

XÂY DỰNG SẢN PHẨM DU LỊCH ĐẶC THÙ NHƯ MỘT YÊU CẦU MANG TÍNH CĂN BẢN TRONG NÂNG CAO VỊ THẾ DU LỊCH Ở TUYÊN QUANG

✎ Đức Tâm

Du lịch ngày nay đã trở thành ngành kinh tế tổng hợp quan trọng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, bảo vệ môi trường, đồng thời quảng bá hình ảnh địa phương ra bên ngoài. Nhận thức rõ vai trò đó, tỉnh Tuyên Quang xác định du lịch là một trong những động lực phát triển kinh tế - xã hội trong chiến lược dài hạn. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến, việc thu hút và giữ chân du khách không thể chỉ dựa vào tiềm năng sẵn có, mà đòi hỏi những cách tiếp cận mới. Thực tiễn cho thấy, phát triển các sản phẩm du lịch đặc sắc, khác biệt, dựa trên lợi thế địa phương chính là “chìa khóa” để nâng cao năng lực cạnh tranh và từng bước khẳng định vị thế của Tuyên Quang trên bản đồ du lịch quốc gia và quốc tế.

Sau khi hợp nhất địa giới hành chính, tỉnh Tuyên Quang có thêm những điều kiện thuận lợi để định hình và phát triển hệ thống sản phẩm du lịch đặc thù. Việc mở rộng không gian phát triển giúp địa phương khai thác hiệu quả hơn nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, bản sắc văn hóa đa dạng của các dân tộc, hệ thống di tích lịch sử cùng hạ tầng du lịch ngày càng được quan tâm đầu tư. Các sản phẩm du lịch của tỉnh từng bước được hình thành theo hướng đa dạng hóa, phát huy thế mạnh riêng của từng vùng, từng địa phương, tạo nên diện mạo ngày càng rõ nét cho ngành du lịch trong giai đoạn mới.

Toàn tỉnh hiện có 54 làng văn hóa du

lịch cộng đồng tiềm năng, trong đó 28 làng đã đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch. Nhiều mô hình làng du lịch đã trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước. Đáng chú ý, có 9 làng gắn với sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 4 sao, kết hợp phát triển homestay, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và nghề thủ công truyền thống. Cách làm này không chỉ tạo nên sản phẩm du lịch mang đậm bản sắc địa phương mà còn góp phần nâng cao thu nhập, cải thiện sinh kế cho người dân, bảo đảm sự hài hòa giữa phát triển kinh tế và gìn giữ giá trị văn hóa.

Thực tiễn từ cơ sở cho thấy định hướng phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát huy bản sắc đang được triển khai một cách bài bản. Việc hình thành các sản phẩm du lịch cộng đồng không chỉ là niềm tự hào của đồng bào dân tộc Lô Lô mà còn mở ra cơ hội lớn cho phát triển kinh tế địa phương. Về lâu dài, địa phương xác định phát triển du lịch phải song hành với bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường và nâng cao sinh kế cho người dân. Chính quyền sẽ tiếp tục đồng hành, hỗ trợ nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng sản phẩm đặc trưng để các điểm đến như Lô Lô Chải thực sự trở thành biểu tượng tiêu biểu của du lịch vùng cao. Khu du lịch sinh thái Na Hang – Lâm Bình từng bước khẳng định vai trò là sản phẩm chủ lực, đang được hoàn thiện hồ sơ đề nghị công nhận là Khu du lịch quốc gia. Song song với đó, suối khoáng Mỹ Lâm thu hút nhiều dự án đầu tư quy mô lớn, từng bước hình thành dòng sản phẩm nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe gắn với dược liệu. Các điểm

đến như Du Già, Tây Côn Lĩnh, Panhou, P’apiu ngày càng được du khách lựa chọn, phản ánh xu hướng tìm về thiên nhiên, trải nghiệm không gian sinh thái nguyên sơ và dịch vụ chất lượng cao.

Du lịch trải nghiệm và thể thao mạo hiểm cũng đang mở ra một hướng đi mới, với những sản phẩm đặc thù như bay khinh khí cầu, dù lượn, trekking, leo núi, chèo kayak. Các tuyến, điểm nổi bật như Mã Pì Lèng – sông Nho Quế, Chiêu Lầu Thi, Tây Côn Lĩnh, thác Khuổi Nhi hay lòng hồ Na Hang dần trở thành “điểm hẹn” của du khách trẻ và khách quốc tế ưa khám phá, góp phần làm phong phú hệ sinh thái sản phẩm du lịch của tỉnh. Cùng với các di tích quốc gia đặc biệt như Tân Trào, Kim Bình, Lễ hội Thành Tuyên được xác lập kỷ lục Guinness Việt Nam đã trở thành sản phẩm du lịch văn hóa đặc sắc, có sức lan tỏa mạnh mẽ trên phạm vi cả nước. Đặc biệt, Công viên Địa chất toàn cầu UNESCO Cao nguyên đá Đồng Văn được trao giải thưởng “Điểm đến văn hóa hàng đầu thế giới năm 2025”, càng khẳng định vị thế của du lịch địa phương trên bản đồ du lịch quốc tế. Cùng với đó, du lịch thương mại – biên giới từng bước được khai thác thông qua cửa khẩu quốc tế Thanh Thủy và hệ thống chợ phiên vùng cao, hình thành các sản phẩm du lịch mua sắm, giao lưu văn hóa và biên mậu, góp phần mở rộng không gian phát triển cho ngành du lịch.

Mặc dù đã hình thành được những sản phẩm du lịch đặc trưng, song thực tiễn phát triển cho thấy ngành du lịch của tỉnh vẫn đối mặt với không ít hạn chế. Chất lượng sản phẩm giữa các địa phương chưa đồng đều, nhiều mô hình phát triển còn mang tính tự phát, quy mô nhỏ, thiếu tính chuyên nghiệp. Số lượng sản phẩm có tầm vóc quốc gia, quốc tế còn khiêm tốn, trong khi thời gian lưu trú và mức chi tiêu bình quân của du khách chưa cao, chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế sẵn có.

Những hạn chế này cho thấy yêu cầu cấp thiết phải tái cấu trúc cách tiếp cận trong phát triển du lịch, chuyển từ tư duy “mở rộng điểm đến” sang phát triển theo chiều sâu và chất lượng. Trọng tâm trước hết là xây dựng chiến lược phát triển sản

phẩm theo từng nhóm chủ lực, như du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa – lịch sử, du lịch sinh thái – nghỉ dưỡng, du lịch thể thao mạo hiểm..., bảo đảm mỗi dòng sản phẩm có định hướng rõ ràng, khai thác đúng lợi thế đặc thù và hình thành chuỗi giá trị liên kết chặt chẽ. Việc phát triển có trọng tâm, trọng điểm sẽ giúp tránh dàn trải nguồn lực, đồng thời tạo ra các sản phẩm đủ sức cạnh tranh trên thị trường. Song song với định hướng theo từng dòng sản phẩm, tỉnh xác định phát triển đồng bộ các yếu tố nền tảng là giải pháp mang tính lâu dài. Trọng tâm là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch thông qua đào tạo kỹ năng nghề, ngoại ngữ, kiến thức phục vụ và năng lực quản lý; huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực đầu tư; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong quản lý, giới thiệu điểm đến; đồng thời phát triển hạ tầng du lịch một cách đồng bộ, từ giao thông, cơ sở lưu trú đến các dịch vụ hỗ trợ. Cùng với đó, công tác xúc tiến, quảng bá cần được đổi mới theo hướng hiện đại, đa kênh, gắn với xây dựng thương hiệu điểm đến rõ nét. Đặc biệt, việc hoàn thiện cơ chế, chính sách và tăng cường liên kết vùng, hợp tác quốc tế được xem là “đòn bẩy” quan trọng để mở rộng không gian phát triển du lịch. Sự phối hợp giữa các địa phương, doanh nghiệp và đối tác quốc tế không chỉ giúp hình thành các tuyến, chuỗi sản phẩm liên vùng, mà còn tạo điều kiện thu hút đầu tư, mở rộng thị trường khách, từng bước đưa sản phẩm du lịch của tỉnh vươn ra khu vực và thế giới. Chỉ khi các giải pháp được triển khai đồng bộ, nhất quán và lâu dài, du lịch mới có thể vượt qua những rào cản hiện hữu, phát triển theo hướng bền vững và khẳng định vị thế trên bản đồ du lịch quốc gia, quốc tế.

Phát triển sản phẩm du lịch đặc sắc, dựa trên lợi thế riêng có của địa phương chính là “chìa khóa” quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và vị thế điểm đến. Để vươn tới tầm cao mới trên bản đồ du lịch quốc gia và quốc tế, đòi hỏi sự vào cuộc đồng bộ, trách nhiệm và bền bỉ của chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư trong xây dựng những giá trị khác biệt, bền vững cho du lịch địa phương./.