

Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với du lịch Việt Nam bước sang thập kỷ tới 2011-2020

17/10/2011

TÁC GIẢ : HÀ VĂN SIÊU

Qua đánh giá thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010 có thể thấy thực trạng ngành du lịch với những thành tựu rất đáng khích lệ nhưng tồn tại không ít những hạn chế, bất cập. Thực tế đó rõ ràng chưa làm hài lòng các cấp quản lý cũng như mỗi người dân Việt Nam hay với tư cách là khách du lịch. Thập kỷ tới với định hướng tái cấu trúc nền kinh tế và thay đổi mô hình tăng trưởng chuyển sang tập trung phát triển theo chiều sâu, có tính lựa chọn và ưu tiên trọng điểm, có chất lượng và thể hiện thương ở hiệu nổi bật, nhằm giá trị gia tăng cao, đảm bảo hiệu quả bền vững và tăng cường năng lực cạnh tranh. Bài viết nhìn thẳng vào thực tế, đưa ra những nhận định tổng quát về tình thế du lịch Việt Nam từ điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội cho tới thách thức để có thể hoạch định cho giai đoạn phát triển đến năm 2020, tầm nhìn 2030.

1. Điểm mạnh

a) Về tài nguyên du lịch:

- Có thể nhận định, Việt Nam có hệ thống tài nguyên du lịch phong phú và khá hấp dẫn. Với diện tích phần đất liền của Việt Nam trên 330.000 km² trải dọc nhiều vĩ tuyến bắc-nam với 3/4 đồi núi, địa hình, khí hậu đa dạng tạo nên diện mạo hệ sinh thái vô cùng đa dạng và phong phú thể hiện qua những danh lam thắng cảnh như Hạ Long, Sapa, Phong Nha-Kẻ Bàng, Vân phong.. là những kỳ quan của thời đại có sức hút du lịch mạnh mẽ. Có thể nói, Việt Nam được xếp vào danh mục các quốc gia có sự đa dạng sinh học cao, giàu tài nguyên thiên nhiên là điều kiện tốt để phát triển du lịch.

-Với 3.200 km bờ biển và trên 4000 hòn đảo ven bờ và hệ thống quần đảo Hoàng Sa và Trường Sa; nhiều bãi biển như Sầm Sơn, Thiên Cầm, Non Nước, Mỹ Khê, Mũi Né, Vũng Tàu.., vịnh đẹp và nổi tiếng như Hạ Long, Nha Trang, Xuân Đài, cùng với các đảo gần bờ như Cát Bà, Cù Lao Chàm, Lý Sơn, Phú Quý, Côn Đảo, Phú Quốc... là thế mạnh nổi trội của Việt Nam đối với phát triển du lịch biển đảo.

-Với trên 4000 năm lịch sử và bề dày truyền thống văn hóa của 54 dân tộc sinh sống trải dài từ bắc chí nam; nền văn hóa lúa nước với bản sắc đậm đà thể hiện qua lối sống, tôn giáo, văn hóa dân gian, lễ hội, ẩm thực Việt Nam và đặc biệt là các di sản văn hóa như Cố Đô Huế, Hội An, Hoàng Thành Thăng Long, Cồng Chiêng Tây Nguyên, Đền Tháp Mỹ Sơn... là những điểm sáng, điều kiện rất thuận lợi về tài nguyên du lịch nhân văn.

- Những kỳ tích lịch sử qua các thời kỳ để lại những dấu ấn hiển hách gắn liền với những danh nhân của lịch sử như Nguyễn Du, Nguyễn Trãi, Trần Hưng Đạo, Trần Nhân Tông, Lê Lợi, Quang Trung, Hồ Chí Minh, Võ Nguyên Giáp... là những thiên anh hùng ca có sức hấp dẫn cuốn hút du khách tìm hiểu và thưởng ngoạn.

b) Về nguồn lực cho phát triển du lịch

- Những tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn kể trên qua bàn tay và khối óc của con người nhào nặn trở thành nguồn lực cơ bản hình thành các sản phẩm du lịch. Về tiềm năng Việt Nam có thể phát triển một hệ thống sản phẩm du lịch vô cùng phong phú và hấp dẫn.

- Nguồn lực quan trọng là điểm mạnh đáng quan tâm đó là nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch. Với dân số 88 triệu dân, phần đông ở độ tuổi lao động sung sức và dân số trẻ chiếm đa số, Việt Nam có thể mạnh nổi trội về thị trường lao động nói chung và đối với phát triển du lịch nói riêng. Người Việt Nam có truyền thống lao động cần cù, chăm chỉ, khéo léo, nhanh nhạy tiếp thu yếu tố mới và đặc biệt có tinh thần thân ái, nhiệt tình, mến khách và sẵn sàng làm việc mọi lúc mọi nơi với mức lương so sánh tương đối thấp so với khu vực. Đây là thế mạnh đối với phát triển dịch vụ du lịch.

c) Về chính sách phát triển du lịch

- Sự quan tâm của Đảng và Nhà nước đối với phát triển du lịch thể hiện qua các Nghị quyết các kỳ Đại hội đảng lần thứ VII, VIII, IX, X và XI, Chỉ thị của Ban Bí Thư, Nghị quyết của Chính phủ. Qua đó du lịch được nhận thức đúng hơn với vai trò là ngành kinh tế quan trọng của đất nước. Đặc biệt từ 1999 với sự ra đời của Pháp Lệnh Du lịch và đến 2005 là Luật Du lịch đã đi vào cuộc sống.

- Sự ổn định chính trị và chính sách ngoại giao cởi mở làm bạn với các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới cùng với sự nhận thức đúng đắn, sự quan tâm của Đảng và Nhà nước là những yếu tố rất thuận lợi mở đường cho du lịch phát triển.

d) Kinh nghiệm phát triển du lịch thời gian qua

- Với xuất phát điểm thấp, du lịch Việt Nam trong 2 thập kỷ qua đã vượt qua mọi khó khăn về nguồn vốn, công nghệ để hội nhập và phát triển. Đây là những bài học tốt trở thành nguồn lực mềm tạo đà phát triển du lịch cho giai đoạn tới. Tiếp tục phát huy xu hướng thu hút lượng khách du lịch đến Việt Nam tăng trưởng nhanh và liên tục (5 triệu lượt khách quốc tế và 28 triệu lượt khách nội địa, thu nhập đạt trên 98 nghìn tỷ đồng năm 2010). Đây là động lực quan trọng để du lịch Việt Nam tiếp tục tăng trưởng.

- Những kinh nghiệm được đúc rút trong quản lý, vượt qua khó khăn, thách thức trong điều kiện thiếu vốn, công nghệ, cạnh tranh gay gắt, bối cảnh hội nhập quốc tế có nhiều biến

động khó lường và quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường trở thành bài học sống cho giai đoạn phát triển mới.

- Những thành tựu phát triển du lịch giai đoạn trước về đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, nguồn nhân lực du lịch, hợp tác quốc tế và những ấn tượng, hình ảnh về du lịch Việt Nam tích lũy qua cố gắng nhiều năm xúc tiến quảng bá du lịch cũng như những cảm nhận của du khách khi đến du lịch Việt Nam đã và đang tạo sức mạnh tăng trưởng cho giai đoạn tới.

- Đầu tư của giai đoạn trước đến nay đang được phát huy hiệu quả. Giai đoạn vừa qua kết cấu hạ tầng du lịch được quan tâm hỗ trợ đầu tư của Nhà nước và thu hút được các thành phần kinh tế tham gia đầu tư. Nhiều công trình giao thông, sân bay được cải tạo và đầu tư mới; cơ sở vật chất các khu du lịch được đầu tư, nâng cấp từng bước tạo điều kiện mở đường cho hoạt động du lịch. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch phát triển nhanh, chất lượng được nâng lên một bước; nhiều khu du lịch, resorts, khu giải trí, khách sạn cao cấp đạt trình độ quốc tế đã hình thành. Nguồn nhân lực du lịch cũng được đầu tư thích đáng, đến nay đã có 11 cao đẳng, trung cấp chuyên nghiệp về du lịch do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trực tiếp quản lý và trên 60 trường đại học, cao đẳng, trung cấp có tham gia đào tạo du lịch. Hệ thống chương trình, giáo trình đào tạo từng bước hoàn thiện nhờ sự đầu tư của nhà nước và hỗ trợ của quốc tế thông qua dự án Luxemboug, dự án EU. Hoạt động thẩm định và chứng nhận kỹ năng nghề đã hình thành thông qua Hội đồng cấp chứng chỉ VTCB nhờ vậy chất lượng nguồn nhân lực được đánh giá bài bản hơn.

2. Điểm yếu

a) Về quản lý khai thác tài nguyên du lịch

- Mặc dù Việt Nam sở hữu nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phong phú và đa dạng nhưng cho tới nay chưa khai thác tương xứng với tiềm năng đó, thể hiện hệ thống sản phẩm du lịch vẫn còn nghèo nàn, đơn điệu.

- Cho đến nay tài nguyên du lịch cả tự nhiên và nhân văn chưa được thống kê, đánh giá, phân loại và xếp hạng để quản lý khai thác một cách bền vững, hiệu quả. Dẫn tới tài nguyên du lịch thì nhiều nhưng khai thác bừa bãi, mới dừng ở bề nổi, khai thác cái sẵn có chưa phát huy giá trị của tài nguyên.

- Sự khai thác bừa bãi, cạn kiệt tài nguyên du lịch gắn với quá trình cạnh tranh và trách nhiệm của các bên không rõ ràng dẫn tới nguy cơ suy thoái nhanh giá trị của tài nguyên. Sự xung đột về lợi ích kinh tế giữa các chủ thể kinh tế và các ngành, tầm nhìn ngắn hạn và

hạn chế về công nghệ dẫn tới một số tài nguyên du lịch bị tàn phá, sử dụng sai mục đích...tác động tiêu cực tới phát triển du lịch bền vững

b) Về cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

- Hệ thống cơ sở hạ tầng tiếp cận điểm đến còn nghèo nàn, thiếu đồng bộ. Hiện tại trong số ít các sân bay quốc tế chỉ có Hà Nội và TP Hồ Chí Minh là 2 cửa ngõ chính đón khách quốc tế bằng đường không; chưa có cảng biển đáp ứng yêu cầu đón tàu du lịch; hệ thống đường bộ, đường sắt, đường sông đến các điểm du lịch chưa đồng bộ và chất lượng thấp, chưa kết nối thành mạng lưới. Vì vậy những trở ngại về cơ sở hạ tầng tiếp tục là điểm yếu cần đầu tư dài hơi.

- Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch phát triển nhanh nhưng nhìn chung tầm cỡ quy mô, tính chất tiện nghi và phong cách sản phẩm du lịch còn nhỏ lẻ, chưa đồng bộ, vận hành chưa chuyên nghiệp do vậy chưa hình thành được hệ thống các khu du lịch quốc gia với thương hiệu nổi bật.

c) Về nguồn nhân lực du lịch

- Đây cũng vẫn là điểm yếu trường kỳ. Mặc dù có nhiều cố gắng trong công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch thời gian qua nhưng so với yêu cầu về tính chuyên nghiệp của ngành dịch vụ hiện đại và hội nhập, toàn cầu hóa thì nhân lực du lịch chưa đáp ứng kịp về kỹ năng chuyên nghiệp, hội nhập, liên kết toàn cầu.

- Lực lượng lao động du lịch tuy đông đảo nhưng tỷ lệ được đào tạo bài bản chuyên nghiệp du lịch thấp, hơn nữa chất lượng đào tạo du lịch vẫn còn nhiều hạn chế, chưa thích ứng kịp với xu hướng hội nhập, cạnh tranh toàn cầu.

- Đánh giá mặt bằng chung chất lượng nhân lực du lịch vẫn chưa đáp ứng yêu cầu đòi hỏi về tính chuyên nghiệp, kỹ năng quản lý, giao tiếp và chất lượng phục vụ. Ngành du lịch thực sự thiếu đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp du lịch kiểu mẫu của thời đại với yêu cầu cạnh tranh và hội nhập cao. Đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp với nhiều loại hình du lịch và ứng với các ngôn ngữ thuộc thị trường mục tiêu vẫn chưa sẵn sàng đầy đủ.

d) Về phát triển sản phẩm và thị trường

- Sản phẩm du lịch chậm đổi mới; phần lớn các doanh nghiệp du lịch có quy mô vừa và nhỏ, thiếu vốn, công nghệ nên khai thác những tài nguyên có sẵn hoặc sao chép để hình thành sản phẩm du lịch. Vì vậy tính chất độc đáo, giá trị nguyên bản và ý tưởng của sản phẩm du lịch rất nghèo nàn và trùng lặp giữa các vùng miền. Quá trình phát triển sản phẩm chưa được nghiên cứu bài bản vì vậy chất lượng và giá trị hàm chứa trong sản phẩm thấp. Sự nghèo nàn, ít sáng tạo, thiếu tính độc đáo, đặc sắc; thiếu đồng bộ và thiếu liên kết là thuộc tính phổ biến của sản phẩm du lịch hiện nay và là điểm yếu chính của du lịch Việt

Nam. Kết quả là sản phẩm, dịch vụ du lịch có hàm lượng giá trị gia tăng thấp, sản phẩm trùng lặp, suy thoái nhanh.

- Sự hạn chế, yếu kém trong nghiên cứu thị trường du lịch cả ở tầm vĩ mô và ở cấp doanh nghiệp. Việc nghiên cứu phân đoạn thị trường để xác định thị trường mục tiêu chưa thực sự đi trước một bước và thường thụ động. Kết quả nghiên cứu thị trường chưa được ứng dụng, theo đuổi triệt để, dẫn tới các chính sách thị trường rất cảm tính, thiếu cơ sở và bị nhiễu loạn thông tin, biểu hiện trong sự a ruơ, bầy đàn trong đầu tư và cạnh tranh trên thị trường.

- Xúc tiến quảng bá du lịch chưa chuyên nghiệp, chưa bài bản, chưa hiệu quả; mới dừng ở quảng bá hình ảnh chung, chưa tạo được tiếng vang và sức hấp dẫn đặc thù cho từng sản phẩm, thương hiệu du lịch. Một số địa danh du lịch được quốc tế biết đến như Hạ Long, Sapa, Hà Nội, Huế, Hội An, Đà Lạt, Sài Gòn (Thành phố Hồ Chí Minh) nhưng hình ảnh vẫn chưa đậm nét.

e) Về vốn và công nghệ

- Nhu cầu đầu tư vào du lịch là rất lớn trong khi đó nguồn lực về vốn và công nghệ của du lịch Việt Nam còn rất hạn chế. Thị trường vốn của Việt Nam mới được hình thành nhưng tiềm lực còn yếu và vì vậy chưa ổn định và chưa phát huy được vai trò điều tiết.

- Các dòng đầu tư FDI trong du lịch chiếm tỷ trọng lớn tuy vậy chỉ tập trung vào lĩnh vực bất động sản du lịch; nhiều dự án FDI có tình trạng treo do thiếu điều kiện liên quan như cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực và chính sách hỗ trợ.

- Sự tự lực kháng sinh về công nghệ, kỹ thuật và nguồn nhân lực bậc cao của Việt Nam còn rất hạn chế và phụ thuộc vào phía đối tác liên doanh liên kết bên ngoài.

f) Về quản lý du lịch và vai trò của nhà nước

- Công tác quản lý nhà nước về du lịch chậm được đổi mới; Luật du lịch và các luật, pháp lệnh liên quan, hệ thống văn bản pháp quy hướng dẫn thi hành còn thiếu đồng bộ và chưa huy động được các nguồn lực cho phát triển du lịch. Nhiều chính sách còn chồng chéo, bó chân lẫn nhau. Hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật chuyên ngành chưa được hình thành và hợp chuẩn khu vực và quốc tế; thủ tục hành chính còn rườm rà và chậm đặc biệt là thủ tục thị thực xuất nhập cảnh và quy trình quản lý chất lượng dịch vụ còn nhiều yếu kém;

- Tổ chức bộ máy của ngành có nhiều thay đổi, chưa thực sự ổn định để phát huy hiệu lực, hiệu quả; quản lý liên ngành, liên vùng rất yếu. Công tác quản lý và thực hiện quy hoạch du lịch còn nhiều bất cập, hiệu quả chưa được như mong muốn.

- Công tác quản lý đảm bảo phát triển bền vững, an ninh, an toàn, văn minh du lịch còn thiếu kinh nghiệm và chưa có tầm nhìn dài hạn nên kém hiệu quả và thiếu tính bền vững; quản lý bảo tồn và phát huy giá trị di sản, bảo vệ môi trường chưa đáp ứng yêu cầu.

- Nhận thức về du lịch cả ở cấp quản lý nhà nước, quản lý kinh doanh và trong nhân dân còn thấp, chưa đầy đủ và đồng bộ, tầm nhìn ngắn hạn trong tư duy chịu tác động của nhóm lợi ích cục bộ do vậy vẫn còn khoảng cách xa so với yêu cầu phát triển.

3. Cơ hội

- Diễn biến kinh tế, chính trị, an ninh thế giới có tác động mạnh hơn khi Việt Nam hội nhập ngày càng sâu và toàn diện. Việt Nam đã gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Toàn cầu hóa là một xu thế khách quan, lôi cuốn các nước, các vùng lãnh thổ vừa thúc đẩy hợp tác, vừa tăng sức ép cạnh tranh và tính phụ thuộc lẫn nhau. Quan hệ song phương, đa phương ngày càng được mở rộng trong các hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường và những vấn đề chung hướng tới mục tiêu thiên niên kỷ. Các mối quan hệ Á-Âu, Mỹ- Châu Á, Nhật Bản-ASEAN và các nền kinh tế trong APEC ngày càng phát triển theo chiều hướng tích cực.

- Quan hệ ngoại giao tích cực của Việt Nam với thế giới đang mở ra cơ hội thu hút đầu tư vốn và công nghệ vào Việt Nam nói chung và đầu tư du lịch nói riêng. Các nền kinh tế lớn, các tổ chức quốc tế đang tích cực hỗ trợ Việt Nam trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế sang cơ chế thị trường, trong đó dòng đầu tư FDI và ODA cho phát triển du lịch ngày một tăng.

- Châu Á-Thái Bình Dương vẫn là khu vực phát triển năng động và thu hút du lịch. Hợp tác trong khối ASEAN ngày càng tăng cường về chiều sâu. Hiệp hội du lịch Châu Á-Thái Bình Dương (PATA) hoạt động ngày càng có tiêu điểm hơn. Việt Nam đang trở quốc gia, điểm đến, thị trường mới nổi với những lợi thế nhất định trong hợp tác song phương và đa phương. Các dòng di chuyển vốn đầu tư và luồng khách du lịch đang có xu hướng dịch chuyển mạnh tới khu vực Châu Á-Thái Bình Dương trong đó Việt Nam được hình tượng như “ngôi sao” đang lên.

- Xu hướng phát triển của nền kinh tế tri thức, khoa học công nghệ được ứng dụng ngày càng có hiệu quả và có sức lan tỏa vô cùng nhanh và rộng. Kinh nghiệm quản lý tiên tiến, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao làm thay đổi căn bản phương thức quan hệ kinh tế, đặc biệt công nghệ thông tin truyền thông được ứng dụng mạnh trong hoạt động du lịch. Việt Nam có cơ hội đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng khi bắt kịp xu hướng và nhanh chóng tiếp thu công nghệ mới ứng dụng trong phát triển du lịch.

- Du lịch đã là một xu hướng phổ biến trên toàn cầu, du lịch quốc tế liên tục tăng trưởng; du lịch nội khối chiếm tỷ trọng lớn; du lịch khoảng cách xa có xu hướng tăng nhanh. Du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế dịch vụ phát triển nhanh nhất và lớn nhất trên bình diện thế giới, góp phần vào sự phát triển và thịnh vượng của các quốc gia. Đặc biệt các nước đang phát triển, vùng sâu, vùng xa coi phát triển du lịch là công cụ xoá đói, giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế. Đây là cơ hội to lớn về xu thế thời đại mà Việt Nam có thể tận dụng để phát triển các loại hình du lịch mới, đa dạng tận dụng lợi thế về tài nguyên du lịch để nhanh chóng đạt mục tiêu phát triển, đặc biệt xu hướng du lịch cộng đồng đang nổi lên là cơ hội thúc đẩy phát triển kinh tế cho các vùng nghèo và quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

- Việt Nam về vị trí địa lý gần với thị trường khổng lồ Trung Quốc và các nước Đông bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc) với trên 1,5 tỷ người tiêu dùng du lịch có thu nhập cao và đang tăng mạnh. Cơ hội thu hút một phần thị trường khách du lịch đến từ các quốc gia này mở ra cho Du lịch Việt Nam một chân trời rộng lớn.

4. Thách thức

- Du lịch Việt Nam sẽ chịu tác động mạnh mẽ của những bất ổn chính trị, xung đột, khủng bố, dịch bệnh, thiên tai, khủng hoảng kinh tế, tài chính tại ở các nước đối tác, các thị trường truyền thống. Khi là thành viên của WTO những tác động tiêu cực này sẽ diễn ra mạnh mẽ hơn, khó lường hơn trong khi năng lực thích ứng và ứng phó với những biến động trên thị trường của Việt Nam còn hạn chế. Tranh chấp, bất đồng khu vực, đặc biệt vấn đề gắn với biển đông có tác động mạnh, trực tiếp và đột ngột đến hoạt động du lịch của Việt Nam. Đây là thách thức bao trùm trong quá trình hội nhập du lịch toàn cầu, ứng phó với khủng hoảng kinh tế, bất ổn an ninh, chính trị trên bình diện quốc tế.

- Sức ép cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, đặc biệt đối với Du lịch Việt Nam là ngành còn non trẻ và còn nhiều điểm yếu. Cạnh tranh giữa các điểm đến trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philipines, Campuchia đang trở lên quyết liệt hơn với quy mô và tính chất mới do có yếu tố công nghệ mới và toàn cầu hóa. Sự cạnh tranh này cả về dòng vốn đầu tư và thu hút khách, cả về chất lượng và hiệu quả kinh doanh và xây dựng hình ảnh, thương hiệu quốc gia. Những yếu tố cạnh tranh quốc tế đòi hỏi Việt Nam phải đầu tư nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm du lịch với lợi thế quốc gia và sự độc đáo của văn hóa dân tộc Việt Nam nếu không sẽ thua thiệt trong cạnh tranh toàn cầu.

- Biến đổi khí hậu đang có tác động mạnh mẽ hơn so với dự báo. Du lịch Việt Nam với thế mạnh tập trung vào biển đảo sẽ đứng trước thách thức vô cùng lớn và khó lường trước ảnh hưởng của triều cường, mực nước biển dâng ở các vùng duyên hải, vùng châu thổ sông

Hồng và sông Cửu Long. Những dị thường của khí hậu tác động trực tiếp gây khó khăn, trở ngại tới hoạt động du lịch. Trên bình diện thế giới, Việt Nam được xác định là 1 trong các quốc gia chịu tác động mạnh nhất của biến đổi khí hậu bởi mực nước biển dâng. Ngoài ra ô nhiễm môi trường cục bộ đang trở thành mối đe dọa đối với điểm đến du lịch nếu chưa có giải pháp kiểm soát thích đáng.

- Nhu cầu du lịch thế giới có nhiều thay đổi, hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hoá truyền thống (tính độc đáo, nguyên bản), giá trị tự nhiên (tính nguyên sơ, hoang dã), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (tính hiện đại, tiện nghi). Du lịch bền vững, du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, du lịch cộng đồng gắn với xoá đói giảm nghèo, du lịch hướng về cội nguồn, hướng về thiên nhiên là những xu hướng nổi trội. Chất lượng môi trường trở thành yếu tố quan trọng cấu thành giá trị thụ hưởng du lịch. Đây là thách thức vô cùng lớn về quan điểm, nhận thức và chuyên môn kỹ thuật. Du lịch Việt Nam nếu không nắm bắt kịp xu hướng này sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, mất thị phần và hiệu quả thấp. Sự quay lưng của du khách với điểm đến sẽ là thảm họa.

Những nhận định mang tính tổng quát trên đây là tiền đề cơ sở cho các bên liên quan xem xét và hóa giải bằng các chiến lược, chính sách, quy hoạch, kế hoạch, bước đi và hành động cụ thể phù hợp với tình hình. Những quyết định khôn ngoan được lựa chọn là dựa vào thế mạnh, quyết tâm khắc phục yếu kém, vượt lên thách thức và tranh thủ được cơ hội để gặt hái thành công./.