

Một số giải pháp để du lịch Việt Nam tiếp tục bứt phá

LÊ THỊ KIM TRIỆU*

Tóm tắt

Bài viết đánh giá, khái quát những thành tựu nổi bật của du lịch Việt Nam trong thời gian qua, đồng thời chỉ ra một số tồn tại, hạn chế mà ngành đang đối mặt, từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm đưa “ngành công nghiệp không khói” cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Từ khóa: phát triển du lịch Việt Nam, ngành kinh tế mũi nhọn, sản phẩm du lịch, khách du lịch

Summary

The article evaluates and generalizes the outstanding achievements of Vietnam tourism in the past years, and points out some shortcomings and limitations that this industry is now facing. Afterwards, solutions are provided to help “the smoke-free industry” to basically become a key economic sector, generating a driving force for the country's socio-economic development.

Keywords: Vietnam tourism development, key economic sector, tourism products, tourists

GIỚI THIỆU

Năm 2018, Việt Nam được Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) vinh danh tại Hội nghị Toàn cầu, đứng thứ 6/10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng khách cao nhất. Điều này cho thấy, “ngành công nghiệp không khói” đang chiếm một vị trí vô cùng quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của nước ta. Tuy nhiên, chặng đường phát triển của ngành du lịch vẫn còn đối diện với nhiều hạn chế, thách thức cần phải vượt qua.

NHIỀU THÀNH TỰU NỔI BẬT

Nhận thức rõ vai trò quan trọng của ngành “công nghiệp không khói”, trong những năm qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách quan trọng làm tiền đề thúc đẩy phát triển. Theo đó, ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Cũng trong năm 2017, Luật Du lịch (sửa đổi) cũng được ban hành và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 01/01/2018. Với một hành lang thông thoáng, Luật

Du lịch đã mở ra cơ hội thuận lợi và có nhiều bứt phá đối với ngành du lịch Việt Nam.

Trên cơ sở hành lang pháp lý nói trên, ngành du lịch Việt Nam đã có nhiều nỗ lực trong việc đầu tư, phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch, cũng như nhiều hoạt động thúc đẩy tạo tiền đề cho phát triển du lịch. Theo Tổng cục Du lịch, nguồn lực đầu tư, lực lượng doanh nghiệp và nhân lực du lịch ngày càng lớn mạnh; quy mô cơ sở lưu trú tăng từ 12.350 cơ sở năm 2010 lên 28.000 cơ sở năm 2018, đặc biệt cơ sở lưu trú cao cấp đạt 4-5 sao chiếm tỷ trọng ngày càng lớn; hệ thống điểm đến có quy mô tầm cỡ quốc gia và quốc tế đã hình thành với cơ sở cung cấp dịch vụ ngày càng đa dạng. Tính đến hết năm 2018, cả nước có hơn 1.800 doanh nghiệp lữ hành quốc tế; hơn 20.200 hướng dẫn viên, trong đó gần 12.300 hướng dẫn viên du lịch quốc tế, gần 8.000 hướng dẫn viên du lịch nội địa.

Bên cạnh đó, kết cấu hạ tầng đã có những bước tiến rõ rệt, góp phần quan trọng thu hút các nhà đầu tư nói chung, các nhà đầu tư vào lĩnh vực du lịch nói riêng. Cụ thể: nhiều dự án, công trình kết cấu hạ tầng được tập trung đầu tư, nhất là trong lĩnh vực giao thông đường bộ, hàng không, cấp điện, hạ tầng thông tin và truyền thông; một số công trình mới xây dựng đã tiếp cận được trình độ công nghệ tiên tiến của khu vực và thế giới. Bước đầu đã huy động được nguồn lực xã hội ngoài ngân sách nhà nước để đầu tư phát

* ThS., Trường Đại học Đồng Tháp | Email: ltktrieu@dtu.edu.vn

Ngày nhận bài: 26/07/2019; Ngày phản biện: 01/08/2019; Ngày duyệt đăng: 05/08/2019

triển kết cấu hạ tầng. Nhờ đó, các nhà đầu tư như: Sun Group, Vin Group, Mường Thanh Group, FLC, CEO Group, BIM Group và các nhà đầu tư lớn quốc tế đã hiện diện tại các địa bàn trọng điểm về phát triển du lịch, như: Phú Quốc, Khánh Hòa, Quảng Ninh, Đà Nẵng...

Để ngày càng hấp dẫn du khách, ngành du lịch đã phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch. Điển hình như: cụ thể hóa các dòng sản phẩm chủ đạo của du lịch Việt Nam, bao gồm: du lịch văn hóa, du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch thành phố, các sản phẩm du lịch cụ thể gắn với nhu cầu thị trường được hình thành ngày càng rõ nét, tiêu biểu là du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp; du lịch trải nghiệm, thụ hưởng các sản phẩm văn hóa đặc sắc Việt Nam; du lịch vui chơi, giải trí cao cấp, thông minh và du lịch khám phá sinh thái độc đáo.

Các địa phương có sự gắn kết chặt chẽ hơn. Sự hợp tác giữa cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp trong phát triển sản phẩm được đẩy mạnh. Năm 2018 cũng đã tổ chức thành công Năm Du lịch quốc gia 2018 - Quảng Ninh với chủ đề "Hạ Long - Di sản, Kỳ quan - Điểm đến thân thiện". Đây là một sự kiện văn hóa - kinh tế - xã hội và du lịch tiêu biểu quy mô quốc gia và tầm quốc tế, là cơ hội quan trọng để giới thiệu, quảng bá các giá trị văn hoá vật thể, phi vật thể, tài nguyên và sản phẩm du lịch đặc sắc của Việt Nam, thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến với Việt Nam, tạo sự phát triển đột phá về du lịch.

Bên cạnh đó, các hoạt động xúc tiến, quảng bá năm 2018 cũng được tăng cường với việc tổ chức thành công hai hội chợ du lịch quốc tế là VITM Hà Nội và ITE TP. Hồ Chí Minh; đón 19 đoàn famtrip, presstrip, blogger từ các thị trường trọng điểm đến khảo sát du lịch Việt Nam; tham gia 7 hội chợ du lịch quốc tế và tổ chức 14 chương trình giới thiệu du lịch Việt Nam tại Trung Quốc, Tây Âu, Bắc Âu, Canada - Mỹ, Nhật Bản... Ngoài ra, trong năm 2018, ngành du lịch đã tổ chức lễ vinh danh 85 doanh nghiệp du lịch hàng đầu Việt Nam năm 2017; Tổ chức Hội thảo quốc tế về phát triển du lịch đường bộ Việt - Trung, Hội thảo quốc tế về du lịch tàu biển, đẩy mạnh phối hợp liên ngành, liên vùng, ký kết thỏa thuận hợp tác với các đơn vị liên quan (Minh Anh, 2018).

Nhờ những nỗ lực nói trên, du lịch Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu nổi bật. Theo Tổng cục Du lịch, năm 2018, Việt Nam đón khoảng 15,6 triệu lượt khách quốc tế, tăng 2,7 triệu lượt khách so với năm ngoái và 80 triệu lượt khách nội địa, tăng hơn 6,8 triệu lượt khách so với cùng kỳ. Tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 620.000 tỷ đồng.

Riêng 6 tháng năm 2019, theo Tổng cục Du lịch, Việt Nam đón trên 8,4 triệu lượt khách quốc tế (tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2018); phục vụ 45,5 triệu lượt khách nội địa, trong đó có 22,9 triệu lượt khách lưu trú; tổng thu từ khách du lịch đạt 338.200 tỷ đồng (tăng 8,4% so với cùng kỳ năm 2018). Trong đó, các

thị trường khách quốc tế đến Việt Nam nhiều nhất là: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Nga... Có 400 doanh nghiệp được cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế mới; cấp mới 2.780 thẻ hướng dẫn viên; công nhận mới 38 cơ sở lưu trú 4-5 sao.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả đạt được, ngành du lịch Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế cần tập trung khắc phục, cụ thể như sau:

Một là, ứng dụng công nghệ trong phát triển du lịch của các doanh nghiệp còn hạn chế và thiếu đồng bộ. Hiện nay, mới chỉ có số ít doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam chủ động tiếp cận Cách mạng Công nghiệp 4.0, như: Vietravel, Vietrantour, Five Stars Travel... bắt đầu từ việc cơ bản - số hóa dữ liệu, bao gồm cập nhật thông tin tour tuyến, chương trình ưu đãi, hoạt động của doanh nghiệp lên website; ứng dụng công nghệ mới để tăng trải nghiệm của khách hàng; nâng cấp phần mềm điều hành tour; triển khai cổng thanh toán điện tử; thiết lập kênh tương tác trực tiếp với khách... (Trang Trần, 2017). Nhìn chung, đa số doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn trong triển khai, áp dụng công nghệ vào kinh doanh du lịch.

Hai là, nguồn nhân lực du lịch Việt Nam còn hạn chế cả về số lượng và chất lượng. Năm 2016, ngành du lịch tạo ra khoảng 900.000 việc làm trực tiếp, trong tổng số hơn 2,5 triệu việc làm liên quan đến du lịch (Nguyễn Văn Tuấn, 2018). Tuy nhiên, số lượng này chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn, nhất là đối với đội ngũ hướng dẫn viên du lịch và lao động nghề trực tiếp. Chất lượng nhân lực du lịch còn hạn chế kể cả đối với lao động nghề trực tiếp, quản lý doanh nghiệp và quản lý nhà nước về du lịch. Cơ chế quản lý nguồn nhân lực du lịch chưa đồng bộ.

Ba là, tính chuyên nghiệp khi xây dựng sản phẩm du lịch chưa được nâng cao. Sản phẩm du lịch Việt Nam vẫn chậm đổi mới, nghèo nàn, đơn điệu, thiếu đặc sắc, ít sáng tạo, còn trùng lặp giữa các vùng miền, giá trị gia tăng hàm chứa trong sản phẩm du lịch thấp, thiếu đồng bộ và thiếu liên kết trong phát triển sản phẩm du lịch giữa các vùng, miền.

Bốn là, công tác xúc tiến quảng bá còn nhiều hạn chế, chưa chuyên nghiệp, bài bản và hiệu quả; mới dừng ở quảng bá hình ảnh chung, chưa tạo được tiếng vang và sức hấp dẫn đặc thù cho từng sản phẩm, thương hiệu du lịch. Kinh phí nhà nước đầu tư còn hạn chế, chưa tạo được hiệu ứng kích cầu.

Năm là, việc phát triển du lịch với tốc độ cao chưa gắn với việc bảo vệ môi trường tại nhiều điểm, khu du lịch trên cả nước. Cùng với sự gia tăng về lượng khách, thì các chất thải từ hoạt động du lịch ngày một tăng nhanh trên phạm vi toàn quốc, nhất là ở các vùng trọng điểm phát triển du lịch; đa dạng sinh học, cảnh quan nhiều khu vực bị xâm hại nghiêm trọng. Theo Báo cáo Năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu năm 2017 của Diễn đàn Kinh tế thế giới, nhiều chỉ số liên quan môi trường của Việt Nam được xếp thấp, như: mức độ bền vững về môi trường; các quy định lỏng lẻo về môi trường; mức độ chất thải; nạn phá rừng; hạn chế về xử lý nước...

ĐỀ XUẤT

Chiến lược phát triển ngành du lịch Việt Nam đã đề ra mục tiêu đến năm 2020, ngành du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực. Chiến lược cũng đề ra mục tiêu đến năm 2020 thu hút được 17-20 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa; đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách du lịch đạt 35 tỷ USD; giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỷ USD; tạo ra 4 triệu việc làm, trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp.

Để đạt được mục tiêu nói trên, theo chúng tôi, trong thời gian tới, cần thực hiện có hiệu quả một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, tăng cường năng lực cơ quan quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương đến địa phương đủ mạnh đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn. Thực hiện quản lý theo quy hoạch gồm quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước, quy hoạch phát triển du lịch theo các vùng, địa

phương, quy hoạch các khu du lịch tổng hợp và khu du lịch chuyên đề để tập trung thu hút đầu tư phát triển theo hướng bền vững.

Đồng thời, trước khi phát triển ngành, lĩnh vực khác, Nhà nước cần có những đánh giá tác động đối với ngành du lịch, để từ đó có sự lựa chọn ưu tiên phát triển ngành nào dựa trên tiềm năng, lợi thế của từng địa phương.

Thứ hai, nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch. Xây dựng chiến lược phát triển du lịch tổng thể, thống nhất và tăng cường công tác xã hội hóa nhằm huy động mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển du lịch một cách chủ động và toàn diện, phối hợp hoạt động với các ngành kinh tế khác, cải cách phương thức quản lý du lịch chuyên nghiệp, hiệu quả và thủ tục quản lý đơn giản, chặt chẽ...

Đẩy mạnh hợp tác song phương, đa phương về du lịch, khai thác triệt để các thế mạnh liên kết với các nước để đa dạng hóa sản phẩm du lịch, ví dụ tuyến hành lang Đông Tây với các tour du lịch 3 nước Việt Nam - Lào - Campuchia hay Việt Nam - Lào - Thái Lan... Tập trung xây dựng một vài điểm đến có chất lượng đẳng cấp quốc tế, sản phẩm du lịch tại điểm đến đa dạng, các chuỗi liên kết và dịch vụ du lịch đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế song song với việc bảo tồn và phát triển các điểm đến du lịch lịch sử.

Thứ ba, đào tạo và cải thiện nguồn nhân lực du lịch. Chính phủ cần sớm hoàn thiện hệ thống chính sách và các cơ chế quản lý về phát triển nhân lực, nhằm tạo điều kiện thuận lợi và thúc đẩy công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch bảo đảm thống nhất, chất lượng, hiệu quả, được thừa nhận và đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch trên phạm vi cả nước và hội nhập khu vực.

Các trường học và doanh nghiệp cần trang bị cho nhân lực du lịch một cách bài bản nhất những kiến thức về hội nhập, giới về ngoại ngữ, tin học văn phòng, nghiệp vụ du lịch, am hiểu thị trường, luật pháp quốc tế...

Thứ tư, xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch. Cụ thể cần: xây dựng chiến lược thương hiệu du lịch Việt Nam nằm trong Chiến lược marketing du lịch Việt Nam; xây dựng hình ảnh du lịch quốc gia dựa trên nền tảng văn hoá và tiềm năng thiên nhiên đa dạng để khẳng định thương hiệu của du lịch Việt Nam.

Cùng với việc thiết lập văn phòng đại diện du lịch quốc gia ở những thị trường trọng điểm và tiềm năng và hình thành mạng lưới trung tâm thông tin du lịch tại các thành phố, trung tâm du lịch lớn ở trong nước để thúc đẩy quảng bá thương hiệu du lịch Việt Nam, ngành du lịch cũng cần thúc đẩy quảng bá thương hiệu du lịch Việt Nam ở nước ngoài thông qua sự hiện diện thường xuyên của du lịch Việt Nam tại các hội chợ, hội nghị, hội thảo du lịch quốc tế.

Thứ năm, khai thác du lịch gắn với bảo vệ môi trường. Cụ thể: bên cạnh việc tiếp tục xây dựng các chiến lược ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường, ngành du lịch cần xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành từ Trung ương đến địa phương để tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước trong bảo vệ

môi trường du lịch. Trong đó, cần tập trung vào các nội dung như: Tăng cường các biện pháp quản lý, bảo vệ môi trường để phòng ngừa, ngăn chặn các nguồn gây ô nhiễm mới; Kiểm soát nguồn ô nhiễm, suy thoái môi trường từ các hoạt động phát triển kinh tế có ảnh hưởng môi trường tại các khu, điểm du lịch, như: xây dựng, phát triển công nghiệp, khai thác khoáng sản, giao thông vận tải, nuôi trồng thủy, hải sản, sản xuất ở các làng nghề; Thực hiện các chương trình bảo vệ, phát triển rừng, bảo vệ các hệ sinh thái và đa dạng sinh học; thực hiện tốt việc bảo tồn diện tích rừng nguyên sinh, bảo vệ rừng đặc dụng; đẩy mạnh việc trồng rừng ngập mặn ven biển, rừng phòng hộ chắn sóng, chắn cát, nhất là ở các vùng xung yếu rủi ro cao trước tác động của biến đổi khí hậu, nhất là đối với các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long...

Thứ sáu, phát triển thị trường, xúc tiến quảng bá và thương hiệu du lịch. Cụ thể là:

- Tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch; 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 đến từ Đông Bắc Á, Đông Nam Á và Thái Bình Dương; Tây Âu; Bắc Âu; Bắc Mỹ và Đông Âu...

- 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.

- Tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở thương hiệu du lịch vùng, địa phương, doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm; chú trọng phát triển những thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để đảm bảo hiệu ứng thống nhất.

Thứ bảy, phát triển du lịch gắn với xu hướng 4.0 hiện nay. Cụ thể là:

- Đẩy mạnh số hóa công tác quản lý ngành du lịch, phát triển chính quyền điện tử hướng tới du lịch bền vững, trong đó lấy nhu cầu của khách du lịch, người dân và doanh nghiệp làm trung tâm. Đối mới phương thức quản lý điểm đến kết hợp số hóa chia sẻ và làm giàu dữ liệu điểm đến nhằm phát huy nội hàm văn hóa, giá trị gia tăng về du lịch, cải thiện yếu tố môi trường và hạ tầng phục vụ du lịch.

- Đối mới hoạt động quảng bá xúc tiến, áp dụng công nghệ số và thiết bị số tiên tiến. Tạo điều kiện cho doanh nghiệp hợp tác công - tư, phát triển trên nền tảng số hóa nhằm nâng cao giá trị gia tăng trong việc cung cấp dịch vụ du lịch. Đồng thời, để khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào phát triển du lịch thông minh, Nhà nước nên có những chính sách kiến tạo môi trường để các doanh nghiệp trong nước có đủ thời gian lớn mạnh, tích lũy nguồn lực, đổi mới công nghệ và cạnh tranh hiệu quả với các doanh nghiệp nước ngoài.

- Xây dựng mô hình ứng dụng công nghệ thông tin, trong đó có cơ sở dữ liệu nền văn hóa du lịch (bản đồ, metadata, du khách, cơ sở du lịch, các địa phương, Tổng cục Du lịch...).

- Quảng bá tích hợp toàn ngành du lịch và bám sát thông tin phản hồi của thị trường; tích hợp và minh bạch thông tin về điểm đến, lưu trú, lữ hành và nguồn nhân lực du lịch giữa doanh nghiệp, địa phương và Trung ương. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Du lịch (2018). *Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam năm 2018*
2. Tổng cục Du lịch (2019). *Báo cáo Hội nghị Sơ kết công tác 6 tháng đầu năm và triển khai nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2019*, ngày 4/7/2019
3. Diễn đàn Kinh tế thế giới (2018). *Báo cáo Năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu năm 2017*
4. Nguyễn Văn Tuấn (2018). Du lịch Việt Nam 2018: Cơ cấu lại ngành Du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, phát triển bền vững, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 2, tháng 01/2018
5. Đặng Thị Thúy Duyên (2019). Để du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 20, tháng 7/2019
6. Minh Anh (2018). *Du lịch Việt Nam 2018: Bên cạnh những niềm vui có cả buồn đau*, truy cập từ <https://vov.vn/du-lich/du-lich-viet-nam-2018-ben-canhh-nhung-niem-vui-co-ca-buon-dau-858142.vov>
7. Anh Nguyễn (2019). *Tại sao tăng trưởng gần 20% nhưng du lịch Việt Nam vẫn thua xa Thái Lan, Malaysia?*, truy cập từ <https://baotintuc.vn/du-lich/tai-sao-tang-truong-gan-20-nhung-du-lich-viet-nam-van-thua-xa-thai-lan-malaysia-20190516073513107.htm>
8. Trang Trần (2017). *Du lịch Việt thời 4.0*, truy cập từ <http://kinhtevadubao.vn/chi-tiet/100-8892-du-lich-viet-thoi-4-0.html>