

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



ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH : VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Trần Thị Thúy

Giảng viên hướng dẫn: ThS Lê Thành Công

HẢI PHÒNG – 2018

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

**PHÂN TÍCH HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH
THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)**

Sinh viên : Trần Thị Thúy

Giảng viên hướng dẫn: ThS Lê Thành Công

HẢI PHÒNG – 2018

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Trần Thị Thúy

Mã SV: 1412601010

Lớp : VH1801

Ngành: Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

Tên đề tài: Phân tích hình ảnh điếm đến du lịch thành phố Hải Phòng.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

- Về lý luận tổng hợp và phân tích những vấn đề lý luận cơ bản về điểm đến du lịch, hình ảnh điểm đến du lịch, lý luận về phân loại điểm đến du lịch, Hệ thống điểm đến du lịch, quá trình phát triển hình ảnh điểm đến và các yếu tố, thành phần hình ảnh điểm đến.
- Về thực tiễn đánh giá thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch . đưa ra điểm mạnh và hạn chế của thực trạng của Thành Phố Hải Phòng. Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch. Để thu hút khách du lịch đến với thành phố Hải Phòng.

2. Các số liệu cần thiết.

Để hoàn thành bài khóa luận em đã tham khảo một số tài liệu như: Chính phủ (2007) ,Nghị định số 92/NĐ-CP ngày 1/6/2007, Quy định chi tiết thi hành một số điều của luật du lịch Du Lịch- Hà Nội, Luận văn nghiên cứu hình ảnh điểm đến khu du lịch thắng cảnh Ngũ hành sơn của tác giả Phùng Văn Thành (2014)...

Ngoài ra em đã làm một số phiếu điều tra kết hợp với số liệu thống kê của Tổng cục du lịch, các trang báo Hải Phòng

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Công ty Du lịch Hòa Bình

Địa chỉ: Khu phố 1/5 thị trấn Vĩnh Bảo, thành phố Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Lê Thành Công

Học hàm, học vị : ThS

Cơ quan công tác : Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng.

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 11 tháng 06 năm 2018

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 31 tháng 08 năm 2018

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Trần Thị Thúy

ThS. Lê Thành Công

Hải Phòng, ngày 31 tháng 08 năm 2018

HIỆU TRƯỞNG

GS.TS.NGŨT Trần Hữu Nghị

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: ThS. Lê Thành Công

Đơn vị công tác: Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Họ và tên sinh viên: Trần Thị Thúy Chuyên ngành: Văn hóa du lịch

Đề tài tốt nghiệp: Phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng.

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

- Thực hiện nghiêm túc các yêu cầu để phục vụ nội dung nghiên cứu.
- Có ý thức kỷ luật tốt, chăm chỉ, chịu khó học hỏi.
- Hoàn thành đề tài đúng thời hạn.

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận

- Về lý luận tác giả đã nêu khái quát, phân tích và đưa ra các khái niệm, hình ảnh điểm đến du lịch.
- Về thực tiễn tác giả đã nêu và đánh giá thực trạng phát triển du lịch và công tác quản lý điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng, từ đó đưa ra một số đề xuất những phương pháp hoàn thiện công tác quản lý điểm đến du lịch Hải Phòng sẽ mang lại những nhận thức đúng đắn về việc tạo dựng hình ảnh du lịch, xây dựng thương hiệu, về vai trò quản lý công tác quản lý điểm đến để du lịch Hải Phòng có thể phát triển bền vững. Nhằm thu hút khách du lịch
- Đề tài đáp ứng yêu cầu đề ra về lý luận và thực tiễn, đạt chất lượng tốt của khóa luận tốt nghiệp đại học ngành Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày 31 tháng 08 năm 2018
Giảng viên hướng dẫn

ThS. Lê Thành Công

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt thời gian làm khóa luận tốt nghiệp em đã nhận được nhiều sự quan tâm giúp đỡ từ phía gia đình , thầy cô để bài khóa luận được hoàn thành tốt đúng thời hạn.

Để hoàn thành khóa luận này em xin tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến ThS. Lê Thành Công, Thầy đã tận tình hướng dẫn em trong suốt thời gian làm khóa luận tốt nghiệp.

Em chân thành cảm ơn thầy cô trong khoa Văn Hóa Du Lịch Trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng đã tận tình truyền đạt kiến thức cho chúng em những năm học học tại trường. Với kiến thức được tiếp thu trong quá trình học không chỉ là nền tảng nghiên cứu cho quá trình nghiên cứu khóa luận mà còn là hành trình quý báu để em ra trường đi làm. Em tự hào là sinh viên Trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng.

Trong quá trình thực hiện và trình bày khóa luận không thể tránh được những sai sót. Do vậy em rất mong nhận được sự góp ý , nhận xét và phê bình của thầy cô trong khoa.

Cuối cùng em kính chúc Thầy , Cô dồi dào sức khỏe và thành công trong sự nghiệp, đạt nhiều thành công trong cuộc sống.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

Trần Thị Thúy

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài và lịch sử nghiên cứu của vấn đề	1
2. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài	4
3. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu	5
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	5
5. Phương pháp nghiên cứu	5
6. Bố cục của khóa luận.....	7

CHƯƠNG 1. MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN

DU LỊCH	8
1.1. Tổng quan về điểm đến du lịch.....	8
1.1.1. Khái niệm	8
1.1.2. Phân loại điểm đến du lịch	9
1.1.3. Hệ thống điểm đến du lịch.....	10
1.2. Tổng quan về hình ảnh điểm đến du lịch.....	12
1.2.1. Khái niệm	12
1.2.2. Quá trình phát triển hình ảnh điểm đến	13
1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến	14
1.2.4. Thành phần của hình ảnh điểm đến	15
1.3. Nội dung phân tích hình ảnh điểm đến	16
1.3.1. Sức hấp dẫn của điểm đến	16
1.3.2. Cơ sở hạ tầng du lịch	17
1.3.3. Khả năng tiếp cận	17
1.3.4. Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến.....	18
1.3.5. Sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận hình ảnh điểm đến	18
Tiểu kết Chương 1	20

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

PHỐ HẢI PHÒNG	21
2.1 Khái quát chung về du lịch Thành phố Hải Phòng	21
2.1.1. Vị trí địa lý	21
2.1.2. Tài nguyên du lịch.....	22

2.1.3. Điều kiện kinh tế - xã hội tác động đến phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng.....	23
2.1.4. Cơ sở hạ tầng ảnh hưởng đến phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng ..	26
2.1.5. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch	28
2.1.6. Những kết quả đạt được.....	30
2.2. Phân tích thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng.....	33
2.2.1. Sức hấp dẫn của điểm đến	33
2.2.2. Cơ sở hạ tầng du lịch	38
2.2.3. Khả năng tiếp cận	40
2.2.4. Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến du lịch.....	46
2.2.5. Sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận về hình ảnh du lịch Thành phố Hải Phòng.....	47
2.3. Đánh giá chung hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng.....	49
2.5.1. Những thuận lợi.....	49
2.5.2. Những mặt còn hạn chế	50
Tiểu kết chương 2.....	52
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG.....	53
3.1. Quan điểm, mục tiêu, định hướng phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020	53
3.1.1. Quan điểm phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020	53
3.1.2. Mục tiêu phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020	54
3.1.3. Định hướng phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020	55
3.2. Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của một số nước trên thế giới , Việt Nam và bài học rút ra cho du lịch Thành Phố Hải Phòng.....	56
3.2.1. Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của một số nước trên thế giới	56
3.2.2. Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch tại Việt Nam	57
3.2.3. Các bài học rút ra cho việc nghiên cứu phân tích hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng.....	60
3.3. Đề xuất giải pháp nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng.....	61
3.3.1. Giải pháp chung.....	61

3.3.2. Giải pháp cụ thể.....	63
3.3.2.1.Nhóm giải pháp tăng cường sức hấp dẫn của điểm đến	63
3.3.2.2.Nhóm giải pháp nâng cao cơ sở hạ tầng du lịch	64
3.3.2.3.Nhóm giải pháp cải thiện khả năng tiếp cận	65
3.3.2.4.Nhóm giải pháp xây dựng và quảng bá phát triển hình ảnh điểm đến ...	67
3.3.2.5.Nhóm giải pháp nhằm thu hút tăng cao sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận về hình ảnh du lịch Thành phố Hải Phòng	68
3.3.3.Một số kiến nghị	69
Tiêu kết Chương 3	69
KẾT LUẬN	70
DANH MỤC THAM KHẢO	72
PHỤ LỤC	75

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài và lịch sử nghiên cứu của vấn đề

a. Lý do chọn đề tài

Những năm vừa qua chúng ta đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng với sự gia tăng trong lượt khách lẫn doanh thu. Du lịch đang được xem là một trong những ngành công nghiệp không khói và có đóng góp to lớn vào GDP thế giới. Đứng trước sự phát triển này, Việt Nam cũng đang nắm bắt cơ hội và dần chú trọng phát triển du lịch. Trong “ Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030” đã đề rõ phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn [27, tr36].

Hiện nay với du lịch Hải Phòng thì thành phố Hải Phòng đã và đang có những bước tiến quan trọng

nhằm xây dựng và phát triển kinh tế địa phương, trong đó chú trọng về phát triển về quy mô dân số và mức độ đô thị hóa, đồng thời cũng là một trong những đầu tàu kinh tế và là một trong những trung tâm văn hóa, giáo dục quan trọng của cả nước. Thành phố Hải Phòng hiện tại đã có tốc độ phát triển nhanh chóng về kinh tế- xã hội cũng như về du lịch. Chỉ tính riêng 6 tháng đầu năm 2018 ngành du lịch thành phố đã đón và phục vụ 3.551.804 lượt khách, tăng 16,09% so cùng kỳ năm 2017. Dự tính ngành du lịch Hải Phòng sẽ phấn đấu hoàn thành kế hoạch và đón 7.500.000 lượt khách, trong đó khách quốc tế là 382.028 lượt, tăng 9,81%; doanh thu ước đạt 1.454 tỷ đồng, tăng 18,6 % so với cùng kỳ năm 2017. Đến thời điểm hiện tại địa bàn Hải Phòng có 447 cơ sở lưu trú du lịch, với tổng 9.939 phòng lưu trú bao gồm: 1 biệt thự cao cấp; 2 khách sạn hạng 5 sao; 7 khách sạn và 1 căn hộ hạng 4 sao; 5 khách sạn hạng 3 sao; 37 khách sạn hạng 2 sao; 45 khách sạn hạng 1 sao. 19 nhà hàng và 3 cơ sở mua sắm đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch. Thành phố hiện có 72 đơn vị hoạt động kinh doanh lữ hành, có 18 doanh nghiệp lữ hành quốc tế và 4 chi nhánh lữ hành quốc tế, 48 Doanh nghiệp lữ hành nội địa; 1 chi nhánh lữ hành nội địa và 5 đại lý lữ hành nội địa. Thành phố có 610 hướng dẫn viên du lịch đã được cấp thẻ, trong đó có 268 hướng dẫn viên đã được cấp thẻ quốc tế, 342 thẻ hướng dẫn viên đã được cấp thẻ nội địa. Dự tính ngành du lịch Hải Phòng sẽ phấn đấu hoàn thành kế hoạch và đón 7.500.000 lượt khách, trong đó đón 870.000 khách quốc

tế; doanh thu du lịch đạt 2.700 tỷ đồng. Để gia tăng nhiều hơn nữa doanh thu từ du lịch, Thành phố đã chú trọng đến phát triển hình ảnh điểm đến của du lịch Hải Phòng nhằm đảm bảo cho sự phát triển của doanh nghiệp . Trong tương lai thì việc phân tích hình ảnh điểm đến du lịch của thành phố cần quan tâm phát triển như đa dạng các loại hình du lịch , cơ sở lưu trú, cơ sở ăn uống,các hoạt động vui chơi giải trí trong đó phát triển các hình thức du lịch được xem là một giải pháp nhằm nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch . Thông qua đó tạo ra sự thu hút khách du lịch đến với thành phố Hải Phòng .Nhưng trên thực tế việc phân tích hình ảnh điểm đến mới chỉ được quan tâm ở một vài góc độ như các chính sách phát triển, quản lý môi trường... mà chưa quan tâm đến đầy đủ cả ba vấn đề lớn của phân tích hình ảnh điểm của hoạt động du lịch Hải phòng.

Hiện nay Hải Phòng là một điểm du lịch được khai thác với các loại hình du lịch khá đa dạng và phong phú. Nhưng cũng giống như nhiều điểm đến du lịch khác, công tác phân tích hình ảnh điểm đến để giúp Hải Phòng có hướng phát triển bền vững, lâu dài lại chưa được quan tâm nhiều và có những hạn chế nhất định. Mặc dù tầm quan trọng của du lịch trong kế hoạch phát triển của thành phố Hải Phòng đã được nâng lên một bước, nhưng trên thực tế, các ban, ngành và các cấp chưa quan tâm đúng mức tới việc tạo môi trường thuận lợi cho du lịch phát triển, chưa khơi dậy được hết tiềm năng và chưa huy động được mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển du lịch; chưa quan tâm đầy đủ đến việc bảo vệ và tôn tạo tài nguyên du lịch. Du lịch một địa phương với những đặc trưng riêng không chỉ mang lại hiệu quả về kinh tế, đem lại nguồn doanh thu lớn cho du lịch mà còn góp phần chia sẻ lợi nhuận từ du lịch tới cộng đồng địa phương nơi trực tiếp tham gia vào hoạt động kinh doanh du lịch. Thành phố Hải Phòng được xem là một trung tâm của Miền Bắc với vị thế là trung tâm kinh tế của cả nước, được đầu tư nhiều về cơ sở hạ tầng với nhiều trung tâm thương mại lớn, hiện đại thuận lợi trong phát triển du lịch mua sắm. Tuy nhiên hoạt động phân tích hình ảnh điểm đến du lịch Hải Phòng chưa được tiến hành nghiêm cứu đúng với tiềm năng của thành phố Hải Phòng trên thực tế. Việc phân tích điểm đến du lịch thành phố sẽ giúp gia tăng doanh thu cho ngành du lịch thành phố Hải Phòng cũng như đa dạng hóa loại hình du lịch để gia tăng sức cạnh tranh của mình.

Chính vì những lý do trên việc nghiên cứu phân tích thực trạng hình ảnh điểm du lịch thành phố Hải Phòng làm cơ sở đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao và phát triển hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng . Từ đó sẽ giúp gia tăng lượng khách , gia tăng doanh thu cho ngành du lịch thành phố Hải Phòng. Có ý nghĩa chiến lược đối với ngành du lịch cũng như các doanh nghiệp du lịch Hải Phòng. Vì vậy tác giả đã lựa chọn đề tài “ Phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng” để làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

Hy vọng sẽ góp một phần ít nào đó vào việc nâng cao và phát triển hình ảnh du lịch thành phố Hải Phòng. Đóng góp chút tâm tư tình cảm vào ngành du lịch thành phố Hải Phòng.

b. Lịch sử nghiên cứu của vấn đề

Ở nước ngoài : Có một số sách có nội dung liên quan như

Du lịch thế giới UNWTO xuất bản cuốn hướng dẫn thực hành quản lý điểm đến. năm 2007

Ở Việt Nam cho đến nay đã có một đề tài nghiên cứu liên quan đến hình ảnh điểm đến du lịch đã được công bố như:

Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ “Cơ sở khoa học cho việc tổ chức và quản lý hệ thống các khu du lịch và đề xuất các quy chế tổ chức và quản lý khai thác các khu du lịch ở Việt Nam” do Ông PGS.TS Vũ Tuấn Cảnh và các cộng sự đã thực hiện.

Đề tài luận văn : “Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý hoạt động tại điểm đến du lịch Hương Sơn, Mỹ Đức, Hà Nội” do bà TS Bùi Thị Thanh Huyền đã thực hiện vào năm 2011.

Đề tài luận văn : “Nghiên cứu hình ảnh điểm đến khu du lịch thắng cảnh Ngũ Hành Sơn” do ông Phùng Văn Thành đã thực hiện 2014.

Đề tài luận văn thạc sĩ : “*Nâng cao hình ảnh điểm đến khu du lịch vườn quốc gia Bạch Mã – tỉnh Thừa Thiên Huế*” do bà Nguyễn Thị Việt Hà đã thực hiện

Đề tài luận văn thạc sĩ : “*Phân tích hình ảnh điểm đến của thành phố Đồng Hới, tỉnh Quảng Bình*”

Đề tài luận văn thạc sĩ : “*Tác động của hình ảnh điểm đến tới lòng trung thành của khách hàng - điểm đến du lịch Nghệ An*”

Những công trình nghiên cứu , các bài viết trên ít nhiều đều đề cập đến vấn đề phân tích hình ảnh điểm đến du lịch nói chung dưới mọi góc nhìn của đời sống kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, công trình nghiên cứu triển khai trực tiếp về nội dung phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng thì chưa có. Khóa luận tốt nghiệp nghiên cứu một cách toàn diện, có hệ thống cơ sở lý luận và thực tiễn về vấn đề phân tích hình ảnh điểm đến du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng hiện nay. Vậy nên không có bất kỳ một công trình khoa học nào trùng lặp với đề tài khóa luận mà tác giả chọn nghiên cứu.

Vì vậy, việc nghiên cứu phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp nâng cao và phát triển hình ảnh điểm đến của du lịch Hải Phòng nhằm thu hút khách du lịch trong thời gian tới có ý nghĩa rất thiết thực cho ngành du lịch Hải Phòng.

2. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

- Ý nghĩa khoa học: Trên cơ sở kế thừa các thành tựu của các công trình nghiên cứu đã công bố trong nước và quốc tế, đề tài tiến hành phân tích, tổng hợp và hệ thống lại cơ sở lý luận để phân tích hình ảnh điểm đến du lịch như: Khái niệm, đặc điểm và sự cần thiết phải phân tích hình ảnh điểm đến du lịch ở nước ta hiện nay. Đề tài góp phần hệ thống, phát triển lý thuyết trong lĩnh vực quản lý điểm đến du lịch.

- Ý nghĩa thực tiễn: Việc nghiên cứu đề tài phân tích hình ảnh điểm đến du lịch đã tìm hiểu về thực trạng phát triển du lịch và công tác quản lý điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng giai đoạn 2010 - 2017. Việc nghiên cứu và đề xuất những giải pháp hoàn thiện công tác quản lý điểm đến du lịch Hải Phòng sẽ mang lại những nhận thức đúng đắn về việc tạo dựng hình ảnh du lịch, xây dựng thương hiệu, về vai trò của công tác quản lý điểm đến để du lịch Hải Phòng có thể phát triển bền vững. Giúp cho các nhà quản lý, các doanh nghiệp du lịch tại điểm đến có những định hướng trong quá trình quản lý xây dựng và phát triển điểm đến. Đề tài còn là nguồn tài liệu tham khảo cho điểm đến du lịch thành phố trong việc tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch cũng như hoạt động quản lý điểm đến.

Phân tích và luận giải một cách khoa học các nguyên tắc, căn cứ của việc áp dụng các yếu tố có liên quan đến phân tích hình ảnh điểm đến du lịch; Đánh giá toàn diện tình hình phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng. Tìm ra các thiếu sót của phân tích hình ảnh điểm đến du lịch của các

thiếu sót đó. Đề xuất một số phương hướng, giải pháp hoàn thiện hệ thống yếu tố nhằm phát triển phân tích hình ảnh điểm đến du lịch tại thành phố Hải Phòng trong thời gian tới.

3. Mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu

* Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện phân tích hình ảnh điểm đến du lịch đến tại thành phố Hải Phòng thông qua việc tìm hiểu, nghiên cứu, đánh giá thực trạng hoạt động quản lý điểm đến tại địa bàn.

* Nhiệm vụ: Để đạt được nội dung nghiên cứu, khóa luận đặt ra các nhiệm vụ nghiên cứu chính như sau:

- Nghiên cứu, hệ thống hoá các cơ sở lý luận về điểm đến và phân tích hình ảnh điểm đến du lịch.

- Phân tích thực trạng hoạt động du lịch Hải Phòng và chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến công tác phân tích hình ảnh điểm đến du lịch.

- Đánh giá thực trạng công tác phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng và đưa ra một số giải pháp để việc khai thác du lịch tại đây có hiệu quả hơn.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

* Đối tượng nghiên cứu của khóa luận là điểm đến và vấn đề hình ảnh điểm đến du lịch.

* Phạm vi nghiên cứu

Khóa luận nghiên cứu về điểm đến và vấn đề quản lý điểm đến du lịch từ cấp độ địa phương, cộng đồng trực tiếp với các nhà cung cấp dịch vụ đến cấp độ tỉnh, thành phố, không bao gồm quản lý vùng.

- Phạm vi về không gian: Tác giả lựa chọn điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng làm nghiên cứu điển hình.

- Phạm vi thời gian: Để nghiên cứu chính xác và hiệu quả, số liệu tác giả sử dụng được thống kê vào thời điểm từ năm 2010 đến năm 2017.

5. Phương pháp nghiên cứu

* **Phương pháp thu thập thông tin thứ cấp:** Tác giả đã thu thập và sử dụng nhiều thông tin từ các nguồn khác nhau như giáo trình, sách báo, tạp chí, các trang web, các báo cáo của Sở Du Lịch- Tổng Cục Du Lịch Hải Phòng. Trong đó bao gồm các tài liệu, số liệu:

- Tài liệu, số liệu về hoạt động kinh doanh du lịch tại thành phố Hải Phòng số lượng khách du lịch, các dự án đầu tư...

- Dữ liệu về hoạt động quản lý điểm đến tại thành phố Hải Phòng từ năm 2010 đến 2017.

*** Phương pháp điều tra xã hội học:**

Khi tiến hành làm khóa luận tác giả đã đến quan sát, tìm hiểu, nghiên cứu hoạt động kinh doanh du lịch tại thành phố Hải Phòng và thực hiện phỏng vấn các nhà quản lý một số doanh nghiệp du lịch.

*** Phương pháp điều tra bằng hỏi:**

Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi là một phương pháp phỏng vấn viết, được thực hiện cùng một lúc với nhiều người theo một bảng hỏi in sẵn. Người được hỏi trả lời ý kiến của mình bằng cách đánh dấu vào các ô tương ứng theo một quy ước mặc định với các câu hỏi được xếp đặt trên cơ sở các nguyên tắc: tâm lý, logic và theo nội dung nhất định. Phương pháp này đã được tác giả sử dụng với các bước như sau:

- Thiết kế bảng hỏi: Phiếu điều tra được thiết kế với hệ thống câu hỏi phù hợp về cả cấu trúc, thời gian với các đối tượng là khách du lịch và các công ty lữ hành.

+ Đối với khách du lịch: phát ra 150 phiếu, thu về 138 phiếu hợp lệ.

+ Đối với các công ty lữ hành: phát ra 100 phiếu, thu về 87 phiếu hợp lệ.

- Điều tra thử: nhằm khảo sát địa bàn, điều tra mẫu, phân tích kết quả về cấu trúc và nội dung bảng hỏi. Trên cơ sở đó điều chỉnh lại bảng hỏi cho phù hợp, thu được thông tin hiệu quả.

- Lựa chọn địa bàn điều tra và mẫu điều tra: Mẫu điều tra đối với khách là ngẫu nhiên (dựa trên cơ sở các đối tượng khách du lịch khác nhau: học sinh, sinh viên, cán bộ, khách trong nước và nước ngoài). Mẫu điều tra đối với các công ty lữ hành chủ yếu tác giả lựa chọn trên địa bàn Hải Phòng, Hà Nội và Quảng Ninh.

*** Phương pháp điều tra phỏng vấn:** Trong phương pháp này tác giả thu thập thông tin dựa trên cơ sở giao tiếp bằng lời. Đối tượng tham gia phỏng vấn là các cán bộ làm trong các doanh nghiệp du lịch tại thành phố Hải Phòng, cán bộ đại diện của cơ quan du lịch, cộng đồng dân cư địa phương.

6. Bố cục của khóa luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục gồm 03 chương:

- + Chương 1: Một số lý luận cơ bản về hình ảnh điểm đến du lịch
- + Chương 2: Thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng.
- + Chương 3: Một số định hướng và giải pháp nhằm nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng.

CHƯƠNG 1. MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

1.1. Tổng quan về điểm đến du lịch

1.1.1. Khái niệm

Hoạt động du lịch trên thế giới hình thành từ rất sớm, từ thời kỳ cổ đại đến thời kỳ phong kiến, rồi đến cận đại và hiện đại. Hoạt động kinh doanh du lịch cũng dần được phát triển và ngày càng được nâng cao lên cả về cơ sở vật chất kỹ thuật đến các điều kiện về ăn, ở, đi lại, vui chơi, giải trí,... Ngày nay, hoạt động du lịch đã mang tính toàn cầu, du lịch trở thành một nhu cầu thiết yếu của người dân các nước kinh tế phát triển. Du lịch cũng là một tiêu chuẩn để đánh giá đúng mức sống của dân cư nước đó. Và vì vậy có rất nhiều cách hiểu khác nhau về du lịch. Với hiệu quả như vậy, nhiều nước chú trọng phát triển du lịch, coi du lịch là một ngành kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của mình. Cùng với sự phát triển của du lịch mà hệ thống thống kê du lịch của nhiều nước cũng được phát triển và ngày càng hoàn thiện thêm. Trong du lịch thì có nhiều khái niệm, trong đó có khái niệm *điểm đến du lịch*. Tuy nhiên, dưới góc độ nghiên cứu thì khái niệm này có những quan điểm khác nhau.

Trong tiếng Anh, từ “Tourism Destination” có nghĩa là điểm đến du lịch. Tổ chức Du lịch Thế giới (UN-WTO), đã đưa ra quan niệm: *“Điểm đến du lịch là vùng không gian địa lý mà khách du lịch ở lại ít nhất một đêm, bao gồm các sản phẩm du lịch, các dịch vụ cung cấp, các tài nguyên du lịch thu hút khách, có ranh giới hành chính để quản lý và có sự nhận diện về hình ảnh để xác định khả năng cạnh tranh trên thị trường”* [38].

Một khái niệm khác trong du lịch, đó là điểm tham quan du lịch, trong tiếng Anh gọi là “Tourist attraction”. *Là một điểm thu hút khách du lịch, nơi khách du lịch tham quan, thường có các giá trị vốn có của nó hoặc trưng bày các giá trị văn hóa, ý nghĩa lịch sử hoặc được xây dựng, cung cấp các dịch vụ về phiêu lưu, mạo hiểm, vui chơi giải trí hoặc khám phá, trải nghiệm những điều mới lạ* [36].

Theo Luật Du lịch 2017 : “Điểm đến du lịch là nơi có tài nguyên du lịch được đầu tư, khai thác phục vụ khách du lịch” [23].

Khái niệm về điểm đến du lịch là một phạm trù rất rộng. Nó có thể là một châu lục (theo thống kê của Tổ chức du lịch thế giới như: Châu Mỹ, Châu Phi, Châu Âu...), là một khu vực như: khu vực ASEAN, là một đất nước, là một địa phương, là một thành phố, thị xã. Nói đến điểm đến du lịch nó không chỉ có tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn mà còn có cả nhiều điều kiện khác để trở nên hấp dẫn, đặc biệt là việc phát triển các sản phẩm du lịch. Phát triển và nâng cao chất lượng hình ảnh du lịch chủ yếu tập trung ở điểm đến và điểm tham quan du lịch. Hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động du lịch trong một địa phương, một đất nước phần lớn tập trung tại điểm đến và điểm tham quan du lịch.

Điều quan trọng để điểm đến du lịch trở thành hấp dẫn và thu hút khách đòi hỏi phải có sự quản trị kinh doanh điểm đến. Vấn đề quản trị kinh doanh điểm đến liên quan đến rất nhiều vấn đề từ marketing, tuyên truyền, quảng cáo và xúc tiến điểm đến đến việc phát triển sản phẩm tại điểm đến, đặc biệt là sự phối kết hợp chặt chẽ các chủ thể tại điểm đến nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách để họ có những cảm xúc và trải nghiệm sâu sắc. Du lịch có thể được chia làm nhiều loại và theo tài liệu của UNWTO thì du lịch có thể được phân loại theo mục đích chính trong đó có mua sắm.

1.1.2. Phân loại điểm đến du lịch

Trong thực tế phát triển du lịch, thường chia điểm đến du lịch thành những cấp độ sau:

a) *Điểm đến du lịch mang tính chất khu vực*: Trên thị trường du lịch thế giới, cạnh tranh nguồn khách trở nên rất gay gắt, các nước trong từng châu lục, từng khu vực khác nhau trên thế giới vừa hợp tác vừa để cạnh tranh để thu hút các nguồn khách du lịch thông qua tuyên truyền, quảng cáo, xúc tiến du lịch. Hiện nay, tổ chức du lịch thế giới (UNWTO) đã chia 157 nước thành viên của tổ chức này trên thế giới ra làm 6 khu vực du lịch, đó là các khu vực: châu Phi, châu Mỹ, châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu, Trung Đông và Nam Á. Sự phân chia các điểm đến du lịch này không chỉ cho biết số lượng khách du lịch quốc tế của khu vực mà còn cho biết thu nhập du lịch từ khu vực này. Mỗi khu vực không chỉ đón tiếp khách du lịch quốc tế từ các châu lục khác đến mà còn đón tiếp khách du lịch từ các nước trong khu vực.

b) *Điểm đến du lịch mang tính phạm vi quốc gia*: Các nước trong khu vực vừa hợp tác với nhau để xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch của khu vực, nhưng cũng vừa cạnh tranh và thu hút nguồn khách đến với đất nước mình. Mỗi nước đẩy mạnh tuyên truyền, quảng cáo và xúc tiến du lịch để xây dựng hình ảnh của đất nước trong tâm trí của mọi người trên thế giới như một điểm du lịch "an toàn và thân thiện". Để thu hút được nguồn khách quốc tế, ngoài việc tuyên truyền, quảng cáo và xúc tiến du lịch, mỗi nước phải tiến hành hoàn thiện các quy định pháp luật, một mặt tạo điều kiện thuận lợi và dễ dàng cho khách đến du lịch, mặt khác tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch kinh doanh có hiệu quả. Bên cạnh đó, các nước phải tiến hành xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho sự phát triển du lịch như: sân bay, bến cảng, nhà ga, đường sá, điện, nước, thông tin liên lạc...

c) *Điểm du lịch mang tính địa phương*: Nhiều điểm du lịch không chỉ mang tính địa phương mà là thương hiệu du lịch của quốc gia.

1.1.3. Hệ thống điểm đến du lịch

* *Về các loại hình quản lý điểm đến*: Được phân chia thành các yếu tố như sau:

- Một cơ quan nhà nước duy nhất.
- Phối hợp giữa các cơ quan chính quyền.
- Cơ quan chính quyền thực hiện việc thuê ngoài cho các công ty tư nhân.
- Hợp tác giữa chính quyền và tư nhân cho một số chức năng nhất định - thường là dưới hình thức một công ty làm phi lợi nhuận.
- Hội liên hiệp hay công ty được hoàn toàn tài trợ bởi sự hợp tác trong khu vực tư nhân hay kinh doanh.

* *Các cấp tổ chức quản lý điểm đến*: Các nhà chức trách du lịch quốc gia chịu trách nhiệm quản lý và Marketing du lịch ở cấp quốc gia. Các cơ quan nhà nước có thẩm quyền tại địa phương chịu trách nhiệm về quản lý và Marketing du lịch trong một khu vực địa lý được xác định, đôi khi là một khu vực hành chính hoặc địa phương như quận, tiểu bang hoặc tỉnh. Các cơ quan địa phương, chịu trách nhiệm về quản lý và/hoặc Marketing du lịch dựa trên một khu vực địa lý nhỏ hơn, thành phố/thị trấn.

* *Hoạt động tổ chức quản lý điểm đến*: Có rất nhiều các bên liên quan khu vực nhà nước và tư nhân đang tham gia trong việc thực hiện chức năng quản lý

điểm đến : Quốc gia và khu vực/chính quyền tỉnh, chính quyền địa phương. Các cơ quan phát triển kinh tế; Các tổ chức công như Ban quản lý Vườn quốc gia, danh lam thắng cảnh .Các doanh nghiệp như Giao thông vận tải, lưu trú, ăn uống, giải trí, bán lẻ,..Các sự kiện và các tổ chức văn hóa. Tổ chức trung gian (ví dụ công ty lữ hành và tổ chức hội nghị); Các cơ quan đại diện Điểm đến; Truyền thông; Công ty du lịch địa phương . Các cơ quan hỗ trợ kinh doanh.

** Các cơ chế sau đây được sử dụng để phối hợp và hợp tác giữa các bên liên quan:*

- Hợp tác nhóm (có thể gọi là một Nhóm hành động Du lịch) liên lạc quản lý, giám sát: Chiến lược phát triển chung; Lập kế hoạch quản lý điểm đến chung; Thực hiện trên cơ sở phối hợp; Phát triển sản phẩm và dự án. Tập hợp các đối tác cho dự án quy hoạch tập trung (bao gồm lập kế hoạch đầu tư) và thực hiện trên khoảng thời gian cụ thể. Trong quá trình này, Kế hoạch Quản lý Điểm đến là một công cụ quan trọng cho quan hệ đối tác xây dựng và cam kết. Như một tài liệu cần nêu rõ kế hoạch hành động và lý do cho chương trình. Là một quá trình nó phải là một cơ hội chính để: Tích hợp các hành động của các tổ chức riêng biệt; Xác nhận và tăng cường mối liên hệ giữa chiến lược và hành động; Áp dụng kiến thức và chuyên môn của DMO quy hoạch dự án; Chia sẻ và rút kinh nghiệm để xúc tiến và quản lý điểm đến hiệu quả.

Quản lý điểm đến rất phức tạp, tài sản quan trọng nhất của DMO là uy tín của mình như một nhà lãnh đạo chiến lược trong Marketing điểm đến du lịch và phát triển và khả năng của mình để tạo điều kiện cho quan hệ đối tác công nghiệp và hợp tác hướng tới một tầm nhìn đến tập thể.

Các điểm đến cũng cần được quản lý qua các biên giới chính trị hay hành chính. Điểm đến cũng có thể được tổ chức xung quanh một điểm thu hút riêng biệt, chẳng hạn như một thung lũng sông hoặc một đoạn bờ biển hoặc một điểm thu hút tự nhiên, văn hóa độc đáo.

Lợi ích của quản lý điểm đến:

- **Tạo lợi thế cạnh tranh:** Hai yêu cầu rất quan trọng cho các điểm đến để đạt được một lợi thế cạnh tranh hơn các đối thủ của họ, cụ thể là: Thiết lập một vị trí mạnh mẽ và độc đáo, tức là cung cấp các trải nghiệm khác nhau so với các điểm đến khác , bằng cách phát triển hấp dẫn của điểm đến và nguồn lực một cách làm nổi bật đặc điểm độc đáo của nó. Cung cấp kinh nghiệm chất lượng

tuyệt vời và giá trị vượt trội cho điểm đến, bằng cách đảm bảo rằng tất cả các khía cạnh của kinh nghiệm khách truy cập là tiêu chuẩn cao nhất. Cả hai yếu tố thành công đòi hỏi một cách tiếp cận phối hợp quản lý dựa trên một tầm nhìn tập thể và quan hệ đối tác mạnh mẽ.

- ***Đảm bảo phát triển bền vững:*** Phát triển du lịch bền vững với quản lý thích hợp và lập kế hoạch đảm bảo rằng các điểm đến duy trì tính toàn vẹn môi trường và các nguồn tài nguyên và nhân vật đã làm cho nó hấp dẫn ở nơi đầu tiên được bảo vệ. Quản lý tốt cũng có thể giúp tránh được những xung đột xã hội và văn hóa và ngăn chặn du lịch từ ảnh hưởng đến lối sống địa phương, truyền thống và các giá trị bất lợi.

- ***Phân phối lợi ích:*** Lợi ích chi phí và kết quả là du lịch có thể được lây lan ví dụ bằng cách hỗ trợ phát triển sản phẩm và kinh nghiệm dựa vào cộng đồng, thúc đẩy du lịch nông thôn, thúc đẩy phát triển doanh nghiệp nhỏ, khai thác các tiềm năng của ngành công nghiệp thủ công mỹ nghệ, vv...

- ***Nâng cao năng suất du lịch:*** Thông qua tập trung phát triển không gian và Marketing mục tiêu, địa điểm có thể kéo dài thời gian truy cập trung bình lưu trú, tăng chỉ tiêu bình quân đầu người truy cập và làm giảm thời vụ không mong muốn trong lượt khách truy cập, tất cả góp phần vào một sự trở lại cải thiện đầu tư và sản lượng cho mỗi khách truy cập.

1.2. Tổng quan về hình ảnh điểm đến du lịch

1.2.1. Khái niệm

Hiện nay chưa có một khái niệm hoàn chỉnh và thống nhất về hình ảnh điểm đến du lịch. Hình ảnh điểm đến thường được mô tả đơn giản là “ấn tượng về một địa điểm” hoặc “nhận thức về một vùng”. Định nghĩa được chấp nhận nhiều về hình ảnh điểm đến đó là “*một hệ thống các niềm tin, ý tưởng và ấn tượng mà người ta có về một nơi hay điểm đến nào đó*”. Hình ảnh của một điểm đến là sự đánh giá của khách du lịch về điểm đến dựa trên niềm tin, thái độ và quan điểm của họ. Đó có thể là những ấn tượng tích cực hoặc tiêu cực về điểm đến. Hình ảnh của điểm đến được tạo ra từ những tác động trực tiếp và gián tiếp như hoạt động marketing trực tiếp, các phương thức giao tiếp marketing khác và quan điểm của du khách về các yếu tố như tính an toàn, khả năng chi trả, khả năng tiếp cận và các đặc điểm hấp dẫn.

Hình ảnh điểm đến là kết quả sự nhận thức của khách du lịch về các thuộc tính của điểm đến và được xem như một chức năng của thương hiệu điểm đến. Nhận thức về hình ảnh điểm đến du lịch tác động trực tiếp có tính quyết định việc lựa chọn điểm đến du lịch của khách; gián tiếp ảnh hưởng đến mức độ thoả mãn và lòng trung thành của du khách. Để tạo dựng hình ảnh điểm đến trong mắt du khách, trước hết phải tạo dựng hình ảnh điểm đến nổi bật gắn với những giá trị cốt lõi của tài nguyên tự nhiên và nhân văn của điểm đến để chuyển tải tới khách hàng một cách thuyết phục qua các kênh thông tin hiệu quả. Hình ảnh một điểm đến có thể được du khách nhận dạng là điểm hấp dẫn độc đáo về tài nguyên thiên nhiên và nhân văn, trung tâm kinh tế thương mại, trung tâm dịch vụ tuyệt hảo, nơi có môi trường an ninh, an toàn tốt, nơi có ngành dịch vụ phát triển và sự thân thiện của người dân.

1.2.2. Quá trình phát triển hình ảnh điểm đến

Điều kiện tiên quyết đầu tiên để có được hình ảnh điểm đến du lịch là nơi đó phải có tài nguyên du lịch cùng với các sản phẩm dịch vụ đi kèm theo nó. Giá trị của tài nguyên du lịch được đánh giá ở mức nào sẽ tác động trực tiếp có tính quyết định việc lựa chọn điểm đến du lịch của khách; gián tiếp ảnh hưởng đến mức độ thoả mãn và lòng trung thành của du khách. Quá trình hình thành hình ảnh điểm đến thông qua các giai đoạn sau:

- Giai đoạn thứ 1: Đó là bao gồm sự tích tụ hình ảnh tinh thần về sự trải nghiệm trong kỳ nghỉ (hình ảnh cơ bản).
- Giai đoạn thứ 2: Chuyển đổi những hình ảnh này thông qua bổ sung thông tin (hình ảnh cảm ứng).
- Giai đoạn thứ 3: Việc quyết định đi du lịch dựa vào hình ảnh, hiệu quả, mong đợi trải nghiệm hoặc trong phạm vi bị ràng buộc về mặt thời gian, tiền bạc và những ràng buộc khác.
- Giai đoạn thứ 4: Đi đến điểm đến có hình ảnh hấp dẫn (ví dụ: phong cảnh để ngắm, ẩm thực đặc sản để thưởng thức,...).
- Giai đoạn thứ 5: Tham gia các hoạt động tại điểm đến (các hoạt động lưu trú, vui chơi giải trí, mua sắm, thể thao,... và các dịch vụ khác ảnh hưởng đến hình ảnh).

- Giai đoạn thứ 6: Quay lại du lịch theo những phản ánh, sự đánh giá, bao gồm cả thảo luận về điểm đến bởi các du khách, như thể hiện qua truyền miệng (WOM) tích cực về điểm đến,...

- Giai đoạn thứ 7: Tích lũy mới những hình ảnh dựa vào quá trình đã được trải nghiệm du lịch tại điểm đến trước đó. Việc đo lường hình ảnh điểm đến có thể tiến hành qua điều tra khách du lịch với những câu hỏi như: ấn tượng điểm đến du lịch, trải nghiệm tại điểm đến và những khác biệt của điểm đến...

1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến

Nhìn chung, hình ảnh điểm đến du lịch được thể hiện thông qua quá trình du khách tiếp cận hình thành về ý thức trong du lịch điểm đến. Các yếu tố ảnh hưởng hình ảnh điểm đến bao gồm:

a) *Sức hấp dẫn của điểm đến*: Việc nâng cao chất lượng hình ảnh điểm đến là vô cùng quan trọng. Tuy nhiên nhằm nâng cao vai trò quan trọng của sức hấp dẫn điểm đến. Tác giả cho rằng điều này là hoàn toàn quan trọng bởi lẽ đảm bảo cho hoạt động nâng cao vai trò sức hấp dẫn của điểm đến thể hiện qua ý thức của du khách nói chung. Điều này là hoàn toàn cần thiết bởi thông qua đó đã đảm bảo cho việc quay lại lần sau của du khách. Sức hấp dẫn điểm đến có thể là thông qua cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, các hoạt động về kinh doanh du lịch đảm bảo cho hoạt động thu hút du khách đến lần sau.

b) *Cơ sở hạ tầng du lịch*: Cơ sở hạ tầng đóng góp trong hoạt động về hình ảnh điểm đến trong mắt du khách nói chung. Với những nền tảng cơ bản của các cơ sở kinh doanh du lịch sẽ tạo điều kiện cho hoạt động về thu hút du khách trên thực tế. Điều này là hoàn toàn đảm bảo cho quá trình hình thành điểm đến trong thực tiễn nói chung. Cơ sở vật chất, hạ tầng là những cơ sở hình thành và phục vụ cho hoạt động du lịch.

c) *Khả năng tiếp cận*: là khả năng tiếp cận của du khách đến tiếp cận những điều kiện cơ bản của hoạt động du lịch để từ đó tạo điều kiện hình thành hình ảnh điểm đến trong con mắt du khách nói chung.

d) *Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến*: Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền đã tạo thuận lợi cơ bản cho việc hình thành ý thức điểm đến của các du khách. Vấn đề này thể hiện ở chỗ đó chính là việc thực hiện nâng cao thu hút du khách. Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến thông qua hoạt động về thu hút xúc tiến đầu tư, tăng cường xây dựng

hình ảnh của điểm đến du lịch để từ đó thu hút du khách đến các điểm đến du lịch nói chung.

e) Sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận hình ảnh điểm đến: thông qua hoạt động thu hút du khách thông qua điểm đến du lịch. Qua đó, đã tạo điều kiện cơ bản để hoạt động thu hút du khách, hình thành ý thức điểm đến của du khách quay lại điểm đến trong thực tế.

Có thể nói rằng vấn đề xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch hiện nay đã và đang được các quốc gia trên thế giới hết sức quan tâm và đặt ưu tiên hàng đầu trong hoạch định đường lối phát triển. Bởi lẽ, xuất phát từ bản chất và tầm quan trọng của hình ảnh điểm đến du lịch là một trong những điều kiện cốt lõi bảo đảm cho sự phát triển bền vững của tất cả các quốc gia. Cùng với sự quan tâm của các quốc gia trên thế giới thì việc xây dựng và phát triển chiến lược phát triển ngày công nghiệp không khói trong xu thế hội nhập và phát triển đã và đang đưa Việt Nam phát triển hệ thống quản lí nhà nước về du lịch ở Việt Nam hiện nay

1.2.4. Thành phần của hình ảnh điểm đến

Hình ảnh điểm đến có thể được đánh giá dựa trên các thuộc tính cấu thành nên điểm đến và những yếu tố mang tính chất tổng thể. Từ đó cũng đã minh họa các nhân tố của hình ảnh điểm đến trong mô hình 3 chiều thể hiện trong sơ đồ. Bằng cách này, những thành phần của hình ảnh điểm đến có thể được chia thành các thuộc tính. Ở một đầu của các kích thước là thuộc tính chức năng và tâm lý, và ở đầu kia là những hình ảnh toàn diện chức năng và tâm lý liên quan đến những ấn tượng tổng thể, không khí và cảm xúc.

Những thuộc tính chức năng bao gồm những đặc tính mà phần lớn những điểm đến có thể được so sánh (ví dụ: giá cả, khí hậu, các loại hình lưu trú). Những thuộc tính chức năng duy nhất bao gồm các biểu tượng và sự kiện đặc biệt được hình thành một phần hình ảnh điểm đến, ví dụ như lễ hội... Những thuộc tính chung hay trừu tượng bao gồm sự thân thiện của người dân địa phương, danh tiếng hay cảnh quan đẹp, trong khi những thuộc tính thuộc tâm lý duy nhất bao gồm cả cảm giác liên quan đến tín ngưỡng hay là nơi có sự kiện đặc biệt.

1.3. Nội dung phân tích hình ảnh điểm đến

1.3.1. Sức hấp dẫn của điểm đến

Tính hấp dẫn là một trong những yếu tố quan trọng để đánh giá tài nguyên du lịch và xây dựng hình ảnh của điểm đến du lịch. Theo các nhà nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến du lịch bao gồm: sự hấp dẫn; các tiện nghi; cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ vận chuyển; dịch vụ khách sạn. Một quan điểm khác cho rằng, các nhân tố tạo nên khả năng hấp dẫn của điểm đến du lịch bao gồm: Những đặc điểm cơ bản, nguyên thủy của điểm đến: khí hậu, môi trường sinh học, văn hóa và kiến trúc truyền thống đó chính là những điều kiện cần để khách du lịch chọn điểm đến; Những đặc điểm khác của điểm đến du lịch: các khách sạn, vận chuyển, nơi vui chơi giải trí đó là điều kiện đủ để tăng tính hấp dẫn của điểm đến du lịch. Hay có thể phân chia các nhân tố tạo nên tính hấp dẫn của điểm đến du lịch bao gồm: cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng xã hội, kiến trúc, phong cảnh thiên nhiên, khí hậu, di tích lịch sử; các loại hình nghệ thuật, phong tục tập quán...v.v. Nhân tố tâm lý xã hội tại điểm đến du lịch đó là sự hiếu khách và tính thân thiện của cộng đồng dân cư sở tại, các sự kiện văn hóa, cuộc sống ban đêm và vui chơi giải trí, tính mới lạ của điểm đến du lịch, khả năng tiếp cận, các món ăn và sự yên tĩnh, môi trường chính trị, xã hội và giá cả; Tính hấp dẫn của điểm đến du lịch được thể hiện ở khả năng đáp ứng được nhiều loại hình du lịch có sức thu hút khách du lịch cao và có khả năng đáp ứng nhu cầu của khách du lịch đi tới điểm du lịch với nguyên tắc: “Dễ dàng, thuận tiện, nhanh chóng, an toàn và tiện nghi”. Tính hấp dẫn của điểm du lịch còn phụ thuộc vào các nhân tố chính trị, kinh tế và xã hội tại điểm du lịch như : vấn đề an ninh, an toàn cho khách, nhận thức cộng đồng dân cư về phục vụ khách, các cơ chế, chính sách đối với khách du lịch và các doanh nghiệp du lịch...v.v. Tính hấp dẫn du lịch là lực hút giữa điểm đến du lịch và điểm cấp khách(nơi có khách du lịch tiềm năng) đây là yếu tố quan trọng nhất[28]. Lực hút(sức thu hút) này bao gồm: sự phù hợp của tài nguyên cho các hoạt động du lịch; cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch; sức chứa; sự phát triển các loại dịch vụ phục vụ khách tại điểm đến du lịch; sự đa dạng, độc đáo của tài nguyên để tổ chức các loại hình du lịch...v.v. Tất cả những giá trị đó sẽ tạo nên sức thu hút đối với khách du lịch và các nhà kinh doanh du lịch tại các điểm đến du lịch. Để đánh giá tính hấp dẫn của các điểm đến du lịch,

người ta thường sử dụng hai phương pháp cơ bản, đó là đánh giá theo các chỉ tiêu định lượng và theo các chỉ tiêu định tính. Sự hài lòng của khách hàng là sự tác động tổng hòa của các nhân tố như: hình ảnh về điểm đến, giá trị cảm nhận về chất lượng cả sản phẩm hữu hình và vô hình được trải nghiệm và tiêu dùng tại điểm đến, lòng hiếu khách và thái độ ứng xử của cộng đồng dân cư. Vì thế, việc nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch sẽ biết được sự trung thành của khách đối với điểm đến du lịch hoặc một quốc gia. Họ có thể trở lại điểm đến du lịch hàng năm hoặc 2-3 lần trong một năm.

1.3.2. Cơ sở hạ tầng du lịch

Đối với hạ tầng cơ sở phục vụ du lịch nói chung là một trong những yếu tố quan trọng góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia nói chung. Chính vì thế, tỉnh rất chú trọng đến việc đầu tư vào hạ tầng giao thông để rút ngắn khoảng thời gian đi lại của du khách khi tiến hành hoạt động giao thông. Nhiều tuyến đường giao thông, cơ sở giao thông xe buýt, tàu điện ngầm, sân bay, đường quốc lộ... sẽ góp phần cải thiện hạ tầng giao thông tạo đà cho du lịch mua sắm phát triển. Cùng với hạ tầng giao thông, hạ tầng kỹ thuật điện cũng được cải thiện. Hạ tầng kỹ thuật viễn thông thực hiện phủ sóng di động, phủ sóng 3G đến tất cả các điểm du lịch, triển khai mở rộng băng thông các đường truyền hiện có phục vụ phát triển kinh tế - xã hội trong đó có du lịch. Đặc biệt là cơ sở hạ tầng du lịch như các trung tâm mua sắm, giải trí... cần thiết phải được hoàn thiện và đưa vào khai thác, góp phần thay đổi mạnh mẽ hoạt động du lịch [32, tr20]. Đồng thời đã minh chứng cho định hướng đúng đắn, chính sách phù hợp của tỉnh trong việc thu hút các doanh nghiệp đến đầu tư phát triển kinh tế - xã hội của mỗi một quốc gia.

1.3.3. Khả năng tiếp cận

Khả năng cung ứng dịch vụ của các nhà cung cấp dịch vụ cần thiết phát huy nhằm phù hợp với yêu cầu trong giai đoạn mới. Việc phát triển các dịch vụ nhằm đáp ứng được yêu cầu phát triển của hoạt động du lịch trong thực tế. Các mô hình cung ứng dịch vụ như lễ hành, vui chơi giải trí, thương mại, nghỉ dưỡng... là điều kiện để thu hút khách du lịch đến với các địa điểm. Đồng thời, xem xét nghiêm túc của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch về địa điểm du lịch mua sắm có rộng khắp hay không với các chi nhánh có đáp ứng với nhu cầu khách hàng một cách nhanh chóng và đảm bảo chất lượng là điều kiện quan

trọng giúp thu hút khách du lịch đến các địa điểm du lịch của mỗi một quốc gia [33, tr19].

1.3.4. Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến

Các hoạt động quảng bá, xúc tiến của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền cần thiết được tổ chức có quy mô, đầu tư về nội dung, chiều sâu và chuyên biệt hóa cho từng phân khúc thị trường, mang lại hiệu quả cao. Việc quảng bá, xúc tiến điểm đến trên các phương tiện thông tin đại chúng tiếp tục được đẩy mạnh, tập trung vào du lịch khám phá hang động, biển, văn hóa, lịch sử, từng bước hình thành thương hiệu du lịch của các địa phương trong cả nước.

Đặc biệt, các cơ quan nhà nước đã tích cực phối hợp với các đơn vị làm phim về du lịch để quảng bá hình ảnh, sản phẩm du lịch và những giá trị văn hóa tiêu biểu của tỉnh trên các kênh truyền hình, các trang web du lịch... Trong đó, đáng chú ý cơ quan nhà nước đã rất thành công khi đưa vào phục vụ khách du lịch trang thông tin điện tử du lịch bằng tiếng Anh; xúc tiến việc quảng bá du lịch trên website về du lịch lớn nhất thế giới TripAdvisor; trên các kênh truyền hình... và các trang mạng xã hội Facebook, Youtube... Tiến hành phối hợp với các địa phương để liên kết hình thành tuyến du lịch kết nối giữa các địa phương, xây dựng bộ sản phẩm và hợp tác quảng bá rộng rãi bộ sản phẩm, điểm đến du lịch, đặc biệt là thị trường quốc tế. Luôn sẵn sàng phối hợp, tạo điều kiện để các đoàn làm phim thực hiện các cảnh quay về mảnh đất, con người nhằm đảm bảo cho sự phát triển của địa phương giai đoạn hiện nay [31, tr21].

1.3.5. Sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận hình ảnh điểm đến

Xác định thuộc tính trọng yếu mà khách du lịch đang tìm kiếm tại một điểm đến là rất quan trọng để đo sự hấp dẫn của điểm đến bởi vì nó xác định hình ảnh nổi bật của các thuộc tính và có nhiều khả năng để phục vụ như là yếu tố quyết định hành vi. Tác nhân đem lại tính hấp dẫn của điểm đến là hiệu quả của yếu tố kéo, hiệu quả của yếu tố kéo dùng để chỉ động cơ kéo và đẩy của khách du lịch. Nếu không có sự hấp dẫn của điểm đến, du lịch sẽ gần như không tồn tại. Người có nội tâm mong muốn đi du lịch dựa vào động cơ đẩy của mình nhưng cần hiệu ứng kéo để mang lại cho họ đến bất kỳ điểm đến cụ thể. Các nghiên cứu về sự hấp dẫn điểm đến đã tập trung vào các nhu cầu của khách du lịch và những gì thu hút họ đến các địa điểm khác nhau. Theo phân loại các điểm tham quan vào năm nhóm chính: văn hóa, thiên nhiên, các sự kiện, giải trí

và vui chơi giải trí, nhiều nhà nghiên cứu cho rằng khả năng của các điểm đến đem lại lợi ích cá nhân được tăng cường bởi các thuộc tính du lịch và tầm quan trọng của các thuộc tính giúp họ đánh giá mức độ hấp dẫn của một điểm đến để có những lựa chọn phù hợp. Sức hấp dẫn của điểm đến du lịch được biết đến bằng cách đánh giá những gì một điểm đến có thể cung cấp cho khách du lịch và mức độ đáp ứng kỳ vọng của khách du lịch.

Cùng với các nghiên cứu lý thuyết ra quyết định trong hành vi của người tiêu dùng vào phân tích mối quan hệ giữa các biến nhân khẩu học và du lịch hành vi, nỗ lực nghiên cứu được thực hiện để kiểm tra tác động của tình huống hoặc ngữ cảnh sử dụng trên cả hai hành vi của người tiêu dùng và quy trình lựa chọn của khách hàng. Điều này nhiều nghiên cứu khẳng định rằng, quyết định sự lựa chọn của người tiêu dùng có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố chứ không phải xử lý thông tin về nhận thức, chẳng hạn như thông tin tình cảm hoặc ảnh hưởng hành vi. Các thuật ngữ “bối cảnh” và “tình thế” hay “ngẫu nhiên” được sử dụng bởi nhiều tác giả nghiên cứu cho rằng: đo “tình thế” thường được sử dụng trong du lịch và thường gọi là “mục đích chuyến đi”. Nghiên cứu sử dụng theo ngữ cảnh tiếp cận để đo sự quan tâm và cảm nhận của khách hàng không về dịch vụ hàng không gần đây cũng có kết quả mức độ quan trọng của các thuộc tính và cảm nhận dịch vụ hàng không là khác nhau tùy theo hoàn cảnh mà đưa ra quyết định lựa chọn.

Tiểu kết Chương 1

Chiến lược phát triển du lịch ở nước là cơ sở pháp lý quan trọng, là cơ sở cần thiết trong việc thiết lập và hoàn chỉnh một hệ thống kinh tế - xã hội ở nước ta hiện nay. Việc xác định đặc điểm, tính tất yếu, những yếu tố đảm bảo trong việc phát triển du lịch mua sắm ở nước ta trong nước ta hiện nay. Đây là nhiệm vụ quan trọng đối với nước ta trong quá trình xây dựng và phát triển đất nước, đảm bảo hài hoà giữa phát triển kinh tế nói chung và phát triển du lịch nói riêng trong tình hình hội nhập và phát triển. Việc xác định các yếu tố liên quan đến hoạt động hình ảnh điểm đến du lịch nhằm nâng cao chất lượng du lịch nói chung đang dần tốt lên, đi vào chiều sâu thay vì chiều rộng theo đúng định hướng phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội mỗi quốc gia. Phát triển du lịch là một định hướng quan trọng trong chiến lược phát triển đất nước ta. Một điều tất nhiên, trong quá trình phát triển ngành du lịch nói riêng và kinh tế - xã hội đất nước nói chung, sẽ phát sinh nhiều vấn đề bất cập cần giải quyết. Cùng với thời gian thì việc hoàn thiện yếu tố về phát triển du lịch đã được thay đổi nhằm phù hợp hơn với sự phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta.

Chương 1: Đề cập tới cơ sở lý luận của điểm đến du lịch, hình ảnh điểm đến du lịch. đặc điểm về hình ảnh điểm đến du lịch, vai trò, yếu tố, thành phần, nội dung phân tích hình ảnh điểm đến du lịch . Đây là cơ sở cho việc tiến hành nghiên cứu, phân tích và đánh giá thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch nhằm thu hút khách đến với thành phố Hải Phòng.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

2.1. Khái quát chung về du lịch Thành phố Hải Phòng

2.1.1. Vị trí địa lý

Hải Phòng là thành phố ven biển, nằm ở phía Đông miền duyên hải Bắc Bộ, cách thủ đô Hà Nội 102 km, phía Bắc và Đông Bắc giáp Quảng Ninh, phía Tây Bắc giáp Hải Dương, phía Tây Nam giáp Thái Bình và phía Đông là bờ biển chạy dài theo hướng Tây Bắc - Đông Nam từ phía Đông đảo Cát Hải đến cửa sông Thái Bình. Thành phố Hải Phòng là nơi hội tụ đầy đủ các lợi thế về đường biển, đường sắt, đường bộ và đường hàng không, giao lưu thuận lợi với các tỉnh trong cả nước và các quốc gia trên thế giới. Do có cảng biển, Hải Phòng giữ vai trò to lớn đối với xuất nhập khẩu của vùng Bắc Bộ, tiếp nhận nhanh các thành tựu khoa học - công nghệ từ nước ngoài để rồi lan toả chúng trên phạm vi rộng lớn từ bắc khu Bốn cũ trở ra. Cảng biển Hải Phòng cùng với sự xuất hiện của cảng Cái Lân (Quảng Ninh) với công suất vài chục triệu tấn tạo thành cụm cảng có quy mô ngày càng lớn góp phần đưa hàng hoá của Bắc bộ đến các vùng của cả nước, cũng như tham gia dịch vụ vận tải hàng hoá quá cảnh cho khu vực Tây Nam Trung Quốc.

Các điểm cực của thành phố Hải Phòng:

- * Cực Bắc là xã Lại Xuân, huyện Thủy Nguyên.
- * Cực Tây là xã Hiệp Hòa, huyện Vĩnh Bảo.
- * Cực Nam là xã Vĩnh Phong, huyện Vĩnh Bảo.
- * Cực Đông là phường Ngọc Hải, quận Đồ Sơn.

Thành phố có toạ độ địa lý từ 20030'39" - 21001'15" Vĩ độ Bắc; từ 106023'39" - 107008'39" Kinh độ Đông.

Ngoài ra còn có huyện đảo Bạch Long Vĩ nằm giữa Vịnh Bắc Bộ, có toạ độ từ 20007'35" - 20008'36" Vĩ độ Bắc và từ 107042'20" - 107044'15" Kinh độ Đông. Hải Phòng nằm ở vị trí giao lưu thuận lợi với các tỉnh trong nước và quốc tế thông qua hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, đường biển, đường sông và đường hàng không [3].

2.1.2. Tài nguyên du lịch

Thành phố Hải Phòng nằm ở vị trí cửa ngõ phía đông bắc trên lưu vực đồng bằng sông Hồng. Bờ biển Hải Phòng dài hơn 125 km, với 5 cửa sông lớn: Bạch Đằng, Văn Úc, Cấm, Thái Bình, Lạch Tray. Địa hình bờ biển khúc khuỷu quanh co, tạo nhiều đảo, hang động đẹp và rất nhiều những bãi tắm tự nhiên kỳ thú, rất thuận tiện để phát triển du lịch. Bán đảo Đồ Sơn, quần đảo Cát Bà, khu di tích lịch sử và danh thắng Tràng Kênh - Bạch Đằng nằm phía Đông Bắc thành phố, khu núi Voi - An Lão phía Tây Nam thành phố... là những địa danh du lịch nổi tiếng không chỉ đối với người Hải Phòng, mà còn đối với khách du lịch thập phương [3].

Với hàng trăm Đình, Đền, Chùa, Miếu cùng với những lễ hội truyền thống đậm đà bản sắc văn hoá miền biển: hội chọi trâu Đồ Sơn, hội đua Thuyền Rồng ở Cát Bà, hát Đúm ở Thủy Nguyên, Đánh Đu ở núi voi - An Lão, múa rối nước, nghề tạc tượng ở Đồng Minh - Vĩnh Bảo, hội thả Đền trời... Với tài nguyên du lịch cả về tự nhiên lẫn nhân văn mà tiêu biểu là bán đảo Đồ Sơn, hải đảo Cát Bà, các di tích lịch sử - văn hoá gắn liền với di chỉ Cái Bèo (Cát Bà), Tràng Kênh, Việt Khê (Thủy Nguyên), với kinh đô triều Mạc, với chiến công lẫy lừng Bạch Đằng Giang, với danh nhân văn hoá Nguyễn Bình Khiêm... 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 .

Bên cạnh đó, với vị trí địa lý và hệ thống giao thông quan trọng, thuận lợi và tiềm năng tài nguyên phong phú cả tự nhiên và nhân văn, Hải Phòng hội tụ đầy đủ mọi điều kiện thuận lợi và luôn giữ vai trò rất quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch nói riêng, kinh tế xã hội nói chung của vùng và của cả nước. trong đó tuyến du lịch Hà Nội - Đồ Sơn - Cát Bà - Hạ Long là một trong 3 hành lang phát triển du lịch Hà Nội - Hải Phòng đã thực sự trở thành động lực phát triển du lịch của các vùng trong cả nước, góp phần thực hiện các mục tiêu của ngành và sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Đối với vùng duyên hải bắc bộ, Hải Phòng cũng được xác định là một trong ba hạt nhân để tập trung phát triển mang tính động lực thúc đẩy sự phát triển du lịch của cả vùng. Theo quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của cả vùng duyên hải bắc bộ thì Hải Phòng có vị trí quan trọng trên một trong hai tuyến du lịch ven biển quan trọng theo đường bộ đó là:

1- Ninh Bình - Nam Định - Thái Bình - Hải Phòng - Hạ Long nối Hạ Long cận theo đường ven biển đến vịnh Hạ Long - di sản thiên nhiên của thế giới (theo quốc lộ 10). Tuyến đường này cùng với tuyến đường quốc lộ 5 nối Hà Nội - Hải Phòng là các trục đường bộ quan trọng nối Hải Phòng với các thị trường khách du lịch của cả vùng.

2- Huế - Đà Nẵng - Quảng Ngãi - Bình Định - Phú Yên - Nha Trang, Ninh Chữ - Đà Lạt - thành phố Hồ Chí Minh, nối cố đô Huế - di sản văn hoá thế giới với thành phố Hồ Chí Minh - đô thị lớn nhất Việt Nam (theo quốc lộ 1A).

Về đường biển, Hải Phòng là địa phương có ưu thế hơn hẳn các địa phương khác trong vùng Bắc Bộ để phát triển tuyến du lịch đường biển. Thông qua Hải Phòng, vùng Bắc Bộ không những tiếp cận được với các thị trường khách du lịch từ các vùng khác trong cả nước mà còn nối với quốc tế.

Về đường hàng không, Hải Phòng có sân bay Cát Bi là sân bay thứ hai của vùng Bắc Bộ, nối Hải Phòng với các thị trường khách du lịch trong cả nước như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng... đồng thời là cửa khẩu quốc tế nối Hải Phòng với Ma Cao (Trung Quốc), bằng đường hàng không, đáp ứng được việc vận chuyển khách bằng các máy bay hành khách lớn.

Về đường sắt, Hải Phòng được nối với Hà Nội bằng tuyến đường sắt Hải Phòng - Hà Nội và tiếp nối với tuyến đường sắt đi Lào Cai - Vân Nam (Trung Quốc), đi Lạng Sơn - Quảng Tây (Trung Quốc) và nối với tuyến đường sắt xuyên Việt Bắc - Nam.

Hải Phòng vốn từ lâu đã nổi tiếng với những địa danh du lịch như Đồ Sơn, Cát Bà, khu du lịch Tràng Kênh - Việt Khê với nhiều di tích lịch sử, văn hoá - nghệ thuật, nhiều di tích cách mạng, danh lam thắng cảnh...

2.1.3. Điều kiện kinh tế - xã hội tác động đến phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng

Thành phố Hải Phòng là một trong các trung tâm kinh tế, văn hóa, khoa học kỹ thuật, du lịch lớn của Việt Nam. Đây là một thành phố trẻ nhưng bất cứ lúc nào chúng ta cũng cảm nhận được sự năng động, sự thay da đổi thịt hàng ngày của thành phố; và sâu trong lòng thành phố lại chứa đựng biết bao giá trị văn hóa nhân văn - văn hóa lịch sử được kết tinh và thăng hoa từ sự giao lưu của nhiều nền văn hóa khác nhau trên nền tảng văn hóa mang đậm bản sắc Việt Nam như: du lịch đô thị

Trong những năm qua , nền kinh tế Hải Phòng đã có nhiều khởi sắc. Hải Phòng là một trung tâm kinh tế của miền bắc nói riêng và của cả Việt Nam nói chung. Dưới thời Pháp thuộc, Hải Phòng là thành phố cấp 1, ngang hàng với Sài Gòn và Hà Nội. Những năm cuối thế kỷ 19, người Pháp đã có những đề xuất xây dựng Hải Phòng thành "thủ đô kinh tế" của Đông Dương. Ngày nay, Hải Phòng là một trong những trung tâm kinh tế quan trọng nhất của Việt Nam, từ năm 2005 đến nay luôn đứng trong top 5 các tỉnh thành phố đóng góp ngân sách nhiều nhất cả nước, cụ thể là luôn đứng ở vị trí thứ 3 sau Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội . Năm 2009, thu ngân sách nhà nước của địa phương đạt 34.000 tỷ đồng. Năm 2006 đóng góp khoảng 9.752 tỷ đồng và năm 2007 là 12.000 tỷ đồng. Năm 2011, thu ngân sách trên địa bàn thành phố đạt 47.725 tỷ đồng, tăng 19% so với năm 2010. Năm 2016 thu ngân sách đạt 62.640 tỷ đồng. Trong bảng xếp hạng về Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2011, thành phố Hải Phòng xếp ở vị trí thứ 45/63 tỉnh thành. Năm 2017, Theo Báo cáo số 341 của UBND TP Hải Phòng về kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh năm 2017 thì tốc độ gia tăng kinh tế (GRDP) ước đạt 14,01%, cao nhất từ năm 1994 đến nay và cao nhất cả nước. Chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) tăng 21,6%, kim ngạch xuất khẩu đạt trên 6,3 tỷ USD, tăng 22,18%, vốn đầu tư toàn xã hội đạt 67.853 tỷ đồng, tăng 20,34%, sản lượng hàng qua cảng đạt trên 92 triệu tấn, tăng 16,67%, thu hút khách du lịch đạt trên 6,7 triệu lượt, tăng 12,45%, dư nợ tín dụng ước 102.042 tỷ đồng, tăng 19% so với cùng kỳ [3].

Thu ngân sách trên địa bàn tăng cao, thu ngân sách nhà nước trên địa bàn ước đạt 71.700 tỷ đồng, tăng 20,68% so với cùng kỳ, riêng thu nội địa 21.500 tỷ đồng, tăng 26,2% so với cùng kỳ, hoàn thành chỉ tiêu thu nội địa theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ thành phố lần thứ XV (nhiệm kỳ 2015 - 2020) trước 3 năm. Kinh tế thành phố chuyển dịch cơ cấu mạnh mẽ, chuyển dần sang tăng trưởng hài hòa giữa chiều rộng và chiều sâu, ngày càng có nhiều tập đoàn, công ty lớn trong nước và quốc tế đến đầu tư với công nghệ tiên tiến, hiện đại [3].

Hải Phòng là trung tâm phát luồng hàng xuất nhập khẩu lớn nhất miền Bắc. Đến nay, Hải Phòng đã có quan hệ xuất nhập khẩu hàng hoá với trên 40 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Trung tâm Hội chợ triển lãm quốc tế Hải Phòng là

trung tâm hội chợ lớn nhất của Việt Nam hiện nay. Hải Phòng đang phấn đấu để trở thành một trong những trung tâm thương mại lớn nhất của cả nước

Thành phố Hải Phòng có lợi thế du lịch về các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể phong phú. Để đạt được kết quả trên, ngay từ đầu năm, toàn hệ thống lãnh đạo Hải Phòng đã đổi mới mạnh mẽ, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác chỉ đạo điều hành, gắn trách nhiệm người đứng đầu các cơ quan đơn vị. Tập trung chỉ đạo việc chống thu thuế, tăng cường kỷ cương, kỷ luật công vụ, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh. Thường xuyên bám sát tình hình sản xuất kinh doanh, tập trung tháo gỡ vướng mắc cho doanh nghiệp. Tổ chức định kỳ hội nghị đối thoại doanh nghiệp hàng tháng. Tập trung giải quyết các thủ tục đầu tư kinh doanh, giải phóng và bàn giao mặt bằng kịp thời cho các tập đoàn đầu tư. Hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất chất lượng hàng hóa chủ lực, triển khai 4 đề án khuyến công quốc gia và 10 đề án khuyến công địa phương, vận động doanh nghiệp tham gia các hội chợ triển lãm, hội thảo trong nước và quốc tế. Tổ chức 67 khóa đào tạo cho doanh nghiệp, thu hút 2.692 học viên. Tăng cường kiểm tra thị trường nhằm kịp phát hiện và xử lý các đối tượng vận chuyển hàng cấm, hàng nhập lậu, hàng kém chất lượng. Đã kiểm tra 2.288 vụ, xử lý 1.432 vụ kinh doanh hàng giả, kém chất lượng, xử phạt trên 3,54 tỷ đồng [3].

Hải Phòng xác định mục tiêu năm 2018 sẽ đưa thành phố tiếp tục phát triển bứt phá với tốc độ cao, hướng tới xây dựng thành phố cảng xanh, thông minh hiện đại. Đảm bảo môi trường kinh doanh thuận lợi, bình đẳng, nâng cao tổ chức thi hành pháp luật, đẩy mạnh cải cách hành chính, xây dựng chính quyền điện tử. Hi vọng với thế và lực sẵn có Hải Phòng sẽ thực hiện tốt chủ đề năm “Tăng cường kỷ cương thu, chi ngân sách nhà nước - cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh” [5, tr10].

Bên cạnh những tiềm năng nổi bật thì thành phố Hải phòng vẫn còn tồn tại hạn chế nhất định trong quá trình phát triển thương mại và dịch vụ du lịch theo xu hướng toàn cầu hóa. Điều đó cũng đặt ra cho thành phố những cơ hội và thách thức để duy trì, phát triển bền vững trong du lịch. Để thực hiện tốt chiến lược phát triển bền vững thành phố trong thời đại toàn cầu hóa, thành phố cần có những hoạt động tích cực để có thể vừa làm thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch nhằm thu hút lượng khách đến với thành phố ngày một tăng, vừa tạo cơ sở động

lực cho sự phát triển kinh tế của thành phố, bên cạnh đó có thể duy trì được vẻ đẹp của môi trường tự nhiên.

2.1.4. Cơ sở hạ tầng ảnh hưởng đến phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng

Thành phố Hải Phòng có khoảng 600 tuyến phố, nằm trong 7 quận nội thành. Đường dài nhất là đường Phạm Văn Đồng, dài 14.5km. Ngắn nhất là phố Đội Cán, nối từ phố Lê Lợi đến phố Lương Văn Can thuộc quận Ngô Quyền, chỉ dài hơn 70 mét [42]. Năm 2011, Thủ tướng đã phê duyệt kết quả đàm phán dự án "Phát triển giao thông đô thị thành phố Hải Phòng" với tổng mức đầu tư 276,611 triệu USD. Dự án này được thực hiện trong 5 năm, từ năm 2011 và dự kiến hoàn thành vào năm 2016 [45]. Dự án bao gồm xây dựng tuyến đường trục đô thị Hải Phòng dài 20km từ xã Lê Lợi (An Dương) đến quận Hải An và các cầu trên tuyến gồm xây mới cầu Niệm 2, cầu Đồng Khê vượt qua sông Lạch Tray và đường Trường Chinh, hầm chui cầu Rào, cải tạo cầu Niệm hiện tại. Cũng trong dự án này, thành phố sẽ thí điểm xây dựng tuyến xe buýt công cộng từ trung tâm đi Tiên Lãng, Vĩnh Bảo. Đồng thời, vận hành nâng cao thể chế năng lực quản lý giao thông vận tải, lập và thực hiện quy hoạch về giao thông đô thị, vận tải công cộng... Hầu hết các quận huyện của Hải Phòng đều có các bến xe vận chuyển hành khách và hàng hóa [45].

Đối với đường hàng không thì Hải Phòng hiện chỉ có một sân bay phục vụ dân sự và Sân bay quốc tế Cát Bi là sân bay đầu tiên của miền Bắc xây dựng từ thời Pháp thuộc, ban đầu sân bay này xây dựng phục vụ mục đích quân sự. Sân bay Cát Bi là một sân bay cấp III, thuộc thành phố Hải Phòng, miền Bắc Việt Nam. Sân bay nằm cách trung tâm thành phố 5 km. Sân bay Cát Bi được người Pháp xây dựng từ thời Pháp thuộc, sau giải phóng miền Bắc (1955) được tiếp tục cải tạo và nâng cấp. Sân bay chính thức mở cửa cho hoạt động dân dụng từ năm 1985. Vietnam Airline mới đây đưa vào hoạt động đường bay Hải Phòng - Đà Nẵng với 7 chuyến một tuần (trước đây đã từng khai thác đường bay Hải Phòng - Macao (bay thuê chuyến) và Hải Phòng - Paris (thời chiến tranh). Thành phố có dự án nâng cấp sân bay xây dựng một cảng hàng không quốc tế Hải Phòng dự kiến đặt tại huyện Tiên Lãng. Đây là Dự án có khả năng sẽ là sân bay lớn nhất tại miền Bắc với quy mô khoảng 6000 ha với tổng vốn đầu tư dự tính hiện thời qua 3 giai đoạn đến 2030 là hơn 8 tỷ USD [42].

Đối với đường biển thì Hải Phòng có vị trí chiến lược, là cửa ngõ ra biển kết nối với thế giới của cả miền Bắc. Do vậy, hệ thống cảng biển của thành phố được chú trọng đầu tư mở rộng từ rất sớm. Vào những năm cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20, Hải Phòng đã được người Pháp xây dựng như một trung tâm thương mại, tài chính và đặc biệt nhất là cảng biển có tiếng tăm của Thái Bình Dương. Đầu thế kỷ XX, cảng Hải Phòng đã có mối quan hệ gắn bó với nhiều cảng lớn ở Đông Nam Á, châu Á, châu Đại Dương, Bắc Mỹ, ven Ấn Độ Dương, Địa Trung Hải, Đại Tây Dương, biển Bắc Âu... Cảng Hải Phòng là một cụm cảng biển tổng hợp cấp quốc gia, cùng với Cảng Sài Gòn là một trong hai hệ thống cảng biển lớn nhất Việt Nam, hiện đang được Chính Phủ nâng cấp. Cảng Hải Phòng nằm trên tuyến đường giao thông trên biển, kết nối Singapore với Hồng Kông và các cảng của Đông Á và Đông Bắc Á. Ngoài cảng biển, ở Hải Phòng còn có hơn 20 bến cảng khác với các chức năng khác nhau, như vận tải chất hóa lỏng (xăng, dầu, khí đốt), bến cảng đóng tàu, bến cho tàu vận tải đường sông nhỏ có trọng tải 1 - 2 tấn ("tàu chuột") như cảng sông Vật Cách, cảng sông Sở Dầu [42].

Với đường bộ thì Các tuyến đường huyết mạch nối Hải Phòng với các tỉnh thành khác như: Quốc lộ 5A, 5B, 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. Là nơi toàn bộ các nhánh hạ lưu của sông Thái Bình đổ ra biển nên Hải Phòng có mạng lưới sông ngòi dày đặc. Chính vì điều đó, việc xây dựng cầu đường trở nên rất quan trọng đối với thành phố [44].

Hệ thống cơ sở hạ tầng cho phát triển dịch vụ du lịch được chú trọng, đầu tư đồng bộ, đặc biệt Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi được hoàn thành với nhiều đường bay mới (kết nối Hải Phòng với các trung tâm du lịch khác như Khánh Hòa, Đà Lạt, Phú Quốc, các nước Hàn Quốc, Thái Lan); Cầu Tân Vũ - Lạch Huyện; đường cao tốc Hà Nội - Hải Phòng nối dài đến Hạ Long... góp phần hoàn thiện đồng bộ mạng lưới giao thông, đáp ứng yêu cầu và tạo điều kiện giao thương, phát triển kinh tế-xã hội, du lịch cho thành phố và cả vùng duyên hải Bắc Bộ. Hải Phòng thu hút được các nhà đầu tư lớn như: Tập đoàn Vingroup, Sun Group, Bitexco, BRG, Công ty CP Him Lam... [43].

Tất cả các cơ sở vật chất hạ tầng nêu trên đã có tác động quan trọng trong hoạt động phục vụ hoạt động du lịch của thành phố Hải Phòng tạo nên một diện mạo cho thành phố Hải Phòng trong giai đoạn hiện nay. Hệ thống đường xá được quy hoạch tổng thể, hoạt động ổn định, không phải bới lên đào xuống. Các tòa nhà, các trung tâm thương mại mọc lên san sát khắp nơi. Cơ sở hạ tầng hiện đại, tiện nghi, các địa điểm tham quan, tổ chức các sự kiện đa dạng là thế mạnh của ngành du lịch thành phố Hải Phòng, để nhanh chóng phục hồi, ngành du lịch Hải Phòng đã vạch lại chiến lược phát triển.

2.1.5. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

Trong quá trình phát triển du lịch thì việc kiện toàn cơ sở vật chất du lịch là hoàn toàn cần thiết. Du lịch Hải Phòng cần có những bước chuyển mình ấn tượng nhằm đảm bảo cho sự phát triển của địa phương và nâng tầm địa phương trong hoạt động quản lý nhà nước về phát triển du lịch trong mắt du khách nói chung.

Bên cạnh đó một loạt dự án công trình được khánh thành, khởi công, tạo thế và lực để Hải Phòng tiếp tục vươn lên trong giai đoạn hội nhập quốc tế như: Khởi công Dự án quần thể du lịch nghỉ dưỡng sinh thái cao cấp, vui chơi giải trí Cát Bà; khởi công Dự án đầu tư xây dựng tuyến đường bộ ven biển đoạn qua Hải Phòng và tỉnh Thái Bình theo hình thức đối tác công tư; khánh thành cầu Hàn, cầu Đãng, sân golf 18 lỗ tiêu chuẩn quốc tế thuộc Dự án khu vui chơi giải trí, nhà ở và công viên sinh thái đảo Vũ Yên... có thể kể đến dự án quần thể du lịch nghỉ dưỡng sinh thái cao cấp, vui chơi giải trí Cát Bà do Tập đoàn Sun Group đầu tư với tổng số vốn là 3 tỷ USD.

Ngoài ra, việc thu hút đầu tư trong việc hoàn thiện về cơ sở vật chất là hoàn toàn cần thiết nhằm tạo ấn tượng trong mắt du khách thông qua các lễ hội như: Lễ hội Hoa phượng Đỏ (bắt đầu từ năm 2012)...[5]. Thành phố Hải Phòng xác định đến năm 2025, du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó Khu du lịch Cát Bà trở thành khu du lịch quốc gia.

-Cơ sở lưu trú: Xác định Du lịch là yếu tố chủ đạo trong quá trình phát triển nền kinh tế, thành phố Hải Phòng đã chú trọng đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật nâng cấp chất lượng các cơ sở hiện có và hoàn thiện các cơ sở mới; cũng như đào tạo đội ngũ nhân viên phục vụ trong ngành du lịch ngày một hoàn thiện hơn. Khách du lịch đến với Hải Phòng hôm nay, hoàn toàn có thể yên tâm

về chất lượng dịch vụ lưu trú. Với hàng trăm cơ sở lưu trú lớn nhỏ phân bố trên địa bàn thành phố và bên cạnh những điểm du lịch, từ những khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp đến các nhà nghỉ đạt chuẩn với mức giá cả phù hợp với từng đối tượng khách du lịch. Năm 2013, năng lực lưu trú của ngành du lịch Hải Phòng đã đạt 346 cơ sở. Năm 2017 là 440 cơ sở (tăng gấp lần so với năm 2013) là 26,7 %

- Cơ sở ăn uống : Hiện nay, 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.

- Khu vui chơi giải trí : Ngày càng được các doanh nghiệp chú trọng đầu tư và xây dựng các khu vui chơi giải trí đạt chất lượng cao cấp và đa dạng các loại hình vui chơi giải trí. Một số dự án tiêu biểu như dự án xây dựng Khu du lịch, vui chơi giải trí hiện đại tầm cỡ ở Hòn Dấu – Đồ Sơn do Tập đoàn Him Lam làm chủ đầu tư sẽ góp phần phát triển du lịch , dự án khu vui chơi giải trí, nhà ở và công viên sinh thái đảo Vũ Yên được nghiên cứu trên diện tích 872ha, gồm toàn bộ diện tích đảo Vũ Yên thuộc địa bàn quận Hải An và huyện Thủy Nguyên.

-Phương tiện vận chuyển khách:

Thành phố Hải Phòng hiện nay có khoảng trên 985 đầu xe du lịch và 63 tàu chuyên chở khách du lịch. So với những năm trước, chất lượng và hình thức các phương tiện vận chuyển đã được cải thiện đáng kể, các trang thiết bị tương đối hiện đại, đồng bộ đảm bảo yêu cầu phục vụ khách du lịch trong nước và quốc tế

Thành phố hiện có 114 tàu du lịch, trong đó địa bàn Cát Bà có 102 tàu, Đồ Sơn có 12 tàu (tuyến Hải Phòng – Cát Bà gồm 14 tàu cao tốc kinh doanh vận chuyển khách, tuyến Bến Gót – Cái Viềng có 11 tàu) .Ngoài ra còn hệ thống vận tải hành khách kết nối với các tỉnh, thành phố trong cả nước và hơn 36 hãng taxi đang khai thác, hoạt động trên địa bàn thành phố. Hệ thống sân bay mở rộng thêm nhiều tuyến để phục vụ cho khách trong và ngoài nước.

Tóm lại, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch của Hải Phòng đã được quan tâm đầu tư và phát triển mạnh. Phương tiện vận chuyển cũng là một trong

các yếu không thể thiếu góp phần phát triển du lịch, thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước.

2.1.6. Những kết quả đạt được

Thời gian qua, mặc dù gặp nhiều khó khăn song công tác phát triển du lịch tại thành phố Hải Phòng đã có bước chuyển biến rất tích cực, góp phần quan trọng thúc đẩy hoạt động du lịch phát triển. Cụ thể là:

Thành phố đã tiến hành xây dựng và tổ chức thực hiện các chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch có sự đổi mới cả về nội dung, phương pháp và tổ chức thực hiện, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn xây dựng chiến lược và kế hoạch kinh doanh của mình sát hợp với thị trường và phù hợp với định hướng phát triển chung của địa phương. Mặt khác, công tác phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch nói chung và du lịch mua sắm nói riêng đã được UBND thành phố quan tâm hơn, đã tập trung đầu tư có trọng tâm, trọng điểm hơn, nhờ đó đã khắc phục được một phần hiện tượng đầu tư dàn trải, gây lãng phí. Ngoài ra, hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch tại thành phố được đẩy mạnh dưới nhiều hình thức, góp phần thực hiện có hiệu quả hơn chính sách thu hút đầu tư đến thành phố, góp phần cải thiện đời sống nhân dân, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn.

-Lượng khách và doanh thu :

Theo báo cáo từ Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch, tính đến giữa tháng 11/2013, tổng lượng khách đạt 4.218.821 lượt, tăng 7,56% so với cùng kỳ năm 2012, đạt 84,38% so với kế hoạch

Năm 2017, Hải Phòng đón và phục vụ là gần 7 triệu khách du lịch. Doanh thu du lịch của Hải Phòng ước đạt 2.727,35 tỷ đồng, tăng 13,65% so với năm 2016.

Từ năm 2010 đến nay, Hải Phòng đã thu hút gần 60 dự án đầu tư du lịch, trong đó chủ yếu là các khu du lịch, khách sạn, khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí, sân golf. Tính đến ngày 30/6/2017, Hải Phòng đã đón 3,07 triệu lượt du khách, tăng 10,7% so với cùng kỳ, trong đó khách quốc tế đạt 355,5 nghìn lượt. Tổng thu từ khách du lịch tăng ổn định, bình quân trên 12%/năm, khách du lịch tăng bình quân 7,5%/năm.

Năm 2017, riêng lượng khách đến Cát Bà đạt 2.160.000 lượt, tăng 25,43% so với năm 2016. Trong đó, khách quốc tế tăng mạnh với 477.500 lượt, tăng

23,96% so với năm 2016. Doanh thu từ du lịch đạt 1.250 tỷ đồng. Như vậy, ngành du lịch huyện đảo đã vượt trước 3 năm về chỉ tiêu thu hút khách du lịch do Nghị quyết Đại hội Đảng bộ huyện Cát Hải lần thứ XI, nhiệm kỳ 2015 – 2020 đã đề ra. Điều đáng nói là những năm trước, du lịch Cát Bà thường chỉ mang tính mùa vụ, khách chỉ đến đông vào mùa hè, nhưng năm 2017 khi cầu Tân Vũ - Lạch Huyện đi vào hoạt động, rút ngắn thời gian từ đất liền ra đảo thì du lịch Cát Bà đã hút khách cả về mùa đông và không còn mang tính mùa vụ như trước.

- Nguồn nhân lực: Thành phố Hải Phòng chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao hoạt động trong lĩnh vực du lịch; tìm các sản phẩm đặc trưng của thành phố nơi cửa biển.

Nhân lực làm việc trong ngành Du lịch của thành phố Hải Phòng là 13.865 người. Trong đó, số lao động thường xuyên là 13.040 người, số lao động mùa vụ là 825 người; số cán bộ, công chức quản lý nhà nước về du lịch là 44 người; Số lao động đã qua đào tạo các chuyên môn, nghiệp vụ khác nhau: 9.619 người (Đại học – trên đại học: 1.250 người; Cao đẳng - trung cấp: 4.425 người; Sơ cấp, khác: 3.944 người). Số lao động biết ngoại ngữ: 8.840 người; độ tuổi từ 24 – 40 tuổi chiếm hơn 70%.

Tuy lực lượng lao động trong ngành Du lịch Hải Phòng trong những năm qua phát triển cả về số lượng và chất lượng nhưng cũng bộc lộ những mặt còn hạn chế. Số lượng lao động trực tiếp, gián tiếp có tăng qua các năm nhưng chưa đáp ứng yêu cầu để triển khai các hoạt động du lịch đang ngày càng đa dạng về sản phẩm, loại hình du lịch và chất lượng các loại hình và sản phẩm du lịch

- Các sản phẩm du lịch chính của thành phố Hải Phòng

- Du lịch sinh thái biển kết hợp du lịch nghỉ dưỡng, du lịch thể thao, du lịch mạo hiểm (leo núi, lặn biển), du lịch MICE...

- Du lịch lễ hội kết hợp du lịch khảo cứu văn hoá, du lịch điền dã (làng quê), du lịch làng bản (du lịch cộng đồng), du lịch miệt vườn)...

Thường xuyên tổ chức các đợt thanh tra, kiểm tra hoạt động của các cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú, nhà hàng, khách sạn trên địa bàn nhằm phát hiện và xử lý kịp thời những hành vi vi phạm trong khu vực kinh doanh. Chú trọng nhắc nhở, hướng dẫn các cơ sở kinh doanh thực hiện nghiêm túc niêm yết giá và bán đúng giá niêm yết.

Trong quá trình nghiên cứu đề tài, tác giả đã tiến hành lập phiếu khảo sát và ghi nhận các ý kiến thông qua kết quả đã thu được. Việc đánh giá công tác xây dựng ban hành các quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng được đo lường với 5 câu hỏi, mức độ ảnh hưởng từ 1 - 5. Kết quả điều tra thực tế tác giả nghiên cứu tiến hành tại các doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn thành phố với 45 doanh nghiệp và 25 cán bộ quản lý nhà nước ở bảng dưới cho thấy:

Bảng 2.1: Kết quả điều tra về hoạt động xây dựng và triển khai các chính sách, quy định quản lý nhà nước trong kinh doanh du lịch

Cảm nhận của ông bà đối với các văn bản quy định về hoạt động du lịch của thành phố Hải phòng	Doanh nghiệp, hộ kinh doanh du lịch		Cán bộ	
	Trung bình	Số điểm	Trung bình	Số điểm
Các văn bản quy định được chuyển tải đến cơ sở kịp thời	2,90	2	3,30	3
Các văn bản hướng dẫn dễ hiểu, quy định rõ ràng, đầy đủ	3,35	3	3,33	3
Các văn bản quy định không gây khó khăn, mất tính công bằng trong kinh doanh	3,60	4	3,70	4
Các văn bản ban hành không chồng chéo nhau trong việc	3,10	2	3,47	3

(Nguồn: Tổng hợp điều tra của tác giả)

Kết quả điều tra thực tế cho thấy cảm nhận của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch về các văn bản quy định được chuyển tải đến cơ sở kịp thời được đánh giá thấp nhất với trung bình = 2,90 và số điểm = 2, kết quả trên cho thấy hầu như các doanh nghiệp đều cho rằng mức độ chuyển tải các văn bản từ cơ quan nhà nước tới tay các doanh nghiệp chưa thực sự kịp thời, việc các văn bản được ban hành chủ yếu đều được lưu hành nội bộ chưa triển khai rộng rãi đến các doanh nghiệp, hộ kinh doanh; tương tự với kết quả điều tra các cán bộ quản lý du lịch đều cho rằng các văn bản, quy định này đến tay các doanh nghiệp tương

đôi chậm, khi doanh nghiệp cần hoặc thực hiện các nghĩa vụ liên quan thì mới được cơ quan quản lý nhà nước cung cấp các văn bản, thông tin liên quan các chính sách, quy định với giá trị trung bình = 3,0 và số điểm = 3. Và tiếp tục là cảm nhận về các văn bản ban hành không chồng chéo nhau trong việc quản lý nhà nước về du lịch thì được các doanh nghiệp, hộ kinh doanh du lịch đánh giá tương đối thấp với giá trị trung bình = 3,1, giá trị số điểm = 3, đồng cảm với các cảm nhận của doanh nghiệp thì từ kết quả điều tra của các cán bộ quản lý nhà nước cũng cho thấy việc chồng chéo nhau trong các văn bản ban hành gây khó dễ phần nào trong việc hướng dẫn các thủ tục. Các cán bộ quản lý cũng có xu hướng đánh giá cao hơn về cảm nhận liên quan đến các văn bản quy định về phát triển du lịch. Cụ thể, hầu như các cán bộ được điều tra đều đánh giá các cảm nhận ở trên trên mức trung bình và giá trị mode đều bằng 4. Như vậy, cần phải có cái nhìn khách quan về các văn bản quy định được các cơ quan quản lý về du lịch gửi tới các doanh nghiệp du lịch, nhất là việc chuyển tải các văn bản này để tạo được sự hài lòng cho các đối tượng thực hiện, và cần phải xem xét lại việc phân công phân cấp nhiệm vụ, quyền hạn để có thể ban hành các văn bản, quy định không bị chồng chéo gây khó khăn cho doanh nghiệp vì ban hành chính sách là một việc song quá trình thực thi, quản lý sao có hiệu quả là việc làm khác và cần thiết có sự chỉ đạo, theo dõi, kiểm tra giám sát các hoạt động trên.

2.2. Phân tích thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng

2.2.1. Sức hấp dẫn của điểm đến

Thành phố Hải Phòng là một trong những địa phương có sức thu hút đặc biệt đối với khách du lịch trong và ngoài nước, với bề dày văn hoá, lịch sử, với việc sở hữu nhiều di tích nổi tiếng, đồng thời cũng là nơi có tốc độ phát triển kinh tế, văn hoá rất nhanh so với những địa phương khác trong cả nước. Một trong những điểm thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến Thành phố Hải Phòng chính là các danh lam thắng cảnh và hình ảnh con người Hải Phòng

trong mắt các du khách trong và ngoài nước. Hoạt động du lịch có mối quan hệ chặt chẽ với các điểm đến thu hút tại thành phố Hải Phòng trên thực tế.

Hải Phòng còn được gọi là Thành phố Hoa phượng đỏ, là thành phố cảng lớn nhất phía Bắc. Là trung tâm du lịch lớn, Hải phòng có những bãi biển lượn quanh, những khu nghỉ mát và giải trí nổi tiếng trong và ngoài nước đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Đối với hoạt động du lịch thành phố Hải phòng có những điểm đến du lịch vô cùng hấp dẫn du khách tiêu biểu như :

* BÃI BIỂN ĐỒ SƠN

Bãi biển Đồ Sơn chia làm 3 khu mỗi khu đều có bãi tắm và đồi núi, rừng cây yên tĩnh. Khu 1 chạy dài với bãi tắm và dịch vụ ven biển. Khu 2 có toà biệt thự từng là nơi nghỉ mát của vua Bảo Đại, vị vua cuối cùng của triều Nguyễn. Khu 3 có công trình kiến trúc nhỏ đáng dấp như ngôi chùa nên từ lâu có tên gọi là Pagodon. Đặc biệt cuối bán đảo là đồi đất cao trên đó có Toà nhà Vạn Hoa được xây dựng theo kiến trúc gô tích rất đẹp.

Công trình dịch vụ đạt tiêu chuẩn quốc tế như Di tích bến tàu không số, Resort Hon Dau, Casino Đồ Sơn... [41]

* THÁP TƯỜNG LONG

Được xây dựng trên đỉnh Ngọc Sơn, tháp Tường Long trông như cây bút đang vẽ lên nền trời xanh và biển rộng là đài nghiên thiên nhiên vô tận. Qua thư tịch cổ và những vết tích còn lại, tháp Tường Long gần như là khu tượng đài hoành tráng kỉ niệm nhà Phật, một trạm quan sát tiền tiêu và là hành cung của nhà vua ở miền biển đông bắc của quốc gia Đại Việt.

Đứng tại vị trí tháp Tử Long, bạn sẽ chiêm ngưỡng được toàn bộ vùng biển Đồ Sơn, cũng như làng mạc với cuộc sống bình dị của người dân nơi đây, bạn sẽ có một cảm giác thanh bình đến lạ thường [41].

* CÁT BÀ – KHU DU LỊCH SINH THÁI

Từ đất liền hay Đồ Sơn, khách du lịch có thể đi bằng tàu hay bằng đường cao tốc đến thăm đảo và vườn quốc gia Cát bà, Quần đảo Cát Bà, nằm kề bên Vịnh Hạ Long với hàng trăm núi đảo lớn nhỏ nổi lên giữa biển cả mênh mông.

Đảo lớn Cát Bà có vườn quốc gia với những vạt rừng nguyên sinh nhiệt đới tồn trữ nhiều loại cây rừng và thú hiếm; những núi đá vôi ẩn chứa nhiều hang động kỳ thú; những bãi tắm thiên tạo, nước biển trong xanh bên những vụng

nước biển tĩnh lặng nằm trong các đảo đá; những con suối tuôn chảy trên các triền núi, Cát Bà là nơi hội tụ giữa rừng với biển. Biển và rừng hoà quyện vào nhau tạo nên phong cảnh có một không hai [41].

* BẾN NGHIÊNG, BẾN TÀU KHÔNG SỐ K15

Bến Nghiêng tọa lạc giữa phong cảnh sơn thủy hữu tình, sau lưng là ngọn núi thuộc dải Cửu Long, phía trước là bãi tắm khu 2 trông ra cửa biển “Ba Lộ”, nơi thế kỷ 11 vua Lý Thánh Tông từng ngự du thị sát để bảo vệ bờ cõi, rồi cho xây dựng tháp Tường Long, thuộc địa bàn phường Vạn Hương, quận Đồ Sơn, thành phố Hải Phòng.

Hiện nay, Bến Nghiêng là bến tàu du lịch đưa du khách từ đất liền ra thăm Hòn Dấu, Cát Bà, Vịnh Hạ Long. Hằng ngày, nhất là vào dịp khai hội đảo Dấu và mùa du lịch, hàng nghìn lượt người đến thăm và xuống tàu ra đảo Dấu và đến các vùng lân cận. Đây là dịp để mỗi người dân thành phố, khách du lịch trong và ngoài nước hiểu hơn địa danh lịch sử này, góp phần tuyên truyền, gìn giữ di tích bến Nghiêng [41].

* VỊNH LAN HẠ

Vịnh ở phía Đông đảo Cát Bà, trông ra cửa Vạn, liền kề vịnh Hạ Long. Vịnh rộng trên 7000ha, trong đó có 5400ha là khu vực quản lý của Vườn Quốc gia Cát Bà.

Cảnh trí ở đây đẹp không kém gì vịnh Hạ Long, không những thế còn có những nét riêng độc đáo. Mật độ núi đá vôi ở đây khá dày, còn rất hoang sơ, chia cắt mặt biển thành những áng, vịnh nhỏ. Nhiều áng, vịnh, hang động chưa được khám phá. Có tới hàng trăm ngọn núi với nhiều dáng vẻ tùy theo sự tưởng tượng của du khách như: Hòn Guốc (giống cái guốc), hòn Dơi (giống con dơi đang dang cánh)...

Bằng thuyền nhỏ du khách có thể lách qua các khe núi du ngoạn trong áng, vịnh nhỏ thăm các hang động, nghỉ ngơi trên các bãi tắm giữa biển như áng Vẹm, hang Tùng Gấu, bãi Cát Dứa. Bãi Cát Dứa hiện nay có nuôi khi cho khách tham quan và có nhà nghỉ cho khách ngủ qua đêm. Đặc biệt du khách có thể tham quan các cơ sở nuôi ngọc trai đang phát triển ở đây.

Đặc sản ở đây là vẹm xanh, tu hải, cá giò, cua, ghe... Nhiều nhà bè nuôi cá trên vịnh vừa là nơi thăm quan vừa là nơi cung cấp cá, tôm tươi sống theo nhu cầu ẩm thực hàng ngày của khách [41].

*HẢI ĐĂNG ĐẢO DẦU

Khách du lịch đến Hải Phòng còn ít người biết đến một hòn đảo nhỏ hình quả trứng, diện tích 1 km², xanh biếc như viên ngọc, hoang sơ quyến rũ, chỉ cách Đồ Sơn khoảng 0,5 hải lý. Đó là đảo Dầu, nơi có ngọn hải đăng thọ hơn trăm tuổi.

Để đến đây, du khách phải đi bằng thuyền tại bến Nghiêng. Sau 10 phút tàu chạy, một khung cảnh thiên nhiên tuyệt đẹp xuất hiện trước mắt. Bãi sỏi trắng bao quanh chân đảo như mời gọi, dẫn du khách vào rừng cây nguyên sinh với hàng nghìn loài khác nhau. Nhiều cây si, cây đa, tuổi chừng mấy thế kỷ. Rễ rủ xuống chằng chịt, nấm mọc tràn trên thảm cây. Đôi khi thấy cả mây cuốn vắt ngang các bụi tre...

Chỉ là dầu chấm nhỏ xíu trên hải đồ biển Đông, nhưng đảo Dầu hứa hẹn là một điểm đến tuyệt vời của du lịch sinh thái biển đảo Việt Nam [41].

* NÚI VOI

Núi Voi – Xuân Sơn là một quần thể núi đá, núi đất khá cao, xen kẽ lẫn nhau, nhấp nhô, uốn khúc qua địa phận của 3 xã Trường Thành, An Tiến và An Thắng của huyện An Lão, thành phố Hải Phòng.

Núi Voi có nhiều hang động đẹp: hang Họng Voi, hang Chiêng, hang Cá Chép, hang Bê... Phía nam núi Voi có động Nam Tào, phía bắc có động Bắc Đẩu. Trong hang động có nhiều nhũ đá, măng đá với muôn hình kỳ lạ như rồng châu, hổ phục, đầu voi... Trên đỉnh núi Voi có một khoảng đất tương đối bằng phẳng gọi là bàn cờ cỏi tiên.

Không chỉ thú vị với những nét đẹp kì thú của cảnh sắc thiên nhiên, Núi Voi còn khơi dậy trí tò mò những ai thích khám phá bởi nơi đây là cái nôi của những người tiên sử và sơ sử. Núi Voi đã được các nhà khảo cổ Pháp chứng minh là một di tích khảo cổ học với nhiều di vật tồn tại cách đây khoảng 3000 năm như : rìu đá, bôn đá, quả cân đá, bàn mài đá; hay những vũ khí bằng đồng như: giáo đồng, dao găm đồng...[41].

* BIỆT THỰ BẢO ĐẠI

Biệt thự Bảo Đại trên đồi Vung, khu 2 Đồ Sơn không đơn thuần là một công trình kiến trúc mà nơi đây còn lưu giữ những câu chuyện về Bảo Đại – một vị vua triều Nguyễn.

Toàn quyền Đông Dương Pafquiere cho xây dựng biệt thự này từ năm 1928, với hình bát giác theo kiến trúc Pháp. Sau đó, Toàn quyền Đông Dương tặng vua Bảo Đại và ngôi nhà này gọi là biệt thự Bảo Đại. Toàn bộ khuôn viên rộng 3.700m², diện tích biệt thự rộng gần 1.000m² tọa lạc trên đỉnh đồi Vung cao 36m so với mặt nước biển. Từ giữa năm 1999, biệt thự mở cửa đón khách tham quan, nghỉ qua đêm. Biệt thự có phòng tiếp khách, phòng họp, phòng ngủ của vua, hoàng hậu, các hoàng tử và công chúa. Đặc biệt, các tư liệu và ảnh của Bảo Đại cùng gia đình. Biệt thự có con đường uốn quanh, bốn phía chan hòa màu xanh cây cối, hoa lá, chim muông, tới đây du khách được thả hồn không gian mát lành từ những làn gió biển xen lẫn hàng cây tạo âm thanh xào xạc [41].

* RỪNG QUỐC GIA CÁT BÀ

Tại cuộc họp, các nhà tổ chức cho biết: UNESCO đã chính thức công nhận quần đảo Cát Bà là khu dự trữ sinh quyển thế giới trong kỳ họp của hội đồng quốc tế về phối hợp chương trình con người và sinh quyển tổ chức tại Paris ngày 29-10-2004.

Trên đảo chính có thảm rừng nhiệt đới xanh tươi quanh năm. Đây là một khu rừng nguyên sinh và là một trong những khu vườn quốc gia lớn nhất đất nước. Diện tích quy hoạch bảo vệ là 15.200 ha, gồm 9.800 ha và 4.200 ha biển. Rừng Cát Bà được công nhận là vườn quốc gia từ ngày 23.05.1983.

Hệ động vật có tới 20 loài thú, 69 loài chim, 20 loài bò sát và lưỡng cư. Những loài thú hiếm là voọc đầu trắng sống ở vách núi đá cheo leo; khỉ lông vàng, sơn dương và nhiều loài chim đẹp như cao cát, bói cá, hút mật, đầu riu. Ở Cát Bà cũng có chim yến và rùa biển được chăm sóc bảo tồn. Hệ thực vật trong bảng tạm kê có 495 chi, 149 họ, trong đó có 250 loài cây thuốc. Nhiều cây cần bảo tồn như chò chỉ, trai lý, lát hoa, kim giao và cọ Bắc Sơn [41].

* ĐÌNH NGỌC XUYÊN

Đình Ngọc Xuyên được xây dựng từ cuối thế kỷ 17, đầu thế kỷ 18, thờ Thần điếm tước. Đình xưa có 9 nóc, làm bằng gỗ chò chỉ, quế thơm, mái lợp ngói ta, thiết kế theo kiểu cung đình. Năm 1929, đình được xây dựng lại theo kiến trúc kiểu chữ Đinh với 5 gian đại bái, 3 gian hậu cung theo nghệ thuật kiến trúc thời Nguyễn. Đây là ngôi đình cổ duy nhất của tổng Đồ Sơn xưa còn lại đến ngày nay.

Đình Ngọc Xuyên thuộc quần thể di tích Đình Ngọc Xuyên- Suối Rồng-Tháp Tường Long, đây là một địa điểm bạn cũng rất nên đến khi đi du lịch tại Đồ Sơn, Hải Phòng [41].

Thành phố Hải Phòng không chỉ hấp dẫn du khách bởi các điểm đến du lịch độc đáo mà còn bởi những nét hấp dẫn của ẩm thực địa phương. Khác với nét thanh lịch, sang trọng chôn cùng đình của ẩm thực Hà Nội, nét nhẹ nhàng tinh tế của ẩm thực xứ Huế, sức hấp dẫn của ẩm thực Hải Phòng chính nhờ quá trình tiếp biến văn hóa đã biết chắt lọc, giữ lại cho mình những hương vị ẩm thực đầy cá tính. Đến với Hải Phòng, du khách không thể bỏ qua việc thưởng thức món bánh mì cay, bún tôm, bún cá, lẩu cua đồng... hay những món được chế biến từ hải sản tươi sống. Dù là món ăn cầu kỳ chế biến tại các nhà hàng hay đơn giản là những món hàng quê hè phố, thì ẩm thực Hải Phòng cũng có những nét văn hóa rất riêng, khó quên.

Đây là những điều kiện thuận lợi tự nhiên tạo nên sức hấp dẫn của du lịch thành phố Hải Phòng.

2.2.2. Cơ sở hạ tầng du lịch

Cùng với sự phát triển của đất nước thì việc xây dựng kết cấu hạ tầng phục vụ hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng thì đã xây dựng kết cấu cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động du lịch thành phố. Trong những năm qua, cùng với tốc độ phát triển mạnh trên nhiều lĩnh vực kinh tế, xã hội của Hải Phòng, hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất phục vụ du lịch của thành phố đang tiếp tục nhận được sự đầu tư mạnh mẽ của các Tập đoàn lớn như Vingroup, SunGroup... Tính hết năm 2017 doanh thu du lịch của Hải Phòng ước đạt 2.727,35 tỷ đồng, tăng 13,65% so với năm 2016, Nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi và hệ thống sân bay, đường sắt, đường thủy, đường bộ phát triển nên Thành phố trở thành đầu mối giao thông của cả miền Nam và là một trong hai thành phố có lượng khách quốc tế trung chuyển lớn nhất nước.

Giao thông đường sắt, đường bộ và hàng không: Thành phố có bến xe khách liên tỉnh được phân bố ở các cửa ngõ ra vào. Hiện nay, doanh thu vận chuyển hành khách bằng đường bộ đang chiếm 99% lượng khách vận chuyển của các phương tiện. Tuy nhiên, cũng như nhiều tỉnh thành trong cả nước, sự xuống cấp của các bến xe, tình trạng sang khách, đón khách bừa bãi đang là vấn đề lớn của ngành giao thông vận tải. Hệ thống đường bộ của Thành phố có

nhiều cải tiến trong những năm gần đây. Via hè, hệ thống tín hiệu, bảng báo, camera và các chương trình điều tiết giao thông đang ngày càng phát huy tác dụng trong điều hành giao thông. Tuy nhiên với mật độ dân số đông, sự tăng trưởng dân số nhanh, công tác qui hoạch yếu thì dường như hệ thống đường bộ đang phải chịu quá tải. Hiện tượng tắc nghẽn giao thông hàng giờ tại khu vực nội thành và các tuyến đường quốc lộ chính đang là vấn đề bức xúc không chỉ cho ngành du lịch mà cả người dân Thành phố.

Hiện nay đường cao tốc Hà Nội - Hải Phòng hiện đại nhất Việt Nam kết nối cảng biển khu vực Hải Phòng với cả nước; dự án đầu tư, xây dựng khách sạn cao cấp và khu vui chơi giải trí tại nội thành, đảo Vũ Yên, Hòn Dấu; Cảng hàng không quốc tế Cát Bi được mở rộng và đưa vào khai thác. Đây là sân bay quốc tế cấp 4E cho phép bất kỳ máy bay dân dụng nào trên thế giới cất hạ cánh, có thể vận chuyển 800 hành khách/giờ cao điểm. Ngoài ra, cảng cửa ngõ quốc tế tại Lạch Huyện - dự án lớn nhất từ trước đến nay tại miền Bắc dành cho khu vực cảng biển – đang gấp rút đẩy nhanh tiến độ [16, 17, 18, 19, 20, 21].

Theo phiếu điều tra khảo sát và hoạt động phỏng vấn sâu thì đối với các chức danh quản lý trong hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng cho rằng: trong giai đoạn hiện nay cùng với sự tăng trưởng kinh tế không ngừng của thành phố thì các cán bộ quản lý du lịch của thành phố Hải Phòng cho rằng cơ sở hạ tầng thành phố hiện nay đã đáp ứng 80% yêu cầu của hoạt động du lịch nói chung và cho hoạt động du lịch mua sắm là 78%. Lý do đưa ra cho các con số này bởi các cán bộ cho rằng cơ sở hạ tầng của thành phố trong những năm trở lại đây chưa đáp ứng với yêu cầu tốc độ phát triển du lịch trên địa bàn thành phố, đặc biệt là hoạt động du lịch mua sắm nói riêng. Đồng quan điểm với các cán bộ quản lý thì đối với các hộ kinh doanh về du lịch cho rằng: việc xây dựng kết cấu hạ tầng là yếu tố quan trọng hàng đầu trong chiến lược phát triển du lịch trên địa bàn thành phố nếu như muốn xây dựng hoạt động du lịch nói chung và du lịch mua sắm nói riêng. Điều đáng quan trọng chính là việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng giao thông, kinh doanh du lịch, kinh doanh dịch vụ mua sắm, kinh doanh khách sạn - lữ hành. Đồng thời, cùng với đó chính là xây dựng chiến lược đầu tư dài hạn trên địa bàn trong kinh doanh mua sắm ở nước ta hiện nay.

2.2.3. Khả năng tiếp cận

Cùng với sự phát triển du lịch của thành phố Hải Phòng thì việc kiện toàn và tăng cường khả năng tiếp cận trong du lịch thì việc phát huy các thế mạnh của Hải Phòng để Hải Phòng là địa điểm du lịch lý tưởng do mất thời gian lưu chuyển trên đường. Cùng với sự thuận lợi về hạ tầng giao thông, sự nỗ lực từ các cơ quan quản lý hành chính trong lĩnh vực du lịch, sự vào cuộc của các nhà đầu tư lớn đã đưa Hải Phòng trở thành điểm du lịch được nhiều du khách biết tới. Năm 2016 là năm Sở Du lịch Hải Phòng tách khỏi Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Hải Phòng trước đây.

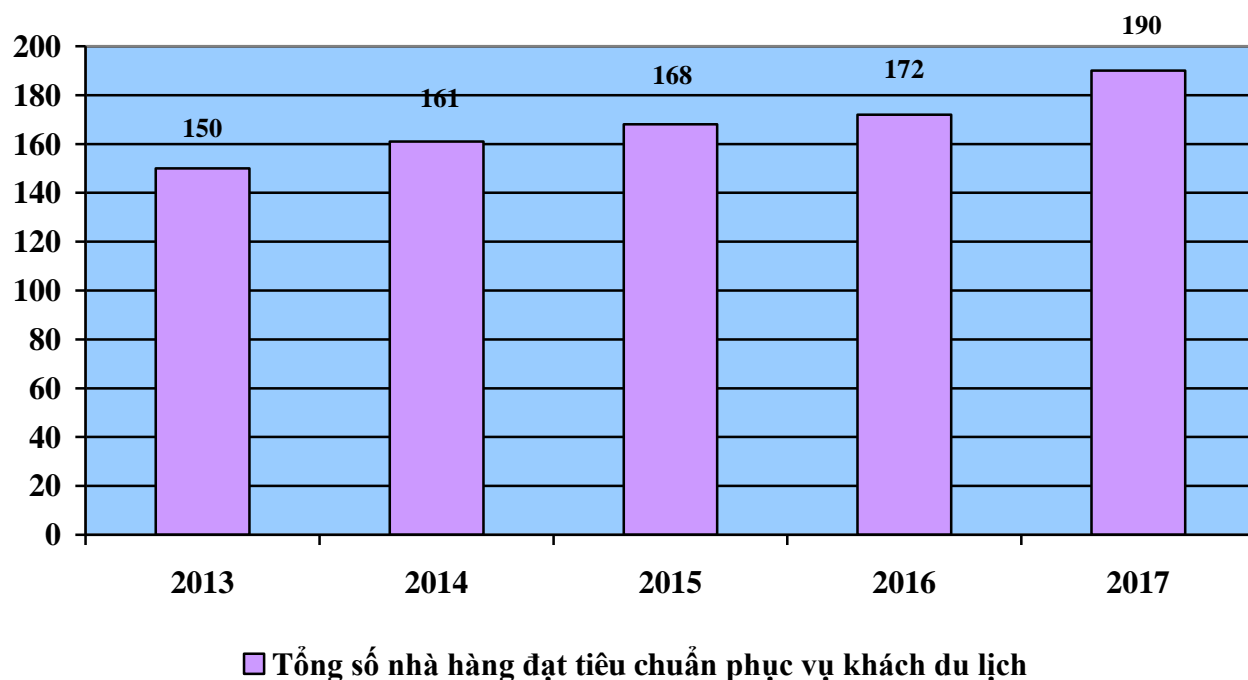
Hải Phòng có quá trình phát triển du lịch từ sớm, đặc biệt là khu vực Đồ Sơn có kinh nghiệm đón các đoàn khách các cơ quan về nghỉ dưỡng. Hiện nay, Hải Phòng đón lượng khách du lịch hàng năm khá cao. Năm 2016, Hải Phòng dự kiến đón 5,7 triệu lượt khách. Đây là con số không hề xa vời vì năm 2015, Hải Phòng đã đón 5,6 triệu khách, đứng sau Quảng Ninh. Thành phố cần có quan điểm bút phá, coi phát triển du lịch như một ngành kinh tế động lực. Các nội dung trong công tác quản lý nhà nước phải được đẩy mạnh làm căn cứ triển khai đồng bộ hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố [16, 17,18,19, 20, 21].

Nắm bắt được tiềm năng phát triển du lịch thì một số hoạt động về phát triển du lịch đặc biệt là du lịch ẩm thực, một số công ty du lịch, khách sạn, nhà hàng, khu du lịch tại Thành phố Hải Phòng đã tập trung khai thác, xây dựng chương trình du lịch, ẩm thực, nhằm thu hút du khách trong và ngoài nước.

Bảng 2.2: Số liệu cơ sở dịch vụ ăn uống đáp ứng đủ tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch [25]

Năm	2013	2014	2015	2016	2017
Số lượng (sơ sở)	150	161	168	172	190

(Nguồn: Số liệu thống kê của Sở du lịch thành phố Hải Phòng 2013 - 2017)



Hình 2.1: Số liệu cơ sở dịch vụ ăn uống đáp ứng đủ tiêu chuẩn [25]

Thông qua Bảng số liệu và biểu đồ nói trên đã khẳng định sự quan tâm đến việc xây dựng các nhà hàng đạt chuẩn nhằm phục vụ cho hoạt động du lịch nói chung.

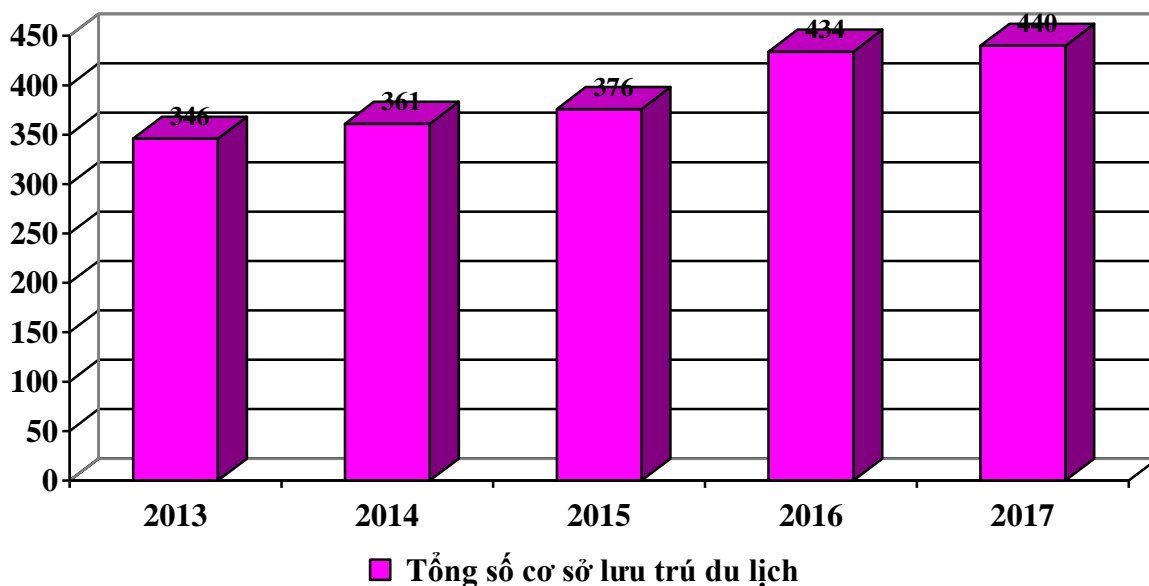
Hiện nay, thành phố Hải Phòng có hệ thống các cơ sở ăn uống đa dạng và phong phú. Hầu hết các khách sạn, nhà khách đều có cơ sở ăn uống luôn sẵn sàng phục vụ du khách cũng như nhu cầu sinh hoạt của người dân địa phương. Phần lớn các cơ sở ăn uống của Hải Phòng tập trung chủ yếu trong nội thành, tại các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

Đối với dịch vụ lưu trú theo thống kê của Sở du lịch thành phố Hải Phòng được thể hiện thông qua số lượng và biểu đồ sau:

Bảng 2.3: Số lượng cơ sở lưu trú thành phố Hải Phòng (2013 -2017) [25]

Năm	2013	2014	2015	2016	2017
Số lượng (cơ sở)	346	361	376	434	440

(Nguồn: Số liệu thống kê của Sở du lịch thành phố Hải phòng 2013 -2017)



Hình 2.2: Dịch vụ lưu trú thành phố Hải Phòng (2013 -2017)

Để phục vụ được lượng khách du lịch đông đảo, các doanh nghiệp Thành phố đã đầu tư rất nhiều vào cơ sở lưu trú. Qua số liệu thống kê cho thấy lưu trú du lịch là sản phẩm không thể thiếu trong chuỗi dịch vụ du lịch, có vị trí quan trọng, góp phần nâng cao chất lượng du lịch, thu hút du khách. Chỉ dịch vụ có chất lượng mới tạo ra được uy tín, góp phần nâng cao tính cạnh tranh và tạo nên thương hiệu cho từng đơn vị và toàn ngành. Đây cũng chính là xu hướng chung và cũng là cách làm mà du lịch Hải Phòng đang thực hiện.

Thành phố Hải Phòng có lợi thế du lịch về các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể phong phú như các khu di tích lịch sử, các bảo tàng, các danh lam thắng cảnh. Thêm vào đó thì thành phố Hải Phòng còn có cơ sở hạ tầng khá hoàn thiện, giao thông tương đối thuận tiện. Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển các sản phẩm và các trung tâm, khu du lịch, loại hình du lịch có tính đặc sản và độc đáo.

Theo phiếu điều tra khảo sát và hoạt động phỏng vấn sâu thì đối với các chức danh quản lý trong hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng cho rằng: trong giai đoạn hiện nay cùng với sự tăng trưởng kinh tế không ngừng của thành phố thì các cán bộ quản lý du lịch của thành phố Hải Phòng cho rằng cơ sở hạ tầng thành phố hiện nay đã đáp ứng 80% yêu cầu của hoạt động du lịch nói chung và cho hoạt động du lịch và tăng cường vai trò hình ảnh điểm đến của thành phố Hải Phòng là 78%. Lý do đưa ra cho các con số này bởi các các cán

bộ cho rằng cơ sở hạ tầng của thành phố trong những năm trở lại đây chưa đáp ứng với yêu cầu tốc độ phát triển du lịch trên địa bàn thành phố, đặc biệt là hoạt động du lịch mua sắm nói riêng. Đồng quan điểm với các cán bộ quản lý thì đối với các hộ kinh doanh về du lịch cho rằng: việc xây dựng kết cấu hạ tầng là yếu tố quan trọng hàng đầu trong chiến lược phát triển du lịch trên địa bàn thành phố nếu như muốn xây dựng hoạt động du lịch nói chung và du lịch mua sắm nói riêng. Điều đáng quan trọng chính là việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng giao thông, kinh doanh du lịch, kinh doanh dịch vụ mua sắm, kinh doanh khách sạn - lữ hành. Đồng thời, cùng với đó chính là xây dựng chiến lược đầu tư dài hạn trên địa bàn trong kinh doanh mua sắm ở nước ta hiện nay.

Về tổ chức, quản lý, Hải Phòng chú trọng kiện toàn Sở Du lịch, trong đó phải đảm bảo đủ nguồn nhân lực có năng lực để triển khai thực hiện các chủ trương, quy hoạch lớn về du lịch của thành phố. Về phát triển sản phẩm, Hải Phòng hoạch định rõ hướng phát triển của các dòng sản phẩm có thể mạnh như sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo cao cấp tại khu vực đảo Cát Bà với quan điểm phát triển lâu dài, bền vững.

Hiện nay, việc đào tạo nguồn nhân lực cho sự phát triển nói chung & nâng cao vai trò của điểm đến của du lịch thành phố Hải Phòng ngày càng trở thành yêu cầu cấp thiết. Theo dự báo của Sở Du lịch thành phố Hải Phòng trong hiện tại và tương lai thì nhu cầu nhân lực của ngành Du lịch sẽ rất lớn, vấn đề thiếu hụt nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao đã và đang là thách thức đối với Du lịch trên địa bàn thành phố. Trước yêu cầu và thách thức đó thì cùng với cả nước, thành phố Hải Phòng – một trong những trung tâm kinh tế, văn hóa lớn đã và đang góp phần quan trọng trong việc đào tạo ra một nguồn nhân lực đáp ứng về chất lượng, thỏa mãn nhu cầu của một thị trường đa dạng, năng động bậc nhất cả nước.

Với việc mở rộng hệ thống đào tạo đa ngành, đa cấp trong hệ thống các trường đại học thời gian gần đây đã phần nào đáp ứng được những đòi hỏi của thực tiễn, nhưng nhìn chung còn nhiều khiếm khuyết. Việc tổ chức hội thảo về “*Đào tạo nhân lực ngành Du lịch theo nhu cầu xã hội*” tại thành phố Hải Phòng những năm qua, ngành Du lịch đã thừa nhận: nguồn nhân lực của ngành có trình độ đại học chỉ chiếm khoảng hơn 3%, trong tổng số hơn một triệu lao động của ngành. Vài năm gần đây, tuy các cơ sở đào tạo cũng đã “dốc lực” vào lĩnh vực

này nhưng chỉ đáp ứng được 60% nhu cầu. Bên cạnh đó, vấn đề chất lượng đào tạo cũng là vấn đề mà nhiều doanh nghiệp Du lịch tại thành phố đặc biệt quan tâm. Có một số ý kiến nhận xét như: Kiến thức đào tạo chung chung, nặng về lý thuyết và chưa sát thực tiễn, các kỹ năng nghiệp vụ vừa thiếu lại vừa yếu, đạo đức nghề nghiệp chưa thật sự được chú ý đúng mức... phần lớn các doanh nghiệp khi nhận sinh viên mới ra trường vẫn phải tiến hành đào tạo lại [16,17,18,19,20,21].

Hiện nay, thành phố Hải Phòng trở thành là một trung tâm thu hút khách du lịch lớn nhất nước, với lượng khách quốc tế vào thành phố. Tốc độ tăng trưởng trung bình khách quốc tế hàng năm khoảng trên 5%; lượng khách du lịch nội địa cũng tăng đều hàng năm với tốc độ trung bình trên 5% năm [5]. Trong những năm qua ngành du lịch luôn giữ vị trí, vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Hải Phòng.

Đứng trước nhu cầu phát triển đó, việc đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu cho ngành đã và đang được các cấp, các ngành liên quan tại thành phố quan tâm. Thời gian gần đây, nhiều cấp độ, nhiều hình thức đào tạo nhân lực cho lĩnh vực du lịch đã được mở. Hiện thành phố Hải Phòng có gần các cơ sở đào tạo của cả nước. Nhìn chung: so với cả nước, mặt bằng đào tạo nguồn nhân lực du lịch của thành phố Hải Phòng cao hơn mặt bằng chung; các cơ sở đào tạo cơ bản đã đáp ứng nhu cầu cơ bản của các ngành, nghề cho du lịch; đội ngũ giảng viên tham gia quá trình đào tạo đều là những người có bề dày kinh nghiệm trong lĩnh vực Du lịch hoặc dịch vụ Du lịch, họ là những người năng động trong hoạt động kinh doanh Du lịch nên luôn chú trọng đến việc rèn kỹ năng thực hành nghề cho sinh viên thông qua việc gắn quá trình đào tạo với việc tổ chức các hoạt động thực tiễn tại các cơ sở dịch vụ Du lịch hoặc doanh nghiệp Du lịch, nhằm giúp cho sản phẩm đào tạo của mình đáp ứng yêu cầu thực tiễn.

❖ Công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm:

Công tác thanh tra, kiểm tra các hoạt động trong lĩnh vực du lịch, đây là nhiệm vụ thường xuyên mà các cơ quan quản lý nhà nước phải thực hiện trong quá trình quản lý, điều hành của mình. Thực hiện nội dung này vừa bảo đảm hoàn thành chức năng quản lý nhà nước, đồng thời chính nó lại tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp và tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch. Hằng năm, Ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng đã ra quyết định thành lập Ban chỉ

đạo và đội kiểm tra liên ngành kiểm tra các hoạt động kinh doanh du lịch - dịch vụ du lịch từ đó phát huy nhằm tăng cường điểm đến nhằm kiểm tra, kiểm soát việc chấp hành các chủ trương chính sách của Đảng, pháp luật Nhà nước và các quy định hiện hành của Chính phủ.

Bảng 2.4: Tổng hợp các đợt thanh tra, kiểm tra [25]

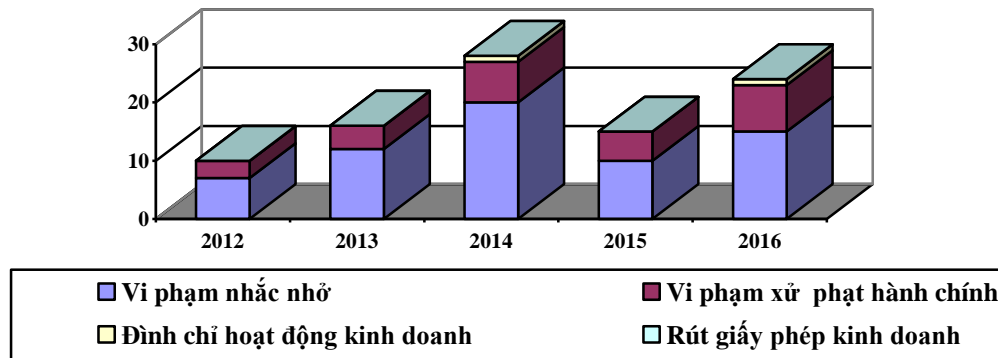
Nội dung thanh tra, kiểm tra	2012	2013	2014	2015	2016
Vệ sinh an toàn thực phẩm	10	10	12	18	18
Phòng chống cháy nổ	4	4	4	4	4
Giấy đăng ký và ngành nghề đăng ký kinh doanh	2	2	2	4	4
Thực hiện các điều kiện kinh doanh	1	1	1	1	1
Niêm yết giá cả	1	1	1	1	1
Sử dụng lao động	1	1	1	1	1
Đăng ký lưu trú	12	12	12	12	12
Tổng số lượt kiểm tra trong năm	31	31	33	41	41

(Nguồn: Sở VH – TT và du lịch thành phố Hải Phòng)

Bảng 2.5: Hình thức xử lý vi phạm [25]

Nội dung	ĐVT	2012	2013	2014	2015	2016
Vi phạm nhắc nhở	Vụ	7	12	20	10	15
Vi phạm xử phạt hành chính	Vụ	3	4	7	5	8
Đình chỉ hoạt động kinh doanh	Cơ sở	0	0	1	0	1
Rút giấy phép kinh doanh	Lượt	0	0	0	0	0
Số tiền xử phạt hành chính	2.000 VNĐ	6.000	6.500	12.000	9.500	11.500

(Nguồn: Sở VH – TT và du lịch thành phố Hải Phòng)



Hình 2.3. Tình hình xử phạt vi phạm hành chính trên địa bàn thành phố Hải Phòng (2012 - 2016)

Tuy nhiên, việc vi phạm các nội dung kinh doanh diễn ra khá nhiều, song mức xử phạt còn khá nhẹ, hình thức xử phạt chưa mang tính giáo dục cộng đồng chủ yếu là nhắc nhở và xử phạt hành chính, không có hình thức xử lý rộng rãi như thông tin trên các kênh truyền thông, chính vì vậy đơn vị nào sai đơn vị đó biết. Và một trong số loại hình khó quản lý nhà nước nhất đó là kiểm tra về kinh doanh lưu trú và vệ sinh an toàn thực phẩm tại các cơ sở kinh doanh du lịch từ đó chưa phát huy được điểm đến của thành phố Hải Phòng giai đoạn hiện nay. Ngoài ra, thành phố Hải Phòng nên triển khai kết nối với các địa phương trong việc xây dựng sản phẩm kết nối vùng cho khu vực duyên hải Bắc Bộ. Trên cơ sở đó, các công ty lữ hành sẽ triển khai giới thiệu quảng bá tới khách hàng. Thành phố cần chú trọng xây dựng hình ảnh Hải Phòng là điểm đến hấp dẫn, an toàn, khác biệt về văn hóa và cảnh quan. Kênh thông tin chính thức về du lịch cần được xây dựng, thường xuyên cập nhật về cơ chế, chính sách mới, thông tin điểm đến, kế hoạch liên kết của Hải Phòng với các địa phương khác trong nước và quốc tế. Thông tin về đường bay quốc tế Cát Bi cần cập nhật thường xuyên, liên tục hơn nữa để đối tác và du khách thuận lợi tiếp cận”.

2.2.4. Hoạt động quảng bá, xúc tiến điểm đến du lịch

Từ đầu năm đến nay, du lịch tại thành phố Hải Phòng đã tăng trưởng nhanh chóng. Thông tin từ Sở Du lịch Hải Phòng cho biết, 6 tháng đầu năm 2018 ngành du lịch TP đã đón và phục vụ 3.551.804 lượt khách, tăng 16,09% so cùng kỳ năm 2017. Để có được những thành tựu đáng khích lệ đó trong hai năm vừa qua, bên cạnh việc đơn giản hóa thủ tục cấp, miễn thị thực đối với khách nước ngoài, đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, tăng cường quản lý, làm trong sạch môi trường kinh doanh dịch vụ, có một phần không nhỏ từ việc

đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá về hoạt động du lịch mua sắm nói riêng và du lịch nói chung. Qua quá trình khảo sát tác giả nhận thấy công tác quảng bá, xúc tiến du lịch của các đơn vị chức năng với ý kiến 100% đã đạt được theo đúng quy định thực tiễn, ngoài ra, thông qua hoạt động này đã góp phần quan trọng nâng cao hình ảnh hoạt động du lịch của thành phố Hải Phòng trong con mắt bạn bè quốc tế

Với sự quan tâm đầu tư của ngành du lịch và sự phối hợp của các cấp, ngành liên quan, công tác xúc tiến, quảng bá du lịch mua sắm nói riêng và du lịch nói chung trên địa bàn thành phố trong những năm qua từng bước được đổi mới, mở rộng về quy mô, phạm vi hoạt động với nhiều chương trình, sự kiện được tổ chức ở trong nước và ngoài nước. Các chương trình đã giới thiệu đến du khách hình ảnh đất nước, con người thành phố Hải Phòng và những tiềm năng, thế mạnh cùng các sản phẩm du lịch hấp dẫn, mở ra các cơ hội hợp tác đầu tư, khẳng định vị thế du lịch nước ta trong khu vực và thế giới. Hoạt động xúc tiến, quảng bá cũng ngày càng đa dạng, tận dụng được thế mạnh công nghệ thông tin. Tiếp thị điện tử (E-marketing) qua mạng internet đã mang thông tin về du lịch thành phố Hải Phòng với hàng nghìn lượt người xem trên kênh Youtube và hàng triệu lượt người truy cập các trang web du lịch của thành phố. Ngành du lịch triển khai tổ chức, mời gọi các đơn vị truyền thông, báo chí và lễ hành đến tìm hiểu, giới thiệu về các điểm đến thành phố Hải Phòng. Chủ động tham gia những sự kiện du lịch quốc tế lớn như đại hội thể thao quốc tế, hội chợ, liên hoan, lễ hội du lịch, hoạt động xúc tiến du lịch của thành phố trong những năm trở lại đây chính là nỗ lực này đã được bạn bè quốc tế quan tâm, góp phần tạo ra làn sóng khách đến từ các thị trường trọng điểm về phát triển du lịch mua sắm trên địa bàn thành phố

2.2.5. Sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận về hình ảnh du lịch Thành phố Hải Phòng

Với vị trí là trung tâm chính trị, kinh tế và văn hóa lớn của đất nước thì Thành phố Hải Phòng là một trong những địa phương đi đầu hưởng ứng và triển khai tích cực, sáng tạo, có hiệu quả trong hoạt động xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch mới và sáng tạo như du lịch mua sắm ở nước ta.

Sở Du lịch thành phố Hải Phòng đã chủ động tham mưu, phối hợp cùng các cấp, các ngành, các doanh nghiệp triển khai hiệu quả các hoạt động ngành,

có hiệu ứng tích cực đóng góp cho mục tiêu chung của cuộc vận động cho hoạt động phát triển du lịch mua sắm ở nước ta trong giai đoạn hiện nay.

Thông qua tổng hợp các phiếu điều tra khảo sát thì có đến hơn 90% ý kiến cho rằng các cơ quan quản lý về du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng tập trung các hoạt động nhằm phát triển các sản phẩm về du lịch mua sắm. Trong đó, việc phát triển sản phẩm du lịch mua sắm trên địa bàn thành phố tập trung vào các trung tâm mua sắm lớn, các sản phẩm về thủ công mỹ nghệ đặc trưng. Trong công tác chỉ đạo, điều hành, Sở Du lịch thành phố Hải Phòng đã ban hành văn bản hướng dẫn, chỉ đạo, kiểm tra các đơn vị, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch trên địa bàn thành phố quan tâm ưu tiên sử dụng các sản phẩm du lịch Hải Phòng ở nước ta. Bên cạnh đó thì Sở thực hiện việc bình ổn giá dịch vụ du lịch, nghiêm chỉnh chấp hành quy định pháp luật về giá, tuân thủ nghiêm các quy định về đăng ký, niêm yết giá và bán đúng giá niêm yết, phù hợp với chất lượng của sản phẩm, dịch vụ doanh nghiệp cung ứng, đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng về kinh doanh du lịch trong tình hình mới.

Sở Du lịch thành phố Hải Phòng bên cạnh việc tập trung chỉ đạo và xây dựng cơ sở vật chất cho hoạt động du lịch mua sắm và tập trung chỉ đạo tuyên truyền, quảng bá nhằm giới thiệu, tôn vinh các doanh nghiệp, nhà sản xuất có sản phẩm hàng hóa, dịch vụ chất lượng cao được người tiêu dùng đối với các sản phẩm yêu thích tới các đoàn khách quốc tế.

Đồng thời, tuyên truyền về nội dung cuộc vận động và sản phẩm hàng hóa chất lượng cao của Việt Nam, khuyến khích các đơn vị, doanh nghiệp du lịch, cán bộ, công nhân viên trong ngành sử dụng sản phẩm của Việt Nam phục vụ du khách, xây dựng chương trình du lịch khuyến mại kết hợp mua sắm hàng Việt Nam, nhất là đặc sản vùng miền.

Nhằm phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao, gắn với xây dựng thương hiệu du lịch thành phố Hải Phòng, ngành Du lịch tham mưu đề tập trung xây dựng, hoàn thiện các sản phẩm du lịch văn hóa, du lịch tâm linh, du lịch vui chơi giải trí, thể thao, mua sắm, ẩm thực, chữa bệnh... theo hướng phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội, du lịch xanh, phát huy vai trò của du lịch với phát triển sản xuất, tiêu thụ làng nghề, chú trọng khai thác loại hình du lịch nghệ thuật gắn với di sản.

2.3. Đánh giá chung hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng

2.5.1. Những thuận lợi

Có được những kết quả trong công tác kinh doanh phát triển du lịch và nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch là nhờ vào: Cơ chế, chính sách, pháp luật của Nhà nước nói chung, cơ chế, chính sách, pháp luật du lịch nói riêng, nhất là Luật Du lịch và các văn bản hướng dẫn thực hiện, từng bước tạo sự thuận lợi cho đối với hoạt động du lịch mua sắm tại thành phố Hải Phòng.

Thời gian qua, Thành phố Hải Phòng luôn nhận được sự quan tâm giúp đỡ của UBND thành phố, các sở, các bộ, ngành Trung ương như: Sở Xây dựng, Sở Giao thông Vận tải, Tổng cục Du lịch hỗ trợ trong công tác cải thiện môi trường đầu tư du lịch nói chung và du lịch mua sắm nói riêng, cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng, nâng cao hoạt động tuyên truyền quảng bá du lịch mua sắm trên địa bàn thành phố trong những năm qua

Ủy ban nhân dân thành phố trong những năm gần đây đã có những định hoạch, xây dựng các đường lối chính sách, đưa ra những chủ trương nhằm phát triển du lịch của thành phố cũng như ban hành các văn bản thuộc thẩm quyền để quản lý hoạt động du lịch trên địa bàn các quận, huyện. Chính quyền thành phố đã chủ động tăng cường mở rộng quan hệ hợp tác, trao đổi kinh nghiệm quản lý nhà nước về du lịch với quốc gia trên thế giới.

Bộ máy quản lý nhà nước về du lịch nói chung và kinh doanh dịch vụ du lịch mua sắm trên địa bàn từng bước được sắp xếp lại, đã có sự phối hợp giữa các cơ quan chuyên môn của huyện trong việc xử lý các hành vi vi phạm các quy định của Nhà nước trong lĩnh vực này. Chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý về du lịch từng bước được nâng lên taitiền đề quan trọng trong phát triển du lịch mua sắm tại thành phố Hồ Chí Minh.

Công tác đào tạo, bồi dưỡng và hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho ngành du lịch đã được quan tâm thực hiện. Công tác xây dựng cơ chế, chính sách thuộc thẩm quyền và cải cách thủ tục hành chính đối với kinh doanh nói chung, đối với hoạt động du lịch nói riêng đã có sự chuyển biến tích cực.

Phải khẳng định rằng, Hải Phòng ngày càng có nhiều lợi thế đưa ngành công nghiệp không khói phát triển khởi sắc như: đường cao tốc Hà Nội - Hải Phòng hiện đại nhất Việt Nam kết nối cảng biển khu vực Hải Phòng với cả nước; dự án đầu tư, xây dựng khách sạn cao cấp và khu vui chơi giải trí tại nội

thành, đảo Vũ Yên, Hòn Dấu; Cảng hàng không quốc tế Cát Bi được mở rộng và đưa vào khai thác. Đây là sân bay quốc tế cấp 4E cho phép bất kỳ máy bay dân dụng nào trên thế giới cất hạ cánh, có thể vận chuyển 800 hành khách/giờ cao điểm. Ngoài ra, cảng cửa ngõ quốc tế tại Lạch Huyện - dự án lớn nhất từ trước đến nay tại miền Bắc dành cho khu vực cảng biển – đang gấp rút đẩy nhanh tiến độ.

2.5.2. Những mặt còn hạn chế

Hải Phòng là thành phố cảng có lợi thế về điều kiện tự nhiên và truyền thống văn hóa lâu đời với nhiều điểm du lịch nổi tiếng như: quần đảo Cát Bà , bãi biển Đồ Sơn, và các điểm tham quan khu vực nội đô; cùng với đó là sự phát triển mạnh mẽ của cơ sở hạ tầng giao thông, đô thị và du lịch như: đường cao tốc, Cảng Hàng không quốc tế Cát Bi, và nhiều dự án đầu tư du lịch tầm cỡ. Tuy nhiên, thời gian qua, do nhiều yếu tố khách quan và chủ quan, Du lịch Hải Phòng chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và thế mạnh.

Nhìn chung công tác xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch thành phố đã định hướng đưa ra các mục tiêu, chỉ tiêu cụ thể và các giải pháp và tổ chức thực hiện. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai vẫn còn gặp nhiều khó khăn như: việc quy hoạch đất dành cho hoạt động kinh doanh du lịch gặp nhiều khó khăn do đất; kết cấu hạ tầng phục vụ cho đầu tư du lịch mua sắm còn yếu, nhất là hạ tầng giao thông kết nối với các điểm đến và các vùng lân cận; chưa thu hút được nhiều vốn đầu tư cho du lịch.

Công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật về du lịch cho người dân và việc nâng cao nhận thức của cộng đồng dân cư địa phương về vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội, mặc dù được chính quyền tỉnh thực hiện khá tích cực, song hiệu quả còn thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch trong bối cảnh hiện nay.

Sự phối hợp giữa các cơ quan liên quan còn nhiều hạn chế, bất cập, nhận thức của người dân về phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường chưa cao; sản phẩm đặc trưng cho du lịch thành phố vẫn chưa được hình thành; chưa phát huy hết tiềm năng du lịch của thành phố Hoa Phượng đỏ tong giai đoạn hiện nay. Chưa có sự đồng bộ (chồng chéo) và phù hợp giữa các ngành trong công tác ban hành văn bản, chính sách. Thời gian hiệu lực còn chậm trễ tại địa phương. Nhân sự đáp ứng cho công tác còn mỏng về số lượng, chuyên môn

chưa sâu, chủ yếu là cán bộ quản lý kiêm nhiệm chứ chưa có cán bộ quản lý chuyên sâu về lĩnh vực du lịch nói riêng. Nhân sự trong các đơn vị kinh doanh du lịch kinh nghiệm làm việc chủ yếu có được từ thực tiễn, không được đào tạo bài bản. Cơ sở vật chất và kỹ thuật kinh doanh tại các điểm du lịch còn mang tính tự phát, hạn chế chưa đáp ứng nhu cầu kinh doanh. Công tác xử lý sau kiểm tra, thanh tra còn để kéo dài, nội dung đề nghị, khiếu nại, tố cáo trong lĩnh vực Kinh doanh du lịch còn diễn biến phức tạp.

*** Nguyên nhân của những hạn chế**

Nền kinh tế của thành phố chưa đáp ứng với yêu cầu của quá trình phát triển du lịch của khách du lịch. Đây là một thách thức đặc biệt lớn đối với hoạt động quản lý, điều hành của Nhà nước về kinh tế nói chung và hoạt động du lịch mua sắm trên địa bàn thành phố Hải Phòng nói riêng trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

Cơ chế, chính sách, pháp luật chung liên quan đến phát triển kinh tế nói chung và phát triển du lịch nói riêng có mặt chậm sửa đổi, chưa đồng bộ, thiếu nhất quán và thiếu thông thoáng; việc ban hành các văn bản hướng dẫn thực hiện Luật Du lịch còn chậm, chưa kịp thời, gây khó khăn cho hoạt động du lịch mua sắm tại thành phố. Mặt khác, du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch liên quan đến nhiều ngành, nhiều cấp, nhiều lĩnh vực khác nhau.

Các chính sách quy định về các tiêu chuẩn chất lượng các sản phẩm du lịch mua sắm chưa đảm bảo, còn mang yếu tố chung chung chưa có quy định riêng đối với các điều kiện đặc thù của thành phố. Nguồn vốn nhà nước dành cho đầu tư và hỗ trợ đầu tư kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch mua sắm còn thấp, trong khi đó việc phân bổ vẫn còn thiếu tập trung, dẫn đến tình trạng đầu tư phân tán, nhỏ lẻ, các dự án đầu tư bị chậm tiến độ. Nhân sự quản lý còn thiếu và ít, chưa có công chức đảm nhận riêng về lĩnh vực du lịch nói riêng.

Công tác tạo lập sự liên kết, hợp tác trong phát triển du lịch và xây dựng hệ thống đảm bảo thông tin du lịch chưa được quan tâm đầu tư đúng mức. Các hình thức tuyên truyền còn đơn điệu, kinh phí đầu tư cho quảng bá, xúc tiến còn hạn chế; Các đơn vị kinh doanh du lịch còn thụ động trong hoạt động xúc tiến đầu tư. Công tác đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực cho hoạt động du lịch

mua sắm còn chắp vá, thiếu hệ thống. Mối quan hệ giữa cơ sở đào tạo nghề du lịch và các doanh nghiệp trong phát triển nguồn nhân lực chưa chặt chẽ. Cơ sở vật chất và kỹ thuật kinh doanh tại các điểm du lịch mua sắm còn mang tính tự phát, hạn chế chưa đáp ứng nhu cầu kinh doanh.

Tiểu kết chương 2

Trong chương này, tác giả đã đi sâu phân tích, đánh giá những đặc điểm ảnh hưởng đến công tác phát triển du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng bao gồm: chiến lược quy hoạch phát triển du lịch, khả năng cung ứng dịch vụ, công tác tổ chức quản lý, phát triển sản phẩm, kết cấu cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch mua sắm, nguồn nhân lực, công tác quảng bá, xúc tiến du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Qua phân tích các đặc điểm trên, có thể đánh giá tiềm năng để phát triển ngành du lịch mua sắm trên địa bàn thành phố là rất lớn, đòi hỏi công tác phát triển du lịch phải càng được nâng cao nhằm đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ của tình hình mới.

Cũng trong chương này, khóa luận đã tập trung đi sâu phân tích, đánh giá làm rõ thực trạng công tác phát triển du lịch, phân tích thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch Hải Phòng qua con mắt du khách trong những năm trở lại đây. Tác giả tập trung đi sâu đánh giá những điểm đã làm được và hạn chế, chỉ rõ nguyên nhân ảnh hưởng trực tiếp đến việc thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch Hải Phòng trong thời gian qua.

Căn cứ đánh giá thực trạng phát triển du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng, đồng thời vận dụng những kiến thức lý luận được khái quát, hệ thống hóa trong chương 1, tác giả sẽ đề xuất một số giải pháp mang tính cơ bản góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả thực trạng hình ảnh điểm đến du lịch Hải Phòng trong thời gian tới. Điều này sẽ được tác giả tập trung làm rõ thông qua chương 3 của luận văn được trình bày dưới đây.

CHƯƠNG 3. MỘT SỐ ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

3.1. Quan điểm, mục tiêu, định hướng phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020

3.1.1. Quan điểm phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020

- Đổi mới công tác chỉ đạo, điều hành nhằm hoàn thiện về phát triển du lịch trong thời kỳ đẩy mạnh CNH-HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế, phát triển du lịch của thành phố Hải Phòng cần hướng vào việc hoàn thiện chiến lược, quy hoạch phát triển và cơ chế, chính sách cho phù hợp với những yêu cầu mới. Vấn đề cần quan tâm trong phát triển du lịch ở thành phố Hải Phòng là sự vận dụng cơ chế, chính sách của trung ương vào điều kiện đặc thù của địa phương, tăng cường kiểm tra, thanh tra đối với hoạt động du lịch, cải cách thủ tục hành chính tích cực hơn nữa để tạo ra sự thông thoáng trong quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch phù hợp với tình hình hiện nay.

- Hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động phát triển du lịch ở thành phố Hải Phòng gắn liền với đổi mới nhận thức và đổi mới tư duy kinh tế về vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế-xã hội của huyện. Đổi mới nhận thức và đổi mới tư duy kinh tế trước hết phải làm cho mọi người nhận thức được vai trò của du lịch trong sự phát triển kinh tế- xã hội và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH - HĐH. Theo xu hướng phát triển đó, tỷ trọng của du lịch sẽ ngày càng tăng lên trong cơ cấu kinh tế của huyện. Mặt khác, du lịch được coi là một ngành "công nghiệp không khói", nó không chỉ tạo ra thu nhập mà còn làm thay đổi diện mạo cuộc sống của người dân nơi diễn ra các hoạt động du lịch.

- Quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch phải đáp ứng mục tiêu, chiến lược phát triển kinh tế- xã hội chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH – HĐH.

- Đổi mới mạnh mẽ về tổ chức bộ máy và đội ngũ cán bộ phát triển du lịch ở thành phố Hải Phòng. Đổi mới mạnh hơn về tổ chức bộ máy và con người là một trong những nhiệm vụ trọng tâm và ngày trở nên quan trọng của công tác hoàn thiện quản lý nhà nước về du lịch hiện nay. Theo đó, bộ máy quản lý nhà nước về kinh tế nói chung và du lịch nói riêng ở thành phố Hải Phòng cần được sắp xếp lại trên cơ sở rà soát lại chức năng, phân công nhiệm vụ cụ thể, rõ ràng;

tuyển chọn, bố trí sắp xếp lại đội ngũ cán bộ, công chức; quy định rõ quyền hạn, trách nhiệm, nghĩa vụ, lợi ích.

- Đẩy mạnh công tác thanh tra, kiểm tra chuyên ngành và liên ngành, kiểm soát chất lượng dịch vụ hệ thống khách sạn, các doanh nghiệp lữ hành, các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch

3.1.2. Mục tiêu phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020

Ngày 19/10/2017, UBND thành phố Hải Phòng đã ký Quyết định ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 26/12/2016 của Ban Thường vụ Thành ủy về đẩy mạnh phát triển du lịch thành phố Hải Phòng giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2030 và Nghị quyết số 15/NQ-HĐND ngày 20/7/2017 của HĐND thành phố.

Theo đó, Chương trình hành động đặt mục tiêu xây dựng, phát triển du lịch Hải Phòng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chủ lực, bền vững, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất, kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, khác biệt, thân thiện với môi trường, có thương hiệu, có sức cạnh tranh trong nước và quốc tế. Chú trọng phát triển du lịch biển, đảo theo chiều sâu, có chất lượng cao; mang đậm bản sắc về vùng đất, con người Hải Phòng.

UBND thành phố đặt mục tiêu đến năm 2020 phấn đấu đón 8 triệu lượt khách du lịch, tốc độ tăng trung bình 8,2%/năm; tổng doanh thu du lịch đạt 3.500 tỉ đồng, tăng trung bình 8,9%/năm; đầu tư đưa vào sử dụng cầu cảng đón tàu du lịch biển quốc tế; có thêm 3-5 khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao trở lên; xây dựng đảo Cát Bà theo mô hình đảo sinh thái, thông minh, không có khí thải của phương tiện cơ giới đường bộ. Phấn đấu đến năm 2025, du lịch Hải Phòng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển bền vững và đến năm 2030, Hải Phòng trở thành trung tâm du lịch lớn của cả nước.

Nhằm đạt được mục tiêu, chỉ tiêu đã đề ra, trong thời gian tới, bên cạnh các nhiệm vụ thường xuyên, UBND thành phố yêu cầu các Sở, ngành, địa

phương, đơn vị cần cụ thể hóa và tổ chức triển khai thực hiện 11 nhiệm vụ: Nâng cao nhận thức của các cấp, ngành và toàn thể nhân dân về tầm quan trọng, ý nghĩa của việc phát triển du lịch; cơ cấu lại ngành du lịch bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển bền vững theo quy luật của kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế; xây dựng cơ chế, chính sách hiệu lực, hiệu quả để hỗ trợ, đầu tư phát triển du lịch; rà soát, thực hiện tốt công tác quy hoạch du lịch và quản lý sau quy hoạch; ưu tiên nguồn lực đầu tư cơ sở vật chất, xây dựng hạ tầng kỹ thuật đồng bộ, tạo điều kiện thúc đẩy phát triển du lịch; hỗ trợ phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao, gắn với xây dựng thương hiệu du lịch Hải Phòng; đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá và phát triển thị trường du lịch; đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chất lượng cao phục vụ phát triển du lịch; tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và công đồng phát triển du lịch; nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước, công tác phối hợp phát triển du lịch; xây dựng đảo Cát Bà theo mô hình đảo sinh thái, thông minh, không có khí thải của phương tiện cơ giới, trở thành khu du lịch quốc gia.

3.1.3. Định hướng phát triển du lịch Thành Phố Hải Phòng đến năm 2020

- Phát triển du lịch là nhiệm vụ trọng tâm trong lãnh đạo của cấp ủy, chính quyền các cấp; gắn phát triển du lịch với phát triển kinh tế - xã hội của huyện

- Phát triển du lịch góp phần tạo động lực cho kinh tế - xã hội phát triển nhanh và bền vững.

- Quản lý chặt chẽ tài nguyên du lịch, đầu tư phát triển theo quy hoạch, có trọng tâm, trọng điểm, đảm bảo hình thành và khai thác các sản phẩm du lịch hợp lý, có tính độc đáo, nâng cao giá trị sản phẩm du lịch của huyện.

- Phát triển du lịch theo hướng đẩy mạnh xã hội hóa, tăng cường công tác quy hoạch, đầu tư cơ sở hạ tầng; tạo điều kiện về cơ chế, chính sách để khuyến khích, thu hút các thành phần kinh tế vào đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn; phát huy thế mạnh của huyện có đầy đủ các đặc trưng miền núi, miền biển và miền đồng bằng; tăng cường liên kết, hợp tác phát triển du lịch với các địa phương trên cả nước.

- Tăng đầu tư hạ tầng du lịch tương xứng với tiềm năng và định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đặc biệt là hạ tầng tại các khu, tuyến, điểm du lịch. Tiếp tục đầu tư nâng cao chất lượng dịch vụ tại các điểm du lịch đã và đang khai thác. Kêu gọi thu hút các dự án đầu tư du lịch mới

đặc biệt các dự án mang tính chiến lược, các dự án động lực để thu hút khách.

- Đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá du lịch phù hợp với thị trường và mục tiêu của tỉnh. Tăng cường liên kết vùng, xã hội hóa công tác quảng bá xúc tiến du lịch.

- Cụ thể hóa Quyết định của Thủ tướng Chính phủ về Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thành phố Hải Phòng đến năm 2020, định hướng 2030.

3.2. Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của một số nước trên thế giới , Việt Nam và bài học rút ra cho du lịch Thành Phố Hải Phòng

3.2.1. Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của một số nước trên thế giới

* Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của *Hàn Quốc*

Hàn Quốc là một trong những quốc gia đi đầu trong nền công nghiệp du lịch của châu Á và thế giới. Quốc gia này đã khéo léo sử dụng hình ảnh các ca sĩ, nhóm nhạc và những bộ phim truyền hình để quảng bá cảnh đẹp thiên nhiên, văn hóa và giới thiệu về con người Hàn Quốc. Cụ thể, hình ảnh đất nước Hàn Quốc được xây dựng trong tâm trí của du khách là:

- Một trung tâm mới của thế giới trong lĩnh vực âm nhạc và điện ảnh.
- Nền ẩm thực hấp dẫn, nổi tiếng với món kim chi.
- Trung tâm phẫu thuật thẩm mỹ và công nghiệp mỹ phẩm » Cảnh quan thiên nhiên đẹp, khí hậu có 4 mùa rõ rệt trong năm.

Chiến lược kết hợp du lịch với công nghiệp giải trí đã cho thấy hiệu quả khi đưa Hàn Quốc đến gần hơn với du khách.

* Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của *Singapore*

Không giàu tài nguyên thắng cảnh, Singapore lựa chọn và xây dựng cho mình một hình ảnh điểm đến “sạch, xanh, văn minh và hiện đại bậc nhất thế giới” với những trung tâm thương mại; công viên; khu vui chơi; hệ thống kiến trúc nhà hàng, khách sạn... đạt kỉ lục thế giới như Universal Studios Singapore, vườn bách thảo Singapore, khu nghỉ dưỡng Marina Bay Sands, Đại lộ mua sắm Orchard... Để làm được điều này, Chính phủ Singapore tập trung đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, đặc biệt là hệ thống giao thông công cộng; phát triển các ngành dịch vụ phụ trợ có liên quan; nâng cao dân trí, rèn luyện ý thức, nghiêm túc chấp hành pháp luật cho người dân, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm, kể cả người nước ngoài; điều chỉnh kịp thời và không ngừng cải thiện sức hút

của điểm đến; đồng thời đào tạo nguồn nhân lực nhằm nâng cao chất lượng phục vụ; mang lại những trải nghiệm đáng nhớ cho du khách. Hàng năm, quốc đảo này đón trên 10 triệu khách quốc tế, gấp gần ba lần dân số nơi đây.

3.2.2 Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch tại Việt Nam

* Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của *Tỉnh Thừa Thiên Huế*

Với thế mạnh là tài nguyên du lịch về các di tích Du lịch Thừa Thiên - Huế có lợi thế bởi hệ thống di tích Cố đô và phong cảnh Huế. Đây là điểm đến có 5 di sản được UNESCO công nhận là di sản thế giới (Quần thể di tích Cố đô Huế, Nhã nhạc cung đình Huế, Mộc bản triều Nguyễn, Châu bản triều Nguyễn và Thơ văn chữ Hán trên kiến trúc cung đình Huế đã được UNESCO công nhận là di sản thế giới).

Trong năm 2017, Trung tâm Bảo tồn di tích Cố đô Huế đã xây dựng kế hoạch đầu tư 189 tỷ đồng trùng tu các di tích Huế. Trong đó, một số di tích như Thái Bình Lâu, Điện Chiêu Kinh, Phu Văn Lâu... sẽ hoàn tất việc trùng tu. Trước đó, năm 2016 nhiều di tích tại Huế cũng đã được đầu tư, tu bổ với tổng kinh phí 129 tỷ đồng. Tính cả giai đoạn từ 1993 đến nay, toàn bộ có tới 132 công trình, hạng mục di tích tiêu biểu ở Đại Nội Huế đã được trùng tu. Tổng kinh phí trùng tu di tích đã thực hiện khoảng 1.200 tỉ đồng, trong đó tài trợ quốc tế hơn 90 tỉ đồng.

Ngoài nguồn lực trong nước, việc tiếp cận, giới thiệu, hợp tác quốc tế trong trùng tu di tích Cố đô Huế ngày càng mang lại hiệu quả. Bắt đầu từ cuộc vận động quốc tế tài trợ cho di tích Huế theo lời kêu gọi của UNESCO vào năm 1993, từ bấy đến nay đã có hơn 50 tổ chức quốc tế, đứng đầu là các tổ chức chính phủ, phi chính phủ của các nước Pháp, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ba Lan, Đức... hỗ trợ kinh phí để tiến hành các hoạt động nghiên cứu, bảo tồn các di sản thuộc hệ thống di tích Cố đô Huế. Ngoài ra nhiều tổ chức, cá nhân còn cử chuyên gia đến Huế tham gia công tác trùng tu di tích. Gần đây, Trung tâm Bảo tồn di tích Cố đô Huế đã đạt được một số thỏa thuận hợp tác với các tổ chức quốc tế như Viện Nghiên cứu Di sản thế giới UNESCO Waseda - Nhật Bản về trùng tu điện Long An (Thái Miếu triều Nguyễn) và việc phục hồi điện Càn Chánh.

Thừa Thiên - Huế triển khai dự án khai thác các giá trị Cung An Định phục vụ phát triển du lịch gắn bảo tồn; phát triển mạnh các dịch vụ du lịch trên sông Hương cũng như hai bờ sông Hương; xây dựng tuyến du lịch bằng đường thủy dọc theo sông Ngự Hà và Hộ thành hào, sông An Cựu; xây dựng tổ hợp trung tâm mua sắm giải trí và các khu phố đêm gắn với các hoạt động biểu diễn văn hóa, nghệ thuật, trải nghiệm ẩm thực tại các đường Phạm Ngũ Lão - Võ Thị Sáu - Chu Văn An. Bên cạnh đó, khai thác có hiệu quả các sản phẩm du lịch truyền thống ở Huế như Nhã nhạc Cung đình Huế, ca Huế, các làn điệu dân ca, dân nhạc, dân vũ, ẩm thực, áo dài, xích lô và các trò chơi dân gian, nhất là các đặc trưng văn hóa dân tộc ít người mang đậm bản sắc riêng để phục vụ phát triển du lịch.

Tỉnh Thừa Thiên - Huế xúc tiến đầu tư và xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh; khai thác loại hình du lịch nghỉ dưỡng, khám chữa bệnh tại các khu nước khoáng nóng Mỹ An và Thanh Tân, Thanh Phước (xã Hương Phong, Hương Trà); tập trung thu hút các nhà đầu tư xây dựng các khu du lịch cao cấp cùng các loại hình dịch vụ đẳng cấp cao ở vùng biển, đầm phá và đô thị cao cấp ở Bạch Mã, Chân Mây - Lăng Cô, với trọng tâm là cảng du lịch quốc tế Chân Mây, các loại hình dịch vụ vui chơi, giải trí cao cấp, những khu phố đêm sôi động; đầu tư hoàn thiện và hình thành các điểm du lịch sinh thái cộng đồng tại các địa phương có tiềm năng phát triển. Tỉnh hoàn thiện tuyến đường Tự Đức – Thuận An (đoạn từ tỉnh lộ 10 đến Thuận An) để kết nối giao thông thành phố Huế và biển Thuận An, Vinh Thanh, Vinh Xuân và một số bãi biển khác lân cận để gắn du lịch di sản với du lịch biển.

Bên cạnh đó, tỉnh nâng cấp cảng biển Chân Mây để tăng mức vận tải hàng hóa và thu hút khách du lịch quốc tế. Dự án xây dựng bến cảng số 2, Cảng Chân Mây, với tổng vốn 849 tỷ đồng do Công ty Cổ phần Cảng Chân Mây làm chủ đầu tư sẽ triển khai xây dựng trong tháng 2/2018. Cùng với đó, tháng 9/2018 bến cảng số 3 do Công ty TNHH Một thành viên Hào Hưng Huế làm chủ đầu tư sẽ hoàn thành và đầu năm 2020. Đến năm 2020, cảng Chân Mây sẽ có 3 cầu cảng. Hiện, mỗi năm Thừa Thiên - Huế đón khoảng 45-50 chuyến tàu du lịch quốc tế cập cảng. Trong 2 tháng cuối năm 2017, tỉnh Thừa Thiên - Huế có kế hoạch đón 20 chuyến tàu du lịch quốc tế với gần 40.000 du khách cập cảng Chân Mây. Theo con số thống kê về tình hình hoạt động kinh doanh du lịch mà

Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên – Huế vừa cung cấp, trong 3 tháng đầu năm 2018 lượng khách du lịch đến Huế ước đạt trên 1,1 triệu lượt khách, tăng 39,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong số đó khách quốc tế đạt trên 534,613 lượt khách, tăng 70,3%. Đây là con số hết sức ấn tượng mà ngành du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế mang lại

* Kinh nghiệm nghiên cứu hình ảnh điểm đến du lịch của *Tỉnh Phú Yên*

Nổi bật với du lịch biển, đảo, hệ sinh thái đa dạng và chiều sâu văn hóa của một vùng đất, quy hoạch du lịch Phú Yên xác định ba sản phẩm du lịch chính theo thứ tự ưu tiên là: Du lịch nghỉ dưỡng biển, tham quan khám phá các vùng cảnh quan, di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh độc đáo gắn với biển - đảo của tỉnh; Du lịch gắn với sinh thái đầm, vịnh, hồ, các khu bảo tồn thiên nhiên, rừng cấm quốc gia; Du lịch gắn với văn hóa, tham quan di tích, nghiên cứu, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa ẩm thực, du lịch lễ hội, làng nghề, du lịch tâm linh.

Để giới thiệu sản phẩm du lịch đến du khách, việc hình thành các khu, tuyến điểm du lịch là rất cần thiết. Theo quy hoạch, ưu tiên phát triển du lịch theo hướng Nam - Bắc, gắn với biển và vùng ven biển, khai thác các cảnh quan tự nhiên, các khu nghỉ dưỡng, tắm biển, vui chơi giải trí, hình thành mạng lưới không gian du lịch duyên hải Nam Trung Bộ - Tây Nguyên; liên kết phát triển lữ hành quốc tế, đa dạng các hình thức du lịch lữ hành nội địa... từng bước xây dựng cao nguyên Vân Hòa (Sơn Hòa) trở thành đô thị du lịch, trung tâm nghỉ mát của tỉnh; xây dựng một số buôn văn hóa, du lịch của đồng bào các dân tộc thiểu số ở các huyện Sông Hinh, Sơn Hòa, Đồng Xuân; hình thành khu du lịch sinh thái gắn liền với các hồ thủy điện Sông Hinh, Sông Ba Hạ, các suối nước nóng Phú Sen, Lạc Sanh, Triêm Đức, Trà Ô...

Đến năm 2020, Phú Yên hình thành bốn vùng không gian du lịch có tính chất khác nhau, hỗ trợ cho nhau gồm: Không gian du lịch trung tâm: bao gồm thành phố Tuy Hòa và các vùng phụ cận thuộc các huyện Đông Hòa, Phú Hòa, Tuy An; Không gian du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo phía Bắc tỉnh: bao gồm vịnh Xuân Đài và các vùng phụ cận thuộc thị xã Sông Cầu và một phần của huyện Tuy An; Không gian du lịch miền núi phía Tây Bắc tỉnh: bao gồm cao nguyên Vân Hòa và vùng phụ cận thuộc các huyện Sơn Hòa, Đồng Xuân, Tuy An.

Không gian du lịch miền núi phía Tây Nam: bao gồm huyện Sông Hinh và vùng phụ cận thuộc các huyện Sơn Hòa, Tây Hòa, Phú Hòa.

3.2.3. Các bài học rút ra cho việc nghiên cứu phân tích hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng

Thứ nhất, cần lựa chọn và định vị hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng mang một nét riêng biệt và tích cực so với các điểm đến khác. Các chiến dịch marketing cho du lịch thành phố Hải Phòng vẫn còn chung chung vì không có chủ đề cụ thể, do đó không đủ sức hấp dẫn và cạnh tranh. Vì vậy, cần nhanh chóng chọn ra hình ảnh điểm đến cho du lịch thành phố Hải Phòng và từ đó đề ra chiến lược phát triển du lịch phù hợp và đổi mới theo từng thời kỳ.

Thứ hai, đầu tư cơ sở hạ tầng hiện đại và đào tạo nguồn nhân lực. Phát triển cơ sở hạ tầng không chỉ cải thiện điều kiện sống của người dân mà còn tạo động lực để thúc đẩy du lịch phát triển, tạo điều kiện để du khách tiếp cận với điểm đến. Do đó, cần tiếp tục kêu gọi và hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc đầu tư hạ tầng du lịch; chú trọng lồng ghép đầu tư hạ tầng với các chương trình phát triển kinh tế - xã hội; đặc biệt trong giai đoạn tới cần chú trọng đầu tư vào các khu du lịch quốc gia để tạo đà bứt phá cho du lịch thành phố Hải Phòng. Bên cạnh đó, cần đề ra kế hoạch đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ trong ngành du lịch. Vì du lịch là ngành dịch vụ, trong đó yếu tố con người quyết định 80% sự thành công. Cơ sở hạ tầng hoành tráng, hiện đại chỉ mang lại giá trị tài sản địa ốc, còn con người mới là yếu tố tạo ra giá trị gia tăng cho phát triển du lịch.

Thứ ba, tăng cường xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch thành phố Hải Phòng. Thành lập các văn phòng đại diện tại các thị trường du lịch trọng điểm như Hàn Quốc, Nhật Bản để hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành thu hút khách du lịch... Bên cạnh đó, với lợi thế nhiều cảnh quan thiên nhiên đẹp, thành phố Hải Phòng nên cố gắng học hỏi kinh nghiệm quảng bá du lịch của các nước như kết hợp quảng bá du lịch thông qua điện ảnh của Hàn Quốc, các địa phương trong cả nước.... Ngoài việc phát triển điện ảnh trong nước còn nên kêu gọi các đoàn làm phim nước ngoài đến quay hình tại thành phố Hải Phòng để mang hình ảnh đất nước đến gần hơn với bạn bè quốc tế.

Thứ tư, tiếp tục đổi mới và hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách, luật pháp có liên quan đến du lịch. Cụ thể, tiếp tục cải tiến các quy định và thủ tục

cấp thị thực cho du khách quốc tế; có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch như nâng cao mức hưởng ưu đãi đối với hoạt động đầu tư, kinh doanh các lĩnh vực khách sạn, lữ hành, du lịch sinh thái.

3.3. Đề xuất giải pháp nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch Thành Phố Hải Phòng

3.3.1. Giải pháp chung

Khẳng định vai trò quan trọng của công tác xây dựng, ban hành chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch và nâng cao hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng nói riêng và cả nước nói chung, góp phần duy trì ổn định và phát triển sản xuất, đóng góp vào phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn huyện thì cần thiết có những giải pháp về vấn đề này, cụ thể:

Thứ nhất, việc xây dựng công tác quy hoạch phát triển trên địa bàn huyện cần thiết được thực hiện theo nhiều giai đoạn, chủ trì, phối hợp với các cấp, các ngành và các địa phương đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến chủ trương, chính sách...

Hai là, việc quy hoạch về phát triển du lịch cần thiết phải gắn liền với quá trình phát triển kinh tế vùng, miền và đáp ứng với yêu cầu của công tác nâng cao và phát triển hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng được thực hiện một cách nghiêm túc và cụ thể. Việc phát triển về hoạt động này cơ bản phải tuân thủ chiến lược phát triển kinh tế huyện trong những năm qua, đảm bảo sự phát triển mạnh mẽ và hiệu quả.

Ba là, thông qua việc xây dựng quy hoạch về phát triển du lịch thì đi đôi với công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực này, đồng thời quan tâm chỉ đạo có hiệu quả đối với hoạt động nâng cao và phát triển hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng. Không để xảy ra tình trạng ép giá du khách, kinh doanh du lịch tràn lan, không có sự quản lý của các cơ quan nhà nước...từ đó gây mất hình ảnh của hoạt động du lịch của thành phố Hải Phòng trong con mắt của du khách khi đến đây.

Bốn là, tổ chức quy hoạch kiểm tra việc quản lý chặt chẽ hoạt động kinh doanh du lịch một cách chặt chẽ, có hệ thống từ cấp huyện đến tận địa phương. Tiến hành công tác *hậu kiểm* sau quá trình đăng ký kinh doanh của các chủ cơ sở. Xem xét và yêu cầu bổ sung điều kiện kinh doanh trên thực tế đạt hiệu quả cao. Đảm bảo cung cấp các dịch vụ chất lượng, an toàn cho khách du lịch trên

địa bàn. Tiến hành kinh doanh một cách có hệ thống. Gắn kết quy hoạch kinh doanh du lịch với quy hoạch phát triển kinh tế địa phương. Từ đó, giải quyết công ăn việc làm, đồng thời quản lý được hoạt động này cơ bản là chặt chẽ và cụ thể.

Trên cơ sở các nội dung của quy hoạch tổng thể phát triển du lịch thành phố Hải Phòng đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, tiếp tục xây dựng và bổ sung, điều chỉnh kịp thời quy hoạch cụ thể các khu, điểm du lịch có tiềm năng, trọng điểm đảm bảo chất lượng và tính khả thi cao để thu hút đầu tư.

- Trước mắt, thành ủy, UBND thành phố Hải Phòng cần tiến hành rà soát, điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội huyện đến năm 2020 cho sát hợp với tình hình thực tế; triển khai quy hoạch cụ thể các điểm có tiềm năng về tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân văn trên địa bàn huyện, chuẩn bị đầy đủ các điều kiện và thông tin để hỗ trợ các nhà đầu tư và kêu gọi đầu tư khai thác du lịch đặc biệt đối với các điểm đã được đề xuất là khu du lịch.

- Thứ hai, đối với các khu du lịch được định hướng phát triển thành khu du lịch địa phương dựa theo Luật Du lịch, tiến hành lập các quy hoạch theo trình tự tổng thể và từng khu chức năng. Trong đó đặc biệt chú ý việc xác định quy mô khu du lịch phù hợp với quy định của Luật Du lịch và thực tế yêu cầu phát triển.

- Thứ ba, tiến hành quy hoạch chi tiết các khu chức năng sau khi có quy hoạch tổng thể phát triển các khu du lịch trọng điểm và các khu du lịch khác. Việc phê duyệt các quy hoạch chi tiết, các dự án đầu tư đều phải lấy ý kiến các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở các Sở ban ngành liên quan.

- Thứ tư, Việc xây dựng, đầu tư phát triển các khu, điểm phục vụ yêu cầu phát triển du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng trước hết phải tuân thủ quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, gắn với quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của huyện và phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của cả nước. Trên cơ sở đó, tiếp tục tiến hành quy hoạch chi tiết và đầu tư nâng cấp một cách đồng bộ cơ sở hạ tầng du lịch: Hệ thống giao thông, khuôn viên cây xanh, bãi đỗ xe, công trình vui chơi giải trí, công trình thể thao tổng hợp... Ưu tiên phát triển quy hoạch không gian hệ thống khách sạn và nhà nghỉ, đặc biệt là

hệ thống nhà hàng, khách sạn quy mô lớn, hiện đại với chất lượng quốc tế, các dự án Resort đồng bộ, các điểm du lịch trên đảo phong phú như: đầu tư xây dựng resort cao cấp nghỉ dưỡng ...

- Bên cạnh đó, căn cứ nội dung quy hoạch, UBND thành phố Hải Phòng cần lập các kế hoạch phát triển du lịch cho từng thời hạn 5 năm để làm cơ sở lập kế hoạch hằng năm.

- UBND thành phố Hải Phòng phải phối hợp với các Sở ban ngành có liên quan tổ chức công bố các quy hoạch chi tiết thuộc khu du lịch trên cơ sở đã được UBND thành phố Hải Phòng phê duyệt.

3.3.2. Giải pháp cụ thể

3.3.2.1. Nhóm giải pháp tăng cường sức hấp dẫn của điểm đến

Sở du lịch thành phố Hải Phòng sẽ làm việc với các địa phương có cửa khẩu biên giới đường bộ, các địa phương là điểm đến hấp dẫn khách quốc tế... Từ đó giúp tháo gỡ khó khăn, tạo điều kiện thuận lợi cho các địa phương đón thêm khách quốc tế, đảm bảo an ninh, an toàn và trật tự an toàn xã hội.

Sở du lịch thành phố Hải Phòng cũng đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch như: phát triển du lịch văn hóa gắn với thiên nhiên và du lịch thành phố; khai thác giá trị của nghệ thuật biểu diễn gắn với các nhà hát và cộng đồng địa phương; đổi mới hoạt động của bảo tàng và di tích lịch sử; đẩy mạnh phát triển du lịch ẩm thực...

Bên cạnh đó, Sở Du lịch thành phố Hải Phòng đề nghị Ban Chỉ đạo Nhà nước về du lịch tăng cường sự phối hợp liên ngành giữa các cơ quan hữu quan; phối hợp chặt chẽ với Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các hiệp hội du lịch vùng, địa phương và hội nghề nghiệp để triển khai chiến dịch kích cầu du lịch, kiểm soát chất lượng dịch vụ du lịch, đảm bảo môi trường kinh doanh lành mạnh.

Để đạt được mục tiêu đề ra, thời gian tới thành phố Hải Phòng và ngành du lịch địa phương tiếp tục triển khai sâu rộng các hoạt động nhằm nâng cao nhận thức của xã hội, cộng đồng dân cư về phát triển du lịch; tăng cường công tác quy hoạch, hỗ trợ, đầu tư của nhà nước, huy động các nguồn lực xã hội để đầu tư phát triển du lịch như các trung tâm du lịch của thành phố Hải Phòng... và du lịch văn hóa, tâm linh phía Nam của tỉnh.

Tỉnh tạo điều kiện thuận lợi, thông thoáng để các nhà đầu tư sớm hoàn thành, đưa vào khai thác các dự án, nhất là các dự án trọng điểm tạo sự phát

triển bút phá như: Quần thể Resort, biệt thự nghỉ dưỡng và giải trí cao cấp...; chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch, đánh thức các tiềm năng sẵn có của địa phương; đẩy mạnh công tác quảng bá, xúc tiến, liên kết du lịch, hỗ trợ du khách; quan tâm đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch; tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước.

Xây dựng văn hóa du lịch là một yếu tố quan trọng trong phát triển du lịch đang được tỉnh quan tâm thực hiện, trong đó ban hành, áp dụng có hiệu quả bộ quy tắc ứng xử văn minh trong du lịch đối với các khu, tuyến, điểm du lịch, các cơ sở kinh doanh dịch vụ.

Đồng thời, tỉnh thực hiện có hiệu quả các giải pháp đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách; giáo dục nâng cao ý thức trong cộng đồng dân cư về giữ gìn và bảo vệ môi trường... nhằm từng bước khẳng định du lịch thành phố Hải Phòng là điểm đến an toàn, chất lượng và mến khách.

Cơ quan quản lý cần đẩy mạnh công tác xã hội hóa huy động mọi thành phần kinh tế, nguồn lực đầu tư cho cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; Cần quy hoạch sắp xếp và xây dựng các cơ sở dịch vụ: nhà nghỉ, y tế, ăn uống, vui chơi giải trí...; Quản lý chặt chẽ các loại dịch vụ, phí dịch vụ phục vụ du khách; Nâng cao ý thức phục vụ trong kinh doanh, tránh làm mất giá trị văn hóa truyền thống của người Việt.

- Phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nhất là các chuỗi liên kết và dịch vụ, đáp ứng các bộ tiêu chuẩn du lịch quốc tế, đi đôi với bảo tồn, phát triển, quảng bá hình ảnh và phát huy vai trò các vùng di tích lịch sử, các điểm đến và khu du lịch; Xây dựng hình ảnh và thương hiệu, nhận diện du lịch quốc gia có chiều sâu và tầm cao.

3.3.2.2 Nhóm giải pháp nâng cao cơ sở hạ tầng du lịch

UBND thành phố Hải Phòng và Sở du lịch thành phố cần xem xét và đầu tư cơ sở hạ tầng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Chất lượng sản phẩm du lịch phụ thuộc nhiều vào việc cơ sở hạ tầng có được đầu tư tốt hay không và thái độ phục vụ cũng như trình độ của nhân viên. Vì vậy, phải chú trọng đến việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng và đào tạo nguồn nhân lực du lịch trong đó tập trung đào tạo kỹ năng nghề và thực hành homestay.

Tiếp tục đầu tư, nâng cấp cơ sở hạ tầng và các phương tiện giao thông quan trọng: hàng không, đường thủy, đường bộ, đường sắt và các tuyến giao

thông kết nối giữa các công trình du lịch; tập trung đầu tư cơ sở hạ tầng cho du lịch biển: cầu tàu du lịch, cảng biển du lịch, khu dịch vụ du lịch biển đảo tại thành phố Hải Phòng; tuyến đường ven biển; đầu tư chỉnh trang đô thị, tôn tạo cảnh quan thành phố Hải Phòng; nâng cấp và xây dựng mới cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ phục vụ du lịch tại một số di tích và danh thắng; ưu tiên thu hút đầu tư nâng cấp, xây mới hệ thống cơ sở lưu trú, hình thành tổ hợp khách sạn kết hợp với trung tâm thương mại, kết hợp nghỉ dưỡng và tổ chức hội nghị, hội thảo mang tầm quốc gia, quốc tế.

Về cơ chế, chính sách: thu hút vốn nước ngoài xây dựng Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và hạ tầng du lịch đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; nghiên cứu, ban hành các chính sách ưu đãi đặc biệt để thu hút đầu tư hạ tầng du lịch về thuế, tiền thuê đất, nhân lực... như các địa phương khác đã triển khai như Phú Quốc, Vân Đồn, Sa Pa, Hạ Long, Quảng Bình; đẩy mạnh cải cách hành chính, cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh của tỉnh; nghiên cứu phương án phát trái phiếu địa phương, trái phiếu công trình đồng thời tăng cường áp dụng hình thức xã hội hóa như PPP, BOT, BT trong đầu tư hạ tầng du lịch; Ngân hàng Nhà nước vận động các Ngân hàng thương mại, nhất là các ngân hàng, cho vay ứng trước để hỗ trợ địa phương đẩy nhanh tiến độ triển khai dự án hạ tầng du lịch theo nguyên tắc cho vay có hoàn trả.

Về giải pháp phát triển du lịch bền vững: đẩy mạnh quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch Bình Định về du lịch biển đảo, du lịch tâm linh và du lịch phi vật thể; tăng cường thu hút, đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao; tập trung phát triển các ngành dịch vụ và công nghiệp phụ trợ cho du lịch đặc biệt tại các huyện, thị xã chung quanh thành phố Hải Phòng; sớm thiết lập hệ thống văn phòng đại diện du lịch thành phố Hải Phòng tại các trung tâm lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và các nước trong khu vực như: Lào, Cam-pu-chia, Thái-lan.

3.3.2.3 Nhóm giải pháp cải thiện khả năng tiếp cận

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ hoạt động du lịch: trước mắt, cần rà soát và đánh giá lại lực lượng lao động trong doanh nghiệp, từ đó xây dựng kế hoạch đào tạo hợp lý. Đặc biệt, tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ sở đào tạo thu hút học viên, xây dựng lực lượng cán bộ trẻ, có trình độ, đáp ứng nhu cầu lao động của xã hội nói chung và ngành du lịch nói riêng. Bên cạnh đó,

cần có chính sách tuyển dụng, bố trí và phân công lao động phù hợp với trình độ và năng lực của từng người. Cải thiện điều kiện lao động và nâng cao chất lượng môi trường làm việc trong doanh nghiệp du lịch, có chế độ ưu đãi khen thưởng, kỷ luật phù hợp.

Đa dạng hóa sản phẩm du lịch: dựa trên nguồn tài nguyên phong phú, đa dạng để phát triển các loại hình du lịch đặc trưng có sức hấp dẫn du khách như nghỉ dưỡng biển, sinh thái, văn hóa, phát triển làng nghề truyền thống để sản xuất nhiều sản phẩm cung cấp cho du khách. Bên cạnh đó, cần chú trọng đến các tụ điểm vui chơi giải trí như trung tâm mua sắm, vũ trường, khu ẩm thực, tụ điểm ca nhạc... nhằm kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu du lịch của khách. Ngoài ra, cần chú trọng khai thác nội lực văn hóa truyền thống để tạo ra những sản phẩm du lịch có sức trường tồn như tổ chức các lễ hội dân gian, văn hóa ẩm thực... tăng sức hấp dẫn cho du lịch thành phố Hải Phòng.

Rà soát lại quy hoạch phát triển du lịch: thành phố Hải Phòng hiện nay chủ yếu khai thác yếu tố có sẵn mà chưa có một quy hoạch tương xứng với những tiềm năng đó. Công tác quy hoạch phát triển du lịch phải triển khai một cách đồng bộ khoa học, phù hợp với xu thế phát triển trong nước, khu vực và thế giới. Phải đảm bảo tính liên ngành, liên vùng, phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam. Du lịch thành phố Hải Phòng cần có thêm các khu resort, trung tâm thương mại, khu vui chơi giải trí để du khách có thêm nhiều lựa chọn trong thời gian lưu trú. Tuy nhiên, phải có quy hoạch hợp lý tránh phá vỡ cảnh quan môi trường tự nhiên và đảm bảo tài nguyên du lịch được bảo vệ, khai thác một cách hiệu quả. Vì thế cần rà soát lại quy hoạch để cơ cấu và bổ sung thêm các hạng mục xây dựng phù hợp với xu thế phát triển chung, tạo tiền đề để thành phố Hải Phòng trong tương lai thành một điểm du lịch thân thiện và hấp dẫn.

Nâng cao ý thức người dân địa phương: cộng đồng địa phương có một vai trò lớn trong sự phát triển du lịch, vì vậy, để nâng cao khả năng thu hút khách cần tổ chức các lớp giáo dục cộng đồng nhằm nâng cao nhận thức về kỹ năng giao tiếp, ứng xử, trách nhiệm đối với du khách, bảo vệ tài nguyên, môi trường... Tổ chức những lớp bồi dưỡng kiến thức ngoại ngữ, chuyên môn nghiệp vụ, công tác quản lý cán bộ, công nhân viên của các đơn vị kinh doanh du lịch...

Liên kết phát triển du lịch: trong quá trình cạnh tranh gay gắt, việc liên kết hợp tác để cùng nhau phát triển trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Hoạt động liên kết giữa thành phố Hải Phòng với các địa phương trong vùng du lịch trọng điểm phía bắc cần được triển khai thực hiện đồng bộ, với việc quảng bá, giới thiệu hình ảnh và những sản phẩm du lịch ở các địa phương. ... Như vậy, hoạt động liên kết sẽ khai thác được các đặc trưng cũng như phát huy được nhiều thế mạnh về du lịch của khu vực.

Thành phố Hải Phòng là tỉnh có nhiều tiềm năng và lợi thế để phát triển du lịch. Vì thế, để thực hiện tốt những giải pháp này cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các cấp chính quyền địa phương, sự đồng thuận của người dân để thành phố Hải Phòng trở thành điểm đến có sức hấp dẫn với du khách trong và ngoài nước. Trên cơ sở đó, để du lịch thành phố Hải Phòng sẽ có thêm nội lực để hội nhập với khu vực và quốc tế, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế du lịch của tỉnh trong tương lai.

3.3.2.4 Nhóm giải pháp xây dựng và quảng bá phát triển hình ảnh điểm đến

Đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến và liên kết du lịch. Cụ thể, cần tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến, tạo ra các sản phẩm du lịch phù hợp với nhiều phân khúc thị trường du lịch. Lựa chọn, tham gia có chọn lọc vào các hoạt động, sự kiện du lịch, thành lập Quỹ Xúc tiến du lịch quốc gia để tăng cường hơn nữa việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam tới bạn bè quốc tế; Đề xuất xây dựng những sản phẩm du lịch mới, tăng cường xây dựng những tour, tuyến du lịch liên vùng nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch, phối kết hợp các hoạt động du lịch giữa các tỉnh trong vùng với các địa phương khác để du lịch thực sự trở thành một hoạt động thông suốt, có tính cạnh tranh cao hơn.

Tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch; Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm; Đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế đến từ Đông Bắc Á, Đông Nam Á và Thái Bình Dương; Tây Âu; Bắc Âu; Bắc Mỹ và Đông Âu...

- Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp nhằm vào thị trường mục tiêu, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm; quảng bá du lịch gắn với quảng bá hình ảnh quốc gia, phù hợp với các mục

tiêu đã xác định; gắn xúc tiến du lịch với xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và ngoại giao, văn hóa.

- Tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở thương hiệu du lịch vùng, địa phương, doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm; chú trọng phát triển những thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để đảm bảo hiệu ứng thống nhất.

3.3.2.5 Nhóm giải pháp nhằm thu hút tăng cao sự lựa chọn của du khách dựa trên cảm nhận về hình ảnh du lịch Thành phố Hải Phòng

- Cần đẩy mạnh hơn nữa công tác quảng bá, xúc tiến du lịch đạt hiệu quả cao như:

+ Xây dựng slogan và biểu tượng du lịch địa phương để quảng bá, giới thiệu trên báo chí, kênh truyền hình, các ấn phẩm...

+ Tham gia các hội chợ triển lãm, sự kiện du lịch của tỉnh cũng như của cả nước để học hỏi và giới thiệu hình ảnh du lịch của địa phương.

+ Thiết lập và thường xuyên nâng cấp trang web quảng cáo du lịch của huyện về nội dung, hình ảnh, sản phẩm du lịch...

+ Có kế hoạch giới thiệu, quảng cáo sản phẩm du lịch của thành phố Hải Phòng trên các phương tiện thông tin đại chúng. Đặc biệt là quảng cáo qua các chương trình truyền hình. Trong điều kiện kinh phí còn hạn chế nên khai thác các kênh truyền hình thành phố Hải Phòng và các địa phương phụ cận như. Tần suất quảng cáo phải đạt 3 lần trong tuần và thời gian quảng cáo phải tối thiểu 3 tháng.

+ Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin để nâng cao hiệu quả và đa dạng hoá các hình thức xúc tiến, quảng bá du lịch của tỉnh với những hình thức như website du lịch, báo du lịch điện tử, tương mại du lịch điện tử...

+ Đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng bá, liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp du lịch trong và ngoài nước để tạo lập, mở rộng tour, nổi tuyên, thu hút khách và mở rộng, phát triển thị trường.

+ Liên kết với UBND tỉnh lân cận đồng ý cho phép thành phố Hải Phòng tổ chức các hội nghị tổng kết, hội nghị giao ban, hội nghị tập huấn, các sự kiện thể thao, văn hoá, lễ hội lớn gắn với việc quảng bá sản phẩm du lịch thành phố Hải Phòng.

+ Liên kết với các công ty, doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn thành phố Hải Phòng và các địa phương lân cận tổ chức các sinh hoạt liên hoan, tổng kết, hội thảo, gặp mặt khách hàng... tại các điểm du lịch và các khu du lịch.

3.3.3 Một số kiến nghị

- Kiến nghị Chính phủ, Bộ Giao thông - Vận tải đầu tư cải thiện, nâng cấp kết cấu hạ tầng phát triển du lịch cho thành phố Hải Phòng, đặc biệt ưu tiên phát triển trục giao thông ven biển và cầu nối nhằm phát triển một số điểm đến du lịch với với đất liền.

- Kiến nghị Ủy ban Nhân dân thành phố Hải Phòng tạo nguồn vốn ngân sách từ quỹ ngành, hỗ trợ công tác tuyên truyền quảng bá, xúc tiến, đầu tư phát triển du lịch thành phố Hải Phòng.

- Kiến nghị Ủy ban Nhân dân thành phố Hải Phòng nghiên cứu đầu tư khu vực đảo Cát Bà thành một địa điểm hội nghị, nghỉ dưỡng phục vụ nhu cầu công vụ của thành phố Hải Phòng. Trước mắt nên dành cho Núi Thành nguồn ngân sách để xây dựng các cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ hoạt động công vụ ở đảo Cát Bà. Chuyển một số hội thảo, hội nghị, tổ chức sự kiện về đảo Cát Bà

Tiểu kết Chương 3

Để công tác nâng cao hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng đạt kết quả tốt trên cơ sở lý luận và thực tiễn, tác giả đã xây dựng một số giải pháp. Giải pháp cơ bản nhất là các cấp có thẩm quyền cần ban hành chủ trương đường lối, tăng cường sự lãnh đạo và phát huy năng lực của các chủ thể có liên quan trong công tác xây dựng về hình ảnh điểm đến du lịch của thành phố Hải Phòng trong giai đoạn hiện nay. Một số giải pháp quan trọng khác như tăng cường công tác hướng dẫn, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát trong quá trình thực hiện xây dựng hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng trong mắt du khách trong và ngoài nước để cho quá trình áp dụng đạt hiệu quả cao. Hi vọng những giải pháp trên sẽ góp phần khắc phục những hạn chế trong việc hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng trong mắt du khách nói riêng và cả nước nói chung.

KẾT LUẬN

Hoạt động nâng cao hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng là nhân tố ảnh hưởng quyết định đến sự phát triển của ngành du lịch, qua đó ảnh hưởng đến mức độ đóng góp của ngành này vào quá trình CNH, HĐH cũng như sự phát triển chung về kinh tế, xã hội của thành phố trong giai đoạn hiện nay. Qua nghiên cứu, phân tích đánh giá và tổng hợp khóa luận đã làm sáng tỏ một số vấn đề lý luận và thực tiễn về hoàn thiện nâng cao công tác hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng như sau:

Một là, hệ thống hóa và làm sáng tỏ thêm những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động nâng cao công tác hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng của chính quyền cấp huyện hiện nay, như khái niệm, đặc điểm hoạt động của điểm đến du lịch, hình ảnh điểm đến du lịch... Nội dung hình ảnh điểm đến trong hoạt động du lịch nói chung.

Hai là, phân tích, đánh giá thực trạng đánh giá hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng giai đoạn 2012 - 2017, rút ra những mặt tích cực, hạn chế và nguyên nhân.

Khóa luận đã khẳng định tăng cường nâng cao công tác hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng là nhân tố quan trọng hàng đầu ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành du lịch của thành phố nói riêng và cả nước nói chung. Hoạt động nâng cao công tác hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng những năm qua đã có nhiều kết quả đáng khích lệ, tuy nhiên bên cạnh những ưu điểm, vẫn còn những khó khăn và hạn chế xuất phát từ các cơ quan có thẩm quyền thi hành pháp luật, các cơ quan, tổ chức chịu trách nhiệm thi hành, các lực lượng được giao quyền tiến hành các hoạt động xử lý những hành vi vi phạm trong lĩnh vực hoạt động nâng cao công tác hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng trong giai đoạn hội nhập và phát triển...

Ba là, Khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác nâng cao công tác hình ảnh điểm đến cho thành phố Hải Phòng trong thời gian tới như về công tác xây dựng quy hoạch, chiến lược; xây dựng và triển khai các chính sách, quy định; công tác thanh tra kiểm tra và công tác tổ chức thực hiện. Các giải pháp này hy vọng sẽ đẩy mạnh quá trình chuyển dịch của thành phố Hải Phòng trong thời gian tới. Các giải pháp cần được thực hiện một cách linh hoạt, nhưng cần đảm bảo các mục tiêu căn bản. Với sự hiểu biết rõ ràng hơn về

tận dụng các cơ hội và giảm bớt rủi ro trong quá trình phát triển, đảm bảo niềm tin của người dân thành phố Hải Phòng trong hoạt động du lịch và phát triển.

Với các kết quả trên, tác giả hy vọng sẽ góp một phần nhỏ công sức của mình vào sự phát triển của ngành du lịch thành phố Hải Phòng nói riêng và cả nước nói chung

DANH MỤC THAM KHẢO

1. Báo cáo tình hình phát triển kinh tế - xã hội thành phố Hải Phòng năm 2011 -2017
2. Báo cáo tổng kết du lịch hải phòng năm 2017
3. Báo cáo số 341 của UBND TP Hải Phòng về kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế - xã hội, quốc phòng – an ninh năm 2017 động và Công đoàn, số 577.
4. Sở Văn hóa-Thể thao và Du lịch Hải Phòng (2012), *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng năm 2012*, thành phố Hải Phòng
5. Sở Văn hóa-Thể thao và Du lịch Hải Phòng (2013), *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng năm 2013*, thành phố Hải Phòng
6. Sở Văn hóa-Thể thao và Du lịch Hải Phòng (2014), *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng năm 2014*, thành phố Hải Phòng
7. Sở Văn hóa-Thể thao và Du lịch Hải Phòng (2015), *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng năm 2015*, thành phố Hải Phòng
8. Sở du lịch thành phố (2016), *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng năm 2016*, thành phố Hải Phòng
9. Sở du lịch thành phố (2017), *Báo cáo tình hình hoạt động du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng năm 2017*, thành phố Hải Phòng.
10. Số liệu thống kê của Sở du lịch thành phố Hải Phòng (2013 -2017)
11. Tác giả Phùng Văn Thành (2014) “*Nghiên cứu hình ảnh điểm đến khu du lịch thắng cảnh Ngũ Hành*” Luận văn thạc sĩ trường Đại Học Đà Nẵng.
12. Tác giả Nguyễn Thị Việt Hà (2017) “*Nâng cao hình ảnh điểm đến khu du lịch vườn Quốc Gia Bạch Mã- Tỉnh Thừa Thiên Huế*” ,Luận văn thạc sĩ trường Đại Học Huế
13. Tác giả Lê Đức Mẫn (2009) “*Phân tích hình ảnh điểm đến của Thành Phố Đồng Hới Tỉnh Quảng Bình*” Luận văn thạc sĩ Trường Đại Học Huế
14. Đỗ Thanh Hoa (2006), “*Nghiên cứu đề xuất giải pháp đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền quảng bá du lịch Việt Nam tại một số thị trường du lịch quốc tế trọng điểm*”, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ
15. Bùi Thị Hải Yến (2006), “*Quy hoạch du lịch*”, nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội.

16. Lương Xuân Quỳnh (2006), *Quản lý Nhà nước trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội
17. Chính phủ (2007), *Nghị định số 92/NĐ-CP ngày 01/6/2007*, Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch.
18. Đỗ Hoàn Toàn, Mai Văn Bưu (2001), *“Quản lý Nhà nước về kinh tế”*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
19. Ngô Nguyễn Hiệp Phước, (2015), *“Giải pháp tăng cường hiệu quả công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ”*, Báo Lao động
20. Đỗ Hoàn Toàn - Mai Văn Bưu (2001), *Giáo trình QLNN về kinh tế*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
21. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2005), *Luật du lịch*.
22. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2015), *Luật tổ chức chính quyền địa phương*.
23. PGS.TS Vũ Tuấn Cảnh và các cộng sự đã thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ *“Cơ sở khoa học cho việc tổ chức và quản lý hệ thống các khu du lịch và đề xuất quy chế tổ chức và quản lý khai thác các khu du lịch ở Việt Nam”*.
24. Thủ tướng Chính phủ (2013), *“Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*
25. Trần Xuân Ảnh (2007), *“Giải pháp tăng cường quản lý nhà nước về thị trường du lịch”*, Tạp chí Quản lý nhà nước, số 132.
26. Thạc sĩ Bùi Thị Thanh Huyền đã thực hiện luận văn *“Một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý hoạt động tại điểm đến du lịch Hương Sơn, Mỹ Đức, Hà Nội”*.
27. Trịnh Đăng Thanh, (2009), *“Một số suy nghĩ về công tác quản lý nhà nước đối với ngành du lịch”*, Tạp chí Quản lý nhà nước, số 98.
28. Võ Thị Thắng (2001), *“Tăng cường quản lý nhà nước để du lịch Việt Nam phát huy vai trò ngành kinh tế mũi nhọn”*, Tạp chí Quản lý nhà nước.
29. Vũ Thị Nga (2015), *“Quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh du lịch ở tỉnh Nghệ An”*, luận văn thạc sĩ quản lý kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
30. Vũ Khoan (2005), *“Đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2010”*, Tạp chí Du lịch, số 11

Tiếng nước ngoài:

31. A practical guide to tourism destination management, UNWTO,2005
- 32.G.CAZES-R.LANQUAR và Y.RAYNOURD do Đào Đình Bắc dịch (2005), Sách Quy hoạch du lịch , Nhà xuất bản Đại học Quốc Gia Hà Nội.
- 33.Tourism destination management, the George Washington University,2007Robert Lanquee, do Phạm Ngọc Uyển và Bùi Ngọc Chương dịch (1993), Kinh tế học du lịch, Nhà xuất bản Thế giới.
34. <https://tailieu.vn>
35. <http://www.vietnamtourism.gov.vn>
36. <http://www.baodulich.net.vn>
37. <http://www.gso.gov.vn>
38. <https://www.vietravel.com/vn/du-lich-bang-hinh-anh/10-diem-tham-quan-noi-tieng-tai-hai-phong-v1463.aspx>
39. <http://haiphong.gov.vn/p-UBNDTP/c-9540/thanh-pho-hai-phong>
40. <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/xa-hoi/2016-11-27/de-xuat-nang-cap-mot-so-tuyen-duong-tinh-thanh-quoc-lo-39b-38380.aspx>
41. <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/mot-so-giai-phap-phat-trien-nganh-du-lich-viet-nam-121641.html>
42. <http://www.mt.gov.vn/vn/tin-tuc/10802/hon-276-trieu-usd-phat-trien-giao-thong-do-thi-hai-phong.aspx>

PHỤ LỤC

Phiếu số :

BẢNG CÂU HỎI

Về công tác nâng cao chất lượng hình ảnh điểm đến về du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng

(Mẫu 01 : Dành cho các doanh nghiệp, cá nhân)

Thưa quý Ông/Bà !

Tôi tên, sinh viên, hiện tôi đang thực hiện đề tài “*Phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng*” để làm đề tài tốt nghiệp.

Chúng tôi muốn Ông/Bà cho biết nguồn thông tin về công tác QLNN tại cơ sở kinh doanh của Ông/Bà. Thông tin mà Ông/Bà cung cấp sẽ chỉ dùng cho nghiên cứu khoa học mà không dùng cho mục đích khác.

Xin vui lòng đánh dấu vào ô thích hợp với qui ước: chỉ chọn một; chọn nhiều

1. Nếu được, Ông/Bà cho biết họ và tên:

2. Giới tính?

Nam Nữ

3. Quốc tịch:

4. Ông/Bà thuộc nhóm tuổi nào?

Dưới 20 Từ 20 đến dưới 30 Từ 30 đến dưới 40

Từ 40 đến dưới 50 Từ 50 trở lên

5. Xin vui lòng đánh dấu vào ô thích hợp tương ứng với mức độ đồng ý của mình với những nhận định sau theo qui ước:

Hoàn toàn không đồng ý (1) Hoàn toàn đồng ý (5)

	<i>Cảm nhận của Ông bà đối với các văn bản quy định nhằm nâng cao vai trò điểm đến trong du lịch Hải Phòng</i>				
1. Các văn bản quy định được chuyển tải đến cơ sở kịp thời	①	②	③	④	⑤
2. Thông tin trong các văn bản, chính sách phù hợp	①	②	③	④	⑤
3. Các văn bản hướng dẫn dễ hiểu, quy định rõ ràng, đầy đủ	①	②	③	④	⑤
4. Các văn bản quy định không gây khó khăn, mất tính công bằng trong kinh doanh và có ảnh hưởng đến việc nâng cao vai trò điểm đến của thành phố	①	②	③	④	⑤
5. Các văn bản ban hành không chồng chéo nhau trong việc QLNN về du lịch và có ảnh hưởng đến việc nâng cao vai trò điểm đến của thành phố	①	②	③	④	⑤
6. Các chính sách, quy định được niêm yết, công khai rộng rãi	①	②	③	④	⑤
7. Thủ tục hành chính có rườm rà	①	②	③	④	⑤
8. Thủ tục hành chính được giải quyết đúng quy trình	①	②	③	④	⑤
9. Thời gian thực hiện thủ tục hành chính hợp lý	①	②	③	④	⑤
	<i>Cảm nhận của Ông bà đối với công tác thanh tra, kiểm tra</i>				
10. Quy trình kiểm tra có khách quan, công bằng	①	②	③	④	⑤
11. Thái độ của đội ngũ thực hiện phù hợp	①	②	③	④	⑤
12. Số lượt kiểm tra phù hợp	①	②	③	④	⑤
13. Thời điểm kiểm tra thích hợp	①	②	③	④	⑤
14. Quy định xử phạt khi thanh tra, kiểm tra hợp lý	①	②	③	④	⑤
15. Lực lượng thực hiện không gây sách nhiễu	①	②	③	④	⑤

9. Theo ý kiến của Ông/Bà, cần khắc phục những tồn tại trong công tác quản lý về kinh doanh du lịch nhằm tăng cường vai trò điểm đến của thành phố Hải Phòng trong giai đoạn hiện nay? Hướng khắc phục

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Xin trân trọng cảm ơn.

Phiếu số :

BẢNG CÂU HỎI

Về công tác nâng cao chất lượng hình ảnh điểm đến về du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng

(Mẫu 02 : Dành cho cán bộ quản lý du lịch)

Thưa quý Ông/Bà !

Tôi tên hiện tôi đang thực hiện đề tài “*Phân tích hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng*” để làm đề tài tốt nghiệp.

Chúng tôi muốn Ông/Bà cho biết nguồn thông tin về công tác QLNN tại cơ sở kinh doanh của Ông/Bà. Thông tin mà Ông/Bà cung cấp sẽ chỉ dùng cho nghiên cứu khoa học mà không dùng cho mục đích khác.

1. Ông/Bà đang giữ chức vụ gì trong đơn vị công tác ?
 - A. Lãnh đạo đơn vị
 - B. Lãnh đạo phòng
 - C. Chuyên viên
2. Chuyên ngành Ông/Bà được đào tạo trước khi công tác tại đơn vị là chuyên ngành gì?
 - A. Chuyên ngành du lịch
 - B. Chuyên ngành quản lý hành chính nhà nước
 - C. Chuyên ngành khác
3. Trình độ chuyên môn của Ông/Bà ?
 - A. Sau đại học
 - B. Đại học
 - C. Cao đẳng
 - D. Trung cấp
4. Trình độ quản lý nhà nước và lý luận chính trị của Ông/Bà?
 - A. Sơ cấp
 - B. Trung cấp
 - C. Cao cấp

5. Mức độ thường xuyên đi cơ sở của Ông/Bà để nắm bắt tình hình và kiểm tra thực hiện các văn bản pháp luật trong hoạt động kinh doanh du lịch và xem xét việc nâng cao vai trò điểm đến trong du lịch của thành phố Hải Phòng

- A. Chưa bao giờ
- B. Hàng quý
- C. Hàng tháng
- D. Hàng tuần

6. Mức độ thường xuyên phối hợp với các cấp, các ngành liên quan đến hoạt động du lịch của Ông/Bà trong giải quyết công việc.

- A. Chưa bao giờ
- B. Hàng quý
- C. Hàng tháng
- D. Hàng tuần

7. Xin vui lòng đánh dấu vào ô thích hợp tương ứng với mức độ đồng ý của mình với những nhận định sau theo qui ước:

Hoàn toàn không đồng ý (1) Hoàn toàn đồng ý (5)

	<i>Cảm nhận của Ông bà đối với các văn bản quy định về hình ảnh điểm đến du lịch thành phố Hải Phòng</i>				
Các văn bản quy định được chuyển tải đến cơ sở kịp thời	①	②	③	④	⑤
Thông tin trong các văn bản, chính sách phù hợp	①	②	③	④	⑤
Các văn bản hướng dẫn dễ hiểu, quy định rõ ràng, đầy đủ	①	②	③	④	⑤
Các văn bản quy định không gây khó khăn, mất tính công bằng trong kinh doanh nâng cao vai trò của hình ảnh điểm đến của du lịch thành phố Hải Phòng	①	②	③	④	⑤
Các văn bản ban hành không chồng chéo nhau trong việc QLNN về du lịch và nâng cao vai trò của hình ảnh điểm đến của du lịch thành phố Hải Phòng	①	②	③	④	⑤
Các chính sách, quy định được niêm yết, công khai rộng rãi	①	②	③	④	⑤

Thủ tục hành chính có rườm rà	①	②	③	④	⑤
Thủ tục hành chính được giải quyết đúng quy trình	①	②	③	④	⑤
Thời gian thực hiện thủ tục hành chính hợp lý	①	②	③	④	⑤
	<i>Cảm nhận của Ông bà đối với công tác thanh tra, kiểm tra</i>				
Quy trình kiểm tra có khách quan, công bằng	①	②	③	④	⑤
Thái độ của đội ngũ thực hiện phù hợp	①	②	③	④	⑤
Số lượt kiểm tra phù hợp	①	②	③	④	⑤
Thời điểm kiểm tra thích hợp	①	②	③	④	⑤
Quy định xử phạt khi thanh tra, kiểm tra hợp lý	①	②	③	④	⑤
Lực lượng thực hiện không gây sách nhiễu	①	②	③	④	⑤

8. Theo ý kiến của Ông/Bà, cần khắc phục những tồn tại trong nâng cao vai trò của hình ảnh điểm đến của du lịch thành phố Hải Phòng? Hướng khắc phục?

.....

.....

.....

.....

.....

Xin trân trọng cảm ơn.

MỘT SỐ HÌNH ẢNH TIÊU BIỂU CỦA THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG



Biểu tượng của Thành Phố Hải Phòng



Tượng Đài Nữ Tướng Lê Chân



Hòn Dấu



Bánh Đa Cua



Cát Bà



Cảng Hải Phòng



Trung Tâm Hội Chợ Triển Lãm Quốc Tế Hải Phòng