

# Các vấn đề chính về cơ cấu lại ngành Du lịch Việt Nam

TS. ĐỖ CẨM THƠ\*

## Bối cảnh, xu hướng và những chính sách phát triển

Du lịch trên phạm vi toàn cầu có sự tăng trưởng liên tục trong thời gian qua, trở thành ngành kinh tế hàng đầu về thu nhập ngoại tệ, giá trị xuất khẩu và tạo việc làm. Năm 2017, có 1,3 tỷ người đi du lịch trên toàn cầu và con số này được Tổ chức Du lịch thế giới dự báo vào năm 2030 là 1,8 tỷ. Với sự chuyển động rất nhanh của công nghệ, sự chuyển dịch liên tục của dòng khách, sự thay đổi và đòi hỏi về nhu cầu của thị trường, các quốc gia đều tận dụng cơ hội, đẩy mạnh đầu tư, hình thành các nguồn lực đáp ứng nhu cầu thị trường, tăng cường khả năng cạnh tranh.

Du lịch là một trong những lĩnh vực có nhiều lợi thế và còn nhiều dư địa để phát triển ở Việt Nam, được coi là lĩnh vực mũi nhọn để tăng trưởng kinh tế cho đất nước. Trong những năm qua, Du lịch Việt Nam đã chứng minh rõ vai trò này khi khẳng định vị trí là một trong năm ngành có thu nhập ngoại tệ lớn nhất đất nước, đóng góp hơn 20 tỷ USD/năm. Năm 2017, tổng thu từ khách du lịch đạt 510.000 tỷ đồng, đóng góp 7,5% vào GDP. Trong các lĩnh vực xuất khẩu dịch vụ thì du lịch là lĩnh vực có tăng trưởng lớn nhất, năm 2016 chiếm 67,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Không chỉ tạo ra thu nhập trực tiếp mà du lịch còn tạo ra những thu nhập gián tiếp và tác động lan tỏa. Là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, du lịch tăng trưởng mang đến tác động lan tỏa cho nhiều ngành, lĩnh vực, tạo chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đẩy mạnh xuất khẩu, góp phần xóa đói, giảm nghèo, nâng cao đời sống, cải thiện diện mạo đô thị và nông thôn; bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc; đảm bảo an ninh, quốc phòng, giữ vững môi trường hòa bình, hữu nghị, tăng cường hiểu biết và nâng tầm vị thế quốc gia trên trường quốc tế.

Nhận thức được lợi thế trong phát triển du lịch, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương đẩy mạnh phát triển du lịch. Năm 2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chỉ rõ: “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước”. Nghị quyết cũng có quan điểm rõ ràng “phát triển du lịch là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, của các cấp, các ngành và toàn xã hội...”. Tiếp theo đó, Chính phủ cũng đã ban hành Nghị quyết số 103/NQ-CP về Chương trình hành động thực hiện

Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị. Cũng trong năm 2017, Luật Du lịch 2017 đã được Quốc hội thông qua với nhiều nội dung mới tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch.

## Thực trạng cơ cấu ngành Du lịch

Xét về số lượng, tốc độ phát triển du lịch trong thời gian này đã vượt xa so với các mốc dự báo của Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011. Nếu như theo dự báo thì đến năm 2020 Du lịch Việt Nam sẽ đón được 10 - 10,5 triệu lượt khách thì số liệu thực tế con số 10 triệu lượt chúng ta đã đạt được từ năm 2016. Năm 2017 chúng ta đón 13 triệu lượt khách và năm 2018 dự kiến sẽ đón từ 15 - 16 triệu lượt.

Tuy vậy, cơ cấu thị trường chưa thực sự cân đối. Cơ cấu chính vẫn là thị trường gần, Đông Bắc Á chiếm tỷ trọng chính (hơn 50% tổng lượng khách). Trong đó, khách du lịch Trung Quốc là chủ đạo, khách Hàn Quốc chiếm khá

cao và tăng nhanh, khách Nhật Bản duy trì ổn định. Thị trường khách xa nhìn chung có mức chi tiêu cao hơn nhưng chiếm tỷ trọng thấp, khoảng 12%. Cơ cấu này dẫn đến tính phụ thuộc vào thị trường cao.

Cơ cấu sản phẩm theo loại hình và theo vùng là khá hợp lý. Sản phẩm du lịch phát triển theo định hướng của Chiến lược phát triển du lịch, hình thành dần theo cơ cấu các dòng sản phẩm du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái. Trong đó, du lịch biển đảo đang được đầu tư phát triển mạnh nhất và định hình rõ hơn cả. Các sản phẩm du lịch cũng định hình dần trong một số địa bàn trọng điểm, có khả năng đáp ứng tốt cho thị trường.

Hệ thống các vùng du lịch đã phát triển đúng theo hoạch định, đã đáp ứng được yêu cầu thực tế và phát huy được lợi thế của các vùng miền. Đã hình thành khá rõ rệt về các sản phẩm đặc trưng của các vùng, nhu cầu và thực tế gắn kết của các địa phương trong vùng ngày càng rõ rệt. Nhiều thương hiệu mạnh về du lịch được hình thành, nhiều





Du lịch Việt Nam thời gian gần đây đánh dấu sự tăng tốc rất mạnh mẽ. Năm 2016, tăng trưởng khách quốc tế đạt 26%, năm 2017 đạt 29,1% và duy trì mức 22% trong 10 tháng đầu năm 2018. Với việc đón 12,9 triệu lượt khách quốc tế năm 2017, phục vụ 73,2 triệu lượt khách nội địa, Du lịch Việt Nam đạt kỷ lục về mức tăng trưởng số lượng khách quốc tế trong một năm (gần 3 triệu lượt so với năm 2016), đứng đầu châu Á và xếp thứ 6 trong 10 nước có mức tăng trưởng du lịch cao nhất thế giới.

danh hiệu và tiếng vang của các điểm đến được nhìn nhận, bầu chọn tại các diễn đàn, tổ chức quốc tế hoặc tạp chí uy tín thế giới. Công tác quản lý điểm đến, tăng cường chất lượng được chú trọng hơn nhiều. Tuy vậy, với tốc độ tăng trưởng khá nhanh, sự thích nghi và chuẩn bị về nguồn nhân lực còn chưa đáp ứng kịp, năng lực quản lý điểm đến ở nhiều địa phương còn chưa đủ tăng cường, vì vậy cũng còn gặp phải một số vấn đề tồn tại trong quá trình phát triển.

Bên cạnh đó, nếu xét cơ cấu theo cấu thành sản phẩm hoặc tiếp cận theo chuỗi giá trị thì thực tế chất lượng còn nhiều khuyết điểm. Đầu vào hình thành sản phẩm còn rất hạn chế. Nhất là hạ tầng giao thông, đường không, đường biển, đường sông, đường bộ, đường sắt; mạng lưới nhà ga, cảng biển, cảng hàng không; mạng lưới đường bay quốc tế chưa đáp ứng nhu cầu phát triển. Các sản phẩm của các ngành, lĩnh vực như thương mại, nông nghiệp... chưa định hướng phát triển thành sản phẩm đầu vào hình thành sản phẩm du lịch.

Về cơ cấu và nguồn lực cơ sở vật chất kỹ thuật, hiện nay 2/3 số lượng cơ sở đã xếp hạng và có chất lượng cao hơn; Gần 1/2 trong số đó là khách sạn, gần 1/2 còn lại là nhà nghỉ, các loại khác chỉ chiếm phần rất nhỏ. Khách sạn 3 - 5 sao số lượng ít nhưng chiếm gần 22% tổng số buồng. Xu hướng đầu tư,

hình thành các khách sạn cao cấp và tổ hợp khách sạn kết hợp thương mại và giải trí, mua sắm tăng nhanh và có hướng phát triển mạnh.

Cơ cấu doanh nghiệp phân theo quy mô vốn có sự khác biệt giữa doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và doanh nghiệp kinh doanh khách sạn. Doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm tới 3/4. Riêng về doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có sự phân cấp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm hơn 96%, nhưng các doanh nghiệp lớn lại có tiềm lực lớn và đón, phục vụ số lượng lớn thị trường. Chỉ 10 doanh nghiệp lữ hành hàng đầu đón 10% tổng lượng khách; các khách sạn 3 - 5 sao phục vụ hơn 20% tổng số nhu cầu buồng phòng. Tình trạng phân cấp có thể dẫn đến phân cấp về chất lượng của sản phẩm cao cấp và thấp cấp.

Cơ cấu lao động trực tiếp có trình độ đào tạo sơ cấp, trung cấp và cao đẳng du lịch chiếm 47,3%; đại học và sau đại học du lịch chỉ chiếm 7,4%; dưới sơ cấp chiếm 45,3%. 60% có trình độ ngoại ngữ. Kỹ năng giao tiếp, ứng xử và tin học còn hạn chế. Yêu cầu phát triển theo hướng chuyên nghiệp, có năng lực cạnh tranh thì cơ cấu này chưa thực sự đáp ứng được.

Hiện nay, Du lịch Việt Nam đang ở vào một giai đoạn phát triển mạnh, năng lực cạnh tranh đang dần được xây dựng, nhiều cơ hội đang mở rộng. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh về số lượng cũng đang tạo ra sức ép đối với công tác quản lý tài nguyên, môi trường, an ninh trật tự cũng như chất lượng dịch vụ. Đặc biệt khi cơ cấu ngành cũng còn đang có nhiều bất cập. Sự quan tâm, chỉ đạo của Đảng và Chính phủ đặt ra những mục tiêu, vai trò và nhiệm vụ lớn hơn đối với phát triển du lịch. Bên cạnh đó là sự kỳ vọng và yêu cầu của toàn xã hội cũng như dòng chảy của thị trường đòi hỏi ngành Du lịch cùng cố, sắp xếp lại hệ thống và các nguồn lực để có hướng đi hiệu quả, đáp ứng yêu cầu phát triển trong thời gian tới.

### Một số định hướng chính về chính sách cơ cấu lại ngành Du lịch

Không chỉ thực hiện Nghị quyết 103/NQ-CP của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TU về phát triển Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và đứng trước những yêu cầu của thực tiễn phát triển, nhiệm vụ cơ

cấu lại ngành Du lịch cũng đồng thời thực hiện chủ trương tái cơ cấu nền kinh tế trong giai đoạn này.

Quan điểm cơ cấu lại ngành Du lịch bám sát theo các quan điểm của Nghị quyết 08-NQ/TU, ngành Du lịch phải thể hiện được đúng vai trò của một ngành kinh tế mũi nhọn, một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp, có vai trò lan tỏa và thúc đẩy sự phát triển của các ngành khác. Cơ cấu lại ngành để tập trung phát triển có chất lượng, có tính bền vững, huy động được các nguồn lực trong các lĩnh vực, các đối tác có liên quan tạo ra chuỗi giá trị du lịch và được chia sẻ, hưởng lợi từ du lịch; ứng dụng công nghệ trong phát triển du lịch thông minh và đảm bảo môi trường an toàn, văn minh trong du lịch.

Theo đó, mục tiêu cơ cấu lại nhằm đáp ứng đà phát triển đến năm 2025 tổng thu đạt được 45 tỷ USD, du lịch đóng góp trên 10% GDP, tạo ra 6 triệu việc làm, trong đó có 2 triệu việc làm trực tiếp, tỷ lệ lao động trực tiếp phục vụ du lịch được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ và kỹ năng đạt 70%; đón và phục vụ 30 - 32 triệu lượt khách du lịch quốc tế, trên 130 triệu lượt khách du lịch nội địa. Mục tiêu hệ thống sản phẩm du lịch được hình thành rõ nét, đặc sắc, đa dạng, mang đậm bản sắc, có thương hiệu; năng lực đón tiếp tại các khu, điểm du lịch được nâng cao; du lịch thông minh được áp dụng rộng rãi.

### Một số nhiệm vụ chính cần cơ cấu, sắp xếp lại

Một là, cơ cấu lại thị trường khách du lịch quốc tế theo hướng thu hút các thị trường khách có hướng tăng trưởng cao; khách có khả năng chi tiêu cao, nghỉ dưỡng dài ngày, có nhu cầu trải nghiệm thiên nhiên, văn hóa; các phân khúc thị trường khách du lịch chuyên đề mà Việt Nam có thế mạnh; tăng dần tỷ trọng khách không đi theo chương trình trọn gói. Với thị trường khách nội địa, đẩy mạnh cơ cấu thị trường khách nghỉ dưỡng, cuối tuần gắn với mục đích chăm sóc sức khỏe, giáo dục, tìm hiểu văn hóa lịch sử, trải nghiệm văn hóa dân tộc; định hướng lại nhu cầu thị trường khách du lịch lễ hội, văn hóa tâm linh theo hướng kết hợp với các mục đích khác để tránh tình mùa vụ.

Hai là, củng cố, phát triển hệ thống sản phẩm, điểm đến du lịch theo hướng tiếp tục phát triển mạnh các dòng sản phẩm du lịch chủ đạo có lợi thế về tự nhiên và văn hóa, gắn với các khu vực động lực phát triển du lịch của Du lịch Việt Nam là du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch thành phố; ưu tiên phát triển những sản phẩm du lịch có giá trị gia tăng cao theo hướng tăng cường các giá trị trải nghiệm. Đồng thời đẩy mạnh phát triển các sản phẩm du lịch mới hoặc có tiềm năng như các sản phẩm du lịch sáng tạo, các sản phẩm du lịch chuyên đề, các sản phẩm du lịch mua sắm, du lịch cộng đồng. Tăng cường quản lý chất lượng và sự liên kết hiệu quả trong chuỗi giá trị.

Ba là, tăng cường số lượng nguồn nhân lực du lịch cả trực tiếp và gián tiếp theo cơ cấu hợp lý. Tập trung nâng cao tỷ lệ được đào tạo ở từng nhóm nghề với những kỹ năng, nghiệp vụ phù hợp trong từng nhóm. Đồng thời, vận động, hướng dẫn, bồi dưỡng cho cộng đồng tham gia làm du lịch.





Bốn là, cơ cấu lại doanh nghiệp du lịch theo hướng thúc đẩy cả các doanh nghiệp lớn thành lực lượng nòng cốt dẫn dắt hướng phát triển về sản phẩm và thị trường, chất lượng dịch vụ và cả các doanh nghiệp vừa và nhỏ, siêu nhỏ, hộ gia đình tham gia tích cực trong chuỗi giá trị du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp du lịch ứng dụng công nghệ thông tin, du lịch thông minh, du lịch sáng tạo, du lịch cộng đồng.

Năm là, cơ cấu lại nguồn lực phát triển du lịch. Về nguồn lực đầu tư, xác định nguồn lực tư nhân đóng vai trò quan trọng trong phát triển du lịch. Đầu tư từ ngân sách Nhà nước chỉ ở những khu vực mà tư nhân đầu tư không hiệu quả. Khuyến khích các mô hình đầu tư công - tư. Về nguồn lực tài nguyên, cần khai thác hiệu quả các nguồn lực tài nguyên tự nhiên và văn hóa tại các địa phương, điều chỉnh hướng ưu tiên dần sang các nguồn lực tài nguyên phi vật thể. Về nguồn lực khoa học công nghệ, cần ứng dụng công nghệ hiện đại trong các vấn đề quản lý nhà nước về du lịch, quản lý điểm đến, quản lý doanh nghiệp, cung cấp thông tin và giá trị trải nghiệm phục vụ khách du lịch; phát triển du lịch thông minh. Đồng thời, cần phát huy sức mạnh, nguồn lực tổng hợp của các bộ, ngành liên quan; tăng cường trách nhiệm các bộ, ngành, doanh nghiệp, hiệp hội, chính quyền địa phương, cộng đồng đối với phát triển du lịch.

Sáu là, sắp xếp, kiện toàn hệ thống quản lý du lịch theo hướng củng cố năng lực quản lý du lịch từ Trung ương đến địa phương; tập trung vào vai trò, trách nhiệm của địa phương trong quản lý các vấn đề về môi trường du lịch, an toàn, an ninh trật tự; từng bước hình thành cơ chế điều phối phát triển du lịch theo các vùng du lịch đáp ứng yêu cầu liên kết phát triển du lịch; hình thành hệ thống quản lý các khu, điểm du lịch đủ mạnh để thúc đẩy phát triển theo hướng chuyên nghiệp, bền vững.

Để thực hiện các nhiệm vụ cơ cấu lại ngành Du lịch, nhiều giải pháp cũng đã được đặt ra về đầu tư, hỗ trợ phát triển du lịch; về cơ chế, chính sách và nguồn lực phát triển du lịch; về phát triển nguồn nhân lực, phát triển sản phẩm du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch; về đổi mới công tác quản lý nhà nước về du lịch, tăng cường năng lực cạnh tranh của hệ thống doanh nghiệp du lịch

và về xây dựng môi trường du lịch.

Tuy nhiên, thực tế với tính chất là một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao được khẳng định rõ ràng ngay từ quan điểm của Nghị quyết 08-NQ/TU của Bộ Chính trị cho thấy chỉ thực hiện các nhiệm vụ cơ cấu lại trong nội hàm các nội dung quản lý về du lịch thôi thì không đủ. Bởi ngành Du lịch vận hành còn phụ thuộc rất nhiều vào các cơ chế, chính sách của các ngành khác như giao thông, vận tải, thương mại, truyền thông, y tế, bảo hiểm...

Nếu như ngành Du lịch cơ cấu lại để đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, một yêu cầu thể hiện vai trò trách nhiệm to lớn và quan trọng như vậy đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, kéo theo sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác thì yêu cầu đặt ra không chỉ là cơ cấu lại những nhiệm vụ của ngành Du lịch mà còn cần tập trung sắp xếp, cơ cấu rõ lại vị trí, vai trò, yêu cầu về chất lượng, dịch vụ của các yếu tố liên quan và gắn kết trong chuỗi giá trị du lịch. Nếu như hệ thống sản phẩm du lịch mang tính loại hình được định hướng, sắp xếp lại nhưng các chuỗi giá trị gắn với dịch vụ nhà hàng, mua sắm, vận chuyển, tham quan... đến y tế, bảo hiểm... không được sắp xếp, cơ cấu lại theo các yêu cầu định hướng này, phục vụ cho các yêu cầu cơ cấu lại này thì khó để ngành Du lịch có thể thực hiện thành công được các yêu cầu về cơ cấu lại ngành Du lịch.

Du lịch vừa phụ thuộc và sử dụng các yếu tố đầu vào của các ngành, lĩnh vực lại vừa có khả năng thúc đẩy và thương mại hóa, xuất khẩu tại chỗ các yếu tố đầu vào này thông qua kết nối chuỗi giá trị, từ đó kéo theo sự phát triển, tăng trưởng của các ngành, lĩnh vực.

Hiện nay, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Đề án Cơ cấu lại ngành Du lịch. Để thực hiện được các định hướng cơ cấu lại ngành Du lịch, cần triển khai một cách hệ thống các giải pháp trong ngành Du lịch cùng sự ủng hộ của các Bộ, ngành; sự vào cuộc của các địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng trong cả nước. ■

\*Phó Vụ trưởng - Vụ Kế hoạch, Tài chính, Tổng cục Du lịch

*Những năm gần đây, đội ngũ hướng dẫn viên du lịch đã góp phần không nhỏ vào thành công của ngành Du lịch Việt Nam. Tuy nhiên, trên thực tế hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam vẫn tồn tại một số thực trạng rất đáng lưu tâm. Bài viết bàn về việc làm thế nào để đào tạo ra những hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao (tiếp cận đến các cơ sở đang đào tạo du lịch trên địa bàn Hà Nội).*

Để trở thành một hướng dẫn viên chất lượng cao đòi hỏi một quá trình tích lũy lâu dài cả về kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm trên các đường tour của một hướng dẫn viên chuyên nghiệp. Không một cơ sở đào tạo nào có thể đào tạo một hướng dẫn viên sau khi ra trường trở thành một hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao ngay được. Vấn đề quan trọng ở đây chính là, cơ sở đào tạo cần nhận thức được những yêu cầu, điều kiện, tiêu chí để trở thành một hướng dẫn viên chất lượng cao và xây dựng các chương trình đào tạo hướng vào những mục tiêu đó. Về cơ bản, các chương trình đào tạo của các cơ sở đào tạo du lịch đang tập trung chuyên sâu vào các mảng đào tạo kiến thức cho hướng dẫn viên. Đây là một hoạt động rất đúng nhưng chưa đủ. Kiến thức đối với hướng dẫn viên du lịch vô cùng quan trọng nhưng những kiến thức đó cần phải được thể hiện trên thực tế và những kiến thức này cũng cần phải được kết hợp bền chặt với những kỹ năng mềm khác. Theo ý kiến của chúng tôi, để đào tạo ra những hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao, các cơ sở đào tạo cần chú trọng đào tạo chuyên sâu thêm 5 mảng sau:



Thuyết minh cho du khách. Ảnh: Hoa Thu