



PHÁT TRIỂN DU LỊCH GIÁO DỤC Ở THỪA THIÊN HUẾ

Trần Hữu Tuấn, Nguyễn Thị Thanh Nga, Hoàng Thị Mộng Liên, Lê Thanh Minh, Nguyễn
Bùi Anh Thư, Trần Thị Nhung

Khoa Du lịch, Đại học Huế, 22 Lâm Hoàng, Tp Huế, Việt Nam

Tóm tắt: Trên thế giới, du lịch giáo dục không phải là một loại hình du lịch mới và thị trường này được mong đợi sẽ tăng trưởng. Sự kết hợp giữa du lịch và giáo dục từ lâu đã được khẳng định là một trong các giải pháp giúp nâng cao hiệu quả của ngành du lịch tại một điểm đến. Trên thực tế thì lại rất ít công trình nghiên cứu về chủ đề này. Thừa Thiên Huế là nơi có nhiều tiềm năng và điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch giáo dục, nên việc thực hiện nghiên cứu “*Phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế*” mang ý nghĩa thiết thực. Sử dụng kỹ thuật phỏng vấn chuyên gia, thảo luận nhóm trọng tâm và phương pháp phân tích ma trận SWOT, chúng tôi tiến hành phân tích, đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển du lịch giáo dục tại tỉnh nhà. Một số giải pháp cơ bản bao gồm (i) Thiết kế, xây dựng các chương trình du lịch giáo dục hấp dẫn, phù hợp với nhiều đối tượng du khách khác nhau trong đó lưu ý đến việc xây dựng các chương trình du lịch giáo dục theo chủ đề phù hợp với đối tượng học sinh, sinh viên, và gia đình có con trong độ tuổi đi học; (ii) Tăng cường công tác truyền thông, nâng cao nhận thức về phát triển du lịch giáo dục trên cơ sở phối hợp tốt giữa chính quyền địa phương, các cơ quan quản lý về giáo dục và du lịch, các doanh nghiệp và cộng đồng; (iii) Tăng cường công tác quảng bá, thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến với các chương trình du lịch ở Thừa Thiên Huế nói chung và các chương trình du lịch giáo dục nói riêng.

Từ khóa: du lịch giáo dục, ma trận SWOT, Thừa Thiên Huế

1. Đặt vấn đề

Trong xã hội hiện đại ngày nay, du lịch đã trở thành một trong những ngành công nghiệp phát triển nhanh nhất trên thế giới [5]. Vai trò của du lịch với đời sống của con người có thể bao gồm: nhờ việc đi du lịch đã tạo nên sự vui vẻ, độc lập, hoàn thiện và phát triển bản thân, đồng thời liên kết với các cơ hội về giáo dục. Có thể nói, tất cả các hình thức du lịch đều được xem là có liên quan đến tính giáo dục. Trên quan điểm đó, Ritchie (2003) [7] phân loại thị trường du lịch về cơ bản bao gồm hai phân khúc: phân khúc thứ nhất được gọi là phân khúc “*du lịch là trước tiên*” nghĩa là du lịch để học tập, giáo dục là quan trọng nhưng không phải là yếu tố cần thiết trọng yếu của quá trình trải nghiệm du lịch; phân khúc thứ hai được gọi là phân khúc “*giáo dục là trước tiên*” trong đó yếu tố học hỏi và giáo dục là động cơ quan trọng nhất của chuyến đi. Khảo sát của Tổ chức du lịch quốc tế (UNWTO) vào năm 2008 đã cung cấp một

*Liên hệ: thtuan@hueuni.edu.vn

trong các kết luận quan trọng về xu hướng phát triển của ngành du lịch thế giới trong tương lai như sau: con người nói chung và người trẻ nói riêng ngày nay đi du lịch không đơn thuần chỉ là khám phá nền văn hóa của điểm đến như trước đây, mà họ còn mong muốn được kết hợp đồng thời với các nhu cầu khác như nghiên cứu, làm việc, và đặc biệt là học tập [9, tr. 10]. Sự thay đổi này đã mở ra tiềm năng cho một loại hình du lịch mới đó là du lịch giáo dục.

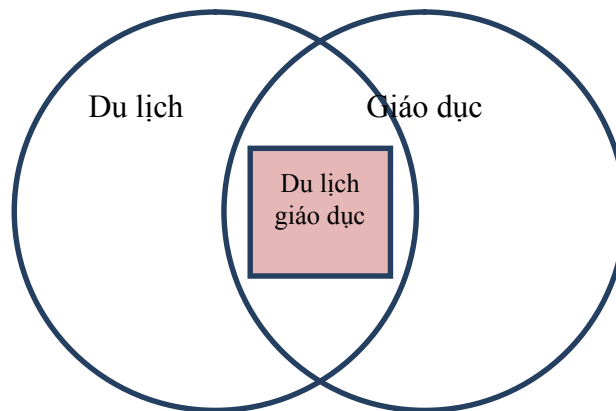
Holdnak và Holland (1996) cho rằng ý niệm về loại hình du lịch giáo dục không phải là một điều quá mới [2], và sự kết hợp giữa du lịch và giáo dục từ lâu đã được khẳng định là một trong các giải pháp giúp nâng cao hiệu quả của ngành du lịch tại một điểm đến [3]. Tuy nhiên, trên thực tế thì lại rất ít công trình nghiên cứu về chủ đề này ngay cả ở các nước phát triển [6]. Theo hiểu biết của chúng tôi, ở Việt Nam tính đến thời điểm hiện nay, chưa có công trình nghiên cứu nào bàn về du lịch giáo dục nói chung cũng như nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển du lịch giáo dục cho một điểm đến nói riêng. Trong khi đó loại hình du lịch này rất có ý nghĩa đối với ngành du lịch và giáo dục, đặc biệt ở Thừa Thiên Huế là nơi vô cùng lý tưởng và phù hợp để tiên phong trong nghiên cứu phát triển du lịch giáo dục. Bởi lẽ, đây là địa phương nổi tiếng với nhiều điểm tham quan liên quan đến giáo dục hàng trăm năm tuổi, mang trong mình nhiều giá trị văn hóa, là chứng tích của một quá trình phát triển giáo dục nước nhà như: Quốc Tử Giám Huế, Văn Thánh, Trường Quốc Học, Trường Hai Bà Trưng, Đại học Huế, Học Viện Phật Giáo Việt Nam tại Huế, v.v. Vì vậy, chúng tôi tiến hành công trình nghiên cứu “Phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế” nhằm hệ thống hóa một số vấn đề lý luận về du lịch giáo dục, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, từ đó đề xuất giải pháp phát triển du lịch giáo dục tại Thừa Thiên Huế.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp

2.1. Cơ sở lý thuyết

Du lịch giáo dục

Theo Bodger (1998), du lịch giáo dục (education tourism) có thể hiểu “là loại hình du lịch mà khách đi đến một địa điểm có thể theo nhóm hoặc cá nhân với động cơ chủ yếu nhằm có được các trải nghiệm liên quan đến việc học” [8]. Khách du lịch giáo dục là “cá nhân hoặc nhóm người đi du lịch và ở lại ngoài nơi thường trú của họ trong khoảng thời gian hơn 24 giờ và không quá một năm” cho các mục đích bao gồm nghiên cứu, kinh doanh, giải trí và các hoạt động khác [9]. Sơ đồ 1 trình bày hai thành phần chính của du lịch giáo dục và sự kết hợp giữa du lịch và giáo dục đã nâng cao hiệu quả của ngành du lịch (Lam và cộng sự, 2011) [3].



Sơ đồ 1. Hai thành phần của du lịch giáo dục (Abubakar và cộng sự, 2014) [13]

Du lịch giáo dục là một trong những loại hình du lịch phổ biến trên thế giới hiện nay. Sự phổ biến và sự cần thiết của nó trong thị trường du lịch gia tăng từng ngày. Nhiều quốc gia trên thế giới đã phát triển du lịch giáo dục như là một trong những nguồn thu nhập chính của họ [2].

Du lịch giáo dục thường là sự kết hợp của một số loại hình du lịch khác như du lịch sinh thái, du lịch di sản, du lịch nông thôn/trang trại và trao đổi sinh viên giữa các cơ sở giáo dục [6]. Du lịch giáo dục có thể bao gồm các chủ đề như khám phá giới hạn sinh thái, giám sát để khôi phục các quần thể suy giảm và quản lý sự thay đổi môi trường sống, theo dõi môi trường sống của động vật ăn thịt đặc hữu hiếm, đo lường tác động của giáo dục sức khỏe cộng đồng và thử nghiệm lâm sàng của ký sinh trùng đường ruột từ xa của các loài tái phát, khảo sát các nhà thảo dược truyền thống để bảo tồn kiến thức bản địa, tìm ra mối liên hệ giữa sự nóng lên toàn cầu và loài mối, v.v. [12].

Cần phân biệt giữa du lịch giáo dục và giáo dục du lịch: giáo dục du lịch (Tourism education) nhấn mạnh vào các kỹ năng học tập cần thiết cho dự phát triển trí tuệ và nghề nghiệp, đáp ứng nhu cầu của ngành du lịch. Một số nhà nghiên cứu đã chỉ rõ hơn về mục đích chính của giáo dục du lịch nên là chuẩn bị cho sinh viên tốt nghiệp làm việc trong ngành du lịch [4, 11]. Giáo dục du lịch khác du lịch giáo dục ở chỗ là giáo dục du lịch tập trung vào một sự hiểu biết quan trọng về du lịch và nhấn mạnh việc trang bị kiến thức và kỹ năng cho việc làm trong ngành du lịch.

Du lịch giáo dục chưa thật sự phổ biến tại Việt Nam, vì thế việc tổng quan các nghiên cứu về du lịch giáo dục sẽ cung cấp những cơ sở lý luận đa chiều về du lịch giáo dục, qua đó giúp cho người đọc hiểu rõ hơn về du lịch giáo dục.

Về ý nghĩa thực tiễn, sự phát triển của du lịch giáo dục sẽ mang lại lợi ích to lớn về giáo dục, góp phần củng cố thêm kiến thức, kỹ năng cho khách du lịch khi tham gia chương trình.

Từ đó, bản thân của mỗi khách du lịch sẽ nhận được nhiều giá trị khác biệt hơn so với các loại hình du lịch khác. Đây được xem như một chương trình du lịch giúp học mà chơi, chơi mà học. Nói cách khác, có thể xem chương trình du lịch giáo dục là một chương trình nhằm thay đổi cách tiếp cận tri thức và tăng sự trải nghiệm để người tham gia dễ dàng tiếp nhận tri thức cũng như tiếp cận một cách đa chiều và sâu sắc hơn, không chỉ là học lý thuyết mà còn học từ chính những trải nghiệm thực tiễn.

Chương trình du lịch giáo dục

Nghị định số 27/2001/NĐ-CP về kinh doanh lữ hành và hướng dẫn du lịch ở Việt Nam ban hành ngày 5 tháng 6 năm 2001 định nghĩa: “Chương trình du lịch là lịch trình đã được định trước của chuyến đi du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức, trong đó xác định thời gian chuyến đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển, các dịch vụ khác và giá bán chương trình” [5, tr. 1]. Tương tự như định nghĩa về chương trình du lịch, chương trình du lịch giáo dục cũng sẽ bao gồm các thành phần đã nêu trên. Ngoài ra còn có những hoạt động tìm hiểu, trải nghiệm và thu thập kiến thức trong quá trình tham quan du lịch.

2.2. Phương pháp

Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng trong nghiên cứu này với các kỹ thuật sau.

– Phỏng vấn chuyên gia (Key informant interview): bảng hỏi bán cấu trúc được xây dựng nhằm thu thập ý kiến từ một số chuyên gia có kiến thức chuyên môn liên quan (trong các lĩnh vực như văn hóa, giáo dục, di sản, lịch sử, du lịch, v.v.), đánh giá về các yếu tố/chủ đề như tiềm năng, lợi thế và điều kiện phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế.

– Thảo luận nhóm trọng tâm (Focus group discussion): chúng tôi tổ chức một cuộc thảo luận nhóm trọng tâm bao gồm khoảng 10 đại biểu tham gia. Thành phần đại biểu tham gia gồm một số nhà khoa học đến từ Khoa Du lịch - Đại học Huế, đại diện cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, một số nhà nghiên cứu văn hóa Huế, đại diện lãnh đạo các đơn vị quản lý các điểm di tích liên quan (như Trường Quốc Học, Trường Hai Bà Trưng, Đại học Huế, Giáo hội Phật Giáo Việt Nam tại Huế, Bảo tàng Lịch sử Thừa Thiên Huế, v.v.), và đại diện một số công ty lữ hành đóng trên địa bàn tỉnh. Mục đích của thảo luận nhóm trọng tâm là nhằm thu thập thông tin liên quan đến việc đánh giá tiềm năng, điều kiện thuận lợi, khó khăn và thách thức trong phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế.

– Phương pháp phân tích ma trận SWOT: SWOT là cụm từ viết tắt của Strengths (điểm mạnh), Weaknesses (điểm yếu), Opportunities (cơ hội), và Threats (thách thức). Phương pháp phân tích ma trận SWOT là phương pháp phân tích chiến lược, rà soát và đánh giá vị trí, định hướng của một đề án hay hoạt động kinh doanh dựa trên các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và

thách thức. Trong đó, điểm mạnh và điểm yếu được xem là những “yếu tố nội bộ”, còn cơ hội và thách thức là các “yếu tố bên ngoài”, tạo nên (hoặc làm giảm) giá trị của đề án/hoạt động kinh doanh. Ứng dụng ma trận SWOT giúp mang lại cái nhìn đầy đủ về các tiềm năng, lợi thế, cũng như cơ hội và thách thức trong phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế, từ đó đưa ra được các định hướng phát triển du lịch giáo dục ở địa bàn nghiên cứu.

3. Kết quả phân tích ma trận SWOT về phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế

Dựa trên kết quả phỏng vấn chuyên sâu và thảo luận nhóm, chúng tôi xây dựng mô hình SWOT để phân tích các yếu tố bên trong và bên ngoài về phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế, cụ thể như sau (xem bảng 1):

Bảng 1. Ma trận SWOT về phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế

Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> - S1: Thừa Thiên Huế còn lưu giữ nhiều điểm di tích, công trình, địa danh mang tính giáo dục nổi tiếng (Văn Miếu Quốc tử Giám Huế, Văn Thánh, Học viện Phật giáo Việt Nam tại Huế, Trường Quốc học, Trường Hai Bà Trưng, Đại học Huế, v.v.). Thừa Thiên Huế là cái nôi của giáo dục và đào tạo, nơi có nhiều cơ sở giáo dục và đào tạo có uy tín/chất lượng cao (Đại học Huế, Trường PTTH Quốc Học, PTCS Nguyễn Tri Phương), cũng là nơi có nhiều cơ sở đào tạo nhân lực du lịch có uy tín (Trường Cao đẳng Du lịch Huế, Khoa Du lịch – Đại học Huế). - S2: Các điểm di tích mang tính giáo dục tập trung phần lớn ở khu vực trung tâm thành phố Huế, liền kề với các di tích/di sản văn hóa, lịch sử ở trên địa bàn. Điều này tạo điều kiện thuận lợi trong việc di chuyển, kết nối giữa các điểm di tích giáo dục, vừa thuận lợi trong việc xây dựng các tour du lịch kết hợp thăm viếng nhiều loại hình di tích khác nhau. - S3: Chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế và thành phố Huế đã và đang có nhiều chủ trương, chính sách, biện pháp thúc đẩy sự phát triển của ngành 	<ul style="list-style-type: none"> - W1: Các điểm di tích giáo dục chưa được khai thác đầy đủ nhằm phục vụ phát triển du lịch; có thể nói du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế còn ở dạng tiềm năng hơn là thực tế. Mặc dù trên thực tế việc khai thác các điểm di tích giáo dục ở Thừa Thiên Huế phục vụ mục đích du lịch cũng đã được một số cá nhân, đơn vị triển khai nhưng còn ở quy mô nhỏ lẻ, chưa có những tour/chương trình du lịch giáo dục được triển khai rộng rãi mang tính đại trà thực hiện bởi các công ty lữ hành. - W2: Sự xuống cấp của một số di tích văn hóa, lịch sử, giáo dục, v.v. - W3: Thời tiết, khí hậu khắc nghiệt gây cản trở đến sự phát triển của ngành du lịch. - W4: Thiếu các dịch vụ vui chơi, giải trí phục vụ khách du lịch; thiếu các sản phẩm du lịch cốt lõi; nhìn chung, sản phẩm du lịch ở Thừa Thiên Huế còn khá nghèo nàn, thiếu đồng bộ làm cho thời gian lưu trú của khách du lịch tại Thừa Thiên Huế còn khá thấp so với điểm đến khác trong khu vực. - W5: Chỉ số năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực hạ tầng du lịch còn thấp (chưa có các đường bay

<p>du lịch nói chung, thúc đẩy sự phát triển các loại hình du lịch theo chủ đề như du lịch di sản, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, hay du lịch giáo dục, v.v. nói riêng.</p> <p>– S4: Thừa Thiên Huế tự hội đa dạng các nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, là điều kiện lý tưởng để có thể gắn kết, phối hợp phát triển du lịch giáo dục với các loại hình du lịch khác như du lịch giáo dục kết hợp di sản; du lịch giáo dục – sinh thái, nghỉ dưỡng, làng nghề; du lịch giáo dục – tâm linh – thiện nguyện, v.v.</p> <p>– S5: Hệ thống cơ sở hạ tầng (sân bay, bến cảng, đường sắt, đường bộ, v.v.), cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch (nhà hàng, khách sạn, vận chuyển, lễ hành, các điểm mua sắm, v.v.) khá đồng bộ, thuận tiện trong việc đón và gửi khách; nguồn nhân lực du lịch ở Thừa Thiên Huế cơ bản được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ và có tay nghề khá hơn so với nhiều tỉnh thành khác trong nước.</p> <p>– S6: Thừa Thiên Huế có nhiều lễ hội đặc sắc; ẩm thực đa dạng, độc đáo và nổi tiếng; con người Huế thân thiện, mến khách.</p>	<p>quốc tế, các chuyến bay giá rẻ trong nước đến Huế còn rất hạn chế, thiếu những cơ sở vật chất du lịch phục vụ đáp ứng thị trường khách hạng sang/khách có khả năng chi trả cao; quy mô lớn như các đoàn khách du lịch đến bằng tàu biển, v.v.).</p> <p>– W6: Vấn nạn cò mồi, đeo bám, ăn xin, “chặt chém” khách du lịch vẫn còn diễn ra khá phổ biến.</p> <p>– W7: Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch của Thừa Thiên Huế còn khá khiêm tốn; công tác truyền thông, nâng cao nhận thức chưa được đầu tư, quan tâm đúng mức; có thể nói Thừa Thiên Huế chưa xây dựng được một thương hiệu điểm đến rõ ràng, thiếu một thương hiệu mạnh.</p>
<p style="text-align: center;">Cơ hội</p> <p>– O1: Đảng và Nhà nước đã xác định Thừa Thiên Huế là trọng điểm phát triển du lịch, và có nhiều chủ trương, chính sách thúc đẩy sự phát triển của du lịch cho tỉnh nhà. Bên cạnh đó, Thừa Thiên Huế còn được xem là một trung tâm khoa học, giáo dục và đào tạo; Đảng và Nhà nước đã và đang ban hành nhiều chủ trương, chính sách ưu tiên thúc đẩy sự phát triển về khoa học, giáo dục và đào tạo cho tỉnh.</p> <p>– O2: Kinh tế thế giới phục hồi, kinh tế Việt Nam tăng trưởng nhanh và ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, ngành du lịch Việt nam trong những năm gần đây có sự tăng trưởng vượt bậc (đặc biệt là về lượt khách).</p> <p>– O3: Nhiều khách quốc tế chọn Thừa Thiên Huế</p>	<p style="text-align: center;">Thách thức</p> <p>– T1: Thừa Thiên Huế đang đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt với các điểm đến nổi tiếng trong khu vực Duyên hải Miền Trung như Đà Nẵng, Hội An cũng như các điểm đến mới nổi trong khu vực như Quảng Bình, Quy Nhơn, v.v.</p> <p>– T2: Sự phát triển của khoa học công nghệ (công nghiệp 4.0) cũng tạo ra thách thức cho địa phương nếu không bắt kịp với các điểm đến khác trong nước và khu vực. Ví dụ, Báo cáo năng lực cạnh tranh ngành lễ hành và du lịch 2019 do Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) cho biết Việt Nam tăng hạng từ vị thứ 67 lên 63. Góp phần vào sự tăng bậc này có đóng góp của nhiều yếu tố như cải thiện độ mở quốc tế (visa), giá cả và hạ tầng. Tuy nhiên, yếu tố ứng dụng công nghệ thông tin trong</p>

<p>làm điểm đến vì truyền thống văn hóa Huế, sự đa dạng của tài nguyên du lịch (cả thiên nhiên và nhân văn), ẩm thực đặc sắc, v.v.; Thừa Thiên Huế được nhiều nguồn khách xem là điểm đến mới lạ (khác với các điểm đến ở khu vực Nam Trung Bộ như Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang – những điểm đến chủ yếu dựa vào tài nguyên du lịch biển, du lịch Thừa Thiên Huế bao gồm cả du lịch văn hóa, di sản và du lịch thiên nhiên); Du lịch tàu biển đến Thừa Thiên Huế đang tăng trưởng rất nhanh.</p> <p>– O4: Học sinh, sinh viên ở Việt Nam cũng như ở nhiều nước trên thế giới hiện nay có xu hướng tham gia các hoạt động ngoại khóa, trải nghiệm, dã ngoại.</p>	<p>du lịch của Việt Nam giảm từ hạng 80 năm 2017 xuống 83 năm 2019.</p> <p>– T3: Biến đổi khí hậu và rủi ro thiên tai làm ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành du lịch như sự xuống cấp của các công trình văn hóa, di sản; sự hư hại của hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất phục vụ du lịch; các tour du lịch bị hủy khi có thiên tai, bão lụt xảy ra, v.v. Ảnh hưởng của rủi ro thiên tai và biến đổi khí hậu đối với Thừa Thiên Huế càng nghiêm trọng hơn do thường xuyên hứng chịu nhiều đợt thiên tai, bão lụt hằng năm.</p> <p>– T4: Quá trình đô thị hóa diễn ra nhanh gây phá vỡ, thu hẹp cảnh quan, ô nhiễm môi trường, các công trình kiến trúc bị xâm hại và gây khó khăn cho công tác bảo tồn.</p> <p>– T5: Có thể nói, thị trường khách du lịch giáo dục là một dạng thị trường ngách, khá hẹp (đối tượng khách hàng chủ yếu là học sinh, sinh viên, gia đình có con trong độ tuổi đi học, v.v.), trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt về thị trường giáo dục giữa Thừa Thiên Huế và các tỉnh/ thành trong khu vực, cũng như giữa Việt Nam và các nước trong khu vực ASEAN.</p>
---	--

4. Giải pháp, kiến nghị phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế dựa trên mô hình SWOT

Trên cơ sở kết quả phân tích mô hình SWOT, chúng tôi đề xuất các chiến lược nhằm phát huy điểm mạnh của du lịch Thừa Thiên Huế, tận dụng các cơ hội bên ngoài (SO) cũng như tránh được ảnh hưởng tiêu cực của các thách thức (ST); các chiến lược dựa trên khả năng vượt qua các điểm yếu của du lịch Thừa Thiên Huế để tận dụng cơ hội từ bên ngoài (WO) và giảm thiểu các thách thức từ bên ngoài (WT).

Chiến lược SO (Strengths – Opportunities): Đây là chiến lược dựa trên ưu thế của du lịch Thừa Thiên Huế để tận dụng các cơ hội từ bên ngoài.

- S1, S2, S3, S6 – O1, O2: Phát triển các chương trình du lịch giáo dục phù hợp cho nhiều đối tượng du khách khác nhau, góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch ở Thừa Thiên Huế. Cụ thể, đối với học sinh, sinh viên là các chương trình du lịch giáo dục theo chủ đề

(tham quan, tìm hiểu các điểm di tích giáo dục nêu trên kết hợp trải nghiệm, nghe thuyết pháp, dự seminar/hội thảo, giao lưu với học sinh/sinh viên, tham gia các trò chơi đố vui để học/rung chuông vàng, v.v.); đối với du khách nói chung, xây dựng các tour du lịch kết hợp giữa du lịch giáo dục kết hợp khám phá di sản Huế (vật thể, phi vật thể), du lịch giáo dục kết hợp tâm linh, du lịch giáo dục kết hợp từ thiện, khóa học nấu ăn, v.v.

- S1, S2, S3 – O3: Tăng cường quảng bá, thu hút khách du lịch quốc tế đến với các chương trình du lịch ở Thừa Thiên Huế nói chung, các chương trình du lịch giáo dục nói riêng.
- S1, S2 – O4: Xây dựng các chương trình du lịch giáo dục theo chủ đề phù hợp với đối tượng học sinh, sinh viên như du lịch trải nghiệm, tham gia các trò chơi đố vui để học, rung chuông vàng, tham quan các bảo tàng, nhà trưng bày, v.v.; các chương trình du lịch giáo dục có thể tổ chức đan xen với các sự kiện hoặc lễ hội, ẩm thực, gắn liền với các điểm tham quan, v.v.
- S2 – O1, O2, O3: Khi khai thác chương trình du lịch giáo dục, có thể kết hợp các điểm liên kề tiện lợi về mặt di chuyển như kết nối một số điểm trên cùng một tuyến đường, có khoảng cách gần nhau chẳng hạn như: (1) Trung tâm Văn hóa Huyện Trần, di tích lịch sử Chín Hầm, và Học Viện Phật Giáo Việt Nam tại Huế; (2) Trường Quốc Học, Hai Bà Trưng, Đại học Huế; (3) Văn Thánh, Chùa Thiên Mụ, v.v.

Chiến lược ST (Strengths – Threats): Đây là các chiến lược dựa trên ưu thế của du lịch Thừa Thiên Huế, giảm thiểu các thách thức từ bên ngoài.

- S1, S3, S4, S6 – T1, T5: Đa dạng các sản phẩm và dịch vụ du lịch; phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng mang giá trị cốt lõi để cạnh tranh với điểm đến khác. Sản phẩm du lịch đặc trưng của Huế là sự khéo léo kết hợp khai thác giá trị di sản (một điểm đến, năm di sản) với các loại hình du lịch có sẵn của Thừa Thiên Huế như du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng (biển, đầm phá, vườn quốc gia, suối nóng, nhà vườn, v.v.), lễ hội, ẩm thực, giáo dục, v.v.
- S3, S4, S5 – T2: Tăng cường đầu tư, ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển du lịch. Thừa Thiên Huế được đánh giá thuộc top đầu trong các tỉnh/thành cả nước về mức độ sẵn sàng ứng dụng công nghệ thông tin, chính quyền điện tử, đô thị thông minh. Trong thời gian tới, Thừa Thiên Huế cần ưu tiên đầu tư xây dựng mô hình du lịch thông minh phát triển trên nền tảng ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ hiện đại (công nghiệp 4.0), đặc biệt là công nghệ thông tin truyền thông, nhằm tạo ra những giá trị, dịch vụ tốt nhất, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách, doanh nghiệp, cơ quan quản lý du lịch và cộng đồng.
- S1, S2, S3, S4 – T3, T4: Tiến tới xây dựng một số tour du lịch thích ứng với mưa, bão, lụt ở Thừa Thiên Huế; các tour du lịch tham quan, trải nghiệm công tác phục hồi, trùng tu, tôn tạo di sản. Ví dụ, tour du lịch nghiên cứu sinh thái (Eco-study tour là kết quả của chương

trình hợp tác giữa Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế và Viện Nghiên cứu Đô thị và Vùng, Đại học Waseda, Nhật Bản) ở làng vua Gia Long hứa hẹn sẽ là sản phẩm du lịch mới mẻ và bổ ích cho du khách thích khám phá trải nghiệm. Không những thế, chương trình còn khuyến khích người dân chung tay bảo vệ cảnh quan di sản và tạo sinh kế bền vững cho cộng đồng địa phương sống quanh khu vực làng Gia Long.

Chiến lược WO (Weaks – Opportunities): Đây là các chiến lược dựa trên khả năng vượt qua các điểm yếu của du lịch Thừa Thiên Huế để tận dụng cơ hội từ bên ngoài.

- W1 – O1, O2: Xây dựng và phát triển các chương trình du lịch giáo dục đáp ứng nhu cầu đa dạng của nhiều đối tượng du khách khác nhau.
- W2 – O1: Huy động nguồn lực đầu tư, tăng cường công tác bảo tồn, tôn tạo và chống xuống cấp đối với các di tích, di sản.
- W3, W4, W5 – O1, O2: Kêu gọi, huy động nguồn lực để phát triển cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch nhằm tạo ra những sản phẩm, dịch vụ du lịch đồng bộ. Đầu tư xây dựng, nâng cấp, hoàn thiện hệ thống nhà hàng, khách sạn, khu vui chơi giải trí nhằm kéo dài thời gian lưu trú của du khách, cũng như hạn chế những bất lợi của điều kiện thời tiết, khí hậu khắc nghiệt ở Thừa Thiên Huế.
- W6 – O1: Nâng cao năng lực và hiệu lực quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch. Đây là vấn đề quan trọng, mang ý nghĩa quyết định đối với sự phát triển của ngành du lịch Thừa Thiên Huế. Quản lý du lịch tốt, Thừa Thiên Huế sẽ có một môi trường du lịch an toàn, thân thiện và văn minh, không còn nạn “chặt chém”, chèo kéo khách du lịch, nhất là với du khách nước ngoài.
- W7 – O1, O2: Huy động nguồn lực, tăng cường hợp tác trong công tác xúc tiến, quảng bá và nâng tầm thương hiệu du lịch Thừa Thiên Huế. Tăng cường công tác truyền thông, nâng cao nhận thức về phát triển du lịch dựa trên sự phối hợp tốt giữa các bên liên quan gồm: chính quyền địa phương, cơ quan quản lý về giáo dục và du lịch, các doanh nghiệp và cộng đồng.

Chiến lược WT (Weaks – Threats): Đây là chiến lược dựa trên khả năng vượt qua hoặc hạn chế tối đa các điểm yếu của du lịch Huế và tránh các thách thức/nguy cơ đến từ bên ngoài.

- W1 – T1, T5: Phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch mới, đặc trưng, có sức hấp dẫn cao để cạnh tranh với các điểm đến trong khu vực. Ví dụ như các tour du lịch khai thác di sản kết hợp giáo dục, tâm linh, sinh thái, nghỉ dưỡng, ẩm thực, lễ hội; xây dựng các tour du lịch giáo dục theo chủ đề để thu hút học sinh, sinh viên, và các gia đình có con trong độ tuổi đi học ở cả thị trường trong và ngoài nước.

- W1, W7 – T1, T3: Khi xây dựng các tour/các chương trình du lịch giáo dục, cần có sự tham gia, tham vấn các bên liên quan (các nhà nghiên cứu, chuyên gia, doanh nghiệp và nhà quản lý đến từ các trường đại học, viện nghiên cứu, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch, các công ty lữ hành và những người đang trực tiếp quản lý các điểm di tích giáo dục trên địa bàn) để có thể xây dựng được các tour du lịch khai thác tốt nhất các điều kiện của địa phương vừa đáp ứng nhu cầu của du khách và của các đơn vị kinh doanh lữ hành.

5. Kết luận

Du lịch giáo dục chưa thật sự phổ biến tại Việt Nam trên cả phương diện lý luận và thực tiễn. Về mặt lý luận, hiện chưa có những nghiên cứu lý thuyết cung cấp những cơ sở lý luận đa chiều về du lịch giáo dục và phát triển du lịch giáo dục, từ đó giúp cho người đọc hiểu rõ hơn về du lịch giáo dục, làm nền tảng vững chắc cho việc ứng dụng lý thuyết này vào thực tiễn. Về mặt thực tiễn, chưa có những tour/chương trình du lịch giáo dục mang tính đại trà, phổ biến phục vụ du khách. Tuy nhiên, ý nghĩa của phát triển du lịch giáo dục là khá rõ ràng cho cả du khách (ý nghĩa giáo dục, kiến thức, kỹ năng, trải nghiệm cho khách du lịch khi tham gia chương trình) và ngành du lịch của một điểm đến trong việc đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, bảo tồn và phát huy các giá trị giáo dục của địa phương.

Thừa Thiên Huế là nơi có nhiều tiềm năng, điều kiện hết sức thuận lợi để phát triển du lịch giáo dục. Phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế sẽ là hướng đi mới góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, gắn liền với chiến lược phát triển du lịch bền vững của tỉnh nhà và đưa hình ảnh du lịch Thừa Thiên Huế đến gần hơn với bạn bè trong nước và quốc tế. Để phát triển du lịch giáo dục ở Thừa Thiên Huế, từ kết quả phân tích ma trận SWOT, chúng tôi đề xuất một số giải pháp cơ bản sau: Thiết kế, xây dựng các tour/chương trình du lịch giáo dục hấp dẫn, phù hợp với nhiều đối tượng du khách khác nhau trong đó lưu ý đến việc xây dựng các chương trình du lịch giáo dục theo chủ đề phù hợp với đối tượng học sinh, sinh viên, và gia đình có con trong độ tuổi đi học; Tăng cường công tác truyền thông, nâng cao nhận thức về phát triển du lịch giáo dục trên cơ sở phối hợp tốt giữa chính quyền địa phương, các cơ quan quản lý về giáo dục và du lịch, các doanh nghiệp và cộng đồng; Tăng cường công tác quảng bá, thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến với các chương trình du lịch ở Thừa Thiên Huế nói chung và các chương trình du lịch giáo dục nói riêng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Gibson, H. (1998). The educational tourist. *Journal of Physical Education*, tập 69 số 4, số trang (32–34).
2. A. Holdnak & S. Holland. (1996). *Edutourism: Vacationing to Learn, Parks and Recreation*, tập 31 số 9, số trang (72–75).

3. Lam, J. M. S., Ariffin, A. A., & Ahmad, A. (2011). Edutourism: Exploring the push-pull factors in selecting a university. *International Journal of Business and Society*, tập 12, số 1, tr63-78.
4. Koh, K. (1995). Designing the four-year tourism management curriculum: A marketing approach. *Journal of Travel Research*, tập 34 số 1. Số trang (68-72).
5. Nghị định của chính phủ số 27/2001/NĐ-CP ngày 5 tháng 6 năm 2001 về *Kinh doanh lữ hành và hướng dẫn du lịch*, tr.1, truy cập ngày 01 tháng 9 năm 2018 từ <<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Nghi-dinh-27-2001-ND-CP-kinh-doanh-lu-hanh-huong-dan-du-lich47798.aspx>>
6. Paul, K. A. & R. Trent Larson. (1999). *Educational Tourism: A Strategy to Sustainable Tourism Development in Sub-Saharan Africa*. Truy cập ngày 19 tháng 10 năm 2018 từ <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/idep/unpan002585.pdf>>
7. Ritche, B. W. (2003). *Managing educational tourism*. (Nxb. Channel View Publications), Anh.
8. Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education*, (Nxb. Recreation & Dance), tập 69 số 4, số trang (28-31).
9. UNWTO (2016), *Global report on the power of Youth Travel*, tập 13, số trang (08-10).
10. William, P. (2010). Educational tourism: understanding the concept, recognising the value. *Tourism Insights*, tập 3 số 1.
11. World Tourism Organization (2012). *Annual Report 2012*. Truy cập ngày 16 tháng 10 năm 2018 từ <<http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2012>>
12. Md. Anovar H.B; Rabiul Islam; Chamhuri Siwara và cộng sự (2010). Educational Tourism and Forest Conservation: Diversification for Child Education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, tập 7, số trang (19-23).
13. Abubakar A.M, Shneikat B.H.T. và Oday.A. (2014). Motivational factors for educational tourism: A case study in Northern Cyprus", *Tourism Management Perspectives*, tập 11 số 1, trang 58-62.

EDUCATION TOURISM DEVELOPMENT IN THUA THIEN HUE

Tran Huu Tuan, Nguyen Thi Thanh Nga, Hoang Thi Mong Lien, Le Thanh Minh, Nguyen Bui Anh Thu, Tran Thi Nhung

School of Hospitality and Tourism, Hue University, 22 Lam Hoang St., Hue city, Vietnam

Abstract: In the world, education tourism is not a new form and its popularity in the tourism market is expected to increase. The combination of tourism and education has long been stated as one of the solutions to improve the efficiency of tourism at one destination. However, there exists very little research

on education tourism in the literature. Thua Thien Hue has a lot of potential and favorable conditions to develop education tourism, and therefore, the research on "education tourism development in Thua Thien Hue" is significance. Using the key informant interview technique, focus group discussion, and the SWOT matrix analysis method, we conduct the analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and threats in developing education tourism in Thua Thien Hue, thereby proposing solutions to develop this form of tourism. Some main solutions include (i) Design attractive education tourism programs suitable for different types of visitors, taking account to students and families with school-age children; (ii) Strengthen communication and raise awareness of the development of educational tourism on the basis of good coordination between local authorities, education and tourism management agencies, businesses and the community; (iii) Strengthen the promotion and attraction of domestic and international visitors to tourism programs in Thua Thien Hue, in general, and educational tourism programs, in particular.

Keywords: education tourism, SWOT matrix, Thua Thien Hue