

Tình hình du lịch Việt Nam, cơ hội thách thức trong hội nhập quốc tế



Tình hình du lịch Việt Nam

Ngành du lịch đang đi nốt những ngày cuối cùng của năm 2017 trong tâm thế hồ hởi với một thành tích gần như trong tầm tay: Đón 13 triệu du khách nước ngoài, tăng 30% so với năm ngoái. Chưa bao giờ Việt Nam đạt được con số cao kỷ lục như vậy. Du lịch Việt Nam đang trên con đường trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn thực sự.

Với tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú. Trong những năm qua, du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển, lượng khách quốc tế đến cũng như lượng khách đi du lịch nội địa ngày càng tăng. Du lịch Việt Nam ngày càng được biết đến nhiều hơn trên thế giới, nhiều điểm đến trong nước được bình chọn là địa chỉ yêu thích của du khách quốc tế. Du lịch Việt Nam đóng góp lớn vào sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

Một số chỉ tiêu về du lịch giai đoạn 2011-2016

Bảng 1: Một số chỉ tiêu du lịch Việt Nam giai đoạn 2011-2016

Chỉ tiêu	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Tốc độ tăng trưởng
Số lượt khách quốc tế đến	6.014.032	6.847.678	7.572.352	7.874.312	7.943.651	10.012.735	10.73%
Số lượt khách nội địa	30.000.000	32.500.000	35.00.000	38.500.000	57.000.000	62.000.000	15.63%
Tổng thu từ du lịch (tỷ đồng)	130.000	160.000	200.000	230.000	337.830	417.200	25.2%
Số lượng cơ sở lưu trú	13.756	15.381	N/A	16.000	18.000	18.800	6.44%
Số lượng phòng lưu trú	256.739	277.661	N/A	332.000	355.000	N/A	8.43%
Đóng góp của Du lịch vào GDP	N/A	N/A	N/A	N/A	6.33%	6.96%	N/A

Nguồn: vietnamtourism.gov.vn

Tăng trưởng tốc độ cao

Các chỉ tiêu về số lượng khách quốc tế, nội địa, tổng thu từ du lịch, đóng góp của du lịch vào GDP tăng nhanh. Triển vọng du lịch Việt Nam trong năm 2018 và những năm tiếp theo là rất khả quan.

- Về khách quốc tế: Mục tiêu năm 2017, đón 13-14 triệu khách, 6 tháng đầu năm 2017, Việt Nam đón 6,2 triệu lượt khách. Tính đến cuối tháng 12, Việt Nam

đã đón được khoảng 13 triệu lượt khách, hoàn thành mục tiêu chính phủ giao cho ngành du lịch, là con số kỷ lục chưa từng có mà ngành du lịch đã đạt được.

- Về khách du lịch nội địa: mục tiêu 2017 phục vụ 66 triệu lượt. Ước tính số liệu 6 tháng đầu năm 2017, đã phục vụ 40,7 triệu lượt khách nội địa. Tính đến hết năm 2017, đã phục vụ khoảng 74 triệu lượt khách nội địa, vượt xa mục tiêu đặt ra.

Ngành du lịch Việt Nam trong 5 năm qua đã không ngừng phát triển, đạt tốc độ tăng trưởng trung bình gấp khoảng 1,5 lần tốc độ tăng trưởng GDP chung cả nước; đóng góp trực tiếp 6,6% và đóng góp chung 13% trong cấu thành GDP của Việt Nam. Riêng trong năm 2017, du lịch là một trong những động lực chính của tăng trưởng kinh tế đất nước, ước tính du lịch đóng góp 1% vào mức tăng trưởng của GDP của Việt Nam.

Năm 2016 tổng thu từ du lịch đạt 417,2 nghìn tỷ đồng, so với 337,82 nghìn tỷ đồng của năm 2015, mục tiêu năm 2017 đạt tổng thu từ du lịch là 460.000 tỷ đồng đóng góp 6,6% GDP cả nước, tạo việc làm trực tiếp và gián tiếp đến 2,25 triệu người, giá trị xuất khẩu đến 8,5 tỷ USD. Tuy nhiên, tính đến hết tháng 12 năm 2017, ước tính tổng thu du lịch thu về 515.000 tỷ đồng, đã vượt rất xa mục tiêu đề ra.

Thu hút mạnh đầu tư, phát triển nhanh cơ sở hạ tầng, CSVCKT du lịch được cải thiện

Những năm qua, hàng chục tỷ USD đầu tư trực tiếp nước ngoài và hơn 300.000 tỷ đồng đầu tư trong nước (với hơn 6.100 tỷ đồng đầu tư NSNN từ năm 2006 đến nay) đã được đầu tư cho hạ tầng du lịch quốc gia, hình thành hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch hiện đại tại nhiều địa phương và hình thành rõ hơn các vùng động lực phát triển du lịch Việt Nam.

Năm 2015, toàn ngành đang có 18.800 cơ sở lưu trú với hơn 355.000 buồng và 1.573 doanh nghiệp lữ hành quốc tế và hàng ngàn 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 tại hầu hết các địa bàn phát triển du lịch trọng điểm. Đặc biệt, hàng trăm khách sạn, khu du lịch cao cấp được xây mới, hình thành hàng loạt cơ sở lưu trú (khách sạn và tổ hợp resort) cao cấp như: Intercontinental, JW Marriott, hệ thống khách sạn Mường Thanh, FLC, VinGroup, SunGroup...làm diện mạo ngành du lịch có những thay đổi căn bản.



Lều trại phục vụ khách tại khu du lịch Tanyoli – Ninh Thuận (Ảnh minh họa – Văn Dương)

Hệ thống vận tải du lịch, nhất là hàng không và đường bộ, đang được xã hội hóa mạnh và ngày càng kết nối rộng rãi với các điểm đến trong và ngoài nước, cả tầm ngắn, tầm trung và tầm dài. Việt Nam hiện có 52 hãng hàng không quốc tế đến từ 25 quốc gia và vùng lãnh thổ, với 54 đường bay quốc tế, 48 đường bay nội địa kết nối. Việt Nam đã tham gia hàng loạt văn kiện pháp lý và dự án hợp tác quốc tế về du lịch. Du khách 22 quốc gia đã được miễn visa đến Việt Nam.

Hình thành các điểm đến, sản phẩm du lịch

Quá trình phát triển, các sản phẩm du lịch Việt Nam đã được thị trường nhìn nhận và đánh giá cao như: du lịch tham quan cảnh quan, di sản di tích, nghỉ dưỡng biển, núi, du lịch tâm linh, lễ hội, ẩm thực, du lịch thể thao mạo hiểm, nghỉ dưỡng sinh thái, du lịch MICE,.. Các sản phẩm tham quan cảnh quan như: Vịnh Hạ Long, cố đô Huế, Hội An, Mỹ Sơn,.. Du lịch thể thao mạo hiểm như khám phá Sơn Đoòng, Phong Nha - Kẻ Bàng,... nghỉ dưỡng biển Phú Quốc, Nha Trang, Mũi Né,... được du khách trong nước và du khách quốc tế yêu thích...

Phát triển nguồn nhân lực du lịch còn nhiều bất cập

Theo số liệu từ Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch Việt Nam, tính đến hết năm 2015, ngành du lịch mới có khoảng hơn 2,2 triệu lao động với hơn 600.000 lao động trực tiếp. Điều này một mặt khẳng định còn khá nhiều tiềm năng để phát triển ngành này, nhưng mặt khác cũng bộc lộ lỗ hổng lớn về nhân lực của ngành.

Thiếu trầm trọng nguồn nhân lực chất lượng cao

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch mỗi năm, toàn ngành cần thêm gần 40.000 lao động; nhưng chỉ có khoảng 20.000 lao động tốt nghiệp từ các cơ sở đào tạo, trong số đó chỉ có khoảng 1.800 sinh viên đại học, cao đẳng chuyên nghiệp, 2.100 sinh viên cao đẳng nghề du lịch, còn lại là học sinh trung cấp, sơ cấp và đào tạo ngắn hạn dưới ba tháng. Các con số này cho thấy, nguồn nhân lực không những thiếu về số lượng mà còn thiếu trầm trọng đội ngũ được đào tạo bài bản.

Thực tế cho thấy, nguồn nhân lực do các cơ sở đào tạo cung cấp cho thị trường chưa đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp, nhất là nguồn nhân lực quản lý. Ngay cả khi tuyển đúng người học ngành du lịch, các doanh nghiệp vẫn mất thời gian, công sức đào tạo lại. Trong quá trình này, doanh nghiệp cũng vướng phải không ít khó khăn, khi mà người quản lý kiêm vai trò đào tạo giỏi không nhiều, thường hướng dẫn theo kinh nghiệm là chủ yếu, thiếu kỹ năng, kiến thức cụ thể. Ngoài ngữ, tin học được coi là chìa khóa để hội nhập, song đây lại là điểm yếu lớn của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam.

Năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam (dựa vào bảng xếp TTCI của WEF 2015)

TTCI đánh giá năng lực cạnh tranh Du lịch và Lữ hành của 141 nền kinh tế, hệ thống tính điểm bao gồm 4 chỉ tiêu chính, 14 mục và 90 chỉ tiêu riêng biệt. Báo cáo xếp hạng năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực Du lịch và Lữ hành của các quốc gia dựa trên 4 chỉ tiêu chính: Môi trường du lịch, Chính sách hỗ trợ phát triển du lịch, Cơ sở hạ tầng, Tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn.

Năm 2015, Việt Nam đứng ở vị trí thứ 75/141 quốc gia trong bảng xếp hạng, tăng 5 bậc so với năm 2013.

Trong khu vực, năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam được TTCI xếp hạng 7 trên 9 nước ASEAN (Brunei không xếp hạng), cụ thể như trong bảng sau:

Bảng 2: Một số chỉ số năng lực cạnh tranh du lịch và lữ hành theo Diễn đàn kinh tế thế giới

Quốc gia	Môi trường du lịch	Chính sách hỗ trợ phát triển du lịch	Cơ sở hạ tầng	Tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa	Xếp hạng trên thế giới	Xếp hạng trong khu vực
Việt Nam	73	112	94	33	75	7
Lào	84	80	100	94	96	8
Campuchia	105	64	113	82	68	5
Myanmar	131	136	137	87	134	9
Thái Lan	74	49	37	21	35	3
Philippines	90	17	82	56	74	6
Singapore	5	1	5	40	11	1
Indonesia	80	9	75	17	50	4
Malaysia	40	24	41	24	25	2
Brunei					Không xếp hạng	

Nguồn: Diễn đàn kinh tế thế giới WEF

Có thể thấy rằng, năng lực cạnh tranh của Việt Nam so với các nước trong khu vực thuộc dạng yếu kém. Mặc dù, trong một số lĩnh vực, Việt Nam đang có lợi thế cạnh tranh ngang bằng thậm chí là vượt hơn hẳn như sự an toàn, an ninh; giá cả cạnh tranh; tài nguyên du lịch thiên nhiên; nguồn nhân lực lao động, nhưng

những yếu tố này cũng chưa thể nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam, cần phải có những đổi mới cả về chính sách, cơ sở hạ tầng và môi trường du lịch trước khi những lợi thế cạnh tranh của Việt Nam không còn là duy nhất.



Vịnh Xuân Đài –thắng cảnh du lịch của Phú Yên (ảnh minh họa - Văn Dương)

Vài nét chính trong hội nhập quốc tế của du lịch Việt Nam

Hội nhập WTO

Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức WTO sau khi Quốc hội phê chuẩn vào đầu tháng 01 năm 2007. Riêng trong lĩnh vực dịch vụ, Việt Nam đã cam kết tất cả 11 ngành dịch vụ được phân loại theo Hiệp định chung về Thương mại và Dịch vụ (GATS). Đối với dịch vụ du lịch, Việt Nam chỉ cam kết đối với các phân ngành dịch vụ đại lý du lịch và kinh doanh lữ hành du lịch, dịch vụ sắp xếp chỗ trong khách sạn, dịch vụ cung cấp thức ăn và đồ uống. Những cam kết này sẽ được áp dụng tự động cho các thành viên ASEAN.

GATS quy định có 4 phương thức cung cấp dịch vụ, bao gồm: 1) cung cấp qua biên giới (dịch vụ được cung cấp từ lãnh thổ của một Thành viên này sang lãnh thổ của một Thành viên khác,); 2) tiêu dùng ngoài lãnh thổ (người tiêu dùng của một Thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một Thành viên khác để tiêu dùng dịch vụ); 3) hiện diện thương mại (nhà cung cấp dịch vụ của một Thành viên thiết lập các hình thức hiện diện như công ty 100% vốn nước ngoài, công ty liên doanh, chi nhánh v.v...trên lãnh thổ của một Thành viên khác để cung cấp dịch vụ); 4) hiện diện thể nhân (thể nhân cung cấp dịch vụ của một Thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một Thành viên khác để cung cấp dịch vụ).

Trong các cam kết của mình với WTO, Việt Nam cam kết không hạn chế đối với phương thức 1 và 2. Đối với phương thức 3, Việt Nam cũng cam kết xóa bỏ hạn chế vốn sở hữu nước ngoài đối với các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam dưới hình thức liên doanh, liên kết trong hoạt động đại lý du lịch, kinh doanh lữ hành du lịch. Tuy nhiên các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ lữ hành du lịch có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được phép cung cấp dịch vụ đưa khách vào du

lich Việt Nam (inbound) và lữ hành nội địa đối với khách vào du lịch Việt Nam như là một phần của dịch vụ đưa khách vào du lịch Việt Nam. Các doanh nghiệp sở hữu nước ngoài không được phép thực hiện các dịch vụ gửi khách trong nước. Công ty nước ngoài tuy được phép đưa cán bộ quản lý vào làm việc tại Việt Nam nhưng ít nhất 20% cán bộ quản lý của công ty phải là người Việt Nam. Đối với phương thức 4, Việt Nam vẫn không cho phép hướng dẫn viên du lịch nước ngoài được hành nghề tại Việt Nam.

Như vậy, có thể nói Việt Nam đã mở cửa thị trường du lịch tương đối mạnh mẽ so với một số ngành dịch vụ khác như ngân hàng, tài chính, bảo hiểm. Nhiều nghiên cứu cho thấy, chắc chắn cơ hội mang lại cho ngành Du lịch Việt Nam sau khi WTO sẽ nhiều hơn thách thức nếu các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp đánh giá lại năng lực, định vị lại và xây dựng chiến lược rõ ràng nhằm tham gia vào chuỗi giá trị gia tăng một cách chủ động cùng với phát huy thế mạnh riêng vốn có của mình.

Tham gia cộng đồng kinh tế ASEAN

Hội nhập quốc tế về du lịch của Việt Nam thời gian qua được triển khai theo hướng thúc đẩy ký kết và thực hiện các hiệp định thỏa thuận hợp tác cấp chính phủ, cấp ngành song phương và đa phương, tranh thủ hợp tác, hỗ trợ của các nước thông qua các chương trình, dự án cụ thể và các cam kết mở cửa tự do hóa thương mại dịch vụ du lịch trong các khuôn khổ WTO, ASEAN, APEC, GMS.... Trong đó, ASEAN là một trong những khuôn khổ hợp tác mà Du lịch Việt Nam tham gia sâu rộng và có hiệu quả nhất.

Du lịch Việt Nam bắt đầu tìm hiểu và tham gia các cơ chế hợp tác từ cuối những năm 1990, sau khi gia nhập ASEAN (1995). Việt Nam từng bước tham gia đầy đủ các hoạt động trong các nhóm/tiểu ban công tác du lịch từ đầu những năm 2000 và chủ động hội nhập từ cuối những năm 2000. Đối với các cam kết về thị trường, Việt Nam đã thực hiện đầy đủ các cam kết đối với các lĩnh vực khách sạn, dịch vụ xếp chỗ ở khách sạn, dịch vụ phục vụ ăn uống và kinh doanh lữ hành quốc tế. Năm 2009, Việt Nam đăng cai và tổ chức thành công Hội nghị Bộ trưởng Du lịch và Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) - sự kiện lớn nhất trong năm của du lịch ASEAN.

Đối với các lĩnh vực cụ thể, Việt Nam đã ký Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch (MRA-TP) (tại ATF 2009, tại Hà Nội) để làm cơ sở cho việc phát triển nguồn nhân lực du lịch ASEAN và tạo thuận lợi cho dịch chuyển lao động trong khu vực. Du lịch Việt Nam đã chủ động đóng góp vào việc triển khai MRA-TP chung của ASEAN thông qua việc xây dựng các tài liệu hướng dẫn triển khai MRA-TP (2013). Du lịch Việt Nam đã tham gia xây dựng 130 sản phẩm du lịch chung để kết nối ít nhất 2 quốc gia trong ASEAN theo các nhóm chuyên đề như du lịch thiên nhiên, du lịch văn hóa và di sản, du lịch cộng đồng, du lịch đường biển và đường sông đồng thời tích cực triển khai Chiến lược marketing du lịch ASEAN 2011 - 2015 với tiêu đề “Đông Nam Á - cảm nhận sự ấm áp” tập trung vào khai thác các thị trường Trung Quốc và Ấn Độ, khách du lịch trải nghiệm và sáng tạo, khách du lịch khám phá, khách du lịch công vụ, khách du lịch lưu trú dài ngày và người cao tuổi, khách trong nội vùng ASEAN. Cùng với đó, Việt Nam đã đảm nhiệm thành công vai trò Trưởng nhóm Marketing và Truyền thông du lịch ASEAN (2013-2014), hiện đang là Phó Trưởng nhóm

Chất lượng dịch vụ du lịch, điều phối phát triển sản phẩm du lịch đường sông và Dự án hỗ trợ kỹ thuật phát triển du lịch đường sông khu vực sông Mê Kông do UNWTO hỗ trợ ASEAN, điều phối triển khai Dự án xây dựng Hướng dẫn xây dựng và vận hành loại hình Boutique Hotel; nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ASEAN thông qua việc phối hợp cùng các quốc gia thành viên phát triển và áp dụng các bộ tiêu chuẩn chung trong ASEAN như tiêu chuẩn khách sạn xanh ASEAN, cơ sở lưu trú nhà dân ASEAN, nhà vệ sinh công cộng ASEAN, dịch vụ Spa ASEAN, tiêu chuẩn thành phố du lịch sạch ASEAN, tiêu chuẩn du lịch cộng đồng, hướng dẫn an ninh và an toàn du lịch ASEAN cho các khách sạn, khu nghỉ dưỡng và lộ trình du lịch ASEAN ứng phó với biến đổi khí hậu...

Hàng năm, Du lịch Việt Nam tham gia Hội chợ Du lịch quốc tế TRAVEX bên lề Diễn đàn Du lịch ASEAN, tham gia và có đóng góp tích cực tại các phiên họp định kỳ và họp chuyên đề. Bên cạnh ATF năm 2009, Việt Nam cũng đã đăng cai tổ chức thành công cuộc họp chuyên đề về Marketing và Phát triển sản phẩm du lịch ASEAN (2013) và sẽ tiếp tục tổ chức phiên họp các nhóm công tác du lịch dự kiến vào tháng 4/2016. Bên cạnh các nội dung hợp tác du lịch ASEAN nói chung, Việt Nam còn tích cực và chủ động trong các cơ chế hợp tác du lịch tiểu vùng và giữa ASEAN với các nước, tổ chức đối tác. Các khuôn khổ hợp tác phổ biến là: Hợp tác kinh tế ACMECS (hợp tác kinh tế gồm 5 nước Campuchia, Lào, Myanmar, Thái Lan và Việt Nam); Hợp tác GMS (còn gọi là chương trình hợp tác Tiểu vùng Mê Kông mở rộng, gồm Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan, Myanmar và tỉnh Vân Nam, tỉnh Quảng Tây của Trung Quốc); Hợp tác CLMV (gồm Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam); Hợp tác giữa ASEAN với các nước và tổ chức đối tác (ASEAN với 3 nước Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc; ASEAN với Nga, ASEAN với Ấn Độ, ASEAN với Tổ chức Du lịch thế giới UNWTO, ASEAN với Ngân hàng phát triển châu Á ADB...), và hợp tác du lịch song phương để đóng góp vào cơ chế hợp tác du lịch trong ASEAN.

Một số tác động của hội nhập AEC với du lịch Việt Nam

Thuận lợi

- Do hợp tác phát triển sản phẩm du lịch ASEAN sẽ góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch Việt hiện nay

- Tranh thủ được các nguồn khách nổi tour trong khu vực để qua đó tăng thêm sức hấp dẫn của du lịch khu vực ASEAN nói chung và khả năng kết nối khách giữa Việt Nam với các nước và ngược lại

- Việc nới lỏng điều kiện tự do đầu tư và di chuyển lao động giữa 12 nước nội khối trong AEC sẽ giúp gia tăng nhu cầu đi lại tìm kiếm cơ hội đầu tư, việc làm và kết hợp du lịch, tức gia tăng dòng khách quốc tế và tăng cường mật độ, quy mô các loại hình du lịch- kinh doanh, du lịch- hội họp ngay trong nội khối AEC mà Việt Nam là một thành viên.

Khó khăn

- Hiện sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch Việt Nam trong khu vực ASEAN không cao, sản phẩm dịch vụ du lịch của Việt Nam chưa tạo được điểm nhấn trong khu vực và thiếu sức hấp dẫn đặc biệt do còn đơn điệu và trùng lặp với các sản phẩm trong khu vực.

- Việc thiếu nguồn lực và cơ chế tài chính còn nhiều vướng mắc đã ảnh hưởng chung tới hiệu quả của việc tổ chức triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch trong khu vực, khó theo kịp các đối thủ cạnh tranh trong khu vực

- Tổ chức bộ máy và lực lượng thực hiện hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều bất cập. Thương hiệu du lịch Việt Nam còn đang trong quá trình hình thành, chưa tận dụng được hiệu quả của các cơ hội để xây dựng thương hiệu.

- Về chất lượng nguồn nhân lực, nhân lực Việt Nam chưa đáp ứng được nhu cầu của hội nhập AEC. 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 du lịch toàn ngành chưa cao, việc triển khai thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch ASEAN còn nhiều khó khăn vướng mắc.

Ngoài hợp tác trong các khuôn khổ hợp tác nêu trên, hợp tác trên các diễn đàn khác như APEC, ASEM và nhiều diễn đàn song phương và đa phương khác tạo ra nhiều cơ hội phát triển du lịch.

Các quan điểm định hướng mới trong phát triển du lịch

- Những năm gần đây, ngành du lịch đã chứng kiến nhiều dấu ấn đặc biệt trong xây dựng thể chế chính sách, tạo điều kiện thuận lợi phát triển du lịch. Đảng, Nhà nước, Chính phủ đã xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp ngày càng lớn cho nền kinh tế đất nước. Với định hướng quan trọng này, nhiều chính sách hỗ trợ mới được hình thành để khắc phục khó khăn, khai thác tốt tiềm năng cũng như phát huy lợi thế để ngành du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thời gian tới. Đáng chú ý nhất là Lần đầu tiên Bộ chính trị đã ban hành một nghị quyết về phát triển du lịch: nghị quyết là động lực mạnh mẽ thúc đẩy phát triển du lịch trong giai đoạn tới, có nhiều quan điểm mới chẳng hạn như: Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác, nhưng không nhất thiết địa phương nào cũng xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn. Phát triển du lịch là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, của toàn xã hội, có sự lãnh đạo, chỉ đạo chặt chẽ của các cấp ủy đảng; phát huy mạnh mẽ vai trò động lực của doanh nghiệp và cộng đồng dân cư, sự quản lý thống nhất của Nhà nước; tập trung nguồn lực quốc gia cho phát triển du lịch,...

Ngoài ra, lần đầu tiên chính phủ tổ chức một hội nghị toàn quốc về phát triển du lịch: với nhiều chỉ đạo quan trọng của thủ Tướng như: đổi mới tư duy về phát triển du lịch, tạo điều kiện thuận lợi cho thủ tục xuất nhập cảnh, thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển Du lịch, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá,... Bên cạnh đó, Luật Du lịch sửa đổi được Quốc hội thông qua với nhiều nội dung mới, tạo ra hành lang pháp lý vững chắc đảm bảo cho du lịch phát triển. Đồng thời, lần đầu tiên Quốc hội cho thí điểm cấp thị thực điện tử cho công dân của 40 quốc gia, thúc đẩy thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, thành lập nhiều Sở Du lịch tại các địa bàn trọng điểm về phát triển du lịch,...

Tóm tắt điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của ngành du lịch Việt Nam trong hội nhập quốc tế

Điểm mạnh	Cơ hội
- Tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú, đặc sắc (tài nguyên UNESCO, danh lam thắng cảnh kỳ vĩ, thời tiết, khí hậu,...) - Tài nguyên du lịch nhân văn đặc sắc, lôi cuốn du khách (nhiều di sản văn hóa thế giới, di sản quốc gia, phong tục, tập quán, lễ hội,... của 54 dân tộc) - Bản tính thân thiện, hiếu khách của người Việt Nam, sự ổn định chính trị và trật tự an toàn xã hội	- Mở rộng thị trường và phát triển những loại hình du lịch mới - Cơ hội được cải cách dưới sức ép của cạnh tranh - Thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào du lịch - Thêm cơ hội học hỏi kiến thức, kinh nghiệm, trình độ quản lý, tổ chức khai thác, kinh doanh du lịch - Có cơ hội đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng khi bắt kịp xu hướng và nhanh chóng tiếp thu công nghệ mới ứng dụng trong phát triển du lịch, đặc biệt là từ cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4
- Số lượng khách quốc tế đến chưa tương xứng với nguồn tài nguyên du lịch - Đóng góp của ngành du lịch chưa vượt trội so với ngành khác - Nhu cầu đầu tư lớn nhưng thiếu nguồn lực cả về vốn và công nghệ, chủ yếu là FDI - Thiếu nguồn lực, cơ chế phức tạp nên xúc tiến, quảng bá chưa hiệu quả - Môi trường, vệ sinh ATTP, giao thông nhiều bất cập - CSHT, CSVCKTDL lạc hậu, thái độ phục vụ khách thiếu chuyên nghiệp - Quản lý, khai thác tài nguyên du lịch kém - Thiếu nhân lực, đặc biệt nhân lực chất lượng cao - Sản phẩm du lịch chậm đổi mới, doanh nghiệp hầu hết quy mô vừa và nhỏ, thiếu vốn, công nghệ - Thể chế chính sách chậm đổi mới, chưa theo kịp sự phát triển	- Tăng áp lực cạnh tranh, dẫn đến nguy cơ mất thị phần, thị trường - Tăng sự phụ thuộc: dễ bị tổn thương bởi các biến động của thị trường quốc tế - Khó khăn trong bảo tồn các giá trị truyền thống: nguy cơ tiếp thu tràn lan, thiếu chọn lọc, dẫn đến bị mất bản sắc văn hóa truyền thống, dễ bị hòa tan vào trong thế giới toàn cầu hóa. - Tăng sức ép về vấn đề môi trường: du lịch không chỉ là ngành kinh tế mà còn là mối đe dọa với cả hành tinh. Phát triển quá nóng, không bền vững góp phần làm ô nhiễm mặt đất và đại dương, tàn phá cuộc sống hoang dã, làm cạn kiệt các nguồn năng lượng và tài nguyên thiên nhiên. - Khó khăn trong nắm bắt và thích nghi với các nhu cầu, xu hướng, biến động của du lịch thế giới
Điểm yếu	Thách thức

Một số nhu cầu phát triển chính của du lịch Việt Nam hiện nay

Một là, cần đẩy nhanh, đẩy mạnh cải cách cơ chế, thủ tục, chính sách, hệ thống luật và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan, trong đó đặc biệt là luật Du lịch sửa đổi, Chiến lược phát triển du lịch, Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, chính sách VISA,...đã lỗi thời không còn đáp ứng nhu cầu thực tiễn,..

Hai là, cần tăng ngân sách cho xúc tiến, quảng bá du lịch, áp dụng cơ chế linh hoạt, mở văn phòng đại diện du lịch Việt Nam trước tiên tại các thị trường trọng điểm,...

Ba là, cần đẩy mạnh đầu tư, nâng cấp, cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch theo hướng đồng bộ, hiện đại, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh bao gồm: hệ thống sân bay, cảng biển, nhà ga, hệ thống giao thông đường bộ, giao thông công cộng, hệ thống nhà hàng, khách sạn, buồng phòng, hệ thống bảo tàng,.....

Bốn là, cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao, nhân lực quản lý, nhân lực có tay nghề, ...

Năm là, cần đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức toàn xã hội trong phát triển du lịch, kêu gọi toàn thể mọi người chung tay bảo vệ môi trường, ...góp phần việc phát triển du lịch.

Văn Dương