

Phát triển du lịch ở Malaysia và Indonesia với kinh nghiệm cho Việt Nam

27/06/2013

TỪ MALAYSIA

Malaysia là đất nước có ngành Du lịch phát triển. Năm 2010, Malaysia đã đón được 24,6 triệu lượt khách du lịch quốc tế và thu nhập từ du lịch đạt 17,93 tỷ USD. Mục tiêu phát triển du lịch của Malaysia đến năm 2020 trở thành nước phát triển về du lịch hàng đầu trong khu vực và quốc tế. Thông điệp chính của ngành du lịch thể hiện mục tiêu và quan điểm phát triển trên: “Định vị Malaysia là điểm đến du lịch hàng đầu trong nhận thức thị trường và xây dựng ngành du lịch thành ngành có đóng góp chính trong phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. 10 thị trường khách du lịch hàng đầu của Malaysia theo thứ tự quan trọng bao gồm Singapore, Indonesia, Thái Lan, Trung Quốc, Brunay, Ấn Độ, Australia, Philipines, Anh và Nhật Bản.



Du lịch mạo hiểm Malaysia

Trong chiến lược chung của Malaysia về chuyển dịch kinh tế, ngành Du lịch xây dựng kế hoạch chuyển dịch phát triển du lịch đến năm 2020 tập trung vào việc phát triển sản phẩm và thị trường với mục tiêu chính là tập trung vào thị trường có khả năng chi trả cao, đẩy mạnh chương trình tiêu dùng của khách du lịch. Hai hướng chính trong quan điểm phát triển là: bảo vệ, bảo tồn và giữ gìn môi trường: phát triển du lịch xanh, giải thưởng khách sạn xanh, chiến dịch quốc gia về một Malaysia xanh, một Malaysia sạch và phát triển toàn diện, chú trọng tính cân bằng và tính bền vững (tầm quan trọng của lợi ích cộng đồng). Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu hiện nay, Malaysia xác định phải có những sáng kiến và cải tiến trong phát triển sản phẩm. Các sáng kiến tập trung vào tổ chức các sự kiện tầm quan trọng quốc gia gồm: “Malaysia ngôi nhà thứ 2 của tôi” để khuyến khích người nước ngoài mua nhà tại Malaysia để đi lại nghỉ ngơi, du lịch và kéo theo người thân và bạn bè tới du lịch tại đây. Ngoài ra, Malaysia cũng tập trung vào duy trì và khuyến khích sản phẩm du lịch mua sắm. Tập trung các sản phẩm cho thị trường du lịch cao cấp và xác định địa điểm cụ thể và từng hoạt động: nghỉ dưỡng tại các khu du lịch, vui chơi giải trí, các loại hình thể thao, các địa điểm mua sắm. Đặc biệt tập trung vào đẩy mạnh du lịch chữa bệnh, du lịch giáo dục và cuối cùng là du lịch MICE.

Về quy hoạch du lịch, Malaysia không có một quy hoạch tổng thể phát triển du lịch như cách tiếp cận của Việt Nam mà chỉ có “Kế hoạch chuyển đổi du lịch Malaysia đến năm 2020” nhằm thu hút các thị trường trường du lịch có khả năng chi trả cao và tăng chi tiêu du lịch. Các khu vực, địa bàn phát triển du lịch chính với các chức năng cụ thể đã được xác định trong Chiến lược Phát triển du lịch từ những năm 1970 vẫn được duy trì. Căn cứ vào định hướng có tính quốc gia này, các địa phương, thậm chí doanh nghiệp du lịch sẽ có những kế hoạch phát triển du lịch cụ thể.

ĐẾN INDONESIA

Indonesia đã xây dựng xong chiến lược tổng thể phát triển du lịch đến năm 2025, theo đó tư tưởng chính sẽ tập trung nâng cao chất lượng du lịch. Mục đích của chiến lược phát triển du lịch đến năm 2025 của Indonesia sẽ phát triển khoảng 50 điểm đến quy mô quốc gia với một số “hành lang du lịch”, lượng khách quốc tế dự kiến đến thời điểm này dự kiến đạt 25 triệu lượt người. Cùng với chiến lược là một kế hoạch phát triển đến năm 2015 cũng đã hoàn tất với nội dung tập trung phát triển 3 loại hình du lịch chính là du lịch sinh thái, du lịch nông thôn và du lịch biển. Đối với du lịch nông thôn sẽ triển khai trên 54 điểm, du lịch sinh thái là 50 điểm ở các vườn quốc gia.

Indonesia có chủ trương phát triển du lịch dựa vào cộng đồng. Chính phủ hỗ trợ phát triển bằng việc cho thuê đất với giá rẻ để cộng đồng làm du lịch, đồng thời hướng dẫn và đào tạo cộng đồng về nghiệp vụ du lịch. Các sản phẩm chính được định hướng: du lịch di sản, du lịch sinh thái, du lịch đánh golf, du lịch lặn biển, du lịch MICE. Ở Indonesia, Vụ Thị trường của Cục Xúc tiến Indonesia có nhiệm vụ theo dõi diễn biến thị trường, định hướng và tổ chức các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch ở cấp quốc gia. Từ việc theo dõi thị trường và đánh giá tình hình, xu hướng phát triển kinh tế - xã hội và du lịch, Indonesia chuyển hướng thu hút thị trường khách du lịch ASEAN. Ngân sách xúc tiến quảng bá du lịch năm 2010 của Indonesia vào khoảng 40 triệu USD.

Đối với việc phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt tại địa bàn đảo Bali – một trong những điểm du lịch nổi bật của Indonesia thì những thành công chính nằm ở vấn đề như tôn trọng ý kiến, tập tục và tư duy của người bản địa; nâng cao nhận thức về phát triển du lịch theo một quá trình; ban hành các quy định chặt chẽ và rõ ràng về kiến thức, có quan điểm bảo tồn và giữ gìn các giá trị văn hóa truyền thống.

VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

Thông qua những phân tích kinh nghiệm về quy hoạch phát triển du lịch có thể rút ra cho Việt Nam một số bài học trong quá trình quy hoạch và phát triển du lịch như sau:

Đối với nội dung quy hoạch, kế hoạch du lịch ở tầm quốc gia cần tập trung những vấn đề thực tế hơn cho giai đoạn trung hạn nhằm đảm bảo tính khả thi của các mục tiêu quy hoạch đặt ra.

Tổ chức không gian du lịch trong phạm vi cả nước được xác định trong chiến lược du lịch, theo đó nội dung này là nhằm xác định rõ các địa bàn, không gian trọng điểm du lịch với chức năng du lịch chính. Ví dụ Kinabalu được xác định là địa bàn trọng điểm về du lịch sinh thái của Malaysia, trong khi Kuala Lumpur được xác định là địa bàn phát triển du lịch MICE, du lịch vui chơi giải trí, du lịch mua sắm. Tổ chức không gian du lịch ở phạm vi quốc gia hầu như không có sự thay đổi trong thời gian dài (thực tế ở Malaysia và Indonesia các địa bàn trọng điểm du lịch như Kinabalu, Bali... đã hình thành và không đổi cách đây hàng chục năm).

Quy trình thực hiện các quy hoạch, kế hoạch của một điểm điều có sự tham gia của cộng đồng ngay từ giai đoạn đầu nhằm bảo đảm các nội dung quy hoạch, kế hoạch có thể thực thi. Chính quyền tôn trọng ý kiến cộng đồng trong quá trình xây dựng cũng như trong quá trình thực hiện quy hoạch, kế hoạch du lịch. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến thành công của du lịch Bali chính là kinh nghiệm này.

Để có thể thực hiện thành công các quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch, ngoài sự hỗ trợ của nhà nước về hạ tầng và đào tạo nguồn nhân lực, cần có sự đầu tư thỏa đáng cho công tác xúc tiến, quảng bá du lịch (hiện nay Malaysia đầu tư cho hoạt động này khoảng 150 triệu USD/năm và Indonesia khoảng 40 triệu USD/năm).

Trong xây dựng quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch cần chú trọng việc nghiên cứu đề xuất những trọng tâm phát triển cho từng giai đoạn, chú trọng đề xuất những loại hình du lịch mới phù hợp với nhu cầu thị trường.

Cần coi trọng công tác thống kê du lịch phục vụ xây dựng và điều chỉnh quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch.

Tiên Tiến

Nguồn: vtr.org.vn