

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA – VŨNG TÀU**  
**KHOA DU LỊCH – SỨC KHỎE**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH  
CHĂM SÓC SỨC KHỎE (WELLNESS TOURISM) TẠI TỈNH  
BÀ RỊA – VŨNG TÀU**

**Trình độ đào tạo : Đại học**  
**Hệ đào tạo : Chính quy**  
**Ngành : Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành**  
**Chuyên ngành : Quản trị nhà hàng – khách sạn**  
**Khóa học : 2018 – 2022**  
**GVHD : Th.S Phạm Thu Huyền**  
**Sinh viên : Hoàng Nữ Ngọc Trân**  
**MSSV : 18033314**  
**Lớp : DH18KS**

*Bà Rịa – Vũng Tàu, tháng 10 năm 2021*

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn tốt nghiệp: ***“Một số giải pháp phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe (wellness tourism) tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu”*** là công trình nghiên cứu của bản thân. Những phần sử dụng tài liệu tham khảo trong luận văn đã được nêu rõ trong phần tài liệu tham khảo. Các số liệu, kết quả trình bày trong luận văn là hoàn toàn trung thực, nếu sai tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm và chịu mọi kỷ luật của bộ môn và nhà trường đề ra.

**Sinh viên thực hiện**

**Hoàng Nữ Ngọc Trân**

## LỜI CẢM ƠN

Thành công không chỉ có một cá nhân tạo ra mà còn gắn liền với những sự hỗ trợ, giúp đỡ của nhiều người khác. Trong suốt thời gian học tập ở giảng đường đại học tôi đã nhận nhiều sự quan tâm, giúp đỡ của quý thầy cô, gia đình và bạn bè.

Với tấm lòng biết ơn vô cùng sâu sắc, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô ở Khoa Du lịch – Sức khỏe của Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu đã nhiệt tình trong việc truyền đạt vốn kiến thức quý báu giúp đỡ tôi rất nhiều trong thời gian 4 năm học tập tại trường. Đặc biệt, tôi xin chân thành cảm ơn sâu sắc đến giảng viên – Th.S Phạm Thu Huyền, về sự hướng dẫn tận tình của cô trong suốt thời gian tôi làm khóa luận tốt nghiệp – Bài báo cáo cuối cùng của mỗi sinh viên trước khi rời khỏi ghế nhà trường, cô đã đưa ra những nhận xét, góp ý, chỉ bảo cùng những lời khuyên vô cùng quý giá cho tôi qua từng buổi nói chuyện, giải đáp thắc mắc trong suốt quá trình khảo sát và hình thành ý tưởng. Không thể phủ nhận rằng, những lời khuyên, góp ý của cô Phạm Thu Huyền cũng như những kiến thức do quý thầy cô Khoa Du lịch – Sức khỏe truyền đạt cho tôi đã giúp tôi rất nhiều trong quá trình tìm hiểu đề tài khóa luận và trong quá trình hoàn thành bài luận tốt nghiệp này.

Tuy nhiên, vì hạn chế do dịch bệnh Covid-19 và kiến thức chuyên môn của tôi vẫn còn nhiều hạn chế cùng với việc bản thân chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế nên khóa luận của tôi vẫn còn nhiều thiếu sót. Kính mong được đón nhận được sự góp ý và chỉ bảo của quý thầy cô và mọi người để tôi có điều kiện bổ sung, nâng cao hiểu biết của mình, phục vụ tốt hơn trong công tác thực tế sau này.

Em xin chúc quý thầy cô dồi dào sức khỏe và ngày càng có nhiều thành công trong sự nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn.

**Sinh viên thực hiện**

**Hoàng Nữ Ngọc Trân**



## MỤC LỤC

|  |             |
|--|-------------|
| <b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT</b>  | <b>viii</b> |
| <b>DANH MỤC HÌNH ẢNH</b>   | <b>ix</b>   |
| <b>DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU</b>  | <b>x</b>    |
| <b>LỜI MỞ ĐẦU</b>  | <b>1</b>    |
| <b>CHƯƠNG 1.</b>   | <b>4</b>    |
| <b>CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ LOẠI HÌNH DU LỊCH CHĂM SÓC SỨC KHỎE</b>  | <b>4</b>    |
| <b>1.1. Khái niệm về du lịch chăm sóc sức khỏe</b>   | <b>4</b>    |
| <i>1.1.1. Khái niệm về sức khỏe và chăm sóc sức khỏe</i>   | <i>4</i>    |
| <i>1.1.2. Khái niệm về du lịch CSSK</i>  | <i>5</i>    |
| <b>1.2. Phân biệt du lịch CSSK (wellness tourism) và du lịch chữa bệnh (medical tourism)</b>       | <b>7</b>    |
| <b>1.3. Mối liên hệ giữa du lịch CSSK (wellness tourism) và du lịch spa (spa tourism)</b>          | <b>11</b>   |
| <b>1.4. Mối quan hệ giữa các loại hình du lịch: du lịch chữa bệnh, du lịch spa và du lịch CSSK</b> | <b>12</b>   |
| <b>1.5. Ý nghĩa của du lịch chăm sóc sức khỏe</b>  | <b>13</b>   |
| <i>1.5.1. Đối tượng khách du lịch của du lịch CSSK</i>   | <i>13</i>   |
| <i>1.5.2. Các hoạt động có trong du lịch chăm sóc sức khỏe</i>                                     | <i>14</i>   |
| <i>1.5.3. Lợi ích của du lịch chăm sóc sức khỏe</i>  | <i>15</i>   |
| <b>1.6. Các tiêu chí phải có để phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe.</b>                          | <b>17</b>   |
| <i>1.6.1. Vị trí đẹp, yên tĩnh và không gian trong lành</i>  | <i>17</i>   |
| <i>1.6.2. Loại hình xây dựng hài hòa với thiên nhiên</i>   | <i>17</i>   |
| <i>1.6.3. Các dịch vụ chăm sóc sức khỏe đi kèm</i>   | <i>18</i>   |
| <i>1.6.4. Đội ngũ lao động có trình độ cao</i>   | <i>18</i>   |
| <b>1.7. Kinh nghiệm phát triển du lịch CSSK ở một số nước trên thế giới</b>                        | <b>18</b>   |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.7.1. <i>Nhật Bản</i>   | 18        |
| 1.7.2. <i>Ấn Độ</i>  | 19        |
| 1.7.3. <i>Trung Quốc</i>   | 20        |
| 1.8. Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa –<br>Vũng Tàu               | 21        |
| <b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 1</b>   | <b>23</b> |
| <b>CHƯƠNG 2.</b>   | <b>24</b> |
| <b>THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH CHĂM SÓC<br/>SỨC KHỎE TẠI TỈNH BÀ RIJA – VŨNG TÀU</b> | <b>24</b> |
| 2.1. Tổng quan về phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe trên thế giới và<br>Việt Nam              | 24        |
| 2.1.1. <i>Xu hướng phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe trên thế giới</i>                        | 24        |
| 2.1.2. <i>Các mô hình du lịch CSSK nổi bật trên thế giới</i>                                     | 27        |
| 2.1.3. <i>Tổng quan về du lịch CSSK ở Việt Nam</i>   | 29        |
| 2.2. Thực trạng về phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu                            | 34        |
| 2.2.1. <i>Lượng khách và doanh thu du lịch tại BR – VT 2020 - 2021</i>                           | 34        |
| 2.2.2. <i>Các dự án đầu tư</i>   | 35        |
| 2.2.3. <i>Tiềm năng phát triển loại hình du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa –<br/>Vũng Tàu</i>         | 36        |
| 2.2.4. <i>Các phương án kích cầu du lịch tỉnh BR - VT</i>  | 37        |
| 2.3. Các nguồn lực phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu                            | 38        |
| 2.3.1. <i>Vị trí địa lý</i>  | 38        |
| 2.3.2. <i>Khí hậu</i>  | 39        |
| 2.3.3. <i>Tài nguyên thiên nhiên</i>   | 40        |
| 2.3.4. <i>Cơ sở hạ tầng</i>  | 40        |
| 2.3.5. <i>Tình hình chính trị - xã hội</i>   | 41        |
| 2.3.6. <i>Các dịch vụ về chăm sóc sức khỏe</i>   | 41        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.4. Các địa điểm tiềm năng phát triển du lịch CSSK tại Bà Rịa – Vũng Tàu</b>                                      | <b>41</b> |
| <b>2.5. Các cơ sở du lịch CSSK nổi bật tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu</b>   | <b>43</b> |
| <i>2.5.1. Minera Hot Springs Bình Châu</i>  | <b>43</b> |
| <i>2.5.2. Six Senses Côn Đảo</i>  | <b>44</b> |
| <i>2.5.3. Charm Resort Hồ Tràm</i>  | <b>44</b> |
| <b>2.6. Các hạn chế phát triển du lịch CSSK tại tỉnh BR – VT</b>  | <b>45</b> |
| <b>2.7. Phân tích SWOT về du lịch CSSK tại tỉnh BR – VT</b>   | <b>46</b> |
| <b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 2</b>  | <b>50</b> |
| <b>CHƯƠNG 3.</b>  | <b>51</b> |
| <b>MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH CHĂM SÓC SỨC KHỎE (WELLNESS TOURISM) TẠI TỈNH BÀ RIJA – VŨNG TÀU</b> | <b>51</b> |
| <b>3.1. Một số giải pháp và kiến nghị để đẩy mạnh phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh BR – VT</b>           | <b>51</b> |
| <i>3.1.1. Một số giải pháp</i>  | <b>51</b> |
| <i>3.1.2. Kiến nghị</i>   | <b>55</b> |
| <b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 3</b>  | <b>57</b> |
| <b>KẾT LUẬN</b>   | <b>58</b> |
| <b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>   | <b>59</b> |

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

|              |  |
|--------------|--|
| Du lịch CSSK | Du lịch chăm sóc sức khỏe  |
| BR – VT      | Bà Rịa – Vũng Tàu  |
| GWI          | Viện Sức khỏe toàn cầu (Global Wellness Institute)                   |
| UBND         | Ủy ban nhân dân  |
| UNWTO        | Tổ chức du lịch thế giới (United Nations World Tourism Organization) |
| WHO          | Tổ chức Y tế Thế giới (World Health Organization)                    |
| SWOT         | Ma trận SWOT (Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threats)         |
| TTHC         | Thủ tục hành chính   |



## DANH MỤC HÌNH ẢNH

|  |    |
|--|----|
| <b>Hình 1. 1</b> Mô hình mở rộng của du lịch chăm sóc sức khỏe   | 6  |
| <b>Hình 1. 2</b> Mối quan hệ giữa ba loại hình du lịch: Du lịch sức khỏe (Health), du lịch spa, du lịch chăm sóc sức khỏe (Wellness) và du lịch y tế (Medical) | 12 |

## **DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU**

|   |    |
|---|----|
| <b>Bảng 1. 1.</b> So sánh sự khác nhau giữa khái niệm du lịch CSSK và du lịch chữa bệnh.                                  | 8  |
| <b>Bảng 1. 2</b> So sánh sự khác nhau giữa du lịch chăm sóc sức khỏe và du lịch chữa bệnh dựa trên đặc điểm khách du lịch | 8  |
| <b>Bảng 1. 3</b> So sánh du lịch CSSK và du lịch y tế dựa trên đặc điểm điểm đến du lịch                                  | 9  |
| <b>Bảng 2. 1</b> Bảng số liệu dự báo tăng trưởng du lịch sức khỏe, 2017 - 2022  | 24 |
| <b>Bảng 2. 2</b> Khách quốc tế đến Việt Nam tháng 3 và 3 tháng năm 2020   | 30 |
| <b>Bảng 2. 3</b> Danh mục các bãi biển có khả năng khai thác du lịch  | 38 |
| <b>Bảng 2. 4</b> Chỉ tiêu khí hậu sinh học đối với con người  | 39 |
| <b>Bảng .2.5</b> Bảng phân tích SWOT về việc phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu                           | 47 |

# LỜI MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Tại Hội thảo trực tuyến nhằm trao đổi về tiềm năng, hiện trạng, nhận định những vấn đề đặt ra và giải pháp phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe ở Việt Nam phù hợp với xu hướng mới (6/10/2021, do Viện Nghiên cứu phát triển du lịch tổ chức), Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch Nguyễn Thị Thanh Hương cho rằng: “Đại dịch COVID-19 xuất hiện và tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng gia tăng khiến con người quan tâm nhiều hơn đến du lịch chăm sóc sức khỏe. Trong thời gian tới xu hướng du lịch sẽ có sự thay đổi rõ rệt, đặc biệt với những chuyến du lịch dài ngày của du khách sẽ không còn là những chuyến du lịch tham quan đơn thuần mà thay vào đó là hình thức du lịch tận hưởng kết hợp chăm sóc, cải thiện sức khỏe”.

Theo như dự đoán của Global Wellness Institute (GWI), mô hình du lịch này sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ trung bình hằng năm là 7,5% và đến năm 2022 có thể đạt mức 919 tỉ đô la, chiếm 18% tỉ trọng thị trường du lịch toàn thế giới.

Việt Nam nói chung và Vũng Tàu nói riêng có đủ điều kiện để phát triển loại hình du lịch này, tuy nhiên vẫn còn thiếu các nghiên cứu về nhu cầu và mong muốn của khách du lịch cũng như phát triển sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe.

Chính vì nhận thấy tầm quan trọng của việc phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe có thể vực dậy được ngành du lịch tỉnh BR – VT sau thời gian bị buộc phải ngưng hoạt động dài hạn vì dịch Covid-19, nên tôi quyết định chọn đề tài ***“Một số giải pháp phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe (wellness tourism) tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu”*** nhằm đưa ra những kiến nghị cũng như nguyện vọng đóng góp suy nghĩ của bản thân để du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh BR – VT có thể có những bước tiến vượt bậc trong thời gian tới.

## 2. Mục tiêu nghiên cứu và nhiệm vụ nghiên cứu

### 2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Đề ra các giải pháp cụ thể và có tính thực tiễn nhằm đẩy mạnh phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe (wellness tourism) tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu.

## **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, đề tài tiến hành giải quyết một số nhiệm vụ sau đây:

- Hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn của loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe.
- Nghiên cứu các kinh nghiệm và thành tựu đã đạt được của việc phát triển loại hình du lịch CSSK ở trong và ngoài nước. Từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm trong việc phát triển du lịch CSSK ở Việt Nam nói chung và tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu nói riêng.
- Phân tích, đánh giá thực trạng tiềm năng phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. Trên cơ sở đó, luận văn đưa ra định hướng một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu.

## **3. Đối tượng nghiên cứu**

- Loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe, các dịch vụ chăm sóc sức khỏe thể chất và chăm sóc sức khỏe tinh thần trong du lịch.

## **4. Phạm vi nghiên cứu**

*Về nội dung:* Nghiên cứu thực trạng và đưa ra giải pháp phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh BR –VT.

*Về không gian:* Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu.

*Về thời gian:* Do hạn chế của dịch Covid-19 làm ngưng trệ hoạt động du lịch của cả nước, nên tác giả thu thập và sử dụng số liệu thứ cấp từ các nguồn khác nhau để thống kê các kết quả đạt được cũng như hoạt động phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh trong khoảng thời gian từ 01/2018 đến 1/2021 để dễ dàng thống kê và so sánh.

## **5. Phương pháp nghiên cứu**

Để có thể nghiên cứu đề tài này một cách bao quát tốt nhất, tác giả dựa trên cơ sở lý luận về du lịch và du lịch chăm sóc sức khỏe. Trong quá trình thực hiện nghiên cứu, tác giả đã sử dụng kết hợp những phương pháp sau:

- *Phương pháp đánh giá:* Vận dụng những kiến thức đã học trên giảng đường liên quan đến du lịch cùng quan sát thực tế, đánh giá, phân tích cơ sở lý luận và thực trạng phát triển du lịch CSSK để đưa ra những giải pháp, kiến nghị hiệu quả hơn.

- *Phương pháp thu thập và xử lý tài liệu:* Phương pháp này cho phép kế thừa, tích lũy thành tựu của quá khứ như các tài liệu thống kê, bảng biểu, các khái niệm từ các nguồn luận văn, báo chí, trang web. Đây là phương pháp được tác giả sử dụng hầu như xuyên suốt trong đề tài, bao gồm hai giai đoạn: thu thập tài liệu và xử lý tài liệu. Nguồn tài liệu sử dụng trong đề tài có thể gồm các dạng: các văn bản báo cáo hoạt động, số liệu thống kê từ các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trung ương và địa phương, một số đề tài nghiên cứu khoa học, luận văn.

## **6. Bố cục của bài báo cáo khóa luận**

Để có thể trình bày đầy đủ và chi tiết những đánh giá cũng như việc đề xuất các giải pháp phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu, tác giả chia bố cục phần nội dung nghiên cứu đề tài thành 3 chương, bao gồm:

**Chương 1.** Cơ sở lý luận về loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe

**Chương 2.** Thực trạng phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu

**Chương 3.** Một số giải pháp phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe (wellness tourism) tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu.

## CHƯƠNG 1.

### CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ LOẠI HÌNH DU LỊCH CHĂM SÓC SỨC KHỎE

#### 1.1. Khái niệm về du lịch chăm sóc sức khỏe

##### 1.1.1. Khái niệm về sức khỏe và chăm sóc sức khỏe

Để hiểu thêm về du lịch CSSK trước hết chúng ta phải hiểu và định nghĩa được khái niệm về sức khỏe. Sức khỏe là một từ và khái niệm tương đối hiện đại, đã được Tiến sĩ Halbert Dunn giới thiệu vào những năm 1950. Có rất nhiều những quan niệm khác nhau về khái niệm sức khỏe, trong đó chủ đề phổ biến nổi bật khi đề cập đến sức khỏe rằng sức khỏe là đa chiều trong nhiều khía cạnh, là sự toàn diện về mọi mặt, sức khỏe luôn thay đổi theo thời gian và liên tục, sức khỏe mang tính cá nhân, nhưng cũng bị ảnh hưởng bởi môi trường. (Vũ Thị Thùy Trang, 2020)

Theo Tổ chức Y tế Thế giới: “Sức khỏe là một trạng thái thoải mái, toàn diện về thể chất, tinh thần và xã hội, và không chỉ đơn thuần là tình trạng không có bệnh hay thương tật” (WHO, 1948). Đây cũng là một định nghĩa chuẩn xác đã được quốc tế công nhận, định nghĩa này đã mô tả và nắm bắt chính xác các nguyên lý rộng lớn của sức khỏe.

Bên cạnh đó, theo Tiến sĩ Bill Hettler từ Viện Sức khỏe Quốc gia Hoa Kỳ (NWI) cho rằng: “Chăm sóc sức khỏe là một quá trình tích cực thông qua đó mọi người nhận thức được và đưa ra lựa chọn để đạt trạng thái sức khỏe tiến triển tốt hơn.”

Có thể nói “chăm sóc sức khỏe là cách tiếp cận về sức khỏe nhấn mạnh vào việc ngăn ngừa bệnh tật và kéo dài tuổi thọ, ngược lại với việc tập trung vào điều trị bệnh; duy trì sức khỏe thể chất và tinh thần tốt bằng chế độ ăn uống, tập thể dục và thói quen hợp lý, tích cực theo đuổi lối sống và trạng thái tốt cho sức khỏe” (ErfurtCooper & Cooper, 2009).

Như vậy chung quy lại, việc chăm sóc sức khỏe được hiểu như việc con người bước vào một quá trình tích cực mà thông qua đó con người nhận thức được, lựa chọn và thực hiện những giải pháp nhằm hướng đến một trạng thái hoàn toàn khỏe mạnh về cả thể chất và tinh thần. ( Vũ Thị Thùy Trang , 2020)

### **1.1.2. Khái niệm về du lịch CSSK**

Trong tiếng Anh, Wellness là sự kết hợp ý nghĩa của hai từ “Healthy” (thể chất) và “Spiritual” (tinh thần). Nhìn chung, thuật ngữ wellness được nhận định như là một loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe và cải thiện đời sống tinh thần, thông qua các hoạt động thể chất, tâm lý hoặc tâm linh. Cụ thể, du khách sẽ được thực hành khóa học đặc biệt để tìm kiếm sự cân bằng trong tinh thần. Các chuyên gia sẽ áp dụng liệu trình chăm sóc riêng biệt, tắm suối khoáng, suối nước nóng, thiền, yoga, massage hay các hoạt động tăng cường sức khỏe như đi bộ, leo núi, tắm biển,.. hàng ngày. Khách du lịch đến những điểm tham quan này sẽ được thải độc, thanh lọc cơ thể với chế độ ăn uống riêng để trẻ hóa cơ thể.

Xét về việc tìm hiểu khái niệm của du lịch chăm sóc sức khỏe thì theo Conell (2006): “Du lịch sức khỏe (health tourism), du lịch CSSK (wellness tourism), du lịch chữa bệnh (medical tourism), du lịch dịch vụ spa (spa tourism) thường được biết đến là các loại hình du lịch mà ở đó, khách du lịch sẽ dành phần thời gian rảnh của mình để cải thiện sức khỏe của họ, quan trọng hơn nữa, sức khỏe ở đây không chỉ là về mặt thể chất mà còn phải là về cả mặt tinh thần của du khách.” (Conell, 2006). Nhưng giữa các loại hình du lịch kể trên lại có sự khác nhau nên không thể gộp các loại hình này thành một khái niệm được.

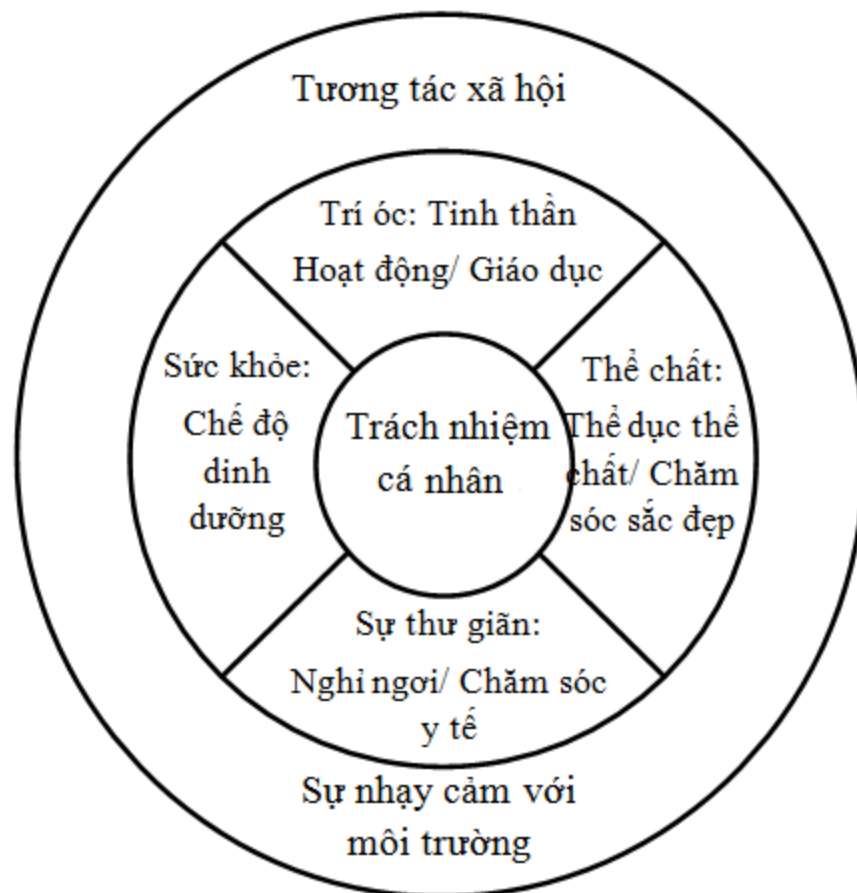
Thoạt nhìn qua thì khái niệm du lịch CSSK có vẻ đơn giản nhưng thực tế thuật ngữ du lịch chăm sóc sức khỏe rất là khó để định nghĩa một cách chính xác, ngắn gọn. Theo nghĩa rộng, một bộ phận những người thực hiện bất kỳ loại kỳ nghỉ để giải trí, nghỉ ngơi và thư giãn đang cải thiện, giữ gìn sức khỏe trong chuyến du lịch là những người đi du lịch vì sức khỏe, bao gồm cả loại hình du lịch y tế và du lịch chăm sóc sức khỏe. Định nghĩa này về cơ bản quá rộng và không mang tính cụ thể, hữu ích cho các chính phủ và các doanh nghiệp trong việc tìm cách hướng đến các mục tiêu phát triển và thúc đẩy lĩnh vực du lịch CSSK. Cho nên, trên thế giới đã bắt đầu xuất hiện những định nghĩa du lịch CSSK cụ thể hơn nhằm đáp ứng nhiều mục đích khác nhau. (Vũ Thị Thùy Trang, 2020)

Theo Mueller và Kaufmann (2001) “Du lịch CSSK được xem như một sự tổng hòa của các mối quan hệ về các hiện tượng là kết quả từ sự thay đổi về địa điểm và nơi cư trú được thực hiện bởi con người nhằm làm tăng hoặc ổn định hay thậm chí là để

nhằm phục hồi thể chất, tinh thần và tình trạng khỏe mạnh hay hạnh phúc khi được trải nghiệm các dịch vụ chăm sóc sức khỏe và đồng thời là sự tác động bởi chính điểm đến, con người, môi trường, nơi mà người đó đến sử dụng dịch vụ.”

Theo Giáo sư JS Chen và các cộng sự đã định nghĩa du lịch chăm sóc sức khỏe là “một hiện tượng nhằm nâng cao sức khỏe cá nhân cho khách du lịch đến các điểm đến cung cấp các dịch vụ và trải nghiệm để trẻ hóa cơ thể, tâm trí và tinh thần ” (Trích trong “Determining the motivation of wellness travelers”, 2008)

Hay nói cách khác “Du lịch chăm sóc sức khỏe là một tình trạng của sức khỏe có sự tương tác của sự hài hòa cả cơ thể, tinh thần lẫn tâm hồn; với các yếu tố như trách nhiệm cá nhân, thể chất: chăm sóc thích hợp thể chất/ sắc đẹp, sức khỏe: chế độ dinh dưỡng hợp lý, sự thư giãn: rất cần cho sự nghỉ ngơi/ chăm sóc y tế, trí óc: hoạt động tinh thần/ giáo dục và cuối cùng là sự tương tác: sự nhạy cảm với môi trường/ tương tác xã hội là các yếu tố quan trọng.” (Mueller & Kaufmann, 2001)



**Hình 1. 1** Mô hình mở rộng của du lịch chăm sóc sức khỏe

(Nguồn: Mueller & Kaufmann, 2001, p6)



“Du lịch chăm sóc sức khỏe là một mô hình phức tạp và nó là một tổ hợp của các hoạt động thể chất và thư giãn tinh thần. Điều này có nghĩa là du lịch chăm sóc sức khỏe là một loại hình mà ở đó thể hiện sự sung sức của người sử dụng về cả thể chất, tinh thần lẫn tâm hồn, có bao gồm yếu tố tổng thể (holistic aspect: tổng thể: mô tả một phương pháp chăm sóc bệnh nhân tổng quát)” (Schobersberger et al , 2004)

Theo GWI (2013): “Du lịch chăm sóc sức khỏe là du lịch gắn liền với việc theo đuổi, duy trì hoặc nâng cao phúc lợi cá nhân.” Hay cụ thể hơn, xét từ góc nhìn của người tham gia du lịch đến một nơi khác để chủ động theo đuổi các hoạt động duy trì hoặc tăng cường sức khỏe cá nhân của họ, và những người đang tìm kiếm trải nghiệm độc đáo, xác thực hoặc dựa trên địa điểm không có sẵn ở nhà.”

Từ những quan điểm của các tác giả nêu trên, có thể hiểu một cách chung nhất về du lịch CSSK như sau: *là một loại hình du lịch với mục đích nghỉ dưỡng kết hợp các hoạt động nhằm tăng cường sức khỏe thể chất cũng như sức khỏe tinh thần, thông qua các hoạt động như: yoga, thiền, tắm bùn khoáng, suối nước nóng,...và chế độ dinh dưỡng hợp lý, nhằm giúp cho người tham gia du lịch được thư giãn về thể chất và cả tinh thần là chủ yếu.*

Du lịch chăm sóc sức khỏe (wellness tourism) tuy là một khái niệm du lịch mới, nhưng lại có tiềm năng phát triển và sự bứt phá rất lớn trong những năm gần đây, khi mà con người dân chú ý hơn về sức khỏe của mình hơn là khám phá, mạo hiểm.

Ông Mauro Gasparotti, Giám đốc Savills Hotels châu Á - Thái Bình Dương nhấn mạnh: “Với mong muốn khỏe hơn, trẻ hơn, đẹp hơn và có cuộc sống thoải mái hơn nên xu hướng chăm sóc bản thân ngày càng nhiều hơn. Nhờ đó tốc độ tăng trưởng của du lịch chăm sóc sức khỏe tăng trưởng gấp hai lần mức trung bình so với toàn ngành du lịch nói chung”.

## **1.2. Phân biệt du lịch CSSK (wellness tourism) và du lịch chữa bệnh (medical tourism)**

Theo như những định nghĩa khái niệm của du lịch chăm sóc sức khỏe (wellness tourism) thì thoát nhìn qua du lịch chăm sóc sức khỏe rất dễ bị nhầm lẫn với du lịch chữa bệnh (medical tourism), và đôi khi hai loại hình du lịch lại có thể gộp chung

thành du lịch sức khỏe (health tourism). Nhưng khi nghiên cứu kỹ chúng ta lại thấy được nhiều sự khác nhau giữa hai loại hình nói trên qua những bảng so sánh sau:

- Dựa trên khái niệm

**Bảng 1. 1.** So sánh sự khác nhau giữa khái niệm du lịch CSSK và du lịch chữa bệnh.

| Du lịch chăm sóc sức khỏe  | Du lịch chữa bệnh   |
|--|---|
| <p>Du lịch chăm sóc sức khỏe liên quan đến những người đi du lịch đến một nơi khác để chủ động theo đuổi các hoạt động duy trì hoặc nâng cao sức khỏe và tinh thần cá nhân của họ và họ đang tìm kiếm những trải nghiệm độc đáo, đích thực hoặc dựa trên địa điểm không có sẵn ở nhà.</p> <p>⇒ <b>Khách du lịch chủ yếu là những người khỏe mạnh hoặc mong muốn có sức khỏe tốt hơn.</b></p> | <p>Du lịch y tế liên quan đến những người đi du lịch đến một nơi khác để được điều trị bệnh, đau ốm hoặc tâm lý và họ đang tìm kiếm địa điểm có chi phí chăm sóc thấp hơn, chất lượng chăm sóc cao hơn, khả năng tiếp cận dịch vụ chăm sóc tốt hơn hoặc liệu trình chăm sóc khác với những địa điểm tại nơi lưu trú mà họ từng được điều trị.</p> <p>⇒ <b>Khách du lịch chủ yếu là những người bị bệnh.</b></p> |

(Nguồn: Global Spa Summit, 2011)

- Đặc điểm khách du lịch

**Bảng 1. 2** So sánh sự khác nhau giữa du lịch chăm sóc sức khỏe và du lịch chữa bệnh dựa trên đặc điểm khách du lịch

| Du lịch chăm sóc sức khỏe   | Du lịch chữa bệnh                        |  |
|---|--|--|
| <b>Đặc điểm khách du lịch</b>   |  |  |
| <p>Những người có lối sống khỏe mạnh hoặc là những người khỏe mạnh.</p>     | <p><i>Khách du lịch là những ai?</i></p> | <p>Những người bị bệnh cần được điều trị</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Du khách là những người</li> </ul> | <p><i>Mục đích tham</i></p>              | <p>Du khách đi du lịch để <b>nhằm</b></p>    |

| Du lịch chăm sóc sức khỏe   |   | Du lịch chữa bệnh  |
|---|---|--|
| <b>Đặc điểm khách du lịch</b>   |   |  |
| <p>chú trọng đến việc duy trì hoặc tăng cường sức đề kháng/ sức khỏe/ tinh thần của họ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Họ tìm kiếm những dịch vụ chăm sóc sức khỏe mới lạ, tự nhiên dựa trên địa điểm không có sẵn ở nhà.</li> <li>Khám phá và thực hành một lối sống lành mạnh.</li> </ul> <p>⇒ Những du khách này tham gia du lịch một cách chủ động, không bị các nhân tố khác tác động.</p> | <p><i>gia du lịch của những vị khách này là gì?</i></p> | <p>chữa bệnh, điều trị tâm lý hay điều trị vật lý trị liệu, và mục đích của họ là để tìm kiếm địa điểm:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Có chi phí điều trị thấp hơn.</li> <li>Dịch vụ chăm sóc và hiệu quả cao hơn.</li> <li>Có những phương pháp điều trị mới.</li> </ul> <p>⇒ Những du khách này yêu cầu về dịch vụ y tế là chủ yếu.</p> |

(Nguồn: Global Spa Summit, 2011)

- Đặc điểm điểm đến du lịch

**Bảng 1. 3** So sánh du lịch CSSK và du lịch y tế dựa trên đặc điểm điểm đến du lịch

| Du lịch chăm sóc sức khỏe   |  | Du lịch chữa bệnh  |
|---|--|--|
| <b>Đặc điểm điểm đến du lịch</b>  |  |  |
| <p>Spa, resort, các địa điểm tín ngưỡng, retreat resort, tắm nước nóng/ suối khoáng/ bùn khoáng, du thuyền.</p> | <p><i>Du khách thường đến thăm những địa điểm cụ thể nào khi đi du lịch?</i></p> | <p>Bệnh viện, phòng khám Đông y hoặc Tây y, spa vật lý trị liệu.</p> <p>Các địa điểm có bác sĩ hoặc nhân viên y tế đã qua đào tạo.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Các phương pháp điều trị/ tăng cường sức khỏe.</li> </ul>                | <p><i>Du khách quan tâm đến những</i></p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Phẫu thuật hoặc các hoạt động có sự can thiệp của y tế.</li> </ul>                              |

| Du lịch chăm sóc sức khỏe  | Du lịch chữa bệnh  |  |
|--|--|--|
| <b>Đặc điểm điểm đến du lịch</b>   |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Các hoạt động rèn luyện thể chất/ các hoạt động thể dục ngoài trời.</li> <li>• Các hoạt động giúp thư giãn/ trị liệu tâm lý/ trẻ hóa.</li> <li>• Các dịch vụ chăm sóc sắc đẹp.</li> <li>• Thiền, yoga hoặc các phương pháp hỗ trợ tâm trí – tinh thần khác.</li> <li>• Các liệu pháp và sản phẩm dựa trên văn hóa/ truyền thống.</li> <li>• Các liệu pháp dựa trên nước.</li> </ul> | <i>hoạt động, trải nghiệm, dịch vụ hoặc sản phẩm nào khi đi du lịch?</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tư vấn phương pháp phẫu thuật hoặc điều trị.</li> <li>• Phẫu thuật thẩm mỹ.</li> <li>• Nha khoa.</li> <li>• Các phương pháp điều trị khả năng sinh sản.</li> <li>• Các dịch vụ giúp tăng cường sức khỏe.</li> <li>• Các trải nghiệm phi y tế khác.</li> </ul> |

(Nguồn: Global Spa Summit, 2011)

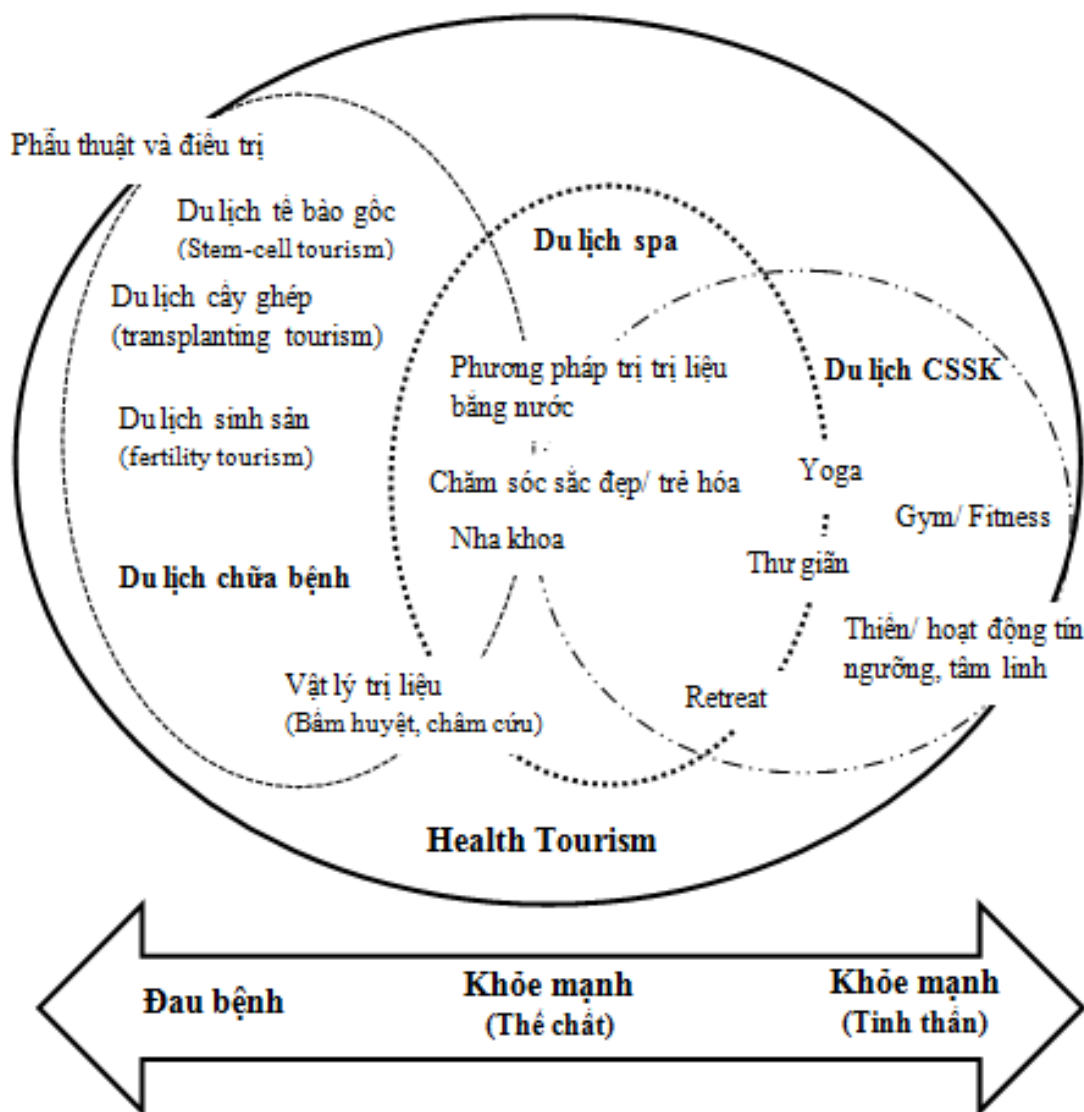
Khách du lịch chăm sóc sức khỏe có thể thực hiện các phương pháp điều trị rất giống với những khách du lịch y tế đã sử dụng, nhưng động cơ để giữ gìn sức khỏe của họ thì ngược lại. Khái niệm sức khỏe nhấn mạnh phương pháp tiếp cận tích cực trong đó mọi người cố gắng xác định các vấn đề sức khỏe tiềm ẩn và ngăn ngừa sự phát triển tiêu cực hơn nữa bằng cách sử dụng các hoạt động cụ thể. Vì mọi người tham gia vào các hoạt động giải trí khi đi nghỉ nên du lịch là một phương tiện hoàn hảo để nâng cao sức khỏe. Và từ đó thuật ngữ ‘sức khỏe’ dường như được đặt ra bởi Dunn (1973) bằng cách ghép các từ WELLbeing và fitNESS.

### **1.3. Mối liên hệ giữa du lịch CSSK (wellness tourism) và du lịch spa (spa tourism)**

Du lịch spa là một phần của du lịch chăm sóc sức khỏe, trong đó trải nghiệm được kết hợp với các hoạt động liên quan đến cải thiện sức khỏe thông qua liệu pháp thủy sinh hoặc liệu pháp tắm hơi. Hiệp hội Spa Quốc tế định nghĩa spa là nơi dành cho việc chăm sóc sức khỏe tổng thể thông qua nhiều dịch vụ chuyên nghiệp nhằm khuyến khích sự đổi mới của tâm trí, cơ thể và tinh thần. Khái niệm spa đã phát triển từ định nghĩa ban đầu về một địa điểm có suối nước nóng tự nhiên giúp giải tỏa ... ( Ramos V.& Untong A., 2016)

Tuy nhiên, tùy theo đối tượng khách du lịch, mục đích tham gia du lịch của du khách và một số yếu tố khác, mà du lịch spa sẽ là một phần của du lịch CSSK hoặc là một phần của du lịch chữa bệnh. Để dễ dàng nhận thấy mối quan hệ này hơn tôi sẽ thể hiện rõ ở hình 1.2 ở mục tiếp theo.

1.4. **Mối quan hệ giữa các loại hình du lịch: du lịch chữa bệnh, du lịch spa và du lịch CSSK**



**Hình 1. 2** Mối quan hệ giữa ba loại hình du lịch: Du lịch sức khỏe (Health), du lịch spa, du lịch chăm sóc sức khỏe (Wellness) và du lịch y tế (Medical)

(Nguồn: dựa trên mô hình của Adapted from Hall (2011, p. 8))

Bennett, King và Milner (2004, p. 123) cho rằng du lịch sức khỏe (Health tourism) bao gồm các loại hành trình sau:

- Hành hương đến các con sông lớn để tẩy rửa thể chất và tinh thần;
- Đi du lịch đến những vùng có khí hậu ấm hơn vì lý do sức khỏe;
- Du lịch trên biển cung cấp các liệu pháp chăm sóc sức khỏe cụ thể;
- Du lịch du thuyền cung cấp các liệu pháp chăm sóc sức khỏe cụ thể;
- Chính phủ khuyến khích việc du khách giữa các quốc gia sử dụng các dịch vụ y tế địa phương;
  - Các trung tâm ‘trị liệu bằng nước biển’;
  - ‘Du lịch điều dưỡng’, bao gồm các trung tâm bệnh viện phục vụ không chỉ cho người bệnh mà còn cung cấp chỗ ở, các chương trình giảm căng thẳng và những thứ tương tự cho gia đình bệnh nhân;
    - Đến thăm một khu nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe để thực hiện các hoạt động liên quan đến sức khỏe hoặc điều trị y tế. (Bennett, King và Milner, 2004, p. 123)

*Kết luận:* Ba loại hình du lịch: Du lịch CSSK, du lịch spa và du lịch chữa bệnh được liên hệ với nhau vì đều hình thành từ những nhu cầu liên quan đến “Sức khỏe” của khách du lịch và ba loại hình thường được nói chung là du lịch sức khỏe. Nhưng vì đối tượng khách hàng, đặc điểm khách hàng, đặc điểm điểm đến cũng như động cơ để du khách tham gia du lịch sẽ khác nhau nên các loại hình này được tách ra để có thể đáp ứng nhu cầu của từng đối tượng khách hàng, dễ dàng hơn trong việc tìm cách thúc đẩy, phát triển từng lĩnh vực du lịch.

## **1.5. Ý nghĩa của du lịch chăm sóc sức khỏe**

### **1.5.1. Đối tượng khách du lịch của du lịch CSSK**

Mỗi người trong chúng ta đều mong muốn được khỏe mạnh, sống lạc quan yêu đời nên đây chính là dịch vụ du lịch dành cho bất cứ ai muốn cải thiện chất lượng sức khỏe của mình. Đó có thể là những người lớn tuổi, trung niên, phụ nữ hay là những nhân viên văn phòng, thậm chí còn phù hợp với trẻ nhỏ. Như vậy, có thể thấy tập khách hàng của du lịch CSSK là rất đa dạng, bao gồm mọi lứa tuổi, cấp bậc, nghề nghiệp. Nhìn chung, đối tượng khách hàng của du lịch CSSK là vô cùng rộng lớn, vượt xa với đối tượng tiềm năng trong ngành du lịch nói chung.

Theo Viện Sức khỏe toàn cầu, du lịch CSSK có hai loại khách du lịch. Đó là:

- Du khách của loại hình du lịch CSSK ban đầu là những người có chuyến đi hoặc lựa chọn điểm đến du lịch với mục đích ban đầu là cải thiện sức khỏe.
- Du khách thứ cấp của loại hình du lịch CSSK là những du khách đang đi du lịch, công tác, tham quan hay kinh doanh, muốn tìm cách để duy trì hoặc nâng cao sức khỏe cá nhân.

### ***1.5.2. Các hoạt động có trong du lịch chăm sóc sức khỏe***

Hầu như khách hàng tìm đến loại hình du lịch này là để trải nghiệm những hoạt động, dịch vụ tốt cho sức khỏe, có một cuộc sống lành mạnh. Lối sống này có thể bao gồm:

- Tập thể dục, thể thao nâng cao sức khỏe;
- Tập yoga, ngồi thiền;
- Ngâm mình trong suối nước nóng, massage trị liệu, xông hơi thảo dược;
- Ăn uống lành mạnh, đầy đủ chất dinh dưỡng;
- Nghỉ ngơi điều độ, hợp lý;
- Kết nối, giao lưu với người dân địa phương;
- Tham gia các hoạt động có lợi cho sức khỏe như đạp xe đạp, leo núi;
- Trải nghiệm các hoạt động tự nhiên nhằm giảm stress, thư giãn;
- Tham quan các địa điểm du lịch nổi tiếng, nghỉ dưỡng.

Đây là những hoạt động đã tạo cơ hội cho các doanh nghiệp, các đơn vị cung ứng dịch vụ về du lịch, nghỉ dưỡng, các khách sạn 5 sao, các khu resort hay các bên liên quan về sức khỏe sắc đẹp, thể dục thể thao. Loại hình du lịch này đã giúp cho các đơn vị nói trên có thêm nhiều nguồn khách hàng tiềm năng và có cơ hội tăng doanh thu.

Ngoài ra, kết hợp với các dịch vụ trọn gói cũng là một thế mạnh giúp doanh nghiệp phát triển. Dịch vụ trọn gói bao gồm di chuyển, ăn uống, nghỉ ngơi đều là những dịch vụ được khách hàng quan tâm nhiều vì tính tiện lợi của nó. Không những vậy, còn thể hiện sự quan tâm của doanh nghiệp tới khách hàng.



### ***1.5.3. Lợi ích của du lịch chăm sóc sức khỏe***

#### ***1.5.3.1. Nâng cao tinh thần cá nhân***

Du lịch chăm sóc sức khỏe mang đến sự chuyển đổi về thể chất và tinh thần, đồng thời tạo cơ hội cho du khách khám phá những địa điểm lịch sử và tự nhiên của khu vực, nơi họ có thể trải qua một kỳ nghỉ thư giãn và tuyệt vời. Mọi người tập trung hơn vào nhu cầu chăm sóc sức khỏe của họ và đã đặt ra các mục tiêu chăm sóc sức khỏe mà họ luôn mong muốn thực hiện thông qua du lịch chăm sóc sức khỏe.

Không có lịch trình bận rộn mệt mỏi mà là những giây phút thư giãn và trẻ hóa quý giá với các hoạt động thể chất, thức ăn lành mạnh, spa và liệu pháp chăm sóc sức khỏe. Mọi người có thể gặp gỡ những người mới và tạo ra những mối quan hệ mới. Rời xa những phiền nhiễu căng thẳng hàng ngày, họ có cơ hội để khởi động lại cuộc sống của mình. Họ có thể tập trung nhiều hơn vào những cải tiến cá nhân nhỏ kéo dài ngay cả khi họ ở nhà.

#### ***1.5.3.2. Lợi ích đối với môi trường***

Ngoài những lợi ích khác, việc bảo tồn tài nguyên thiên nhiên, bao gồm rừng, sinh vật biển và suối tự nhiên trên khắp thế giới là một trong những lợi ích chính mà du lịch chăm sóc sức khỏe mang lại. Khách du lịch khi tham gia loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe chỉ đơn giản là thích đến thăm những nơi có môi trường xung quanh tự nhiên để tận hưởng không gian thiên nhiên trong khi trải qua các liệu trình hoặc phương pháp điều trị thay thế. Du lịch chăm sóc sức khỏe rất nhiều kinh phí cần thiết để bảo tồn môi trường hoang dã hàng thế kỷ, công viên biển và suối nước nóng, vì các khu vực được bảo tồn tạo ra doanh thu khổng lồ từ khách du lịch nước ngoài cũng như địa phương, được sử dụng nhiều hơn để bảo tồn tài nguyên thiên nhiên của khu vực cụ thể đó.

Ngoài ra, du lịch chăm sóc sức khỏe còn tạo ra các nguồn việc làm thay thế cho cộng đồng địa phương, vì nó đòi hỏi cơ sở hạ tầng thích hợp và nhiều dịch vụ khách sạn khác. Nó cũng tạo ra nhận thức cho cộng đồng địa phương về tài nguyên thiên nhiên và hệ sinh thái, đồng thời khuyến khích người dân bảo tồn sự giàu có mà tự nhiên ban tặng cho địa phương.

Hơn nữa, du lịch chăm sóc sức khỏe thúc đẩy chính quyền quốc gia cũng như khu vực phát triển các vườn quốc gia và các nguồn tài nguyên thiên nhiên khác và thúc đẩy du lịch sinh thái. Để bảo tồn và mở rộng sự giàu có tự nhiên của các khu vực có nhiều phương pháp điều trị truyền thống.

### ***1.5.3.3. Những lợi ích kinh tế***

Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) dự báo, du lịch gắn với CSSK sẽ là xu hướng của du lịch thời kỳ hậu Covid-19. Theo GWI, loại hình này có thể đạt mức tăng trưởng trung bình hằng năm 7,5%, chạm mức doanh thu 919 tỷ USD năm 2020, chiếm 18% tỷ trọng du lịch toàn thế giới. Châu Á sẽ tiếp tục là thị trường hàng đầu của du lịch CSSK. Cung cấp việc làm trực tiếp cho hơn 12 triệu người trên toàn thế giới, du lịch chăm sóc sức khỏe đang trên đường trở thành một ngành công nghiệp có sức lan tỏa lớn.

Một trong những lý do chính cho sự phát triển nhanh chóng của du lịch chăm sóc sức khỏe là khách du lịch chăm sóc sức khỏe thường chi tiêu nhiều hơn 130% so với khách du lịch thông thường. Sự mở rộng nhanh chóng của du lịch chăm sóc sức khỏe không chỉ thu hút khu vực tư nhân mà còn thu hút sự chú ý của các công ty chính phủ hoặc khu vực công trên toàn thế giới.

Tác động chính của du lịch chăm sóc sức khỏe là nó mang lại thu nhập ngoại hối trực tiếp, và đóng góp nhiều vào doanh thu của chính phủ, đồng thời mang lại cơ hội việc làm và kinh doanh cho người dân địa phương. Du lịch chăm sóc sức khỏe là một nguồn thu ngoại tệ khổng lồ cho các nền kinh tế chủ nhà, vì khách du lịch chăm sóc sức khỏe ở nước ngoài mang ngoại tệ để thanh toán cho hàng hóa và dịch vụ mà họ nhận được trong thời gian lưu trú tại một điểm đến cụ thể. Sự phát triển nhanh chóng của du lịch chăm sóc sức khỏe trên toàn thế giới, ngoài việc tăng thu nhập ngoại hối còn giúp tạo ra việc làm trực tiếp hoặc gián tiếp cho người dân địa phương. Trong khi việc làm trực tiếp bao gồm các công việc thông qua dịch vụ taxi, khách sạn, nhà hàng và bán đồ lưu niệm, thì việc làm gián tiếp bao gồm việc giao hàng hóa và các dịch vụ khác theo yêu cầu của ngành du lịch chăm sóc sức khỏe.

#### **1.5.3.4. Các lợi ích khác**

Ngoài những lợi ích nổi bật nêu trên thì loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe còn đem đến nhiều lợi ích khác như:

- Xây dựng cơ sở mới;
- Giúp bảo tồn văn hóa và truyền thống;
- Tạo việc làm;
- Du lịch chăm sóc sức tạo tiềm năng phát triển cho thế hệ trẻ.

### **1.6. Các tiêu chí phải có để phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe.**

#### **1.6.1. Vị trí đẹp, yên tĩnh và không gian trong lành**

Đây là điều kiện tiên quyết trong việc đầu tư và phát triển du lịch CSSK. Bởi vốn dĩ đó là một dự án về sức khỏe nhằm đem lại sự thư giãn cả về thể chất lẫn tinh thần cho du khách. Cho nên cần được bố trí ở những nơi có không gian trong lành, yên tĩnh, cảnh sắc thiên nhiên đẹp, hài hòa. Chẳng hạn như nằm dọc bãi biển, giữa một hòn đảo; rừng hay là ở những vùng ngoại ô yên tĩnh, ... giúp du khách tận hưởng sự thoải mái, trong lành của thiên nhiên mà không cần sự can thiệp của bất kỳ một dịch vụ hiện đại nào của resort hay khách sạn 5 sao nào.

Không chỉ là được tọa lạc tại nơi có cảnh sắc thiên nhiên thơ mộng, mà môi trường tham quan cũng phải hoàn toàn từ thiên nhiên. Như những thác nước, con suối, bãi biển, khu vườn thảo dược hay khu rừng nguyên sinh,...

#### **1.6.2. Loại hình xây dựng hài hòa với thiên nhiên**

Thiên nhiên là nền tảng của dự án này, nên những sản phẩm được xây dựng cho dù là biệt thự, homestay hay resort đều phải hài hòa với môi trường xung quanh. Hạn chế sự xuất hiện của các thiết bị hiện đại, tối tân làm mất đi sự cân bằng của không gian nghỉ ngơi. Thay vào đó hãy tận dụng các nguồn vật liệu từ thiên nhiên như tre, nứa, trúc, lá cây, gỗ, ... để tạo sự mộc mạc, giản dị, nguyên sơ, giúp du khách dễ dàng hòa mình làm một với thiên nhiên.

### **1.6.3. Các dịch vụ chăm sóc sức khỏe đi kèm**

Du lịch chăm sóc sức khỏe hướng tới việc mang lại cho du khách về một cuộc sống lành mạnh. Đem đến những trải nghiệm mới cho du khách, về loại hình du lịch này thông qua các hoạt động như: yoga, leo núi, tắm suối nước nóng, massage, thư giãn, trồng trọt, đạp xe, lướt ván, ...

Không những vậy, dịch vụ ăn uống cũng cần được chú trọng. Các món ăn được chuẩn bị cho du khách phải là những món hoàn toàn từ thiên nhiên, phù hợp với chế độ dinh dưỡng của du khách, đem lại không khí ấm cúng.

### **1.6.4. Đội ngũ lao động có trình độ cao**

Là loại hình du lịch với đối tượng khách cao cấp, du khách CSSK đòi hỏi chất lượng dịch vụ rất cao và có những yêu cầu khó tính. Đội ngũ lao động làm việc trong lĩnh vực du lịch CSSK từ nhân viên quản lý đến nhân viên phục vụ trực tiếp như hướng dẫn viên, lái xe, lễ tân... phải có trình độ cao, thái độ làm việc chuyên nghiệp.

Nhân viên quản lý, xây dựng chương trình CSSK trọn gói phải có kinh nghiệm, kiến thức và nhanh nhạy trong việc xử lý tình huống, đảm bảo quá trình phục vụ không xảy ra sai sót. Đội ngũ phục vụ trực tiếp tại khách sạn, các khu vực dịch vụ CSSK như: hồ bơi, spa, yoga, thiền,... cũng phải là những người có trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao và ngoại ngữ tốt bởi khách hàng CSSK thường kỹ tính và dịch vụ của loại hình du lịch lại liên quan đặc biệt đến sức khỏe của khách hàng.

## **1.7. Kinh nghiệm phát triển du lịch CSSK ở một số nước trên thế giới**

### **1.7.1. Nhật Bản**

Với tiềm năng về nguồn suối nước nóng phong phú và đa dạng, việc người Nhật đến điểm du lịch chỉ để tắm nước khoáng nóng được coi là một truyền thống lâu đời. Chính vì vậy, Nhật Bản từ lâu đã phát triển với mục tiêu hướng đến thị trường du lịch trong nước. Theo thống kê từ năm 2004, trên thế giới có 142 triệu lượt du khách đến tham quan các khu tắm nhiệt bằng nước khoáng nóng (hay còn gọi là onsen). Nhật Bản. Có hơn 26.000 suối nước nóng trên khắp Nhật Bản, trong đó hơn 3.000 khu nghỉ dưỡng có suối nước nóng. Có nhiều loại suối nước nóng, một số loại có chỗ ở truyền

thông được gọi là ryokan và một số khác, loại khác chỉ là bể nước nóng công cộng ngoài trời (gọi là sento).

Nhật Bản hiểu được xu hướng phát triển của du lịch chăm sóc sức khỏe và đã sử dụng hệ thống onsen và ryokan như một sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe nổi bật để giới thiệu đến du khách quốc tế. Các suối nước nóng nổi tiếng được liệt kê trên các trang web du lịch của Tổng cục Du lịch Quốc gia Nhật Bản, Hiệp hội Ryokan Nhật Bản, ... bằng các ngôn ngữ quốc tế. Ngoài ra, các quy tắc truyền thống được giới thiệu cho khách du lịch. Việc tắm onsen truyền thống, lựa chọn loại hình tắm onsen... cũng được giới thiệu trước và là hướng dẫn đầy đủ, rõ ràng cho du khách quốc tế. Các quy định không phù hợp với khách du lịch. Quốc tế hóa cũng đã được xem xét để có tính linh hoạt cao hơn, chẳng hạn như việc chính phủ Nhật Bản khuyến khích gần đây cho các ryokans cho phép khách du lịch có hình xăm lớn được tắm trong suối nước nóng công cộng (ở Nhật Bản, những người có hình xăm lớn đang được coi là toàn cầu, vì vậy các khách sạn có nhiều khả năng để không ảnh hưởng đến những khách du lịch khác). Để đảm bảo chất lượng, Ủy ban Môi trường Nhật Bản cũng có quy định của Ủy ban Môi trường Nhật Bản quy định rằng các cơ sở này phải gửi mẫu nước đi phân tích 10 năm một lần và thông báo cho khách hàng về kết quả này.

### **1.7.2. Ấn Độ**

Ấn Độ là đất nước được mệnh danh là cái nôi của yoga và thiền. Với thế mạnh về các liệu pháp thể chất và tinh thần như yoga, các bài thuốc y học cổ truyền và tự nhiên, đất nước này đã phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe toàn diện, kết hợp các gói du lịch khám chữa bệnh mang đến trải nghiệm đặc biệt với tác động rõ ràng đến việc cải thiện khách tham quan. Du lịch chăm sóc sức khỏe khiến Ấn Độ trở thành điểm đến cung cấp sản phẩm này với tốc độ tăng trưởng nhanh nhất là 22%/năm. Với mục tiêu phát triển dòng sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe, Ấn Độ đã bắt tay vào chiến lược thu hút dòng khách du lịch sức khỏe cao cấp và sang trọng, trong đó dòng khách du lịch ngân sách thấp sẽ tự tăng lên. Nhiều điểm đến sức khỏe cao cấp đang không ngừng phát triển, chẳng hạn như Ananda trên dãy Himalaya và Trung tâm chăm sóc sức khỏe toàn diện Soukya ở Bangalore.

Để đảm bảo chất lượng của sản phẩm du lịch đặc biệt này đồng thời hỗ trợ sự phát triển của các trung tâm chăm sóc sức khỏe, Bộ Du lịch Ấn Độ đã xây dựng tài

liệu hướng dẫn phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe. Các chủ đề cụ thể như: làm rõ khái niệm du lịch chăm sóc sức khỏe, chương trình đào tạo nguồn nhân lực du lịch sức khỏe, hỗ trợ tài chính cho việc xây dựng các trung tâm chăm sóc sức khỏe, nhằm kiểm soát chất lượng dịch vụ chăm sóc sức khỏe, Bộ Du lịch Ấn Độ cũng đồng ý với Hội đồng chứng nhận bệnh viện và cơ sở cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe là cơ quan tổ chức đánh giá và cấp giấy chứng nhận chất lượng trung tâm chăm sóc sức khỏe trên toàn quốc và chỉ đạo nâng cao chất lượng dịch vụ.

### **1.7.3. Trung Quốc**

Là quốc gia đứng đầu thế giới về du lịch chăm sóc sức khỏe, đặc biệt là sản phẩm du lịch tắm suối khoáng nóng, theo thống kê của Hiệp hội du lịch suối khoáng nóng Trung Quốc, năm 2013, Trung Quốc thu về hơn 14.078,3 triệu USD từ thị trường du lịch suối khoáng nóng với 20 triệu lượt khách, mặc dù số lượng cơ sở suối khoáng nóng tại Trung Quốc ít hơn của Nhật Bản.

Yếu tố thành công của ngành du lịch sức khỏe suối nước nóng của Trung Quốc là phát triển một kế hoạch tiếp thị hiệu quả. Đầu tiên là lựa chọn thị trường mục tiêu, Trung Quốc đang nhắm đến thị trường du lịch tầm trung đến cao cấp. Độ tuổi, tầng lớp trung lưu đến thượng lưu. Thị trường du lịch suối nước nóng ở Trung Quốc chủ yếu đến từ Trung Quốc, Nga, Trung Đông, Hồng Kông, Đài Loan và Hàn Quốc. Chiến lược tiếp thị của Trung Quốc đang chỉ ra đề xuất bán hàng duy nhất của mình là các suối nước nóng tự nhiên lâu đời giúp phục hồi sức khỏe với hàm lượng khoáng chất tốt cho da.

Sản phẩm du lịch suối nước nóng của Trung Quốc rất đa dạng như tắm suối nước nóng, hội nghị suối nước nóng, suối khoáng nóng kết hợp chơi golf, trượt tuyết suối nước nóng, công viên giải trí suối nước nóng. Suối nước nóng ... Thành công của các suối nước nóng ở Trung Quốc là nhờ sự tham gia của nhiều nhà đầu tư quốc tế như Intercontinental, Shangrila, Sheraton, Bayan Tree ... Điều này là do chiến lược của công ty. Lợi thế tài nguyên ở Trung Quốc.

Năm 2009, Hiệp hội Du lịch Trung Quốc đã thành lập một chi nhánh có tên là Hiệp hội Du lịch Suối khoáng nóng Trung Quốc để phát triển hơn nữa các sản phẩm du lịch suối nước nóng. Hiệp hội này đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối các công ty suối nước nóng, hỗ trợ hoạt động của các thành viên, cung cấp thông tin và

kiến thức mới, tạo cầu nối giữa công ty và chính phủ, hỗ trợ công tác điều hành và tổ chức của Chính phủ... Ngoài ra, hiệp hội này còn tham gia quảng bá hoạt động của các sản phẩm du lịch suối nước nóng của Trung Quốc trong và ngoài nước thông qua các hội nghị, hội thảo, hội chợ du lịch quốc tế. .. Hiệp hội cũng hỗ trợ các công ty trong việc xây dựng các sản phẩm du lịch tổng hợp bằng cách tạo ra các tuyến du lịch kết hợp du lịch nhiệt và du lịch: khách du lịch tham quan trong ngày và lưu trú tại các cơ sở suối nước nóng, sử dụng các dịch vụ CSSK.

### **1.8. Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu**

Nhìn chung, sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe rất phù hợp làm sản phẩm bổ trợ cho các sản phẩm du lịch đặc thù của Việt Nam, để làm phong phú thêm trải nghiệm của khách du lịch tại Việt Nam. Phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe cũng phù hợp với định hướng phát triển sản phẩm du lịch của Việt Nam trong thời gian tới, đó là “đẩy mạnh phát triển các sản phẩm mang tính đẳng cấp, thu hút thị trường ngách với khả năng chi tiêu cao” (Chiến lược Phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030).

Từ những kinh nghiệm của một số quốc gia đã phát triển có thể rút ra một số yêu cầu đối với phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe tại Bà Rịa – Vũng Tàu như sau:

- Cần xác định rõ thị trường mục tiêu và các sản phẩm phù hợp với thị hiếu, tâm lý và sở thích của thị trường mục tiêu đó.
- Quản lý chất lượng sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe là yếu tố quan trọng hàng đầu, cần phối hợp với cơ quan chuyên môn có thẩm quyền (VD: Bộ Y tế, Bộ Tài nguyên Môi trường) trong việc thẩm định chất lượng kỹ thuật các dịch vụ chăm sóc sức khỏe.
- Cần có những nghiên cứu, đánh giá nguồn lực phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe một cách toàn diện và bài bản để có những hướng đầu tư phát triển phù hợp. Cần xây dựng hướng dẫn phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe, trong đó làm rõ các khái niệm, tính chất sản phẩm, những yêu cầu kỹ thuật, nhân sự, nguồn lực...

- Phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe cần có định hướng và quy hoạch cụ thể để đảm bảo tính hiệu quả, lâu dài và bền vững.
- Nhà nước cần hỗ trợ trong đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật, hỗ trợ trong đào tạo nguồn nhân lực du lịch chăm sóc sức khỏe. Cũng cần có một tổ chức do chính phủ/chính quyền địa phương đứng đầu để tập hợp nguồn lực cho công tác xúc tiến quảng bá của các cơ sở du lịch chăm sóc sức khỏe.



## KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Du lịch chăm sóc sức khỏe là loại hình du lịch giúp du khách thư giãn, nghỉ ngơi, xóa bỏ tâm lý tiêu cực, chán nản trong cuộc sống ngày càng nhiều áp lực. Song song với mục đích thư giãn thì sau những tháng dài dịch Covid-19 hoành hành mục đích chính yếu nhất của du lịch chăm sóc sức khỏe là giúp du khách cải thiện lối sống lành mạnh, tăng cường sức khỏe về thể chất cũng như về mặt tinh thần thông qua việc khai thác nhiều hoạt động thể chất, tâm lý và kể cả tâm linh.

Việc phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe còn đem đến nhiều lợi ích cho nhiều lĩnh vực khác nhau như: Cải thiện lối sống cá nhân, góp phần bảo vệ môi trường, đem lại nguồn lợi ích kinh tế to lớn, giúp bảo tồn văn hóa; bản sắc dân tộc, tạo thêm việc làm cho người dân,...

Để đầu tư và phát triển loại hình du lịch CSSK không những phải dựa trên các điều kiện để phát triển du lịch nói chung, mà còn phải có thêm các yếu tố, tiêu chí đặc trưng của du lịch chăm sóc sức khỏe như: không gian yên tĩnh, hài hòa với thiên nhiên, loại hình xây dựng và các dịch vụ chăm sóc sức khỏe đi kèm,... Và đây sẽ là những cơ sở để tác giả tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh Bà Rịa – Vũng tàu trong chương 2.

## CHƯƠNG 2.

### THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH CHĂM SÓC SỨC KHỎE TẠI TỈNH BÀ RỊA – VŨNG TÀU

#### 2.1. Tổng quan về phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe trên thế giới và Việt Nam

##### 2.1.1. Xu hướng phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe trên thế giới

Trong những năm gần đây, du lịch CSSK nổi lên như một làn sóng mới và thu hút được phần đông du khách thay vì chọn những gói du lịch thông thường. Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) dự báo, du lịch gắn với CSSK sẽ là xu hướng của du lịch thời kỳ hậu Covid-19. Theo GWI, du lịch chăm sóc sức khỏe được dự báo sẽ tăng trưởng với tốc độ trung bình hàng năm là 7,5% đến năm 2022, nhanh hơn đáng kể so với mức tăng trưởng 6,4% được ước tính cho du lịch nói chung. Đến năm 2022, chi tiêu sẽ đạt 919 tỷ đô la, với 1,2 tỷ chuyến đi chăm sóc sức khỏe được thực hiện hàng năm. Theo dõi các thị trường mới nổi: hơn một nửa tăng trưởng chi tiêu (và ba phần tư tăng trưởng các chuyến du lịch chăm sóc sức khỏe) đến năm 2022 sẽ diễn ra ở châu Á-Thái Bình Dương, Mỹ Latinh-Caribe, Trung Đông-Bắc Phi và châu Phi cận Sahara.

**Bảng 2. 1** Bảng số liệu dự báo tăng trưởng du lịch sức khỏe, 2017 - 2022

|                          | Chi tiêu dự kiến<br>(Tỷ USD) |         | Tốc độ tăng trưởng trung<br>bình hàng năm dự kiến |
|--------------------------|------------------------------|---------|---|
|                          | 2017                         | 2022    | 2017 - 2022                                       |
| Bắc Mỹ                   | \$241,7                      | \$311,3 | 5,2%  |
| Châu Âu                  | \$210,8                      | \$275,0 | 5,5%  |
| Châu Á – Thái Bình Dương | \$136,7                      | \$251,6 | 13,0%   |
| Mỹ La-ting – Caribbean   | \$34,8                       | \$54,7  | 9,5%  |
| Trung Đông – Bắc Phi     | \$10,7                       | \$18,1  | 11,8%   |

|          | Chi tiêu dự kiến<br>(Tỉ USD) |         | Tốc độ tăng trưởng trung<br>bình hàng năm dự kiến |
|----------|------------------------------|---------|---|
|          | 2017                         | 2022    | 2017 - 2022                                       |
| Châu Phi | \$4,8                        | \$8,1   | 11,1%   |
| Tổng     | \$639,4                      | \$919,4 | 7,5%  |

(Nguồn: Đánh giá của Global Wellness Institute, dựa trên dữ liệu ngành du lịch từ Euromonitor International, dữ liệu kinh tế từ IMF và dữ liệu và mô hình dự báo của GWI)

Các thị trường du lịch CSSK hàng đầu trên thế giới: Du lịch chăm sóc sức khỏe tập trung nhiều ở một số quốc gia trên khắp Bắc Mỹ, Châu Âu và Châu Á - Thái Bình Dương. Năm quốc gia hàng đầu (Mỹ, Đức, Trung Quốc, Pháp, Nhật Bản) đại diện cho 59% thị trường toàn cầu, và chỉ riêng Hoa Kỳ đã tạo ra hơn một phần ba doanh thu thế giới. Kể từ năm 2013, cả Trung Quốc và Ấn Độ đều tăng vọt trong bảng xếp hạng: Trung Quốc nhảy từ vị trí thứ 11 lên thứ 3 hiện nay; Ấn Độ nhảy vọt từ thứ 16 lên thứ 7. Malaysia lần đầu tiên lọt vào top 20.

Ảnh hưởng từ đại dịch Covid-19 có thể làm những số liệu thực tế thấp hơn so với dự báo nhưng nhu cầu và tỷ trọng đóng góp của loại hình này chắc chắn sẽ tăng lên, nhất là khi sự đe dọa của dịch bệnh khiến yêu cầu về CSSK toàn diện trở thành đòi hỏi cần thiết. Do đó, nếu không muốn bỏ lỡ thị phần du lịch nhiều tiềm năng này, Việt Nam nói riêng hay thế giới nói chung cần có những giải pháp tổng thể để đưa du lịch CSSK phát triển dựa trên thế mạnh có sẵn.

Cuộc khủng hoảng COVID-19 đã làm tê liệt một phần lớn nền kinh tế, và du lịch là một trong những ngành bị ảnh hưởng nặng nề nhất. Năm 2020, du lịch thế giới trải qua năm tồi tệ nhất được ghi nhận, với lượng khách quốc tế giảm 74% theo số liệu mới nhất của Tổ chức Du lịch Thế giới. Những thay đổi trong việc đi lại và du lịch là không thể tránh khỏi, xét đến sự kết hợp giữa các quy định kinh doanh và chăm sóc sức khỏe, những thay đổi trong lựa chọn của người tiêu dùng, mô hình di chuyển trên khắp thế giới và tính sẵn có của các điểm đến.

Trong hai năm 2020 và 2021, nhiều câu hỏi đã được đặt ra về việc làm thế nào để tái khởi động các hoạt động du lịch và khả năng phát triển của mô hình du lịch; giai

đoạn này đã tạo cơ hội để nhìn nhận lại và tái phát triển du lịch như một tài sản của sự thay đổi hướng tới các điểm đến bền vững và linh hoạt hơn.

Những sáng kiến xu hướng để phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe trên thế giới năm 2021:

- Phát triển sức khỏe hàng đầu quốc gia: Các quốc gia trên toàn cầu đang áp dụng các sáng kiến hướng tới sức khỏe và rót vốn vào các khái niệm dành riêng cho khách du lịch và người dân địa phương. Điều này cũng đang thu hút nguồn đầu tư cho du lịch chăm sóc sức khỏe ở các quốc gia này.

- Du lịch tái tạo: Trải nghiệm sức khỏe có mục đích không chỉ đem lại giá trị, lợi ích cho riêng bạn mà còn đem lại lợi ích cho cộng đồng và môi trường bạn đến thăm. Làm điều tốt và có ảnh hưởng đến sự thay đổi tích cực thông qua du lịch sức khỏe.

- Chương trình phục hồi để phục hồi: với sự quan tâm ngày càng tăng về sức khỏe tinh thần, các cơ sở và chương trình chuyên về trị liệu tinh thần đã được tạo ra để hỗ trợ các du khách giải tỏa căng thẳng, kiệt sức, lo lắng, chấn thương và trầm cảm, giúp cho tinh thần nhẹ nhàng và thư thái hơn.

- Bảo hiểm và phúc lợi hỗ trợ của doanh nghiệp về sức khỏe: Các công ty bảo hiểm và người sử dụng lao động đang ưu tiên phân bổ cho các chương trình chăm sóc sức khỏe. Điều này có nghĩa là nhiều người hơn có quỹ dành riêng và cơ hội tham dự các chương trình và trải nghiệm liên quan đến sức khỏe.

- Mô hình du lịch chăm sóc sức khỏe thu nhỏ: Với giá trị ngày càng tăng được đặt trên sự cân bằng giữa công việc/ cuộc sống và các cơ hội làm việc ở xa hơn, cho nên sự gia tăng của các trải nghiệm du lịch chăm sóc sức khỏe thường xuyên, quy mô nhỏ ngày càng tăng.

- Các chương trình y học thực vật tự nhiên: Sử dụng các loại thảo mộc tự nhiên để trị liệu, massage.

- Các cuộc tĩnh tâm về khả năng sinh sản: khi phụ nữ tiếp tục tìm kiếm sự hỗ trợ trong hành trình sinh sản của họ, các trung tâm và khóa tu chăm sóc sức khỏe đang ngày càng đáp ứng nhu cầu này.

- Đào tạo bác sĩ chăm sóc sức khỏe trực tuyến: giáo dục và đào tạo về sức khỏe bao gồm việc học trực tuyến thay vì phải đi du lịch để được đào tạo. Điều này giúp hỗ trợ và phát triển năng lực của bác sĩ chăm sóc sức khỏe trên toàn thế giới.

- Các chương trình phong cách sống sức khỏe mới: các chương trình ngoại tuyến và cố định dành cho những khách du lịch chuyên dụng muốn tìm hiểu thêm về cách xây dựng điều này vào phong cách sống của họ. Điều này bao gồm các chương trình được coi là chăm sóc sức khỏe “cực độ”, chẳng hạn như liệu pháp trị liệu bằng nước lạnh.
- Đón nhận sức khỏe y tế: sự hội nhập của hai thế giới, các bệnh viện chăm sóc sức khỏe vào các chương trình của họ và các khóa tu dưỡng sức khỏe với các hỗ trợ y tế có cấu trúc hơn.
- Thực hiện truyền thống chăm sóc sức khỏe bản địa: sự phát triển của các trải nghiệm chăm sóc sức khỏe dựa trên nền văn hóa nhấn mạnh các triết lý phương Đông và các truyền thống cổ xưa khác, truyền thống Đạo giáo, tâm linh, v.v.
- Sự bùng nổ về các hoạt động thể chất ngoài trời: trong khi mong muốn hòa mình vào thiên nhiên vẫn tiếp tục đối với người dân địa phương và du khách trên khắp thế giới, nhu cầu đi xe đạp, chạy, đi bộ và các chuyến tham quan/ cắm trại thiên nhiên vẫn tiếp tục.
- Động vật hỗ trợ du lịch sức khỏe: quyền sở hữu vật nuôi trong thời gian COVID-19 đã tăng vọt, với những động vật hỗ trợ sức khỏe của con người. Việc kết hợp động vật vào các liệu pháp chăm sóc sức khỏe và tinh tâm (ví dụ: liệu pháp cưỡi ngựa và yoga dê) tiếp tục được mở rộng.

### ***2.1.2. Các mô hình du lịch CSSK nổi bật trên thế giới***

#### ***2.1.2.1. Khóa tinh tâm tại Six Senses Douro Valley, Lamego (nước Bồ Đào Nha)***

Được xây dựng trên một khuôn viên với phong cảnh đẹp mê hồn, đồi cao ven sông thơ mộng và không khí trong lành, êm đềm. Và thức dậy trong một biệt thự với kiến trúc thế kỷ 19 đầy lãng mạn. Nếu du khách muốn cân bằng cuộc sống, giảm bớt căng thẳng hoặc đang đứng trước những quyết định lớn, thì khóa học này phù hợp với bạn. Sau 4 ngày, du khách sẽ được chuyên gia theo dõi về tình trạng sức khỏe hiện tại của du khách.

Chi phí cho mỗi khóa học 4 ngày: \$1670/1 người.

#### ***2.1.2.2. Khóa thiền định dưới nước ở Amanbagh, Rajasthan (nước Ấn Độ)***

Khóa học du lịch chăm sóc sức khỏe này diễn ra từ đầu năm đến hết ngày 31/5, mỗi khóa học kéo dài 21 ngày. Thanh lịch với các phương pháp điều trị cá nhân như chống lão hóa, mô hình làm đẹp này là di sản của các phương pháp chăm sóc sắc đẹp Ayurvedic của Ấn Độ cách đây 5000 năm.

Mỗi khách du lịch sẽ được một chuyên viên chăm sóc sức khỏe riêng biệt trong 21 ngày đó. Gồm giải độc cơ thể, thanh lọc và có chế độ ăn uống phù hợp. Mô hình này được chính ông chủ của khách sạn sang trọng nhất thế giới đã giới thiệu – Aman Wellness.

Điều tuyệt vời nhất của khóa này đó là bạn sẽ được tập yoga, thiền định trong một ngôi chùa nằm sâu trong hẻm núi được xây dựng thế kỷ 17. Làm trẻ hóa làn da, những tế bào trong cơ thể, bạn sẽ trẻ đẹp hơn và dẻo dai hơn.

Khóa thiền định này có giá \$6314, tầm hơn 150 triệu tiền Việt Nam. Khá là xa xỉ nhưng rất đáng hưởng thụ để kéo dài thanh xuân.

#### ***2.1.2.3. Tập hợp các liệu pháp chăm sóc sức khỏe tại Rancho Valencia Resort & Spa, Rancho Santa Fe, California (nước Mỹ)***

Liệu trình du lịch chăm sóc sức khỏe này du khách được chọn 3, 5 hoặc 7 ngày.

- + Vận động và thể dục: từ 8/1 – 14/1
- + Thái độ và quan điểm: từ 5/3 – 11/3
- + Dinh dưỡng ẩm thực và độc tính: từ 7/5 – 13/5
- + Ngủ và thời gian nghỉ ngơi hợp lý: 9/7 – 15/7
- + Các mối quan hệ và kết nối: từ 17/9 – 23/9
- + Sự căng thẳng và cân bằng cuộc sống: từ 12/11 – 18/11.

Các liệu pháp này theo tôi rất hay. Họ sẽ giải thích tường tận cho bạn sâu hơn từ yếu tố gen di truyền, tuổi thọ, sức khỏe đến việc ảnh hưởng của môi trường bên ngoài. Tất cả đều được giải quyết triệt để cho mỗi cá nhân.

Bao gồm: thể dục thẩm mỹ, điều trị 90 phút spa, sức khỏe cá nhân, hội thảo, các lớp học thể dục, vận động mạnh/nhẹ để lưu thông máu huyết, tăng cường não bộ..

Giá cho liệu trình này khoảng \$434,5.

#### ***2.1.2.4. Yoga Tĩnh tâm tại Aleenta Phuket Phang Nga , Phuket (nước Thái Lan)***

Ở mô hình này du khách được đưa đến bãi biển thơ mộng Natai rất yên tĩnh. Người sáng lập bộ môn yoga tinh thần Thielenmann và thiền gia quốc tế sẽ khuyến khích các học viên nạp năng lượng và đối mặt với thử thách khó khăn trong cuộc sống bằng 4 phương pháp: chống lão hóa, giải độc tố, tối ưu trọng thể và cân bằng tinh thần.

Không chỉ có yoga mà còn kết hợp điều trị truyền thống và khoa học hiện đại. Thiền buổi sáng theo mục tiêu mỗi cá nhân, điều trị sức khỏe bằng phương pháp oxygen và massage cơ thể.

Giá cho liệu trình khoảng \$1609/mỗi người.

### ***2.1.3. Tổng quan về du lịch CSSK ở Việt Nam***

#### ***2.1.3.1. Lượng khách và doanh thu du lịch của Việt Nam 2021***

Do ảnh hưởng của dịch COVID-19, lượng khách và doanh thu từ du lịch trong cả nước giảm mạnh. Tổng thu từ du lịch 8 tháng đầu năm 2021 chỉ đạt 136.520 tỷ đồng, giảm 26,5% so với cùng kỳ năm 2020.

Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, khách quốc tế đến Việt Nam trong quý III/2021 đạt 26,3 nghìn lượt người, giảm 40,3% so với cùng kỳ năm trước. Do Việt Nam tiếp tục thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch COVID-19, chưa mở cửa du lịch quốc tế nên lượng khách đến chủ yếu là chuyên gia, lao động kỹ thuật nước ngoài làm việc tại các dự án ở Việt Nam. Riêng trong tháng 9, khách quốc tế đến ước tính đạt 9,5 nghìn lượt người, tăng 2,2% so với tháng trước và giảm 31% so với cùng kỳ năm trước.

Tính chung 9 tháng năm 2021, khách quốc tế đến Việt Nam ước tính đạt 114,5 nghìn lượt người, giảm 97% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó khách đến bằng đường hàng không đạt 75,6 nghìn lượt người, chiếm 66% lượng khách quốc tế đến Việt Nam, giảm 97,5%; bằng đường bộ đạt 38,5 nghìn lượt người, chiếm 33,6% và giảm 93,4%; bằng đường biển đạt 398 lượt người, chiếm 0,4% và giảm 99,7%.

Trong 9 tháng năm 2021, khách đến từ châu Á vẫn cao nhất với 98.291 lượt khách, giảm 96,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Khách đến từ châu Âu đạt 10.382 lượt người, giảm 98,4%. Khách đến từ châu Mỹ đạt 3.984 lượt người, giảm 98,3%.

Về tình hình du lịch trong nước, theo báo cáo, nhu cầu đi lại, du lịch của người dân giảm do ảnh hưởng của dịch COVID-19 làm giá vé máy bay giảm 20,91% so với cùng kỳ năm trước; giá du lịch trọn gói giảm 2,69%.

Một số địa phương có doanh thu du lịch lũy thừa 9 tháng năm 2021 giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước: Quảng Ninh giảm 31,5%; Đà Nẵng giảm 42%; Cần Thơ giảm 45,3%; Hà Nội giảm 55,4%; Hải Phòng giảm 55,7%; Thành phố Hồ Chí Minh giảm 56,2%; Thừa Thiên - Huế giảm 63,1%; Bình Dương giảm 67,8%; Quảng Nam giảm 82,4%; Khánh Hòa giảm 89,5%.

### 2.1.3.2. Lượng khách quốc tế đầu năm 2021

Lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 3/2020 ước đạt 449.923 lượt, giảm 63,8% so với 2/2020 và giảm 68,1% so với cùng kỳ năm 2019. Tính chung 3 tháng năm 2020 ước đạt 3.686.779 lượt khách, giảm 18,1% so với cùng kỳ năm 2019.

**Bảng 2. 2** Khách quốc tế đến Việt Nam tháng 3 và 3 tháng năm 2020

| Chỉ tiêu                     | Ước tính tháng 3/2020 (Lượt khách) | 3 tháng năm 2020 (Lượt khách) | Tháng 3 so với tháng trước (%) | Tháng 3/2020 so với tháng 3/2019 (%) | 3 tháng 2020 so với cùng kỳ năm trước (%) |
|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|---|
| <b>Tổng số</b>               | <b>449.923</b>                     | <b>3.686.779</b>              | <b>36,2</b>                    | <b>31,9</b>                          | <b>81,9</b>                               |
| <b>Phân theo phương tiện</b> |                                    |                               |                                |                                      |   |
| 1. Đường không               | 375.137                            | 2.991.585                     | 37,7                           | 34,3                                 | 85,1                                      |
| 2. Đường biển                | 9.024                              | 144.109                       | 16,4                           | 44,8                                 | 192,1                                     |
| 3. Đường bộ                  | 65.762                             | 551.085                       | 34,1                           | 22,1                                 | 60,6                                      |
| <b>Phân theo thị trường</b>  |                                    |                               |                                |                                      |   |
| <b>1. Châu Á</b>             | <b>243.028</b>                     | <b>2.674.367</b>              | <b>27,4</b>                    | <b>22,8</b>                          | <b>78,9</b>                               |
| Campuchia                    | 35.220                             | 120.430                       | 79,5                           | 326,9                                | 354,3                                     |
| Lào                          | 12.391                             | 36.810                        | 84,0                           | 157,5                                | 138,5                                     |
| Thái Lan                     | 18.171                             | 125.725                       | 41,0                           | 40,7                                 | 100,9                                     |
| Đài Loan                     | 22.344                             | 192.216                       | 23,8                           | 34,2                                 | 92,8                                      |
| Indonesia                    | 3.457                              | 21.446                        | 61,6                           | 41,3                                 | 88,0                                      |
| Philippines                  | 7.664                              | 36.969                        | 59,5                           | 57,1                                 | 87,8                                      |



| Chỉ tiêu                          | Ước tính tháng 3/2020 (Lượt khách) | 3 tháng năm 2020 (Lượt khách) | Tháng 3 so với tháng trước (%) | Tháng 3/2020 so với tháng 3/2019 (%) | 3 tháng 2020 so với cùng kỳ năm trước (%) |
|-----------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|---|
| Nhật Bản                          | 37.385                             | 200.346                       | 50,6                           | 45,3                                 | 85,9                                      |
| Malaysia                          | 23.221                             | 116.221                       | 55,0                           | 44,6                                 | 80,9                                      |
| Singapore                         | 9.883                              | 51.726                        | 66,1                           | 40,1                                 | 75,8                                      |
| Hàn Quốc                          | 28.699                             | 819.089                       | 8,9                            | 8,6                                  | 73,9                                      |
| Trung Quốc                        | 33.194                             | 871.819                       | 17,1                           | 8,5                                  | 68,1                                      |
| Hồng Kông                         | 1.203                              | 3.780                         | 112,2                          | 22,0                                 | 23,0                                      |
| Các thị trường khác thuộc châu Á  | 10.196                             | 77.790                        | 89,5                           | 79,5                                 | 181,8                                     |
| <b>2. Châu Mỹ</b>                 | <b>27.210</b>                      | <b>234.050</b>                | <b>33,4</b>                    | <b>32,1</b>                          | <b>79,8</b>                               |
| Hoa Kỳ                            | 17.653                             | 172.706                       | 30,2                           | 28,6                                 | 78,6                                      |
| Canada                            | 6.066                              | 41.807                        | 37,8                           | 35,2                                 | 77,8                                      |
| Các thị trường khác thuộc châu Mỹ | 3.491                              | 19.537                        | 50,4                           | 58,0                                 | 97,7                                      |
| <b>3. Châu Âu</b>                 | <b>162.165</b>                     | <b>664.251</b>                | <b>66,8</b>                    | <b>72,5</b>                          | <b>96,9</b>                               |
| Nga                               | 72.222                             | 244.966                       | 85,5                           | 104,9                                | 113,6                                     |
| Bỉ                                | 1.971                              | 7.452                         | 73,0                           | 77,3                                 | 97,4                                      |
| Na Uy                             | 1.646                              | 8.958                         | 45,0                           | 66,0                                 | 95,4                                      |
| Tây Ban Nha                       | 2.585                              | 11.783                        | 63,1                           | 62,8                                 | 94,0                                      |
| Thụy sĩ                           | 2.005                              | 10.845                        | 52,7                           | 60,8                                 | 91,9                                      |
| Vương quốc Anh                    | 17.873                             | 81.433                        | 56,8                           | 60,9                                 | 90,6                                      |
| Hà Lan                            | 4.195                              | 18.265                        | 60,4                           | 62,2                                 | 88,3                                      |
| Phần Lan                          | 1.741                              | 9.994                         | 45,2                           | 56,5                                 | 86,2                                      |
| Pháp                              | 17.121                             | 74.480                        | 59,2                           | 53,2                                 | 85,3                                      |
| Đan mạch                          | 3.069                              | 14.444                        | 49,5                           | 58,3                                 | 85,2                                      |
| Đức                               | 15.383                             | 61.465                        | 69,5                           | 58,3                                 | 85,1                                      |
| Thụy Điển                         | 3.752                              | 21.857                        | 50,2                           | 56,5                                 | 78,1                                      |

| Chỉ tiêu                           | Ước tính tháng 3/2020 (Lượt khách) | 3 tháng năm 2020 (Lượt khách) | Tháng 3 so với tháng trước (%) | Tháng 3/2020 so với tháng 3/2019 (%) | 3 tháng 2020 so với cùng kỳ năm trước (%) |
|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|---|
| Ý                                  | 1.541                              | 17.774                        | 24,8                           | 20,9                                 | 77,5                                      |
| Các thị trường khác thuộc châu Âu  | 17.061                             | 80.535                        | 55,2                           | 67,3                                 | 102,4                                     |
| <b>4. Châu Úc</b>                  | <b>15.455</b>                      | <b>102.181</b>                | <b>57,2</b>                    | <b>50,1</b>                          | <b>85,6</b>                               |
| New Zealand                        | 1.587                              | 9.470                         | 66,8                           | 55,6                                 | 89,8                                      |
| Úc                                 | 13.821                             | 92.227                        | 56,4                           | 49,5                                 | 85,0                                      |
| Các thị trường khác thuộc châu Úc  | 47                                 | 484                           | 43,9                           | 47,0                                 | 190,6                                     |
| <b>5. Châu Phi</b>                 | <b>2.065</b>                       | <b>11.930</b>                 | <b>53,2</b>                    | <b>62,2</b>                          | <b>102,0</b>                              |
| Các thị trường khác thuộc châu Phi | 2.065                              | 11.930                        | 53,2                           | 62,2                                 | 102,0                                     |

(Nguồn: Tổng cục Thống Kê)

Với đà tăng trưởng của năm năm trước, bước vào năm 2020, du lịch Việt Nam đã đón lượng khách quốc tế kỷ lục trong tháng 1, đạt 2 triệu lượt, tăng 32,8% so với cùng kỳ 2019. Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 đã nhanh chóng “đóng băng” ngành du lịch thế giới và du lịch Việt Nam cũng không nằm ngoài tầm ảnh hưởng. Báo cáo của UNWTO cho hay, lượng khách du lịch quốc tế trên toàn cầu trong năm 2020 sụt giảm tới 1,1 tỷ lượt. Tổng thu du lịch toàn cầu mất đi 1,1 nghìn tỷ USD; khoảng 100-120 triệu lao động trong ngành bị mất việc.

Do đó, ngành du lịch Việt Nam cần nắm bắt xu hướng du lịch CSSK để nhằm vực dậy nhanh doanh thu du lịch sau gần hai năm “đóng băng”. Xây dựng các chương trình hành động nhằm khôi phục nhanh thị trường khách hàng, trong đó lấy khách du lịch nội địa làm trọng tâm, ngoài ra sẽ đặt mục tiêu khai thác khách quốc tế đang sinh sống, làm việc, học tập tại Việt Nam.

### ***2.1.3.3. Tiềm năng phát triển loại hình du lịch CSSK tại Việt Nam***

Theo Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Việt Nam có nhiều tiềm năng về du lịch chăm sóc sức khỏe. Cụ thể, bờ biển dài 3260 km, có nhiều bãi tắm đẹp, thích hợp cho nghỉ dưỡng. Ngành địa chất của nước ta phát triển, cả nước hiện có khoảng 400 suối nước khoáng nóng, trong đó có 287 suối đã được nghiên cứu, tìm hiểu, phân tích và phân thành 11 loại khác nhau có tác dụng chữa bệnh và có thể dùng làm nước uống đóng chai. Những nơi có suối khoáng nóng đã trở thành địa điểm nghỉ ngơi, thư giãn được nhiều du khách ưa thích. Việt Nam có hệ thống cây thuốc vô cùng phong phú và đa dạng. Với khoảng 3.850 loài thực vật, 406 loài động vật được sử dụng làm thuốc, một nền y học phương đông phát triển lâu đời ...

Với những lợi thế nêu trên năm 2018, khi chưa chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, Việt Nam đã đón khoảng 350.000 du khách quốc tế trải nghiệm loại hình du lịch này, mang về doanh thu 2 tỷ đô la Mỹ.

Thực tế, nhiều năm trở lại đây, du lịch chăm sóc sức khỏe được các địa phương quan tâm, thu hút nhiều doanh nghiệp đầu tư và đã phát triển được những dòng sản phẩm du lịch cao cấp hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Điển hình là khu du lịch Serena resort Kim Bôi (Hòa Bình), Bình Châu (Bà Rịa - Vũng Tàu), Núi Thần Tài (Đà Nẵng), Wyndham Thanh Thủy (Phú Thọ), Mỹ Lâm (Tuyên Quang), Yoko Onsen Quang Hanh (Quảng Ninh)... Đây là những khu du lịch đã khai thác được lợi thế về nguồn suối nước nóng, bùn khoáng thiên nhiên tại địa phương. Bên cạnh đó, có không ít địa phương phát triển du lịch cộng đồng gắn với loại hình chăm sóc sức khỏe như: Khu du lịch bản Lướt (xã Ngọc Chiến, Mường La, Sơn La), Trạm Tấu (Yên Bái)...

Theo Tiến sĩ Vũ Nam, Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường du lịch (Tổng cục Du lịch), Việt Nam hoàn toàn có khả năng hình thành dòng sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe có năng lực cạnh tranh cao, tập trung cho nhiều dòng khách từ bình dân đến hạng sang. "Đây có thể sẽ là lợi thế du lịch của Việt Nam nếu biết cách đầu tư và khai thác", ông Vũ Nam nói.

Tuy nhiên, ở nước ta, có thể thấy loại hình này vẫn chưa thật sự phát triển bài bản. Phần lớn các sản phẩm du lịch sức khỏe thời gian qua vẫn chủ yếu do các đơn vị nghỉ dưỡng cung cấp tại chỗ. Cũng chưa có những đơn vị chịu trách nhiệm, thẩm định chất lượng những tua du lịch này.

Bên cạnh đó, du lịch chăm sóc sức khỏe cũng đòi hỏi đội ngũ phục vụ chuyên biệt và chuyên nghiệp hơn, cho nên để bảo đảm cung ứng chất lượng dịch vụ tốt, cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực có kiến thức, kỹ năng phù hợp. Nhìn sang các nước bạn, để phát triển những sản phẩm du lịch sức khỏe ưu thế, bên cạnh việc đẩy mạnh quảng bá xúc tiến và hoàn thiện cơ sở hạ tầng dịch vụ, ngành du lịch các quốc gia này còn rất quan tâm vấn đề nâng cao và bảo đảm chất lượng cung ứng dịch vụ.

## **2.2. Thực trạng về phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu**

### **2.2.1. Lượng khách và doanh thu du lịch tại BR – VT 2020 - 2021**

Với vị trí địa lý thuận lợi, số giờ nắng cao trong năm, nhiệt độ không khí khá ổn định, không có mùa đông và ít bão, chiều dài bờ biển phần đất liền có nhiều bãi cát đẹp có thể sử dụng làm bãi tắm và hình thành các resort cao cấp kết hợp các loại hình du lịch thể thao biển, du lịch chăm sóc sức khỏe; hệ sinh thái rừng ngập mặn đa dạng, phong phú; hệ thống cơ sở vật chất phục vụ du lịch khá đồng bộ; môi trường du lịch nhất là môi trường du lịch ven biển ngày càng trở nên sạch, đẹp; BR – VT đã và đang trở thành điểm đến ưa thích của không ít khách du lịch. Nhiều dự án du lịch chất lượng cao đã hình thành và hoạt động kinh doanh có hiệu quả cơ bản đã góp phần tăng doanh thu và lượng khách cho ngành du lịch tỉnh.

Với những tiềm năng và lợi thế nêu trên, hàng năm, tỉnh BR – VT đón và phục vụ từ 14 – 15 triệu lượt khách. Doanh thu du lịch đạt từ 14 – 16 ngàn tỷ VND, với tốc độ tăng trưởng của các chỉ tiêu luôn đạt ở mức độ khá, 15 – 20%/năm.

Tuy nhiên, trong những tháng đầu năm 2020 đại dịch Covid-19 bùng phát, lan nhanh và khó kiểm soát trên nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành du lịch toàn cầu, du lịch Việt Nam nói chung và du lịch BR – VT nói riêng. Việc thực hiện các biện pháp cách ly xã hội trong thời gian phòng, chống dịch bệnh Covid-19 đã dẫn đến lượng khách du lịch đến Việt Nam và tỉnh BR – VT bị giảm sâu.

So với tổng lượt khách đến tham quan và du lịch tại tỉnh năm 2020, tổng lượt khách lưu trú đạt 2.681.000 lượt khách, đạt 63,83% kế hoạch năm (giảm 27,75% so với năm 2019). Riêng khách quốc tế lưu trú chỉ đạt 179.500 lượt, đạt 30,95% kế hoạch

năm ( giảm 64,13% so với năm 2019). Doanh thu từ các cơ sở lưu trú du lịch đạt 4.121 tỷ đồng, đạt 65,21% kế hoạch năm, giảm 23,15% so với năm trước.

### **2.2.2. Các dự án đầu tư**

Riêng dự án đầu tư du lịch, đến nay Bà Rịa-Vũng Tàu đã thu hút 130 dự án du lịch với diện tích là 2.952 ha; tổng vốn đầu tư là 48.273 triệu đồng và 8.902 triệu USD (114 dự án đầu tư trong nước, 16 dự án đầu tư nước ngoài); 50 dự án đã đi vào hoạt động, 35 dự án đang triển khai xây dựng, 45 dự án đang làm thủ tục pháp lý. Nhiều dự án du lịch chất lượng cao đã hình thành và hoạt động kinh doanh có hiệu quả như: Khu nghỉ dưỡng Vietsovpetro, khu du lịch phức hợp Hồ Tràm Strip, khu du lịch Cáp treo Hồ Mây, khu du lịch suối khoáng nóng Bình Châu, khu du lịch Lan Rừng Resort Phước Hải, khu du lịch Oceanami, Sanctuary Hồ Tràm, Sixsenses Côn Đảo, khách sạn Pull Man, Resort Melia Hồ Tràm... đã góp phần tăng doanh thu và lượng khách cho ngành du lịch của tỉnh. Song song đó, môi trường du lịch, nhất là ở các khu du lịch ven biển, các bãi tắm, các điểm du lịch, khu vui chơi công cộng ngày càng sạch đẹp, an toàn, văn minh, cơ bản đáp ứng được nhu cầu của du khách.

Tình hình an ninh, trật tự ổn định, các tệ nạn xã hội và hiện tượng mất an ninh, an toàn tại các khu - điểm du lịch đã giảm rất nhiều so với trước đây nhờ nỗ lực lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy, chính quyền các địa phương. Cộng đồng dân cư tại các khu vực trọng điểm du lịch đã có sự chuyển biến mạnh về nhận thức; cách ứng xử, giao tiếp văn minh, thân thiện với du khách đã được cải thiện hoàn toàn.

Tiêu biểu là Charm Resort Hồ Tràm BW Premier Collection by Best Western được đầu tư bởi Charm Group, dự kiến tung ra thị trường hàng ngàn căn hộ nghỉ dưỡng trị liệu sức khỏe và biệt thự đẳng cấp 5 sao.

Chưa dừng lại ở đó, Chủ đầu tư đang làm việc với đơn vị chuyên vận hành Wellness Center cho các thương hiệu resort đất đỏ và xa xỉ trên thế giới để mang đến một tổ hợp trị liệu sức khỏe thanh lọc cơ thể, phục hồi – tái tạo năng lượng, làm đẹp quy mô bậc nhất khu vực phía Nam với đa dạng các hình thức trải nghiệm như khoáng nóng, hồ khoáng Onsen, detox bằng nước khoáng chất... bên cạnh các liệu trình spa, giảm cân hay trung tâm gym/fitness chuẩn 5 sao. Được biết phân khu trị liệu chăm sóc

sức khỏe có diện tích hơn 7 hecta với đầy đủ không gian và liệu trình trị liệu sức khỏe chuyên sâu cho mọi đối tượng.

### **2.2.3. Tiềm năng phát triển loại hình du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu**

Bà Rịa – Vũng Tàu là một trong những điểm đến thu hút với khách du lịch trong và ngoài nước tại các tỉnh phía Nam. Theo quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030, địa phương sẽ phát triển du lịch chất lượng cao, góp phần thực hiện sự chuyển dịch cơ bản cơ cấu kinh tế của tỉnh, đóng góp quan trọng vào phát triển du lịch vùng Đông Nam Bộ và nâng cao vị thế du lịch Việt Nam.

Bên cạnh việc chú trọng phát triển du lịch nghỉ dưỡng và xây dựng thương hiệu du lịch biển thì tỉnh cũng đang chú trọng phát triển các sản phẩm dịch vụ gắn liền với chữa bệnh và chăm sóc sức khỏe dựa vào các ưu thế sẵn có mà thiên nhiên ban tặng.

Đặc biệt, khách du lịch khi đến Bà Rịa – Vũng Tàu thường lựa chọn Suối nước nóng Bình Châu làm điểm đến lý tưởng để trải nghiệm và thư giãn cùng gia đình, bạn bè và người thân.

Được tổ chức Du lịch thế giới (WTO) bình chọn là một trong hai khu du lịch sinh thái bền vững nhất của Việt Nam, suối nước nóng Bình Châu gồm 70 điểm phun nước lộ thiên có nhiệt độ từ 37 đến 82 độ. Theo một số nghiên cứu, thành phần của suối nước nóng Bình Châu giống với các loại nước suối nổi tiếng khác trên thế giới. Cho nên tắm suối nước nóng giúp tăng dần nhiệt độ cơ thể, tiêu diệt vi trùng và virus có hại; làm tăng lưu thông máu, giúp phân hủy và loại bỏ các độc tố khỏi cơ thể,... Đây cũng chính là lí do mà khu suối khoáng Bình Châu ngày càng hấp dẫn nhiều du khách.

Được Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) bình chọn là một trong hai khu du lịch sinh thái bền vững nhất Việt Nam, suối nước nóng Bình Châu bao gồm 70 suối nước ngoài trời với nhiệt độ từ 37 đến 82 độ. Theo một số nghiên cứu, thành phần của suối nước nóng Bình Châu tương tự như các suối nước nóng nổi tiếng khác trên thế giới, nên việc tắm trong suối nước nóng sẽ giúp nâng cao dần nhiệt độ cơ thể, tiêu diệt vi trùng, vi rút có hại; Tăng tuần hoàn máu, giúp phân hủy và loại bỏ độc tố ra khỏi cơ

thê,... Đây cũng chính là lý do khiến khu Suối khoáng Bình Châu ngày càng thu hút nhiều du khách.

Ngoài ra, trong những năm gần đây, phong trào tập yoga ở Bà Rịa – Vũng Tàu đang phát triển mạnh mẽ cùng với sự ra đời của hàng loạt câu lạc bộ và phòng tập yoga lớn tại trung tâm Văn hóa tỉnh (TP Bà Rịa), trung tâm văn hóa – thể thao Vietsovpetro (Nguyễn Tri Phương),... Bên cạnh việc phát triển các loại hình chăm sóc sức khỏe thông qua suối nước nóng ở Bình Châu, hiện tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu cũng đang phát triển nhiều tour du lịch mới liên quan đến Thiền, Yoga và Detox kết hợp với nghỉ dưỡng.

Đây cũng là tín hiệu khả quan cho việc đẩy mạnh đầu tư và chú trọng phát triển ngành du lịch chăm sóc sức khỏe hơn nữa ở tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu trong thời gian tới. Khi du lịch có nhiều chuyển biến mạnh mẽ thì thị trường bất động sản cũng theo đó có nhiều biến động. Cụ thể khi lượng khách đổ về ngày một nhiều thì nhu cầu về chỗ ở, nơi lưu trú,... sẽ ngày một tăng cao. Kéo theo đó nhu cầu “săn” đất ở vị trí đẹp để “ăn theo” trào lưu du lịch và giá đất cũng tăng dần theo thời gian.

#### ***2.2.4. Các phương án kích cầu du lịch tỉnh BR - VT***

Trước tình hình đó, Ban chỉ đạo phòng chống dịch bệnh Covid-19 của tỉnh đã chỉ đạo các cơ quan, đơn vị liên quan nỗ lực xây dựng các phương án phòng dịch tốt nhất, triển khai các biện pháp một cách hiệu quả, kịp thời. Trong đó, đáng chú ý là ngành du lịch đã tham mưu tổ chức các chương trình kích cầu du lịch với các hoạt động như: tổ chức chương trình khảo sát, tham quan các điểm du lịch hấp dẫn của tỉnh với sự tham dự của các Tổng biên tập Báo, phóng viên của các Báo, tạp chí nổi tiếng trên cả nước nhằm khẳng định tiềm năng du lịch và sự an toàn của tỉnh trong thời điểm dịch Covid-19 diễn ra. Từ đó, ngành du lịch đã vận động được 100% cơ sở dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh đã cam kết thực hiện các tiêu chí an toàn phòng chống dịch Covid-19; các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, khu , điểm du lịch, cơ sở lưu trú, nhà hàng, cơ sở kinh doanh vận tải hành khách đồng loạt hưởng ứng giảm giá thành gói kích cầu chung (giá dịch vụ giảm từ 10 – 30%) đối với du khách khi đến tham quan và nghỉ dưỡng tại tỉnh.

Kết quả của việc thực hiện chương trình kích cầu là đã thu hút hơn 90 doanh nghiệp tham gia góp phần thu hút 173 triệu lượt khách du lịch trong tháng 7/ 2020, tăng 15,3% so với cùng kỳ năm trước, từ đó góp phần vực dậy ngành du lịch tỉnh nhà.

Năm 2020, tỉnh BR –VT cũng được đánh giá có mức độ suy giảm các chỉ tiêu phát triển du lịch ít nhất so với các tỉnh thành trong cả nước (mức suy giảm khoảng 25% trong khi các tỉnh thành khác từ 40 – 80%).

### **2.3. Các nguồn lực phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu**

Bà Rịa – Vũng Tàu là một trong những điểm đến thu hút với khách du lịch trong và ngoài nước tại các tỉnh phía Nam. Theo quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu đến năm 2025 và định hướng đến năm 2030, địa phương sẽ phát triển du lịch chất lượng cao, góp phần thực hiện sự chuyển dịch cơ bản cơ cấu kinh tế của tỉnh, đóng góp quan trọng vào phát triển du lịch vùng Đông Nam Bộ và nâng cao vị thế du lịch Việt Nam.

#### **2.3.1. Vị trí địa lý**

Tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu thuộc vùng Đông Nam bộ, trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, nằm trên trục đường xuyên Á, có hệ thống cảng biển, sân bay và mạng lưới đường sông thuận lợi cho du khách từ các nước đến du lịch.

Bờ biển dài 305,4 km với khoảng 156 km có bãi cát thoải, nước xanh, có thể sử dụng làm bãi tắm và hình thành các resort cao cấp kết hợp các loại hình du lịch thể thao biển; Côn Đảo là một huyện đảo thuộc Tỉnh với hệ thống 16 hòn đảo lớn nhỏ nằm sát đường hàng hải quốc tế từ châu Âu sang châu Á tạo cho BR-VT tiềm năng du lịch biển phong phú.

**Bảng 2. 3** Danh mục các bãi biển có khả năng khai thác du lịch

| <b>STT</b> | <b>Tên bãi biển</b> | <b>Địa điểm</b>    |
|------------|---------------------|--------------------|
| 1          | Bãi Trước           | Thành phố Vũng Tàu |
| 2          | Bãi Sau             | Thành phố Vũng Tàu |
| 3          | Bãi Dứa             | Thành phố Vũng Tàu |
| 4          | Bãi Dâu             | Thành phố Vũng Tàu |



|    |               |                 |
|----|---------------|-----------------|
| 5  | Bãi Hồ Tràm   | Huyện Xuyên Mộc |
| 6  | Bãi Hồ Cốc    | Huyện Xuyên Mộc |
| 7  | Bãi Lộc An    | Huyện Đất Đỏ    |
| 8  | Bãi Thù Dương | Huyện Đất Đỏ    |
| 9  | Bãi Long Hải  | Huyện Long Điền |
| 10 | Bãi Đất Dốc   | Huyện Côn Đảo   |
| 11 | Bãi Cạnh      | Huyện Côn Đảo   |
| 12 | Bãi Đầm Trầu  | Huyện Côn Đảo   |
| 13 | Bãi Hòn Cau   | Huyện Côn Đảo   |
| 14 | Bãi Hòn Tre   | Huyện Côn Đảo   |

(Nguồn: Sở Văn hóa, Thể Thao và Du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu)

Các bãi biển tạo nên lợi thế về các dịch vụ CSSK như: Thiền, yoga trên bãi biển, các phương pháp trị liệu bằng nước biển,...

### 2.3.2. Khí hậu

Khí hậu nhiệt đới gió mùa với nhiệt độ trung bình hàng năm khoảng 27°C, lượng mưa trung bình hàng năm thấp (khoảng 1.600 mm) và phân bố không đồng đều, gần 90% lượng mưa cả năm tập trung vào mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11 và chỉ hơn 10% tổng lượng mưa tập trung vào mùa khô là các tháng còn lại trong năm, độ ẩm khá đồng đều, xấp xỉ 75%. Số giờ nắng trung bình lên tới 2000 - 2600 giờ/năm.

**Bảng 2. 4** Chỉ tiêu khí hậu sinh học đối với con người

| Hạng | Ý nghĩa        | Nhiệt độ trung bình năm (°C) | Nhiệt độ trung bình tháng nóng nhất (oC) | Lượng mưa trung bình năm (mm) |
|------|----------------|------------------------------|--|-------------------------------|
| 1    | Thích nghi     | 18 - 24°C                    | 24 - 27oC                                | 1.250 - 1.990                 |
| 2    | Khá thích nghi | 24 - 27°C                    | 27 - 29oC                                | 1.990 - 2.550                 |
| 3    | Nóng           | 27 - 29°C                    | 29 - 32oC                                | >2.550                        |

|   |                  |           |           |         |
|---|------------------|-----------|-----------|---------|
| 4 | Rất nóng         | 29 - 32°C | 32 - 35oC | < 1.250 |
| 5 | Không thích nghi | >32°C     | > 35oC    | < 650   |

(Nguồn: Báo cáo tóm tắt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam thời kỳ 1995- 2010, Tổng cục Du lịch)

Khí hậu Bà Rịa – Vũng Tàu quanh năm ổn định thích hợp làm nơi để thư giãn, nghỉ ngơi.

### 2.3.3. Tài nguyên thiên nhiên

Không chỉ có bờ biển đẹp, Bà Rịa – Vũng Tàu còn sở hữu 2 quần thể rừng độc đáo là: Khu bảo tồn thiên nhiên Bình Châu Phước Bửu rộng hơn 11.000 ha (huyện Xuyên Mộc) là nơi cư trú của nhiều loại sinh vật quý hiếm có nguy cơ tuyệt chủng. Đan xen trong khu bảo tồn thiên nhiên Bình Châu Phước Bửu là nhiều sông, suối, bàu, hồ...

Đặc biệt, giữa ngút ngàn rừng nguyên sinh, hơn 70 điểm nước nóng phun lộ thiên tạo thành những hồ nước nóng lớn nhỏ, với nhiệt độ trung bình 40, 50oC, nơi nóng nhất đến 84°C.

### 2.3.4. Cơ sở hạ tầng

Về cơ sở vật chất du lịch của tỉnh, năm 1991, Bà Rịa-Vũng Tàu chỉ có 10 đơn vị kinh doanh du lịch, trên 50 khách sạn, biệt thự với 3.155 phòng ngủ, trong đó có hơn 1.000 phòng đủ tiêu chuẩn phục vụ khách quốc tế. Ngoài ra, có hơn 70 nhà nghỉ, nhà khách của các tỉnh, đơn vị Trung ương và hơn 500 nhà trọ bình dân của tư nhân; Đến nay, hệ thống cơ sở vật chất phát triển ngày càng hiện đại, với 1.280 cơ sở lưu trú du lịch (27.921 phòng), trong đó 133 khách sạn đã được xếp hạng từ 1-5 sao gồm: 06 khách sạn 05 sao, 16 khách sạn 04 sao, 23 khách sạn 03 sao, 33 khách sạn 02 sao, 55 khách sạn 01 sao. Ngoài số cơ sở lưu trú trên, còn có trên 700 biệt thự, căn hộ, nhà nghỉ đạt chuẩn với khoảng 1.800 phòng và 671 cơ sở chưa được phân loại xếp hạng với trên 6.600 phòng. Có 40 doanh nghiệp lữ hành đang hoạt động, trong đó 21 đơn vị lữ hành quốc tế, 19 đơn vị lữ hành nội địa. Phần lớn các dự án này tập trung vào xây dựng cơ sở nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe.

Đi dọc tuyến đường ven biển, từ Vũng Tàu đến Xuyên Mộc, du khách dễ dàng bắt gặp những khu nghỉ dưỡng với phong cảnh lãng mạn, yên bình, trồng nhiều loại cây xanh tỏa bóng mát. Điển hình là các khu du lịch: Lan Rừng Resorts & Spa (TP.Vũng Tàu), khu du lịch và khách sạn Thùy Dương (huyện Đất Đỏ), Hồ Tràm Beach (huyện Xuyên Mộc), An Hoa Residence (huyện Long Điền)... Các khu resort này có đầy đủ các dịch vụ nghỉ dưỡng như: phòng khách sạn, hồ bơi, nhà hàng, xông hơi - massage, chăm sóc sức khỏe...

### ***2.3.5. Tình hình chính trị - xã hội***

Bà Rịa – Vũng Tàu được biết đến là một thành phố trẻ và rất năng động, giàu sức sống, dễ tiếp nhận cái mới và cái khác biệt, thuận lợi để phát triển các ngành dịch vụ, trong đó có du lịch. Người dân nơi đây cũng rất thân thiện, cởi mở và hiếu khách, dễ hòa nhập và bắt kịp cái mới. Tỉnh BR-VT cũng như Việt Nam có lợi thế so với các nước trong khu vực là có nền chính trị ổn định, môi trường sống an ninh, an toàn. Du khách khi đến du lịch tại Tỉnh, sẽ có cảm giác thoải mái, gần gũi và dễ chịu. Đây là những điều kiện quan trọng tỉnh BR-VT phát triển du lịch CSSK hiệu quả hơn.

### ***2.3.6. Các dịch vụ về chăm sóc sức khỏe***

Các khách sạn 3 -5 sao tại BR – VT đang chú trọng và đẩy mạnh đầu tư thêm các dịch vụ liên quan đến chăm sóc sức khỏe như: hồ bơi, nhà hàng, xông hơi - massage, jacuzzi, yoga biển, suối khoáng nóng, các hồ ngâm thảo mộc, các phương pháp trị liệu bằng đá quý...

Với lợi thế vùng biển và sự giao thoa của nhiều văn hóa ẩm thực của mọi miền đất nước, nên nền ẩm thực của Vũng Tàu khá đa dạng về các món hải sản đến các món ăn thực dưỡng đem lại nhiều dưỡng chất, tăng cường sức khỏe cho du khách.

## **2.4. Các địa điểm tiềm năng phát triển du lịch CSSK tại Bà Rịa – Vũng Tàu**

Hiện nay, Vũng Tàu có những cụm điểm du lịch sau phù hợp với loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe nhờ cảnh quan hoang sơ tuyệt đẹp, hệ sinh thái đa dạng, không gian khí hậu mát mẻ hay có nguồn suối khoáng nóng thư giãn lý tưởng:

- **Cụm Bình Châu - Hồ Linh** là khu rừng rộng và dài, có khoảng 43 km sông, suối lớn nhỏ chảy quanh năm: sông Hòa, suối Nhỏ, suối Cát, bàu Nhám, bàu Bàng, hồ Núi Le, hồ Linh, hồ Tràm,... Về cảnh quan thiên nhiên, Bình Châu có rừng nguyên sinh với hệ sinh thái thuộc loài rừng bán nhiệt đới khô. Khu vực này có 6 hệ sinh thái thành phần là hệ sinh thái rừng hơi ẩm nhiệt đới, nửa rụng lá trên đất đỏ bazan; hệ sinh thái rừng hơi khô ẩm nhiệt đới nửa rụng lá trên đất xám bạc màu có độ dốc thấp; hệ sinh thái rừng kín nửa rụng lá nhiệt đới vùng đất cát khô dốc thoải; hệ sinh thái rừng kín nửa rụng lá cây họ dầu trên nền đất cát tương đối ẩm; hệ sinh thái rừng ngập mặn ven biển. Bên cạnh đó, Bình Châu còn có suối nước nóng nhiệt độ từ 37 độ C đến 82 độ C, chứa hàm lượng nito, silic, clo, natri, lưu huỳnh cao giúp trị nhiều bệnh tật, cho cơ thể được được hồi phục sức khỏe, quên đi mệt mỏi của cuộc sống hàng ngày.

Được tổ chức Du lịch thế giới (WTO) bình chọn là một trong hai khu du lịch sinh thái bền vững nhất của Việt Nam, suối nước nóng Bình Châu gồm 70 điểm phun nước lộ thiên có nhiệt độ từ 37 đến 82 độ. Theo một số nghiên cứu, thành phần của suối nước nóng Bình Châu giống với các loại nước suối nổi tiếng khác trên thế giới. Cho nên tắm suối nước nóng giúp tăng dần nhiệt độ cơ thể, tiêu diệt vi trùng và virus có hại; làm tăng lưu thông máu, giúp phân hủy và loại bỏ các độc tố khỏi cơ thể,... Đây cũng chính là lí do mà khu suối khoáng Bình Châu ngày càng hấp dẫn nhiều du khách.

- **Khu Long Hải - Phước Hải:** Bãi biển Long Hải có vẻ đẹp sơn thủy hữu tình, chạy dài, uốn lượn phía nam chân núi Thù Vân với bãi cát trắng mịn, sạch đẹp và làn nước xanh trong. Nhờ đó, việc đi bộ, chui du trên bờ cát cũng là một trải nghiệm thú vị giúp khách du lịch tìm về với sự bình yên trong tâm hồn, chỉ cần đi, đi và đi, không cần suy nghĩ gì cả bạn sẽ cảm thấy tâm hồn. Ngoài những trải nghiệm với biển thì khi đến với Phước Hải bạn còn được chiêm ngưỡng cuộc sống lao động bình yên, tĩnh lặng của ngư dân Phước Hải.

- **Cụm du lịch Côn Đảo:** Nhờ lợi thế cách biệt với đất liền, hội tụ rất nhiều cảnh quan hùng vĩ và thiên nhiên tươi đẹp, hệ sinh vật đa dạng, khí hậu hài hòa, gồm 16 hòn đảo nhỏ với khung cảnh hoang sơ, có bãi tắm được bình chọn là top 10 quyến rũ nhất hành tinh từ tạp chí Lonely Planet và rừng nguyên sinh. Rừng nguyên sinh Côn Đảo là khu bảo tồn quốc gia rộng 6.043ha trên 14 hòn đảo nằm trong quần đảo Côn Lôn, được bao bọc đường hành lang biển rộng 4 km. Quần đảo bao gồm 3 hệ sinh thái:

Rừng nhiệt đới quanh năm xanh tốt, Rừng đồi cát khô, Rừng đước và rừng sau đước. Khu rừng có 100 loài chim và thú lưỡng cư thuộc 50 họ và 22 lớp: 18 loại động vật có vú; 62 loài chim; 19 loài bò sát; 6 loài ếch và 150 loại động vật thân mềm. Bãi biển đẹp như một bức tranh vẽ hoàn hảo của thiên nhiên với bãi cát trắng phẳng lì, nước biển trong xanh và những con sóng nhỏ êm đềm. Bãi biển Côn Đảo nói chung có khung cảnh thiên nhiên hoang sơ và đước bao phủ bởi những mảng xanh của rừng cây, núi đá. Ở Côn Đảo còn có bãi Suối Nóng, có những đoạn trên 50 độ C là một hoạt động khách du lịch chăm sóc sức khỏe quan tâm và muốn thử

- **Cụm du lịch Hồ Tràm - Núi Cốc:** Biển Hồ Tràm gây ấn tượng với khung cảnh hoang sơ của những rừng dương xanh ngắt trải dài. Ngồi trên bờ biển, tận hưởng không gian lộng gió, lắng nghe tiếng sóng vỗ rì rào, khách du lịch sẽ cảm thấy thư thái, bình yên.

## **2.5. Các cơ sở du lịch CSSK nổi bật tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu**

### ***2.5.1. Minera Hot Springs Bình Châu***

Minera Springs - Khu vực suối nước nóng Bình Châu Minera - sở hữu diện tích "khủng" đến 12 héc-ta. Đây là "nhà chung" của hàng loạt dịch vụ chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp cao cấp, đơn cử như xông nóng, xông lạnh, hồ bơi, spa, vân vân và mây mây.

Nổi bật nhất phải kể đến chính là Springs Retreat - được miêu tả như "thế giới khoáng nóng thu nhỏ" nép ẩn giữa những hàng cây xanh mát mắt. Khi "chạy trốn" đến Springs Retreat, bạn có thể trải nghiệm tắm suối khoáng nóng kiểu Nhật Bản trong hồ nước phẳng phát hương hoa hoặc rượu vang "chanh sả". Rất nhiều du khách đã "phải lòng" bể tắm hydro - nơi có tận 9 chức năng massage toàn thân - ở đây.

Du khách còn có thể trải nghiệm bồn ngâm khoáng Hinoko của khu Wabisabi cũng được nhiều du khách chọn làm nơi nghỉ chân đậm chất thiên tịnh, để thả hồn vào phong cảnh thiên nhiên yên bình và phá tan căng thẳng, mệt mỏi.

Ở đây đem lại cho du khách cảm giác thoải mái như được “chạy trốn” khỏi thành phố xô bồ. Bởi không gian đầy cây xanh tự nhiên, cùng những con vật như hươu, nai, cừu và những ao cá đem lại cho du khách một cảm giác gần gũi, thoải mái.

Giá các gói dịch vụ ở đây trung bình 400.000 VNĐ/người lớn.

### **2.5.2. Six Senses Côn Đảo**

Six Senses Côn Đảo vừa đứng đầu top 10 khu nghỉ dưỡng tốt nhất Đông Nam Á do độc giả *Travel+Leisure* bình chọn. Khu nghỉ dưỡng tọa lạc trên bãi Đất Dốc, Côn Đảo, Bà Rịa - Vũng Tàu, nổi tiếng với các chương trình bảo vệ môi trường, gìn giữ lối sống xanh và lành mạnh.

Six Senses Côn Đảo thu hút rất đông du khách nhờ có vị thế đặc địa, với phía trước là bãi biển yên bình bên trong vườn quốc gia, phía sau là núi Lò Vôi hùng vĩ. Tại đây, du khách có dịp trải nghiệm những hoạt động địa phương đơn thuần như đạp xe đi chuyển trong khu nghỉ dưỡng hoặc khám phá đảo.

Six Sense Côn Đảo có 5 phòng trị liệu, một khu ngoài trời dành cho hoạt động thiền và yoga, đồng thời có nhiều chương trình tập luyện hướng đến tăng cường hệ miễn dịch.

Du khách đến Six Senses Côn Đảo vào năm 2022 sẽ được chào đón với một loạt các tiện nghi và trải nghiệm mới bổ sung cho cảnh quan, cùng lối sống chăm sóc sức khỏe hữu cơ mà khu nghỉ dưỡng hướng tới.

(Nguồn: *Thư Kỳ*, 2021)

### **2.5.3. Charm Resort Hồ Tràm**

Charm Group đã kết hợp cùng với Goco Spa – thương hiệu hàng đầu thế giới về các dịch vụ chăm sóc sức khỏe tinh tế, hiệu quả, nhẹ nhàng nhưng không kém phần đẳng cấp. Wellness Spa – trung tâm chăm sóc sức khỏe, thanh lọc cơ thể & tái tạo năng lượng có quy mô lên đến 5000m<sup>2</sup> do Goco Spa quản lý – đã đặt ra kim chỉ nam **6R** định hướng du khách về một cuộc sống an yên và khỏe mạnh.

- Relax: Thư giãn.
- Refresh: Làm tươi mới.
- Rejuvenating: Chống lão hoá.
- Rejoice: Tận hưởng niềm vui.
- Revitalize: Hồi phục những tổn thương, trẻ hoá.
- Reflect: Năng lượng tích cực cuộc sống.

Ngoài việc chăm sóc sức khỏe, Charm Resort Ho Tram còn khuyến khích du khách thực hiện một lối sống khỏe mạnh và chăm chút cho bản thân.

Trung tâm sắc đẹp và chăm sóc sức khỏe Charm Resort Ho Tram được đánh giá hàng đầu Việt Nam trong việc cung cấp các dịch vụ nghỉ dưỡng, phục hồi năng lượng, thanh lọc cơ thể, làm đẹp khép kín. **Best Western Premier Resort Wellness** cũng có giấy phép rõ ràng về y tế, sở hữu thiết bị tiên tiến, có đầy đủ các phác đồ điều trị và xây dựng một chương trình toàn diện bao gồm các dịch vụ làm đẹp, giáo dục chăm sóc sức khỏe...

Đặc biệt, lần đầu tiên tại Việt Nam, liệu pháp kiểm tra sức khỏe tổng quát bằng đá quý được thực hiện với một số loại đá nổi bật như sau: Hồ phách màu vàng, nâu hoặc đỏ có công dụng kiểm soát căng thẳng, làm sạch và thanh lọc cơ thể, giúp đẩy lùi bệnh tật và giảm đau; thạch anh tím có công dụng thúc đẩy quá trình chữa bệnh, giải phóng khả năng sáng tạo của con người; ...

Ngoài ra, ở Charm cũng có nhà hàng thực dưỡng đem lại những món ăn không chỉ ngon mà còn để duy trì trạng thái khỏe mạnh hay chữa trị bệnh tật mà còn mang đến hạnh phúc.

## **2.6. Các hạn chế phát triển du lịch CSSK tại tỉnh BR – VT**

Tốc độ đầu tư cho du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu được đánh giá khá cao thông qua sự đầu tư phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật,... Nhưng khi đầu tư quá nhanh, ồ ạt, sẽ tiềm ẩn nguy cơ suy thoái vì đầu tư càng nhiều, tốc độ khai thác các nguồn tài nguyên sẽ càng lớn, dẫn đến cạn kiệt nguồn tài nguyên.

Quy mô hoạt động quảng bá marketing còn nhỏ, hiệu quả chưa cao, chương trình xúc tiến quảng bá chậm đổi mới chưa đáp ứng nhu cầu du khách, một số doanh nghiệp thiếu trách nhiệm trong việc cung cấp thông tin cho du khách gây tác động tiêu cực đến phát triển du lịch.

Chính quyền địa phương chưa đánh giá được mức độ xuống cấp của các khu du lịch, các khu bảo tồn biển. Công tác bảo tồn hiện đang có nhiều bất cập, cần có điều chỉnh trong công tác quy hoạch để có kế hoạch bảo tồn cụ thể cho từng khu du lịch.

Sự quá tải do lượng du khách chắc chắn sẽ gây tác động đến môi trường sống, nguồn tài nguyên, ô nhiễm môi trường nước, môi trường không khí, sự suy giảm đa dạng sinh học.

Các sản phẩm du lịch CSSK còn ít, chưa đa dạng; chưa có nhiều các cơ sở dịch vụ CSSK đủ tầm cỡ về quy mô, chất lượng để đón khách, nhất là khách du lịch có khả năng chi trả cao. Phần lớn các cơ sở kinh doanh dịch vụ spa, tắm nước khoáng, tắm bùn, thiền, yoga, làm đẹp... vẫn chỉ ở quy mô nhỏ, nhân lực hạn chế, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ chỉ ở mức đáp ứng nhu cầu cơ bản của khách du lịch. Chưa có nhiều sản phẩm khai thác hệ thống cây dược liệu phong phú và nền y học cổ truyền nổi tiếng.

Vì loại hình du lịch này còn khá mới nên tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu vẫn chưa thể đáp ứng đủ nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao.

Chưa có nhiều doanh nghiệp tập trung khai thác các sản phẩm đặc thù, phần lớn mới chỉ gắn vào hành trình nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái.

## **2.7. Phân tích SWOT về du lịch CSSK tại tỉnh BR – VT**

Sau đại dịch Covid-19, thị trường du lịch CSSK đang là thị trường đầy tiềm năng mà bất cứ thành phố du lịch nào cũng mong muốn hướng đến và đầu tư phát triển. Nhưng để có thể phục vụ tốt loại hình du lịch này, mỗi địa phương, thành phố cần phải nhìn nhận và đánh giá đúng đắn những điều kiện hiện tại mà địa phương đang sở hữu so với các đặc điểm, điều kiện cần và đủ để đáp ứng đúng nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách du lịch CSSK, nhằm mang lại hiệu quả chất lượng phục vụ du lịch tốt nhất, tạo sự hài lòng tối đa cho nguồn khách VIP này.

Ma trận SWOT được chính tác giả lập ra sẽ mang lại một cái nhìn tổng quan về những thế mạnh, thế yếu, rủi ro cũng như cơ hội trong việc phát triển loại hình du lịch CSSK tỉnh BR-VT. Từ đó, việc phân tích, đánh giá được các khó khăn, thách thức mà tỉnh đang gặp phải sẽ khách quan hơn, tạo sự thuận lợi, dễ dàng hơn trong quá trình thiết lập các kế hoạch, phương hướng, đưa ra giải pháp, xây dựng các chiến lược cần thiết cũng như phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch và đánh giá các đối thủ cạnh tranh.

Bảng phân tích SWOT gồm các tiêu chí đánh giá sau:

- + S (Strengths): Những điểm mạnh mà tỉnh đang có.
- + O (Opportunities): Những cơ hội, lợi thế để phát triển du lịch CSSK trên địa bàn.
- + W (Weaknesses): Những hạn chế ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch CSSK.



- + T (Threats): Những thách thức, rủi ro tác động tiêu cực đến du lịch CSSK.
- + Chiến lược S-O: Phát huy các điểm mạnh để tận dụng cơ hội.
- + Chiến lược S-T: Sử dụng các điểm mạnh để ngăn chặn, hạn chế các đe dọa.
- + Chiến lược W-O: Hạn chế các điểm yếu để nắm bắt cơ hội.
- + Chiến lược W-T: Chuẩn bị kế hoạch đề phòng cho các điểm yếu trước mỗi đe dọa.

**Bảng 2.5** Bảng phân tích SWOT về việc phát triển du lịch CSSK tại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>PHÂN TÍCH SWOT VỀ<br/>PHÁT TRIỂN DU LỊCH<br/>CSSK TỈNH BR-VT</b> | <b>Strenghts: Điểm mạnh</b>   | <b>Weaknesses: Điểm yếu</b>  |
|   | <p>S<sub>1</sub>: Tình hình chính trị, an ninh ổn định</p> <p>S<sub>2</sub>: Nguồn nhân lực trẻ, năng động, sáng tạo, nhiệt huyết</p> <p>S<sub>3</sub>: Đa dạng các sản phẩm và hình thức du lịch (du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch làng nghề truyền thống...)</p> <p>S<sub>4</sub>: Vị trí địa lý, các điều kiện phát triển du lịch thuận lợi và phong phú.</p> <p>S<sub>5</sub>: Hệ sinh thái đa dạng và nguồn suối khoáng nóng tự nhiên là lợi thế để phát triển các sản phẩm dịch vụ liên quan đến CSSK.</p> | <p>W<sub>1</sub>: Cơ sở hạ tầng kém, xuống cấp.</p> <p>W<sub>2</sub>: Hoạt động Marketing và xúc tiến du lịch thiếu tính chuyên nghiệp và đầu tư chưa cao.</p> <p>W<sub>3</sub>: Thiếu nguồn nhân lực lành nghề và có kinh nghiệm.</p> <p>W<sub>4</sub>: Còn ít các mô hình homestay, khách sạn có loại hình xây dựng hài hòa với thiên nhiên.</p> |
| <b>Opportunities: Cơ hội</b>  | <b>Chiến lược SO:</b>   | <b>Chiến lược WO:</b>  |
| O <sub>1</sub> : Du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn    | S <sub>1</sub> O <sub>2</sub> O <sub>4</sub> : Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch để thu   | W <sub>1</sub> O <sub>3</sub> : Chú trọng xây dựng, nâng cấp phát triển  |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p>nên luôn được chú trọng đầu tư phát triển.</p> <p>O<sub>2</sub>: Nền kinh tế quốc gia đang hội nhập toàn cầu.</p> <p>O<sub>3</sub>: Nhu cầu du lịch ngày càng tăng cao.</p> <p>O<sub>4</sub>: Tình hình chính trị, an ninh - xã hội của các quốc gia phát triển du lịch mạnh gặp nhiều bất ổn và phức tạp.</p> | <p>hút du khách quốc tế.</p> <p>S<sub>3</sub>O<sub>1</sub>: Đẩy mạnh phát triển, khai thác có hiệu quả và đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ du lịch nhằm tạo sức hấp dẫn, thu hút du khách.</p> <p>S<sub>4</sub>S<sub>5</sub>O<sub>3</sub>: Tận dụng những điểm mạnh, lợi thế về du lịch để xây dựng đầu tư thêm các cơ sở du lịch CSSK.</p>  | <p>cơ sở hạ tầng hoàn thiện.</p> <p>W<sub>2</sub>O<sub>3</sub>: Đẩy mạnh hoạt động Marketing và đầu tư kỹ lưỡng về việc xây dựng hình ảnh, thương hiệu cũng như chất lượng du lịch của tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.</p> <p>W<sub>4</sub>O<sub>1</sub>O<sub>2</sub>: Kêu gọi các nguồn đầu tư nước ngoài, thu thập, học hỏi thêm nhiều dịch vụ và cơ sở vật chất của du lịch CSSK từ các nước đi đầu xu hướng du lịch CSSK.</p> |
| <p><b>Threats: Thách thức</b></p> <p>T<sub>1</sub>: Đại dịch Covid-19 đang khó kiểm soát và kéo dài.</p> <p>T<sub>2</sub>: Ô nhiễm môi trường ngày càng nghiêm trọng.</p> <p>T<sub>3</sub>: Sự cạnh tranh gay gắt giữa các thành phố du lịch.</p>   | <p><b>Chiến lược ST:</b></p> <p>S<sub>1</sub>S<sub>3</sub>S<sub>4</sub>T<sub>2</sub>: Tăng cường các hoạt động quảng cáo, khuyến mãi để xây dựng thương hiệu du lịch bền vững và đáng tin cậy.</p> <p>S<sub>1</sub>S<sub>5</sub>T<sub>1</sub>: Tận dụng lợi thế tài nguyên thiên nhiên, việc kiểm soát dịch Covid-19 tốt hơn các địa phương khác và nhu cầu CSSK của khách du lịch trong thời Covid-19, để xúc tiến quảng bá các chương trình du lịch CSSK đến khách hàng.</p> | <p><b>Chiến lược WT:</b></p> <p>Tận dụng khoảng thời gian tạm ngưng hoạt động vì dịch Covid-19 để đẩy mạnh triển khai các công tác:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đào tạo, bồi dưỡng trình độ chuyên môn của nhân lực.</li> <li>- Thiết kế, xây dựng các cơ sở mới phù hợp với du lịch CSSK.</li> <li>- Tu sửa các cơ sở vật chất đã cũ hoặc hư hỏng.</li> </ul>   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>S<sub>2</sub>T<sub>2</sub>: Khuyến khích các sự sáng tạo, năng động trong việc tìm ra các giải pháp tuyên truyền bảo vệ môi trường và làm sạch cảnh quan tỉnh.</p> <p>S<sub>3</sub>S<sub>4</sub>S<sub>5</sub>T<sub>1</sub>: Phát triển du lịch gắn liền với bảo tồn các cảnh quan, tài nguyên du lịch.</p> <p>S<sub>2</sub>T<sub>3</sub>: Tạo ra môi trường du lịch trẻ, năng động, phục vụ ân cần, hiếu khách để thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đẩy mạnh việc trồng thêm cây xanh, thu dọn rác để bảo vệ cảnh quan và môi trường cho tỉnh nhà.</li> <li>- Tạo năng lực cạnh tranh bằng cách tận dụng hiệu quả lợi thế và sự đặc trưng du lịch tại địa bàn.</li> </ul> |
|--|---|--|

*(Nguồn: Tác giả, 2021)*

## KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Dựa trên những cơ sở lý luận ở chương 1, thì chương 2 đã phân tích về thực trạng số lượng khách, nguồn doanh thu và xu hướng phát triển của loại hình du lịch CSSK trên thế giới, Việt Nam và phân tích kỹ hơn ở Vũng Tàu. Qua những thống kê, đánh giá ta có thể thấy loại hình du lịch CSSK đã không ngừng phát triển mạnh mẽ từ năm 2017 – 2019 và được dự đoán sẽ bùng nổ vào năm 2020. Tuy nhiên Việc thực hiện các biện pháp cách ly xã hội trong thời gian phòng, chống dịch bệnh Covid-19 đã dẫn đến lượng khách du lịch đến Việt Nam và tỉnh BR – VT bị giảm sâu.

Qua quá trình thu thập dữ liệu, tác giả nhận thấy BR – VT là một địa điểm được thiên nhiên ưu ái có nhiều tài nguyên thiên nhiên và có nhiều điều kiện tiềm năng để phát triển loại hình du lịch CSSK. Tuy nhiên, do loại hình này đang còn khá mới mẻ nên vẫn chưa được chính quyền địa phương và các doanh nghiệp chú trọng phát triển hết các tiềm năng này. Vì thế, tác giả đã có những giải pháp và kiến nghị nhằm để phát triển loại hình du lịch CSSK và để phục hồi lại ngành du lịch sau “kỳ nghỉ dài” của ngành dịch vụ du lịch tại tỉnh BR – VT ở chương 3.

## CHƯƠNG 3.

### MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH CHĂM SÓC SỨC KHỎE (WELLNESS TOURISM) TẠI TỈNH BÀ RỊA – VŨNG TÀU

#### 3.1. Một số giải pháp và kiến nghị để đẩy mạnh phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh BR – VT

##### 3.1.1. Một số giải pháp

Để xây dựng sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu có thể lưu ý các giải pháp sau:

##### 3.1.1.1. Phát triển cơ sở vật chất

Đa dạng các hạng mục công trình nghỉ dưỡng được xây dựng như khu tắm khoáng nóng, khu giếng trời, khu tắm bùn khoáng,... là khu vực dành cho mọi cá nhân có được không gian thư giãn yên bình, tốt cho sức khỏe.

Các công trình xây dựng và cơ sở kinh doanh du lịch cần nhắc việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ thân thiện với môi trường, hữu cơ, tự nhiên và có nguồn gốc địa phương hơn, phương pháp điều trị và các phương tiện để cung cấp cho khách du lịch một cảm giác về nơi này và cũng để phục vụ cho sự phát triển nhu cầu của người tiêu dùng đối với các dịch vụ này (theo nhiều cách liên quan đến sự quan tâm ngày càng tăng trong giữ gìn sức khỏe).

Nâng cao chất lượng suối khoáng nóng, cũng như hệ thống cơ sở dịch vụ CSSK, tiếp tục xây dựng các cơ sở lưu trú phù hợp với mô hình sản phẩm CSSK như: Các khu vực nghỉ chân, nghỉ qua đêm trong môi trường rừng cây, các căn lều di động được trang bị đầy đủ tiện nghi,... Nhằm giúp du khách gần gũi hơn với thiên nhiên yên tĩnh, cũng như giảm áp lực đến môi trường vì các công trình xây dựng đồ sộ.

Tiếp thu các công nghệ, sản phẩm dịch vụ CSSK trên thế giới để áp dụng và thay đổi thành một sản phẩm dịch vụ CSSK phù hợp với môi trường BR – VT nói riêng hay Việt Nam nói chung.

### **3.1.1.2. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao**

Bổ sung những ngành nghề đào tạo về du lịch, điều dưỡng theo các đề án trong và ngoài nước.

Đẩy mạnh hợp tác phát triển nguồn nhân lực với các tập đoàn lớn, đa quốc gia về lĩnh vực du lịch, chăm sóc sức khỏe, y tế tiếp thu những kinh nghiệm trong quản lý, điều hành cũng như tính chuyên nghiệp trong phục vụ du khách. Khai thác thế mạnh về nguồn nhân lực chất lượng cao tại các cơ sở đào tạo nghề trên địa bàn thành phố.

Tiếp tục bồi dưỡng và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kiến thức về văn hoá, xã hội, lịch sử của Bà Rịa - Vũng Tàu cho đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, đào tạo và phát triển kỹ năng thành thạo nhiều ngoại ngữ khác ngoài tiếng Anh để phục vụ khách quốc tế.

### **3.1.1.3. Về xúc tiến, quảng bá**

Xây dựng và triển khai các chương trình du lịch chăm sóc sức khỏe trọn gói, chiến dịch tuyên truyền quảng bá hình ảnh du lịch chăm sóc sức khỏe Bà Rịa - Vũng Tàu như điểm đến chăm sóc sức khỏe với quy mô lớn trong và ngoài nước, chú trọng các hãng truyền thông lớn trên thế giới, các khẩu hiệu mang hình ảnh lành mạnh cho sức khỏe, có sức hấp dẫn.

Đẩy mạnh việc tuyên truyền và giới thiệu các sản phẩm chăm sóc sức khỏe của địa phương thông qua việc tham gia vào các hội chợ du lịch trong nước và quốc tế, lựa chọn các hội chợ du lịch phù hợp với mục tiêu thu hút khu du lịch chăm sóc sức khỏe, hội chợ tại các nước là thị trường mục tiêu của du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu. Đặc biệt, tham gia các hội chợ và lễ hội, liên hoan du lịch trong nước và quốc tế.

### **3.1.1.4. Về bảo vệ môi trường**

Vấn nạn ô nhiễm môi trường luôn được quan tâm và trở thành công tác cấp bách trong việc đưa ra các phương án bảo vệ và giảm tối đa các tác động xấu lên môi trường du lịch. Tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng trầm trọng hơn. Chính vì thế, đi đôi với việc phát triển du lịch thì việc bảo vệ môi trường là điều không thể thiếu. Môi trường có sạch, không khí đời sống tốt thì du lịch mới phát triển được.

- Đối với môi trường tự nhiên:

+ Tăng hiệu quả sử dụng đất nhờ sử dụng quỹ đất còn trống hoặc sử dụng không hiệu quả. Giảm sức ép do khai thác tài nguyên quá mức từ các hoạt động dân sinh, kinh tế tại các khu vực nhạy cảm (vườn quốc gia, khu du lịch sinh thái, khu bảo tồn thiên nhiên...).

+ Góp phần đảm bảo chất lượng nước trong và ngoài khu vực phát triển du lịch nếu như các giải pháp kỹ thuật trong cấp thoát nước được áp dụng.

+ Tăng thêm mức độ đa dạng sinh học tại những điểm du lịch nhờ những dự án có các công viên cảnh quan, khu nuôi chim thú... hoặc bảo tồn đa dạng sinh học thông qua nuôi trồng nhân tạo phục vụ du lịch

+ Bổ sung vẻ đẹp cảnh quan cho khu vực phát triển du lịch nhờ các dự án thường có yêu cầu tạo thêm các vườn cây, công viên cảnh quan, hồ nước, thác nước nhân tạo...

+ Hạn chế các lan truyền ô nhiễm cục bộ trong khu dân cư nếu như các giải pháp hạ tầng kỹ thuật đồng bộ được áp dụng (ví dụ như đối với các khu vực ven biển trong khu vực được xác định phát triển thành khu du lịch biển...).

- *Bảo tồn và phát triển các sản phẩm từ tài nguyên thiên nhiên*

+ Trồng thêm cây xanh giúp tăng độ che phủ, cũng như tạo thêm cảnh quan thiên nhiên cho khu du lịch.

+ Thông qua các sản phẩm du lịch CSSK để tuyên truyền đến khách hàng thông điệp bảo vệ môi trường, bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên.

+ Xây dựng các công nghệ CSSK hiện đại nhưng hạn chế làm ảnh hưởng đến các khu vực môi trường nhạy cảm.

+ Tăng cường, chú trọng chăm sóc các tài nguyên thiên nhiên và môi trường tự nhiên.

+ Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tổ chức các chương trình du lịch CSSK kết hợp với không gian thiên nhiên như: tắm rừng, leo núi, thiền hoặc yoga trên núi,... Nâng cao sự hiểu biết về môi trường tự nhiên qua đó tạo ý thức tham gia vào các nỗ lực bảo tồn đến du khách cũng như người dân địa phương.

### **3.1.1.5. Về việc xây dựng các sản phẩm dịch vụ CSSK**

Tạo nên các gói tour, khóa học CSSK ngắn hoặc dài ngày và có sự đảm bảo lợi ích về sức khỏe và tinh thần mà du khách sẽ đạt được sau khi trải nghiệm xong gói

tour. Nhằm tạo nên sự đảm bảo và tin cậy cho du khách khi tham gia du lịch CSSK, và cũng góp phần đem lại nguồn khách hàng trung thành và nhờ sự tin tưởng vào chất lượng sản phẩm dịch vụ mà công việc quảng bá du lịch CSSK sẽ trở nên dễ dàng hơn.

Phát triển các tour du lịch nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe bao gồm tour du lịch thiên - yoga tại những nơi thiên nhiên còn hoang sơ, yên tĩnh, không khí trong lành thích hợp cho du khách tập yoga, ngồi thiền, tận hưởng các liệu pháp spa giải tỏa căng thẳng, tắm suối nước nóng, đi bộ trong rừng hay đi bộ dọc bãi biển

Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe bổ trợ cho sản phẩm đặc trưng vốn có của tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu là tắm biển, tổ chức các hoạt động sử dụng các thực phẩm lành mạnh và hữu cơ, massage, xông hơi, nghỉ mát, đi bộ đạp xe, tắm suối nước nóng,... Kết hợp các loại hình bổ trợ làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách khi tham gia các dịch vụ chăm sóc sức khỏe.

#### **3.1.1.6. Về chính sách giá**

Sau gần hai năm ngành du lịch trên cả nước bị ngừng trệ vì dịch bệnh Covid-19 lan rộng, để khôi phục lại nguồn doanh thu du lịch tỉnh BR – VT thì cần phải tạo ra những tour du lịch với giá cả hợp lý, áp dụng nhiều chương trình ưu đãi, khuyến mãi để thu hút, khuyến khích khách hàng tham gia du lịch.

Tạo ra nhiều gói dịch vụ ưu đãi để khách du lịch có thêm nhiều lựa chọn, và cũng để thu hút khách hàng sử dụng và đánh giá các dịch vụ CSSK mới, đang trong quá trình thử nghiệm.

Điều chỉnh mức giá ổn định và xóa bỏ nạn chặt chém khách du lịch nếu được thực hiện nghiêm túc sẽ mang lại tín hiệu tốt cho sự phát triển của ngành du lịch, xây dựng được thương hiệu, hình ảnh của địa bàn tỉnh văn minh, thân thiện, hiếu khách đến du khách khắp mọi nơi, đặc biệt là đoàn khách tour du lịch CSSK.

#### **3.1.1.7. Về tính xã hội – nhân văn**

Đảm bảo quyền lợi cho cộng đồng địa phương tham gia hoạt động du lịch:

Nhà nước tạo mọi điều kiện cho người dân tham gia vào việc hình thành sản phẩm du lịch mới gắn liền với cuộc sống người dân, cải thiện thu nhập, hạn chế việc khai thác tài nguyên phục vụ cuộc sống mưu sinh của họ.



Khuyến khích các doanh nhân, doanh nghiệp hoạt động kinh doanh du lịch trên địa bàn tham gia đóng góp, đầu tư các công trình phúc lợi, hoạt động an sinh xã hội, nâng cao nhận thức về du lịch bền vững, ưu tiên tuyển dụng và đào tạo lao động địa phương vào các hoạt động du lịch, thậm chí ở các vị trí quản lý.

Bảo đảm quyền lợi của cộng đồng cư dân tham gia vào việc bảo tồn các giá trị văn hoá, được hưởng lợi ích từ các sản phẩm du lịch.

### **3.1.1.8. Về cơ chế chính sách**

Cần thống nhất trong quản lý điều hành hoạt động du lịch thông qua sự phối hợp, liên kết chặt chẽ trong nội bộ ngành du lịch cũng như với các ban, ngành khác về các hoạt động như: Lữ hành, lưu trú, xây dựng các tour du lịch, quảng cáo, tiếp thị nhằm thu hút khách nội địa và quốc tế, khai thác tiềm năng phát triển du lịch theo hướng bền vững.

Ban hành các quy định, cơ chế chính sách khuyến khích sự tham gia đầu tư của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp vào hoạt động phát triển du lịch CSSK, trong đó ưu tiên đối với những dự án đầu tư du lịch CSSK có giải pháp khả thi nhằm giảm thiểu các tác động của du lịch đến môi trường.

Tăng cường kiểm tra chất lượng của trang thiết bị, sản phẩm được phục vụ trong việc chăm sóc sức khỏe cho du khách. Nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ luôn ổn định và không nguy hại đến sức khỏe của du khách.

Tăng cường công tác hậu kiểm cơ sở lưu trú du lịch sau khi xếp hạng để giữ vững được chất lượng và quản lý toàn diện.

Triển khai thực hiện việc chuẩn hóa các hoạt động dịch vụ du lịch như hoạt động vận chuyển, chuyên gia chăm sóc sức khỏe, điếm mua sắm...

### **3.1.2. Kiến nghị**

Khi nhìn nhận ra được những hạn chế và thiếu sót trong việc đẩy mạnh phát triển loại hình du lịch CSSK, việc đề xuất những giải pháp hợp lý và kịp thời, áp dụng thực hiện hiệu quả là vô cùng cần thiết. Vì lý do đó, cá nhân tác giả đưa ra những đề xuất, kiến nghị cụ thể sau:

Một là, ưu tiên đầu tư cơ sở vật chất phục vụ phát triển du lịch nhằm tạo điều kiện nâng cao chất lượng phục vụ, đa dạng hóa sản phẩm du lịch dịch vụ. Tạo ra sản

phẩm mới ở loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe nhằm tăng khả năng chi tiêu và độ dài ngày lưu trú. Cung cấp các trang thiết bị tiện nghi, đội ngũ chuyên gia chăm sóc sức khỏe trình độ cao nhằm đảm bảo uy tín cũng như chất lượng dịch vụ chăm sóc sức khỏe tại tỉnh nhà.

Hai là, bảo đảm trật tự, an toàn kết hợp bảo vệ môi trường tại các tuyến - điểm tham quan, các bãi tắm, núi rừng nguyên sinh; thực hiện chính sách bình ổn giá dịch vụ du lịch bằng cách tăng cường sự phối hợp liên ngành kiểm tra về đăng ký giá và niêm yết giá, kiểm soát chặt chẽ việc thực hiện các quy định pháp luật về môi trường ở các khách sạn, khu du lịch. Duy trì chất lượng dịch vụ du lịch và chấp hành các quy định pháp luật trong kinh doanh du lịch, chú trọng duy trì chất lượng các đơn vị kinh doanh đáng tin cậy.

Ba là, phối hợp với các trường đào tạo tổ chức các khóa đào tạo nghiệp vụ dài hạn, ngắn hạn cho người lao động đang làm việc trong các đơn vị kinh doanh du lịch; thường xuyên tổ chức các hội thi tay nghề, nâng bậc nghề nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn cho người lao động ở các doanh nghiệp để có thể phục vụ chuyên nghiệp và hiệu quả nhất cho du khách, đặc biệt là du khách chăm sóc sức khỏe.

Bốn là tận dụng các tiềm năng từ môi trường thiên nhiên, tài nguyên thiên nhiên để sáng tạo thêm nhiều sản phẩm dịch vụ chăm sóc sức khỏe đa dạng cho khách du lịch. Tận dụng các mảnh đất trống yên tĩnh xa khu vực đông dân cư, thành phố để khuyến khích các nhà thầu xây dựng các cơ sở, trung tâm CSSK.

Cuối cùng là, tăng cường công tác lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy đảng, chính quyền, phát huy vai trò quản lý của các sở, ngành chức năng, các địa phương cũng như vai trò của doanh nghiệp và cộng đồng dân cư trong phát triển kinh tế du lịch. Tạo sự thống nhất, đồng bộ trong quá trình phối hợp triển khai và thực hiện nhiệm vụ.

### KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên cơ sở nghiên cứu thực trạng phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu, ở chương 3 này tác giả đã đưa ra các giải pháp cũng như kiến nghị liên quan đến việc nâng cấp và xây dựng các cơ sở lưu trú phù hợp với loại hình du lịch CSSK; phát triển, đa dạng hóa thêm nhiều dịch vụ CSSK tại các khách sạn, khu nghỉ dưỡng và các cơ sở kinh doanh dịch vụ chăm sóc sức khỏe; tập trung nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và tài nguyên môi trường tại tỉnh BR - VT nhằm góp phần phục hồi và phát triển loại hình du lịch chăm sóc sức khỏe tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu sau “kì nghỉ dài” do dịch Covid-19 bùng phát tại tỉnh BR – VT nói riêng và Việt Nam nói chung.

Chú trọng trong việc kêu gọi vốn đầu tư từ nước ngoài, giao thoa văn hóa chăm sóc sức khỏe của các quốc gia đi đầu xu hướng phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe. Tận dụng điều kiện tự nhiên và nguồn tài nguyên thiên nhiên sẵn có để đầu tư phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe.

## KẾT LUẬN

Đại dịch Covid-19 bùng phát khiến con người quan tâm nhiều hơn đến việc bảo vệ và chăm sóc sức khỏe. Bên cạnh đó tình trạng biến đổi khí hậu, ô nhiễm nghiêm trọng môi trường sống cùng sự xuất hiện ngày càng nhiều dịch bệnh khiến con người chủ động hơn trong việc tự bảo vệ sức khỏe, nhu cầu giải tỏa căng thẳng, duy trì và tăng cường sức khỏe ngày một gia tăng, do đó thị trường chăm sóc sức khỏe ngày càng phát triển và đi cùng đó là sự phát triển của du lịch chăm sóc sức khỏe.

Được đánh giá là một trong các tỉnh thành có nhiều tiềm năng để thu hút và phát triển du lịch CSSK nhưng tỉnh BR-VT vẫn chưa khai thác và tận dụng hiệu quả tối đa các điểm mạnh của mình để công tác phục vụ du khách được diễn ra chuyên nghiệp với số lượng khách như mong đợi.

Đối với tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu là một tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía nam. Trong những năm qua, ngành du lịch đã đạt được những kết quả bước đầu khả quan, bên cạnh đó ngành cũng đã bộc lộ nhiều vấn đề yếu kém, chưa theo kịp xu hướng phát triển và khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch của Tỉnh. Để ngành du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu thực sự trở thành ngành kinh tế quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội thì cần thiết phải xây dựng chiến lược phát triển du lịch xu hướng mới để tổ chức thực hiện.

Hy vọng trong tương lai gần, tỉnh BR-VT sẽ trở thành điểm đến được nhiều đoàn khách CSSK tin tưởng lựa chọn và biết đến, nên du lịch tại tỉnh cũng sẽ phát triển vượt bậc với mức độ chuyên nghiệp và chất lượng phục vụ cao hơn. Phát triển loại hình du lịch CSSK sẽ là một hướng đi đúng và mang tầm chiến lược lâu dài cho du lịch của tỉnh BR-VT sau đại dịch Covid-19 này.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Huy Lê (2020). Nhiều tiềm năng phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe, 06/10/2021, từ < <https://dangcongsan.vn/tu-tuong-van-hoa/nhieu-tiem-nang-phat-trien-du-lich-cham-soc-suc-khoe-593222.html>>
2. Phạm Thị Thanh Huyền (2021). Phát triển sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe tại thành phố Vũng Tàu, Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 20, tháng 8 năm 2021, từ <<https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/phat-trien-san-pham-du-lich-cham-soc-suc-khoe-tai-thanh-pho-vung-tau-83995.htm>>
3. Thư Kỳ (2021). Vẻ đẹp khu nghỉ dưỡng tốt nhất Đông Nam Á ở Côn Đảo, từ <<https://vnexpress.net/ve-dep-khu-nghi-duong-tot-nhat-dong-nam-a-o-con-dao-4363424.html>>
4. Đinh Thị Hồng Nhung (2019). Xu hướng phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe trên thế giới hiện nay, từ < <http://itdr.org.vn/xu-huong-phat-trien-du-lich-cham-soc-suc-khoe-tren-the-gioi-hien-nay/>>
5. Vũ Thị Thùy Trang (2020), Luận văn Thạc sĩ Du lịch “Phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe tại Nha Trang – Khánh Hòa”, Trường Đại học KHXX&NV – ĐHQG Hà Nội.
6. Adapted from Hall (2011, p. 8), at < [https://www.researchgate.net/figure/Interrelatedness-of-health-spa-wellness-and-medical-tourism-domains-Source-Adapted\\_fig5\\_302140629](https://www.researchgate.net/figure/Interrelatedness-of-health-spa-wellness-and-medical-tourism-domains-Source-Adapted_fig5_302140629)>
7. Chen, J.S., Prebensen, N., & Huan, T.C. (2008). Determining the motivation of wellness travelers. *Anatolia*, 19(1), 103-115.
8. ErfurtCooper & Cooper, 2009. Health and wellness tourism: Spas and hot springs.
9. Galina Romanova et al (2015), *Tourism in Russia: A Management Handbook* (p.231-287)Chapter: Chapter 7 (Health and Wellness Tourism)
10. Global Wellness Institute (2021). Wellness Tourism Initiative Trends, at <<https://globalwellnessinstitute.org/initiatives/wellness-tourism/wellness-tourism-initiative-trends/>>

11. Hansruedi Mueller and Eveline Lanz Kaufmann, “Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry,” *Journal of Vacation Marketing*, Volume 7.1 (2001).
12. Prem Jagyasi. Importance and advantages of wellness tourism and its effect on modern-age travel, at <<https://drprem.com/wellness/importance-and-advantages-of-wellness-tourism-and-its-effect-on-modern-age-travel/>>
13. Research Report: Global Spa Summit (2011). Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit?, at <<https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/Wellness-Tourism-and-Medical-Tourism-Report-Final.pdf>>
14. Ramos V., Untong A. (2016) Spa tourism. In: Jafari J., Xiao H. (eds) *Encyclopedia of Tourism*. Springer, Cham. <[https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8\\_185](https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_185)>
15. Staff Reporter (2018). Wellness tourism surges ahead - biggest growth is in the developing world, at <<https://www.iol.co.za/ios/news/wellness-tourism-surges-ahead-biggest-growth-is-in-the-developing-world-17824256>>
16. Schobersberger et al (2004)
17. WHO (1948). WHO remains firmly committed to the principles set out in the preamble to the Constitution, at <<https://www.who.int/about/governance/constitution>>