



Việc tham gia đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) quan trọng sẽ tạo ra nhiều cơ hội mới cho 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. Vì vậy, phát triển ngành du lịch trong giai đoạn hiện nay đòi hỏi cần có nhiều giải pháp đồng bộ cả từ phía Nhà nước, hiệp hội du lịch, cơ sở kinh doanh du lịch...



PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH TOÀN CẦU HÓA

NCS. Nguyễn Chí Tranh
Trưởng Đại học Ngoại thương

Trong suốt hơn 2 thập kỷ qua, số lượng khách quốc tế đến du lịch Việt Nam tăng trưởng mạnh với tốc độ trung bình trên 12% mỗi năm (ngoại trừ suy giảm do dịch SARS 2003 (-8%) và suy thoái kinh tế thế giới 2009 (-11%). Nếu lấy dấu mốc lần đầu tiên phát động Năm Du lịch Việt Nam 1990 (khởi đầu thời kỳ đổi mới) với 250 nghìn lượt khách quốc tế thì đến năm 2016 có 10 triệu lượt khách, tăng khoảng 40 lần trong 26 năm.

Từ chỗ chiếm 4,6% thị phần khu vực Đông Nam Á, 1,7% thị phần khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và 0,2% thị phần toàn cầu vào năm 1995 đến 2013 du lịch Việt Nam đã chiếm 8,2% thị phần khu vực ASEAN; 2,4% khu vực Châu Á-Thái Bình Dương và 0,68% thị phần toàn cầu. Vị trí của du lịch Việt Nam đã được cải thiện đáng kể trên bản đồ du lịch thế giới. Việt Nam đang trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút mạnh khách du lịch quốc tế.

Trong cơ cấu khách quốc tế đến Việt Nam, 72% đến từ khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, tiếp theo là Châu Âu (14%) và Bắc Mỹ (7%).

Các thị trường nguồn lớn nhất của Việt Nam thuộc các nước có GDP lớn nhất thế giới (Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Pháp, Nga), thuộc các nước có dân số lớn nhất thế giới (Trung Quốc, Mỹ, Nga và Nhật Bản), thuộc các nước có tổng chi tiêu du lịch ra nước ngoài nhiều nhất thế giới (Trung Quốc, Đức, Mỹ, Anh, Nga, Pháp, Nhật, Úc). Cơ cấu nguồn khách trên cho thấy điểm đến du lịch Việt Nam đã được các thị trường lớn quan tâm và đang trong quá trình tìm chỗ đứng và khẳng định vị trí tại các thị trường quan trọng này.

Khách du lịch nội địa cũng tăng mạnh liên tục trong suốt giai đoạn vừa qua, từ 1 triệu lượt năm 1990 đến năm 2015 đạt con số 57 triệu lượt. Sự tăng trưởng không ngừng về số lượng đã thúc đẩy mở rộng quy mô hoạt động của ngành Du lịch trên mọi lĩnh vực.

Sự đóng góp của du lịch vào nền kinh tế nước ta giai đoạn vừa qua rất đáng khích lệ. Tổng thu trực tiếp từ khách du lịch năm 2015 đạt 337 nghìn tỷ đồng, chiếm khoảng 7% GDP. Tăng trưởng về tổng thu từ du lịch nhanh hơn tăng trưởng về số lượng khách, tăng trung bình hơn 2 con số (đạt bình quân 18,7%/năm).

Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2008 - 2015

Đơn vị: Nghìn tỷ đồng

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tổng thu từ khách du lịch	60,00	68,00	96,00	130,00	160,00	200,00	230,00	337,83*
Tốc độ tăng trưởng (%)	7,1	13,3	41,2	35,4	23,1	25,00	15,0	-

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Xét về cơ cấu doanh thu ngoại tệ trong xuất khẩu dịch vụ, doanh thu của ngành Du lịch năm 2016 chiếm trên 67,3% trong xuất khẩu dịch vụ của cả nước, đứng đầu về doanh thu ngoại tệ trong các loại hoạt động dịch vụ "xuất khẩu", đồng thời có doanh thu ngoại tệ lớn nhất,

trên cả các ngành vận tải, bưu chính viễn thông và dịch vụ tài chính. So sánh với xuất khẩu hàng hoá, doanh thu ngoại tệ từ xuất khẩu dịch vụ du lịch chỉ đứng sau 4 ngành xuất khẩu hàng hoá là xuất khẩu dầu thô, dệt may, giấy dếp và thủy sản.

Kết cấu hạ tầng nói chung và hạ tầng du lịch nói riêng đã được cải thiện đáng kể, hệ thống giao thông đường không, thủy, bộ... liên tục được đầu tư mở rộng, nâng cấp; hệ thống hạ tầng năng lượng, thông tin, viễn thông và hạ tầng kinh tế - xã hội khác đổi mới căn bản, phục vụ đắc lực cho du lịch tăng trưởng. Đến nay cả nước có 8 cảng hàng không quốc tế, trong đó sân bay quốc tế Nội Bài và Tân Sơn Nhất với công suất sử dụng cao; hệ thống cảng biển nhà ga, bến xe đang từng bước cải thiện nâng cấp đáp ứng nhu cầu đi lại, du lịch.

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch hiện nay có trên 18 nghìn cơ sở lưu trú với 355 nghìn buồng lưu trú, trong đó số buồng khách sạn 3-5 sao đạt 21%; trên 1.250 doanh nghiệp lữ hành quốc tế và hàng nghìn doanh nghiệp lữ hành nội địa; các cơ sở dịch vụ ăn uống, nhà hàng, cơ sở giải trí văn hóa, thể thao, hội nghị, triển lãm và nhiều loại hình dịch vụ mới ra đời, cải tạo nâng cấp phục vụ khách du lịch ở hầu hết các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch.

Sự lớn mạnh không ngừng của các doanh nghiệp du lịch lữ hành, khách sạn, vận chuyển và các khu du lịch, tổ hợp dịch vụ đã hình thành và khẳng định quy mô và năng lực cung cấp dịch vụ của ngành Du lịch. Đặc biệt là vai trò của các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp cổ phần và liên doanh đã tạo ra sức năng động của ngành Du lịch.

Trong quá trình phát triển, các sản phẩm du lịch đã dần được hình thành như du lịch tham quan cảnh quan, di sản, di tích; du lịch nghỉ dưỡng biển, núi; du lịch tâm linh, lễ hội. Các sản phẩm du lịch gắn với ẩm thực Việt Nam cũng được thị trường nhìn nhận. Một số loại sản phẩm du lịch mới như du lịch thể thao-mạo hiểm, du lịch sinh thái, du lịch MICE... gần đây được chú trọng phát triển.

Hệ thống di sản thế giới của Việt Nam được UNESCO công nhận liên tiếp gia tăng về số lượng là các trọng tâm trong thực tiễn xây dựng sản phẩm, thu hút khách du lịch. Các sản phẩm như tham quan cảnh quan vịnh Hạ Long, tham quan di sản văn hoá Huế, phố cổ Hội An, di tích Mỹ Sơn; du lịch mạo hiểm khám phá hang động Phong Nha-Kẻ Bàng, du lịch nghỉ dưỡng biển Mũi Né, Phú Quốc, du lịch sự kiện Nha Trang... thu hút được sự quan tâm lớn của khách du lịch trong và ngoài nước. Các lễ hội được tổ chức ở quy mô lớn đã trở thành các sản phẩm du lịch quan trọng như lễ hội Chùa Hương, lễ hội bà chúa Xứ, festival Huế, carnaval Hạ Long, lễ hội pháo hoa Đà Nẵng, festival hoa Đà Lạt... Những sản phẩm và những giá trị nổi bật của điểm đến Việt Nam dần được hình thành và định vị tại các thị trường khách du lịch mục tiêu.

Ngoài ra, một số khu du lịch, công trình nhân tạo khác cũng có sức hút tạo sản phẩm như thủy điện Sơn La, chùa Bái Đính, hầm đèo Hải Vân, khu vui chơi tổng hợp Đại Nam... Một số sản phẩm du lịch đã được hình thành theo các tuyến du lịch chuyên đề như "Con đường huyền thoại theo đường Hồ Chí Minh", "Con đường di sản miền Trung", "Con đường xanh Tây Nguyên", tuyến du lịch "Vòng cung Tây Bắc".

Trên 7 vùng du lịch, hệ thống khu, điểm du lịch đã được đưa vào quy hoạch tổng thể cả nước giai đoạn này với 46 khu du lịch quốc gia, 41 điểm du lịch quốc gia, 12 đô thị du lịch và hệ thống khu, điểm du lịch địa phương quan trọng khác.

Lực lượng nhân lực ngành Du lịch ngày càng lớn mạnh, từ chỗ có 12 nghìn lao động năm 1990, đến nay toàn ngành có trên 570 nghìn lao động trực tiếp trong tổng số 1,8 triệu lao động du lịch, chưa tính đến lao động liên quan và lao động không chính thức.

Tỷ lệ lao động du lịch đã qua đào tạo chuyên nghiệp và đào tạo tại chỗ ngày càng cao và đang trong quá trình chuẩn bị tích cực để hội nhập toàn diện với du lịch khu vực và thế giới. Hơn 40% tổng số lao động được đào tạo hoặc bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch.

Có thể nói, du lịch là một trong những ngành tạo ra nhiều việc làm nhất, góp phần xóa đói giảm nghèo và chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn. Các hoạt động du lịch phát triển ở các vùng nông thôn tạo ra nhiều cơ hội cho cộng đồng địa phương. Các hoạt động gắn với du lịch cộng đồng tạo thu nhập trực tiếp và chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương theo hướng dịch vụ và phát triển bền vững. Thông qua du lịch, văn hóa địa phương, các vùng miền được tôn trọng, bảo vệ và khai thác phát huy giá trị và được giới thiệu, quảng bá rộng rãi. Du lịch cộng đồng mang lại hiệu quả rõ ràng trong quá trình "hiện đại hóa" nông, thôn thông qua việc tạo thêm nhiều công ăn việc làm, gìn giữ và phát huy các làng nghề truyền thống, bảo vệ các giá trị cộng đồng.

Và cũng thông qua sự phát triển du lịch, hình ảnh quốc gia và các điểm đến được quảng bá rộng rãi trong

CỤC THỐNG KÊ LẠNG SON

Địa chỉ: Đường Đinh Tiên Hoàng - Phường Chi Lăng - TP. Lạng Sơn - Tỉnh Lạng Sơn

Điện thoại: 025.3 812 112 - 3 812 337 * Fax: 025.3 812 337

Chúc Mừng Năm Mới

Quân
Đinh Dậu 2017

và ngoài nước, tạo sự nhìn nhận tích cực về hình ảnh đất nước và con người Việt Nam, tạo dựng uy tín trên trường quốc tế. Những tiềm năng to lớn về cảnh quan thiên nhiên, đa dạng sinh học đến các giá trị văn hóa lịch sử, văn hóa bản địa của các dân tộc anh em, tập tục và lối sống... đến các giá trị văn hóa ẩm thực phong phú của các vùng miền trên cả nước đều được giới thiệu và quảng bá thông qua hoạt động du lịch.

Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của xu thế toàn cầu hóa, nhu cầu về thị trường nguồn khách du lịch ngày một mở rộng, nhiều nơi xuất hiện tình trạng "toàn dân làm du lịch" "thành phố du lịch", coi du lịch là ngành chủ đạo của tỉnh, thậm chí là ngành đem lại nguồn thu chính. Vì vậy, không ít tỉnh thành không suy xét tới ưu thế nguồn tài nguyên du lịch mà xuất hiện tình trạng khai thác quá độ, xây dựng bừa bãi.

Mô hình và phương thức quản lý du lịch còn tồn tại nhiều vấn đề như: Các cơ quan ban ngành du lịch không đủ thẩm quyền, năng lực điều phối giữa các cơ quan có hạn, xuất hiện tình trạng mất kiểm soát ở mức độ nhất định, hiệu quả không cao, quyền hạn ở một số ban ngành quản lý du lịch còn chồng chéo lẫn nhau, ảnh hưởng đến việc thực thi các luật liên quan, thiếu cơ cấu và cơ chế điều phối vĩ mô để giải quyết những vấn đề nghiêm trọng phát sinh trong ngành. Do đó, xuất hiện tình trạng thị trường du lịch bị rối, không thông suốt. Một số nhà quản lý của công ty lữ hành, điểm tham quan và hướng dẫn viên du lịch còn kinh doanh trái phép, cạnh tranh không lành mạnh, đẩy giá lên quá cao khi vào mùa có đông khách du lịch, thậm chí còn có hiện tượng lừa gạt, chặt chém khách du lịch.

Doanh nghiệp lữ hành đối mặt với thách thức lớn hơn, năng lực cạnh tranh còn kém so với các doanh nghiệp lữ hành nước ngoài. Số lượng nhà hàng, khách sạn tuy nhiều nhưng con số kinh doanh hiệu quả còn ít, tình trạng cạnh tranh không lành mạnh còn phổ biến.

Nhân lực trong các lĩnh vực phát triển du lịch, quản trị du lịch, thiết kế và kinh doanh các sản phẩm du lịch thiếu trầm trọng.

Hệ thống pháp quy chưa kiện toàn. Pháp luật liên quan tới mặt dịch du lịch chưa thành hệ thống, còn thiếu những nội dung pháp luật cơ bản, khiến quyền lợi chính đáng của cả người cung cấp dịch vụ lẫn người tiêu dùng đều không được đảm bảo.

Mục tiêu phát triển của ngành Du lịch Việt Nam là đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp với hệ thống cơ sở vật chất-kỹ thuật đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới. Đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển.

Để thực hiện được mục tiêu đó, cần thực hiện một số giải pháp:

Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế để quy hoạch và thực hiện việc phát triển tài nguyên du lịch, xây dựng các sản phẩm du lịch; Nâng cao nhận thức về xu thế toàn cầu hóa ngành du lịch; Tăng cường bồi dưỡng đội ngũ nhân lực; Tăng cường kết nối quản lý du lịch với quốc tế; Tiếp tục thực hiện các biện pháp mở cửa. /.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Quốc hội, 2005, Luật Du lịch
Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2009-2015, Báo cáo tình hình hoạt động du lịch.

Nguyễn Văn Lưu, 2004, Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế về du lịch, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

Viện nghiên cứu phát triển du lịch, 2012, Báo cáo tổng hợp Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, NXB Lao Động, Hà Nội.

Bùi Thanh Quất, 2003, Toàn cầu hóa - một cách tiếp cận mới, Tạp chí Cộng sản, số 27, tr.11-14.

Đặng Ngọc Lệ, 2015, Phát triển ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu, Tham luận Kỳ yếu Hội thảo khoa học quốc tế Toàn cầu hóa du lịch và địa phương hóa du lịch, Trường Đại học Charles de Gaulle - Lille 3 (Cộng hòa Pháp), Trường Cao đẳng Văn hóa Nghệ thuật và Du lịch Sài Gòn, tháng 03/2015, TP. Hồ Chí Minh.

Viện Khoa học xã hội Việt Nam - Viện Kinh tế và Chính trị thế giới, Toàn cầu hóa, chuyển đổi và phát triển tiếp cận đa chiều, Nhà xuất bản Thế giới 2005.

Vũ Khắc Chương, Du lịch Việt Nam trong thời kỳ toàn cầu hóa: Cơ hội và thách thức, Bài tham luận hội thảo "Toàn cầu hóa du lịch và địa phương hóa du lịch", TP. Hồ Chí Minh ngày 6/3/2015.

Friedman, T. L., Thế giới phẳng: Tóm lược lịch sử thế giới thế kỷ XXI, Nhà xuất bản Trẻ 2006.

Lê Hữu Nghĩa, Lê Ngọc Tòng (đồng chủ biên), Toàn cầu hóa, những vấn đề lý luận và thực tiễn, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội 2004, tr.316.

Nguyễn Văn Lưu, Toàn cầu hóa và Hội nhập kinh tế quốc tế về du lịch, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội 2004.

Đỗ Minh Hợp, Nguyễn Kim Lai, Những vấn đề toàn cầu trong thời đại ngày nay, Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội 2004, tr.177-350.

CỤC THỐNG KÊ NAM ĐỊNH

Địa chỉ: Số 170 Hàn Thuyên - P. Vị Xuyên - TP. Nam Định - Tỉnh Nam Định

Điện thoại: 0350.3 648 347- 3 649 717 * Fax: 0350.3 649 717

Chúc Mừng Năm Mới Xuân Đinh Dậu 2017