

Phát triển du lịch ở Việt Nam trong thời kỳ hội nhập: cơ hội và thách thức

Đặng Thanh Nhường

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Tóm tắt: Hội nghị Đối thoại chính sách cao cấp APEC về du lịch bền vững tổ chức tại thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh đã Thông qua Tuyên bố cao cấp về du lịch bền vững. Đây là những cơ hội lớn cho sự phát triển du lịch với tư cách là xu hướng tất yếu và là đầu tàu trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Ngành “công nghiệp không khói” mang về một nguồn thu không nhỏ cho nền kinh tế Việt Nam, tuy nhiên, chặng đường phát triển của ngành du lịch nước ta vẫn còn đối diện nhiều thách thức cần phải vượt qua.

Từ khóa: Du lịch, du lịch Việt Nam, Kinh tế du lịch, Văn hóa du lịch...

1. Du lịch với tư cách một ngành kinh tế mũi nhọn

Du lịch đã là một xu hướng phổ biến trên toàn cầu, du lịch quốc tế liên tục tăng trưởng; du lịch nội địa chiếm tỷ trọng lớn; du lịch khoảng cách xa có xu hướng tăng nhanh. Du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế dịch vụ phát triển nhanh nhất và lớn nhất trên bình diện toàn cầu, góp phần vào sự phát triển và thịnh vượng của các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển, vùng sâu, vùng xa coi phát triển du lịch là công cụ xoá đói, giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế. Đây là cơ hội to lớn có tính xu thế và thời đại mà Việt Nam có thể tận dụng để phát triển các loại hình du lịch mới, đa dạng tận dụng lợi thế về tài nguyên du lịch để nhanh chóng đạt mục tiêu phát triển, đặc biệt xu hướng du lịch cộng đồng đang nổi lên là cơ hội thúc đẩy phát triển kinh tế cho các vùng nghèo và quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

Phó thủ tướng chính phủ Vương Đình Huệ đã đánh giá: “Du lịch là ngành xuất khẩu tại chỗ, thu ngoại tệ trực tiếp, đóng góp to lớn vào nền kinh tế. Doanh thu ngoại tệ về du lịch của nước ta chỉ đứng sau 4 ngành xuất khẩu hàng hóa là dầu thô, dệt may, giày dép, thủy sản. Du lịch giúp khôi phục, bảo tồn và tiêu thụ các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề truyền thống; phục hồi văn hóa nghệ thuật truyền thống, đẩy mạnh hoạt động văn hóa nghệ thuật đương đại”.

Năm 2014, Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới (WITC) xếp Việt Nam ở hạng thứ 16 trong số 184 quốc gia có tiềm năng lâu dài trong phát triển du lịch. Hoạt động du lịch thu hút sự tham gia của cả 6 thành phần kinh tế (nhà nước; tập thể; cá thể, tiểu chủ; tư bản tư nhân; tư bản nhà nước; 100% vốn nước ngoài). Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực ngành Du lịch ngày một phát triển cả về số lượng và chất lượng. Tính đến tháng 6/2015, cả nước có 18.600 cơ sở lưu trú du lịch với trên 355.000 buồng; trong đó có 668 khách sạn

từ 3 đến 5 sao với 68.520 buồng. Cả nước có 1.500 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, hơn 13.000 doanh nghiệp lữ hành nội địa, hơn 15.500 hướng dẫn viên du lịch và hàng chục nghìn hướng dẫn viên, thuyết minh viên tại điểm với nhiều ngoại ngữ khác nhau. Đến năm 2014 đã có gần 700.000 lao động trực tiếp, 1,5 triệu lao động gián tiếp làm việc trong ngành Du lịch, chiếm 4% lao động toàn quốc.

Lượng khách liên tục gia tăng, từ năm 2007 đến nay, tốc độ tăng trưởng lượng khách luôn đạt nhịp độ 2 con số. Năm 2016, Du lịch Việt Nam đã đạt được những thành tựu hết sức nổi bật đáng trân trọng, với việc đón và phục vụ 11 triệu lượt khách du lịch quốc tế, tăng 26% so với năm 2015; 62 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu trực tiếp từ khách du lịch đạt 400.000 tỷ đồng. Trong 6 tháng đầu năm 2017, ngành Du lịch Việt Nam lại tiếp tục có bước đi bứt phá, với việc đón 6,2 triệu lượt khách quốc tế, tăng 30,2% so với cùng kỳ năm 2016; khách du lịch nội địa đạt 40,7 triệu lượt, tăng hơn 15%; tổng thu trực tiếp từ du lịch trong 6 tháng đầu năm ước đạt 255.000 tỷ đồng.

2. Cơ hội cho sự phát triển du lịch ở Việt Nam trong thời kỳ hội nhập

Thứ nhất, thời kỳ hội nhập đã tạo ra cơ hội gia tăng tiếp cận nguồn khách quốc tế khi Việt Nam hội nhập sâu và toàn diện với khu vực và thế giới. Hợp tác trong khối ASEAN ngày càng tăng cường về chiều sâu. Việt Nam đang trở thành điểm đến, thị trường mới nổi với những lợi thế nhất định trong hợp tác song phương và đa phương. Các dòng khách du lịch đang có xu hướng dịch chuyển mạnh tới khu vực Châu Á-Thái Bình Dương trong đó Việt Nam ngày càng được thế giới biết đến với những giá trị về bản sắc văn hóa và cảnh quan sinh thái đặc sắc của đất nước và con người Việt Nam. Đây là cơ hội vàng khi Châu Á-Thái Bình Dương nói

chung và ASEAN nói riêng đang trở thành khu vực năng động nhất toàn cầu, có sức hấp dẫn du lịch mạnh mẽ. Cơ hội thu hút một phần thị trường khách du lịch đến từ các nước ở khu vực này mở ra cho du lịch Việt Nam một chân trời rộng lớn.

Thứ hai, kinh tế trong nước phát triển, thu nhập và đời sống của đại bộ phận tầng lớp trung lưu trở lên ở nước ta ngày càng gia tăng tạo ra động lực kích cầu du lịch mạnh mẽ. Số lượng khách du lịch nội địa đông đảo với trên 35 triệu lượt (2013) đã trở thành động lực tạo cơ hội cho ngành Du lịch mở rộng quy mô và thúc đẩy tăng trưởng các lĩnh vực dịch vụ về mọi phương diện và loại hình du lịch đa dạng.

Thứ ba, hội nhập quốc tế đã tạo ra xu hướng phát triển của nền kinh tế tri thức, khoa học công nghệ được ứng dụng ngày càng có hiệu quả và có sức lan tỏa vô cùng nhanh và rộng. Kinh nghiệm quản lý tiên tiến, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao làm thay đổi căn bản phương thức quan hệ kinh tế, đặc biệt công nghệ thông tin truyền thông được ứng dụng mạnh trong hoạt động du lịch. Việt Nam 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.

3. Thách thức đối với sự phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế

Thứ nhất, nhận thức, kiến thức quản lý và phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu; Cơ chế, chính sách quản lý còn bất cập chưa giải phóng mạnh năng lực kinh doanh; vai trò và năng lực của khối tư nhân, hội nghề nghiệp chưa được phát huy đúng mức; hệ thống văn bản quy phạm pháp luật chưa thống nhất và phát huy hiệu lực, hiệu quả toàn diện vẫn là những khó khăn đối với phát triển du lịch theo hướng hiện đại, trình độ cao.

Thứ hai, du lịch tăng trưởng giá tăng sức ép lên môi trường; quy hoạch phát triển du lịch bị tác động mạnh bởi xung đột về lợi ích và thiếu tầm nhìn trong đầu tư phát triển dẫn tới không gian du lịch bị phá vỡ; tài nguyên có nguy cơ bị tàn phá, suy thoái nhanh và môi trường du lịch bị xâm hại là những thách thức đối với phát triển bền vững. Kết cấu hạ tầng yếu kém, thiếu đồng bộ làm cho khả năng tiếp cận điểm đến du lịch gặp nhiều khó khăn, nhất là đối với các vùng núi cao, vùng sâu vùng xa. Sản phẩm, dịch vụ du lịch chưa thật sự đặc sắc, còn trùng lặp và thiếu quy chuẩn; chất lượng chưa đáp ứng dẫn tới sức cạnh tranh yếu, kém hấp dẫn; xúc tiến quảng bá thiếu chuyên nghiệp và hiệu quả, đầu tư ít và manh mún, thiếu nhân lực chuyên nghiệp; thiếu đội ngũ chuyên gia đầu ngành, quản lý tinh thông và lao động trình độ cao; tính thời vụ, thời tiết khắc nghiệt, đặc biệt ở miền Bắc và miền Bắc Trung bộ; tác động của biến đổi khí hậu; mức sống trong dân cư phần đông còn thấp, nếp sống văn minh, ý thức pháp luật không nghiêm và các vấn

đề xã hội khác như an toàn giao thông, vệ sinh an toàn thực phẩm, chèo kéo, ép giá... Đây là những khó khăn thách thức vô cùng lớn để đạt tới trình độ phát triển chuyên nghiệp với chất lượng, hiệu quả, giá trị gia tăng, thương hiệu và sức cạnh tranh quốc gia.

Thứ ba, thị trường thế giới biến động khó lường; hậu quả của khủng hoảng kinh tế toàn cầu tác động mạnh tới quy mô, tính chất của thị trường gửi khách đến Việt Nam. Năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch còn non yếu, chất lượng, hiệu quả thấp, thiếu bền vững trong khi môi trường cạnh tranh giữa các quốc gia, khu vực và giữa các ngành, các vùng, sản phẩm ngày càng gay gắt khi hội nhập sâu và toàn diện vào khu vực và toàn cầu.

4. Giải pháp nhằm phát triển du lịch ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay

Nhu cầu du lịch thế giới đang thay đổi, hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hoá truyền thống (tính độc đáo, nguyên bản), giá trị tự nhiên (tính nguyên sơ, hoang dã), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (tính hiện đại, tiện nghi). Du lịch bền vững, du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, du lịch cộng đồng gắn với xoá đói giảm nghèo, du lịch hướng về cộng đồng, hướng về thiên nhiên là những xu hướng nổi trội. Chất lượng môi trường trở thành yếu tố quan trọng cấu thành giá trị thụ hưởng du lịch. Đây là thách thức vô cùng lớn về quan điểm, nhận thức và chuyên môn kỹ thuật, nếu không nắm bắt kịp xu hướng này sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, mất thị phần và hiệu quả thấp.

Quan điểm trọng tâm có tính đột phá trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đó là: Chuyển từ phát triển trên diện rộng sang phát triển theo chiều sâu; phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh. Đây là quan điểm định hướng cho sự phát triển của du lịch Việt Nam trong giai đoạn tới, trên cả bình diện quốc gia và từng vùng, từng địa phương.

Thứ nhất, cần phải gắn phát triển du lịch với phát triển văn hóa. Du lịch và văn hóa có mối quan hệ chặt chẽ, là biểu hiện rất tập trung của mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa, trong đó con người là trung tâm. Hơn nữa, bản thân văn hóa là một giá trị; văn hóa là nguồn tài nguyên du lịch đặc biệt hấp dẫn, độc đáo, là một trong những nền móng cho hoạt động du lịch phát triển bền vững. Khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế đến với nước ta không chỉ tham quan danh lam thắng cảnh mà còn muốn khám phá, tìm hiểu về đất nước, con người Việt Nam mang trong mình nền văn hóa truyền thống, đậm đà bản sắc dân tộc.

Du lịch và văn hóa có thể tạo ra những lợi ích bổ sung cho nhau. Du lịch cũng tác động trở lại văn hóa thông qua việc xây dựng và cải tạo môi trường văn hóa, xã hội, làm cho môi trường này khởi sắc, tươi

mới, làm cho các hoạt động văn hóa năng động và linh hoạt hơn trong cơ chế thị trường. Hoạt động du lịch cũng góp phần khơi dậy các tiềm năng văn hóa giàu có và phong phú đang còn ẩn chứa khắp nơi trên đất nước ta, “đánh thức năng tiên ngủ trong rừng” để cả xã hội chiêm ngưỡng, thưởng thức cái đẹp, không để cái đẹp ấy bị che phủ, mai một và lãng quên. Có thể nói, nhờ một phần vào du lịch mà một số di sản ông cha ta để lại đã và đang được quan tâm, nuôi dưỡng không để bị mai một. Một số di sản phi vật thể như ca trù, dân ca quan họ, nhã nhạc cung đình, hát xoan... trở thành “thương hiệu” gọi mời khách du lịch đến Việt Nam để chiêm nghiệm, thưởng thức. Ngoài ra, du lịch cũng góp phần thúc đẩy mạnh mẽ hơn hoạt động giao lưu hợp tác kinh tế, văn hóa quốc tế qua những đoàn công tác ra nước ngoài và người nước ngoài vào nước ta làm việc theo các văn bản hợp tác.

Thứ hai, cần phải hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho phát triển du lịch. Tăng cường năng lực quản lý nhà nước về du lịch; đẩy mạnh liên kết hợp tác liên ngành, liên vùng; thực hiện tốt công tác hoạch định chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch đảm bảo chất lượng và tính khả thi cao; thống kê, theo dõi, quản lý luồng khách nước ngoài trong mối tương quan với việc không ngừng nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hoạt động du lịch trong nước. Không ngừng nâng cao vai trò và trách nhiệm của chính quyền địa phương trong việc bảo đảm môi trường, văn minh du lịch, an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các khu, điểm du lịch. Tiếp tục đổi mới doanh nghiệp nhà nước; khuyến khích doanh nghiệp có tiềm lực và thương hiệu mạnh; chú trọng phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là hộ gia đình gắn với phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn ở vùng sâu, vùng xa. Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học, công nghệ; nâng cao nhận thức về du lịch, đồng thời đề cao trách nhiệm xã hội và môi trường trong mọi hoạt động du lịch.

Thứ ba, tích cực hợp tác quốc tế về du lịch. Triển khai hiệu quả các chương trình hợp tác song phương và đa phương, gắn với thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam; Mở rộng các quan hệ, tranh thủ sự hỗ trợ của các nước, các tổ chức quốc tế góp phần đẩy nhanh sự phát triển và hội nhập của du lịch Việt Nam, nâng cao hình ảnh và vị thế du lịch Việt Nam trên trường quốc tế.

Thứ tư, tăng cường công tác quản lý Nhà nước về du lịch. Tích cực hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho phát triển du lịch. Tăng cường năng lực quản lý nhà nước về du lịch; đẩy mạnh liên kết hợp tác liên ngành, liên vùng; thực hiện tốt công tác hoạch định chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch đảm bảo chất lượng và tính khả thi cao. Tăng cường phân cấp trong quản lý, đảm bảo vai trò quản lý vĩ mô của Nhà nước, đồng thời tạo sự chủ động của doanh nghiệp và sự tham gia tích cực

của cộng đồng dân cư. Nâng cao vai trò và trách nhiệm của chính quyền địa phương trong việc bảo đảm môi trường, văn minh du lịch, an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các khu, điểm du lịch. Tiếp tục đổi mới doanh nghiệp nhà nước; khuyến khích doanh nghiệp có tiềm lực và thương hiệu mạnh; chú trọng phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là hộ gia đình gắn với phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn ở vùng sâu, vùng xa. Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học, công nghệ; nâng cao nhận thức về du lịch, đồng thời đề cao trách nhiệm xã hội và môi trường trong mọi hoạt động du lịch.

Thứ năm, tích cực phát triển thị trường, xúc tiến quảng bá và thương hiệu du lịch. Tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày; Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm; Đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế. Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp, nhằm vào thị trường mục tiêu, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm; quảng bá du lịch gắn với quảng bá hình ảnh quốc gia, phù hợp với các mục tiêu đã xác định; gắn xúc tiến du lịch với xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và ngoại giao, văn hóa./.

Tài liệu tham khảo

- Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ X, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- Nguyễn Văn Đình và Trần Thị Minh Hoà (2004), Giáo trình Kinh tế Du lịch, Nxb Lao động — xã hội, Hà Nội.
- Nguyễn Hồng Giáp (2002), Kinh tế du lịch, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
- Phan Quang Huy (2004), “Du lịch Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế”, Tạp chí Du lịch Việt Nam (7), tr.10-49.
- Nguyễn Thị Hoa Lệ (2003), “Để du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”, Tạp chí Du lịch Việt Nam, (1), tr.16.
- Bùi Thị Nga (1996), Những giải pháp chủ yếu để phát triển du lịch trên địa bàn Hà Nội, Luận án Tiến sỹ kinh tế, Đại học Thương mại, Hà Nội.
- Phan Dũng Nguyên (1999), “Khả năng phát triển du lịch Việt Nam — ASEAN và một số bài học kinh nghiệm”, Tạp chí Kiến thức ngày nay (183).