

Ngành du lịch Việt Nam trong đối sánh với các nước cộng đồng ASEAN

LÊ TUẤN LỘC*

Trong bối cảnh toàn cầu hoá diễn ra mạnh mẽ với việc hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), sự cạnh tranh trong ngành du lịch trở nên khốc liệt, đặc biệt là cạnh tranh giữa các quốc gia trong khu vực có điều kiện phát triển các sản phẩm du lịch tương tự nhau. Với lượng khách quốc tế đạt 10 triệu lượt năm 2016, du lịch Việt Nam đã rút ngắn dần khoảng cách với các quốc gia mạnh trong khu vực. Tuy nhiên, để ngành du lịch Việt Nam bắt kịp trình độ phát triển của các quốc gia hàng đầu trong khu vực thì thời gian tới, Ngành vẫn đang cần nhiều giải pháp đồng bộ.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

Theo số liệu của Tổng cục Du lịch Việt Nam, năm 2016, lượng khách và tổng thu từ khách du lịch tăng trưởng mạnh, du lịch Việt Nam đã đón được hơn 10 triệu khách du lịch, tăng 26,0% so với năm 2015; phục vụ 62 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt 400.000 tỷ đồng. Để thúc đẩy du lịch quốc tế, Việt Nam đã hợp tác với nhiều nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, tham gia tích cực trong hoạt động của các tổ chức, cơ chế hợp tác khu vực và quốc tế về du lịch, như: ASEAN, APEC, ASEM, Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), Hiệp hội Lữ hành Du lịch châu Á - Thái Bình Dương. Du lịch Việt Nam đã tham gia hầu hết các hội chợ du lịch quốc tế lớn; tổ chức nhiều chương trình quảng bá, xúc tiến du lịch tại các thị trường trọng

điểm, góp phần đưa hình ảnh Việt Nam đến với bạn bè quốc tế và thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

Theo số liệu của Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC), trong 6 năm, giai đoạn 2009-2015, ngành du lịch của Việt Nam đã tăng trưởng nhanh và đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP, giá trị mà ngành đóng góp trực tiếp vào GDP tăng gần 3 lần, cả giá trị trực tiếp và gián tiếp của ngành vào GDP tăng gần 2,5 lần, hiện Ngành đóng góp khoảng 10% GDP. Từ năm 2009 đến năm 2015, doanh thu từ hoạt động của Ngành tăng trưởng ổn định, bất chấp những bất ổn của kinh tế thế giới và khu vực, tăng gần 3 lần trong vòng 7 năm (Bảng 1).

Du lịch đã góp phần quan trọng tạo việc làm và tăng thu nhập cho người lao động, giải quyết gần 8% lực lượng lao động xã hội với hơn 4,2 triệu lao động năm 2015. Tuy nhiên, trong giai đoạn nghiên cứu, số lượng lao động trong lĩnh vực du lịch tăng lên không nhiều, từ 4 triệu năm 2009 lên 4,2 triệu năm 2015 dù giá trị tạo ra của Ngành tăng lên gần 3 lần (Bảng 1). Điều này một mặt cho thấy, vai trò của Ngành trong tạo việc làm không cao, mặt khác cho thấy, năng suất lao động trong Ngành có thể đã tăng lên đáng kể.

BẢNG 1: NGÀNH DU LỊCH TRONG NỀN KINH TẾ VIỆT NAM

STT	Nội dung	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Xuất khẩu dịch vụ du lịch (tỷ VND)	59.364	68.542	105.491	129.807	147.365	165.079	184.367
2	Du lịch trong nước (tỷ VND)	64.063	80.296	96.328	119.164	134.773	153.882	173.512
3	Giá trị đóng góp trực tiếp vào GDP (tỷ VND)	70.786	85.164	115.597	143.456	161.535	182.065	204.289
4	Giá trị đóng góp vào GDP (tỷ VND)	171.116	199.866	255.653	311.367	323.985	367.238	412.535
5	Việc làm (nghìn)	4.062,5	4.128,4	3.787,4	4.025,9	3.905,8	4.088,6	4.236,0

Nguồn: Tổng hợp từ Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới, năm 2016

* TS., Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh | Email: loctt@uel.edu.vn

**BẢNG 2: NGÀNH DU LỊCH TRONG NỀN KINH TẾ CÁC QUỐC GIA ASEAN
(GIÁ TRỊ TUYỆT ĐỐI)**

STT	Nước	Trực tiếp vào GDP (tỷ USD)	Tổng đóng góp vào GDP (%)	Việc làm trực tiếp (nghìn)	Tổng việc làm (nghìn)	Vốn đầu tư (tỷ USD)	Xuất khẩu (tỷ USD)
1	Thailand	31,9	81,6	2.210	5.383	7,2	40,3
2	Indonesia	27,5	82,4	3.325	9.814	14,1	11,2
3	Malaysia	18,6	38,9	724	1.769	5,9	22,6
4	Singapore	14,8	28,7	153	303	13,8	18,9
5	Philippines	12,0	31,4	1.259	4.232	2,1	5,8
6	Vietnam	8,6	26,7	1.963	4.088	4,6	7,8
7	Cambodia	2,3	5,4	985	2.221	0,4	3,2
8	Myanmar	1,4	3,1	505	1.134	0,1	1,2
9	Laos	0,6	1,7	130	396	0,3	0,7
10	Brunei	0,3	1,1	5	16	0,4	0,4
11	World	19,4	58,3	827	2.076	4,5	7,5

Nguồn: Tổng hợp từ Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới, năm 2016

Dịch vụ du lịch quốc tế có vai trò đặc biệt quan trọng đối với phát triển Ngành trong bối cảnh nhu cầu trong nước chưa cao, đồng thời bổ sung nguồn ngoại tệ quan trọng đối với cán cân thanh toán quốc gia. Giai đoạn 2009-2015, xuất khẩu du lịch quốc tế tăng nhanh hơn so với doanh thu từ du lịch trong nước với giá trị tăng lần lượt là 3,0 lần và 2,7 lần. Từ năm 2011, kim ngạch xuất khẩu du lịch đã vượt qua doanh thu kinh doanh trong nước, kể từ đó du lịch quốc tế giữ thị phần áp đảo trong cơ cấu du lịch của Việt Nam. Sự thành công trong thu hút khách quốc tế đến Việt Nam một phần đáng kể là nhờ xu hướng giảm rào cản thương mại dịch vụ theo cam kết của WTO, AEC, các hiệp định song phương và đa phương khác. Ngoài ra, hoạt động đầu tư trong lĩnh vực du lịch thuận lợi hơn, du khách được tạo điều kiện để dễ dàng di chuyển đến các vùng miền khác nhau, nhờ vậy lượng khách quốc tế đến Việt Nam không ngừng gia tăng.

DU LỊCH CỦA VIỆT NAM TRONG ĐỐI SÁNH VỚI CÁC NƯỚC ASEAN

Giá trị đóng góp của ngành du lịch vào GDP phản ánh độ lớn và tầm quan trọng của Ngành trong nền kinh tế quốc dân. Đóng góp của Ngành vào GDP gồm 2 hình thức: đóng góp trực tiếp và gián tiếp. Theo giá trị đóng góp vào GDP, Việt Nam đứng thứ 6 và xếp sau các quốc gia ASEAN 5 (Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Singapore và Philippines), vượt qua các quốc gia còn lại. Trong năm 2015, tổng giá trị ngành du lịch Việt Nam đóng góp vào GDP là 26,7 tỷ USD, chỉ bằng 1/3 giá trị tương ứng của Thái Lan và thấp hơn so với quốc gia đứng kế trên là Philippines với khoảng hơn 5 tỷ USD. Điều này cho thấy, quy mô ngành du lịch Việt Nam còn quá nhỏ và chưa tương xứng với quy mô của nền kinh tế cũng như quy mô dân số cả nước. Khi xét giá trị tương đối về mức đóng góp của ngành vào GDP, Việt Nam vẫn giữ vị trí thứ 6. Tuy cao hơn Indonesia và Philippines, nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với quốc gia đứng đầu là Campuchia (29,9%)

và Thái Lan (19,3%). Ngoài ra, khi xem xét tương quan giữa giá trị đóng góp trực tiếp và tổng đóng góp của Ngành vào GDP, thì tỷ lệ này của Việt Nam là 32%, thấp nhất giữa các quốc gia trong khu vực, trong khi tỷ lệ tương ứng của Singapore là 52% và trung bình của thế giới là 33,2%. Điều này khẳng định hiệu quả, vai trò của ngành du lịch Việt Nam vẫn còn thấp và chưa tương xứng với quy mô của nền kinh tế Việt Nam (Bảng 2).

Bên cạnh đó, số lượng việc làm tạo ra cũng là tiêu chí đánh giá vai trò và mức độ quan trọng của Ngành đối với nền kinh tế. Số lượng việc làm tạo ra của ngành du lịch Việt Nam tương đối cao so với các quốc gia trong khu vực, trong đó, số việc làm trực tiếp là 1,9 triệu, chỉ thấp hơn so với Indonesia là 3,3 triệu và Thái Lan là 2,2 triệu. Tổng số việc làm tạo ra bao gồm trực tiếp và gián tiếp là hơn 4 triệu, chỉ thấp hơn so với Indonesia là 9,8 triệu, Thái Lan là 5,3 triệu và Philippines là 4,2 triệu (Bảng 2). Tuy nhiên, khi xem xét tương quan việc làm của toàn xã hội, ngành du lịch của Việt Nam tạo ra được 7,7% việc làm, chỉ cao hơn so với mức 4% của Myanmar, thấp hơn nhiều so với mức 26,4% của Campuchia và thấp hơn so với mức trung bình của thế giới 9,4%.

Điều này cho thấy, ảnh hưởng chưa cao của Ngành trong việc tạo việc làm và thu nhập cho người lao động trong xã hội.

Khi xem xét tiêu chí hiệu quả lao động của ngành, Việt Nam đứng sau tất cả các nước ASEAN 5 và Brunei. Cụ thể mỗi lao động trong ngành du lịch của Việt Nam tạo ra giá trị 6.531USD/năm, trong khi đó của Singapore là 94.719 USD, của Thái Lan là 15.158 USD và trung bình của thế giới là 28.082 USD. Như vậy, năng suất lao động trong ngành du lịch của Việt Nam chỉ bằng 1/14,5 lần so với Singapore, 1/2,3 lần so với Thái Lan và 1/4,3 lần so với thế giới.

Đầu tư vào Ngành phản ánh mức độ quan tâm của nhà đầu tư, của Chính phủ và xã hội trong phát triển Ngành, đồng thời phản ánh triển vọng phát triển của Ngành trong tương lai. Năm 2015, lượng vốn đầu tư cho ngành du lịch của Việt Nam chỉ đứng thứ 5 trong khu vực sau Singapore, Indonesia, Thái Lan và Malaysia cả về giá trị tuyệt đối và giá trị tương đối, chỉ tương đương với mức trung bình của thế giới.

Đối với Việt Nam, xuất khẩu dịch vụ đem lại kim ngạch 7,8 tỷ USD, chiếm

4,8% tổng kim ngạch xuất khẩu. Xét về giá trị xuất khẩu, Việt Nam đứng vị trí thứ 5 giữa các quốc gia ASEAN sau Thái Lan, Malaysia, Singapore và Indonesia, vượt qua Philippines và các quốc gia khác. Tuy nhiên, khoảng cách chênh lệch khá xa giữa Việt Nam và các quốc gia xuất khẩu hàng đầu trong khu vực, trong đó kim ngạch của Thái Lan gấp hơn 5 lần Việt Nam, kim ngạch của Malaysia gấp hơn 3 lần so với Việt Nam. Xét theo tỷ trọng xuất khẩu của Ngành trong tổng xuất khẩu quốc gia, tỷ lệ 4,8% của Việt Nam thấp hơn so với hầu hết các quốc gia khác trong khu vực và thấp hơn mức trung bình của thế giới là 5,7%, chỉ cao hơn chỉ số tương ứng của Brunei (3,6%) và Singapore (3,3%).

Từ những phân tích đối sánh thực trạng ngành du lịch của Việt Nam và các nước ASEAN, có thể thấy:

Thứ nhất, ngành du lịch đóng góp quan trọng vào nền kinh tế của Việt Nam, góp phần làm tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và tăng thu nhập cho người lao động.

Thứ hai, mức độ đóng góp của Ngành vào GDP của Việt Nam ở mức độ trung bình, kém hơn nhiều so với các nước ASEAN5 và vượt hơn so với các quốc gia còn lại.

Thứ ba, số lượng việc làm tạo ra từ ngành du lịch tương đối nhiều chỉ đứng sau 3 quốc gia là Indonesia, Thái Lan và Philippines, tuy nhiên mức độ đóng góp việc làm cho toàn xã hội tương đối thấp, thấp hơn so với nhiều nước và mức trung bình của thế giới.

Thứ tư, năng suất lao động của ngành du lịch còn thấp, thấp hơn nhiều so với các quốc gia trong khu vực.

Thứ năm, mức độ đầu tư vào ngành chỉ ở mức độ trung bình giữa các quốc gia trong khu vực và tương đương với mức trung bình của thế giới. Tuy nhiên, mức độ đầu tư hiện tại chưa cao sẽ không thể tạo bước đột phá trong phát triển của Ngành trong tương lai.

Thứ sáu, xuất khẩu dịch vụ du lịch tương đối thấp cả về giá trị tuyệt đối và tương đối so với các quốc gia trong khu vực và thế giới. Việt Nam chưa tận dụng được cơ hội của quá trình toàn cầu hoá để phát triển ngành du lịch theo hướng khai thác thị trường nước ngoài.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO GIAI ĐOẠN TỚI

Để giải quyết các vấn đề tồn tại nhằm đưa ngành du lịch và lữ hành của Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và sánh ngang với các quốc gia phát triển hàng đầu trong khu vực, theo chúng tôi, thời gian tới, ngành du lịch Việt Nam cần thực hiện một số giải pháp sau:

Về phía Nhà nước: Cần đầu tư nâng cấp và phát triển mạnh mẽ cơ sở vật chất hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch; xây dựng chính sách ưu đãi nhằm khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào phát triển cơ sở vật chất hạ tầng đối với ngành du lịch. Đồng thời, tăng cường xúc tiến và quảng bá du lịch ở cấp độ quốc gia nhằm đưa thông tin về du lịch nước nhà đến các nơi trên thế giới. Chính phủ Việt Nam cần đơn giản hoá các thủ tục xuất - nhập cảnh tạo thuận lợi, ít nhất cũng tương đương với các quốc gia trong khu vực để du khách dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ du lịch trong nước. Đồng thời, cần phải siết chặt hơn nữa vấn đề về bảo vệ môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm và các tệ nạn xã hội ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, Chính phủ cần xây dựng các quy chuẩn, hỗ trợ để các cơ sở đào tạo và hiệp hội nghề nghiệp nâng cao chất lượng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch và nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động du lịch.

Về phía doanh nghiệp: Cần đầu tư nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch và đa dạng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, cần tập trung phát triển các tiềm năng du lịch đặc thù của Việt Nam trên cơ sở khai thác tiềm năng du lịch văn hoá, du lịch sinh thái, du lịch biển, ngoài ra xây dựng một số sản phẩm du lịch cao cấp, đầu tư xây dựng những khu nghỉ dưỡng cao cấp, tiện nghi, hiện đại và đồng bộ. Song song với hoạt động nâng cao chất lượng và đa dạng hoá sản phẩm, doanh nghiệp cần đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu để khẳng định vị thế trên thị trường trong nước và quốc tế, tăng cường đào tạo nguồn nhân lực có trình độ và chuyên nghiệp đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách thập phương khi đến đất nước Việt Nam. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới (2016). *Báo cáo tác động kinh tế của Du lịch và Lữ hành ở Việt Nam - năm 2016*
2. Lê Tuấn Lộc (2016). Xu hướng xuất khẩu dịch vụ thế giới và cơ hội đối với Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 30, tr. 10-12
3. Hà Văn Hội (2013). Xuất khẩu dịch vụ Việt Nam sau 5 năm gia nhập WTO: Thực trạng và giải pháp. *Tạp chí Thương mại*, số 5, tr. 2-5
4. Phạm Minh Tuấn (2012). Xuất khẩu dịch vụ Việt Nam: cơ hội thách thức và giải pháp. *Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới*, số 2, tr. 75-80