

Thúc đẩy phát triển du lịch từ đường bay ĐỒNG HỚI - CHIANG MAI

THANH DIỆU

Bay đến Chiang Mai

Đúng 15 giờ 5 phút, chiếc máy bay mang số hiệu BL431 của hãng hàng không Jetstar Pacific cất cánh tại sân bay Đồng Hới đưa 180 hành khách thực hiện chuyến du lịch đến tỉnh Chiang Mai của đất nước Chùa Vàng - Thái Lan.

Ngồi cạnh tôi là chị Đoàn Thị Hòa Hương, người từng có nhiều năm kinh nghiệm tổ chức các tour du lịch quốc tế, đặc biệt là khu vực Đông Bắc Á. Theo chị, việc Quảng Bình mở đường bay Đồng Hới - Chiang Mai đã “chấp cánh” cho du lịch Quảng Bình phát triển lên một tầm cao mới. Nếu tính quãng đường và thời gian bay thì trước đây, với 1 giờ 40 phút bay, người dân và du khách từ Quảng Bình chỉ có thể đi được các tỉnh, thành trong nước. Bây giờ, cũng với thời gian ấy, họ đã có thể xuất ngoại. Nhờ những nỗ lực của chính quyền địa phương trong việc khai trương đường bay, các công ty lữ hành, doanh nghiệp kinh doanh du lịch sẽ có thêm cơ hội thuận lợi để mở rộng quy mô hoạt động của mình. Quan trọng hơn nữa là tiềm năng du lịch của tỉnh Quảng Bình sẽ được khai thác tối đa khi lượng khách nước ngoài tăng cao. Không chỉ kết nối du lịch Quảng Bình, từ Quảng Bình, khách đến từ Chiang Mai có thể dễ dàng tiếp cận các điểm du lịch hấp dẫn khác của Việt Nam, như: SaPa, Hạ Long, Ninh Bình, Hội An, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh. Từ đó, tạo ra 2 hướng du lịch về phía Bắc (Hà Nội - Hạ Long - Ninh Bình - Sapa) và phía Nam (Huế - Đà Nẵng - Hội An - Nha Trang - TP. Hồ Chí Minh).

Trước khi thực hiện chuyến bay đến Chiang Mai, tôi đã tranh thủ tìm hiểu những thông tin cơ bản nhất liên quan đến hoạt động du lịch của người dân xứ Chùa Vàng, đem so sánh với Quảng Bình để có cái nhìn tổng thể. Chiang Mai là tỉnh lớn

nhất tại khu vực phía Bắc, trung tâm du lịch lớn thứ hai của Thái Lan với khoảng 10 triệu khách du lịch mỗi năm. Đây là trung tâm luân chuyển khách du lịch lớn tại Thái Lan và châu Á với 16 đường bay nội địa (9 hãng hàng không khai thác) và 19 đường bay quốc tế (11 hãng hàng không khai thác), kết nối Chiang Mai với các trung tâm du lịch lớn của Thái Lan, Đông Nam Á và thế giới. Chiang Mai có những điểm tham quan du lịch hấp dẫn tuyệt đẹp như đền Wat Doi Suthep, Wat Suan Dok, Wiang Kum Kam - một thành phố cổ ngoài Chiang Mai với nhiều di tích chùa cổ; làng Noong Noc; Viện Bảo tàng Quốc gia; Vườn hồng; Wat Chedi Luang; Công viên voi; Vườn quốc gia Chiang Dao...

Sau hơn 1,5 giờ bay, chiếc máy bay Airbus A320 gồm 180 ghế đồng hạng phổ thông hạ cánh xuống sân bay Chiang Mai. Đường bay Đồng Hới - Chiang Mai có tần suất 2 chuyến/tuần được tổ chức vào thứ hai và thứ sáu. Đây là đường bay quốc tế đầu tiên của Quảng Bình và là đường bay trực tiếp duy nhất từ Việt Nam đến Chiang Mai cho đến thời điểm này.

Làm du lịch kiểu Thái

Chiang Mai thu hút trên 10 triệu lượt du khách đến mỗi năm. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của lượng khách du lịch khổng lồ ấy, Chiang Mai đã có một chiến lược đầu tư, phát triển hợp lý.

Ngay khi đáp máy bay xuống Chiang Mai, sự phát triển và tính chuyên nghiệp trong cách thức làm du lịch của người Thái đã thể hiện rõ. Chỉ trong vòng chưa đầy 1 tiếng đồng hồ, 180 hành khách trên chuyến bay mang số hiệu BL431 từ thành phố Đồng Hới đã hoàn tất thủ tục nhập cảnh Thái Lan. Khác với các thành phố của Việt Nam, sân bay Chiang Mai nằm ngay tại trung

Du lịch

tâm thành phố Chiang Mai, tỉnh Chiang Mai. Từ sân bay về khách sạn, chúng tôi mất chưa đến 10 phút. Chỉ riêng vấn đề thời gian, người Thái đã tạo cho du khách sự thoải mái ngay khi đặt chân đến.

Chiang Mai Hill Hotel là khách sạn có tiêu chuẩn 3 sao gồm 3 tòa nhà cao hơn 10 tầng tọa lạc ngay tại trung tâm thành phố Chiang Mai. Tất cả các trang thiết bị trong phòng nghỉ và trong khách sạn đều rất sạch sẽ, đặc biệt là hệ thống thảm hành lang đủ dày nhằm giảm tối đa tiếng ồn khi du khách di chuyển. Tất cả nhân sự các bộ phận của khách sạn đều sử dụng tiếng Anh để có thể giao tiếp mọi lúc, mọi nơi một cách lưu loát liên quan đến mọi nhu cầu của du khách.

Cách thành phố Chiang Mai 60 cây số về phía Bắc là Trại voi Mea Taman quy tụ 80 con voi trong số hơn 500 con hiện có của làng Mea Taman. Tất cả đều đã được huấn luyện thuần thục các động tác biểu diễn như: vẽ tranh, đá bóng, bốc xếp gỗ, thổi kèn, chào hỏi du khách và cả mát - xa cho người.

Vùng ngoại ô phía Bắc thành phố Chiang Mai có làng dân tộc cổ dài. Đây là một bộ phận dân tộc thiểu số người Myanmar di trú sang. Từ nhiều năm trước, chính phủ Thái Lan đã quy hoạch một bộ phận người dân hình thành ngôi làng phục vụ hoạt động du lịch ngay trong địa phận Vườn Quốc gia Chiang Mai. Ngôi làng chỉ có một số ít những căn nhà sàn thô sơ là nơi sinh sống của các gia đình và cũng là địa điểm homestay của du khách muốn nghỉ qua đêm ở đây. Ngoài ra, trong làng còn có khoảng 30 sạp hàng nhỏ bày bán hàng lưu niệm. Là dân tộc thiểu số nhưng họ nói tiếng Anh lưu loát. Điều này dễ hiểu, bởi binh quân có hơn 100 lượt khách quốc tế đến đây mỗi ngày.

Có một điều dễ nhận thấy là văn hóa giao thông của người dân xứ Chùa Vàng rất đáng ngưỡng mộ. Trong suốt thời gian có mặt tại đây, mặc dù di chuyển hàng trăm cây số từ Chiang Mai đến tỉnh Chiang Rai (cách Chiang Mai tâm 240km) và nội đô hai thành phố này, tuyệt nhiên tôi không nghe một tiếng còi xe. Người Thái tham giao thông rất điềm tĩnh nhưng tốc độ di chuyển phương tiện lại rất nhanh. Và không bao giờ có chuyện lấn chiếm làn đường, hay vượt ẩu, qua đường thiếu quan sát mặc dù

hệ thống hạ tầng giao thông cũng như hệ thống đèn đường của hai thành phố Chiang Mai, Chiang Rai không được rộng thoáng như một số thành phố của Việt Nam. Cũng bởi vì thế mà du khách có thể tiết kiệm tối đa thời gian di chuyển, khám phá. Thái Lan có lực lượng cảnh sát du lịch trực tiếp giải quyết và chỉ giải quyết những vấn đề liên quan đến khách du lịch mà thôi. Thậm chí người Thái còn thuê lực lượng của rất nhiều quốc gia trên thế giới để làm cảnh sát du lịch nhằm tránh sự bất đồng ngôn ngữ. Nếu khách du lịch Nga có tranh chấp, ngay lập tức sẽ có cảnh sát du lịch người Nga, nói tiếng Nga đứng ra giải quyết.

Mỗi nhà hàng ở đất nước Chùa Vàng có một không gian, phong cách phục vụ với những món ăn riêng nhưng họ thống nhất giá bán các loại thực phẩm. Khi du khách vào khu du lịch nào đó muốn uống một chai bia với giá 120 Bath (đơn vị tiền tệ Thái Lan - PV) thì tất cả các nhà hàng đều thống nhất một giá bán như nhau; tuyệt nhiên không có sự chèo kéo, chặt chém hay hạ giá bán sản phẩm để cạnh tranh, hút khách thiếu lành mạnh. Hầu hết các nhà hàng của người Thái đều phục vụ khách du lịch theo tour. Bởi thế, họ luôn duy trì một lượng khách ổn định trong vòng ít nhất là 10 năm bằng cách tạo dựng thương hiệu, tăng cường quảng bá, kết nối chặt chẽ với các công ty lữ hành, doanh nghiệp kinh doanh du lịch. Cũng vì thế mà xác suất thua lỗ khi đầu tư xây dựng nhà hàng, khách sạn là điều rất ít thấy.

Nếu so sánh tiềm năng du lịch của Chiang Mai với Quảng Bình thì chúng ta có nhiều điểm tương đồng và lợi thế để phát triển. Hai tỉnh đều có những lợi thế rất riêng trong việc khai thác tiềm năng du lịch. Quảng Bình có Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng hai lần được công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới với những giá trị nổi bật toàn cầu, hệ thống hàng trăm hang động lớn như: hang Sơn Đoòng, hang Khe Ry, động Thiên Đường,... Ngoài ra còn nhiều danh lam thắng cảnh cùng hệ thống di tích lịch sử - văn hóa đa dạng, nhiều di sản văn hóa vật thể và phi vật thể giàu bản sắc. Bờ biển Quảng Bình dài, những bãi cát vàng óng ánh với nhiều bãi tắm đẹp. Trong khi

đó, khách du lịch đến từ Chiang Mai có đặc tính thích khám phá thiên nhiên, văn hóa, lịch sử, rất phù hợp với sản phẩm du lịch đặc trưng của Quảng Bình là du lịch khám phá thiên nhiên, du lịch mạo hiểm và du lịch trải nghiệm văn hóa, lịch sử. Quảng Bình còn có sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển kết hợp du lịch MICE, là sản phẩm hấp dẫn khách đến từ Chiang Mai. Nhiều hãng lữ hành lớn của Việt Nam như Vietravel, Saigon Tourist, Du lịch Việt, Vietnam Travel Mart, HGH... và các hãng lữ hành lớn tại Chiang Mai như Standard Tour, Siam Express, Roong Anan Tour, Global Union Express, PD Chiang Mai... đã mở bán rộng rãi các chương trình du lịch qua đường bay và thu hút được sự quan tâm, giao dịch của đông đảo khách du lịch tại Việt Nam và Thái Lan.

Vĩ thanh

Việc mở đường bay Đông Hới - Chiang Mai đã giúp đẩy mạnh việc mở rộng các thị trường quốc tế, tăng trưởng nhanh khách du lịch quốc tế đến Quảng Bình từ Thái Lan và các du khách từ nước thứ 3 qua Thái Lan. Vấn đề đặt ra là cần làm thế nào để khai thác tối đa tiềm năng du lịch hiện có, đặc biệt là những cơ hội mở ra từ đường bay Đông Hới - Chiang Mai? Đây là một câu hỏi lớn đặt ra cho các nhà hoạch định du lịch Quảng Bình. Để làm được điều đó, Sở Du lịch cần phải tiếp tục phát huy tốt vai trò đầu mối thực hiện các hoạt động quản lý nhà nước cũng như xúc tiến, quảng bá về lĩnh vực du lịch. Mặt khác cần tăng cường phối hợp với các sở, ngành, địa phương nhằm vận động nhân dân tham gia sử dụng đường bay Đông Hới - Chiang Mai để mang hình ảnh Quảng Bình “định hình” trong tour du lịch của các doanh nghiệp; liên kết, kết nối nhiều hơn với các công ty lữ hành, điều hành tour du lịch trong nước và quốc tế nhằm thu hút du khách. Nhiều ý kiến cũng cho rằng cần tạo điều kiện tối đa trong các khâu thủ tục, thời gian xuất, nhập cảnh và nâng cao chất lượng các hoạt động dịch vụ phục vụ du lịch nhằm tạo điều kiện tối đa cho du khách đến Quảng Bình từ một nước thứ ba (ngoài Thái Lan). Đây chính là điểm mấu chốt trong việc khai thác có hiệu quả đường bay Đông Hới - Chiang Mai, đồng thời mở ra cánh cửa đón tiếp du khách quốc tế đến Quảng Bình ■

T.D

Năm 2017 và những dấu ấn...

(Tiếp theo trang 38)

nhiệm trong công tác xúc tiến, quảng bá, chưa phát huy được nguồn lực xã hội hóa, đặc biệt là nguồn lực từ các doanh nghiệp du lịch; cơ sở vật chất, kỹ thuật, hạ tầng du lịch của tỉnh còn hạn chế nên ít nhiều cũng ảnh hưởng đến quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Bình đến với du khách.

Để ngành Du lịch Quảng Bình đạt hiệu quả tốt hơn, trong thời gian tới cần mở rộng các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch của tỉnh với các thị trường trọng điểm trong nước: TP. Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, TP. Hải Phòng, TP. Đà Nẵng, các tỉnh Tây Nam Bộ lấy TP. Cần Thơ làm trọng điểm. Đối với thị trường quốc tế, tiếp tục đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá tại thị trường Thái Lan, một số nước trong khu vực Đông Nam Á, Hàn Quốc... Bên cạnh đó tìm kiếm thị trường khách tiềm năng đến từ châu Âu, Úc; đổi mới nội dung và hình thức để xúc tiến quảng bá du lịch đạt hiệu quả cao; đẩy mạnh tham gia các sự kiện du lịch lớn, các hội chợ, hội thảo về du lịch trong và ngoài nước; tiếp tục tổ chức các đoàn famtrip, presstrip, mediatrip trong nước và quốc tế khảo sát điểm đến du lịch Quảng Bình; hoàn thiện cơ sở hạ tầng, dịch vụ du lịch để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách...

Với những kết quả khả quan trong năm 2017, cùng với sự chung tay của các cấp, các ngành và nhân dân sẽ là nguồn động viên, là động lực cho ngành Du lịch đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến, quảng bá cả bề rộng và chiều sâu, để hình ảnh du lịch Quảng Bình luôn là điểm đến thân thiện, hấp dẫn và an toàn, là điểm đến không thể thiếu trong mỗi chuyến đi của du khách ■

L.C.T