

KHOA HỌC VÀ ĐỜI SỐNG

KHAİ THÁC TIỀM NĂNG DU LỊCH HUẾ
VÀO MÙA MƯA

Phạm Thị Cúc*

1. Đặt vấn đề

Với nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú và bề dày lịch sử-văn hóa, Việt Nam nói chung và tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng đang nỗ lực để nâng cao giá trị gia tăng của ngành du lịch dựa trên những lợi thế so sánh để trở thành điểm đến thu hút đáng kể lượng khách du lịch trong nước và quốc tế. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh du lịch của tỉnh Thừa Thiên Huế đang chịu ảnh hưởng của tính mùa vụ. Tính mùa vụ được thể hiện rất rõ rệt qua hai mùa trong năm: *mùa mưa* và *mùa khô*. Mùa mưa ở Huế thường kéo dài từ tháng 11 năm trước đến tháng 3 năm sau và đã trở thành một nét đặc trưng về khí hậu của Huế. Huế vào mùa mưa đồng thời là mùa cao điểm du lịch khi nhiều du khách nước ngoài bắt đầu kỳ du lịch nghỉ đông. Vậy nhưng hoạt động du lịch của Huế lại đang tỏ ra kém chất lượng và thiếu đầu tư vào những sản phẩm du lịch mới lạ, mang nét đặc trưng để hấp dẫn khách du lịch đến đây. Điều này không những làm giảm doanh thu của ngành mà nó còn ảnh hưởng đến hình ảnh, chất lượng du lịch Huế nói riêng và du lịch quốc gia nói chung.

Vậy làm thế nào để khắc phục được những bất lợi hiện tại của thời tiết; khai thác điều kiện tự nhiên đặc trưng riêng của vùng để những khó khăn trước mắt trở thành cơ hội cho du lịch phát triển, không làm ảnh hưởng đến chất lượng, kết quả kinh doanh du lịch vào mùa cao điểm. Điều này đã đặt ra cho ngành du lịch Huế một câu hỏi về các biện pháp, chiến lược nhằm phát triển những sản phẩm du lịch phù hợp, khai thác nguồn khách du lịch tiềm năng đến với Huế vào mùa mưa.

Với ý nghĩa đó, cùng với quá trình tìm hiểu thực tế về cảm nhận và mong muốn của khách du lịch đến Huế vào mùa mưa, tôi quyết định thực hiện nghiên cứu đề tài: *“Khai thác tiềm năng du lịch Huế vào mùa mưa”*, với ý tưởng biến mưa trở thành “đặc sản” du lịch của Huế. Trong phạm vi bài nghiên cứu này, tôi chỉ tóm lược kết quả đánh giá nhu cầu tiềm năng của du khách về du lịch mưa Huế và từ đó đề xuất các biện pháp nhằm khai thác tiềm năng du lịch mưa Huế. Đây là thông tin quan trọng giúp cho việc xây dựng chiến lược marketing nhằm thúc đẩy phát triển hình thức du lịch mưa Huế tại địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

* Sinh viên Trường Đại học Phú Xuân, Huế.

2. Kết quả nghiên cứu chính

2.1. Khái quát về mẫu điều tra

Vận dụng phương pháp phỏng vấn trực tiếp, một bảng hỏi thiết kế sẵn và điều tra thử với 25 du khách, sau đó được hoàn thiện và tiến hành điều tra chính thức với 100 du khách được chọn ngẫu nhiên ở các điểm du lịch Huế trong thời gian từ tháng 3 đến tháng 4 năm 2011. Các phiếu điều tra được kiểm tra trước khi nhập và xử lý số liệu trên phần mềm thống kê SPSS với việc vận dụng phương pháp phân tích thống kê mô tả, phân tích phương sai và một số kiểm định thống kê cần thiết để phân tích, so sánh đánh giá của các nhóm du khách theo các tiêu thức khác nhau. Bên cạnh đó bài nghiên cứu có sự tư vấn, đóng góp ý kiến của một số chuyên gia trong ngành của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế.

Kết quả phân tích 100 mẫu bảng hỏi cho thấy khách du lịch châu Á chiếm 29% (Việt Nam chiếm 25%), tiếp đó là khách du lịch châu Mỹ chiếm 21%, châu Úc chiếm 10%. Riêng tỷ lệ khách châu Âu là cao nhất chiếm 40%. Cũng cần phải nhấn mạnh rằng, khoảng thời gian điều tra từ tháng 3 đến tháng 4 năm 2011 vẫn còn là mùa cao điểm của thị trường khách du lịch quốc tế nhưng cũng là khoảng thời gian bắt đầu của thị trường khách du lịch nội địa, nên mẫu điều tra được thực hiện chủ yếu là với khách quốc tế (chiếm 75%) và khách nội địa là 25%. Cơ cấu mẫu này khá phù hợp với nghiên cứu khai thác tiềm năng du lịch mưa Huế vì mùa mưa ở Huế cũng là mùa cao điểm của khách du lịch quốc tế.

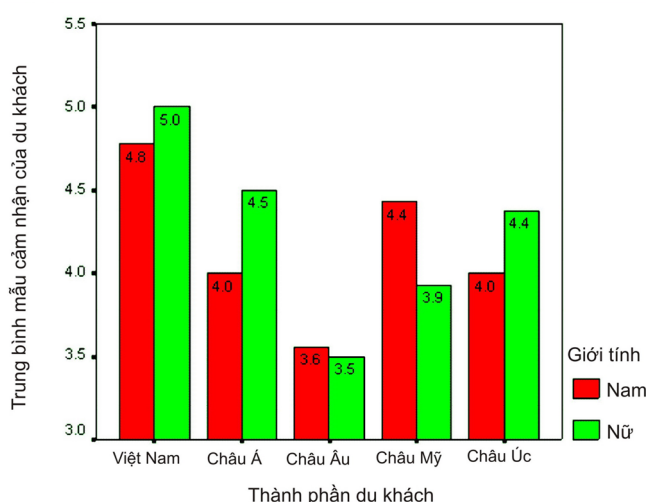
2.2. Nhu cầu của khách du lịch về các loại hình dịch vụ du lịch trong mưa

Trong thời gian qua có rất nhiều bài báo, ý kiến của các chuyên gia trong và ngoài nước bàn về việc đưa mưa Huế vào làm sản phẩm du lịch và cho thấy đó là việc làm mang tính khả thi rất cao. Vấn đề là các cơ sở dịch vụ du lịch phải làm thế nào để tạo ra sản phẩm mùa mưa khác với mùa nắng và phải làm sao cho du khách thấy được sức hút kỳ lạ của mưa Huế.

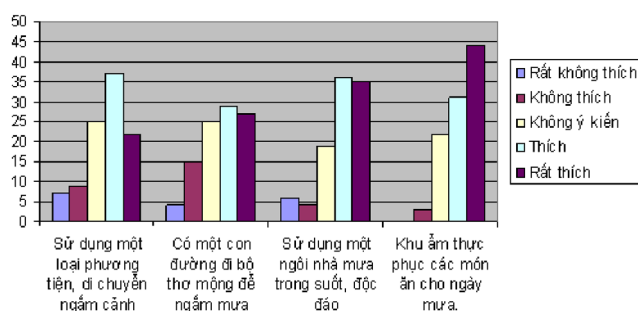
Làm rõ vấn đề này, tôi đã cố gắng điều tra, tìm hiểu thêm những sở thích cũng như mong muốn của khách du lịch khi sử dụng các loại hình dịch vụ du lịch trong mưa. Và làm thế nào để du khách hài lòng hơn khi đến Huế du lịch vào mùa mưa để từ đó có những trải nghiệm mới về cuộc sống và con người nơi đây.

Khi nhận được câu hỏi: *“Nếu chúng tôi cho ra đời những sản phẩm dịch vụ ngắm mưa, để ông/bà có thể đồng cảm với vẻ đẹp và con người xứ Huế, ông/bà có thích không?”*, phần lớn khách du lịch đều trả lời *rất thích và thích*. (Xem biểu đồ 1).

Đối với câu hỏi: *“Ông/Bà vui lòng cho biết cảm nhận của mình về các dịch vụ thưởng ngoạn mưa Huế?”*, bao gồm những lựa chọn như *du ngoạn ngắm mưa, sử dụng một dịch vụ ngắm mưa, ẩm thực*, kết quả thu được



Biểu đồ 1: Trung bình mẫu cảm nhận của du khách về các sản phẩm dịch vụ du lịch trong mùa Huế. (Nguồn: Phòng vấn khách du lịch với thang điểm Likert được chia thành năm mức độ: từ 1 = Rất không thích đến 5 = Rất thích).



Biểu đồ 2: Cảm nhận của du khách về các dịch vụ trong mùa. (Nguồn: Phòng vấn khách du lịch với thang điểm Likert được chia thành năm mức độ: từ 1 = Rất không thích đến 5 = Rất thích)

một loại phương tiện di chuyển phù hợp với trung bình mẫu là 3,58.

- Có một con đường thơ mộng và lãng mạn để ngắm mưa.

Khi đề xuất ý tưởng này, có tới 56% khách du lịch tỏ ra *thích* và *rất thích* việc đi du lịch trong mưa trên một con đường thơ mộng và lãng mạn. Tuy nhiên vẫn có 25% du khách *không có ý kiến* và còn lại 19% du khách *không thích* ý tưởng này. Trung bình mẫu là 3,60.

Đối với các dịch vụ ngắm mưa, tôi đã đưa ra ý tưởng xây dựng một ngôi nhà mưa trong suốt độc đáo để du khách có thể ngắm mưa và cảnh quan xung quanh. Khi khách du lịch được hỏi đánh giá về loại hình dịch vụ này, tôi có đưa kèm mô hình của sản phẩm để du khách dễ hình dung về hình thức dịch vụ mà họ sẽ được sử dụng. Kết quả là phần lớn khách du lịch tỏ

những đánh giá và cảm nhận khác nhau từ khách du lịch. Phần lớn họ đánh giá cao khi có một khu ẩm thực vào những ngày mưa. (Biểu đồ 2).

Lựa chọn và cảm nhận ban đầu của khách du lịch đã giúp tôi xác định rõ ràng hơn nhu cầu của du khách và đưa ra những loại hình dịch vụ du lịch cụ thể hơn vào mùa mưa.

Đối với hình thức du ngoạn ngắm mưa, tôi đưa ra cho du khách những lựa chọn:

- *Sử dụng một loại phương tiện phù hợp tiện nghi giúp khách du lịch ngắm cảnh.*

Nhìn vào biểu đồ 2 ta thấy, có 37% du khách cảm thấy *thích* và 22% du khách *rất thích* sử dụng phương tiện di chuyển du lịch dưới mưa. Có 25% khách *không có ý kiến* và số còn lại cảm thấy *rất không thích* và *không thích* du ngoạn dưới mưa bằng phương tiện vận chuyển, nhóm này chỉ chiếm 16%. Có thể thấy phần lớn khách du lịch vẫn hy vọng được du ngoạn trong mưa bằng

ra bất ngờ và hài lòng nếu được sử dụng sản phẩm này, có tới 36% du khách trả lời *thích* và 35% du khách trả lời *rất thích*. Họ nhận xét sản phẩm này là một ý tưởng hay và thú vị, nó giúp họ gần gũi hơn với thiên nhiên và có được một không gian mới lạ để thưởng thức mưa. Một nhóm ít du khách trả lời *không hài lòng* với sản phẩm dịch vụ này (chiếm 10%). Số còn lại (chiếm 19%) không có ý kiến. Trung bình mẫu là 3,9.

Về dịch vụ ẩm thực, có tới 44% khách du lịch trả lời là *rất thích* có một khu ẩm thực phục vụ thức ăn trong những ngày mưa và 31% cảm thấy *thích* khi được sử dụng dịch vụ này. Số khách không hài lòng, *không thích* chỉ chiếm có 3%, không có nhóm khách nào là *rất không thích* dịch vụ này, nhóm còn lại (chiếm 22%) là không có ý kiến với trung bình mẫu là 4,16.

Bảng 1: Kiểm định One-way ANOVA sự khác biệt trong cảm nhận của từng loại khách du lịch về các hình thức dịch vụ du lịch trong mưa.

Thành phần du khách	Số lượng du khách (%)	Câu hỏi cho du khách chọn lựa			
		Sử dụng một loại phương tiện để ngắm cảnh	Có một con đường đi bộ thơ mộng để ngắm mưa	Sử dụng một ngôi nhà mưa trong suốt độ dốc để ngắm mưa và cảnh quan xung quanh	Khu ẩm thực phục vụ các món ăn cho ngày mưa
Việt Nam	25	3,88	4,12	3,36	4,12
Châu Á	4	3,50	2,75	4,25	4,25
Châu Âu	40	3,25	3,35	4,03	4,08
Châu Mỹ	21	3,57	3,71	3,95	4,09
Châu Úc	10	4,20	3,40	4,50	4,70
Tổng	100	3,58	3,60	3,90	4,10
Sig		0,08	0,04	0,04	0,35

(Nguồn: Phỏng vấn khách du lịch với thang điểm Likert được chia thành năm mức độ: từ 1 = Rất không thích đến 5 = Rất thích, $\alpha = 0,05$).

Đối với các du khách quốc tế, hình thức dịch vụ sử dụng một loại phương tiện để ngắm cảnh được du khách châu Úc đánh giá rất cao với trung bình mẫu là 4,20; tiếp theo là nhóm khách châu Mỹ với mức trung bình bằng 3,57; tiếp đến là châu Á và châu Âu từ 3,25-3,5. Du khách Việt Nam cũng đánh giá khá cao hình thức du lịch dưới mưa bằng một loại phương tiện di chuyển đặc trưng với trung bình là 3,88.

Hình thức du ngoạn dưới mưa trên con đường thơ mộng cũng nhận được sự đánh giá cao của khách du lịch quốc tế, trong đó du khách châu Mỹ đánh giá cao hơn cả 3,71; tiếp đến là khách châu Âu và châu Úc với mức lựa chọn từ 3,35-3,40.

Dịch vụ sử dụng một ngôi nhà mưa trong suốt độ dốc để ngắm mưa và cảnh quan xung quanh, đây là một sản phẩm mới lạ và thú vị thu hút du khách; một lựa chọn lý tưởng để du khách ngắm mưa mà không lo ngại bị ướt. Nó nhận được sự đánh giá rất cao của khách du lịch quốc tế trong đó khách châu Úc và châu Á với mức trung bình tương ứng là 4,5 và 4,25. Khách

du lịch châu Âu và châu Mỹ có mức lựa chọn trung bình từ 4,03-3,95. Cho thấy tính khả thi của sản phẩm này khi được đưa vào sử dụng.

Riêng phần đánh giá của khách du lịch về dịch vụ khu ẩm thực mùa mưa, đều nhận được những đánh giá rất cao với mức trung bình đều lớn hơn 4,1 trên mức *thích*, cho thấy tính khả thi để xây dựng và phát triển loại hình dịch vụ này vào mùa mưa ở Huế.

Để đi sâu tìm hiểu nhu cầu và sở thích của khách du lịch về các dịch vụ bên trong nhà mưa, du khách đã được hỏi thích loại dịch vụ nào bao gồm: *phòng trà, ẩm thực và ý kiến khác của khách du lịch*. Nhiều du khách cho rằng “nếu sử dụng nhà mưa, nó sẽ là điểm thu hút thú vị và đặc trưng của mưa Huế, đó sẽ là điều kiện tốt để mọi người cảm nhận rõ hơn về mưa xứ Huế”. Vì vậy, họ cho rằng không gian nhà mưa phù hợp với việc thưởng thức trà và nghe nhạc nhẹ, đó sẽ là nơi lý tưởng để mọi người ngắm mưa và quan sát cảnh đẹp xung quanh mà không lo ngại bị ướt.

Khi khách du lịch được hỏi thêm về những ý tưởng của chính họ để giúp thỏa mãn mong muốn khi đi du lịch mưa Huế thì ngoài những hình thức dịch vụ họ đã chọn ở trên, chúng tôi nhận được rất nhiều ý tưởng hay như: *những chiếc xe xích lô cần có mái vòm trong suốt được thiết kế phù hợp để không bị ướt và có thể ngắm mưa, xây dựng những con đường đi bộ có mái vòm che kết hợp việc tổ chức các khu vực mua sắm dành cho khách du lịch...*

Việc phát triển các dịch vụ du lịch trong mưa sẽ không hoàn thiện khi chỉ đầu tư phát triển các dịch vụ ngoài trời. Cần tổ chức các loại hình dịch vụ vui chơi giải trí trong nhà vào những ngày mưa, để cho các du khách ngại đi du ngoạn ngắm mưa họ vẫn có được những không gian mang đặc trưng riêng của Huế, như: *biểu diễn âm nhạc, triển lãm, các trò chơi dân gian và các lớp dạy nấu ăn...* thì phần lớn du khách đều lựa chọn hai loại hình là *âm nhạc* và *các lớp dạy nấu ăn*. Các loại hình còn lại khách du lịch đánh giá rất thấp.

3. Nhóm các giải pháp thực hiện khai thác tiềm năng du lịch vào mùa mưa

Mưa đối với ngành du lịch Huế là sự cản trở để phát triển, là điều kiện bất lợi làm giảm doanh thu. Tuy nhiên mùa mưa ở Huế lại là mùa cao điểm của khách du lịch quốc tế, nếu mưa Huế được nhìn nhận dưới một lăng kính có giá trị, bằng một nhãn quan khác, nhất định những khó khăn sẽ trở thành cơ hội để giúp du lịch Huế có thêm những sản phẩm du lịch mới. Chúng ta phải thấy rõ một thực tế là, nhu cầu thưởng ngoạn mưa Huế của khách du lịch là có thật nhưng thưởng ngoạn một cách tự nhiên như bấy lâu thì không có gì đặc biệt. Lấy ý tưởng đưa mưa Huế vào làm sản phẩm du lịch, tôi đã nghiên cứu và mạnh dạn đưa ra những giải pháp thích hợp nhằm khắc phục những khó khăn hiện tại của ngành du lịch vào mùa mưa và để

thu hút du khách trong và ngoài nước biết đến Huế với những điều kiện tự nhiên đặc trưng mà không nơi nào có được.

3.1. Về sản phẩm dịch vụ trong mưa

Trên cơ sở phân tích nhiều giá trị tiềm năng cũng như những thuận lợi từ mưa Huế, tôi xin đề xuất một số ý tưởng và hệ thống sản phẩm du lịch có thể khai thác từ mưa Huế.

- Tạo các tour du lịch mang tính trải nghiệm, tham quan phù hợp với việc thưởng thức cảnh quan cố đô Huế vào những ngày mưa. Tổ chức các hoạt động du ngoạn ngoài trời, cho du khách dạo chơi dưới mưa bằng các phương tiện như xe đạp, xích lô. Đối với hình thức đi xe đạp, du khách cần được chuẩn bị áo mưa, mũ bảo hiểm, đạp xe đến các điểm du lịch, các vùng quê tự do trải nghiệm cảm nhận vẻ đẹp của con người và mưa xứ Huế.

- Xây dựng các con đường ngắm mưa với nhiều cây xanh và bồn hoa, từ những con đường này du khách có thể dạo chơi từ phố này sang phố khác. Trên những con đường đó sẽ có những điểm ngắm mưa với không gian nghệ thuật sắp đặt, có thể dùng ô che mưa để trang trí nghệ thuật trên đường phố. Kết hợp với tổ chức các gian hàng có kiến trúc mái che trong suốt, trình bày và chào bán các sản phẩm cụ thể như quà lưu niệm, các sản phẩm thủ công mỹ nghệ và sản phẩm làng nghề tập trung... Tạo thêm điểm đến vui chơi, mua sắm cho du khách đồng thời cũng tạo thêm công ăn việc làm cho người dân và thợ thủ công.

- Phát triển nâng cấp và tạo dáng cho các loại phương tiện vận chuyển khách du lịch mang đặc thù của Huế như xích lô, thuyền rồng. Đối với xích lô cần thiết kế có mái che trong suốt có vòm rộng về phía trước và hai bên để giúp du khách có được tầm nhìn với cảnh vật xung quanh, ngắm mưa mà không lo ngại bị ướt. Đây không chỉ là nhu cầu của khách du lịch khi đến Huế vào mùa mưa, qua đó chính những sản phẩm được nâng cấp này sẽ tạo nên những hình ảnh đặc trưng riêng của Huế. Một đội ngũ những người đạp xích lô chuyên nghiệp, lịch sự, thân thiện với du khách cũng là điều cần tính đến để giữ lại tình cảm tốt đẹp của du khách dành cho Huế.

Đối với thuyền rồng, tiếng động cơ của máy thuyền còn quá ồn, làm mất đi vẻ lãng mạn và làm cho khách mất cảm giác tự nhiên khi đi du thuyền. Vì vậy, cần nhanh chóng nâng cấp và thiết kế bộ phận cách âm tiếng máy nổ, giúp du khách cảm thấy dễ chịu, êm ái hơn khi đi du thuyền trên sông. Bên cạnh đó, vào mùa mưa hoạt động kinh doanh thuyền rồng cũng bị hạn chế, nên các cơ quan chức năng cần khuyến khích một số chủ thuyền có điều kiện nâng cấp mái thuyền có màu trong suốt để du khách có thêm những không gian đẹp ngắm mưa trên sông và phong cảnh trữ tình, vẻ đẹp tự nhiên vốn có của Huế.

- Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, xây dựng một mạng lưới những con đường dành riêng cho xe đạp. Nên phát triển loại hình du lịch đi xe đạp

trong tương lai vì loại phương tiện này rất thân thiện với môi trường và đảm bảo an toàn đi lại cho du khách. Đây cũng là một hoạt động có ý nghĩa thiết thực trong việc nâng cao ý thức bảo vệ môi trường nói chung.

- Cần tổ chức khu ẩm thực, phục vụ các món ăn phù hợp với ngày mưa. Vào những ngày mưa các món ăn nóng, các món nướng và các món ăn đặc sản, hấp dẫn của Huế rất thích hợp để du khách thưởng thức. Bên cạnh đó cần xen kẽ vào bếp ẩm thực các món chay, vì Huế còn được biết đến và nổi tiếng bởi các món chay rất ngon và giàu dinh dưỡng.

- Phát triển các loại hình vui chơi giải trí trong nhà như các trò chơi dân gian, các buổi trình diễn âm nhạc, triển lãm và các lớp dạy cách thức nấu các món ăn dân tộc. Nơi đây sẽ được xem là điểm đến vui chơi cộng đồng, thu hút du khách đến tham gia sinh hoạt giao lưu, chia sẻ những kiến thức văn hóa với nhau.

- Thiết kế ngôi nhà ngấm mưa với không gian hình tròn độc đáo được làm bằng kính hoặc nhựa dẻo plastic (tiết kiệm chi phí) thân thiện với môi trường. Không gian nhà mưa sẽ không tạo cho khách du lịch cảm giác tù



Một mẫu ngôi nhà ngấm mưa do tác giả thiết kế.

túng, bị nhốt kín trong bốn bức tường. Họ có thể ngấm mưa, cảm nhận được không gian mưa đặc thù của Huế, nhưng không bị lầy lội và ẩm ướt. Kết hợp với dịch vụ phòng trà, đây sẽ là không gian lý tưởng để du khách có thể ngồi lại để thưởng thức trà, ngấm mưa, nghe mưa và chiêm nghiệm nhiều giá trị tinh tế khác của mưa Huế. Tin rằng đây sẽ là mô hình dịch vụ trong mưa có tính độc đáo, thu hút đặc biệt sự chú ý của khách du lịch.

3.2. Về hoạt động tuyên truyền, quảng bá

Để khai thác có hiệu quả tiềm năng du lịch Huế vào mùa mưa, quá trình tuyên truyền và quảng bá đóng vai trò quyết định. Các giải pháp cần thiết là:

- Đầu tư ngân sách cho hoạt động xúc tiến quảng bá, nâng cao tính chuyên nghiệp cho đội ngũ làm công tác xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng bá về mưa Huế thông qua các tạp chí có uy tín, chất lượng như Thời báo Kinh tế Việt Nam, tạp chí Hàng không-Heritage, báo Du lịch, Tiếp thị... Kết hợp linh hoạt các hình thức tuyên truyền như: Festival, hội chợ, triển lãm cho mưa Huế.

- Đẩy mạnh công tác thông tin du lịch và ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác xúc tiến, quảng bá. Thiết lập trên trang web du lịch của tỉnh một trang dành riêng cho sản phẩm du lịch mưa Huế, với những nội dung mang tính chiều sâu và sinh động.

- Xuất bản các ấn phẩm liên quan đến mưa Huế, đầu tư làm những bộ phim hay, những phóng sự dài tập để quảng bá về mưa Huế.

- Quan tâm khuyến khích trưng các sản phẩm dịch vụ trong mưa. Gợi những hình ảnh mới mẻ và độc đáo trong cách nhìn nhận về mưa Huế cho khách du lịch.

- Chiến lược phải đặt ra những mục tiêu rõ ràng đối với từng đoạn thị trường trong các khoảng thời gian khá chi tiết. Dự báo khoa học về lượng khách, đoạn thị trường cho từng thời gian cụ thể. Triển khai kế hoạch marketing từng năm.

- Nghiên cứu xây dựng hình ảnh điểm đến vào mùa mưa của Thừa Thiên Huế và đưa ra slogan cho từng thời kỳ. Hình ảnh điểm đến phải có ấn tượng mạnh với du khách bằng cách truyền tải những nội dung và hình ảnh mang giá trị tinh tế của mưa kết hợp với tài nguyên du lịch của địa phương.

- Xây dựng hình ảnh mưa Huế cần gắn với các hoạt động marketing về mưa. Chiến lược tuyên truyền, tiếp thị bằng cách truyền miệng đóng vai trò quan trọng, trực tiếp truyền cảm hứng và hiểu biết về mưa Huế cho du khách. Hướng dẫn viên du lịch phải có những hiểu biết nhất định về mưa Huế để thuyết minh cho khách hiểu và cảm nhận được hết nét đẹp vốn có của mưa Huế. Đồng thời qua đó, bằng cách hỏi thăm, chia sẻ, hướng dẫn viên du lịch có thể nghiên cứu, tìm hiểu những sở thích, nhu cầu mong muốn khác nhau của từng đối tượng khách để từ đó đưa ra cách thức tổ chức phù hợp hơn đối với thị trường khách khác nhau. Đây là cách định vị thị trường khách có hiệu quả để có những chiến lược phù hợp thu hút khách du lịch.

P T C

TÓM TẮT

Mùa mưa ở Huế thường kéo dài từ tháng 11 năm trước đến tháng 3 năm sau và đã trở thành một nét đặc trưng về khí hậu của vùng đất. Huế vào mùa mưa đồng thời là mùa cao điểm du lịch khi nhiều du khách nước ngoài bước vào kỳ du lịch nghỉ đông. Vậy nhưng hoạt động du lịch hiện nay đang tỏ ra kém chất lượng và thiếu đầu tư vào những sản phẩm du lịch mới lạ, mang nét đặc trưng để hấp dẫn du khách đến với Huế vào mùa mưa. Bài viết trình bày tóm lược kết quả nghiên cứu, đánh giá nhu cầu tiềm năng của khách về du lịch mưa Huế, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm phát triển những sản phẩm du lịch phù hợp, khai thác tốt nguồn khách du lịch đến với Huế vào mùa mưa.

ABSTRACT

ON DEVELOPING TOURISM POTENTIAL IN HUẾ DURING THE RAINY SEASON

The rainy season in Huế lasts from November of each year to March of the following year and has become a climatic characteristic of this area. That time is also the high season of tourism when many tourists enjoy their winter holiday abroad. However, tourism activities in Huế are now proved to be poor and lacking in investing in new and typical tourism products in order to attract tourists in rainy season. The article presents a summary of research results, evaluation of customer potential and then proposes solutions to develop suitable tourism products and source of tourists coming to Huế in rainy season.