi du lịch trong khu vực, mà phải quay ra các nơi khác để sử dụng dịch vụ

Bên cạnh đó, tại các khu du lịch, các khu di tích lịch sử, văn hóa, tâm linh như: đền, chùa, miếu, đình, các điểm du lịch nổi tiếng rất khó để có thể tìm được các nhà vệ sinh cho khách du lịch, nếu có thì cũng không đủ quy mô, yêu cầu để phục vụ nhu cầu của lượng lớn khách du lịch ghé thăm. Hệ thống nhà hàng, ăn uống



phục vụ khách du lịch chưa đạt chất lượng, xảy ra nhiều hiện tượng như vệ sinh an toàn thực phẩm, ô nhiễm nguồn nước, dẫn đến ngộ độc thực phẩm. Những người làm trong các nhà hàng ăn uống chưa được đào tạo thống nhất, chỉ làm theo hiểu biết và nhận thức cá nhân chứ không theo quy chuẩn



3.2.3.2. Tài nguyên và môi trường du lịch phục vụ khách nội địa

Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn, nhưng để khai thác sản phẩm du lịch đặc thù dành cho khách du lịch nội địa tại Hải Phòng – **“Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan”**, thì sẽ chỉ tập trung vào các tài nguyên du lịch nhân văn của Hải Phòng. Tuy nhiên với việc đa dạng hóa về sản phẩm và nhu cầu của khách du lịch nội địa thì Hải Phòng cần kết hợp cả các giá trị của tài nguyên du lịch tự nhiên, để cấu thành nên một sản phẩm đặc thù cho khách du lịch nội địa. Thành phố Hải Phòng là nơi có mật độ di tích lịch sử, văn hóa quốc gia, danh lam thắng cảnh, lễ hội dân gian khá nhiều và sản phẩm du lịch nhân văn hết sức phong phú, đa dạng. Điều này có thể tạo nên một sản phẩm du lịch đặc thù có khả năng quảng bá điểm đến cho Hải Phòng với mục đích thúc đẩy khách nội địa

❖ Tài nguyên du lịch nhân văn

Là nơi hội tụ những tinh hoa văn hóa, kiến trúc rất đặc sắc vì vậy Hải Phòng có hệ thống tài nguyên du lịch nhân văn nổi bật thể hiện qua các Di tích lịch sử - văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, khảo cổ; Lễ hội văn hóa dân gian; Ca múa nhạc; Âm thực... Đây là cơ sở để phát triển các loại hình và sản phẩm du lịch đặc trưng và có sức hấp dẫn khách cao. Tuy nhiên, theo nghiên cứu của người làm đề tài, để thực hiện giải pháp 1 – phát triển sản phẩm du lịch đặc thù **“Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan”** thì người nghiên cứu chỉ tập trung chủ yếu vào phân tích các lễ hội văn hóa dân gian, các đình, đền, chùa, miếu, công trình kiến trúc để phục vụ cho việc phát triển sản phẩm. Tuy nhiên tác giả cũng muốn kết hợp thêm các giá trị về cảnh quan nhằm đáp ứng các nhu cầu đa dạng của khách nội địa và để đáp ứng được tính phù hợp của sản phẩm đặc thù của Thành phố Hải Phòng

Từ xưa đến nay, con người luôn phụ thuộc vào yếu tố văn hóa tâm linh, văn hóa tâm linh, là đời sống tinh thần của ông cha ta. Đó chính là nguồn gốc của các ngôi đền, chùa, miếu mạo, các lễ hội, lập nên để thờ cúng, cầu mong cho mùa màng bội thu, cây cối động vật con người sinh sôi, nảy nở, mọi thứ thuận buồm xuôi gió. Đời sống văn hóa, tâm linh của người dân rất phong phú, thể hiện qua sự

phát triển của các loại tín ngưỡng và tôn giáo, trước hết là đạo Phật. Nói đến Hải Phòng là nói đến mảnh đất có rất nhiều ngôi chùa, với những ngôi chùa nổi tiếng như chùa Đồ, chùa Hang, chùa Hàng, chùa Phở Chiếu,... Các chùa ở đây được xây dựng trong sự hòa hợp với môi trường tự nhiên, sơn thủy hữu tình, đáp ứng với quan niệm về thế giới quan và thẩm mỹ truyền thống của nhân dân. Phật giáo đã đi vào đời sống của người dân địa phương, hầu như làng nào cũng có chùa và những sinh hoạt lễ hội xung quanh ngôi chùa.

Một số lễ hội, điểm đến văn hóa tâm linh tiêu biểu được diễn ra tại Hải Phòng thể hiện sự văn hóa tâm linh và tín ngưỡng của người dân Hải Phòng (*Xem phụ lục 2, mục 4*)

Trong quá trình phát triển du lịch văn hóa, tâm linh và kiến trúc phải luôn gắn với phát huy các giá trị văn hóa, bảo vệ môi trường, cảnh quan để du khách có thể cảm nhận được nét đẹp văn hóa của con người ở vùng đất đó. Bên cạnh đó, phải có sự tham gia của chính người dân địa phương trong việc bảo tồn và gìn giữ các giá trị di sản văn hóa của địa phương, tạo sự kết nối để hình thành các tuyến du lịch văn hóa, tâm linh và kiến trúc chuyên đề tạo ra những trải nghiệm hết sức ấn tượng cho du khách

❖ Môi trường du lịch

Ngoài các tác động khách quan của tự nhiên và thời tiết (mưa đá, axit, lũ lụt, hạn hán...) gây hư hại, tàn phá tài nguyên và gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng; dân cư sở tại và ý thức (đốt nương, nổ mìn, chặt cây...) làm ảnh hưởng đến môi trường và cảnh quan của Hải Phòng, thì số lượng khách cũng làm suy thoái tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường (rác thải).

Lễ hội làng cá Cát Bà là một trong những lễ hội tiêu biểu của Thành phố Hải Phòng, nhằm ghi nhớ sự kiện Bác Hồ kính yêu về thăm làng cá Cát Hải vào ngày 1/4/1959, từ đó đến nay, ngày 31/3 hàng năm đã trở thành ngày lễ hội làng cá, thời điểm ra quân đánh cá vụ nam của ngư dân huyện đảo và cũng là ngày khai mùa du lịch Cát Bà. Nhưng sau lễ hội, hình ảnh du lịch Việt Nam trở nên thật xấu xí do ý thức của người dân, của khách du lịch tham gia lễ hội, nhìn đâu cũng thấy rác. Khắp

mọi nơi, các bậc thềm, các bãi cỏ...đâu đâu cũng thấy rác. Rác được bày, bỏ mọi chỗ có thể. Đồ ăn, túi nilon, vỏ bánh kẹo, vỏ chai nước uống...được để lại ngay những nơi họ vừa ngồi hoặc nghỉ ngơi. Rác phủ trắng cả một vùng lễ hội.

Hay tại 2 trung tâm du lịch lớn của Hải Phòng là Đồ Sơn và Cát Bà nơi có giá trị về cảnh quan, hàng năm vào mùa du lịch 2 trung tâm này cũng đón một lượng khách rất lớn từ khắp mọi nơi đổ về tuy nhiên điều đó cũng có nghĩa là tình trạng ô nhiễm môi trường như nguồn nước, hay rác thải sẽ tăng cao và khó kiểm soát.

3.2.3.3. Dịch vụ du lịch, quản lý du lịch, và hình ảnh du lịch đối với khách nội địa

❖ Dịch vụ du lịch

Nhìn chung dịch vụ du lịch tại Hải Phòng còn đơn sơ, theo hướng tiểu nông làm du lịch, vì vậy dẫn đến tình trạng chất lượng dịch vụ kém, nhưng giá cả lại đắt, cao hơn các địa phương khác, các nước khác có chất lượng dịch vụ cao hơn

❖ Quản lý du lịch

Hải Phòng là một trong 5 thành phố trực thuộc Trung ương và là một trong ba thành phố lớn của cả nước. Thực tế quản lý phát triển du lịch của Hải Phòng giai đoạn vừa qua như sau:

- Quản lý sự phát triển du lịch trên phạm vi vùng trong đó có Thành phố Hải Phòng thuộc nhiệm vụ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trực tiếp là Tổng cục Du lịch.
- Quản lý phát triển ngành du lịch của Thành phố thuộc UBND Thành phố Hải Phòng, cơ quan tham mưu là Sở Du lịch, và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- Quản lý phát triển du lịch cấp quận, huyện thuộc UBND các quận, huyện, cơ quan tham mưu là phòng Văn hóa Thông tin quận, huyện.

❖ Hình ảnh du lịch

Du khách khi đến với Thành phố Hải Phòng vẫn chưa thể xác định được đâu là hình ảnh riêng, mang đậm nét văn hóa riêng biệt của một Thành phố biển. Điều này còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố, ví dụ như cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật du lịch, tài nguyên và môi trường du lịch, quản lý và môi trường du lịch... các yếu tố này cần phải có sự liên kết, thống nhất, để tạo ra một sản phẩm du lịch đặc thù, để từ đó tạo được hình ảnh du lịch, tạo nét riêng độc đáo khi nhắc tới Hải Phòng với khách du lịch nội địa

Ví dụ, khi đến với Huyện Vĩnh Bảo, nhiều người dân và du khách có thể biết đến Khu di tích và đền thờ Trình quốc công Nguyễn Bình Khiêm niềm tự hào, nơi hội tụ tinh hoa học vấn-trí tuệ của người Vĩnh Bảo xưa và nay... Đến với Quận Đồ Sơn, người dân nơi đây tự hào với bến tàu không số (k15) huyền thoại, Chùa Hang, đền Bà Đẻ, Bến nghiêng, Châu tháp Tường Long. Đến với trung tâm Thành phố nhiều người dân và du khách có thể biết đến Nhà hát lớn, Quán hoa, Đền nghè, tượng bà nữ tướng Lê Chân, Bảo tàng Hải Phòng, Cảng Hải Phòng là biểu tượng của Thành phố Hải Phòng



Nhưng khi nhắc tới du lịch Hải Phòng thì chưa ai có thể khẳng định đâu là hình ảnh đặc trưng du lịch của Thành phố. Việc này cần được thực hiện và triển khai nhanh để có thể tạo dựng hình ảnh, thu hút khách du lịch đến với Hải Phòng

Từ những phân tích về nội dung đề phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng – **“Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan”** trên, người làm đề tài nhận thấy rằng chưa thể đưa ra một sản phẩm du lịch đặc thù dài ngày bởi sự liên kết phát triển du lịch giữa các điểm, khu tại Hải Phòng còn chưa cao; cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch còn yếu kém, chưa đồng bộ; môi trường du lịch còn bị ảnh hưởng quá nhiều bởi ý thức của người tham gia du lịch; vậy nên kéo theo hình ảnh du lịch Hải Phòng không đẹp trong mắt du khách.

⇒ Sản phẩm du lịch đặc thù – **“Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan”** cho khách du lịch nội địa được thiết kế dựa trên: *(Xem phụ lục 3, mục 1)*

- Xác định thị trường mục tiêu
- Đặc trưng của điểm đến
- Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù gồm: Marketing quảng cáo, đưa ra các chính sách, thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù, marketing quảng bá sản phẩm, phản hồi

3.2.4. Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 1

Bảng 3.4: Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 1 trong thời gian từ tháng 10/2017 - tháng 6/2018

TT	Việc cần làm	2017			2018					
		10	11	12	1	2	3	4	5	6
1	Lập kế hoạch, ngân sách dự kiến									
2	Lập kế hoạch (có ngân sách)									
3	Xác định thị trường mục tiêu									
4	Tìm hiểu về điểm đến									
5	Xây dựng sản phẩm du lịch									
	- Marketing quảng cáo									
	- Đưa ra các chính sách									
	- Thiết kế chương trình du lịch									
	- Khảo sát chương trình									
	- Marketing quảng bá sản phẩm									
	- Phản hồi về sản phẩm									
6	Nghiệm thu sản phẩm									

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

3.2.5. Dự kiến kinh phí thực hiện giải pháp 1

Dựa trên phần nội dung thực hiện giải pháp, người làm đề tài đã tham khảo và quyết định thực hiện tính giá sản phẩm du lịch như bảng dưới đây:

Bảng 3.5: Dự toán chi phí thực hiện giải pháp 1

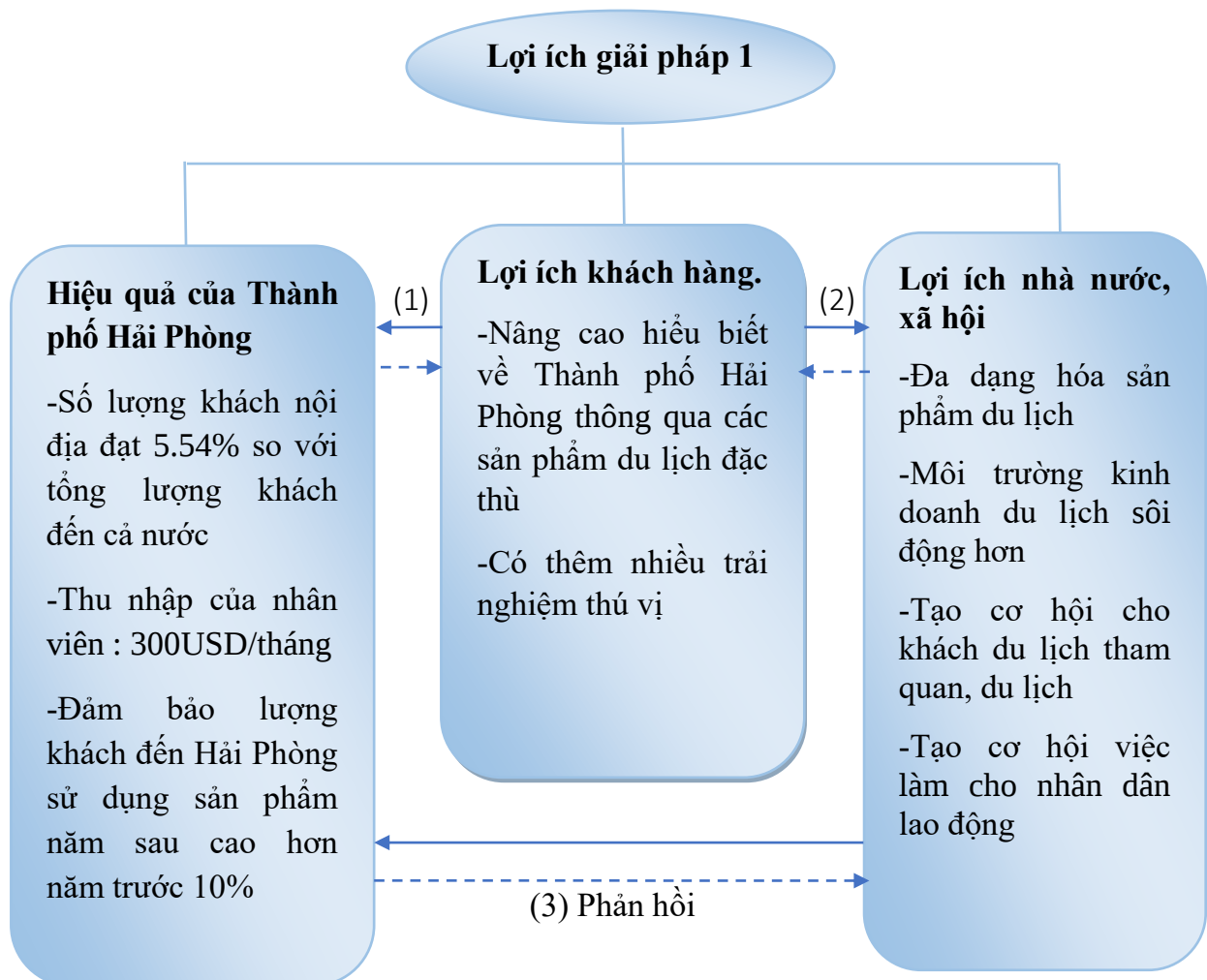
Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Nội dung	Tổng chi phí
1	Phân tích thị trường	3
2	Marketing quảng cáo	6
3	Thiết lập chính sách	2.5
4	Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù	12
5	Marketing sản phẩm	8
6	Phản hồi, chỉnh sửa sản phẩm	3
Tổng		34.5

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]



3.2.6. Lợi ích từ giải pháp 1



Sơ đồ 3.1: Lợi ích của giải pháp 1

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

3.3. Giải pháp 2: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng – “Nét đẹp Hải Phòng” cho khách du lịch quốc tế

3.3.1. Mục tiêu của giải pháp 2

Việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch quốc tế nhằm đạt được các mục tiêu sau:

- Xác định rõ sản phẩm đặc thù tại Hải Phòng dành riêng cho khách quốc tế.

- Phát triển sản phẩm đặc thù tại Hải Phòng phù hợp với nhu cầu thị trường, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách nước ngoài, khai thác có hiệu quả giá trị tài nguyên du lịch đặc thù, tạo dựng thương hiệu và hình ảnh du lịch.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng khả năng thu hút khách hàng mục tiêu để tăng doanh thu và hiệu quả kinh doanh. Đến năm 2020 lượng khách đạt 900 nghìn lượt, trung bình chiếm 6.78% tổng lượng khách du lịch quốc tế đi du lịch trên cả nước

3.3.2. Căn cứ đề xuất

- Căn cứ vào cơ sở lý luận về sản phẩm du lịch và sản phẩm du lịch đặc thù ở chương 1, cho thấy ba yếu tố quan trọng với tính khác biệt, nổi trội, độc đáo cấu thành nên sản phẩm du lịch đặc thù là cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch; tài nguyên, môi trường du lịch; dịch vụ, quản lý và hình ảnh du lịch.

- Căn cứ vào thực trạng du lịch tại Thành phố Hải Phòng ở chương 2, du lịch Hải Phòng chưa có sản phẩm du lịch đặc thù nào đặc biệt để thu hút khách du lịch nước ngoài, các công ty, doanh nghiệp chưa đủ lớn mạnh để tạo chuyển biến cho phát triển du lịch của Hải Phòng.

- Căn cứ vào định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng ở phần 3.1 cũng chỉ rõ rằng nên đẩy mạnh, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng để thu hút khách du lịch nước ngoài, đồng thời quảng bá hình ảnh du lịch Hải Phòng với nền văn hóa miền biển nói riêng, và hình ảnh du lịch Việt nam nói chung đến bạn bè trên toàn Thế giới

3.3.3. Nội dung thực hiện giải pháp 2

Nội dung của giải pháp hướng tới phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách quốc tế với tên sản phẩm ***“Nét đẹp Hải Phòng”***. Qua phân tích tại chương 2, có thể thấy rằng Hải Phòng là vùng giàu tiềm năng du lịch. Nếu biết khai thác, nơi đây có thể phát triển và mở rộng các loại hình du lịch cho khách quốc tế như: du lịch sinh thái, du lịch biển đảo, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa- lịch sử - tâm linh. Tiềm năng du lịch của Hải Phòng rất lớn, tuy nhiên muốn biến các tiềm năng thành hiện thực thì phải thực hiện các chiến lược, quy hoạch và hệ thống cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật du lịch, đầu tư cho môi trường du lịch, tài nguyên du lịch

và hệ thống quản lý, chính sách, hình ảnh du lịch. Hiện nay, lợi thế lớn nhất của Hải Phòng chính là du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng và du lịch sinh thái. Vì vậy, người làm đề tài sẽ tập trung khai thác hai loại hình du lịch này cho khách du lịch quốc tế trong những năm tiếp theo.[2]

3.3.3.1. Cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch phục vụ khách quốc tế

❖ Cơ sở hạ tầng

Dựa vào phân tích thực trạng sản phẩm du lịch tại Thành phố Hải Phòng ở chương 2 phần 2.2.1, thấy Hải Phòng có hệ thống giao thông phát triển thuộc diện nhất nước và hội tụ đầy đủ các loại hình giao thông: đường bộ- đường sắt – đường biển - đường thủy- đường không, thuận lợi cho việc liên kết phát triển du lịch nói chung và các tuyến du lịch biển đảo- sản phẩm du lịch đặc thù Hải Phòng nói riêng.

❖ Cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch

Nhìn chung, cơ sở vật chất, kỹ thuật du lịch tại Hải Phòng còn phát triển chưa đồng đều, sự liên kết các tuyến chưa được thực hiện, ảnh hưởng tới sự phát triển của sản phẩm du lịch đặc thù, đặc biệt là ảnh hưởng tới số lượng ngày mà khách ở tại các cơ sở lưu trú và sử dụng dịch vụ ăn uống tại các nhà hàng. Đối với khách du lịch quốc tế thì họ rất coi trọng những điều đó, vậy nên cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cần được nâng cao đồng đều về mặt chất lượng, để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch quốc tế.

Trong thời gian gần đây, đã có một số trường hợp cơ sở lưu trú thực hiện không đúng quy tắc dọn phòng, dẫn đến tình trạng không chỉ ảnh hưởng trực tiếp tới khách du lịch quốc tế (người Nhật) về mặt vệ sinh, mà còn ảnh hưởng đến các cấp quản lý, tạo ra hình ảnh làm du lịch xấu trong mắt du khách quốc tế.

Các cơ sở lưu trú nói riêng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch nói chung cần phải có trách nhiệm đảm bảo quy trình, tạo cho khách du lịch cảm giác an toàn, thoải mái, sạch đẹp, tiện nghi, đáp ứng mọi nhu cầu của khách khi cần thiết. Điều này, sẽ giúp cải thiện số lượng khách du lịch đến với Hải Phòng

3.3.3.2. Tài nguyên và môi trường du lịch phục vụ khách quốc tế

Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch nhân văn, nhưng để khai thác sản phẩm du lịch đặc thù cho khách du lịch quốc tế tại Hải Phòng – “**Nét đẹp Hải Phòng**”, thì sẽ chỉ tập trung vào các tài nguyên du lịch tự nhiên của Hải Phòng là vùng đất giàu tiềm năng du lịch, bên cạnh các danh lam thắng cảnh tiêu biểu như: Cát Bà, Đồ Sơn,.. Hải Phòng còn là nơi chứa đựng một di sản thế giới được UNESCO công nhận như: Khu dự trữ sinh quyển thế giới quần đảo Cát Bà.

❖ Môi trường du lịch

Ngoài các tác động khách quan của tự nhiên và thời tiết (mưa đá, axit, lũ lụt, hạn hán...) gây hư hại, tàn phá tài nguyên và gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng; dân cư sở tại và ý thức (đốt nương, nổ mìn, chặt cây...) làm ảnh hưởng đến môi trường và cảnh quan của du lịch Hải Phòng, thì số lượng khách quá đông cũng làm suy thoái tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường (rác thải).

Ví dụ, liên quan đến sự phát triển du lịch Cát Bà, Đồ Sơn nhiều doanh nghiệp du lịch cho rằng: việc khai thác du lịch Cát Bà, Đồ Sơn đang phụ thuộc vào thời tiết. Cát Bà, Đồ Sơn luôn quá tải vào mùa hè trong khi mùa đông thì vắng khách. Điều này, là tác động khách quan của tự nhiên và thời tiết. Vì vậy, du lịch biển đảo Cát Bà, Đồ Sơn cần phải có sản phẩm để giãn khách vào mùa đông. Cát Bà, Đồ Sơn có lợi thế về những điểm quan sát vịnh, đảo và những di tích lịch sử đặc sắc có thể kéo khách đến trong mùa đông, làm được điều này thì du lịch Cát Bà, Đồ Sơn nói riêng và Thành phố Hải Phòng nói chung sẽ dần khắc phục được tính mùa vụ trong du lịch.



3.2.3.3. Dịch vụ du lịch, quản lý du lịch, và hình ảnh du lịch đối với khách quốc tế**❖ Dịch vụ du lịch**

Nhìn chung dịch vụ du lịch tại Hải Phòng còn đơn sơ, nghèo nàn, theo hướng tiểu nông làm du lịch, vì vậy dẫn đến tình trạng chất lượng dịch vụ kém, nhưng giá cả lại đắt đỏ, cao hơn các địa phương du lịch khác, các nước khác có chất lượng dịch vụ cao hơn

❖ Quản lý du lịch

Hải Phòng là một trong 5 thành phố trực thuộc Trung ương và là một trong ba thành phố lớn của cả nước. Thực tế quản lý phát triển du lịch của Hải Phòng giai đoạn vừa qua như sau:

- Quản lý sự phát triển du lịch trên phạm vi vùng trong đó có Thành phố Hải Phòng thuộc nhiệm vụ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trực tiếp là Tổng cục Du lịch.
- Quản lý phát triển ngành du lịch của Thành phố thuộc UBND Thành phố Hải Phòng, cơ quan tham mưu là Sở Du lịch, và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- Quản lý phát triển du lịch cấp quận, huyện thuộc UBND các quận, huyện, cơ quan tham mưu là phòng Văn hóa Thông tin quận, huyện.

❖ Hình ảnh du lịch

Du khách khi đến với Thành phố Hải Phòng vẫn chưa thể xác định được đâu là hình ảnh riêng, mang đậm nét đặc trưng của Thành phố cảng. Điều này còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố, ví dụ như cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật du lịch, tài nguyên và môi trường du lịch, quản lý và môi trường du lịch... các yếu tố này cần phải có sự liên kết, thống nhất, để tạo ra một sản phẩm du lịch đặc thù, để từ đó tạo được hình ảnh với du khách quốc tế

Nhiều du khách nước ngoài khi đi du lịch rất hay bắt gặp những hình ảnh không đẹp của du lịch Việt Nam. Từ việc chen lấn xô đẩy khi xếp hàng, ăn uống bừa bãi, hoang phí khi lấy thức ăn, vứt xả rác bừa bãi, mất trật tự mọi lúc mọi nơi,... đều là những hành động ảnh hưởng tới hình ảnh du lịch của đất nước. Là người dân Việt Nam, là người làm du lịch, chúng ta cần có trách nhiệm phải bảo vệ

hình ảnh du lịch của Hải Phòng, cũng như hình ảnh du lịch Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế.

⇒ Từ những phân tích về nội dung để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng – **“Nét đẹp Hải Phòng”** trên, người làm đề tài nhận thấy rằng chưa thể đưa ra một sản phẩm du lịch đặc thù dài ngày bởi sự liên kết phát triển du lịch giữa các điểm, các khu du lịch còn chưa cao; cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch còn yếu kém, chưa đồng bộ; môi trường du lịch còn bị ảnh hưởng quá nhiều bởi ý thức của người tham gia du lịch; vậy nên kéo theo hình ảnh du lịch của Hải Phòng không đẹp trong mắt du khách quốc tế.

⇒ Sản phẩm du lịch đặc thù – **“Nét đẹp Hải Phòng”** cho khách du lịch quốc tế được thiết kế dựa trên: (Xem phụ lục 3, mục 2)

- Xác định thị trường mục tiêu
- Đặc trưng của điểm đến
- Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù gồm: Marketing quảng cáo, đưa ra các chính sách, thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù, marketing quảng bá sản phẩm, phản hồi.

3.3.4. Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 2

Bảng 3.6: Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 2 trong thời gian từ tháng 10/2017 - tháng 6/2018

TT	Việc cần làm	2017			2018					
		10	11	12	1	2	3	4	5	6
1	Lập kế hoạch, ngân sách dự kiến									
2	Lập kế hoạch (có ngân sách)									
3	Xác định thị trường mục tiêu									
4	Tìm hiểu về điểm đến									
5	Xây dựng sản phẩm du lịch									
	- Marketing quảng cáo									
	- Đưa ra các chính sách									
	- Thiết kế chương trình du lịch									
	- Khảo sát chương trình									
	- Marketing quảng bá sản phẩm									
	- Phản hồi về sản phẩm									
6	Nghiệm thu sản phẩm									

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

3.3.5. Dự kiến kinh phí thực hiện giải pháp 2

Dựa vào nội dung thực hiện giải pháp 2, người làm đề tài đã tham khảo và đưa ra bảng dự toán chi phí dưới đây:

Bảng 3.7: Dự toán chi phí thực hiện giải pháp 2

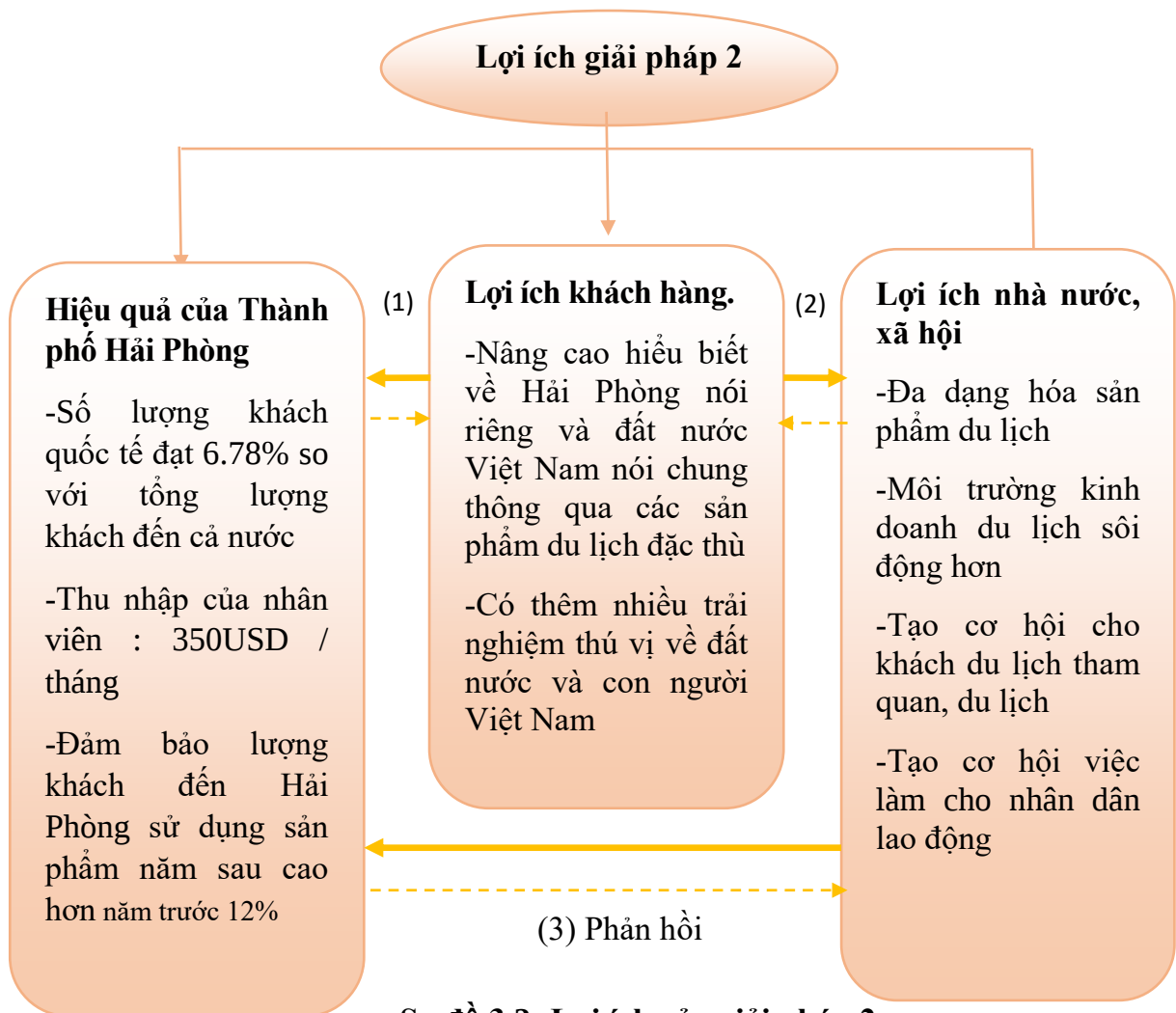
Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Nội dung	Tổng chi phí
1	Phân tích thị trường khách nước ngoài	3,5
2	Marketing quảng cáo	8
3	Thiết lập chính sách	2.5
4	Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù	15
5	Marketing sản phẩm	9
6	Phản hồi, chỉnh sửa sản phẩm	3
Tổng		41

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]



3.3.6. Lợi ích từ giải pháp 2



Sơ đồ 3.2: Lợi ích của giải pháp 2

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

3.4. Giải pháp 3: Xúc tiến quảng bá về sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng

3.4.1. Mục tiêu của giải pháp 3

Mục đích của công tác tuyên truyền quảng bá du lịch nhằm mang lại doanh thu cao, trong đó lợi nhuận tối đa, góp phần phát triển kinh tế đất nước, đưa du lịch Việt Nam theo kịp các nước đi trước trong khu vực.

Thông qua công tác thông tin, tuyên truyền quảng bá nhằm quán triệt sâu rộng trong cán bộ, các tầng lớp nhân dân nâng cao nhận thức về vị trí, vai trò của du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, mang nội dung văn hóa sâu sắc, có tính liên ngành,

liên vùng và xã hội hóa cao, đem lại hiệu quả tích cực cho phát triển kinh tế - xã hội, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo nhiều việc làm, xóa đói giảm nghèo; tạo điều kiện thuận lợi và bảo đảm môi trường cho phát triển du lịch.

Bên cạnh đó, tăng cường việc tuyên truyền, phổ biến, vận động nhân dân tự giác và tích cực tham gia giữ gìn an ninh trật tự, vệ sinh môi trường, tích cực tham gia xây dựng điểm đến An toàn - Thân thiện - Chất lượng; Tăng cường thực hiện nếp sống văn minh, lịch sự, tôn trọng pháp luật; Xây dựng phong trào ứng xử văn minh, có thái độ cởi mở, chân thành đối với khách du lịch trong và ngoài nước, để đạt được số lượng khách như dự báo ở giải pháp 1 và giải pháp 2

3.4.2. Căn cứ đề xuất

Căn cứ từ cơ sở lý luận ở chương 1, cần phải lên kế hoạch để truyền thông quảng bá cho sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng

Căn cứ vào thực trạng được phân tích ở chương 2, nếu chỉ với tài nguyên đa dạng phong phú, văn hóa đậm đà bản sắc thì chưa thể thu hút được khách du lịch đến với Hải Phòng, mà cần phải có các phương án truyền thông, quảng bá giúp cho du lịch Hải Phòng phát triển mạnh mẽ hơn.

Căn cứ vào định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng cũng chỉ ra rõ rằng nên đẩy mạnh việc phát triển, đẩy mạnh truyền thông quảng bá hình ảnh du lịch là một lợi thế lớn kích thích du lịch của du khách, từ đó tạo lợi ích, lợi nhuận cho Thành phố Hải Phòng

3.4.3. Nội dung thực hiện giải pháp 3

3.4.3.1. Quảng bá, xúc tiến du lịch theo các phương pháp truyền thống:

Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch đã được các cấp, các ngành và thành phố quan tâm, đẩy mạnh tuyên truyền trên các phương tiện thông tin truyền thông của Trung ương, thành phố. Nâng cấp và cập nhật thông tin thường xuyên trên các Website du lịch Hải Phòng, Cát Bà và Đồ Sơn. Phát hành nhiều ấn phẩm tuyên truyền cho du lịch thành phố: tập gấp, áp phích, bài thuyết minh tour du lịch, đĩa hình, sách hướng dẫn du lịch, bản đồ du lịch... bằng tiếng Việt, Anh, Trung; thường

xuyên duy trì nâng cấp Website du lịch: www.haiphongtourism.gov.vn bằng 2 thứ tiếng Anh, Việt, đang bổ sung thêm tiếng Trung Quốc.

Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, tiềm năng phát triển du lịch, các giá trị văn hóa tiêu biểu trên địa bàn thành phố thông qua các phương tiện thông tin đại chúng trong nước và quốc tế: Cổng thông tin điện tử thành phố, Tạp chí Du lịch, Tạp chí Đối ngoại Hải Phòng, Vietnam Today, các kênh truyền hình có tỷ suất người xem lớn như VTV1, VTV3, VTV4, VTV9, VTC, VOV, HTV, BTV...

Từ năm 2013, chuyên đề truyền hình Tạp chí Du lịch do Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch phối hợp với Đài Phát thanh và Truyền hình Hải Phòng thực hiện đã tổ chức tuyên truyền quảng bá nhiều chương trình du lịch liên kết vùng với Hà Nội, Quảng Ninh, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình, Vĩnh Phúc, Thái Nguyên, Bắc Giang, Hưng Yên, Hải Dương...

Bên cạnh đó, sử dụng các phương pháp và công cụ E-marketing trong công tác xúc tiến, quảng bá và tiếp thị điểm đến, ứng dụng các công cụ của google nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch. Triển khai nhiệm vụ nghiên cứu xây dựng bản đồ điện tử du lịch thành phố Hải Phòng...

3.4.3.2. Tổ chức các sự kiện gắn với du lịch:

Tổ chức thành công các sự kiện: Năm Du lịch quốc gia Đồng bằng sông Hồng - Hải Phòng 2013; Lễ kỷ niệm 60 năm Ngày giải phóng Hải Phòng; Lễ hội Hoa Phượng Đỏ hàng năm; Lễ hội kỷ niệm Ngày Bác Hồ về thăm Làng cá Cát Bà; Lễ hội Đồ Sơn - Biển gọi; Lễ hội kỷ niệm 430 năm ngày mất Danh nhân văn hóa Nguyễn Bình Khiêm, Khu di tích đền Trạng Trình đón nhận Bằng xếp hạng di tích quốc gia đặc biệt. Các lễ hội này đã góp phần quảng bá hình ảnh, tiềm năng du lịch Hải Phòng nói riêng và du lịch Việt Nam nói chung đến với bạn bè trong nước, quốc tế.

3.4.3.3. Các hoạt động khác:

+ Phối hợp với Vietnam Airlines, Jetstar Pacific Airlines và Vietjet Air xúc tiến, mở các đường bay mới Hải Phòng - Nha Trang, Hải Phòng - Ban Mê Thuột, Hải Phòng - Pleiku, Hải Phòng - Phú Quốc, Hải Phòng - Đà Lạt và các đường bay quốc tế Hải Phòng - Ôn Châu, Hải Phòng - Changsa (Trung Quốc).

+ Tổ chức đón các đoàn Famtrip, Presstrip trong nước và quốc tế tới Hải Phòng khảo sát, nghiên cứu, liên kết phát triển du lịch. Thường xuyên trao đổi thông tin hoạt động du lịch, trao đổi các chương trình sự kiện xúc tiến du lịch với các tỉnh, thành phố trong khu vực Duyên hải Đông Bắc và trên cả nước, xây dựng các chương trình du lịch liên vùng, xuất bản ấn phẩm du lịch chung, chia sẻ thông tin và liên kết Website du lịch.

+ Tham gia nhiều hội chợ, liên hoan du lịch trong nước và quốc tế: Lễ hội văn hóa, ẩm thực các tỉnh, thành phố phía Bắc tại Lễ hội Du lịch Hạ Long; Liên hoan du lịch quốc tế Hà Nội; Hội chợ Du lịch Thái Nguyên; Ngày hội Văn hoá, Thể thao Du lịch các dân tộc Bắc Giang; Hội chợ Du lịch Lạng Sơn; Hội chợ du lịch quốc tế ITE - thành phố Hồ Chí Minh, liên hoan ẩm thực quốc tế Huế, Thailand Travel Mart Plus, Lễ hội biển Brest - Pháp, Incheon - Hàn Quốc, Hội chợ Du lịch - Thương mại Biên mậu Việt - Trung (2014),... Tích cực hưởng ứng Chương trình kích cầu du lịch hàng năm, đặc biệt trong năm 2015 với chủ đề “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam - Mỗi chuyến đi thêm yêu Tổ quốc”.

+ Đăng cai tổ chức các hội nghị, hội thảo, các sự kiện lớn trong nước và quốc tế, thu hút nhiều dự án viện trợ phi chính phủ nước ngoài, tích cực tuyên truyền về tiềm năng phát triển du lịch thành phố tại các hội nghị, chương trình xúc tiến đầu tư với các tỉnh, thành phố trong và ngoài nước, đồng thời mời các đoàn nghệ thuật quốc tế đến biểu diễn tại Hải Phòng.

Nguồn: Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/11/2006 của Ban Thường vụ Thành ủy về phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2006 - 2010, định hướng đến năm 2020- Số: 235 /BC-BCS

3.4.3.4. Tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước. [7, 17- 18]

Tuyên truyền, quảng bá nâng cao nhận thức về du lịch của Thành phố Hải Phòng trên các phương tiện thông tin đại chúng

Xây dựng chương trình giới thiệu về tiềm năng, truyền thống của người dân, các cơ hội đầu tư phát triển, các sản phẩm du lịch đặc thù.. của Thành phố Hải Phòng để phát trên truyền hình Hải Phòng, truyền hình Việt Nam và Đài phát thanh Truyền hình các địa phương; mở chuyên đề về du lịch Hải Phòng trên một số tạp chí chuyên ngành như tạp chí Du lịch Việt Nam, Báo Du lịch...

Phối hợp với tổng công ty Hàng không Việt Nam xây dựng chương trình quảng bá Du lịch, sản phẩm Du lịch..và các tiềm năng du lịch của Hải Phòng trên tập trí Heritage.

Xây dựng các quầy thông tin du lịch tại sân bay, nhà ga, bến cảng, các công ty, các khách sạn lớn, và theo dọc đường bộ, hàng không... để giới thiệu các thông tin cần thiết về du lịch Hải Phòng ở các địa phương

Xây dựng, thuê các biển quảng cáo tấm lớn, bảng điện tử để giới thiệu, quảng bá hình ảnh du lịch Hải Phòng tại cửa ngõ các khu, điểm du lịch quốc gia; các nhà ga; sân bay, bến cảng; các điểm dừng chân dọc quốc lộ; các nút giao thông trong các thành phố lớn; các khách sạn...

Tổ chức hội nghị hội thảo chuyên đề về xúc tiến du lịch: Hằng năm chủ động tổ chức hội nghị, hội thảo với chuyên đề về hoạt động Marketing và xúc tiến phát triển du lịch nhằm tăng cường tính liên kết giữa các ngành, các địa phương, giữa khối nhà nước và tư nhân, nâng cao hiệu quả công tác quảng bá xúc tiến phát triển du lịch.

3.4.3.5. Tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở nước ngoài. [7, 16-17]

Tổ chức các chương trình giới thiệu các sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng ở nước ngoài: Sở du lịch Hải Phòng chủ trì, phối hợp với các cơ quan (Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các Hiệp hội Du lịch ở các địa phương..) tổ chức các chương trình xúc tiến du lịch, các điểm đến du lịch một cách thường xuyên. Ở các thị trường trọng điểm (Pháp, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Singapore, Mỹ...) nhằm thu hút khách du lịch nước ngoài về thăm Hải Phòng. Các chương trình xúc tiến này có thể được tổ chức dưới nhiều hình thức khác nhau

Tổ chức để tham gia các hội chợ du lịch quốc tế ở nước ngoài, tại các hội chợ này có thể xây dựng và giới thiệu gian hàng riêng theo chủ đề đặc trưng của du lịch Hải Phòng. Trong trường hợp hạn chế về các gian hàng hoặc kinh phí thì có thể kết hợp, lồng ghép chúng với gian hàng của Du lịch Việt Nam.

Quảng bá hình ảnh du lịch Hải Phòng trên các phương tiện thông tin đại chúng quốc tế: Với hoạt động này, cần phối hợp lồng ghép với hoạt động truyền thông quảng bá hình ảnh du lịch Hải Phòng (có thể riêng biệt theo từng chủ đề cho

từng sản phẩm) với du lịch cả nước và do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (hoặc Tổng cục Du lịch) thực hiện.

Đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế, tổ chức, tham gia các hội nghị, hội thảo ở nước ngoài nhằm xúc tiến du lịch Hải Phòng: Thành phố hoặc sở du lịch chỉ đạo các đơn vị liên quan chủ động tổ chức các hội nghị, hội thảo quốc tế về xúc tiến đầu tư, xúc tiến phát triển du lịch (trong nước hoặc nước ngoài); hoặc tham gia hội thảo, hội nghị quốc tế, về xúc tiến du lịch trong khu vực, trên thế giới; tranh thủ diễn đàn du lịch; kinh tế quốc tế để giới thiệu nhằm tăng cường hoạt động tuyên truyền quảng bá cho du lịch Hải Phòng

3.4.4. Dự kiến kế hoạch triển khai, thực hiện giải pháp 3 [7, 18]

Thành phố: Tiếp tục có những đề nghị cụ thể đối với Chính phủ trong việc triển khai chương trình hỗ trợ phát triển hạ tầng du lịch, chú trọng tới các dự án hạ tầng có liên quan trực tiếp đến phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng (hoàn thiện đồng bộ các hạng mục...)

Sở du lịch: Chỉ đạo và tổ chức hội nghị, nghiệm thu đề án sau khi tiếp thu ý kiến đóng góp của các đối tượng liên quan, trình Lãnh đạo Thành phố phê duyệt. Sau khi đề án được phê duyệt, tổ chức công bố rộng rãi nội dung đề án tới các địa phương và các đối tượng có liên quan để có chung nhận thức tạo cơ sở cho việc liên kết phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng đã được xác định.

Ủy ban nhân dân Thành phố Hải Phòng căn cứ vai trò, trách nhiệm trong việc tham gia phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, chỉ đạo Sở du lịch Hải Phòng và các Sở, ban, ngành liên quan phối hợp thực hiện các nội dung của đề án và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng

Sở du lịch phối hợp với Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Du lịch Hải Phòng và các địa phương lân cận..., chỉ đạo các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn, xây dựng kế hoạch và lộ trình cụ thể để triển khai thực hiện phát triển những sản phẩm du lịch đặc thù của Thành phố. Đề xuất các nội dung liên kết, các chương trình xúc tiến, quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù, góp phần đẩy mạnh việc hình thành sản phẩm du lịch đặc thù của Hải Phòng.

3.4.5. Dự kiến kinh phí thực hiện giải pháp 3

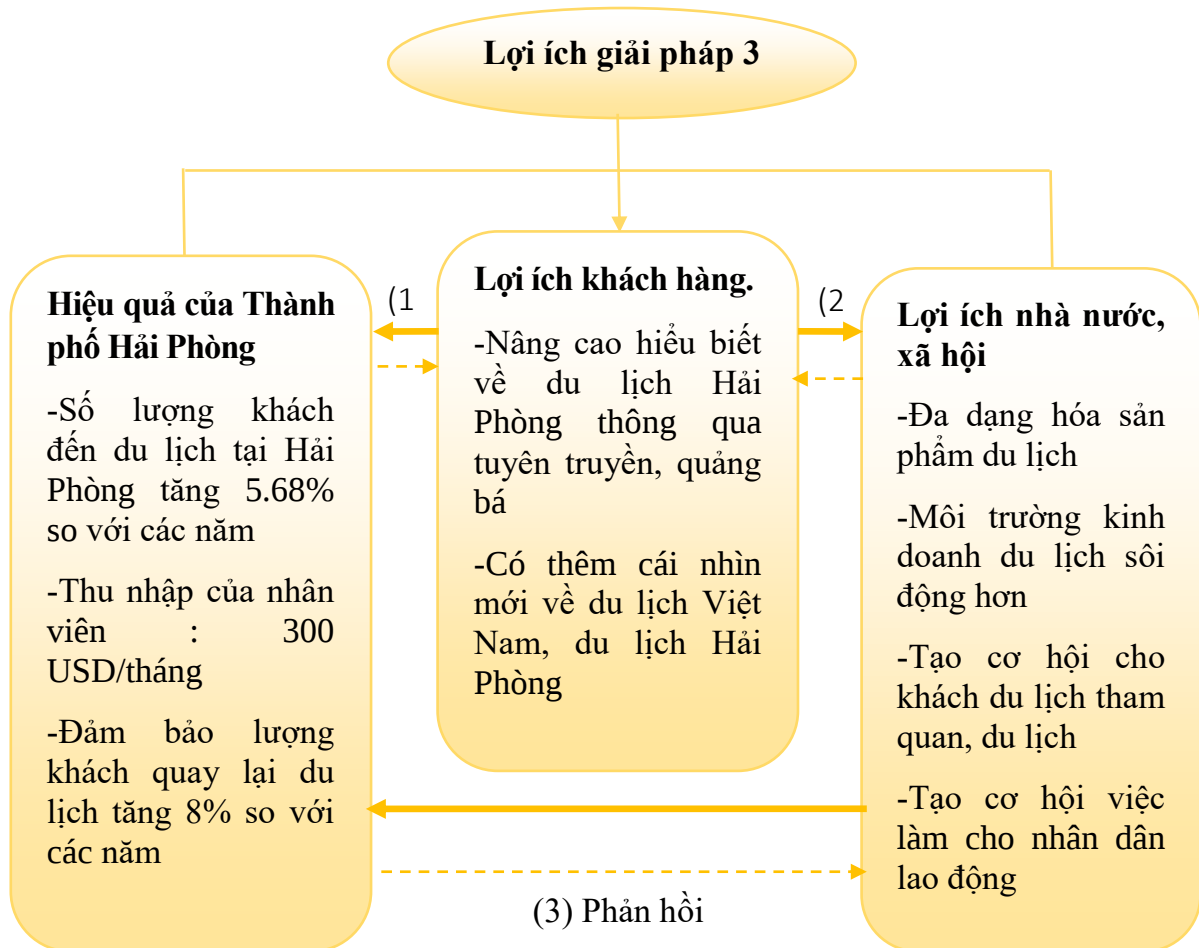
Bảng 3.8: Dự toán chi phí thực hiện giải pháp 3

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Nội dung	Tổng chi phí
1	Lựa chọn thị trường quảng bá	3,5
2	Tuyên truyền quảng bá trong nước	8
3	Tuyên truyền quảng bá nước ngoài	2.5
4	Trang thiết bị, máy móc	15
5	Marketing sản phẩm	9
6	Phản hồi, chỉnh sửa sản phẩm	3
Tổng		41

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

3.4.6. Lợi ích từ giải pháp 3



Sơ đồ 3.3 : Lợi ích của giải pháp 3

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

3.5. Tiểu kết chương 3.

Nói tóm lại, chương 3 giải quyết được các vấn đề nêu ra trong định hướng, tạo tiền đề phát triển sản phẩm du lịch đặc thù trong tương lai:

- Tập trung đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù dành riêng cho du khách dựa trên cơ sở khai thác các giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, đặc sắc, có thể mạnh đặc biệt.

- Đầu tư, xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù phải đảm bảo tính bền vững, ổn định và lâu dài

- Các sản phẩm du lịch đặc thù phải có chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh; đáp ứng nhu cầu và xu thế phát triển của thị trường trong nước và quốc tế.

- Đầu tư xây dựng một số sản phẩm du lịch hấp dẫn, đặc biệt, mang thương hiệu du lịch Hải Phòng và có thể đại diện thương hiệu du lịch quốc gia, mang hình ảnh Việt Nam được bạn bè quốc tế biết đến. [7, 8]

Chương 3 đã giới thiệu về ba giải pháp và đề xuất cách thực hiện các giải pháp đó nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng. Mỗi giải pháp đưa ra đều dựa trên thực tế, những vấn đề còn tồn tại và cách giải quyết, xử lý các giải pháp để tạo ra các lợi ích cho du lịch Hải Phòng. Dưới đây là bảng tổng hợp lợi ích của các giải pháp



Bảng 3.9: Tổng hợp lợi ích của các giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng

Vấn đề tồn tại	Các lợi ích của giải pháp
Giải pháp 1 và 2: Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế	
- Các sản phẩm du lịch ngắn ngày, chưa thể hiện được nét độc đáo, đặc sắc của Hải Phòng - Sản phẩm du lịch chỉ được thiết kế khi có nhu cầu của du khách, không được thiết kế sẵn, khiến khách hàng mất thêm thời gian để chờ đợi - Chưa có thị trường mục tiêu, đối tượng khách cụ thể cần hướng tới	⇒ - Sản phẩm du lịch đặc thù được thiết kế sẵn, tập trung những nét độc đáo của Hải Phòng, để đáp ứng nhu cầu của khách hàng - Xác định thị trường mục tiêu, đối tượng khách mà sản phẩm du lịch đặc thù hướng tới, đó là giới trẻ và khách trung niên
Giải pháp 3: Truyền thông quảng bá các sản phẩm du lịch đặc thù	
- Chưa có xúc tiến quảng bá cấp vùng vì chưa tạo dựng hình ảnh du lịch Hải Phòng - Hầu hết mới tập trung quảng bá cho thị trường khách nội địa - Công tác xúc tiến nhỏ lẻ, rời rạc. Nội dung xúc tiến còn nghèo nàn	⇒ - Quảng bá hình ảnh du lịch Hải Phòng trên các phương tiện thông tin đại chúng quốc tế - Tổ chức, tham gia các hội chợ quốc tế quy mô lớn, uy tín ở nước ngoài - Đẩy mạnh hoạt động hợp tác quốc tế, tham gia hội nghị hội thảo nhằm xúc tiến du lịch Hải Phòng

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

PHẦN KẾT LUẬN & KHUYẾN NGHỊ

1. Kết luận:

Đề tài “**Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch đặc thù tại Thành phố Hải Phòng**” đã cơ bản đạt được mục đích đề ra ban đầu của luận văn, đó là:

- Luận giải cơ sở lý luận về du lịch, sản phẩm du lịch, sản phẩm du lịch đặc thù, và vai trò của sản phẩm du lịch đặc thù trong hoạt động du lịch hiện đại.
- Phân tích và đánh giá thực trạng du lịch Hải Phòng.
- Bước đầu đề xuất các giải pháp nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù cho đối tượng khách du lịch nội địa và nước ngoài.

Bên cạnh đó, luận văn này cũng chỉ ra được lợi ích của việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù cho khách nội địa và khách quốc tế, thông qua sản phẩm du lịch đặc thù cụ thể. Và việc truyền thông, quảng bá nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc thù đó đến người tiêu dùng.

Mặc dù còn thiếu nhiều thời gian để tìm hiểu và nghiên cứu sâu hơn về sản phẩm du lịch đặc thù tại Hải Phòng cho từng đối tượng khách nội địa và quốc tế; cũng như việc truyền thông quảng bá các sản phẩm đó, nhưng các vấn đề được lý giải và phân tích ở ba chương của đề tài khóa luận tốt nghiệp có thể được sử dụng như những cơ sở lý luận và ví dụ cho việc phát triển sản phẩm du lịch đặc thù ở các tỉnh thành du lịch khác trên cả nước nói chung.

Tuy nhiên, do nhận thức và thời gian thực hiện đề tài còn hạn chế và đây cũng là đề tài rất mới không chỉ đối với riêng người làm luận văn mà còn mới so với các chuyên gia, cũng như do nguồn tài liệu chưa thật sự đầy đủ, nên không thể tránh khỏi những thiếu sót, khiếm khuyết trong quá trình làm đề tài. Các biện pháp thực hiện chỉ có tính chất định hướng và còn cần điều chỉnh, bổ sung nhiều khi áp dụng vào thực tế các công ty, doanh nghiệp du lịch để có thể phát huy được hiệu quả cao nhất trong kinh doanh.

2. Khuyến nghị:

Qua phân tích và đánh giá thực trạng du lịch Hải Phòng cũng như các tìm hiểu về du lịch Hải Phòng, đề tài luận văn xin đưa ra một số khuyến nghị sau:

Một là: Đầu tư xây dựng một số sản phẩm du lịch hấp dẫn, đặc biệt, mang thương hiệu du lịch Hải Phòng và có thể đại diện thương hiệu du lịch quốc gia.

Hai là: Các bộ phận liên quan cần phải tập trung chuẩn bị, nghiên cứu, lên kế hoạch phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, tạo nét đặc sắc cho Hải Phòng.

Ba là: Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh, tiềm năng phát triển du lịch, các giá trị văn hóa tiêu biểu trên địa bàn thành phố thông qua các phương tiện thông tin đại chúng trong nước và quốc tế.

Bốn là: Cần có kế hoạch về ngân sách để quảng bá hình ảnh du lịch Hải Phòng đến bạn bè quốc tế, thu hút nhiều hơn nữa khách du lịch nước ngoài đến với Thành phố Hải Phòng.

Cuối cùng: Cập nhật thông tin nhanh nhất để kịp thời thiết kế, thay đổi các nhân tố tạo thành sản phẩm du lịch đặc thù ngày một hoàn hảo hơn, mang đậm bản sắc của Hải Phòng hơn.

Do thời gian có hạn và đặc biệt là việc thu thập số liệu rất khó khăn cho nên luận văn còn những hạn chế, rất mong nhận được sự góp ý của các nhà khoa học, các nhà quản lý, các quý thầy cô và bạn bè.

Em xin chân thành cảm ơn!

❧❧❧ Kết thúc ❧❧❧

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Những tài liệu tham khảo chính:

- [1]. Trần Nữ Ngọc Anh: Giáo trình *Marketing chiến lược trong kinh doanh du lịch về khách sạn*, NXB Thanh Niên, 188tr.
- [2]. Lê Quỳnh Chi, (2010): *Tổng Quan Du lịch*, 107tr, NXB Thanh Niên.
- [3]. Nguyễn Thị Lan Hương, (2015): *Quản Trị Nghiệp vụ tuyển du lịch*, 78tr, NXB Thanh Niên.
- [4]. Đỗ Thanh Hoa, (2016): Một số định hướng chiến lược chính phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch.
- [5]. Lê Thị Mỹ Linh B-K18, (2014): KLTN- *Xây dựng chương trình du lịch về thăm chiến trường xưa tại Quảng Trị*, khoa Du lịch- viện Đại học Mở Hà Nội, 93 tr
- [6]. Phạm Trung Lương, (2016): *Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng Đồng Bằng Sông Hồng và Duyên Hải Đông Bắc*, Viện Môi trường và Phát triển Bền vững.
- [7]. Lê Văn Minh, (2016): *Nghiên cứu xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù vùng Đồng Bằng Sông Hồng*, Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch
- [8]. Nguyễn Văn Thanh, (2016): *Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng Đồng Bằng Sông Hồng theo xu thế hội nhập*, Trung tâm Nghiên cứu phát triển du lịch Việt.
- [9]. Nguyễn Văn Thắng, (2011): *Cơ sở lý thuyết thiết kế tuyển du lịch và chương trình du lịch*, Tạp chí nghiên cứu văn hóa- Đại học Văn hóa Hà Nội.
- [10]. [Du lịch An Tâm: *Bảng giá vé tham quan toàn quốc 2016*, <http://antamtour.vn/>, truy cập ngày 20/03/2016
Lê Quỳnh Chi, (2010): *Tổng Quan Du lịch*, 107tr,
- [11]. Nguyễn Minh Tuệ, (2010): *Địa lý Du lịch Việt Nam*, 359tr, NXB Giáo dục Việt Nam
- [12]. Đỗ Cẩm Thơ, (2016): *Đề án nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng miền núi phía Bắc*, Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch.

- [13]. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng Bằng Sông Hồng và Duyên Hải Đông Bắc đến năm 2020, tầm nhìn năm 2030.
<http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/docs/578>, truy cập ngày 18/08/2016
- [14]. Đại học Hùng Vương, (2010): Giáo trình Tổng Quan du lịch, 125tr, NXB Thanh Niên
- [15]. Bùi Thị Hải Yến: *Tuyển điểm du lịch Việt Nam*, NXB giáo dục Việt Nam
- [16]. Cục thống kê Hải Phòng
- [17]. *Tổng cục Du lịch tổ chức khảo sát sản phẩm du lịch tâm linh tại các tỉnh Đồng bằng sông Hồng*, <http://www.vietnamtourism.com/index.php/news/items/15351>, truy cập ngày 20/03/2016
- [18]. Admin, *Khái niệm sản phẩm du lịch và sản phẩm du lịch đặc thù*, <http://luanvanaz.com/du-lich-va-san-pham-du-lich.html>, truy cập ngày 26/03/2016
- [19]. TBKTSG Online, *Du lịch tâm linh nhìn từ góc độ nhà tổ chức tour*, dulichtamlinh.com/index.php/dai-ly-cua-nhua-tai-hai-phong/165-du-lich-tam-linh-nhin-tu-goc-do-nha-to-chuc-tour, truy cập ngày 03/04/2016
- [20]. Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Hải Phòng
- [21]. Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Hải Phòng, *Báo cáo tổng hợp rà soát, điều chỉnh, bổ sung quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hải Phòng năm 2020*.
- [22]. Đặt vé máy bay giá rẻ hãng Vietnamairline, <https://wlprod.sabresonicweb.com/SSW2010/B3QE/webqtrip.html?execution=e1s1>, truy cập ngày 20/03/2016

II. Những tài liệu liên quan:

- [1]. Admin, *Chính sách tour*, <http://songhongtourist.vn/chinh-sach-bao-mat-thong-tin.html>, truy cập ngày 02/08/2016
- [2]. Admin, *Bản chất của vấn đề môi trường trong du lịch*, <http://voer.edu.vn/m/nhung-van-de-chung-ve-moi-truong-trong-du-lich/8700e073>, truy cập ngày 01/08/2016
- [3]. Báo cáo tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 22/11/2006 của Ban Thường vụ Thành ủy về phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2006 - 2010, định hướng đến năm 2020 của Ban cán sự Đảng UBND TP Hải Phòng - Hải Phòng, ngày 07 tháng 11 năm 2016
- [4]. Tổng cục du lịch.
<http://www.vietnamtourism.com/index.php/tourism/cat/05>, truy cập ngày 01/08/2016
- [5]. TBKTSG Online, *Du lịch tâm linh nhìn từ góc độ nhà tổ chức tour*, dulichtamlinh.com/index.php/dai-ly-cua-nhua-tai-hai-phong/165-du-lich-tam-linh-nhin-tu-goc-do-nha-to-chuc-tour, truy cập ngày 03/08/2016



PHỤ LỤC

Phụ lục 1

Một số hình ảnh về các điểm du lịch nổi tiếng của Hải Phòng

1. Một số điểm khu vực Trung tâm thành phố



Nhà hát lớn



Quán hoa



Dải trung tâm



Tượng nữ tướng Lê Chân

2. Đồ Sơn



3. Cát Bà



Dulichdaocatba.com

VietSense Travel

4. Cảng Hải Phòng



5. Thành nhà Mạc



6. Bến K15 và Bến nghiêng



Bến K15



Bến nghiêng

7. Khu di tích Trạng trình Nguyễn Bình Khiêm



8. Một số ngôi đền, ngôi chùa nổi tiếng tại Hải Phòng



Đền Nghè



Chùa Dư Hàng



Đền Tràng Kênh

Phụ lục 2

Thông tin về điểm đến trong thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù

1. Giới thiệu chung về Thành phố Hải Phòng.

Link: <http://www.dulichhaiphong.gov.vn/gioi-thieu-hai-phong/su-hinh-thanh-va-phat-trien/gioi-thieu-chung-ve-hai-phong.html>

Hải Phòng là thành phố duyên hải nằm ở hạ lưu của hệ thống sông Thái Bình thuộc đồng bằng sông Hồng có vị trí nằm trong khoảng từ 20035' đến 210 01' vĩ độ Bắc, và từ 106029' đến 107005' kinh độ Đông; phía Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh, phía Tây Bắc giáp tỉnh Hải Dương, phía Tây Nam giáp tỉnh Thái Bình và phía Đông là biển Đông với đường bờ biển dài 125km, nơi có 5 cửa sông lớn là Bạch Đằng, Cửa Cấm, Lạch Tray, Văn Úc và sông Thái Bình.

Diện tích tự nhiên là 1.507,57 km², dân số 1.837.3 ngàn người (tính đến 01/04/2009), mật độ dân số trung bình của thành phố là 1.218,78 người/km², vào loại trung bình so với các tỉnh đồng bằng sông Hồng.

Hải Phòng ngày nay là thành phố trực thuộc Trung ương - là đô thị loại 1 cấp quốc gia gồm 7 quận (Ngô Quyền, Hồng Bàng, Lê Chân, Dương Kinh, Đồ Sơn, Kiến An và Hải An), 6 huyện ngoại thành (Thủy Nguyên, Hải An, An Lão, Kiến Thụy, Tiên Lãng, Vĩnh Bảo) và 2 huyện đảo (Cát Hải, Bạch Long Vĩ) với 228 phường và thị trấn (70 phường, 10 thị trấn và 148 xã) .

Hải Phòng từ lâu đã nổi tiếng là một cảng biển lớn nhất ở miền Bắc, một đầu mối giao thông quan trọng với hệ thống giao thông thủy, bộ, đường sắt, hàng không trong nước và quốc tế, là cửa chính ra biển của thủ đô Hà Nội và các tỉnh phía Bắc; là đầu mối giao thông quan trọng của Vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, trên hai hành lang - một vành đai hợp tác kinh tế Việt Nam - Trung Quốc. Chính vì vậy trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội vùng châu thổ sông Hồng, Hải Phòng được xác định là một cực tăng trưởng của vùng kinh tế động lực phía Bắc (Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh); là Trung tâm kinh tế - khoa học - kỹ thuật tổng hợp của Vùng duyên hải Bắc Bộ và là một trong những trung tâm phát triển của Vùng Kinh

tế trọng điểm Bắc Bộ và cả nước.(Quyết định 1448 /QĐ-TTg ngày 16/9/2009 của Thủ tướng Chính phủ).

Hải Phòng có điều kiện tự nhiên rất phong phú, giàu đẹp, đa dạng và có nhiều nét độc đáo mang sắc thái của cảnh quan nhiệt đới gió mùa. Nơi đây có rừng quốc gia Cát Bà - khu dự trữ sinh quyển thế giới - là khu rừng nhiệt đới nguyên sinh nổi tiếng, đặc biệt phong phú về số lượng loài động thực vật, trong đó có nhiều loài được xếp vào loài quý hiếm của thế giới. Đồng thời, nơi đây còn có cả một vùng đồng bằng thuộc vùng đồng bằng tam giác châu thổ sông Hồng, tạo nên một cảnh quan nông nghiệp trồng lúa nước là nét đặc trưng của vùng du lịch ven biển Bắc Bộ và cả một vùng biển rộng với nguồn tài nguyên vô cùng phong phú, nhiều hải sản quý hiếm và bãi biển đẹp.

Khí hậu của Hải Phòng cũng khá đặc sắc, ôn hoà, dòi dào nhiệt ẩm và quanh năm có ánh nắng chan hoà, rất thích nghi với sự phát triển của các loài động thực vật nhiệt đới, đặc biệt rất dễ chịu với con người vào mùa thu và mùa xuân.

Hải Phòng là vùng đất đầu sóng, ngọn gió, “phên dậu” phía Đông của đất nước, có vị thế chiến lược trong toàn bộ tiến trình đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc ta. Người Hải Phòng với tinh thần yêu nước nồng nàn, tính cách dũng cảm, kiên cường, năng động, sáng tạo, đã từng chứng kiến và tham gia vào nhiều trận quyết chiến chiến lược trong chiến tranh giải phóng dân tộc và bảo vệ Tổ quốc.

Đây là vùng đất in đậm dấu ấn chống ngoại xâm trong suốt quá trình lịch sử 4000 năm của dân tộc Việt Nam, với các chiến thắng trên sông Bạch Đằng của Ngô Quyền năm 938, của Lê Hoàn năm 981, của Trần Hưng Đạo năm 1288 ... mà đến nay, các chiến tích đó vẫn còn tồn tại rất nhiều di tích lịch sử, lưu truyền biết bao truyền thuyết dân gian, để lại cho hậu thế nhiều công trình văn hoá, nghệ thuật có giá trị. Cho nên đến Hải Phòng, đặt chân đến bất cứ đâu chúng ta cũng bắt gặp các di tích, các lễ hội gắn với những truyền thuyết, huyền thoại về lịch sử oanh liệt chống ngoại xâm của Hải Phòng. Những di tích, lễ hội này chính là nguồn tiềm năng quan trọng cần được quan tâm bảo vệ tôn tạo để phục vụ phát triển du lịch.

Có thể nói rằng, Hải Phòng là nơi có lịch sử vinh quang ngàn năm, một vùng đất hội tụ đầy đủ khí thiêng sông núi, và một cư dân anh dũng, sáng tạo và rất cởi mở, dễ hoà hợp với bè bạn bốn phương. Những người dân từ nhiều miền quê đến sinh sống tại vùng đất cửa biển này đã hình thành nên tính cách kiên nghị, năng động, sáng tạo trong lao động, luôn nhạy bén với cái mới, làm cho người Hải Phòng sớm tiếp thu được những tinh hoa của thời đại trước biến thiên của lịch sử. Tất cả những yếu tố trên đã và sẽ làm cho Hải Phòng trở thành một địa danh du lịch nổi tiếng trong nước và quốc tế và Hải Phòng thực sự là một trong những trọng điểm du lịch hấp dẫn của vùng ven biển Bắc Bộ, có vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam.

2. Khu du lịch Đồ Sơn

Link:<http://dulichdoson.org/tin-tuc/gioi-thieu-khu-du-lich-do-son-hai-phong/>

Đồ Sơn là một quận của thành phố Hải Phòng, cách trung tâm thành phố khoảng 20 km về hướng đông nam, hiện là một khu nghỉ mát gồm nhiều bãi biển với phong cảnh tuyệt đẹp thu hút đông đảo khách du lịch đến đây hàng năm.

Đồ Sơn là khu nghỉ mát và tắm biển nổi tiếng ở miền Bắc. Đồ Sơn là một bán đảo nhỏ do dãy núi Rừng vươn dài ra biển, với hàng chục mỏm cao từ 25 đến 130m, nơi đây có bãi cát mịn, bên bờ biển rợp bóng phi lao. Về phía tây và tây bắc, quận Đồ Sơn tiếp giáp với huyện Kiến Thụy, các hướng còn lại tiếp giáp với biển Đông. Do ở phía bắc và phía nam của quận là hai cửa sông Lạch Tray và Văn Úc thuộc hệ thống sông Thái Bình đổ ra biển đem theo nhiều phù sa ,cộng thêm việc quai đê lấn biển ở **Đảo Hòn Dấu** để xây dựng khu Resort cao cấp,nên nước biển ở khu vực này (nhất là khu II) đục nhưng vẫn có sức thu hút du khách.

Đồ Sơn hội tụ các điều kiện: cơ sở vật chất là nhà cửa, khách sạn, nhà hàng, đường xá, điện nước khá hoàn chỉnh. Trước đây Đồ Sơn là nơi lui tới nghỉ ngơi, hưởng thụ của vua chúa quan lại đô hộ. Nơi đây còn ngôi nhà bát giác kiên cố của Bảo Đại – ông vua cuối cùng của chế độ phong kiến Việt Nam. **Bãi tắm Đồ Sơn** chia làm 3 khu chính: khu 1 nằm ngay đầu quận Đồ Sơn, khu 2 có nhiều khách sạn hiện đại, khu 3 yên tĩnh và kín đáo. Cát ở Đồ Sơn rất mịn, ít vỏ sò, có màu vàng

óng khi mặt trời lên và có màu đỏ hồng vào lúc hoàng hôn. Vào ngày hè, Đồ Sơn thật sống động. Du khách khắp mọi miền đất nước cũng như khách quốc tế về đây tắm biển, nghỉ ngơi và leo núi, ngắm nhìn ba thế biển đẹp.

Đồ Sơn có rất nhiều khách sạn nổi tiếng, đầy đủ tiện nghi rất thoải mái như **Biệt Thự Bảo Đại**, khách sạn Đồ Sơn Resort, khách sạn Biển Nhớ, khách sạn Hải Âu, khách sạn Hoa Phượng, khách sạn Lâm Nghiệp, khách sạn Công Đoàn Việt Nam, Hòn Dấu Resort....Những khách sạn này đều đảm bảo cho bạn tiện nghi nhất, tùy từng khách sạn sang trọng với mức giá khác nhau, bạn sẽ được tận hưởng những dịch vụ khác nhau tại các khách sạn này và lựa chọn cho mình một khách sạn phù hợp nhất khi đến với khu du lịch Đồ Sơn này.

Du lịch tại Đồ Sơn, bạn có thể tham quan rất nhiều cảnh đẹp hấp dẫn như: **Đảo Dấu** với bể bơi nhân tạo thuộc hàng lớn nhất Châu Á, có vườn chim, vườn thú, khu vui chơi giải trí, các khách sạn đẳng cấp 3 đến 5 sao, đặc biệt không thể thiếu ngọn hải đăng cổ kính hơn trăm năm tuổi. Kể từ khi được tu sửa khang trang, nơi đây còn được gọi vui bằng cái tên “Đà Lạt thu nhỏ”, hằng năm được rất đông du khách đến vui chơi giải trí vào những ngày hè. Ngoài ra khi đến với Đồ Sơn, du khách có thể đến thăm di tích **bến tàu không số**, nằm ở chân đồi Nghĩa Phong, tìm hiểu về con đường Hồ Chí Minh trên biển đầy gian khổ. Tham quan quần thể di tích **Đình Ngọc Xuyên- Suối Rồng- Tháp Tường Long**. Đặc biệt, tại khách sạn Đồ Sơn Resort bạn còn được vui chơi thỏa thích tại casino trên tầng 3 của khách sạn. Đây là nơi duy nhất tại miền bắc mà bạn có thể thoải mái chơi trò chơi đặc biệt này.

Nếu đến đây vào đúng các mùa lễ hội, bạn sẽ bị thu hút bởi sự náo nhiệt tại nơi đây. Có thể kể đến một số lễ hội như **lễ hội đảo Dấu**. Vào ngày này, người dân Đồ Sơn nói riêng và người dân buôn bán khắp nơi đi thuyền ra đảo cúng và thả hương cầu may cho một năm buôn bán thuận lợi và sức khỏe bình an. Hay cứ vào mỗi dịp Tết đến, người dân khắp nơi lại đổ về Đồ Sơn viếng thăm đền Bà Đẻ, cầu phúc cho mưa thuận gió hoà, nhà nhà êm ấm.

Được thiên nhiên ưu đãi ban tặng cho những gì tinh hoa đẹp đẽ nhất của biển cả, cùng với sự khéo léo của người dân nơi đây, Đồ Sơn hiện đang là một trong những khu du lịch nổi tiếng trong và ngoài nước. **Đồ Sơn** đã và đang cố gắng hơn nữa nhằm nâng cao chất lượng du lịch cũng như tên tuổi của mình đi khắp bốn phương.

3. Huyện đảo Cát Hải

Link: <http://dulichdaocatba.com/gioi-thieu-ve-huyen-dao-cat-hai-n.html>

Huyện Đảo Cát Hải thuộc Thành phố Hải Phòng phía Tây Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh. Địa hình nơi đây phức tạp, tổng diện tích khoảng 345 km², rừng núi chiếm 2/3 diện tích. Huyện có 2 đảo hợp thành. Đảo Cát Hải là dải cát dễ bị xâm thực và bị thủy triều bào mòn. Đảo Cát Bà 336 hòn đảo trong đó Đảo Cát Bà là đảo lớn nhất. Huyện có gần 30 ngàn người. Khu hành chính của huyện đóng tại Cát Bà. Nơi đây có Vườn Quốc Gia Cát Bà là nơi lưu giữ nguồn gen quý hiếm trong đó có loài Voọc Đầu trắng được ghi vào Sách Đỏ thế giới.

Cát Bà có hàng trăm hang động với nhiều dáng vẻ nguyên sơ kỳ vĩ, đa dạng thảm thực vật phong phú. Nơi đây có nhiều vụng vịnh với dải cát vàng, những quần thể san hô lung linh muôn màu sắc. Thiên nhiên ưu đãi cho Cát Bà một nguồn tài nguyên vô cùng quý hiếm: Trên rừng có nhiều loại gỗ quý như Lát hoa, Lim, Gội, Kim giao, các loại cây dược liệu, các loại chim thú như đại bàng, đà đà, trăn, kỳ đà, rắn hổ mang, tắc kè, khỉ, chồn, cầy... Biển Cát Hải có gần 200 loài cá, gần 600 loài động vật biển, 75 loài thực vật phù du, gần 200 loài động vật phù du, 27 loại rừng ngập mặn. Biển Cát Hải còn có nhiều loại nhuyễn thể như Tôm he, Tôm rồng, Đồi mồi, Cua, Ghẹ, Sò huyết, Trai ngọc, Vẹm xanh, Tu hài...

Đến Cát Hải du khách có thể cảm nhận được nơi đây có khí hậu mát mẻ ôn hòa. Các mùa ở Huyện Đảo thể hiện rõ ràng, không khí làm cho con người cảm thấy dễ chịu. Tháng 7, tháng 8 thường có mưa bão, gió nam thổi mạnh, tháng cuối năm có mưa dầm và sương mù.

Các nhà khảo cổ học khẳng định Cát Hải là cái nôi của người cổ xưa. Qua khai quật cho thấy 15 điểm có dấu tích người Việt cổ nhưng hang Eo Bùa, Tùng Bà, Bờ Đá, Khoăn Mui, Ang Giữa. Năm 1938 nhà khảo cổ học người Pháp đã khai quật

và nghiên cứu dioxit cacbon tìm thấy những di vật còn sót lại, ông khẳng định Cát Bà nằm trong loại hình nền văn hóa Hạ Long. Những đồ vật được tìm thấy ở nơi đây qua khảo cứu đã chứng tỏ người Việt cổ đã từng trú ngụ tại mảnh đất này. Di chỉ Cái Bèo là niềm tự hào của người dân trên Đảo.

Đảo Cát Bà từng là căn cứ của các cuộc khởi nghĩa. Năm 1750 thủ lĩnh nông dân Nguyễn Hữu Cầu – tức Quận He dấy quân khởi nghĩa lấy Cát Bà làm căn cứ. Năm 1893 khi quân Pháp đổ bộ lên Đảo người dân đã kháng cự quyết liệt. Vào những năm 1889 – 1893 Cát Bà trở thành căn cứ chính của nghĩa quân Tiền Đức, ông đã dựa vào địa hình Trung Trang, Mái Gợ, Trà Báu xây dựng đồn điền, đồn trung, đồn hậu với lũy đá, hầm chông chống giặc. Khu di tích Hà Sen và Đôn Lương trở thành di tích lịch sử của Huyện Đảo.

Trong thời kỳ chống Mỹ, do địa hình là cửa ngõ giao lưu quốc tế và Vịnh Bắc bộ nên Cát Bà, Cát Hải là mục tiêu tấn công của không quân và hải quân Mỹ. Tính trong cuộc chiến tranh phá hoại không quân và hải quân Mỹ đã ném xuống đây 1104 quả bom phá, 36000 quả bom bi, bom xuyên, 2355 quả thủy lôi, tính trung bình mỗi người dân trên Đảo hứng chịu trên 2 quả bom, mỗi km² chịu 8,8 quả bom các loại.

Mặc dù là huyện Đảo bị phong tỏa dữ dội trong chiến tranh song người dân nơi đây vẫn kiên cường bảo vệ Đảo. Thực hiện khẩu hiệu “ Tay lưới, tay súng” vừa đảm bảo sản xuất muối, chế biến nước mắm, trồng trọt, chăn nuôi vừa chi viện cho chiến trường Miền Nam. Ghi nhận những thành tích xuất sắc mà quân và dân trên Đảo đạt được, Đảng và nhà nước tặng Huyện 8 chữ vàng: Hà Sen anh dũng – Đôn Lương kiên cường”.

Trong công cuộc đổi mới, Huyện Đảo đã tận dụng thời cơ, vượt qua thách thức tranh thủ sự giúp đỡ của Trung ương, thành phố phát triển cơ sở hạ tầng như đường giao thông, điện, cầu, cảng... khai thác tiềm năng sẵn có phát triển ngành thủy sản, du lịch, dịch vụ, chuyển dịch cơ cấu vật nuôi và cây trồng mang lại hiệu quả kinh tế cho người dân. Đến nay bộ mặt của huyện đổi thay nhanh chóng, đời sống của nhân dân không ngừng cải thiện. Mỗi năm nơi đây đón 1 triệu khách du

lịch, là điểm đến của bạn bè muôn phương. Cát Bà được tổ chức UNESCO công nhận là khu dự trữ sinh quyển thế giới, phấn đấu là Công viên địa chất thế giới trong tương lai. Huyện Đảo vinh dự được Nhà nước phong tặng danh hiệu Anh hùng lực lượng vũ trang nhân dân thời kỳ Đổi mới.

4. Một số Lễ hội nổi tiếng tại Hải Phòng

Link:<http://lehoi.cinet.vn/Pages/Articles.aspx?rnd=2&siteid=1&sitepageid=283&page=2>

*** Lễ hội Làng cá Cát Bà:**

Ghi nhớ sự kiện Bác Hồ kính yêu về thăm làng cá Cát Hải (Hải Phòng) vào ngày 1/4/1959, từ đó đến nay, ngày 31/3 hàng năm đã trở thành ngày lễ hội làng cá, thời điểm ra quân đánh cá vụ nam của ngư dân huyện đảo.

Theo tục lệ cổ, ngay từ sáng 30/3 hàng năm, tại Cát Bà (huyện Cát Hải) sẽ tổ chức lễ cầu ngư, ra quân đánh bắt vụ cá nam, thả cá giống và phát động phong trào nhân dân bảo vệ và phát triển nguồn lợi thủy sản. Lễ cầu ngư diễn ra với những nghi thức trang trọng, cầu cho một năm mưa thuận, gió hòa, mùa vụ khai thác, nuôi trồng thủy sản đạt hiệu quả cao nhất. Đồng đảo cán bộ, người dân huyện đảo dự lễ cầu ngư, đặc biệt là các ngư dân trực tiếp đi biển, tổ chức lễ rước nước, tế lễ với ước nguyện tốt đẹp.

Ấn tượng và thu hút nhất trong những ngày lễ hội làng cá Cát Bà là hội đua thuyền rồng trên biển, với sự tham gia giữa đội chủ nhà Cát Bà với các đoàn khách đến từ vùng duyên hải Quảng Ninh, Bắc Trung bộ, cùng những anh em từ vùng lúa Vĩnh Bảo, Tiên Lãng, Thủy Nguyên (Hải Phòng). Đây là cuộc đua tài đầy quả cảm, rèn luyện tính bền bỉ, kiên nhẫn của từng cá nhân trong một tập thể. Đồng thời, rèn luyện phẩm chất nghề nghiệp, dành cho cả nam và nữ, giải đấu của các đấu thủ nữ có cự ly dài 4.000m, đường đua của nam giới là 6.000m, diễn trong khoảng thời gian 30 phút sôi nổi khẩn trương.

Ngoài cuộc đua thuyền rồng đầy khí thế, sôi nổi và hào hứng từ phút ban đầu đến phút cuối, trong khuôn khổ lễ hội còn có thêm các trò thi phối hợp, biểu diễn

lướt ván đua thuyền thúng của cư dân miền duyên hải, miền Trung. Điều đặc biệt, tại ngày hội làng cá Cát Bà, hai loại hình thi đấu kéo co và múa rồng trên biển, lễ ra chỉ diễn ra trên đất liền thì bây giờ đều được đưa xuống biển thi đấu. Người tham gia thi đấu được chia làm hai bên, ai nấy đều ở trên thuyền mình, dàn quân, nắm chắc dây co mà kéo về phía đội mình. Trong các cuộc thi kéo co trên biển nhiều năm gần đây, đội chủ nhà Cát Bà thường vượt trội trước các đội bạn.

Khi đêm về, Cát Bà trong những ngày lễ hội luôn lung linh sắc đèn, kết hợp với những màn pháo bông đầy màu sắc. Ánh sáng sân khấu hiện đại là những chương trình nghệ thuật đặc sắc với chủ đề theo từng năm, được tổ chức với sự tham gia của nhiều nghệ sĩ nổi tiếng đến từ mọi miền, cống hiến cho người xem những bài hát, điệu múa ca ngợi Đảng, Bác Hồ. Những khúc ca dạt dào, sâu lắng về biển, đảo Cát Bà thân yêu cùng những giai điệu tình yêu trẻ trung, sôi động. Đêm nghệ thuật sôi nổi bắt đầu cho mùa du lịch mới đầy khí thế.

*** Lễ hội Núi Voi:**

Đã thành thông lệ, lễ hội truyền thống Núi Voi ở huyện An Lão, thành phố Hải Phòng mang màu sắc văn hoá của người dân miền biển diễn ra từ ngày 12 đến 14/2. Đây là dịp để du khách được tìm hiểu về vùng đất cổ có bề dày lịch sử và tham gia các hoạt động văn hoá độc đáo. Trong suốt những năm kháng chiến chống Pháp và chống Mỹ, Núi Voi đã trở thành huyền thoại với hình ảnh “Những cô gái dân quân treo mình bên vách đá, lưng chừng trời ngắm bắn máy bay rơi”.

Núi Voi và lễ hội Núi Voi gắn liền với sự phát triển vùng đất, con người An Lão. Trải qua nhiều biến động, thăng trầm lịch sử, quy mô tổ chức có thể to, nhỏ khác nhau nhưng lễ hội Núi Voi vẫn luôn được duy trì từ hàng trăm năm qua. Lễ hội là dịp người dân tôn vinh, tưởng nhớ những vị anh hùng dân tộc, lớp lớp thế hệ người An Lão đã chiến đấu, xây dựng lên vùng đất này. Nên đã thành tục lệ, lễ hội Núi Voi luôn được mở đầu bằng nghi thức tế lễ trang nghiêm tại đền thờ nữ tướng Lê Chân nằm bên phía nam núi Voi và lễ tế thần hoàng tại chùa, đình Chi Lai nằm phía bên kia dãy núi. Khu danh thắng, di tích núi Voi vốn ẩn chứa trong mình nhiều

dấu tích và những truyền thuyết lịch sử độc đáo, càng trở nên linh thiêng trong không gian lễ hội.

Không chỉ để tôn vinh, tưởng nhớ các vị anh hùng, người có công với đất nước, quê hương, lễ hội Núi Voi là dịp mỗi làng quê giới thiệu đến du khách xa gần những tiềm năng quê hương mình. Ngay trong những ngày đầu năm mới, khắp các làng trên, xóm dưới trong huyện đồng thời diễn ra rất nhiều lễ hội truyền thống, những liên hoan văn nghệ, thể thao, để từ đó lựa chọn những tiết mục đặc sắc nhất, những diễn viên, vận động viên tiêu biểu nhất tham dự lễ hội.

Đã thành truyền thống, ngày mùng 4 tháng Giêng hằng năm, xã Thái Sơn, nơi có sỏi vật nổi tiếng của huyện, tổ chức hội vật mùa xuân, lựa chọn những đồ vật tiêu biểu tham gia Hội vật tự do Núi Voi. Ngày mùng 3 Tết, xã Bát Trang tổ chức giải bóng chuyền, xã Quang Trung liên hoan văn nghệ, xã An Thọ có giải cờ tướng,... Đây đều là những nội dung nằm trong chương trình hoạt động của lễ hội Núi Voi. Đến với lễ hội Núi Voi du khách được sống trong không gian văn hóa truyền thống

Ngoài ra, tại lễ hội Núi Voi du khách sẽ được thưởng thức các sản vật, món ăn nổi tiếng mang đậm hương vị quê hương: chè Chi Lai, khoai Tiên Hội.../.

Sự hòa quyện không gian đẹp của danh thắng Núi Voi với hoạt động mang đậm nét dân gian truyền thống của người dân An Lão tạo nên nét riêng hấp dẫn du khách đến lễ hội này.

*** Lễ hội Hát Đúm ở Thủy Nguyên:**

Đã từ lâu, cứ vào ngày mùng 4 đến ngày mùng 10 tháng giêng âm lịch hàng năm, Tổng Phục lại mở Hội làng. Hội làng đầu xuân có rất nhiều cuộc thi: Thi cỗ bánh, thi dệtửi, thi đánh đu, đánh vật, đánh cờ...nhưng cuốn hút nhất vẫn là thi hát Đúm. Đây là lễ hội có truyền thống từ xa xưa và được duy trì đến tận hôm nay trong niềm đam mê không chỉ của các nghệ nhân có tuổi, mà cả ở tầng lớp thanh, thiếu niên.

Theo truyền thống, ngày bắt đầu của hội hát đúm đồng thời cũng là ngày những cô gái của Tổng Phục bỏ chiếc khăn mỏ quạ bịt mặt trong suốt cả năm. Vì thế, hội hát đúm ngày xuân cũng còn là ngày hội mở mặt. Trong những ngày này, các chàng

traì, cô gái Tổng Phục (trước đây, ba xã Phục Lễ, Phả Lễ và Lập Lễ thuộc Tổng Phục) thường tập trung để hát đúm tại đình Phục Lễ, một trong những ngôi đình lớn.

Hát đúm cũng có thể diễn ra ở trên đường đi, ngoài cánh đồng khi các tốp trai thanh, gái lịch trong những bộ quần áo truyền thống ngày hội gặp nhau. Họ nắm tay nhau say sưa hát đối những làn điệu giao duyên thể hiện khát vọng về tình yêu đôi lứa thông qua nhiều câu hát ví von mang đậm chất dân gian của vùng quê.

Bài bản của hát đúm rất phong phú. Đầu tiên, khi mới gặp nhau là những câu hát chào, những câu hát mừng. Tiếp sau đó có thể là hát hỏi, hát đố, hát họa, hát huê tình, hát cưới... và cuối cùng là hát ra về.

Hát đúm kéo dài từ sáng tới trưa, từ trưa tới tối. Giữa các canh hát, các cô mời trầu nước, tặng vật kỷ niệm cho các chàng để tỏ lòng mến mộ. Chiều, các cô mời các chàng về nhà mình ăn bữa cơm đầu xuân để biết nhà cửa và có sức tiếp tục hát tới khuya. Cứ như vậy, ngày này qua ngày khác, cuộc hát đúm kéo dài đến Mồng 10. Qua những buổi hát, nhiều đôi đã kết nhau để cuối năm nên duyên chồng vợ.

Bởi có tục lệ ấy mà các cô gái ở đây cô nào cũng thuộc một số bài hát ví để đi hội gặp các chàng trai mời hát mà mở khăn đối đáp. Hát ví thường chỉ dựa vào hai thể thơ lục bát và song thất lục bát. Tuy không nhiều làn điệu, nhưng lại rất phong phú về đề tài, đòi hỏi người hát phải rất giỏi về đối đáp.

Trong ngày hội “Hát đúm”, tại sân chùa Phục Lễ, nhiều bàn hát đúm mọc lên, mỗi bàn kê hai bộ tràng kỷ đối diện nhau. Giữa bàn để nhiều hộp trầu và khăn tay thêu cảnh hồng (tặng phẩm). Một bên trai, một bên gái ngồi hai bên dãy tràng kỷ. Mặt nhìn mặt, tay cầm tay. Thường thì cả hai bên trai gái vào hát đều di động để nếu nhờ một anh hát bí hay bị hỏi, đố, lúng túng không trả lời được thì ra hiệu cho anh kia hát đỡ, gỡ bí cho. Khi hát có nhạc bát âm. Hai bên trai gái đối đáp. Bên nào không đối đáp được là thua. Đây là một hình thức thử tài văn chương, kiến thức của nhau, ước muốn yêu đương “tìm hiểu” bằng nghệ thuật, phải thuộc lâu tục ngữ, truyện tích.

Hát đúm vui nhất là hôm hát giã đám. Lúc này họ trao giữ kỷ vật cho nhau, nắn nà đến tận khuya, mà đưa ra toàn những bài hát hay, mới nhất từ nỗi lòng sâu kín của họ. Hôm đó hai bên ít hát đối đáp mà toàn những bài trữ tình, băng khuâng,

lưu luyến... Những yêu đương, thương nhớ, những xa cách, chia ly, những hứa hẹn, đợi chờ và hy vọng... Họ mong đợi mùa hội sau, để lại được say đắm trong tiếng hát của nhau.

Vào những ngày xuân, hát đúm như trời dậy một sức sống mới vốn tiềm ẩn từ lâu trong tâm trí và tấm lòng của những người con quê hương hát đúm. Các chàng trai, cô gái vẫn duyên dáng, say sưa trong những làn điệu hát đúm ngày xuân. Hát đúm cũng như một số hình thái sinh hoạt văn hóa dân gian khác đã phải trải qua những bước thăng trầm. Vậy mà, sức sống lâu bền, mãnh liệt của nó vẫn còn đến ngày hôm nay

*** Hội đánh pháo đất Vĩnh Bảo:**

Về Vĩnh Bảo (Hải Phòng) mùa thu, bạn sẽ được xem một hội làng truyền thống - Hội đánh pháo đất. Hội thi được tổ chức vào ngày 3 tháng 8 âm lịch hằng năm tại các xã Tân Hưng, Tam Đa, Tân Liên, huyện Vĩnh Bảo, TP. Hải Phòng.

Tương truyền cuộc thi này đã được tổ chức lần đầu từ giữa thế kỷ thứ I sau Công Nguyên. Pháo đất Vĩnh Bảo gồm hai loại: pháo tung và pháo đập úp (dài hơn pháo tung).

Đất làm pháo lấy từ đáy sông, loại đất đã được gặt hết lớp bùn từ chiều hôm trước, phơi cho se mặt. Sáng hôm sau lấy chày hoặc tay luyện đất. Luyện nhào đến khi nó dẻo lại như kẹo, nhuyễn như bột làm bánh, từ màu đen chuyển sang màu hồng mịn óng ánh như sáp thì chuyển đến giai đoạn làm pháo. Pháo được nặn thành hình khối chữ nhật, miệng hình tròn hay hình chữ nhật, trong trong đó đặt " cạnh pháo " là một thoi đất mềm dài, nối hai thành pháo.

Mọi người đều có thể tham gia đánh pháo, nhưng phần đông là những chàng trai và người ta chia những người dự thi thành nhiều "cỗ pháo". Mỗi cỗ gồm ba bốn người, được nhận từ 25 kg đến 30 kg đất để thi làm pháo nhanh. Đất được dàn ra, lên khuôn. Đầu tiên làm cánh pháo, sau đó bấu "mép" - chỗ mỏng nhất ở cánh pháo - để khi tung cánh pháo sẽ mở ra. Đồng thời làm những "nắm kè" - nắm đất tròn như quả cam - để đỡ cho cánh pháo khỏi bị rã. Chuốt bụng pháo, xem lại cánh pháo, thế là chiếc pháo đã làm xong, oai vệ trên mười nắm kè, trông như một cỗ xe mười bánh.

Vào cuộc thi, ông quân pháo - người có uy tín nhất trong các lần đánh pháo thúc một hồi trống. Tiếng trống giong lên rộn rã, các cỗ pháo lần lượt tiến ra sân bãi bằng phẳng, rần chắc giữa tiếng reo hò của người xem. Mỗi cỗ chọn một người khỏe mạnh nhất vào thi, số người còn lại đứng cạnh để nâng pháo. Đầu tiên thì tung pháo. Người dự thi nhận pháo của bạn cùng cỗ, nâng pháo lên ngang mặt đoạn xoay mạnh hai tay mà tung pháo lên, sao cho càng cao càng tốt và pháo không bị chao đảo. Sau ba lần tung quả pháo lên như vậy thì chuyển sang thi ba lần đập úp ba quả pháo khác. Người dự thi nâng pháo lên ngang ngực, đập úp thật nhanh quả pháo xuống mặt đất, miệng pháo rơi nhanh mạnh xuống mặt bãi bằng phẳng rần chắc, không khí trong lòng pháo sẽ bị nén lại tạo sự chênh lệch áp suất trong lòng pháo với ngoài thân pháo, làm cho hộp pháo mỏng bị phá vỡ mà phát ra tiếng nổ. Khi tung pháo lên hoặc đập úp pháo xuống như trên, cánh pháo làm bằng đất mềm theo thành pháo vỡ toang và mở ra theo chiều dài thường trên dưới một mét, có khi dài tới hai mét, xoắn lại nằm vắt ngang thân pháo. Pháo nổ càng to cánh pháo càng mở dài, càng nói lên sức khỏe, nghệ thuật cao của người đánh pháo và kỹ thuật giỏi của người làm pháo. Ban tổ chức cộng chiều dài cánh pháo của ba lần tung pháo và ba lần đập pháo mà xếp giải.

*** Lễ hội Hoa Phượng đỏ:**

Lễ hội Hoa Phượng đỏ Hải Phòng là một sản phẩm du lịch mới của thành phố Hải Phòng với nhiều hoạt động văn hóa, nghệ thuật, thể thao hoành tráng, hấp dẫn, rực rỡ sắc màu, góp phần quảng bá hình ảnh thành phố Cảng của miền bắc Việt Nam.

Năm 2012, thành phố Hải Phòng có trên 9.000 cây hoa phượng được trồng trải khắp thành phố. Lễ hội Hoa Phượng đỏ Hải Phòng lấy hình ảnh hoa phượng, gắn với vùng đất, con người Hải Phòng làm cốt lõi và được thể hiện qua các hình thức biểu diễn văn hóa, nghệ thuật, thể dục thể thao trên sân khấu, khán đài và các hoạt động khác tại những địa danh văn hóa, du lịch nổi tiếng của thành phố và trên các tuyến đường, phố chính.

5. Một số điểm di tích nổi tiếng

Link: <http://haiphongdofa.gov.vn/di-tich-danh-thang-tieu-bieu-45.html>

*** Đền thờ Trạng Trình Nguyễn Bình Khiêm:**



Tượng Danh nhân Nguyễn Bình Khiêm

Đền thờ Trạng Trình Nguyễn Bình Khiêm tại thôn Trung Am, xã Lý Học, huyện Vĩnh Bảo được Nhà nước xếp hạng cấp quốc gia năm 1991. Nguyễn Bình Khiêm thừa nhỏ tên gọi là Văn Đạt quê ở trang Trung Am, huyện Vĩnh Lại, tỉnh Hải Dương. Ngày sinh của ông chưa có sách nào ghi cụ thể. Theo cuốn "Công dư tiệp ký" của Vũ Phương Đề - một danh thần ở khoảng cuối đời Lê Trung Hưng người làng Mộ Trạch, tỉnh Hải Dương thi đỗ tiến sĩ khoa Bính Thìn năm 1736 đời Lê Ý Tông, làm quan tới chức Đông Các hiệu thư thị tham chánh Sơn Nam đã viết: "Nguyễn Bình Khiêm sinh năm Hồng Đức thứ 21 (tức năm Tân Hợi 1491) lúc nhỏ vốn đáng kỳ vĩ, chưa đầy một năm đã nói sõi. Năm 4 tuổi, thân mẫu dạy cậu học các bài nghĩa của kinh, mới đọc qua đã thuộc lầu lầu...".

Lớn lên được mẹ và thầy Dương Đức Nham dạy học. Sang tuổi trưởng thành, ông học thầy bảng nhãn Lương Đắc Bằng. Do xã hội lúc đó nhiều biến động, mãi đến năm 44 tuổi ông mới dự thi thời triều Mạc. Cả 3 kỳ thi đề đồ giải Nguyên Khôi. Kỳ thi Đình năm Ất Tỵ (1535), ông đỗ Trạng Nguyên và được Vua bổ làm Hiệu thư ở viện Hàn Lâm, rồi Đại học sỹ tòa Đông Các. Ông làm quan cho nhà Mạc

được 8 năm rồi dâng "Thất trăm số", không được Vua ưng thuận nên cáo lão từ quan về quê, mở trường dạy học, sáng tác hàng nghìn bài thơ bằng chữ Nôm và chữ Hán. Người đời tương truyền, ông có nhiều bài sấm ký bao quát tầm nhìn thời thế ứng nghiệm. Nhiều học trò theo học ông đã lừng danh như: Giáp Hải, Phùng Khắc Khoan, Nguyễn Dữ, Đinh Thời Trung, Trương Thời Cử... có người làm tới chức Tể Tướng. Như vậy, Ông không chỉ là cây đại thụ về thơ văn mà còn là một nhà giáo lỗi lạc.

Mặc dù sống cuộc đời điền viên, vui thú cỏ cây hoa lá, ngâm thơ, vịnh cảnh cùng môn sinh nhưng lòng ông vẫn đau đáu nỗi yêu nước, thương dân. Ông mất ngày 28 tháng Giêng mùa đông năm Ất Dậu (1585) niên hiệu Diên Thành thứ 9 đời Mạc Mậu Hợp, thọ 95 tuổi.



Toàn cảnh đền thờ Danh nhân Nguyễn Bình Khiêm

Triều đình nhà Mạc cử Ứng Vương Mạc Đôn Nhượng về dự lễ viếng và thay mặt Vua truy tặng Nguyễn Bình Khiêm tước Thái phó Trình Quốc công. Tháng Giêng năm Bính Tuất (1586), Vua Mạc ban cấp cho làng Trung Am 3000 quan tiền để lập đền thờ ông, có gắn biển mang hàng chữ "Mạc triều Trạng Nguyên tể tướng từ" do nhà Vua tự tay đề, đồng thời giao cho địa phương 100 mẫu ruộng thờ ông (theo TS Vũ Khâm Lâm trong sách Đại Việt sử loại tiếp lục). Như vậy, đền thờ Nguyễn Bình Khiêm trên nền đất cũ được xây dựng xưa nhất là năm 1586. Sau đó do biến động của lịch sử, ngôi đền đó không còn, sau này mới được dựng lại. Theo "Công dư tiệp ký" của ông Vũ Phương Đề ghi: "năm Vĩnh Hựu nguyên niên (Ất

Mão 1735, đời Lê Ý Tông) người trong làng vì nhờ Thị Đức của tiên sinh có dựng lại trên nền nhà cũ... người hàng tổng cũng nhớ ơn đức, xuân, thu hai kỳ đến tế lễ".

Nguyên Tổng Bí thư Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt nam Đỗ Mười đến thăm đền đã ghi hàng chữ lưu niệm "Trạng Trình Nguyễn Bình Khiêm là nhà thơ, nhà văn, một thầy giáo, một nhà triết học, một nhà dự báo, một danh hân văn hóa như cây đại thụ bóng trùm cả một thế kỷ XVI. Tấm lòng yêu nước, thương dân tha thiết, nhân cách cao cả cùng với tri thức uyên bác và tài năng sáng tạo đã tạo nên sự nghiệp, uy tín và ảnh hưởng rộng lớn của ông mà đến nay chúng ta rất đỗi tự hào, trân trọng".

Năm Mậu Thìn 1929 (Bảo Đại thứ 3), dân làng quyên góp tiền bạc, công sức tu tạo lại ngôi đền. Tháng 9/1985, ngôi đền được Thành phố chỉ đạo tu sửa, mở mang khuôn viên, sửa lại đường sá. Năm 1998, đền được nâng cấp, tôn nền xây tường bao.

Đặc biệt vào cuối năm 2000, kỷ niệm 415 năm ngày mất của Trạng Trình, Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng duyệt kế hoạch cho nâng cấp tạo dựng cả một vùng rộng lớn thành quần thể "Di tích danh nhân văn hóa Nguyễn Bình Khiêm" gồm: "Quán Trung Tân", mộ phần cụ Nguyễn Văn Định (thân phụ Nguyễn Bình Khiêm), khu vực tượng đài Nguyễn Bình Khiêm, Chùa Song Mai nơi phu nhân Nguyễn Bình Khiêm đã tu hành. Đường đi được làm lại, khuôn viên, vườn cây lưu niệm được qui hoạch, cảnh quan thật khang trang, ngoạn mục./.

*** Đền Nghè:**

Nằm ở trung tâm thành phố Hải Phòng thuộc phường Mê Linh (nay là phường An Biên, quận Lê Chân), đền Nghè là Di tích lịch sử văn hoá thờ nữ tướng Lê Chân. Bà quê ở làng An Biên (thuộc Đông Triều, Quảng Ninh) đã đến vùng đất nơi ngã ba sông Tam Bạc đổ vào sông Cấm, lập ấp Văn, sau đổi là An Biên Trang, hưởng ứng cuộc khởi nghĩa của Hai Bà Trưng (40 - 43) chống quân Đông Hán xâm lược. Bà là một nữ tướng tài ba, anh dũng, lập nhiều chiến công vang dội trong cuộc khởi nghĩa của Hai Bà Trưng được Trưng Vương phong chức Chương quân binh quyền nội bộ, giao trọng trách trấn giữ miền Hải Tần.



Một góc đền Nghê

Để tưởng nhớ công lao của nữ tướng, người lập ra làng An Biên xưa và đặt nền móng cho thành phố Hải Phòng ngày nay, nhân dân đã lập lên toà miếu An Biên thờ Bà. Buổi đầu chỉ là một ngôi miếu nhỏ lợp tranh, đến năm 1919, được xây dựng khang trang. Đền Nghê hiện nay là một công trình mang phong cách kiến trúc thời Nguyễn, đầu thế kỷ XX bao gồm: tam quan, toà bái đường, thiêu hương, hậu cung, giải vũ, nhà bia, nơi đặt tượng voi đá, ngựa đá. Sau lại làm thêm toà tứ phủ.

Toà bái đường gồm 5 gian được nâng đỡ bởi 16 cột lim, kê trên 16 viên đá tảng đục đẽo công phu, tỉ mỉ. Chính giữa nóc nhà bái đường đắp nổi hàng chữ Hán lớn An Biên cổ miếu. Hậu cung gồm 3 gian, xây cao hơn nhà bái đường với thiết kế kiểu 2 tầng mái, làm tăng thêm sự bề thế, uy nghi của công trình.

Nét đặc sắc của kiến trúc đền Nghê là nghệ thuật chạm khắc trên gỗ, đá. Với các đề tài long - ly - quy - phượng; tùng - cúc - trúc - mai... Thể hiện kỹ thuật chạm khắc bong hình, chạm nổi, chạm chìm đạt đến trình độ tinh xảo.

Hiện nay, đền Nghê còn bảo tồn được nhiều tác phẩm điêu khắc trên đá rất có giá trị. Diền hình là tám bia đá có kích thước lớn được tạc vào thời Nguyễn, ghi

tiểu sử của nữ tướng Lê Chân. Toà bái đường treo khánh đá chạm nổi đề tài vũ hội long vân đường nét tinh vi, mềm mại, uyển chuyển. Ở toà thiêu hương có chiếc sập đá đồ sộ, tạo bằng khối đá liền, chạm nổi hình chim, thú, hoa, lá rất công phu. Tại toà hậu cung, tượng Nữ tướng ngồi trên ngai thờ, đặt trong một khám lớn sơn son, thếp vàng với dáng vẻ uy nghi, đôn hậu, xinh đẹp.



Tượng nữ tướng Lê Chân

Hội đền Nghè được tổ chức từ ngày mùng 8 đến ngày mùng 10 tháng 2 Âm lịch, thu hút đông đảo du khách đến tham quan di tích, tưởng niệm nữ tướng Lê Chân. Đền Nghè được Nhà nước xếp hạng năm 1975.

*** Chùa Dư Hàng:**



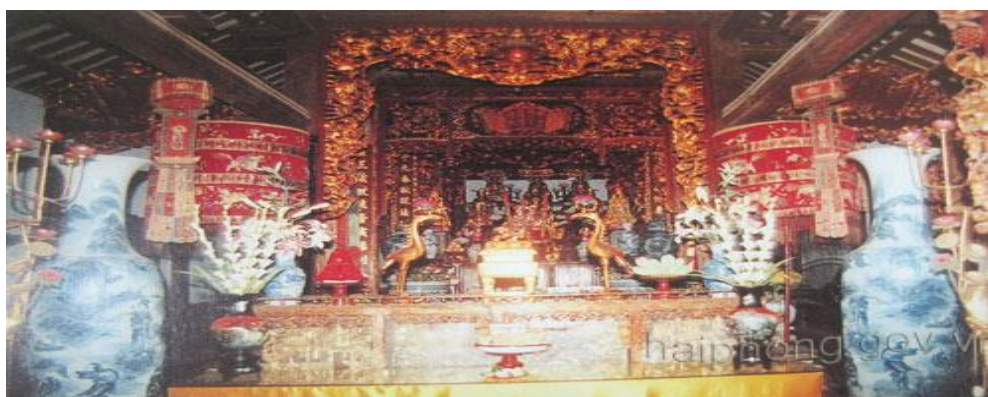
Gác chuông

Chùa Dư Hàng (tên chữ là Phúc Lâm tự), thuộc xã Dư Hàng Kênh (huyện An Dương), nay thuộc địa bàn phường Hồ Nam, quận Lê Chân. Nếu căn cứ vào bản ghi chép bia ký của chùa Dư Hàng thì chùa có nguồn gốc từ thời Tiền Lê (980-1009). Cuối thời vua Lê Đại Hành đã có vị sư tổ đến đây thuyết pháp, khai sáng giáo lý nhà Phật. Đến thời Trần (1225-1400), các vị sư tổ thiền phái Trúc Lâm do Trần Nhân Tông sáng lập ở Yên Tử Sơn, đã có mối quan hệ với bản chùa Dư Hàng. Vì vậy, từ xưa đến nay, chùa Dư Hàng vẫn truyền lệ kỷ niệm sinh nhật vị sư tổ đệ nhất “Đền ngự giác hoàng tinh tuệ thiền sư” tức vua Trần Nhân Tông vào ngày 02/11 âm lịch. Vị tổ thứ 3 của phái Trúc Lâm là thiền sư Huyền Quang Lý Đạo Tái vào ngày 3/11 Âm lịch. Đến đời vua Lê Gia Tông (1672), sư cụ Nguyễn Đình Sách (tự là Chân Huyền) đã xuất hiện tiền đề tậu ruộng đất, làm chùa to rộng, có đủ gác chuông, nhà thờ tổ, nhà tăng... Từ đó trở đi, dù phải trải qua bao thăng trầm lịch sử, ngôi chùa đã được thế hệ hoà thượng, tăng ni, tín đồ Phật tử sở tại chung sức, chung lòng sửa sang chùa ngày thêm khang trang, đẹp đẽ.

So với nhiều ngôi chùa thờ Phật ở Hải Phòng, chùa Dư Hàng có kiến trúc bề thế, khuôn viên hoàn chỉnh, gồm toà Phật điện 7 gian, gác chuông cao 3 tầng, mái

công vút, quả chuông đồng cỡ lớn, chữ đề: “ Phúc Lâm tự chung”, nghĩa là chuông chùa Phúc Lâm.

Tại toà Phật điện, hiện còn lưu giữ nhiều pho tượng phật cổ có giá trị, tạo hình chuẩn xác như bộ Tam thế, toà Cửu long – Thích ca sơ sinh, hộ thiện, trừ ác, bộ tượng “ Phật điện minh vương”... Nội thất toà phật điện được trang trí nhiều bức hoành phi, câu đối, cửa võng sơn son tiếp vàng rực rỡ, đường nét mềm mại, kỹ thuật tinh xảo, được thể hiện qua các mảng đề tài hoa lá, cỏ cây, muông thú, mang phong cách nghệ thuật triều Nguyễn cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20. Gian tiền đường của toà phật điện được trang trí bằng nhiều mảng chạm khắc nổi trên cửa võng, nhiều mảng đề tài quen thuộc: mai đĩnh, ngũ phúc, rồng mây... thể hiện ước muốn của muôn dân cho “mưa thuận, gió hoà, cỏ cây tươi tốt”, hộp hình khắc gỗ mô tả cảnh thầy trò Đường tăng trên đường sang Tây Trúc thỉnh kinh. Hiện nay, chùa Hàng còn bảo lưu nhiều di vật quý giá như chuông, khánh, đỉnh đồng, đồ trang trí mỹ thuật bằng gốm sứ, đá xanh, bộ kinh sách “A hàm” cổ được lưu truyền từ nhiều đời sư trụ trì.



Phật điện chùa Dư Hàng

Tại khu vườn tháp tĩnh mịch, rợp mát bóng cây cổ thụ xanh tươi, ngoài nhóm mộ tháp các vị sư tổ đã viên tịch tại bản chùa còn có mộ tháp chứa xá lý các vị tổ thiền phái Trúc Lâm Yên Tử, tháp sư cụ Chân Huyền và nhiều vị hoà thượng đã từng trụ trì tại ngôi chùa Dư Hàng.

Năm 1926, tại chùa đã diễn ra một sự kiện quan trọng, gắn liền với phong trào đấu tranh yêu nước, đòi quyền dân sinh, dân chủ của tầng ni, phật tử cùng đông đảo các học sinh, thầy trò, thợ thuyền lao động. Họ đã tập trung tại chùa Dư Hàng

làm lễ truy điệu nhà yêu nước Phan Chu Trinh, khi cả nước được tin cụ mất tại Sài Gòn. Sau Cách mạng Tháng Tám (1945), Hội Tăng già cứu quốc Hải Phòng đã làm lễ gia mật tại chùa, điểm tổ chức “Tuần lễ vàng”, đồng thời các đoàn thể quần chúng cách mạng họp bàn việc đón tiếp Chủ tịch Hồ Chí Minh trên đường từ Pháp trở về Việt Nam, ghé thăm đồng bào, chiến sĩ Hải Phòng. Suốt 9 năm kháng chiến, chùa Dư Hàng đã mở rộng cửa thiền, nuôi quân. Có nhiều vị tu hành ở chùa đã hăng hái tòng quân cứu nước, tiêu biểu có cố hoà thượng Đình Quang Lạc đã được Chính phủ trao tặng Huân chương kháng chiến hạng Ba. Chùa Dư Hàng được nhà nước xếp hạng di tích lịch sử văn hoá năm 1986.

*** Đình Hàng Kênh:**

Đình Hàng Kênh (tên chữ là Nhân Thọ đình), nằm trên đường Nguyễn Công Trứ, phường Hàng Kênh, quận Lê Chân, thành phố Hải Phòng.

Theo bia ký còn lưu giữ tại di tích, đình Hàng Kênh ngày nay khởi dựng vào năm 1719, đời vua Lê Dụ Tông và được trùng tạo vào năm 1841 đến 1850.



Đình Hàng Kênh

Đình Hàng Kênh tọa lạc trên một khuôn viên rộng chừng 6000m² với bố cục kiến trúc truyền thống: đại đình, tọa ống muống và hậu cung. Ngoài kiến trúc chính còn có hai toà giải vũ, văn miếu, hồ bán nguyệt.

Toà đại đình là phần kiến trúc trọng yếu nhất của ngôi đình, có quy mô bề thế gồm 7 gian, mái lợp ngói mũi hài, đầu đao cong vút. Với kết cấu bộ khung chịu lực bằng gỗ lim gồm 42 cột cao hơn 5 mét, chu vi cột cái gần 2 mét, kê trên những chân tảng đá xanh chạm nổi một bông sen. Nét đặc sắc, độc đáo của toà đại đình là các mảng trang trí chạm khắc cầu kỳ, tinh xảo như chạm bong hình, chạm nổi, chạm

thủng trên các xà, cột, câu đầu, bảy hiên, cốn... tạo cho các mảng chạm khắc có không gian nhiều tầng, nhiều lớp, một thế giới điêu khắc sống động với nhiều đề tài phong phú, đa dạng như rồng, mây, hoa lá, kỳ lân, phượng... Đặc biệt ở hơn 100 mảng điêu khắc có gần 400 con rồng quần quýt, hoà quyện cùng hoa lá, cỏ cây, chim, phượng với kỹ thuật chạm khắc tinh xảo.



Tượng Ngô Vương Quyền



Chạm khắc
"Trúc Long Không Tước"



Trang trí điêu khắc đại tự,
cầu đối, cửa võng

Đình Hàng Kênh không chỉ có giá trị lớn về nghệ thuật kiến trúc, điêu khắc mà còn bảo lưu được kiểu thức ván sàn lòng thuyền hiếm có, đưa đình Hàng Kênh trở thành một di sản văn hoá đặc sắc trong các ngôi đình Việt Nam.

Toà hậu cung thâm nghiêm thờ Ngô Vương Quyền, người có công đánh tan quân Nam Hán trên sông Bạch Đằng năm 938, giành nền độc lập tự chủ cho dân tộc Việt nam sau một nghìn năm Bắc thuộc.

Tượng Ngô Quyền ngồi trên ngai rồng trong tư thế thết triều, phía trước có một chiếc thuyền nhỏ, một khúc gỗ tượng trưng cho hàng cọc cắm trên sông Bạch Đằng. Đình Hàng Kênh là di tích đặc biệt, tiêu biểu của thành phố Hải Phòng, được Nhà nước xếp hạng năm 1962.

*** Quần thể Di tích – Danh thắng Tràng Kênh:**

Khu di tích lịch sử và danh thắng Tràng Kênh thuộc thị trấn Minh Đức, huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng có bề dày lịch sử văn hóa, đồng thời đây còn là một danh thắng với cảnh quan thiên nhiên đẹp đẽ do hệ thống núi đá vôi và sông ngòi tạo thành.

Tràng Kênh, vùng đất cổ được biết đến qua di chỉ khảo cổ học nổi tiếng, hiện còn bảo lưu trong lòng đất. Theo các nhà nghiên cứu, Tràng Kênh là một di chỉ

khảo cổ học, một công xưởng chế tác đồ trang sức bằng đá lớn nhất vùng Đông bắc Tổ quốc, có niên đại cách ngày nay gần 4000 năm, thuộc sơ kỳ thời đại kim khí. Từ buổi khai sơn, phá thạch, tạo dựng cuộc sống, người Tràng Kênh với bàn tay khéo léo đã chế tác ra những đồ trang sức bằng đá tinh xảo, với những vòng tay, hoa tai, chuỗi hạt đa dạng, phong phú, đầy màu sắc. Thông qua các cuộc khai quật và nghiên cứu, các nhà khảo cổ học đã kết luận rằng: Tràng Kênh cách đây gần 4000 năm đã thực sự là một công xưởng chế tác đồ đá có quy mô lớn, sản phẩm của nó không chỉ được trao đổi ở nội địa, mà còn vượt biên tới các nước Đông Bắc Á và Đông Nam Á.

Trong lịch sử đấu tranh dựng nước và giữ nước, vùng đất này được coi là một phen dậu chống giặc ngoại xâm. Dấu ấn lịch sử để lại đến nay cho biết, Tràng Kênh là một trận địa quan trọng trong trận thủy chiến Bạch Đằng năm 1288 do Quốc công tiết chế Trần Hưng Đạo chỉ huy, đánh tan đội quân xâm lược Nguyên - Mông thế kỷ XIII. Với các địa danh đã đi vào sử sách dân tộc như núi U Bò, Hoàng Tôn, Phụng Hoàng hay cửa Bạch Đằng, nơi hợp lưu của 3 con sông đổ về, cùng các dấu tích về những trận địa cọc hay những địa danh như Áng Hồ, Áng Lác cho biết vùng đất này đã ghi dấu về một chiến trường do quân và dân triều Trần bày trận đòn đánh quân thù. Ngày nay dưới chân núi Hoàng Tôn trong hệ thống núi đồi ở Tràng Kênh còn ngôi đền thờ một vị tướng của vương triều Trần. Đó là đền thờ Trần Quốc Bảo. Ông thuộc tôn thất nhà Trần có công trong trận Bạch Đằng năm 1288, khi mất được nhân dân địa phương lập đền thờ. Theo nội dung tấm bia dựng vào niên hiệu Vĩnh Tộ thứ 8 (1626) đời vua Lê Thần Tông, ngôi đền được xây dựng ở nơi có thắng cảnh đẹp vào hạng thứ nhất của xứ Hải Dương.

Tràng Kênh - Bạch Đằng, một địa danh lịch sử từ lâu đã đi vào tiềm thức của người dân thành phố Hải Phòng như một ký ức không thể nào quên về một chiến công vĩ đại chống giặc ngoại xâm của dân tộc ta cách đây trên 7 thế kỷ. Cùng với nhiều di sản mang những nội dung lịch sử văn hóa có giá trị, Tràng Kênh - vùng đất thuộc thị trấn Minh Đức, huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng đã được nhà nước xếp hạng di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh năm 1962.

Phụ lục 3

Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù

1. Sản phẩm du lịch đặc thù cho khách du lịch nội địa – “*Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan*”.

❖ Xác định thị trường mục tiêu

Có rất nhiều thị trường khách khác nhau có nhu cầu đi du lịch, nhưng để thuận tiện cho việc thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù, thì người làm đề tài lựa chọn:

- Độ tuổi của khách: trung niên, cao tuổi
- Nhu cầu: thích tham gia các chuyến đi du lịch **Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan**

kiến trúc và cảnh quan

- Khả năng chi trả: trung bình, cao
- Khả năng thể chất: giới hạn về mặt sức khỏe
- Thời gian: mùa lễ hội, mùa du lịch

⇒ Khách đoàn (15 người) đến từ các tỉnh thành lân cận, vùng Đồng bằng Sông hồng và khu vực Miền Trung, Miền Nam di chuyển bằng phương tiện ô tô, máy bay đến sân bay Quốc tế Cát Bi. Những sản phẩm du lịch thiết kế cho người trung niên cao tuổi thường có lịch trình không quá dày, nội dung tham quan được thiết kế thông thả, nhẹ nhàng, khí hậu điểm đến dễ chịu, thực đơn trong mỗi bữa ăn bảo đảm dinh dưỡng, phù hợp với sức khỏe và sở thích của người tham gia

⇒ Vì vậy, lựa chọn loại hình du lịch **Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan**, thời gian 02 ngày, du lịch Trung tâm Thành phố Hải Phòng - Đồ Sơn – Thành Nhà Mạc (Kiến Thụy) – Chợ Đổ

❖ Đặc trưng của điểm đến

NHÀ HÁT LỚN

Nhà Hát Lớn nằm ở trung tâm thành phố, trên đường Hoàng Văn Thụ, quận Hồng Bàng.

Nhà Hát được xây dựng từ thời Pháp thuộc trên nền ngôi chợ cổ của làng An Biên bị thực dân Pháp cho giải tỏa năm 1900. Quá trình xây dựng nhà hát kéo dài từ năm 1904 đến năm 1912, tức là trong tám năm. Toàn bộ nguyên vật liệu được

chuyển từ Pháp sang. Việc xây dựng do thợ Việt Nam thực hiện dưới sự chỉ đạo của kiến trúc sư người Pháp.

Trong thời gian xây dựng nhà hát từ năm 1904 – 1912, đất nước ta đang trong thời kỳ chiến tranh, vật chất khó khăn, hệ thống giao thông nghèo nàn, đường hàng không chưa phát triển. Vậy nên để xây dựng 1 nhà hát lớn như đoàn ta đang đứng đây thực dân Pháp đã phải vận chuyển toàn bộ số lượng lớn nguyên vật liệu từ Châu Âu sang Châu Á cho tới Việt Nam hoàn toàn bằng đường biển. Quá trình vận chuyển này đã tốn rất nhiều thời gian, công sức, và đặc biệt là tiền của của nước Pháp, lúc bấy giờ xây dựng một nhà hát chỉ nhằm phục vụ việc vui chơi giải trí của người Pháp khi đóng quân tại Hải Phòng. Điều đó cho thấy Pháp là một đất nước rất quan cách và cầu kì trong nhu cầu vui chơi giải trí.

Khu vực Nhà hát Lớn được coi là khu vực trung tâm cũ của thành phố Hải Phòng, là điểm tiếp nối của ba khu vực kiến trúc Pháp - Hoa- Việt.

Nhà hát lớn là một công trình kiến trúc có một không hai với những giá trị kiệt xuất về lịch sử, văn hoá, kiến trúc và mỹ thuật. Có thể xem Nhà hát lớn như một phần không thể thiếu của thành phố Hải Phòng, góp phần tạo lập bộ mặt thanh phố ngày nay trong lĩnh vực văn hoá, chính trị.

Nhà hát được thiết kế độc đáo giống như kiến trúc của nhà hát Pháp thời trung cổ, là một tòa nhà hai tầng, cao 15,7m – dài 57,3m - rộng 37,3m. Phía bên trên có ảnh Hồ Chí Minh- Vị lãnh tụ vĩ đại của dân tộc.

Kiến trúc nhà hát lớn Hải Phòng được xây dựng theo kiểu kiến trúc Barốc, đây là loại hình nghệ thuật kiến trúc xuất hiện ở Ý rồi chuyển sang Áo, Tây Ban Nha, một phần của nước Pháp rồi trở thành khuynh hướng nghệ thuật chủ yếu từ cuối thế kỉ 16 đến giữa thế kỉ 18.

Từ Barốc trong tiếng việt được vay mượn phiên âm từ tiếng Pháp: Baroque, nhưng lại xuất xứ từ tiếng Tây Ban Nha là "Barroco", tính từ: barroco" chỉ 1 viên ngọc không tròn đều, phần nào hơi dị dạng. Trong lĩnh vực kiến trúc, từ Baroque có lúc đã có nghĩa là kì dị. Ngày nay khi nói đến phong cách Baroc trong kiến trúc tức nói đến tính nhịp điệu, năng động, tinh thần tự do bay bướm.

Đặc điểm của nghệ thuật Barốc là sự hùng vĩ, lộng lẫy tráng lệ. Nên có thể nói nhà hát lớn được xem như 1 trong những công trình kiến trúc lớn nhất thời bấy giờ. Kiến trúc Barốc coi trọng sự hiệu quả của thị giác, sự hoà hợp giữa hiện thực và hư ảo, sự tương phản bóng tối và ánh sáng, giữa tỉ lệ và nhịp điệu của vật liệu.

Các kiến trúc sư khi xây dựng nhà hát đã tận dụng các đường cong để tạo nhịp điệu và những không gian phong phú, sinh động. Nghệ thuật kiến trúc Barốc đạt tới sự thống nhất với nghệ thuật trang trí hoành tráng gây ấn tượng mạnh, với mặt bằng cầu kì, kết hợp với những đường cong mềm mại. Về trang trí thì tiêu biểu nhất của nhà hát lớn phải kể đến hình tượng chiếc đàn Lia trên cánh cửa- đây có thể xem như biểu tượng cho âm nhạc, cho nhà hát lớn.

Đàn Lia là loại đàn của người Hy Lạp được làm bằng ngà voi và để được làm bằng mai rùa, sau được người La Mã cải tiến thêm. Trong thần thoại Hy Lạp thần mặt trời Apollo cầm mũi tên bạc và 1 tay cầm đàn Lia.

Mặc dù có sự cân đối chặt chẽ trong kết cấu mặt tiền, mỗi kết cấu đều có công thức riêng trong thiết kế trang trí trên cửa tường và khoảng cách các cột đi kèm, sự phân bố cột tạo ra 1 nhịp điệu nhất quán với sự dàn trải theo phương nằm ngang. Nhà hát lớn có 4 cột trụ áp sát vào tường để tăng độ vững của tường. Kiến trúc theo lối cột Côranhiêng mềm mại theo lối cột từ trên xuống dưới.

Về kiến trúc bên trong nhà hát có sân khấu, 2 tầng ghê khán giả, trên tầng 2 có các cửa hình mái vòm theo kiểu Gôtic. Phía trên sân khấu có để tượng hình thần âm nhạc- vị thần bảo hộ cho các nghệ sĩ. Bên phải, bên trái sân khấu là phòng trang điểm, phòng nghỉ của diễn viên. Ngoài cửa sổ kính, chớp, phía trong hành lang có cửa đệm bọc da để cách âm. Trần nhà hát hình vòm, tạo tiếng vang và làm tôn thêm chiều cao nhà hát. Vòm trần có vẽ những lăng hoa trang trí, ghi tên các nhạc sĩ, kịch sĩ châu Âu lừng danh: Mozart, Beethoven, Moliere...

Phía trước nhà hát là sân rộng với diện tích 5400m² còn được gọi là quảng trường Nhà hát. Quảng trường Nhà hát có hai cột đèn đúc bằng gang, trên đỉnh cột có một thanh ngang treo 2 đèn tròn to hai bên. Năm 1985, thành phố thay bằng hai cột đèn xi- măng với hệ thống đèn tuýp xếp dọc quanh cột đèn như hiện nay. Ngoài

ra, quanh quảng trường có ghế gỗ, thảm cỏ, trồng dừa và trang trí bức tượng thiếu nữ Pháp nhưng nay đã không còn nữa.

Nhà hát thành phố là nơi sinh hoạt chính trị, văn hoá của người Pháp và những người bản xứ giàu có. Thời ấy, chỉ có những gánh hát từ Pháp sang hoặc những gánh hát nổi tiếng của Việt Nam mới được biểu diễn ở đây. Những người thượng lưu Việt Nam cũng được tham dự, song muốn vào Nhà hát phải mặc lễ phục và trả giá vé rất đắt. Hằng năm, Pháp tổ chức phát phần thưởng cho học sinh giỏi tại đây để mĩ dân và khuyến khích những người phục vụ cho chúng.

Không chỉ là không gian văn hóa, Nhà Hát Lớn Hải Phòng còn là nơi diễn ra nhiều sự kiện chính trị trọng đại của đất nước.

Cách mạng Tháng Tám bùng nổ, ngày 23-8, hàng vạn nhân dân thành phố kéo về quảng trường Nhà hát chào mừng chính quyền cách mạng lâm thời Hải Phòng ra mắt. Đây cũng là trung tâm của cuộc vận động Tuần lễ vàng quyên góp ủng hộ chính quyền non trẻ; là nơi tiễn đoàn quân Nam tiến, đồng thời là nơi diễn ra cuộc đấu tranh quyết liệt giữa cảnh sát, tự vệ và nhân dân thành phố với bọn phản động phá hoại để bảo vệ hòm phiếu trong ngày bầu cử Quốc hội đầu tiên của nước Việt Nam dân chủ cộng hoà (6-1-1946). Nhà hát thành phố cũng là nơi ghi dấu sự hy sinh anh dũng của trung đội tự vệ bảo vệ Nhà hát do trung đội trưởng Đặng Kim Nở chỉ huy. Ngày 20-11-1946, quân viễn chinh Pháp với xe tăng, thiết giáp yểm trợ tiến vào quảng trường. 39 chiến sĩ tự vệ bảo vệ nhà hát bị bao vây nhưng đã chiến đấu dũng cảm đến người cuối cùng, cầm cự suốt 4 ngày, gây cho địch nhiều thiệt hại.

Để đáp ứng với nhu cầu của thành phố sau ngày giải phóng từ năm 2002, thành phố quyết định đầu tư sửa chữa lớn công trình văn hoá này. Dự án tu bổ được phê duyệt với kinh phí 80 tỷ đồng, trong đó giai đoạn một được đầu tư 25 tỷ đồng với các hạng mục: như làm mới sân khấu, trang thiết bị âm thanh, ánh sáng, điều hoà không khí...Việc tu bổ này hoàn thành vào dịp 13-5-2005. Đây là công trình chào mừng kỷ niệm 50 giải phóng Hải Phòng. Kể từ khi hoàn thành và đưa vào sử dụng, Nhà Hát Lớn Hải Phòng luôn là trung tâm của các sự kiện lớn

QUÁN HOA

Đến Hải Phòng, một trong những điểm được nhiều du khách dùng chân chính là quán hoa ở trung tâm thành phố. Quán hoa mang những giá trị độc đáo về kiến trúc, lịch sử và vai trò của nó trong cuộc sống tinh thần của người dân thành phố Cảng. Có nhiều người đặt câu hỏi khi đến địa danh du lịch nổi tiếng này, rằng vì sao gọi đây là quán hoa mà không phải là điểm bán hoa hay chợ hoa. Một trong những lý giải gắn với suy nghĩ lâu nay của người Hải Phòng, quán hoa không chỉ đơn thuần là nơi để bán hoa mà còn là nét đẹp về văn hoá, về phong tục, về con người Hải Phòng. Ngay từ những ngày đầu xây dựng, quán hoa được sử dụng với mục đích là để bán hoa phục vụ những ngày hội, ngày lễ, những buổi biểu diễn văn nghệ tại Nhà hát lớn (bây giờ là Nhà hát thành phố).

Trong hành trình tìm hiểu Hải Phòng thông qua tua du lịch nội thành, du khách được giới thiệu, tìm hiểu về quán hoa với những chi tiết khá thú vị. Quán hoa là công trình được người Pháp xây dựng vào năm 1944. Trong thời gian thực dân Pháp vẫn thống trị nước ta, đốc lý Luyxiani là người chủ trì việc thiết kế chung và chánh lộ Gôchiê phụ trách thiết kế mỹ thuật của quán hoa. Mặc dù vậy, quán hoa vẫn mang kiến trúc cổ theo hình thức phương đình truyền thống của Việt Nam. Trong đó, dấu ấn rõ nét nhất của lối kiến trúc này chính là 4 trụ cột to tạo thế cân đối. Hệ thống kèo là sự đơn giản của lối “chồng rường”. Hệ thống mái của quán hoa với bờ nóc có hình hoa chanh 4 cánh toả ra 4 phía đông, tây, nam, bắc. Bờ dải chạy từ nóc xuống tạo thành một góc nhọn vươn lên cao, cong vút. Toàn bộ mái được lợp bằng ngói vẩy rồng. 5 quán hoa, mỗi quán có diện tích rộng gần 20m², cao gần 4m, các quán cách nhau 6m, toàn bộ trải đều trên diện tích 300m². Nguyên liệu chính của quán hoa là gỗ lim, có khả năng chống mối mọt, qua gần 60 năm quán vẫn nguyên vẹn.

Quán hoa nay còn đó, tuy không còn những bộ đá xếp hoa và cả hai dàn hoa lẵng tiêu và tigôn ở đầu dãy quán giáp với đường Nguyễn Đức Cảnh theo thời gian cũng không còn. Nhưng nơi đây, nếp xưa vẫn được duy trì ở các quán hoa. Những

nụ cười tươi của cô gái vừa duyên “cái miệng” vừa khéo “cái tay” thoăn thoắt gọt, tĩa, cắt để tạo nên những lẵng hoa, bó hoa tuyệt đẹp, rực rỡ sắc màu, cởi mở chuyện trò cùng du khách và người mua hoa. Có thể trong bộn bề của dòng chảy cuộc sống, sự thương mại hóa với kẻ bán, người mua rất “sòng phẳng” ở đây, nhưng không làm mất đi nét văn hóa và vẻ đẹp tự thân nó tạo nên giữa lòng thành phố. Để mỗi du khách đến đây, dù mua hay không mua hoa đều có thể thỏa sức tận hưởng sắc đẹp, tìm hiểu các loài hoa ở khắp nơi hội tụ về. Hình ảnh những nữ sinh thướt tha tà áo dài trong ngày lễ tựu trường đến các quán hoa chọn bó hoa tươi thắm nhất tặng thầy cô giáo hay đơn giản là anh công nhân sau ca làm muộn tìm đến quán hoa để gửi gắm tình cảm trong bó hoa tặng cô con gái yêu nhân sinh nhật cho mỗi người cảm xúc khác nhau, nhưng đều rạng rỡ niềm vui, hạnh phúc và hãnh diện. Cũng không thiếu hình ảnh từng đoàn khách nước ngoài khi đến khu vực quán hoa đều dừng lại ngắm nghía say mê kiến trúc của quán hoa ẩn hiện trong rừng hoa đua sắc, được tô điểm bởi nụ cười rạng rỡ của người bán hàng, người mua hoa ngay trung tâm thành phố.

Quán hoa là nơi bán rất nhiều loại hoa màu sắc phong phú và đa dạng. Có thể hoa được lấy từ Lũng- Một làng hoa nổi tiếng ở ngoại thành Hải Phòng, hoặc được mang về từ Đà Lạt hay các loài hoa gần đây được nhập về từ Trung Quốc, Hà Lan... Nhưng có một điều không thay đổi, đó là 5 quán hoa vẫn là điểm đến hấp dẫn nhất cho những người yêu hoa, yêu cái đẹp.

ĐỀN NGHÈ

Đền Nghè nằm trên phường An Biên, quận Lê Chân, thành phố Hải Phòng. Đền ban đầu là một Đền nhỏ làm từ tre, gỗ, lợp tranh, đến năm 1919 đền được xây dựng và tu bổ mang đậm phong cách kiến trúc thời Nguyễn. Năm 2008 – 2009 được nhà nước quan tâm đầu tư kinh phí tu bổ tôn tạo, Đền ngày càng được khang trang. Hiện nay Đền có các công trình kiến trúc hạng mục như: nghi môn, toà tiền bái, thiêu hương, giải vũ, hậu cung, nhà tứ phủ, nhà bia, nơi đặt tượng voi đá, ngựa đá.

Đồi diện với đến chình là khu vực Nhà Bia xây dựng theo kiểu long đình là nơi lưu giữ một tấm bia cổ làm bằng đá, cao 1,5m, rộng 0,85m, dày 0,2 m. Bia được ghi bằng chữ Hán tóm tắt lại tiểu sử và chiến công bà Lê Chân. Hai bên nhà bia còn

giữ lại bốn pho tượng cổ là tượng voi đá và ngựa đá, theo quan niệm của người xưa đây là người bạn đồng hành vào sinh ra tử cùng nữ tướng. Như thầy cô và các bạn cũng thấy Đền có 1 khoảng sân khá là rộng với cây xanh, cây cảnh tạo không khí nên thơ, yên bình ở nơi đây.

Chính điện của Đền Nghè, phía cửa Đền có một cái lư hương bằng đồng lớn, chính là nơi du khách thắp hương và khấn vọng từ ngoài vào trong. Phía nhà sau lư hương là Toà Tiền Bái hay còn gọi là Toà Bái Đường, tôi xin mời quý thầy cô và các bạn sinh viên vào trong để tham quan và làm lễ. Toà Tiền Bái gồm 5 gian được nâng đỡ bởi 16 cột gỗ lim, kê trên 16 viên đá tảng đục đẽo cung phu, tỉ mỉ. Chính giữa nhà Bái Đường đắp nổi chữ Hán lớn đó là “An Biên Cổ Miếu”. Trong điện còn giữ rất nhiều những cổ vật có giá trị là các hoành phi, câu đối, cuốn thư được làm bằng gỗ sơn son thiếp vàng và trạm trổ rất tinh vi, có niên đại lên đến hàng trăm năm tuổi. Hai bên điện có đồ tế khí bởi bà Lê Chân là một nữ tướng nên người ta bày những bộ tế khí như giáo, thương, đao,... Đến thăm Đền mọi người có thể tìm hiểu về 2 vật tích độc đáo, đó là Khánh Đá và Sập Đá. Vật tích đầu tiên em muốn giới thiệu với thầy cô và các bạn sinh viên đó là Khánh Đá, Khánh Đá được làm bằng một tấm đá nguyên dày 5cm được tách ra thành hình chiếc khánh (cao 1m rộng 1,6m). Mặt trước Khánh khắc nổi hai con rồng chầu mặt nguyệt và hình mây bay xung quanh. Mặt sau khánh khắc hình mây bay và sóng nước. Cả 2 mặt có núm tròn, lồi cao chỗ để gõ. Nếu chúng ta được nghe tiếng đánh của khánh được ngân vang và dịu êm, lam toả, du khách được tĩnh tâm cảm nhận hương tới cõi tâm linh huyền ảo mà thiêng liêng. Vật tích tiếp theo mà tôi muốn giới thiệu với thầy cô và các bạn đó là Sập Đá. Sập Đá đồ sộ, tạo bằng khối đá liền, chạm nổi hình chim, thú, hoa, lá rất công phu đem lại những điều thú vị về tài nghệ chạm khắc của nghệ nhân xưa. Tương truyền rằng bà Lê Chân sống khôn chết thiêng, Tiếp theo hai bên đền chính là giải vũ được xây dựng theo lối nhà cổ, mái ngói, cột gỗ, đây cũng chính là nơi cho khách thập phương chuẩn bị đồ lễ để vào thăm viếng.

Trong cùng là Hậu Cung gồm 3 gian thiết kế kiểu 2 tầng mái, bên trong thờ tượng nữ tướng Lê Chân ngồi trên ngai đặt trong một khảm lớn sơn son, thiếp vàng

với dáng vẻ uy nghi, đôn hậu, xinh đẹp. Hậu cung chỉ được mở vào các ngày lễ giỗ của bà, ngày thường thì thường khép kín vừa tạo sự tách biệt, vừa tạo sự không khí trang nghiêm. Chính vì thế cho nên đoàn chúng ta không thể vào tham quan và dâng hương được ở bên trong, chỉ có thể đứng bên ngoài ngắm nhìn hậu cung. Và sau đây tôi xin phép nói về cuộc đời của bà nữ tướng Lê Chân. Lê Chân là nữ tướng của Hai Bà Trưng. Bà được coi là người có công khai khẩn lập nên vùng đất đòi sau phát triển thành thành phố Hải Phòng ngày nay. Tương truyền bà quê làng An Biên, tên cổ là làng Vền, Đông Triều, phủ Kinh Môn, trấn Hải Dương (nay thuộc thôn An Biên, xã Thủy An, thị xã Đông Triều, tỉnh Quảng Ninh). Theo thần tích đền Nghè, cha Lê Chân là Lê Đạo và mẹ là Trần Thị Châu. Bà là người có nhan sắc, giỏi võ nghệ lại có tài thơ phú nên tiếng đồn đến tai thái thú nhà Hán là Tô Định. Tô Định toan lấy bà làm thiếp nhưng bị cha mẹ bà cự tuyệt, theo truyền thuyết, chính vì thế họ đã bị sát hại. Lê Chân phải bỏ quê theo đường sông xuôi xuống phía Nam, đến vùng An Dương, cửa sông Cấm, thấy địa hình, đất đai thuận lợi bà dừng lại lập trại khai phá. Cùng với thân quyến và người làng mà bà cho đón ra, Lê Chân phát triển nghề trồng dâu, nuôi tằm và đánh bắt thủy hải sản tạo nên một vùng đất trù phú. Nhớ cội nguồn, bà đặt tên vùng này là An Biên trang. Cùng với phát triển sản xuất, bà chiêu mộ trai tráng để luyện binh và được sự ủng hộ của nhân dân quanh vùng. Binh sỹ của Lê Chân được huấn luyện chu đáo và có sở trường về thủy trận. Năm 40, khi Hai Bà Trưng dấy binh, bà đem theo binh lính gia nhập quân khởi nghĩa của Hai Bà Trưng. Trong các trận đánh, bà thường được cử làm nữ tướng quân tiên phong, lập nhiều chiến công. Sau khi thu phục 65 thành, Tô Định phải lui về nước, bà được Trưng Vương phong là Thánh Chân công chúa giữ chức chưởng quân binh quyền nội bộ, đứng ra tổ chức, luyện tập quân sĩ, tăng gia sản xuất. Năm 43, Mã Viện lại đưa quân sang xâm lược, quân Hai Bà Trưng chống cự không nổi, hai Bà trăm mình xuống sông Đáy tự vẫn. Lê Chân cũng mất năm đó nhưng về cái chết của bà, theo truyền thuyết, có một số giả thiết sau:

- Bà trăm mình theo Hai Bà Trưng tự vẫn.

- Bà hy sinh khi chiến đấu tại vùng núi thuộc huyện Kim Bảng, tỉnh Hà Nam hoặc trầm mình tự vẫn sau những cuộc chiến đấu ở vùng này.

- Sau khi chống quân Mã Viện ở vùng sông Bạch Đằng không thành công, bà phải lui về hồ Tây rồi Mai Động, Hà Nội và hy sinh ở đây.

Theo truyền thuyết dân gian, trong các lễ hội, ngày 8 tháng 2 âm lịch là ngày sinh và 25 tháng 12 âm lịch là ngày mất của Lê Chân. Các vua đời sau cũng có chiếu phong bà là *Thượng đẳng phúc thần công chúa* Để nhớ công ơn khai khẩn của Bà, Hải Phòng đặt tên một quận mang tên Bà và dựng tượng Bà tại gần trung tâm thành phố.

Lễ Hội đền Nghè được tổ chức ngày mùng 8 đến ngày mùng 10 tháng 2 âm lịch hàng năm, thu hút đông đảo du khách đến tham quan di tích, tưởng nhớ nữ tướng Lê Chân. Trong lễ hội có rước tượng từ đền Nghè ra tượng đài nữ tướng Lê Chân và múa lân. Trong tín ngưỡng người xưa, lễ vật dâng lên Thánh Mẫu Lê Chân thường bao giờ cũng là bún và cua bể. Đền Nghè không chỉ đẹp, hấp dẫn du khách bởi kiến trúc, tâm linh mà còn là những câu chuyện lịch sử về vị nữ tướng Lê Chân. Cùng với tượng đài nữ tướng Lê Chân, chùa Hàng, nhà hát thành phố, quán hoa, đền Nghè sau khi được tu bổ lại sẽ là nơi gìn giữ và phát huy những giá trị văn hóa mang bản sắc dân tộc một cách có hiệu quả khi trở thành điểm đến hấp dẫn đối với du khách trong nước và quốc tế. Nhân dịp lễ hội năm 2016, Quận Lê Chân và Tp Hải Phòng được công nhận và đón bằng “ Lễ Hội Nữ Tướng Lê Chân là di sản văn hoá phi vật thể cấp quốc gia”.

ĐỀN BÀ ĐẾ

Đền Bà Đế nằm ở chân núi Độc, thuộc phường Ngọc Hải, Quận Đồ Sơn, Tp. Hải Phòng.

Đền Bà Đế là một trong những đền nổi tiếng về danh thắng và linh thiêng. Đền thờ bà Đế - vợ chúa Trịnh Giang. Đền bà được vua Tự Đức về thăm và ban sắc phong “Đông Nhạc Đế Bà - Trịnh chúa phu nhân”.

Đền có cấu trúc giản dị nhưng thanh thoát và trang nhã, nép mình vào lưng núi, trước mặt là biển khơi bao la, tạo nên một kỳ quan thiên nhiên độc đáo không thua gì “Nam thiên đệ nhất động - Chùa Hương”.

Như bao đình chùa, miếu mạo ở nước ta thường được hình thành bắt nguồn từ một sự tích. Tương truyền vào năm 1718, ở phía đông nam vùng Ngọc Đồ Sơn có đôi vợ chồng họ Đào, đã hai mươi năm không có con. Hai vợ chồng tu thân, tích đức, cầu xin trời phật cho một mụn con. Trời phật động lòng, chứng giám, rồi báo mộng cho người vợ được mang thai. Tròn ngày, tròn tháng, đứa bé ra đời và được đặt tên là Đào Thị Hương. Từ khi sinh ra, người đứa trẻ đã toả hương thơm ngát, phát ánh hào quang và đi đến đâu cũng có làn mây che đến đó. Càng lớn lên đứa trẻ (Bà Đế) càng xinh đẹp, lộng lẫy. Bà Đế rất khéo tay, siêng năng mọi việc. Hàng ngày bà đi chăn trâu, cắt cỏ, tay làm, miệng hát, tiếng hát ngân vang cả núi rừng. Người ta nói rằng, tiếng hát của bà làm chim ngừng hót, sóng ngừng vỗ, đất trời lặng đi để lắng nghe.

Vào năm 1736, chúa Trịnh Giang về kinh lý Đồ Sơn. Chúa cùng đoàn người dạo thắng cảnh bằng thuyền rồng trên núi Độc. Xúc động trước tiếng hát mượt mà, chúa truyền cho quân lính đi tìm người hát. Khi gặp được bà với vẻ đẹp nghiêng nước nghiêng thành, chúa yêu mến và quyến luyến không rời. Khi về kinh đô, chúa có hẹn ngày về đón bà. Bà mang thai, trong lòng rất lo sợ, ngày đêm trông ngóng thuyền hoa của chúa. Hàng Tổng biết chuyện đòi phạt tiền. Nhà nghèo không có tiền nộp phạt, hàng tổng đem bà ra khu núi Độc rồi dìu bà xuống biển. Trước khi chết, bà ngửa mặt lên trời khóc than rằng: "Phận gái thân cô, gặp chúa yêu thương tôi đâu dám chống, nhìn mẹ cha, hàng xóm tôi đâu dám quên. Xin trời phật chứng giám cho lòng con. Khi con bị dìu xuống nước, nếu có oan ức, trời phật cho con nổi lên ba lần".

Quả nhiên bà nổi lên ba lần, mọi người ai nấy đều kinh sợ. Sau một tháng, thuyền hoa của chúa về rước bà về kinh. Biết chuyện oan khuất, chúa Trịnh Giang cho xây đền, lập đàn giải oan cho bà. Đền bà được vua Tự Đức về thăm ban sắc phong: Đông Nhạc Đế Bà - Trịnh chúa phu nhân.

Người đời sau thương tiếc và khâm phục lòng thủy chung của bà. Nhiều danh nhân đã đề thơ ca ngợi:

*"Lòng sáng như băng trời đất biết
Nỗi niềm thành kính quý thân hay
Đế Bà hương lửa nghìn thu ấy
Để giải hồn oan cõi thế này"*

Từ bấy đến nay, khách thập phương tấp nập trải hội đền Bà Đẻ. Người ta đến để xin tài, xin lộc và đặc biệt cùng bà giải mọi nỗi oan khuất mà mình gặp phải.

CHÙA HANG

Chùa Hang có tên chữ là Cốc tự, xưa thuộc địa bàn Vạn Tác, xã Đồ Sơn, huyện Nghi Dương, phủ Kinh Môn, đạo Hải Dương; nay thuộc phường Vạn Sơn, thị xã Đồ Sơn. Như tên gọi của chùa, người xưa lấy một hang đá núi, cao 3,5m rộng 7m chia làm 2 bậc thềm, bậc thềm ngoài rộng khoảng 23m², bậc thềm trong cao hơn độ 0,50m lòng hang hình thang, xuyên thẳng sâu vào núi, dài chừng 25 m, phía trong cùng cao 1,2m rộng 1,3 m. Trước kia chùa có bàn thờ đá, tượng Adidà, bát hương đều bằng đá. Năm 1930, Tuần phủ tỉnh Bắc Giang Đặng Quốc Giám xin được lô đất gần chùa đã cho phá núi để xây biệt thự và đục mở rộng cửa hang nhưng nghe nói “ bị thần núi Cô Tiên quả” nên lại thôi. Trong chiến tranh, dân tản cư, chùa gần đồn Tây nên cảnh chùa càng hoang vắng. Năm 1967, tiểu đoàn công binh đã phá rộng lòng hang ở chỗ cánh cửa hang chừng 8 m để cất giấu tài liệu cho thuận tiện khai thác đá ở phía ngoài xây tường bảo vệ che cửa hang. Vì vậy, những bài thơ đề vịnh Chùa Hang khắc trên vách đá, cùng bệ thờ đá đều bị hỏng.

Chùa Hang là chùa thiên tạo lớn của Đồ Sơn, theo truyền ngôn có từ trước công nguyên. Nhà sư Bàn – tên dân dã người nước Thiên Trúc theo thuyền đi truyền bá đạo Phật đã đến cư trú tại hang và mở chùa. Dân Đồ Sơn vẫn truyền rằng sư Bàn còn dựng chùa Bàn trên núi Mẫu Sơn, sau người viên tịch ở chùa Hang. Nhiều thơ ca về chùa Hang Đồ Sơn hiện còn lưu:

***Chùa Hang , động Phật, hang Dơi
Bốn phương tám hướng chẳng nơi nào bằng***

Chùa hang cảnh Phật nhiệm màu

Ấy là Bụt mọc hay bầu Tiên xây

Chùa Hang Đồ Sơn cùng với miếu Thị Đa ở Cốc Liễn, Kiến Thụy gần đó thờ Chủ Đồng Tử là những chứng tích quý liên quan đến quá trình đạo Phật du nhập vào nước ta khoảng những năm trước Công Nguyên.

THÀNH NHÀ MẠC

Khu tưởng niệm Vương triều Mạc là một quần thể công trình được tạo dựng công phu tại xã Ngũ Đoan (huyện Kiến Thụy). Tại đây thanh long đao danh tiếng còn được gọi là Định Nam đao của Mạc Thái tổ được gìn giữ cẩn trọng và đang được đề nghị Nhà nước công nhận là bảo vật quốc gia.

Khu di tích rộng 2,5 ha, gồm có nhà chính điện, nơi thờ 5 vị vua triều Mạc định đô tại Thăng Long (1527 - 1592) là Thái tổ nhân minh Cao Hoàng đế Mạc Đăng Dung và 4 vị hoàng đế là Mạc Đăng Doanh, Mạc Phúc Hải, Mạc Phúc Nguyên, Mạc Mậu Hợp. Trước khi sải bước trên cầu qua hồ bán nguyệt vào ngũ tiền môn được xem là "cánh cửa" của Vương triều Mạc, du khách qua khu chính điện gồm tiền điện 7 gian, thiêu hương (ống muống) và hậu cung 5 gian. Sau đó, du khách tìm hiểu về ngũ tiền môn với nghi môn ngoại và nghi môn nội có cấu trúc 4 trụ, 3 gian, 2 tầng, 4 mái tạo nên một không gian linh thiêng. Nơi du khách dừng chân nghỉ ngơi, sắp lễ trước lúc vào dâng hỷ ở chính điện là hai tòa nhà giải vũ nằm song song đối diện với nhau. Đây là nơi che mưa, che nắng, theo quan niệm của người phương Đông ý nói đến sự che chở của dòng tộc họ Mạc đối với các thế hệ con cháu. Nhà chính điện thờ các vua nhà Mạc với tổng thể toà nhà 4 mái gồm 7 gian, 2 trái, 6 hàng chân cột, diện tích 378,36 m². Phần mái nhà chính điện được lắp ngói mũi hài phục chế, ngói chiếu có hoa văn chữ thọ.

Du khách đến thăm khu tưởng niệm được giới thiệu nhiều đồ thờ, cổ vật quý giá trong điện chính. Từ chiếc bình với hình ảnh chùa một cột, chim hạc đến chiếc đại hồng chung nặng 1.527kg, chiếc chiêng đồng với hình ảnh 2 con rồng khắc nổi

được đặt trang trọng trong chính điện. Đặc biệt là thanh Định Nam đao, hơn 500 năm tuổi, từng cùng vua Mạc Đăng Dung xông pha chiến trận và "bách chiến bách thắng". Theo nhiều nhà khảo cổ học, đây hiện là thanh long đao lớn nhất khu vực Đông Nam Á với chiều dài 2,55m, cân nặng 25,6 kg, bằng sắt rỗng, phần lưỡi dao dài 95 cm, cán dao dài 1,6 m. Theo gia phả dòng họ và truyền ngôn của các bậc cao niên, thời còn làm tướng, đức Mạc Thái tổ thường sử dụng thanh đại đao này xông pha trận mạc. Về thăm khu tưởng niệm, du khách được nghe kể về hành trình hàng trăm năm của thanh long đao với những câu chuyện gìn giữ, cất giấu, thờ phụng của triều đình nhà Mạc và dòng họ Mạc kể từ sau ngày Mạc Thái tổ băng hà. Trải qua không ít khó khăn, thậm chí là cả máu và nước mắt để bảo vệ di vật này của tiên tổ khỏi sự phá huỷ của thời gian, dòng họ Phạm gốc Mạc ở Nam Định tìm đủ mọi cách giữ gìn bảo vật, khi để trong hòm kính, khi để trong hòm tôn, ngâm hoàn toàn trong nhót để chống gỉ sét.

Thể theo nguyện vọng của tiên tổ và các chi họ Mạc, gốc Mạc trên toàn quốc, năm 2010 họ Phạm gốc Mạc quyết định rước thanh long đao trở về thôn Cổ Trai, xã Ngũ Đoan, Kiến Thụy đúng dịp kỷ niệm 469 năm ngày mất của Mạc Thái tổ, khánh thành công trình Khu tưởng niệm Vương triều Mạc, công trình chào mừng 1000 năm Thăng Long- Hà Nội. Ngày đưa thanh long đao của Mạc Thái tổ về đất Cổ Trai sau 418 năm, như một sự linh ứng kỳ diệu, đúng thời khắc đưa thanh long đao vào hộp kính đặt phía trước tượng Mạc Thái tổ, trên bầu trời xuất hiện 5 áng mây vàng hình rồng châu về phía nhà chính điện. Hiện tại nhà chính điện có bức ảnh lớn ghi lại thời khắc huy hoàng này với tên “ ngũ long châu triều”.

Nhân dịp kỷ niệm 470 năm ngày mất của Thái tổ Mạc Đăng Dung (diễn ra từ ngày 16-9 đến 18-9- 2011), huyện Kiến Thụy đề nghị Nhà nước công nhận thanh long đao của Mạc Thái tổ là bảo vật quốc gia.

KHU DU LỊCH ĐỒ SƠN

Nếu bạn đến Hải Phòng mà bỏ qua việc đi đến Kiến Thụy và tham gia chuyến **du lịch Đồ Sơn**. Với những điểm tham quan quyến rũ , đặc biệt là **bãi biển**

Đồ Sơn , niềm tự hào của người dân đất Cảng , hẳn sẽ để lại cho du khách những ấn tượng sâu đậm , khó phai mờ.

Khu **du lịch Đồ Sơn** nằm về phía Đông Nam nội thành đô thị Hải Phòng. Ba phía là bán đảo , phía Đông , phía Tây , phía Nam đều là biển. Phần đất liền của bán đảo nối với *huyện Kiến Thụy*. Nếu theo đường bộ , qua cầu Rào thẳng đường 14 vượt khoảng 20 km sẽ tới **Đồ Sơn** , nhưng nếu theo đường biển từ xa vài hải lý ta đã thấy một Mạch núi giống như con rồng vươn ra biển cả.

Được mệnh danh là mảnh đất của những huyền thoại , **Đồ Sơn** mang trong mình vẻ đẹp hùng vĩ và đầy nên thơ của cả một vùng trời mây sóng nước , ghi dấu những truyền thuyết kim cổ. **Đồ Sơn** là khu du lịch lòng danh với bãi tắm và những thắng cảnh có một không hai trong cả nước. Nếu đến đây thì bạn cũng đừng quên **những lưu ý khi đi du lịch tại Đồ Sơn, Hải Phòng** nhé!

Đồ Sơn là một lãnh hải bán sơn địa , có non nước hư ảo tựa chốn bồng lai , là trung tâm nghỉ ngơi du lịch của kỳ thú từ xa xưa. **Đồ Sơn** quyến rũ du khách bởi khí trời trong sạch của gió , cái mặn mà của biển và một cảnh sắc thiên nhiên sơn thủy hữu tình. Không phải ngẫu nhiên mà **Đồ Sơn** được chọn làm nơi nghỉ dưỡng của các bậc vua chúa ngày xưa ngày xưa và cá quan lại thời Pháp.

Đến **Đồ Sơn** bạn có thể chọn cho mình chuyến **du lịch Đồ Sơn 1 ngày** hoặc lâu hơn một chút thì sẽ là **du lịch Đồ Sơn 2 ngày 1 đêm**

Khu **du lịch Đồ Sơn** được thiên nhiên biệt đãi , tặng thưởng vẻ đẹp “*sơn thủy hữu tình*” và trở thành điểm tham quan , nghỉ dưỡng ưa chuộng của nhiều du khách. Đến **Đồ Sơn** du khách được tận hưởng khí trời trong sạch cùng các dịch vụ, tắm biển , đi mô tô nước , dù bay bãi biển , câu cá , thăm *đảo Hòn Dấu* , *khu du lịch Hòn Dấu* , *ngọn Hải đăng*.

Ngoài ra, hệ thống các di tích , danh thắng nhà nước , biệt thự , công viên , rừng nguyên sinh là đặc trưng của **du lịch Đồ Sơn** , tăng sức hút và thêm sự lựa chọn cho du khách. **Du lịch Đồ Sơn** kết nối chặt chẽ các khu , điểm du lịch phụ cận như *Cát Bà* , *Hạ Long* , *khu Vương triều nhà Mạc*, *đồng quê Tiên Lãng*... Có thể thấy khu di tích đền chùa ở Đồ sơn cũng phong phú và đa dạng như khu di tích ở Quan Lạn vậy.

Là khu du lịch biển lòng danh ở phía Bắc, với đặc trưng địa hình núi rồng uốn và phong cảnh sơn thủy hữu tình, **Đồ Sơn** hiện là địa điểm với nhiều cảnh đẹp được nhiều người lựa chọn. yên ả trong tĩnh lặng, du dương bên bản nhạc không lời chuyên đề về biển tin rằng **Đồ Sơn** sẽ không còn là cái tên xa lạ với du khách gần xa.

CHỢ ĐỒ

Có một cái tên chợ rất hay được nhắc đến ở Hải Phòng, rất hoàn cảnh là Chợ Đồ (nay là chợ Tam Bạc). Chợ Đồ đầu mỗi hoa quả là một trong những nét đặc trưng của Hải Phòng, được hình thành từ rất lâu đời dọc bờ sông Tam Bạc trên bến dưới thuyền. Chợ vốn nằm trên khu đất nhà đồ cũ thời chiến tranh vì thế mà gọi thành.

Chợ Đồ với hàng trăm mặt hàng nông sản, thực phẩm, đồ hải sản tươi- khô, khu chợ luôn tấp nập người mua kẻ bán từ sáng sớm đến tối mịt. Nhưng đông hơn cả là tình mơ, khi sương còn rơi dày đặc, khi mặt trời còn chưa mở mắt, khi người chưa nhìn rõ mặt người thì chợ Tam Bạc (chợ Đồ cũ) đã họp rồi. Chỉ một đoạn họp chợ mà xôn xao cả con phố. Nhưng lạ ở chỗ, chỉ nơi nào họp chợ mới lao xao, còn những khoảng lặng khác của phố vẫn trầm mặc. Dù thỉnh thoảng, những chiếc xe chở khách nhiều chỗ ngồi, xe chạy chợ, xe du lịch, và hàng trăm, hàng nghìn phương tiện giao thông thông thường khác vẫn cứ lướt qua trên phố.

Chợ Đồ gắn liền với phố sông Tam Bạc, một khu phố cổ ở Hải Phòng hiện lên qua các tác phẩm âm nhạc, thơ, họa như một nét riêng ở đất Cảng. Tựa như, các nghệ sĩ tìm về góc phố chợ này để thả mình vào những mảng trầm của cuộc sống đô thị.

Người Hải Phòng khi nhắc đến chợ Đồ nằm bên sông Tam Bạc lại thấy hiện lên một mảng màu bàng bạc như trong tranh. Chẳng thế mà rất nhiều sáng tác văn học nghệ thuật lấy đề tài Tam Bạc xưa và nay. Chợ Đồ nhộn nhịp vào sáng sớm, người buôn bán tảo tần ven sông Tam Bạc, con đò ngang vẫn duy trì ở một khúc sông, hay những cô bé, cậu bé làng chài trên sông Tam Bạc ngày ngày vẫn neo đò trên bến đò. Những mảng cuộc sống màu trầm hiện lên từ phố chợ này gợi một không gian thơ, cuộc sống lao động nhọc nhằn của người Hải Phòng.

Vất vả như vậy nhưng ẩn trong đó vẫn là những cái tình, chất nhân văn của vùng đất với những con người ăn sống nói gió.

❖ Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù:

- *Marketing quảng cáo*



Sơ đồ 3.1: Phương thức để marketing quảng bá sản phẩm

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

Trong đó:

- *Quảng cáo thông qua báo, tạp chí:* cung cấp một lượng lớn thông tin, bao phủ rộng khắp cả về mặt nội dung lẫn địa lý, và do vậy trở thành một điểm tiếp xúc không thể thiếu với người tiêu dùng..

- *Quảng cáo thông qua Internet*: Cũng như các loại hình quảng cáo khác, quảng cáo trên mạng nhằm cung cấp thông tin, đẩy nhanh tiến độ giao dịch giữa người mua và người bán. Quảng cáo trên Web giúp người tiêu dùng có thể tương tác với quảng cáo.
- *Quảng cáo thông qua hội chợ*: Giới thiệu hình ảnh, sản phẩm trực tiếp đến tay khách hàng
- *Quảng cáo ngoài trời*: là một phương pháp hiệu quả và gia tăng độ nhận biết thương hiệu với mức chi phí tiết kiệm hơn rất nhiều với quảng cáo trên Tivi
- *Quảng cáo thông qua tivi*: thể hiện và nói cho số lượng khán giả rộng lớn biết về dịch vụ của bạn hoạt động và quy trình sản xuất, từ đó các khách hàng tiềm năng biết phải tìm kiếm sản phẩm gì lúc mua hàng.

- *Đưa ra các chính sách*: [21]

Giá tất cả các dịch vụ được tính theo tiền đồng (Việt Nam – VNĐ). Giá dịch vụ được liệt kê một cách rõ ràng trong phần “Bao gồm” trong các tour du lịch, dịch vụ xe, khách sạn,...

Quý khách hàng khi thanh toán dịch vụ nhớ giữ lại hóa đơn để khi có sự cố vui lòng mang hóa đơn để giải quyết khiếu nại dịch vụ..

Khi đăng ký, quý khách vui lòng cung cấp đầy đủ thông tin và đóng một khoản tiền cọc để giữ chỗ. Số tiền cọc khác nhau tùy theo chương trình mà quý khách tùy chọn, số tiền còn lại sẽ thanh toán trước ngày khởi hành là 5 ngày làm việc, có 3 hình thức thanh toán: Thanh toán bằng tiền mặt tại công ty, nhân viên thanh toán tại nhà, chuyển khoản qua ngân hàng



- **Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù:**

Chương trình du lịch “Tìm hiểu Văn hóa tâm linh, kiến trúc và cảnh quan”
TRUNG TÂM THÀNH PHỐ - ĐỒ SƠN – THÀNH NHÀ MẠC – CHỢ HÀNG
(Phương tiện: ô tô - Thời gian: 01 ngày)

06h30	Xe và hướng dẫn viên đón Quý khách tại điểm hẹn, sau đó đưa đoàn đi ăn sáng, quý khách sẽ được thưởng <i>thức một trong những đặc sản nổi tiếng nhất của Thành phố Hải Phòng đó chính là món “Bánh đa cua”</i> – Sau bữa sáng – Quý khách <i>thăm quan một trong những công trình kiến trúc, văn hóa đặc sắc nhất tại Trung tâm Thành phố đó chính là “Nhà hát lớn và Quán hoa”</i> – Sau Nhà hát lớn và Quán hoa Quý khách <i>tham quan và làm lễ dâng hương ngày nay tại Đền Nghè và tượng Nữ tướng Lê Chân “người có công áng lập ra Thành phố Hải Phòng ngày nay.</i>
08h00	Quý khách lên xe di chuyển ra Đồ Sơn – Đến Đồ Sơn Quý khách <i>tham quan và dâng hương tại Đền Bà Đẻ ; Chùa Hang và dừng chân ngắm cảnh đẹp của Đồ Sơn tại bãi tắm khu 2</i>
10h30	<i>Quý khách tham quan Biệt thự Bảo Đại</i> - Sau khi tham quan xong Biệt thự Bảo Đại, xe và Hướng dẫn viên đưa đoàn đi <i>ăn trưa tại Nhà hàng (tại đây quý khách sẽ được thưởng thức một số đặc sản nổi tiếng của Thành phố Hải Phòng)</i>
13h30	Quý khách khởi hành đi huyện Kiến Thụy – <i>Tham quan và làm lễ dâng hương tại Khu tưởng niệm Vương triều Mạc.</i>
15h00	Quý khách lên xe khởi hành về Trung tâm Thành phố Hải Phòng - Về đến Trung tâm Thành phố Hải Phòng, <i>Quý khách tham quan và mua sắm tại Chợ Đổ “Một điểm dừng chân không thể thiếu đối với mỗi du khách khi đến Hải Phòng”</i>
18h00	Xe và Hướng dẫn viên đưa quý khách <i>về khách sạn nghỉ ngơi, ăn tối và tự do khám phá Thành phố Hải Phòng về đêm</i> – Kết thúc chương trình

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

Định giá sản phẩm du lịch đặc thù cho khách du lịch nội địa

STT	Dịch vụ	Chi phí cả đoàn	Chi phí 01 người
1	Phương tiện vận chuyển Ô tô 16 chỗ	1.500.000	150.000
2	Ăn Bữa sáng (30.000đ/người) Bữa chính (150.000/bữa)	450.000 4.500.000	30.000 300.000
3	Lưu trú: Khách sạn 3 sao (2 người phòng, 550.000/người)	8.250.000	550.000
4	Phí tham quan: Vé Biệt thự Bảo Đại	300.000	20.000
5	Hướng dẫn viên (400.000/ngày)	400.000	27.000
6	Bảo hiểm (5.000/người/ngày)	75.000	5.000
7	Nước uốc trên xe (2 chai/người/ngày)	150.000	10.000
	Tổng	15.625.000	1.092.000
	Lợi nhuận (15%)	2.343.000	164.000
	Giá bán(trước thuế)	17.968.000	1.256.000
	Giá bán (sau thuế 10% VAT)	19.764.000	1.381.000

[Nguồn: Tác giả tính toán]

- **Những thành phần bao gồm trong chương trình du lịch:**

- Phương tiện vận chuyển: ô tô
- Ăn 01 bữa sáng
- Ăn 02 bữa chính
- Khách sạn 3-4 sao: 2 người 01 phòng, lẻ ghép 3
- Phí tham quan theo chương trình
- Hướng dẫn viên suốt tuyến, tại điểm nhiệt tình, kinh nghiệm
- Bảo hiểm du lịch suốt hành trình, mức đền bù 20 triệu/ vụ
- Nước uống trên xe 02 chai/ ngày/ người

- **Những thành phần không bao gồm:**

- Chi phí cá nhân: quà lưu niệm, chụp ảnh, giặt là...
- Đồ uống trong bữa ăn
- Tiền bồi dưỡng HDV, lái xe...

❖ *Marketing quảng bá sản phẩm:*[23, 121]

Sau khi đã lựa chọn được khách hàng mục tiêu, thì nên sử dụng chiến lược xúc tiến cho sản phẩm đó, và các công cụ xúc tiến bao gồm:

- Quảng cáo: là bất cứ hình thức xúc tiến nào đối với các ý tưởng, sản phẩm hay dịch vụ nào đó được trả tiền trước bởi một người bảo trợ nhất định. Có thể tiếp cận thị trường mục tiêu một cách rộng lớn và chi phí thấp, tính trên đầu người

- Bán hàng khuyến mãi: sử dụng những kích lệ ngắn hạn để khuyến khích người mua một sản phẩm hay dịch vụ. Đặc điểm là giao tiếp với khách hàng, kích lệ khách hàng tham gia vào thương vụ.

- Quan hệ công chúng: xây dựng mối quan hệ tốt với các thị trường mục tiêu, bằng cách tạo ra uy tín và xây dựng được hình ảnh tốt trước công chúng, với các cơ quan truyền thông.

❖ *Phản hồi:*

Sau khi sản phẩm du lịch hoàn thành, công khai bán ra thị trường, phía công ty sẽ nhận được phản hồi từ nhiều phía, bao gồm: Khách du lịch, đối tác, địa phương, công ty, nhân viên... Các ý kiến phản hồi này giúp sản phẩm du lịch đặc thù được hoàn thiện hơn, độc đáo hơn.

2. Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù cho khách du lịch quốc tế - “Nét đẹp Hải Phòng”.

❖ Xác định thị trường mục tiêu:

Để xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cần phải đứng trên quan điểm của khách hàng, vì vậy cần phải tìm hiểu và quan tâm tới các yếu tố sau:

- Độ tuổi trung bình của người tham gia: trung niên và cao tuổi
- Nhu cầu và sự yêu thích của họ: tham quan, tìm hiểu về đất nước và cảnh đẹp tại Việt Nam, đặc biệt là du lịch sinh thái, biển đảo của Thành phố Hải Phòng
- Những khả năng về thể chất: sức khỏe hạn chế
- Khả năng chi trả: trung bình và cao
- Thời gian: mùa hè

⇒ Người làm đề tài lựa chọn thị trường khách Châu Âu và một số nước Châu Á (Nhật Bản; Hàn Quốc; Thái Lan; Trung Quốc) di chuyển bằng phương tiện máy bay đến sân bay quốc tế Nội Bài – Hà Nội và Cát Bi – Hải Phòng

⇒ Thời gian du lịch: 3 ngày 2 đêm, tuyến du lịch Hải Phòng – Cát Bi – Hải Phòng

❖ Đặc trưng của điểm đến

Đảo Cát Bà

Huyện Đảo Cát Hải thuộc Thành phố Hải Phòng phía Tây Bắc và Đông Bắc giáp tỉnh Quảng Ninh. Địa hình nơi đây phức tạp, tổng diện tích khoảng 345 km², rừng núi chiếm 2/3 diện tích. Huyện có 2 đảo hợp thành. Đảo Cát Hải là dải cát dễ bị xâm thực và bị thủy triều bào mòn.

Đảo Cát Bà 336 hòn đảo trong đó Đảo Cát Bà là đảo lớn nhất. Huyện có gần 30 ngàn người. Khu hành chính của huyện đóng tại Cát Bà. Nơi đây có Vườn Quốc Gia Cát Bà là nơi lưu giữ nguồn gen quý hiếm trong đó có loài Voọc Đầu trắng được ghi vào Sách Đỏ thế giới.

Cát Bà có hàng trăm hang động với nhiều dáng vẻ nguyên sơ kỳ vĩ, đa dạng thảm thực vật phong phú. Nơi đây có nhiều vịnh vịnh với dải cát vàng, những quần thể san hô lung linh muôn màu sắc. Thiên nhiên ưu đãi cho Cát Bà một nguồn tài nguyên vô cùng quý hiếm: Trên rừng có nhiều loại gỗ quý như Lát hoa, Lim, Gội,

Kim giao, các loại cây dược liệu, các loại chim thú như đại bàng, đa đa, trăn, kỳ đà, rắn hổ mang, tắc kè, khỉ, chồn, cây... Biển Cát Hải có gần 200 loài cá, gần 600 loài động vật biển, 75 loài thực vật phù du, gần 200 loài động vật phù du, 27 loại rừng ngập mặn.

Biển Cát Hải còn có nhiều loại nhuyễn thể như Tôm he, Tôm rồng, Đồi mồi, Cua, Ghe, Sò huyết, Trai ngọc, Vẹm xanh, Tu hải...

Đến Cát Hải du khách có thể cảm nhận được nơi đây có khí hậu mát mẻ ôn hòa. Các mùa ở Huyện Đảo thể hiện rõ ràng, không khí làm cho con người cảm thấy dễ chịu. Tháng 7, tháng 8 thường có mưa bão, gió nam thổi mạnh, tháng cuối năm có mưa dầm và sương mù.

Các nhà khảo cổ học khẳng định Cát Hải là cái nôi của người cổ xưa. Qua khai quật cho thấy 15 điểm có dấu tích người Việt cổ nhưng hang Eo Bùa, Tunnel Bả, Bờ Đá, Khoán Mui, Ang Giữa. Năm 1938 nhà khảo cổ học người Pháp đã khai quật và nghiên cứu dióxít cacbon tìm thấy những di vật còn sót lại, ông khẳng định Cát Bà nằm trong loại hình nền văn hóa Hạ Long. Những đồ vật được tìm thấy ở nơi đây qua khảo cứu đã chứng tỏ người Việt cổ đã từng trú ngụ tại mảnh đất này. Di chỉ Cái Bèo là niềm tự hào của người dân trên Đảo.

Đảo Cát Bà từng là căn cứ của các cuộc khởi nghĩa. Năm 1750 thủ lĩnh nông dân Nguyễn Hữu Cầu – tức Quận He dấy quân khởi nghĩa lấy Cát Bà làm căn cứ. Năm 1893 khi quân Pháp đổ bộ lên Đảo người dân đã kháng cự quyết liệt. Vào những năm 1889 – 1893 Cát Bà trở thành căn cứ chính của nghĩa quân Tiến Đức, ông đã dựa vào địa hình Trung Trang, Mái Gợ, Trà Báu xây dựng đồn điền, đồn trung, đồn hậu với bãi đá, hầm chông chống giặc.

Khu di tích Hà Sen và Đôn Lương trở thành di tích lịch sử của Huyện Đảo.

Trong thời kỳ chống Mỹ, do địa hình là cửa ngõ giao lưu quốc tế và Vịnh Bắc bộ nên Cát Bà, Cát Hải là mục tiêu tấn công của không quân và hải quân Mỹ. Tính trong cuộc chiến tranh phá hoại không quân và hải quân Mỹ đã ném xuống đây 1104 quả bom phá, 36000 quả bom bi, bom xuyên, 2355 quả thủy lôi, tính trung bình mỗi người dân trên Đảo hứng chịu trên 2 quả bom, mỗi km² chịu 8,8 quả bom các loại.

Mặc dù là huyện Đảo bị phong tỏa dữ dội trong chiến tranh song người dân

nơi đây vẫn kiên cường bảo vệ Đảo. Thực hiện khẩu hiệu “ Tay lưới, tay súng” vừa đảm bảo sản xuất muối, chế biến nước mắm, trồng trọt, chăn nuôi vừa chi viện cho chiến trường Miền Nam. Ghi nhận những thành tích xuất sắc mà quân và dân trên Đảo đạt được, Đảng và nhà nước tặng Huyện 8 chữ vàng: Hà Sen anh dũng – Đôn Lương kiên cường”.

Trong công cuộc đổi mới, Huyện Đảo đã tận dụng thời cơ, vượt qua thách thức tranh thủ sự giúp đỡ của Trung ương, thành phố phát triển cơ sở hạ tầng như đường giao thông, điện, cầu, cảng... khai thác tiềm năng sẵn có phát triển ngành thủy sản, du lịch, dịch vụ, chuyển dịch cơ cấu vật nuôi và cây trồng mang lại hiệu quả kinh tế cho người dân.

Đến nay bộ mặt của huyện đổi thay nhanh chóng, đời sống của nhân dân không ngừng cải thiện. Mỗi năm nơi đây đón 1 triệu khách du lịch, là điểm đến của bạn bè muôn phương. Cát Bà được tổ chức UNESCO công nhận là khu dự trữ sinh quyển thế giới, phần đầu là Công viên địa chất thế giới trong tương lai.

Huyện Đảo vinh dự được Nhà nước phong tặng danh hiệu Anh hùng lực lượng vũ trang nhân dân thời kỳ Đổi mới.

Thiết kế sản phẩm du lịch

- *Marketing quảng cáo:*

Giống như phần Marketing quảng cáo cho sản phẩm du lịch đặc thù cho khách nội địa, nhưng theo nghiên cứu của người làm luận văn thì nên mở rộng phạm vi quảng cáo ra quốc tế, để đạt được mục đích của giải pháp 2

- *Đưa ra các chính sách:*

Giống như phần 3.2.3.3 Đưa ra các chính sách, theo nghiên cứu của người làm luận văn thì nên thêm: Giá của sản phẩm du lịch sẽ được tính thêm bằng USD để thuận lợi cho việc giao dịch với khách nước ngoài

- **Thiết kế sản phẩm du lịch đặc thù:**

Chương trình du lịch “Nét đẹp Hải Phòng”

Tuyến: Hải Phòng – Cát Bà – Hải Phòng

Phương tiện: ô tô, tàu thủy cao tốc

(Thời gian: 3 ngày 2 đêm)

Ngày 1: Hải Phòng – Đảo Cát Bà

08:10	Xe và hướng dẫn viên đón quý đoàn tại điểm hẹn, sau đó đưa đoàn ra Bến Bính
08h40	Đến bến Bến Bính - Hướng dẫn đưa quý khách <i>lên tàu cao tốc đi Đảo Cát Bà (45 Phút).</i>
09h45	Đến Đảo Cát Bà, Đoàn về khách sạn nhận phòng nghỉ ngơi – 11h00 Đoàn ăn trưa tại nhà hàng.
Chiều	Quý khách tự do tắm biển, vui chơi biển Cát Cò 1, Cát Cò 2
18h30:	Dùng cơm tối, nghỉ đêm tại khách sạn tận hưởng không khí yên bình xua tan đi cái ồn ào tấp nập nơi đô thị, nghỉ đêm tại khách sạn

Ngày 2: Biển Cát Cò – Vịnh Lan Hạ

08h00	Ban mai, ăn sáng tại khách sạn. Sau bữa sáng quý khách lên tàu thăm quan <u>Vịnh Lan Hạ, Đảo Khỉ</u> : xe đón quý khách ra bến tàu Cái Bèo lên tàu thăm quan Vịnh Lan Hạ được tạp chí Forbes bình chọn là một trong những vịnh quyến rũ nhất hành tinh, tắm biển, thăm quan đảo khi nơi có nhiều loại khí và Vooc quý sinh sống trên những ngọn núi nằm sát bãi biển Cát Dứa xinh đẹp.
12h00	Xe đưa quý khách về khách sạn ăn trưa và nghỉ ngơi
Chiều	Quý khách tự do tắm biển, vui chơi.
18h30	Sau bữa tối quý khách tự do dạo chơi hoặc thư giãn với các dịch vụ massage Thái, tắm quất gia truyền, xem biểu diễn văn nghệ quần chúng tại sân khấu trung tâm (tối thứ 6, 7) hoặc thuê xe đạp đôi dạo quanh thị trấn.

Ngày 3: Biển Cát Cò – Vườn Quốc gia Cát Bà – Hải Phòng

06h00	Quý khách thức giấc với những âm thanh của tiếng sóng biển, tắm biển Cát Cò vui đùa cùng những con Sóng lớn từ biển khơi đổ về. Điểm tâm sáng tại khách sạn.
07h30	Xe và hướng dẫn viên đưa đoàn đi tham quan Vườn Quốc gia Cát Bà “Khu dự trữ sinh quyển của Thế giới” – Sau đó xe đưa quý khách trở lại Thị trấn Cát Bà, quý khách tự do mua sắm Hải Sản, Đồ Lưu Niệm Ngọc Trai tại chợ Cát Bà – Đoàn ăn trưa – Trả Phòng
14h00	Rời Đảo Cát Bà lên tàu cao tốc về Bến Bính.
14h45	Xe đón quý khách trở về điểm hết – Kết thúc chương trình – Hẹn gặp lại quý khách

[Nguồn: Tác giả tổng hợp]

Định giá sản phẩm du lịch đặc thù cho khách quốc tế

STT	Dịch vụ	Chi phí cả đoàn	Chi phí 1 người
1	Phương tiện vận chuyển Ô tô 16 chỗ Vé tàu Cát Bà	3.000.000 6000.000	200.000 400.000
2	Ăn Bữa phụ (trong tiền phòng) Bữa chính (300.000/bữa)	0 22.500.000	0 1.500.000
3	Lưu trú: Khách sạn 3-4 sao (2 người phòng, 550.000/người)	16.500.000	1.100.000
4	Hướng dẫn viên (1000.000/ngày)	3000.000	200.000
5	Bảo hiểm (7.000/người/ngày)	315.000	21.000
6	Nước uống 2 chai/ ngày/người	480.000	30.000

7	Tàu tham quan Vịnh Lan Hạ	2.010.000	134.000
8	Vé tham quan tại các điểm	1.500.000	100.000
	Tổng	55.305.000	3.685.000
	Lợi nhuận (15%)	8.296.000	553.000
	Giá bán(trước thuế)	63.601.000	4.238.000
	Giá bán (sau thuế 10% VAT)	69.962.000	4.662.000

[Nguồn: Tác giả tính toán]

Giá sản phẩm du lịch bao gồm:

1. Xe du lịch điều hòa đời mới phục vụ đưa đón trong thành phố và tại đảo Cát Bà theo lịch trình, lái xe kinh nghiệm chuyên nghiệp.
2. Vé tàu cao tốc khứ hồi: Bến Bính – Cát Bà – Bến Bính theo tiêu chuẩn
3. Tàu tham quan Vịnh Lan Hạ, đảo Khỉ
4. 05 bữa ăn chính, tiêu chuẩn 150.000 VNĐ/ bữa, 02 bữa sáng tại khách sạn
5. 02 chai nước suối/ người/ ngày.
6. Khách sạn 3 sao: Khách sạn Hải Long, tiêu chuẩn 2-3 khách/phòng.
7. Hướng dẫn viên Tiếng Anh, chuyên nghiệp, nhiệt tình, chu đáo
8. Vé vào cửa thăm quan tại các điểm du lịch theo chương trình.
9. Bảo Hiểm du lịch mức đền bù tối đa 20.000.000Đ/vụ/người.
10. Mã công ty du lịch, voucher khuyến mãi.

Giá sản phẩm du lịch không bao gồm:

1. Rượu, bia, nước ngọt, nước hoa quả.... trong các bữa ăn và suốt lịch trình.
2. Các chi phí giặt, là, điện thoại, mua quà, đồ lễ
3. Thuế giá trị gia tăng (VAT).
4. Tiền thưởng, bồi dưỡng hướng dẫn, lái xe

❖ Marketing quảng bá sản phẩm:

Giống như cách marketing quảng bá sản phẩm du lịch đặc thù ở giải pháp 1, tuy nhiên, theo nghiên cứu của người làm luận văn thì ở giải pháp 2 cần phải lan rộng việc quảng bá ra thị trường quốc tế:

- Hội chợ du lịch quốc tế
- Tạp chí, báo nước ngoài

Việc này sẽ có tác dụng hơn, đối với đối tượng khách quốc tế, thu hút khách đến với Thành phố Hải Phòng

❖ Phản hồi:

Sau khi sản phẩm du lịch hoàn thành, công khai bán ra thị trường, phía công ty sẽ nhận được phản hồi từ nhiều phía, bao gồm: Khách du lịch, đối tác, địa phương, công ty, nhân viên...Các ý kiến phản hồi này giúp sản phẩm du lịch đặc thù được hoàn thiện hơn, độc đáo hơn.