

DU LỊCH VIỆT NAM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG VÀ CHẤT LƯỢNG, PHẦN ĐẦU CƠ BẢN TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN VÀO NĂM 2020

NGUYỄN VĂN TUẤN*

Xu hướng hội nhập, liên kết hợp tác, cạnh tranh phát triển toàn cầu, giao lưu mở rộng và tăng cường ứng dụng khoa học - công nghệ trong nền kinh tế tri thức trên thế giới đang tạo nhiều cơ hội đồng thời cũng đặt ra không ít thách thức đối với sự phát triển kinh tế - xã hội nước ta nói chung và ngành du lịch nói riêng. Trước thực tế đó, ngành du lịch Việt Nam cần có những bước phát triển đột phá và chất lượng, bảo đảm nguyên tắc phát triển bền vững, đáp ứng yêu cầu mới, tương xứng với tiềm năng và từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Tình hình phát triển du lịch Việt Nam

Cùng với sự nghiệp đổi mới toàn diện của đất nước trong suốt 30 năm qua, sau 10 năm thực hiện “Chiến lược phát triển du lịch giai đoạn 2001 - 2010” và hơn 5 năm thực hiện “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, ngành du lịch Việt Nam đã có bước phát triển vượt bậc và đạt được những thành tựu đáng ghi nhận, đóng góp quan trọng vào mức tăng trưởng chung của đất nước; góp phần tích cực trong chương trình xóa đói, giảm nghèo; bảo đảm an sinh xã hội, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, bảo vệ môi trường và giữ vững an ninh quốc phòng. Cụ thể là:

Về khách du lịch: Số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong những năm qua tăng trưởng nhanh và liên tục. Năm 2011, lượng khách du lịch quốc tế đến nước ta đạt 6,014 triệu lượt; đến năm 2015 con số đó

tăng lên 7,943 triệu lượt. Khách du lịch đến Việt Nam không những gia tăng về số lượng, mà còn gia tăng về ngày lưu trú trung bình và khả năng chi tiêu. Chất lượng khách du lịch ngày càng được cải thiện, phân khúc thị trường thuộc khách du lịch cao cấp có khả năng chi trả cao tăng nhanh. Đây là những tiêu chí quan trọng góp phần chung cho mức tăng trưởng về tổng thu từ khách du lịch và khả năng đóng góp trong cơ cấu nền kinh tế đất nước.

Khách du lịch nội địa trong cả nước những năm qua có mức tăng trưởng khá cao do đời sống vật chất và tinh thần của người dân ngày càng được cải thiện. Năm 2011, cả nước có 30 triệu lượt người đi du lịch, đến năm 2015 đã tăng lên 57 triệu lượt. Khách du lịch nội địa cũng vừa tăng nhanh về số lượng, vừa được

* Tổng Cục trưởng Tổng cục Du lịch

cải thiện về chất lượng, mức chi tiêu cho mỗi chuyến đi du lịch ngày càng được nâng lên. Năm 2011, trung bình mỗi ngày một khách du lịch nội địa chi tiêu khoảng 980.000 đồng; đến năm 2015 con số đó tăng lên khoảng 1,5 triệu đồng.

Về tổng thu từ khách du lịch: Số lượng khách du lịch, ngày lưu trú trung bình và mức chi tiêu của khách ngày càng gia tăng là những tiêu chí cơ bản góp phần gia tăng nhanh mức tổng thu từ khách du lịch của ngành trong những năm qua. Năm 2011, tổng thu từ khách du lịch của cả nước đạt 130 nghìn tỷ đồng; đến năm 2015 con số này đã đạt trên 337,8 nghìn tỷ đồng; trung bình mỗi năm tăng 26,9%. Nhờ đó, mức đóng góp của ngành du lịch trong cơ cấu nền kinh tế đất nước cũng gia tăng đáng kể. Năm 2011, ngành du lịch chiếm tỷ trọng 3,24% trong GDP cả nước; đến năm 2015 đã tăng lên 5,72%. Mức đóng góp này cho thấy ngành du lịch từng bước phát triển bền vững và ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân.

Về hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch: Thời gian qua, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cả nước phát triển nhanh cả về số lượng và chất lượng; đặc biệt là nhiều khu du lịch nghỉ dưỡng cao cấp (resorts), khu vui chơi giải trí hiện đại, hệ thống khách sạn cao cấp (4 - 5 sao)... được đầu tư xây dựng và phát triển, đáp ứng nhu cầu cho các đối tượng khách du lịch cao cấp. Năm 2011, cả nước mới có trên 13 nghìn cơ sở lưu trú du lịch với hơn 265 nghìn buồng khách sạn; đến năm 2015 con số này tăng lên 18,8 nghìn cơ sở với 355 nghìn buồng; trong đó có nhiều khu nghỉ dưỡng, nhiều khách sạn cao cấp được xếp vào vị trí hàng đầu thế giới (khu nghỉ dưỡng Intercontinental Đà Nẵng, khách sạn Sofitel Metropolis Hanoi, khách sạn Park Hyatt Saigon...).

Về quy hoạch phát triển du lịch: Quy hoạch phát triển du lịch trong phạm vi cả nước đã và đang đi vào thực tiễn. Quy hoạch tổng thể du lịch quốc gia, các vùng du lịch trọng điểm đã được xây dựng. Các khu du lịch quốc gia cũng đã và đang được xây dựng quy hoạch... Đây là cơ sở pháp lý quan trọng cho công tác quản lý và khai thác tài nguyên phục vụ phát triển du lịch, là cơ sở để lập các dự án đầu tư phát triển du lịch... Hầu hết các địa phương trong cả nước đã xây dựng quy hoạch phát triển du lịch. Tuy nhiên, công tác quản lý và thực hiện quy hoạch du lịch còn nhiều bất cập và hạn chế nên hiệu quả quản lý, phát triển du lịch theo quy hoạch chưa cao.

Về xây dựng sản phẩm du lịch: Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đã được xây dựng. Căn cứ vào các giá trị tài nguyên du lịch đặc thù cũng như các yếu tố cấu thành khác,... các địa phương, các doanh nghiệp từng bước đầu tư xây dựng và hoàn thiện hệ thống sản phẩm du lịch có chất lượng cao, mang thương hiệu cho từng vùng, miền, từng địa phương và từng doanh nghiệp. Các sản phẩm du lịch Việt Nam từng bước tạo được thương hiệu, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế.

Về công tác nghiên cứu phát triển thị trường: Chiến lược phát triển thị trường du lịch, đặc biệt là các thị trường nguồn quốc tế cũng đã được ngành du lịch Việt Nam nghiên cứu, lựa chọn theo mục tiêu. Đến nay, Việt Nam đã miễn thị thực đơn phương cho công dân 7 nước (Nhật Bản, Hàn Quốc, Na Uy, Phần Lan, Đan Mạch, Thụy Điển và Nga), miễn thị thực song phương cho công dân 9 nước ASEAN. Đây là một trong những giải pháp hữu hiệu nhằm thu hút khách du lịch. Từ khi miễn thị thực, lượng khách du lịch từ Nhật Bản đến Việt Nam tăng 2,43 lần; khách từ Hàn Quốc tăng 3,6 lần; khách từ Nga tăng 7,45 lần; khách từ 4 nước Bắc Âu tăng 2,21

lần... Từ ngày 1-7-2015, Việt Nam miễn thị thực đơn phương có thời hạn cho khách du lịch 5 nước Tây Âu (Đức, Pháp, Anh, I-ta-li-a và Tây Ban Nha). Điều này đã có những tác động tích cực đến sự tăng trưởng của lượng khách du lịch đến Việt Nam từ các thị trường trên.

Về công tác xúc tiến quảng bá du lịch: Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch được tập trung đối với các thị trường du lịch trọng điểm với việc đa dạng hóa phương thức và sản phẩm quảng bá, chú trọng đến chất lượng, hiệu quả. Chỉ tính riêng trong năm 2015, ngành du lịch Việt Nam đã tổ chức và tham gia 10 hội chợ du lịch quốc tế nước ngoài tại các thị trường quan trọng, phát động thị trường tại 4 thị trường du lịch trọng điểm, thường xuyên tổ chức các hội chợ du lịch trong nước, tăng cường ứng dụng công nghệ truyền thông hiện đại và tranh thủ sự trợ giúp kỹ thuật của chuyên gia quốc tế để nâng cao hiệu quả quảng bá, xúc tiến du lịch.

Theo sự bình chọn của đông đảo du khách quốc tế, Việt Nam được đứng thứ 6 trong số 20 điểm đến tốt nhất thế giới (Tạp chí du lịch Travel & Leisure của Mỹ); Hà Nội được bình chọn là một trong 10 thành phố thu hút khách du lịch hàng đầu trên thế giới năm 2014 (Tạp chí TripAdvisor); vịnh Hạ Long được bình chọn là một trong 25 địa danh có vẻ đẹp khó tin nhất trên thế giới (Trang web Buzz Feed của Mỹ); hang Sơn Đoòng được bình chọn là một trong 12 hang động ấn tượng nhất thế giới (Tạp chí du lịch Business Insider của Mỹ) và là tour du lịch mạo hiểm đẳng cấp nhất thế giới của năm 2014 (Tạp chí National Geographic phiên bản tiếng Nga); Khu nghỉ dưỡng Intercontinental Đà Nẵng 2 năm liền được bầu chọn là khu nghỉ dưỡng tốt nhất thế giới...

Về công tác bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch: Ngành du lịch đã đóng góp

tích cực trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa thông qua hoạt động khai thác các tài nguyên du lịch nhân văn cũng như bảo tồn di tích, lễ hội, làng nghề truyền thống; quảng bá vẻ đẹp đất nước và con người Việt Nam với bạn bè quốc tế. Bên cạnh đó, cùng với các hoạt động văn hóa đối ngoại, hoạt động du lịch đã đóng góp tích cực trong việc ghi dấu ấn đậm nét hơn về Việt Nam với quốc tế, góp phần đẩy nhanh quá trình phát triển kinh tế, hội nhập quốc tế và tạo lập sự ổn định chính trị, an ninh, quốc phòng cho đất nước.

Để du lịch Việt Nam phát triển bền vững và trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2020

Phát huy những thành tựu đã đạt được trong những năm qua, ngành du lịch Việt Nam đang tiếp tục nắm bắt xu thế của thời đại, phát huy các nguồn lực, tạo bước đột phá trong phát triển, từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tạo nhiều việc làm cho xã hội. Tập trung phát triển du lịch theo hướng chất lượng, có thương hiệu, có trọng tâm, trọng điểm; chuyển hướng từ phát triển về lượng, theo chiều rộng sang tập trung phát triển về chất, theo chiều sâu. Chất lượng hoạt động du lịch phải được coi trọng hàng đầu; tập trung đầu tư khai thác phát triển các sản phẩm, dịch vụ du lịch đặc trưng, có chất lượng và giá trị gia tăng cao, có thương hiệu nổi bật, có khả năng cạnh tranh cao. Phát triển du lịch bền vững, bảo đảm tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa, gắn với an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội; khai thác tối ưu lợi thế quốc gia, các nguồn lực trong và ngoài nước; phát huy mạnh vai trò nòng cốt của doanh nghiệp.

Để ngành du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2020, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng gia

Bảng 1: Một số chỉ tiêu phát triển chủ yếu của ngành du lịch Việt Nam giai đoạn 2016 - 2030

Số TT	Các chỉ tiêu chủ yếu	Đơn vị tính	2015	2020	2025	2030
1	Khách du lịch quốc tế	Triệu lượt khách	7,943	13	18	24
2	Khách du lịch nội địa	Triệu lượt khách	57	75	90	100
3	Tổng thu từ khách du lịch	Nghìn tỷ đồng	337,83	480	700	970
		Tỷ USD	15,35	21,8	31,8	44
4	Tổng GDP của ngành du lịch	Nghìn tỷ đồng	240	345	475	616
		Tỷ USD	10,9	15,7	21,6	28
5	Tỷ lệ GDP của ngành du lịch so với tổng GDP của cả nước	%	5,72	7,2	7,7	8
6	Cơ sở lưu trú	Cơ sở	18.800	24.300	33.100	38.000
		Buồng	355.000	605.000	855.000	990.000
7	Lao động trực tiếp	Ngàn người	611,206	910	1.200	1.500

Nguồn: Tổng cục Du lịch

tăng tỷ trọng khối dịch vụ, thúc đẩy các ngành kinh tế khác cùng phát triển, tạo ra nhiều việc làm cho xã hội, đóng góp tích cực cho công tác bảo tồn các giá trị tài nguyên và bảo vệ môi trường, hướng tới sự phát triển bền vững, ngành du lịch Việt Nam cần phát triển theo hướng chuyên nghiệp; xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đồng bộ, hiện đại; tạo các sản phẩm du lịch đặc thù chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, có sức cạnh tranh, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, thân thiện với môi trường; từng bước đưa Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn, có đẳng cấp trong khu vực.

Tiếp tục đà tăng trưởng của giai đoạn trước, căn cứ vào thực tế phát triển của ngành những năm gần đây, trong giai đoạn 2016 - 2020, ngành du lịch đã đề ra một số chỉ tiêu phát triển chủ yếu của ngành (xem bảng 1)

Để đạt được các chỉ tiêu cơ bản trong phát triển, việc nghiên cứu và lựa chọn các thị trường nguồn, thị trường mục tiêu... là ưu tiên hàng đầu của du lịch Việt Nam trong

thời gian tới và cần tập trung khai thác các thị trường theo những hướng ưu tiên sau:

Một là, ưu tiên phát triển và thu hút các nhóm thị trường có khả năng chi trả cao cho các dịch vụ du lịch, trong đó đặc biệt chú trọng đến các đối tượng khách thương mại đến từ các thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Tây Âu, Mỹ, một số nước ASEAN... Đây là nhóm thị trường cao cấp, có văn hóa và tri thức cao, có khả năng đóng góp lớn cho tổng thu nhập của ngành du lịch.

Hai là, khai thác các nhóm thị trường với mục đích tham quan du lịch thuần túy, nghỉ dưỡng, có thời gian lưu trú dài ngày, có khả năng đi theo tour trọn gói. Đây là nhóm thị trường chiếm ưu thế của du lịch Việt Nam hiện tại và trong tương lai, chiếm tỷ trọng lớn, khả năng chi trả tương đối cao, đóng góp phần lớn trong tổng thu nhập của ngành du lịch. Mặt khác, nhóm thị trường này thường đi theo tour trọn gói nên dễ kiểm soát, không bị chi phối nhiều bởi yếu tố thời vụ trong du lịch.