

Phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới

ĐẶNG THỊ THÚY DUYÊN*
LƯƠNG THANH HÀ**

Việc tham gia đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) quan trọng, nhất là TPP và AEC sẽ tạo ra nhiều cơ hội mới cho các phát triển kinh tế của Việt Nam, trong đó có ngành du lịch. Tuy nhiên, bên cạnh đó là những thách thức không hề nhỏ trong bối cảnh cạnh tranh du lịch đang diễn ra gay gắt hơn.

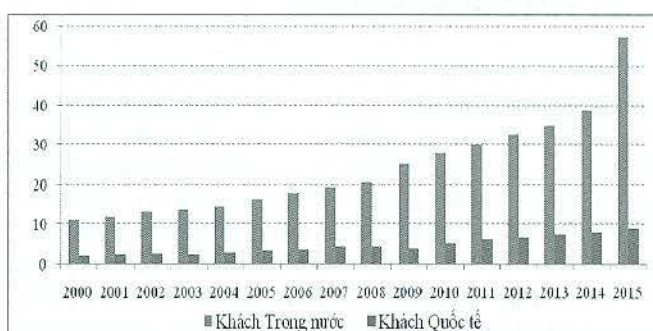
DU LỊCH CÓ NHIỀU DẤU HIỆU KHỞI SẮC, NHƯNG VẤN “TỤT HẬU”

Được thiên nhiên ưu ái nguồn tài nguyên phong phú, Việt Nam sở hữu địa hình núi non trùng điệp với nhiều điểm du lịch khám phá hấp dẫn, như: Sa Pa, Điện Biên, Mai Châu, Thác Bà, Thác Mơ, Phong Nha - Kẻ Bàng, Bà Nà... Việt Nam cũng có hơn 3.000 km bờ biển trải êm theo chiều dài đất nước với nhiều bãi biển đẹp, như: Nha Trang, Đà Nẵng, Bình Thuận, Bãi Cháy... Ngoài ra, nước ta cũng có nhiều danh lam thắng cảnh, giá trị văn hoá được UNESCO xếp hạng di sản thiên nhiên, di sản văn hoá thế giới, như: Vịnh Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng, thánh địa Mỹ Sơn, phố cổ Hội An, cố đô Huế... và mới đây là không gian văn hóa công điền Tây Nguyên.

Tận dụng những lợi thế đó, trong những năm qua, ngành du lịch Việt Nam cũng đã chú trọng phát triển du lịch với nhiều hình thức, như: đầu tư, hỗ trợ phát triển kết cấu hạ tầng du lịch, tháo gỡ, tạo chính sách thu hút đầu tư thông thoáng, cải thiện thủ tục nhập cảnh (miễn visa có thời hạn cho một số thị trường quan trọng của du lịch Việt Nam)... tạo điều kiện cho du lịch phát triển. Theo Tổng cục Du lịch, lượng khách du lịch trong nước và khách du lịch quốc tế tăng đều qua các năm (Biểu đồ). Cụ thể, khách du lịch trong nước tăng từ 11,2 triệu lượt năm 2000 lên 57 triệu lượt năm 2015. Khách

BIỂU ĐỒ: SỐ LƯỢT KHÁCH TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ
GIAI ĐOẠN 2000-2015

Đơn vị: triệu lượt khách



Nguồn: Tổng cục Du lịch

quốc tế đến Việt Nam tăng từ 2,1 triệu năm 2000 lên 8,9 triệu lượt năm 2015.

Với những kết quả nói trên, nhiều điểm du lịch của Việt Nam được các tổ chức, hiệp hội, trang web du lịch uy tín bình chọn với vị trí nhất nhì khu vực và thế giới về độ hấp dẫn, vẻ đẹp tiềm năng và sự thu hút với du khách. Ví dụ như: năm 2014, theo bình chọn của trang du lịch nổi tiếng Lonely Planet, Việt Nam nằm trong top 5 điểm đến khám phá văn hóa và phong tục lý tưởng nhất. Năm 2015, trang web du lịch uy tín của Mỹ - TripAdvisor đã công bố danh sách 10 thành phố du lịch hấp dẫn nhất thế giới năm 2015, trong đó TP. Đà Nẵng của Việt Nam vinh dự được đứng đầu danh sách. Ngoài ra, theo sự bình chọn của 90.000 du khách quốc tế trên tờ Telegraph của Anh cho giải thưởng du lịch năm 2014, Việt Nam lọt top 20 quốc gia đáng du lịch nhất thế giới (Quỳnh Nga, 2015).

Tuy nhiên, cũng phải thẳng thắn nhìn nhận rằng, bên cạnh những kết quả đạt được, Việt Nam cũng đang đối mặt với nguy cơ “tụt hậu” và thua xa các nước

*ThS., **ThS., Học viện Ngân hàng | Email: shubum1522@gmail.com

trong khu vực. Theo báo cáo của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) năm 2015, năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam còn thấp. Theo đó, năm 2014-2015, Việt Nam xếp thứ 75/141 quốc gia, trong khi Singapore xếp thứ 11, Malaysia xếp thứ 25, Thái Lan xếp thứ 35. Đặc biệt, các tiêu chí chính đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch đều thấp, cụ thể là: môi trường du lịch (an ninh, y tế, vệ sinh...) được 4,6/7 điểm; chính sách được 3,7/7 điểm; kết cấu hạ tầng được 2,9/7 điểm; các nguồn tự nhiên và văn hóa được 3,2/7 điểm.

Còn theo Báo cáo du lịch thường niên năm 2014 do dự án EU thực hiện, du lịch Việt Nam còn có dấu hiệu thua cả Campuchia và Lào. Nếu như năm 2000, Campuchia mới đón hơn 400 nghìn lượt khách, thì sau 14 năm (năm 2014), con số này đã tăng gấp 10 lần (hơn 4,5 triệu). Con số tương tự tại Lào cũng tăng từ trên 700.000 lượt khách lên hơn 4 triệu. Hơn nữa, Lào không có biển, biển Campuchia cũng chỉ bằng 1/8 của Việt Nam; du lịch 2 nước này chủ yếu dựa vào là sinh thái và văn hóa. Trong khi đó, Việt Nam đã mở cửa từ lâu, nhưng đến năm 2014, nước ta cũng chỉ thu hút được gần 8 triệu lượt khách.

ĐI TÌM NGUYÊN NHÂN

Một là, sản phẩm du lịch nhìn chung còn nghèo nàn, đơn điệu, trùng lặp, ít sáng tạo, thiếu tính độc đáo, đặc sắc. Hầu như các địa phương trong cả nước đều thiếu sự kết nối giữa ngành du lịch và ngành văn hóa, du lịch cứ khai thác những gì mà ngành văn hóa có, không (và chưa) bao giờ nghĩ đến việc mình tự làm (và phối hợp với ngành văn hóa) phát triển và làm mới, làm phong phú hơn di sản văn hóa, để phục vụ cho nhu cầu hưởng thụ văn hóa của nhân dân nói chung và cho du khách của ngành du lịch nói riêng.

Việc sản phẩm du lịch nghèo nàn dẫn tới mức chi tiêu của du khách quốc tế đến Việt Nam rất thấp. Theo khảo sát của Tổng cục Du lịch, trong tổng số chi phí cho chuyến đi du lịch đến Việt Nam, du khách chỉ bỏ hầu bao chỉ khoảng 15% cho mua sắm. Trong khi đó, đối với nhiều nước lân cận trong khu vực, lợi nhuận từ việc mua sắm của du khách là nguồn thu nhập chính của ngành du lịch các nước. Điển hình tại Thái Lan: ngành du lịch nước này đã thu được trên 50% chi phí của du khách từ các hoạt động mua sắm.

Hai là, an ninh, trật tự xã hội, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm còn nhiều hạn chế. Trong đó, tình trạng “làm giá, chặt chém” du khách không chỉ làm ảnh hưởng tới kinh tế mà còn khiến “mất điểm” trong mắt du khách khi khiến họ cảm thấy mình không được coi trọng. Ngoài ra, một “điểm trừ” lớn đối với du khách là tình trạng ăn xin và cướp giật. Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP. Hồ Chí Minh, năm 2015, ở Thành phố đã có 124 vụ cướp giật, xâm phạm tài sản liên quan đến khách ngoại quốc, khiến họ có tâm lý bất an khi du lịch. Đó là chưa kể những du khách bị cướp tài sản nhưng không đủ thời gian trình báo, hoặc ngại việc bất đồng ngôn ngữ. Đã có nhiều hình ảnh được chính

du khách nước ngoài đăng tải trên mạng xã hội về việc bị mất cắp: máy ảnh, ví tiền, visa... khi đến Việt Nam và khổ sở vì mất giấy tờ tùy thân.

Ngoài ra, tình trạng mất an toàn vệ sinh thực phẩm tại nhiều lễ hội vẫn đang diễn ra, đặc biệt là ở những lễ hội thu hút đông khách thập phương khiến nguy cơ ngộ độc thực phẩm tăng cao. Bên cạnh đó, giao thông rối loạn của Việt Nam luôn khiến khách du lịch phải sợ hãi, đặc biệt tại các thành phố lớn, như: Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Ba là, nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp nước ta cũng còn thiếu và yếu. Theo Tổng cục Du lịch, phát triển nguồn nhân lực thông qua việc triển khai MRA-TP (thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN) là một trong những vấn đề quan trọng nhất trong hội nhập du lịch. Bởi, đây là cơ hội tốt để du lịch Việt Nam có động lực nâng cao chất lượng nhân lực du lịch trong nước để có đủ điều kiện làm việc hiệu quả tại các nước khác trong khu vực, đồng thời, cũng góp phần giải quyết vấn đề thiếu hụt lao động trong bối cảnh phát triển nhanh trong nước, tranh thủ được nguồn lao động chất lượng cao trong khu vực.

Trong khi đó, đối với TPP, các thành viên TPP đã đồng ý thông qua và duy trì trong luật và thông lệ của mình các quyền cơ bản của người lao động như được thừa nhận trong Tuyên bố 1998 của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO). Điều này sẽ giúp nâng cao điều kiện làm việc, tái sản xuất sức lao động và cải thiện chất lượng nguồn nhân lực, trong đó có lao động ngành du lịch. Do vậy, phát triển thị trường lao động có tổ chức, chất lượng cao trở thành đòi hỏi cấp thiết để hỗ trợ và phát triển nguồn nhân lực Việt Nam nói chung và lao động ngành du lịch nói riêng.

Tuy nhiên, ở một khía cạnh khác, nhân lực của Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu của hội nhập. Lao động du lịch Việt Nam còn kém cạnh tranh so với các nước có ngành du lịch phát triển trong khu vực. Chất lượng nhân lực toàn ngành chưa cao. Có một thực tế đáng quan ngại, đó là hiện nay, Việt Nam vẫn đang thiếu các trung tâm đào tạo nhân lực du lịch chất lượng cao. Theo Tổng cục Du lịch, nguồn nhân lực cho ngành du lịch trình độ từ đại học trở lên chỉ chiếm 3,11% trong số hơn 1 triệu lao động của toàn ngành. Ngoài ra, nhân lực du lịch còn rất hạn chế ở những

kỹ năng, như: hiểu biết về lịch sử, văn hóa, cũng như khả năng ứng biến, xử lý tình huống, trình độ ngoại ngữ...

Bốn là, chính sách visa chưa cởi mở và còn nhiều khó khăn. Tính đến thời điểm hiện nay, Việt Nam đang miễn visa đơn phương cho 13 nước (trước đó có Nhật Bản, Hàn Quốc, Na Uy, Phần Lan, Đan Mạch, Thụy Điển, Nga, Belarus) và miễn visa song phương với 9 nước ASEAN. Tuy nhiên, nếu so sánh với các nước trong khu vực thì chính sách visa của chúng ta vẫn còn chưa cởi mở, chính điều này đã gây nên những hạn chế trong việc thu hút khách du lịch quốc tế. Điển hình như: năm 2015, Thái Lan đón 24,8 triệu lượt khách quốc tế, miễn thị thực và lệ phí thị thực cho công dân đến từ 61 quốc gia (trong đó 49 nước là đơn phương); Malaysia đón 27,4 triệu lượt khách quốc tế và đã miễn lệ phí thị thực cho 155 quốc gia (trong đó 85 quốc gia là đơn phương); Singapore đón 15,1 triệu lượt khách quốc tế và miễn thị thực nhập cảnh cho công dân 150 quốc gia (trong đó 82 quốc gia là đơn phương). Trong khi đó, Việt Nam đón gần 8,9 triệu lượt khách quốc tế và miễn visa cho 22 quốc gia.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Thứ nhất, tuyên truyền cho người dân về ý thức giữ gìn, bảo tồn, phát triển du lịch. Phải coi sản phẩm du lịch là sản phẩm cạnh tranh và tạo thu nhập ổn định, bứt phá cho đời sống kinh tế cũng như là bức tranh tinh thần để nâng cao chất lượng cuộc sống. Điều đó mới đảm bảo du lịch phát triển sâu, bền vững.

Thứ hai, cần sự vào cuộc của toàn xã hội nhằm đảm bảo an ninh, trật tự xã hội, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm không chỉ cho người dân mà còn đem đến cho khách du lịch cảm giác an toàn, thoải mái. Theo đó, các lực lượng chức năng cần tăng cường phối hợp, tổ chức các đoàn thanh tra, kiểm tra liên ngành,

xử lý các hành vi vi phạm hành chính về trật tự an toàn xã hội, an toàn giao thông, vệ sinh môi trường, vệ sinh thực phẩm. Tuy nhiên, để thực hiện thành công, thì ngoài sự phối hợp chặt chẽ, triển khai đồng bộ từ phía các lực lượng chức năng, doanh nghiệp - rất cần sự chung tay đóng góp từ chính những người dân trong việc nâng cao ý thức trách nhiệm, xây dựng hình ảnh đất nước an toàn, thân thiện.

Thứ ba, phát triển nhân lực du lịch đủ mạnh để vừa phục vụ sự phát triển của ngành, vừa có khả năng cạnh tranh với nhân lực quốc tế. Theo đó, cần giám sát những ảnh hưởng và tác động của sự thay đổi thị trường lao động TPP, ASEAN và Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ngành du lịch trong mối quan hệ với đánh giá nhu cầu đào tạo.

Ngoài ra, cần chú trọng đào tạo du lịch với những giải pháp sau: (i) Bộ Giáo dục và Đào tạo cần phê chuẩn một mô hình giảng dạy cho các trường đào tạo nghề du lịch, cho phép thay đổi linh hoạt trong khu vực/tỉnh theo nhu cầu kỹ năng của địa phương; (ii) Hỗ trợ về chương trình giảng dạy. Theo đó, cần cập nhật chương trình giảng dạy phù hợp, đặc biệt cần nâng cao đào tạo các kỹ năng mềm, như: giao tiếp, ngoại ngữ... Đặc biệt, cần xem xét vai trò của đào tạo thực tế; (iii) Nâng cao năng lực của giảng viên thông qua sự hợp tác với ngành du lịch và tăng cường tổ chức cho giảng viên tham gia hoạt động thực tế; Ưu tiên tuyển dụng giảng viên dựa trên kinh nghiệm làm việc trong ngành du lịch, đặc biệt trong phạm vi quốc tế.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong ngành du lịch phải coi vấn đề đào tạo và đào tạo lại là công việc thường xuyên của mình. Trong quá trình khai thác, sử dụng nguồn nhân lực, các doanh nghiệp phải đi đôi với việc đánh giá, thẩm định, khen thưởng, cũng như xử lý, khắc phục hạn chế nảy sinh trong hoạt động tại doanh nghiệp mình.

Thứ tư, chú trọng những sản phẩm du lịch mang đậm dấu ấn riêng của Việt Nam sẽ là yếu tố quan trọng, nhằm lôi cuốn du khách cả trong và ngoài nước. Theo đó, cần kế thừa, gìn giữ và phát huy những phong cách, bản sắc riêng của văn hóa Việt Nam trong sản phẩm du lịch mới có thể giữ được sản phẩm bền vững lâu dài, cạnh tranh được với tất cả các điểm đến khác trong khu vực cũng như trên thế giới khi hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Ngoài ra, cần tập trung vào 4 dòng sản phẩm mà Việt Nam có thế mạnh, có khả năng khai thác là: du lịch văn hóa, du lịch đô thị, du lịch biển và du lịch sinh thái. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Du lịch (2000 - 2015). *Báo cáo về tình hình hoạt động của ngành Du lịch từ năm 2000 đến năm 2015*
2. Quỳnh Nga (2015). *Lonely Planet bình chọn 10 khách sạn tốt nhất tại Việt Nam*, truy cập từ <http://www.dulichvietnam.com.vn/lonely-planet-binh-chon-10-khach-san-tot-nhat-tai-viet-nam.html>
3. Truyền Phương (2016). *Du lịch Việt Nam một năm vượt khó, tạo đà cho chu kỳ tăng trưởng mới*, truy cập từ <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/19698>