

Khai thác không gian buổi sớm trong phát triển sản phẩm du lịch ven biển: Trường hợp thành phố Đà Nẵng

Harnessing Early-Morning Spaces for the Development of Coastal Tourism Products: The Case of Da Nang City

Bùi Thị Tiến^{a*}
Bui Thi Tien^{a*}

^a*Khoa Kinh tế - Du lịch, Trường Đại học Quảng Nam, Đà Nẵng, Việt Nam*

^a*Faculty of Economics and Tourism, Quang Nam University, Da Nang, 550000, Vietnam*

(Ngày nhận bài: 13/1/2026, ngày phản biện xong: 9/6/2026, ngày chấp nhận đăng: 04/8/2026)

Tóm tắt

Trong bối cảnh các điểm đến du lịch biển ngày càng chịu áp lực cạnh tranh và đồng dạng hóa sản phẩm, việc tìm kiếm những khung thời gian trải nghiệm mới trở thành một hướng tiếp cận quan trọng nhằm nâng cao giá trị và bản sắc điểm đến. Bài viết tập trung phân tích tiềm năng khai thác không gian buổi sớm (khoảng từ 4h30 đến 9h00 sáng) trong phát triển sản phẩm du lịch ven biển tại thành phố Đà Nẵng. Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính gồm quan sát thực địa, phỏng vấn không chính thức và phân tích tài liệu thứ cấp, so sánh..., nghiên cứu cho thấy buổi sớm không chỉ mang giá trị cảnh quan với ánh sáng bình minh mà còn hàm chứa những chuyển động sinh kế và giá trị văn hóa bản địa rõ nét, đặc biệt tại các chợ cá và cộng đồng ngư dân ven biển. Trên cơ sở vận dụng các khung lý thuyết về sản phẩm du lịch, trải nghiệm du lịch đáng nhớ, du lịch dựa vào cộng đồng và du lịch sức khỏe, bài viết đề xuất mô hình phát triển sản phẩm du lịch buổi sớm gắn với thể thao, trải nghiệm bản địa và chăm sóc sức khỏe, đồng thời đưa ra các hàm ý chính sách nhằm khai thác hiệu quả nhưng vẫn đảm bảo tính bền vững cho điểm đến.

Từ khóa: du lịch buổi sớm, du lịch trải nghiệm, du lịch ven biển, Đà Nẵng

Abstract

In the context of increasing competition and product diversification in coastal tourist destinations, finding new time frames for experiences has become a crucial approach to enhancing destination values and identity. This article focuses on analyzing the potential of exploiting the early morning hours (approximately from 4:30 to 9:00 AM) in developing coastal tourism products in Da Nang city. Through qualitative research methods including field observations, informal interviews, and analysis of secondary documents and comparisons, the study shows that early morning not only offers scenic value with the sunrise but also contains distinct livelihood movements and local cultural values, especially in fish markets and coastal fishing communities. Based on theoretical frameworks on tourism products, memorable tourism experiences, community-based tourism, and health tourism, this article proposes a model for developing early morning tourism products linked to sports, local experiences, and health care, while also offering policy implications for effective yet sustainable exploitation of the destination.

Keywords: early-morning tourism, experiential tourism, coastal tourism, Da Nang

*Tác giả liên hệ: Bùi Thị Tiến

Email: tienbuidtu@gmail.com

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, du lịch chuyển dịch từ cạnh tranh về số lượng sang cạnh tranh theo chiều sâu trải nghiệm, việc đa dạng hóa sản phẩm đã trở thành một yêu cầu mang tính chiến lược trong phát triển điểm đến [13]. Du khách ngày nay có xu hướng tối ưu hóa toàn bộ quỹ thời gian lưu trú nhằm khám phá và cảm nhận điểm đến một cách trọn vẹn, qua đó gia tăng giá trị trải nghiệm cá nhân và hạn chế các khoảng thời gian không được khai thác hiệu quả. Theo cách tiếp cận của du lịch trải nghiệm, giá trị của du lịch không chỉ nằm ở số lượng hoạt động, mà ở mức độ liên mạch và cảm xúc mà chuỗi trải nghiệm mang lại cho du khách [10]. Do đó, sự thiếu hụt sản phẩm trong một số khung thời gian nhất định có thể làm đứt đoạn mạch trải nghiệm, ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng và giá trị cảm nhận đối với điểm đến.

Thực tiễn phát triển du lịch cho thấy, nhiều điểm đến đã chủ động đa dạng hóa sản phẩm theo thời gian, đặc biệt là phát triển các sản phẩm du lịch ban đêm nhằm kéo dài thời gian trải nghiệm và gia tăng mức chi tiêu của du khách. Tuy nhiên, bên cạnh không gian ban đêm, khung thời gian buổi sớm vốn gắn với không khí mát mẻ, ánh sáng tự nhiên của bình minh, nhịp sinh hoạt bản địa và cảm xúc trải nghiệm đặc thù lại chưa được quan tâm và khai thác tương xứng trong cấu trúc sản phẩm du lịch. Các nghiên cứu về trải nghiệm du lịch đáng nhớ cũng chỉ ra rằng những trải nghiệm diễn ra trong bối cảnh chân thực, có tính mới lạ và gắn với cảm xúc cá nhân thường để lại ấn tượng sâu sắc hơn đối với du khách [7].

Trong nhiều năm qua, chiến lược phát triển du lịch tại các đô thị biển ở Việt Nam chủ yếu tập trung vào các hoạt động ban ngày và ban đêm, trong khi buổi sớm thường bị xem là khoảng thời gian chuyển tiếp, ít được chú ý trong quy hoạch và tổ chức sản phẩm. Trên thực tế, buổi sớm lại là thời điểm hội tụ nhiều yếu tố

thuận lợi cho trải nghiệm du lịch, bao gồm sự biến đổi nhanh của ánh sáng tự nhiên, không khí trong lành, nhịp sống lao động bản địa và điều kiện phù hợp cho các hoạt động vận động nhẹ nhàng, chăm sóc sức khỏe, những yếu tố phù hợp với xu hướng phát triển du lịch sức khỏe hiện nay [4].

Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết đặt ra vấn đề nghiên cứu về khả năng nhận diện không gian buổi sớm như một dạng tài nguyên du lịch đặc thù, đồng thời phân tích cách thức tổ chức các hoạt động du lịch trong khung thời gian này nhằm vừa nâng cao giá trị trải nghiệm cho du khách, vừa đảm bảo sinh kế, bản sắc văn hóa và tính bền vững của cộng đồng địa phương ven biển.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Không gian du lịch và chiều kích thời gian trong trải nghiệm du lịch

Không gian du lịch không chỉ được hiểu là địa điểm diễn ra các hoạt động du lịch mà còn được hình thành từ sự tương tác giữa môi trường, con người và trải nghiệm của du khách [3]. Bên cạnh yếu tố không gian, thời gian cũng là một thành tố quan trọng ảnh hưởng đến cảm nhận và hành vi của du khách trong quá trình trải nghiệm [6]. Theo đó, buổi sớm có thể được xem là một dạng không gian - thời gian trải nghiệm đặc thù, nơi các yếu tố tự nhiên, xã hội và văn hóa kết hợp tạo nên những giá trị khác biệt cho điểm đến.

Đối với các điểm đến ven biển, buổi sớm thường gắn với cảnh quan bình minh, điều kiện khí hậu thuận lợi và nhịp sinh hoạt đầu ngày của cộng đồng ngư dân. Những yếu tố này góp phần tạo nên trải nghiệm mang tính chân thực và giàu cảm xúc cho du khách, đồng thời mở ra khả năng hình thành các sản phẩm du lịch đặc thù.

2.2. Du lịch ven biển

Du lịch ven biển là loại hình du lịch được phát triển dựa trên việc khai thác các tài nguyên tự nhiên và văn hóa tại khu vực tiếp giáp giữa đất

liền và biển [5]. Bên cạnh các hoạt động nghỉ dưỡng và vui chơi giải trí, du lịch ven biển ngày càng chú trọng đến việc khai thác các giá trị văn hóa bản địa, sinh kế cộng đồng và các trải nghiệm gắn với đời sống cư dân địa phương [13].

Xu hướng này tạo điều kiện để các điểm đến ven biển phát triển các sản phẩm du lịch mới dựa trên trải nghiệm văn hóa nghề biển, hoạt động cộng đồng và các không gian sinh hoạt thường nhật của cư dân ven biển.

2.3. Phát triển sản phẩm du lịch

Theo Middleton và Clarke (2001), sản phẩm du lịch là sự kết hợp giữa tài nguyên, dịch vụ và các trải nghiệm mà du khách nhận được trong suốt chuyến đi. Trên cơ sở đó, phát triển sản phẩm du lịch là quá trình khai thác và tổ chức các nguồn lực nhằm tạo ra những trải nghiệm mới, đáp ứng nhu cầu thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến [9].

Trong nghiên cứu này, phát triển sản phẩm du lịch được tiếp cận theo hướng khai thác không gian buổi sớm như một nguồn tài nguyên trải nghiệm đặc thù để hình thành các sản phẩm du lịch mới tại khu vực ven biển Đà Nẵng.

2.4. Lý thuyết du lịch trải nghiệm

Lý thuyết du lịch trải nghiệm cho rằng giá trị của chuyến đi không chỉ được tạo nên từ các dịch vụ mà còn từ những trải nghiệm mang tính cá nhân, hình thành thông qua sự tương tác giữa du khách với điểm đến, hoạt động và cộng đồng địa phương. Theo Kim, Ritchie và McCormick (2012), trải nghiệm du lịch đáng nhớ là những trải nghiệm được lưu giữ tích cực sau chuyến đi và có ảnh hưởng đến ý định quay trở lại cũng như giới thiệu điểm đến. Những trải nghiệm này được hình thành từ các yếu tố như sự mới lạ, văn hóa địa phương, sự tham gia trực tiếp, ý nghĩa và cảm xúc của du khách [7].

2.5. Du lịch sức khỏe

Đây được xem như một phân khúc du lịch đặc thù hướng đến việc nâng cao sức khỏe thể chất,

tinh thần và chất lượng sống của du khách. Theo định nghĩa và phân loại của Global Wellness Institute, du lịch sức khỏe bao gồm các hoạt động như vận động thể chất, thư giãn tinh thần, chăm sóc cơ thể, các hoạt động trị liệu và tiếp xúc với môi trường tự nhiên (wellness tourism), tất cả đều nhằm mục tiêu cân bằng “sức khỏe toàn diện” cho người tham gia [4].

2.6. Lý thuyết đồng sáng tạo trải nghiệm và tính chân thực trong du lịch

Trong những thập kỷ gần đây, lý thuyết du lịch trải nghiệm đã phát triển sâu hơn với trọng tâm là đồng sáng tạo trải nghiệm (co-creation), một khái niệm nhấn mạnh sự tương tác chủ động giữa du khách và môi trường địa phương, trong đó cộng đồng chủ thể không chỉ là đối tượng quan sát mà trở thành đồng kiến tạo giá trị trải nghiệm. Theo Buhalis và Sinarta (2019), đồng sáng tạo trải nghiệm trong du lịch là quá trình “tương tác liên tục giữa du khách, các nhà cung cấp dịch vụ và cộng đồng địa phương, nơi trải nghiệm được hình thành thông qua những đóng góp và phản hồi lẫn nhau” [1]. Trong mô hình này, du khách không chỉ là người tiêu dùng thụ động mà là đối tác tích cực, góp phần định hình nội dung và chất lượng trải nghiệm thông qua sự tương tác trực tiếp với các yếu tố văn hoá, xã hội và kinh nghiệm. Bên cạnh đồng sáng tạo trải nghiệm, tính chân thực (authenticity) là yếu tố then chốt quyết định giá trị trải nghiệm trong du lịch hiện đại. Tính chân thực được hiểu là mức độ trải nghiệm phản ánh đúng đời sống, tập quán, giá trị văn hoá và môi trường tự nhiên vốn có của điểm đến, không bị làm phẳng, thương mại hoá quá mức hoặc sân khấu hoá. MacCannell (1976) là một trong những học giả đầu tiên nhấn mạnh rằng du khách tìm kiếm “trải nghiệm chân thực” như một giá trị cốt lõi của du lịch hiện đại [8], và sau đó nhiều nghiên cứu tiếp tục khẳng định vai trò của tính chân thực trong quyết định lựa chọn điểm đến và sự hài lòng của du khách [2; 12].

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được triển khai theo hướng tiếp cận định tính, phù hợp với mục tiêu khám phá chiều sâu trải nghiệm và ý nghĩa văn hóa và xã hội của không gian du lịch buổi sớm. Cụ thể, năm phương pháp, kỹ thuật chính được sử dụng.

Thứ nhất, quan sát thực địa có tham gia được tiến hành tại các bãi biển và chợ cá ven biển thành phố Đà Nẵng (Mân Thái, Thọ Quang, Nam Ô, Tam Tiến) trong khung giờ từ 4h30 đến 9h00 mùa hè tháng 07/2025. Hoạt động quan sát tập trung vào nhịp sinh hoạt của cộng đồng ngư dân, hành vi và cảm nhận của du khách, cũng như sự tương tác giữa các chủ thể trong không gian buổi sớm.

Thứ hai, nghiên cứu thực hiện các cuộc trao đổi ngắn và phỏng vấn bán cấu trúc với các bên liên quan nhằm bổ sung thông tin cho quá trình quan sát thực địa. Đối tượng trao đổi bao gồm 15 du khách, 10 cư dân/ngư dân ven biển và 05 đại diện một số đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch, thể thao biển tại Đà Nẵng. Mẫu được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện tại các địa điểm khảo sát. Nội dung trao đổi tập trung vào nhận thức về tiềm năng, lợi ích, hạn chế và các điều kiện cần thiết để phát triển sản phẩm du lịch buổi sớm. Thông tin thu thập được ghi chép, tổng hợp theo các chủ đề chính và được sử dụng như nguồn dữ liệu bổ trợ nhằm đối chiếu, giải thích và làm rõ các kết quả nghiên cứu.

Thứ ba, phân tích tài liệu thứ cấp bao gồm các nghiên cứu khoa học, báo cáo của các tổ chức quốc tế (UNWTO, Global Wellness Institute) và tài liệu quy hoạch du lịch địa phương, qua đó đặt trường hợp Đà Nẵng trong bối cảnh lý luận và xu hướng phát triển chung.

Thứ tư, phương pháp so sánh, đối chiếu được sử dụng để phân tích các mô hình phát triển sản phẩm du lịch buổi sớm tại một số quốc gia có điều kiện và định hướng phát triển tương đồng, qua đó nhận diện những kinh nghiệm về tổ chức sản phẩm, quản lý hoạt động và khai thác giá trị

văn hóa bản địa làm cơ sở đề xuất giải pháp cho thành phố Đà Nẵng.

Thứ năm, phân tích SWOT được sử dụng như một công cụ tổng hợp nhằm đánh giá tương đối toàn diện các yếu tố nội tại và ngoại tại ảnh hưởng đến khả năng phát triển sản phẩm du lịch buổi sớm.

Cách tiếp cận định tính cho phép nghiên cứu làm rõ những giá trị khó lượng hóa như cảm xúc, tính chân thực và ý nghĩa văn hóa, vốn là các yếu tố cốt lõi của trải nghiệm du lịch buổi sớm.

4. Kết quả và thảo luận kết quả nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý luận và kết quả khảo sát thực địa, tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch buổi sớm tại thành phố Đà Nẵng có thể được phân tích trên nhiều phương diện, không chỉ dừng lại ở việc liệt kê các điểm mạnh và điểm yếu về tài nguyên du lịch biển của Đà Nẵng, mà còn xem xét mối quan hệ giữa tài nguyên du lịch, thị trường và năng lực tổ chức.

Về phương diện tài nguyên du lịch, sau sáp nhập địa giới hành chính ngày 1/7/2025, Đà Nẵng sở hữu hệ thống bờ biển liên tục với tổng chiều dài khoảng 217 km, bao gồm 92 km bờ biển của Đà Nẵng cũ và 125 km bờ biển của Quảng Nam cũ, trải dài từ chân đèo Hải Vân đến khu vực Chu Lai [11]. Không gian biển kéo dài này hình thành một dải tài nguyên cảnh quan ven biển liên mạch, đa dạng về hình thái và giá trị khai thác du lịch, với sự hiện diện của nhiều bãi biển nổi bật như Nam Ô, Mỹ Khê, Phạm Văn Đồng, Bắc Mỹ An, Non Nước, Hà My, Cửa Đại, Tam Thanh, Tam Tiến, bãi Rạng và các bãi biển ven đô khác. Sự liên tục về không gian biển không chỉ mở rộng quy mô tài nguyên mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các tuyến, cụm và chuỗi sản phẩm du lịch ven biển mang tính liên vùng trong cùng một đơn vị hành chính. Một đặc điểm quan trọng của hệ thống bãi biển này là hướng phân bố chủ yếu về phía đông, cho phép quan sát hiện tượng bình minh trên

biển một cách rõ nét và ổn định trong nhiều tháng trong năm. Yếu tố hướng biển kết hợp với điều kiện địa hình mở, ít bị che chắn và nền khí hậu nhiệt đới gió mùa đặc trưng của khu vực duyên hải miền Trung tạo nên lợi thế rõ rệt cho việc khai thác các hoạt động du lịch diễn ra vào khung thời gian buổi sớm. So với các loại hình du lịch biển phụ thuộc mạnh vào điều kiện thời tiết và mùa vụ như tắm biển hoặc thể thao biển cường độ cao, cảnh quan bình minh và không gian biển buổi sớm có tính ổn định tương đối, ít

chịu tác động của biến động thời tiết ngắn hạn. Điều này cho phép tổ chức các hoạt động du lịch buổi sớm với tần suất thường xuyên hơn, kéo dài thời gian khai thác trong năm và giảm áp lực mùa vụ đối với điểm đến. Bên cạnh tài nguyên cảnh quan tự nhiên, hệ thống bờ biển sau sáp nhập còn gắn liền với mạng lưới cảng cá và chợ cá đầu ngày phân bố dọc ven biển, tiêu biểu như Nam Ô, Thọ Quang, Mân Thái, Cửa Đại, Tam Thanh hay Tam Tiến và một số điểm dân sinh ven biển khác.

Bảng 1. Đánh giá tiềm năng du lịch các chợ cá và cảng cá buổi sáng của thành phố Đà Nẵng

Địa điểm	Hoạt động buổi sáng sớm	Đánh giá tiềm năng du lịch buổi sáng sớm
Cảng cá và chợ cá Thọ Quang	Cập bến tàu cá, mua bán hải sản, quan sát ngư dân lao động, sinh hoạt chợ đầu phiên	Gần trung tâm thành phố, hoạt động sôi động, thiên về trải nghiệm lao động thật, hấp dẫn nhiếp ảnh, diễn giải văn hóa biển và mua hải sản.
Cảng cá và chợ cá Mân Thái	Chèo SUP cùng cảnh tàu về bến, mua bán cá, chợ cá truyền thống nhỏ	Gần trung tâm thành phố, rất tốt cho trải nghiệm kết hợp SUP và chợ cá; cảnh đẹp bình minh cùng biển. Có thể phát triển tour gắn hoạt động vận động, văn hóa nghề biển, nhiếp ảnh, trải nghiệm mua hải sản.
Cảng cá Nam Ô	Kéo lưới, bán cá cho thương lái, chợ nhỏ	Nét làng chài rất đậm, phù hợp cho sản phẩm du lịch văn hóa kết hợp trải nghiệm đời sống ngư dân buổi sớm.
Cảng cá Cửa Đại	Cập bến + mua bán cá	Đặc trưng về nghề biển, gần Hội An nên có thể kết nối tour phố cổ – cảng cá.
Cảng cá Duy Nghĩa	Cập bến hải sản	Quy mô nhỏ, hoạt động hạn chế; phù hợp nhóm nhỏ hoặc kết hợp trải nghiệm khác.
Cảng cá và chợ cá Tam Thanh	Cập bến, mua bán hải sản	Xa trung tâm thành phố Đà Nẵng, gần làng bích họa, có hoạt động buổi sớm, nhưng hiện ít tour du lịch khai thác; phù hợp cho nhóm nhỏ, nhiếp ảnh.
Cảng cá và chợ cá Tam Tiến	Kéo lưới, cập bến sớm, đời sống làng chài	Có hoạt động ngư nghiệp sớm, gần cộng đồng ngư dân; cảnh đẹp bình minh tự nhiên; phù hợp tour trải nghiệm “đón lưới về bờ – chợ cá – hải sản tươi” và thưởng thức đặc sản tại chợ (bánh xèo, bún hải sản).

Nguồn: Kết quả thực địa của tác giả và tham vấn ý kiến chuyên gia

Đây là những không gian sinh kế truyền thống, nơi các hoạt động đánh bắt, cập bến, phân loại và trao đổi hải sản diễn ra tập trung vào

khung thời gian rạng sáng. Nhịp sinh hoạt buổi sớm tại các chợ cá phản ánh sinh động mối quan hệ giữa con người và môi trường biển, đồng thời

tái hiện rõ nét cấu trúc lao động, giao tiếp xã hội và tập quán văn hóa gắn với nghề biển. Dưới góc độ du lịch, đây là dạng tài nguyên văn hóa sống, có giá trị trải nghiệm cao do gắn liền với đời sống thường nhật của cộng đồng địa phương, không mang tính tái hiện hay sân khấu hóa. Sự kết hợp giữa cảnh quan biển buổi sáng sớm và các hoạt động sinh kế ven biển tạo nên một nền tảng tài nguyên đặc thù cho phát triển du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng sau sáp nhập. Không gian biển không chỉ đóng vai trò là bối cảnh tự nhiên mà còn là không gian xã hội, nơi các yếu tố cảnh quan, thời gian và con người cùng tham gia vào quá trình hình thành trải nghiệm du lịch. Đây là lợi thế nổi bật giúp Đà Nẵng có khả năng phát triển các sản phẩm du lịch buổi sớm mang tính trải nghiệm, chân thực và bền vững, nếu được tổ

chức và quản lý phù hợp với nhịp sinh hoạt của cộng đồng địa phương.

Về phương diện tổ chức và quản lý, các hoạt động du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng hiện nay vẫn đang trong giai đoạn hình thành với mức độ tổ chức mang tính tự phát và phân mảnh, chưa được quy hoạch, kiểm soát hoặc tích hợp vào hệ thống sản phẩm du lịch chính thức của điểm đến. Theo số liệu từ Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng, các hoạt động thể thao kết hợp trải nghiệm buổi sớm hiện chủ yếu được tổ chức bởi cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội - nghề nghiệp và một số doanh nghiệp kinh doanh du lịch, tập trung vào các sự kiện hoặc sản phẩm quy mô lớn như Bảng 2.

Bảng 2. Danh sách các sự kiện liên quan đến thể thao buổi sáng được cấp phép năm 2025 tại thành phố Đà Nẵng

Đơn vị tổ chức	Loại hình hoạt động	Quy mô/ghi nhận điển hình	Ghi chú
Sunrise Events Vietnam	Sự kiện ba môn phối hợp quốc tế (IRONMAN 70.3)	>3,500 vận động viên tham dự 2025	Có giấy phép tổ chức quốc tế
Ban Quản lý bán đảo Sơn Trà và các bãi biển	Hoạt động SUP, chạy bộ, thể thao biển	Điều phối theo quyết định UBND	Đơn vị chức năng địa phương
Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng	Cấp phép và bảo trợ nhiều giải quốc gia, quốc tế	Giải Marathon quốc tế, Danang Color Race...	Phối hợp nhiều bên
Hiệp hội Du lịch Đà Nẵng và Hội Khách sạn Đà Nẵng	Hoạt động thể thao kết hợp quảng bá du lịch	Giải chạy chân trần trên biển 2024	Tổ chức sự kiện quy mô lớn

Nguồn: Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng

Phần lớn còn lại là các nhóm tự phát, câu lạc bộ thể thao, hoặc doanh nghiệp cá nhân tổ chức quy mô nhỏ theo mùa vụ hoặc theo nhu cầu khách tự phát. Tại các bãi biển như Mỹ Khê, Phạm Văn Đồng và Bắc Mỹ An, các hoạt động chạy bộ buổi sớm, yoga ngoài trời hay SUP đón bình minh tại biển Mân Thái với câu lạc bộ SUP D-Sun thường diễn ra tự do trên không gian công cộng mà không có sự điều phối thống nhất từ chính quyền địa phương hoặc đơn vị quản lý

điểm đến. Hoạt động tự phát này dẫn đến tình trạng trùng dịch vụ, thiếu chuẩn hoá thời gian tổ chức, nội dung hoạt động và quy trình phục vụ, ví dụ như không có đội ngũ hướng dẫn viên chuyên trách, thiếu hệ thống đăng ký phục vụ và đánh giá chất lượng, hoặc không có bộ quy tắc ứng xử với môi trường và cộng đồng địa phương. Theo kết quả quan sát thực địa của tác giả, các khu nghỉ dưỡng cao cấp như Naman Retreat, Fusion Maia, Four Seasons The Nam Hai, hay

Furama Đà Nẵng đã phát triển nhiều hoạt động yoga, thiền và vận động buổi sớm như một phần của chương trình nghỉ dưỡng. Điều này cho thấy các hoạt động chăm sóc sức khỏe vào buổi sớm đã được một số cơ sở lưu trú khai thác như một thành tố của sản phẩm nghỉ dưỡng. Tuy nhiên, các sản phẩm này chủ yếu phục vụ khách lưu trú nội khu, chưa lan tỏa mạnh ra không gian công cộng hay cộng đồng địa phương.

Quan sát thực địa tại các chợ cá đầu ngày như Nam Ô, Thọ Quang, Mân Thái, Cửa Đại, Tam Thanh hay Tam Tiến, tác giả ghi nhận hoạt động đón khách tham quan diễn ra chủ yếu theo cách du khách tự đi quan sát, tự chụp hình, ít có người hướng dẫn hoặc giải thích bối cảnh văn hóa nghề cá, dẫn đến trải nghiệm thiếu chiều sâu và tiềm ẩn nguy cơ gây xáo trộn sinh hoạt cộng đồng. Việc thiếu đội ngũ hướng dẫn được đào tạo bài bản và hệ thống công cụ, bảng diễn giải văn hóa không chỉ khiến du khách khó tiếp cận đúng bối cảnh mà còn có thể làm xói mòn tính chân thực vốn là thế mạnh của trải nghiệm địa phương. Từ góc độ quản lý điểm đến, hiện chưa có quy trình thao tác chuẩn (SOPs) cho du lịch buổi sớm được ban hành bởi Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Đà Nẵng hoặc cơ quan quản lý liên quan. Chưa có bộ tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ đặc thù buổi sớm, cũng như hệ thống phân luồng và phân bổ tần suất khách cho từng hoạt động cụ thể theo thời gian trong ngày. Đa số hoạt động do nhóm cộng đồng tổ chức mà không gắn kết với các dịch vụ hỗ trợ như điểm dừng chân, nhà vệ sinh công cộng buổi sớm, trạm cứu hộ, hoặc tùy chỉnh giờ mở cửa dịch vụ theo đặc thù khung giờ sáng sớm.

Từ những phân tích trên có thể nhận định rằng, du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng hiện đang ở giai đoạn hình thành ban đầu, với sự xuất hiện của nhiều hoạt động giàu tiềm năng nhưng chưa được tổ chức và khai thác một cách hệ thống. Thực trạng này vừa phản ánh những hạn chế trong cấu trúc sản phẩm và năng lực tổ chức, vừa cho thấy dư địa lớn để phát triển du lịch buổi sớm như một phân khúc sản phẩm chuyên biệt. Trên cơ sở đó, phân tích SWOT (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats) được lựa chọn như một công cụ phù hợp nhằm đánh giá toàn diện các yếu tố nội tại và ngoại cảnh tác động đến quá trình hình thành và phát triển du lịch buổi sớm tại thành phố Đà Nẵng. Thông qua việc nhận diện rõ các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, phân tích SWOT không chỉ giúp làm rõ vị thế hiện tại của phân khúc du lịch này, mà còn tạo nền tảng khoa học cho việc đề xuất các định hướng, giải pháp và mô hình phát triển phù hợp, hướng tới mục tiêu xây dựng Đà Nẵng trở thành điểm đến năng động, sống khỏe và bền vững trong tương lai.

Các yếu tố trong ma trận SWOT được tổng hợp trên cơ sở kết quả khảo sát thực địa tại các bãi biển, cảng cá và chợ cá ven biển Đà Nẵng; kết quả quan sát và phỏng vấn bán cấu trúc với người dân, doanh nghiệp, kết hợp với phân tích tài liệu thứ cấp về xu hướng phát triển du lịch, định hướng phát triển của thành phố và các nghiên cứu liên quan. Trên cơ sở đó, các yếu tố nội tại (điểm mạnh, điểm yếu) và các yếu tố bên ngoài (cơ hội, thách thức) được xác định và tổng hợp trong Bảng 3.

Bảng 3. Phân tích SWOT về phát triển du lịch buổi sáng sớm tại thành phố Đà Nẵng

Yếu tố	Nội dung phân tích
Strengths (S) Điểm mạnh	S1. Sở hữu dải bờ biển liên tục quy mô lớn (217 km) với hướng biển phía Đông, thuận lợi quan sát bình minh ổn định quanh năm. S2. Cảnh quan biển buổi sớm có tính ổn định cao, ít phụ thuộc thời tiết ngắn hạn, cho phép tổ chức hoạt động thường xuyên, giảm tính mùa vụ. S3. Hệ thống cảng cá, chợ cá đầu ngày phân bố dọc ven biển (Nam Ô, Thọ Quang, Mân Thái, Cửa Đại, Tam Thanh, Tam Tiên...), tạo nguồn tài nguyên văn hóa sống, chân thực. S4. Sự kết hợp hài hòa giữa cảnh quan thiên nhiên và nhịp sinh hoạt lao động buổi sớm của cộng đồng ngư dân, phù hợp với du lịch trải nghiệm và bền vững. S5. Nhu cầu thực tế cao: hầu hết du khách nội địa và quốc tế bày tỏ hứng thú với các sản phẩm du lịch buổi sáng sớm.
Weaknesses (W) Điểm yếu	W1. Hoạt động du lịch buổi sớm chủ yếu mang tính tự phát, phân mảnh, chưa được quy hoạch và tích hợp vào hệ thống sản phẩm chính thức của điểm đến. W2. Thiếu quy trình vận hành tiêu chuẩn (SOPs), bộ tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ đặc thù cho khung thời gian buổi sớm. W3. Thiếu đội ngũ hướng dẫn viên và hệ thống diễn giải văn hóa tại chợ cá và không gian sinh hoạt ngư dân. W4. Hạ tầng hỗ trợ buổi sớm còn hạn chế (nhà vệ sinh công cộng, điểm dừng chân, trạm cứu hộ, dịch vụ ăn uống sớm). W5. Sản phẩm buổi sớm tại các resort còn khép kín, ít lan tỏa sang không gian công cộng và cộng đồng địa phương.
Opportunities (O) Cơ hội	O1. Du lịch sức khỏe và du lịch chậm tăng trưởng mạnh trên toàn cầu; du khách sẵn sàng chi trả cao cho trải nghiệm sức khỏe và cảm xúc. O2. Định hướng phát triển Đà Nẵng theo mô hình điểm đến sống khỏe, bền vững tạo nền tảng chính sách thuận lợi. O3. Khả năng phát triển chuỗi sản phẩm liên vùng ven biển trong cùng một đơn vị hành chính sau sáp nhập. O4. Công nghệ truyền thông số giúp lan tỏa mạnh hình ảnh bình minh, thể thao và lối sống tích cực.
Threats (T) Thách thức	T1. Nguy cơ xung đột giữa hoạt động du lịch và sinh kế, nhịp sống buổi sớm của cộng đồng ngư dân. T2. Rủi ro thương mại hóa quá mức làm mất tính chân thực của chợ cá và không gian lao động. T3. Rủi ro về an toàn, môi trường và trật tự nếu hoạt động tự phát gia tăng. T4. Thiếu khung pháp lý và cơ chế quản lý đặc thù cho du lịch buổi sớm. T5. Cạnh tranh từ các điểm đến ven biển khác trong khu vực nếu Đà Nẵng chậm định vị bản sắc.

Nguồn: Tổng hợp của tác giả trên cơ sở kết quả khảo sát thực địa, quan sát, phỏng vấn bán cấu trúc và phân tích tài liệu thứ cấp.

Trên cơ sở phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong phát triển du lịch buổi sáng sớm tại thành phố Đà Nẵng, nghiên cứu tiến hành xây dựng ma trận chiến lược SO – WO – ST – WT. Ma trận này cho phép kết hợp có hệ thống các yếu tố nội tại và ngoại tại của điểm đến, qua đó xác định các nhóm chiến lược

phát triển phù hợp với điều kiện tài nguyên, xu hướng thị trường và năng lực tổ chức, quản lý du lịch của thành phố Đà Nẵng. Đây được xem là bước chuyển quan trọng từ phân tích hiện trạng sang đề xuất định hướng và giải pháp phát triển du lịch buổi sáng sớm theo hướng bền vững và khả thi.

Bảng 4. Ma trận chiến lược SO - WO - ST - WT cho phát triển du lịch buổi sáng sớm tại thành phố Đà Nẵng

	Cơ hội (O)	Thách thức (T)
Điểm mạnh (S)	Chiến lược SO SO1. Phát triển các sản phẩm du lịch buổi sớm gắn với bình minh, du lịch sức khỏe, trải nghiệm văn hóa ngư dân dựa trên lợi thế không gian biển và chợ cá đầu ngày (S1, S3, O1, O2). SO2. Xây dựng các tuyến và chuỗi sản phẩm “từ biển đến thành phố” khai thác dải bờ biển liên tục sau sáp nhập (S1, S4, O4). SO3. Định vị thương hiệu “Đà Nẵng – điểm đến sống khỏe từ bình minh” thông qua truyền thông hình ảnh và video chất lượng cao (S2, S5, O5).	Chiến lược ST ST1. Sử dụng tính chân thực của chợ cá và sinh hoạt ngư dân làm “giới hạn mềm” để kiểm soát thương mại hóa (S3, S4, T2). ST2. Tổ chức phân luồng và khung giờ trải nghiệm dựa trên đặc điểm ổn định của cảnh quan buổi sớm nhằm giảm xung đột với sinh kế cộng đồng (S2, T1). ST3. Khai thác phân khúc khách chất lượng cao, quy mô nhỏ để hạn chế áp lực môi trường và xã hội (S5, T3).
Điểm yếu (W)	Chiến lược WO WO1. Chuẩn hóa SOPs và bộ tiêu chí chất lượng cho du lịch buổi sớm dựa trên xu hướng du lịch sức khỏe và tiêu chuẩn quốc tế (W1, W2, O1). WO2. Đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên diễn giải văn hóa biển phục vụ phân khúc du lịch chậm (W3, O2). WO3. Mở rộng kết nối giữa resort – cộng đồng – không gian công cộng để lan tỏa giá trị buổi sớm (W5, O3).	Chiến lược WT WT1. Ban hành khung quản lý và cấp phép riêng cho hoạt động du lịch buổi sớm nhằm hạn chế tự phát (W1, T3, T4). WT2. Giới hạn quy mô khách tại chợ cá và cảng cá thông qua cơ chế đăng ký, đặt chỗ (W3, T1). WT3. Ưu tiên mô hình trải nghiệm nhỏ, có hướng dẫn thay vì đại trà để bảo vệ tính chân thực và môi trường (W2, T2).

5. Hàm ý nghiên cứu

Trên cơ sở kết quả phân tích SWOT và ma trận chiến lược SO-WO-ST-WT, nghiên cứu cho thấy phát triển du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng cần được tiếp cận theo hướng tạo lập một phân khúc sản phẩm chuyên biệt, khai thác hiệu quả lợi thế cảnh quan biển, giá trị văn hóa nghề biển và xu hướng gia tăng nhu cầu đối với các trải nghiệm du lịch chất lượng cao. Tuy nhiên, quá trình phát triển cần đi đôi với cơ chế quản lý phù hợp nhằm hạn chế tính tự phát, bảo đảm sự hài hòa giữa lợi ích du lịch, sinh kế cộng đồng và bảo tồn giá trị địa phương.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất ba nhóm hàm ý chính gồm: (1) định hướng phát triển sản phẩm du lịch buổi sớm; (2) tổ chức, quản lý và phát huy vai trò cộng đồng; (3) liên kết phát triển và truyền thông điểm đến.

5.1. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch buổi sớm

5.1.1. Định vị du lịch buổi sớm như một phân khúc sản phẩm chuyên biệt gắn với lối sống khỏe và bản sắc biển.

Đà Nẵng cần xác lập du lịch buổi sớm như một phân khúc sản phẩm có định vị riêng trong hệ thống sản phẩm du lịch biển của thành phố, thay vì xem đây chỉ là hoạt động hỗ trợ cho các chương trình tham quan hiện có. Giá trị khác biệt của loại hình này không chỉ nằm ở khung thời gian trải nghiệm mà còn ở sự kết hợp giữa cảnh quan bình minh, nhịp sống địa phương và cảm xúc cá nhân của du khách trong không gian ven biển đầu ngày.

Sản phẩm du lịch buổi sớm có thể được phát triển dựa trên ba nhóm giá trị chính: cảnh quan

tự nhiên ven biển; các hoạt động vận động, thư giãn gắn với nâng cao sức khỏe; và trải nghiệm văn hóa nghề biển của cộng đồng địa phương. Sự kết hợp này giúp tạo ra trải nghiệm khác biệt so với các sản phẩm du lịch biển truyền thống vốn tập trung chủ yếu vào hoạt động ban ngày và giải trí ban đêm. Trên cơ sở đó, buổi sớm cần được xem là một tài nguyên du lịch độc lập, tạo nền tảng cho việc xây dựng thương hiệu điểm đến gắn với bình minh, không gian trong lành và trải nghiệm chân thực. Việc định vị rõ phân khúc này cũng tạo cơ sở cho công tác quy hoạch, phát triển sản phẩm, lựa chọn thị trường mục tiêu và truyền thông, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển du lịch biển Đà Nẵng theo hướng chất lượng và bền vững.

5.1.2. Phát triển chuỗi trải nghiệm có tính liên kết và chiều sâu

Các doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và đơn vị cung ứng dịch vụ cần tăng cường liên kết trong thiết kế và tổ chức sản phẩm nhằm hình thành các chuỗi trải nghiệm đồng bộ, thay cho các hoạt động riêng lẻ, thiếu kết nối. Chuỗi trải nghiệm có thể được xây dựng theo hướng "từ biển – vào bờ – kết nối thành phố", kết hợp bốn nhóm hoạt động chính gồm: (1) vận động nhẹ đón bình minh như đi bộ, chạy bộ, yoga, chèo ván đứng hoặc chèo thuyền; (2) trải nghiệm văn hóa nghề biển tại các cảng cá, chợ cá đầu ngày; (3) thưởng thức ẩm thực địa phương gắn với hải sản đầu phiên; và (4) các hoạt động thư giãn, phục hồi như thiền hoặc nghỉ ngơi ven biển.

Việc phát triển các chuỗi sản phẩm này cần ưu tiên quy mô nhỏ, mức độ cá nhân hóa cao, hướng đến nhóm khách quan tâm đến trải nghiệm chất lượng, chăm sóc sức khỏe và nhịp sống chậm. Đồng thời, cần kiểm soát quy mô đoàn khách và tần suất khai thác nhằm bảo đảm chất lượng trải nghiệm, đồng thời hạn chế tác động đến sinh hoạt và sinh kế của cộng đồng ngư dân ven biển.

5.2. Tổ chức, quản lý và phát huy vai trò cộng đồng

5.2.1. Hoàn thiện cơ chế quản lý và chuẩn hóa hoạt động

Sự phát triển của du lịch buổi sớm cần gắn với cơ chế quản lý thống nhất nhằm hạn chế tình trạng hoạt động tự phát, thiếu tiêu chuẩn chung. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng, chính quyền địa phương và các ban quản lý cảng cá, chợ cá cần giữ vai trò chủ trì trong việc xây dựng và ban hành hệ thống quy trình thao tác chuẩn SOPs cho từng nhóm hoạt động, đặc biệt tại các khu vực nhạy cảm như chợ cá, cảng cá và không gian sinh hoạt của cộng đồng ngư dân.

Các quy định cần tập trung vào kiểm soát thời gian tổ chức, quy mô khách tham gia, yêu cầu an toàn, vệ sinh môi trường, trách nhiệm của đơn vị tổ chức và nguyên tắc ứng xử với cư dân địa phương. Đồng thời, cần xây dựng bộ tiêu chí đánh giá chất lượng sản phẩm nhằm hỗ trợ công tác quản lý, giám sát và nâng cao chất lượng dịch vụ.

5.2.2. Tăng cường sự tham gia và năng lực của cộng đồng địa phương

Cộng đồng ngư dân cần được đặt vào vị trí trung tâm trong quá trình phát triển du lịch buổi sớm, với sự hỗ trợ của các tổ chức cộng đồng và đơn vị đào tạo, nhằm hạn chế nguy cơ xung đột lợi ích và thương mại hóa quá mức. Thay vì chỉ đóng vai trò là "đối tượng bị quan sát", cộng đồng cần được tham gia trực tiếp vào các khâu tổ chức, hướng dẫn và diễn giải trải nghiệm, qua đó trở thành chủ thể đồng sáng tạo giá trị du lịch. Theo hướng này, cần triển khai các chương trình đào tạo hướng dẫn viên cộng đồng chuyên về du lịch buổi sớm và văn hóa biển, tập trung vào việc trang bị kiến thức về diễn giải di sản, kỹ năng giao tiếp với du khách và kỹ năng quản lý nhóm nhỏ. Việc nâng cao chất lượng diễn giải không chỉ giúp du khách hiểu đúng bối cảnh văn hóa, xã hội của nghề biển, mà còn góp phần làm sâu sắc trải nghiệm, tránh cách tiếp cận hời hợt, thiên về chụp

ảnh hoặc tiêu dùng nhanh. Đồng thời, đây cũng là giải pháp tạo thêm sinh kế hỗ trợ cho cộng đồng địa phương, qua đó tăng cường động lực bảo tồn các giá trị văn hóa nghề biển truyền thống.

Cộng đồng ngư dân cần được xem là chủ thể tham gia vào quá trình phát triển du lịch thay vì chỉ là đối tượng được quan sát, được tham gia trực tiếp vào các khâu tổ chức, hướng dẫn và diễn giải trải nghiệm, qua đó trở thành chủ thể đồng sáng tạo giá trị du lịch. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng cần có chính sách hỗ trợ đào tạo hướng dẫn viên cộng đồng, nâng cao kỹ năng diễn giải văn hóa nghề biển, kỹ năng giao tiếp và tổ chức trải nghiệm cho khách du lịch.

Sự tham gia trực tiếp của cộng đồng không chỉ góp phần tạo ra những trải nghiệm chân thực hơn mà còn giúp phân bổ lợi ích kinh tế từ du lịch, tạo thêm nguồn sinh kế hỗ trợ và nâng cao ý thức bảo tồn các giá trị văn hóa biển.

5.3. Liên kết phát triển và truyền thông điểm đến

5.3.1. Tăng cường liên kết giữa khu nghỉ dưỡng, doanh nghiệp du lịch và cộng đồng ven biển

Để mở rộng phạm vi khai thác, cần xây dựng cơ chế liên kết giữa các khu nghỉ dưỡng, doanh nghiệp lữ hành, không gian công cộng ven biển và cộng đồng địa phương. Các khu nghỉ dưỡng có thể đóng vai trò kết nối nguồn khách, hỗ trợ thiết kế sản phẩm, trong khi các chợ cá, làng chài và không gian biển trở thành nơi tạo dựng giá trị trải nghiệm đặc trưng.

Mô hình liên kết này giúp chuyển dịch sản phẩm từ phạm vi khép kín trong khu lưu trú sang trải nghiệm gắn với điểm đến, qua đó mở rộng lợi ích kinh tế và tăng cường sự tham gia của cộng đồng.

5.3.2. Xây dựng chiến lược truyền thông có chọn lọc

Công tác truyền thông cần tập trung làm nổi bật những giá trị đặc trưng của du lịch buổi sớm Đà Nẵng như vẻ đẹp bình minh trên biển, nhịp

sống lao động đầu ngày của cư dân ven biển, trải nghiệm gần gũi với thiên nhiên và các hoạt động nâng cao sức khỏe.

Tuy nhiên, truyền thông cần gắn với định hướng quản lý sức tải và bảo vệ không gian cộng đồng nhằm tránh nguy cơ phát triển du lịch đại trà, làm suy giảm tính chân thực của trải nghiệm. Việc xây dựng hình ảnh điểm đến cần hướng tới nhóm khách quan tâm đến chất lượng trải nghiệm, sự cân bằng và giá trị bền vững.

Nhìn chung, phát triển du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng cần được xem là một hướng tiếp cận nhằm nâng cao tính khác biệt của điểm đến, dựa trên sự kết hợp giữa khai thác tài nguyên tự nhiên, phát huy giá trị văn hóa cộng đồng và tăng cường năng lực quản lý. Cách tổ chức sản phẩm theo hướng có kiểm soát sẽ tạo nền tảng để Đà Nẵng phát triển một dòng sản phẩm du lịch mới, có bản sắc và phù hợp với xu hướng du lịch chất lượng cao trong tương lai.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã tiếp cận không gian buổi sớm như một dạng tài nguyên du lịch đặc thù, được hình thành từ sự giao thoa giữa yếu tố thời gian, cảnh quan tự nhiên và nhịp sinh hoạt lao động của cộng đồng ven biển. Trên cơ sở vận dụng các lý thuyết về sản phẩm du lịch, du lịch trải nghiệm, du lịch sức khỏe và đồng sáng tạo trải nghiệm, bài viết làm rõ rằng buổi sớm không chỉ là một khoảng thời gian chuyển tiếp trong ngày, mà có khả năng trở thành một phân khúc sản phẩm du lịch chuyên biệt, góp phần nâng cao giá trị trải nghiệm và bản sắc điểm đến.

Kết quả phân tích cho thấy, thành phố Đà Nẵng sở hữu nhiều lợi thế nổi bật để phát triển du lịch buổi sớm, bao gồm dải bờ biển liên tục quy mô lớn, hướng biển phía Đông thuận lợi cho quan sát bình minh, cảnh quan buổi sớm ổn định quanh năm và hệ thống chợ cá, cảng cá đầu ngày giàu giá trị văn hóa sống. Đồng thời, xu hướng gia tăng của du lịch sức khỏe và du lịch chậm

trên thị trường quốc tế, cùng với nhu cầu thực tế cao của du khách đối với các hoạt động buổi sớm, tạo ra nền tảng thị trường thuận lợi cho phân khúc sản phẩm này.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng hiện vẫn đang ở giai đoạn hình thành ban đầu, với mức độ tổ chức mang tính tự phát, thiếu quy hoạch, thiếu chuẩn hóa quy trình vận hành và chưa được tích hợp vào hệ thống sản phẩm du lịch chính thức của điểm đến. Các hạn chế về hạ tầng hỗ trợ, nhân lực diễn giải văn hóa và khung quản lý đặc thù cho khung thời gian buổi sớm đang làm giảm chiều sâu trải nghiệm và tiềm ẩn nguy cơ xung đột với sinh kế cộng đồng ven biển.

Thông qua phân tích SWOT và xây dựng các định hướng, giải pháp tương ứng, nghiên cứu khẳng định rằng việc phát triển du lịch buổi sớm tại Đà Nẵng chỉ có thể đạt hiệu quả và tính bền vững khi được tiếp cận theo hướng phát triển chiều sâu, giới hạn quy mô, đề cao tính chân thực và tăng cường vai trò của cộng đồng địa phương. Du lịch buổi sớm, nếu được tổ chức và quản lý phù hợp, không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch ven biển mà còn hỗ trợ tái định vị hình ảnh Đà Nẵng như một điểm đến sống khỏe, nhân văn và bền vững trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng.

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Do được thực hiện theo hướng tiếp cận định tính và tập trung vào trường hợp thành phố Đà Nẵng, kết quả nghiên cứu chủ yếu mang tính khám phá và chưa phản ánh đầy đủ sự khác biệt trong nhu cầu, động cơ và hành vi của các nhóm du khách khác nhau đối với sản phẩm du lịch buổi sớm. Ngoài ra, nghiên cứu chưa tiến hành đánh giá định lượng về mức độ hài lòng, khả năng chi trả, sức chứa du lịch hay tác động kinh tế - xã hội của các sản phẩm du lịch buổi sớm đối với cộng đồng địa phương.

Trong thời gian tới, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi khảo sát sang các địa

phương ven biển khác của Việt Nam nhằm so sánh mô hình phát triển du lịch buổi sớm giữa các điểm đến. Đồng thời, cần thực hiện các nghiên cứu định lượng về nhu cầu thị trường, mức độ sẵn sàng chi trả của du khách, sức chứa du lịch và tác động của du lịch buổi sớm đến sinh kế cộng đồng, qua đó cung cấp cơ sở khoa học đầy đủ hơn cho công tác quy hoạch và phát triển sản phẩm du lịch theo hướng bền vững.

Tài liệu tham khảo

- [1] Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). "Real-time co-creation and tourism experience management". *Tourism Management* (75), 133–145. DOI: 10.1016/j.tourman.2019.04.023.
- [2] Cohen, E. (1988). "Authenticity and commoditization in tourism". *Annals of Tourism Research* (15(3)), 371–386. DOI: 10.1016/0160-7383(88)90028-X.
- [3] Edensor, T. (2000). "Staging tourism: Tourists as performers". *Annals of Tourism Research* (27(2)), 322–344.
- [4] Global Wellness Institute. (2023). *Global wellness tourism economy report*. Miami: Global Wellness Institute.
- [5] Hall, C.M. (2001). "Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier?". *Ocean & Coastal Management* (44(9–10)), 601–618.
- [6] Hall, C.M. (2005). *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Harlow: Pearson Education.
- [7] Kim, J.H., Ritchie, J.R.B., & McCormick, B. (2012). "Development of a scale to measure memorable tourism experiences". *Journal of Travel Research* (51(1)), 12–25. DOI: 10.1177/0047287510385467.
- [8] MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- [9] Middleton, V.T.C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- [10] Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- [11] Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng. (2024). *Báo cáo tình hình phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng năm 2024*. Đà Nẵng: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Đà Nẵng.
- [12] Wang, N. (1999). "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of Tourism Research* (26(2)), 349–370. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00103-0.
- [13] World Tourism Organization, & Global Wellness Institute. (2018). *Wellness tourism and the sustainable development goals*. Madrid: World Tourism Organization.