

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”



**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

-----*.*.*-----

HỘI THẢO

DU LỊCH VỚI TĂNG TRƯỞNG VÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ VIỆT NAM

Hà Nội, tháng 11/2018



**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

MỤC LỤC

STT	NỘI DUNG	TRANG
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		
21.		
22.		
23.		
24.		
25.		
26.		



**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

VAI TRÒ CỦA DU LỊCH TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI



TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH VIỆT NAM ĐẾN PHÁT TRIỂN KINH TẾ

*Trần Thị Kim Thu (xem lại tên)
Tổng cục Thống kê*

Ngày nay du lịch đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu được trong đời sống xã hội và hầu hết các quốc gia trên thế giới đều xác định du lịch là một trong những ngành kinh tế quan trọng, đóng góp đáng kể và hiệu quả vào sự nghiệp phát triển kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa của đất nước. Du lịch phát triển với tốc độ ngày càng nhanh trên phạm vi toàn thế giới. Số lượng người tham gia vào các chuyến đi du lịch quốc tế tăng lên một cách đáng kể. Từ những năm 1950 trên thế giới mới có khoảng 25,3 triệu lượt người thì theo dự báo của UNWTO đến năm 2020 sẽ lên khoảng 1,6 tỷ người đi du lịch.

Xét về góc độ kinh tế thì nguồn thu nhập ngoại tệ từ du lịch quốc tế của nhiều nước ngày càng lớn. Trong vòng 30 năm (1960 - 1991) thu nhập từ du lịch của thế giới đã tăng lên khoảng 38 lần, từ 6,8 tỷ USD năm 1960 lên 102 tỷ USD năm 1980, tới 260 tỷ USD năm 1991 và 423 tỷ USD vào năm 1996. Tiếp theo 20 năm sau đó (từ 1996 – 2016) thu nhập du lịch toàn cầu đã tạo ra khoảng 7,6 nghìn tỷ USD (gấp 18 lần), chiếm 10,2% GDP toàn cầu và 292 triệu việc làm tương đương với 1 trong 10 việc làm trong nền kinh tế toàn cầu. Thu nhập của du lịch cũng chiếm 6,6% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu và gần 30% tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ. Tăng trưởng GDP du lịch được Hội đồng du lịch và lữ hành thế giới (WTTC) đánh giá kỳ vọng sẽ tăng 3,8% trong năm 2017 so với mức 3,1% trong năm 2016.

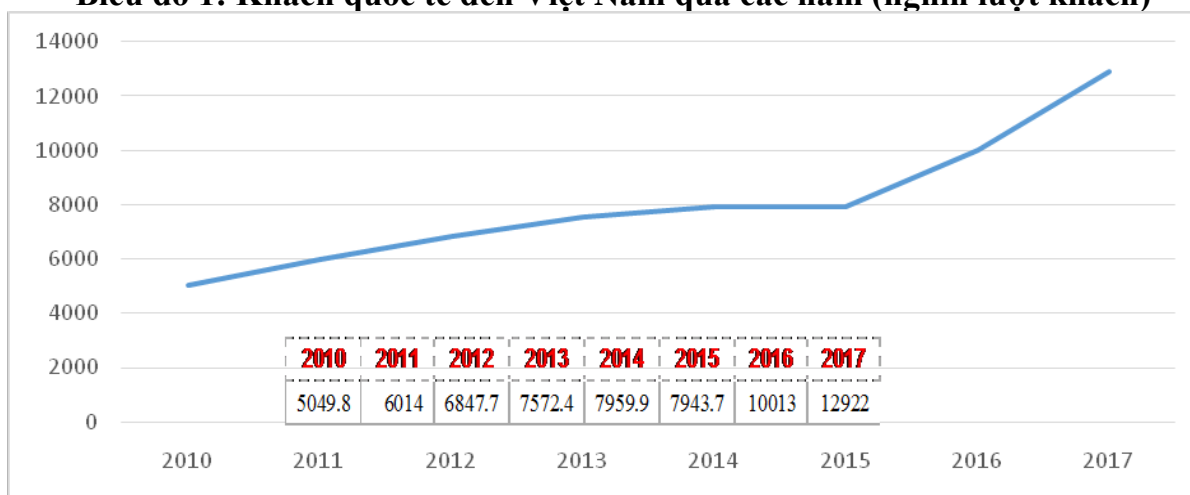
Ngành Du lịch phát triển sẽ kéo theo sự phát triển của một loạt các ngành khác như vận tải, bưu điện, thương nghiệp, tài chính, các hoạt động phục vụ sinh hoạt cá nhân, các dịch vụ phục vụ nhu cầu giải trí, các hoạt động văn hoá thể thao... Mặt khác, hoạt động du lịch còn có tác dụng tăng cường các mối quan hệ xã hội, tình hữu nghị và sự hiểu biết lẫn nhau giữa các dân tộc, các quốc gia.

Ở Việt Nam số lượng khách du lịch quốc tế đến ngày càng tăng. Tốc độ khách quốc tế đến Việt Nam tăng trung bình khoảng 12,4% (kể từ năm 2000 đến 2017). Đến năm 2018 du lịch vẫn tiếp tục đà tăng trưởng. Chỉ tính riêng 8 tháng đầu năm số lượt khách quốc tế đến Việt Nam là 10,404 triệu lượt khách, tăng 22,8% so với cùng kỳ năm 2017. Mặc dù số lượng khách du lịch tăng lên qua các năm như vậy nhưng mức độ chi tiêu đối với một khách thay đổi không đáng kể so với các năm, thậm chí chi tiêu bình quân một lượt khách năm 2017 thấp hơn năm 2013 là 2,4 USD. Kết quả điều tra chi tiêu của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2017: chi tiêu trung bình một lượt khách quốc tế là 1.141,5 USD. Trong đó, chi cho thuê phòng, ăn uống và đi lại tại Việt Nam là

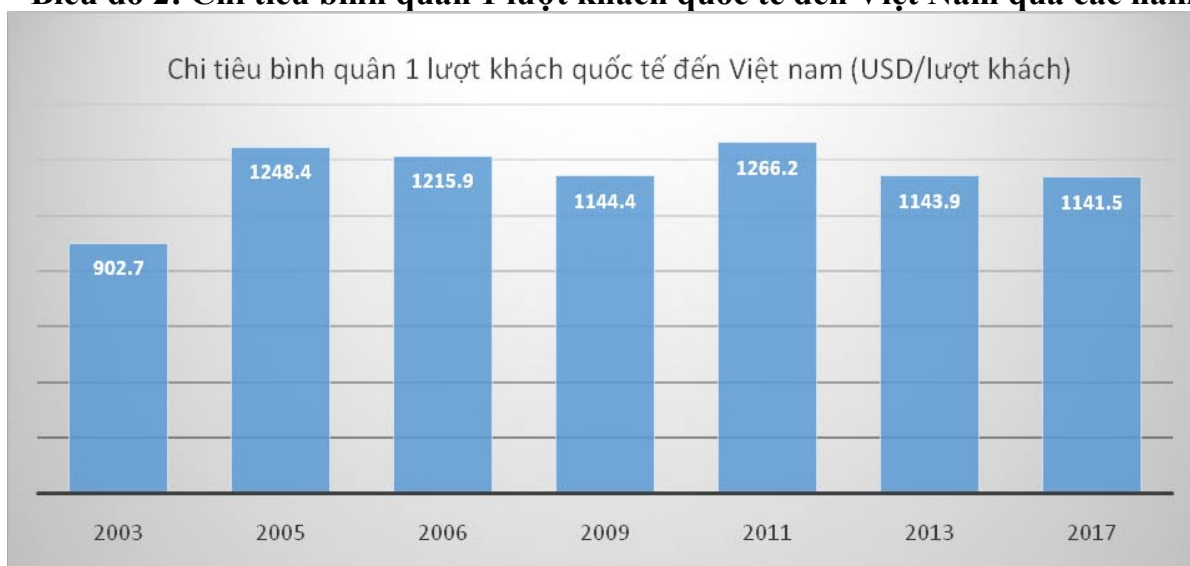
Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

803,7 USD, chiếm tới 70,4% tổng số tiền tiếp đến chi mua hàng hóa là 135,4 USD, chiếm 11,9%; chi thăm quan là 99,6 USD, chiếm 8,7%, chi cho vui chơi giải trí là 36,7 USD, chiếm 3,2%, chi cho y tế là 10,1 USD, chiếm 0,9% và chi khác là 56 USD, chiếm 4,9%.

Biểu đồ 1: Khách quốc tế đến Việt Nam qua các năm (nghìn lượt khách)



Biểu đồ 2: Chi tiêu bình quân 1 lượt khách quốc tế đến Việt Nam qua các năm



So sánh với một số nước trong khu vực Đông Nam Á, chi tiêu bình quân một lượt khách quốc tế đến Việt Nam năm 2017 là 1.141,5 USD/lượt khách cao hơn Singapore (1.100,0 USD/lượt khách) và Lào (532,0 USD/lượt khách); bằng với Indonexia; thấp hơn Thái Lan (1.425,0 USD/lượt khách). Xét về cơ cấu chi tiêu, khách quốc tế đến Việt Nam chỉ chi 11,8% tổng chi tiêu cho mua sắm thấp hơn tại Thái Lan là 25% và tại Singapore là 18%, chi cho vui chơi giải trí tại nước ta là 3,2% thấp hơn tại Thái Lan là 10%.

Đối với khách du lịch nội địa ở Việt Nam thì con số này cũng khá lớn. Năm 2016 khách du lịch nội địa đạt 62 triệu lượt khách, đến năm 2017 con số này là 73,2 triệu lượt khách, tăng 18,1 % so với năm 2016 (nguồn TCDL). Về chi tiêu của khách du lịch nội địa thì năm 2017 chi tiêu bình quân 1 lượt khách là 3,9 triệu đồng/ lượt khách (kết quả điều tra chi tiêu du lịch 2017).

Để đánh giá một cách đầy đủ vai trò và tác động của du lịch đến sự phát triển của nền kinh tế, UNWTO đã dựa vào Tài khoản vệ tinh du lịch (TSA). Đây chính là phương pháp đo lường chính xác đáng tin cậy nhất về vai trò của du lịch trong nền kinh tế. Khái niệm TSA dựa trên các nguyên tắc của Tài khoản Quốc gia, một khung thống kê tổng hợp đo lường sản lượng quốc gia từ đóng góp của mỗi ngành đối với hoạt động kinh tế. TSA được xây dựng bằng cách mở rộng hệ thống Tài khoản Quốc gia để ước tính tầm quan trọng kinh tế của du lịch. TSA dựa trên các bảng đầu vào /đầu ra (bảng IO) để đo lường hoạt động của các nhà sản xuất và người mua hàng hóa và dịch vụ trong các lĩnh vực kinh tế. Từ TSA, có thể đánh giá mức tiêu thụ và sản lượng du lịch và ước tính giá trị gia tăng của ngành du lịch trong nền kinh tế của một quốc gia.

Theo WTTC thì du lịch tác động đến nền kinh tế dưới các hình thức là: Tác động trực tiếp (direct), gián tiếp (indirect) và gây ra (induce) của một đất nước cũng như tạo cơ hội việc làm.

1. Đóng góp trực tiếp của du lịch (direct tourism contribution)

Đóng góp trực tiếp của Du lịch vào GDP phản ánh các khoản chi tiêu trực tiếp của khách du lịch nước ngoài đến (xuất khẩu du lịch); chi tiêu của khách du lịch trong nước và chi tiêu cá nhân của chính phủ về dịch vụ du lịch liên quan trực tiếp đến du khách, chẳng hạn như dịch vụ văn hóa (ví dụ như bảo tàng) dịch vụ giải trí (ví dụ như vườn quốc gia).

Đóng góp trực tiếp của du lịch bao gồm các hoạt động sau:

1.1. Chi tiêu của khách du lịch

- Đi lại
- Lưu trú
- Ăn uống
- Vui chơi giải trí

1.2. Hoạt động của các ngành

- Dịch vụ lưu trú, khách sạn
- Dịch vụ nhà hàng
- Bán lẻ hàng hóa
- Dịch vụ vận chuyển
- Dịch vụ văn hóa, thể thao, vui chơi giải trí

2. Đóng góp gián tiếp của du lịch (indirect tourism contribution)

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

- Đóng góp gián tiếp của du lịch được xem như là các khoản chi về đầu tư cho cả hiện tại và tương lai và bao gồm 3 yếu tố sau:

+ *Vốn đầu tư*: Bao gồm chi phí đầu tư vốn của tất cả các ngành trực tiếp tham gia vào dịch vụ du lịch như hoạt động mua phương tiện vận tải mới; xây dựng khách sạn, nhà hàng mới....

+ *Chi tiêu công của chính phủ* giúp cho hoạt động du lịch & quảng bá theo nhiều cách khác nhau vì nó được thực hiện thay mặt cho mua bán hàng hóa và dịch vụ trong nước theo các ngành kinh doanh trực tiếp với khách du lịch như đầu tư kinh phí xúc tiến, quảng bá du lịch, chi phí cho công tác quản lý nhà nước chung, chi phí cho phục vụ an toàn an ninh, vệ sinh môi trường...

+ *Chi cho cung ứng - cung cấp*: Chi phí do các đơn vị, cơ sở cung cấp dịch vụ mua sắm trong nước đối với hàng hóa, dịch vụ để phục vụ khách du lịch như mua sắm thực phẩm, dịch vụ giặt là trong khách sạn, chi phí mua xăng dầu, dịch vụ cho hàng không, dịch vụ tin học, kết nối mạng trong các hãng lữ hành...

3. Đóng góp của du lịch do phát sinh thêm

Đóng góp của du lịch do phát sinh thêm là các khoản do hoạt động du lịch gây lên mà có ngoài các khoản đóng góp trực tiếp và gián tiếp kể trên. Đây là khoản chi tiêu cá nhân của đội ngũ, lực lượng lao động tham gia cả trực tiếp và gián tiếp vào ngành du lịch quản lý nhà nước và cơ sở cung cấp dịch vụ, ăn uống khách sạn... hay lữ hành. Cụ thể bao gồm các khoản chi sau:

- Chi mua lương thực, thực phẩm đồ uống
- Chi nhà ở
- Chi mua quần áo giày dép..
- Chi mua đồ dùng gia đình
- Chi vui chơi giải trí.

Ở Việt nam, mặc dù chưa xây dựng được tài khoản vệ tinh du lịch nhưng qua các cuộc điều tra hàng năm của Tổng cục Thống kê về doanh nghiệp, hộ cá thể, điều tra dân số, lao động việc làm, điều tra chi tiêu của khách du lịch.... và chế độ báo cáo của Cục Xuất nhập cảnh, chế độ báo cáo của các doanh nghiệp khách sạn nhà hàng, doanh nghiệp lữ hành... Đây là nguồn số liệu có thể tính toán được mức độ đóng góp cho nền kinh tế như đóng góp vào tổng giá trị GDP, đóng góp lao động việc làm, đầu tư....

4. Tổng giá trị GDP Việt Nam và đóng góp của du lịch

Năm 2017, quy mô GDP theo giá hiện hành đạt gần 5.006 nghìn tỷ đồng; GDP bình quân đầu người đạt 53,4 triệu đồng, tương đương 2.389USD, tăng 174USD so với năm 2016. Về cơ cấu GDP năm 2017, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm tỷ trọng 15,34%; khu vực công nghiệp và xây dựng chiếm 33,40%; khu vực dịch vụ chiếm 41,26%; thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm chiếm 10,0% (cơ cấu tương ứng của năm 2016 là 16,32%; 33,72%; 40,92%; 10,04%).

Bảng 1: Đóng góp trực tiếp của du lịch tới GDP

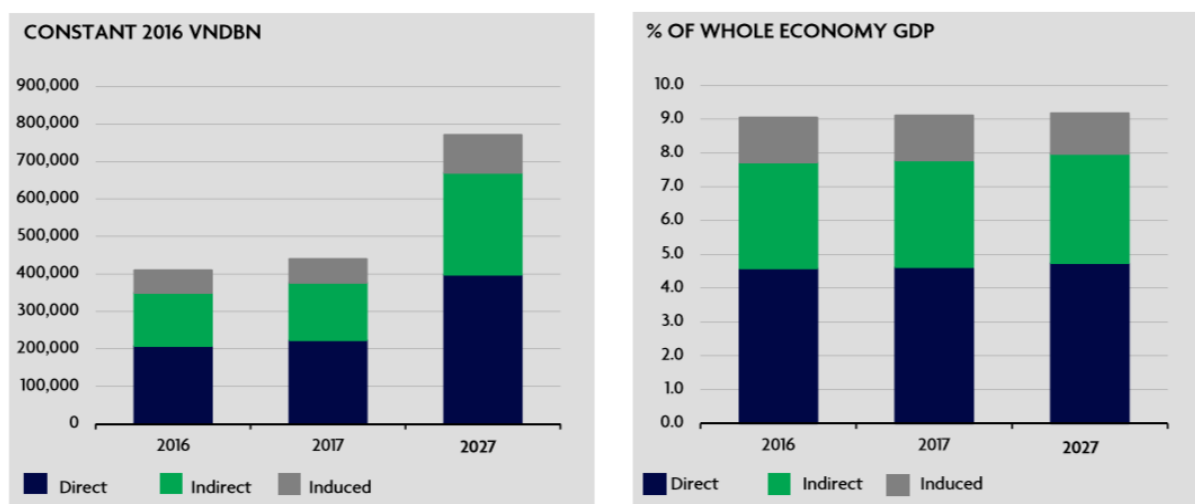
Năm	Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	GDP (nghìn tỷ đồng)	Tỉ lệ % du lịch chiếm trong GDP
2000	17,40	441,6	3.9
2001	20,50	481,3	4.3
2002	23,00	535,8	4.3
2003	22,00	613,4	3.6
2004	26,00	715,3	3.6
2005	30,00	914,0	3.3
2006	51,00	1061,6	4.8
2007	56,00	1246,8	4.5
2008	60,00	1616,0	3.7
2009	68,00	1809,1	3.8
2010	96,00	2157,8	4.4
2011	130,00	2779,8	4.7
2012	160,00	3245,4	4.9
2013	200,00	3854,3	5.2
2014	230,00	3937,8	5.8
2015	337,83	4192,9	8.1
2016	400,00	4502,7	8.9
2017	510,90	5006,0	10.2

Nguồn: Báo cáo của Tổng cục Thống kê giai đoạn 2000 - 2017

Theo báo cáo của WTTC thì trong năm 2016 đóng góp trực tiếp của Du lịch vào GDP của Việt Nam là 207.798,0 tỷ đồng (tương đương 9,3 tỷ USD), chiếm 4,6% tổng GDP năm 2016 và dự báo tăng 7,5% trong năm 2017 và tăng trung bình 6,0%/năm, cho giai đoạn 2017 - 2027.

Xét về tổng giá trị đóng góp của du lịch (gồm đóng góp trực tiếp, gián tiếp và phát sinh thêm) thì trong năm 2016 tổng đóng góp của Du lịch vào GDP của Việt Nam là 420.008,0 tỷ đồng (tương đương 18,4 tỷ đô la Mỹ), chiếm 9,1% GDP và dự báo tăng 7,4% trong năm 2017 và đến năm 2027 doanh thu du lịch đạt 770.786,0 tỷ đồng (34,6 tỷ USD) chiếm 9,2% GDP.

VIETNAM: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



5. Xuất khẩu du lịch

Ngành Du lịch được coi như một ngành xuất khẩu tại chỗ. Nó được đo bằng mức chi tiêu của khách nước ngoài đến, bao gồm chi cho đi lại, lưu trú, ăn uống, mua hàng hóa và các khoản chi dịch vụ vui chơi giải trí khác.

Bảng 2: Xuất nhập khẩu du lịch trực tiếp qua các năm

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Sơ bộ 2017
Giá trị xuất khẩu du lịch (Tỷ USD)	4.45	5.71	6.85	7.25	7.41	7.35	8.5	8.89
Tổng giá trị xuất khẩu (Tỷ USD)	72.237	96.906	114.529	132.033	150.217	162.017	176.581	214.019
Đóng góp của xuất khẩu du lịch so với tổng giá trị xuất khẩu (%)	6.2	5.9	6.0	5.5	4.9	4.5	4.8	4.2

Năm 2017, xuất khẩu dịch vụ đạt 13,1 tỷ USD, tăng 4,9% so với năm 2016, trong đó xuất khẩu du lịch ước tính đạt 8,9 tỷ USD, chiếm 67,8% tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ và du lịch, tăng 4,6%.

Theo WTTC năm 2016 xuất khẩu du lịch trực tiếp của Việt Nam đạt 181.411,0 tỷ đồng (tương đương 8,291 tỷ USD) chiếm 4,5% tổng giá trị xuất khẩu cả nước. Dự kiến tăng 7,0% trong năm 2017 và đạt mức 368.679,0 tỷ đồng (16,540 tỷ USD) vào năm 2027, chiếm 3,8% tổng giá trị xuất khẩu.

6. Về tạo việc làm

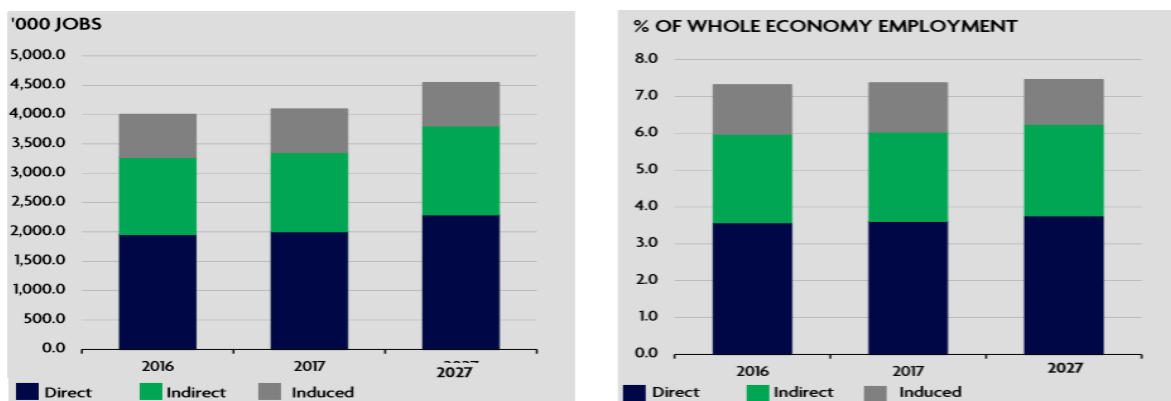
Theo WTC thì trong năm 2016, du lịch Việt Nam đã trực tiếp tạo ra 1,959 triệu lao động (chiếm 3,6% tổng số việc làm). Điều này dự kiến sẽ tăng thêm

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

2,5% trong năm 2017 và tăng 1,3%/năm lên 2,295 triệu lao động vào năm 2027 (chiếm 3,8% tổng số việc làm).

Xét về mặt tổng số, trong năm 2016, tổng đóng góp của Du lịch đối với việc làm, bao gồm cả việc làm gián tiếp từ các ngành khác là 4.003.000 lao động chiếm 7,3% tổng số lao động. Con số này dự kiến sẽ tăng 2,3% trong năm 2017 đạt 4.095.000 lao động và tăng 1,0% lên 4.544.000 lao động trong năm 2027 (chiếm 7,5% tổng số).

VIETNAM: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



7. Đầu tư du lịch

Cũng theo báo cáo của WTTC, năm 2016 tổng vốn đầu tư của Việt Nam cho du lịch là 121.565,0 tỷ đồng, (tương đương 5,5 tỷ USD), chiếm 9,9% tổng vốn đầu tư. Con số này sẽ tăng 6,9% trong năm 2017 và tăng trung bình 6,9%/năm trong 10 năm tới lên 253,445,0 tỷ đồng (tương đương 11,4 tỷ đô la) vào năm 2027./.

ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU TẠI CHỖ THÔNG QUA DU LỊCH

TS. Nguyễn Văn Lưu

Tóm tắt: Trong lý luận thương mại quốc tế, xuất khẩu là là việc bán hàng hóa và dịch vụ cho nước ngoài qua biên giới hoặc tại chỗ. Theo đó, việc đón khách quốc tế vào du lịch của một điểm đến được coi là xuất khẩu tại chỗ, vì hàng hóa và dịch vụ được bán cho người ngoài nước tại nơi đón khách để thu ngoại tệ. Tham luận này đề cập đến xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, khái quát vai trò, tính chuyên biệt và thực trạng của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam.

Từ khóa: Xuất khẩu, Xuất khẩu tại chỗ; Quy mô xuất khẩu tại chỗ qua du lịch; Vai trò và tính chuyên biệt của xuất khẩu tại chỗ qua du lịch; Năng lực xuất khẩu tại chỗ qua du lịch.

1. Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch - bộ phận quan trọng của xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ

1.1. Những khái niệm chính liên quan

1) **Xuất khẩu:** Xuất khẩu là hoạt động cơ bản trong kinh tế đối ngoại, động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Trong các từ điển phổ thông và từ điển kinh tế học, xuất khẩu được quan niệm là hoạt động bán hàng hóa hoặc dịch vụ ra nước ngoài để tiêu dùng ở nước ngoài. Bách khoa toàn thư mở (Wikipedia) cho rằng: “*Xuất khẩu trong lý luận thương mại quốc tế là việc bán hàng hóa và dịch vụ cho nước ngoài*”. Theo điều 28, mục 1, chương 2 Luật Thương mại Việt Nam, thì xuất khẩu hàng hóa là việc đưa hàng hóa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng. Xuất khẩu hữu hình là xuất khẩu hàng hóa, còn xuất khẩu vô hình là xuất khẩu dịch vụ. Phương thức lưu chuyển hàng hóa trong phạm vi biên giới quốc gia nhưng thu được ngoại tệ được coi là xuất khẩu tại chỗ.

2) **Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch:** Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch có thể hiểu là quá trình bán hàng hoá và dịch vụ cho khách du lịch quốc tế vào (còn gọi là khách du lịch quốc tế đến), thu ngoại tệ trực tiếp hoặc đồng nội tệ được quy đổi, trong phạm vi lãnh thổ nước đón khách du lịch. Quy mô xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, hay dung lượng thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, có thể tính bằng số lượt khách quốc tế và kim ngạch xuất khẩu tại chỗ. Thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch có thể phân khúc theo tiêu chí: thị trường gửi khách, mục đích chuyến đi, phương tiện khách sử dụng để đến quốc gia, vùng lãnh thổ là điểm điểm đến du lịch, đặc điểm nguồn khách...

1.2. Vai trò của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

1) *Mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm:* Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch gồm xuất khẩu dịch vụ, hàng ăn uống, hàng lưu niệm, hàng tiêu dùng... Những mặt hàng này rất khó xuất khẩu thông thường. Để phục vụ khách quốc tế, còn cần hàng hóa, dịch vụ của ngành thủ công mỹ nghệ, giao thông vận tải, ngân hàng, bảo hiểm, thương mại, y tế, thông tin, văn hoá... Qua đó, các ngành này cũng xuất khẩu tại chỗ được sản phẩm của mình. Việc đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật du lịch cũng là xuất khẩu gián tiếp nguyên vật liệu (sắt, thép, xi măng, cát, gạch, sỏi đá, cây cảnh...) và sức lao động. Vì vậy, xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch sẽ mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm của nhiều ngành khác.

2) *Đa dạng hoá các hoạt động xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ:* Phát triển du lịch quốc tế, hay xuất khẩu tại chỗ qua du lịch, kéo theo sự phát triển các ngành khác. Khi một nơi trở thành điểm đến du lịch, khách đổ về sẽ làm cho nhu cầu về hàng hoá, dịch vụ tăng lên. Thông qua mối quan hệ liên ngành, xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch làm biến đổi, chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Hơn nữa, các hàng hoá, vật tư cho du lịch đòi hỏi phải có chất lượng cao, phong phú về chủng loại, hình thức đẹp, hấp dẫn cũng là yêu cầu và động lực nâng cao chất lượng phát triển của các ngành cung cấp vật tư, hàng hoá cho du lịch, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá các ngành liên quan.

3) *Góp phần giữ ổn định hoạt động xuất khẩu:* Do xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch được thực hiện ngay tại nước mà khách đến du lịch, do đó hàng hoá, dịch vụ được xuất khẩu không phụ thuộc nhiều vào các chính sách nhập khẩu của nước gửi khách. Nhiều sản phẩm khó xuất khẩu thông thường lại dễ dàng xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch có thể giảm thiểu rủi ro, giữ được sự bình ổn tương đối trước biến động về nhu cầu. Vì vậy, xuất khẩu tại chỗ qua du lịch góp phần giữ được ổn định hoạt động xuất khẩu nói chung.

4) *Nâng cao năng lực và chất lượng xuất khẩu:* Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch phải sử dụng các dịch vụ kinh doanh và dịch vụ hỗ trợ kinh doanh khác. Các nhà cung cấp dịch vụ xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch phải đảm bảo chất lượng của các dịch vụ mà họ cung cấp. Các chính sách, quy định và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch được thực hiện thông qua sự hợp tác chặt chẽ, thường xuyên và liên tục giữa khu vực tư nhân và Nhà nước. Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các dịch vụ du lịch là nguồn lực của sự tăng trưởng du lịch, tạo cơ hội phát triển bền vững xuất khẩu tại chỗ..

1.3. Tính chuyên biệt của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch quốc tế

1) *Sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch đa dạng, phong phú, gắn kết chặt chẽ với nhau:* Sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch là sự kết hợp các loại dịch vụ mà các nhà cung cấp dịch vụ liên quan của nhiều ngành nghề, nhiều bộ phận. Từ vận chuyển đến khách sạn, nhà hàng, từ cơ sở vui chơi giải

trí đến các cơ sở cung cấp các dịch vụ hỗ trợ như điện, nước, bưu chính viễn thông, y tế, ngân hàng, văn hoá hay nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, xây dựng... đều đóng vai trò quan trọng vào việc cung cấp gói sản phẩm cho du khách. Các sản phẩm đa dạng đó và gắn kết chặt chẽ với nhau thành chuỗi giá trị. Chỉ một mắt xích không đáp ứng yêu cầu của khách thì sức hấp dẫn của một điểm du lịch (một địa phương, một vùng, một quốc gia) sẽ giảm rõ rệt và ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu quả xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

2) *Nhiều nhóm ngành nghề tham gia hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch:* Tham gia xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch có nhiều chủ thể, có thể chia thành bốn nhóm chính: 1) Nhóm các cơ sở mà hầu như toàn bộ hoạt động chỉ phục vụ du lịch, đáp ứng trực tiếp nhu cầu của khách quốc tế, gồm các hãng lữ hành, đại lý du lịch, cơ sở lưu trú, nhà hàng du lịch, cơ sở vận chuyển chuyên ngành du lịch, điểm thông tin du lịch, các quầy kios tại các điểm du lịch và khu du lịch...; 2) Nhóm các cơ sở mà một phần hoạt động phục vụ du lịch, nhưng đáp ứng trực tiếp nhu cầu của khách quốc tế, như cơ sở giao thông, bưu điện, nhà hàng, quán ăn, điểm bán hàng, thiết chế văn hoá, thể thao, quỹ tiết kiệm, quầy đổi tiền, các cơ sở bảo hiểm...; 3) Nhóm các cơ sở mà hầu như toàn bộ hoạt động chỉ phục vụ du lịch, nhưng đáp ứng gián tiếp nhu cầu của khách quốc tế, như cơ sở sản xuất đồ lưu niệm, vật dụng và ấn phẩm liên quan tới du lịch, các thiết bị lều, trại, trang thiết bị phục vụ khách du lịch...; và 4) Nhóm các cơ sở mà chỉ một phần hoạt động phục vụ du lịch, đáp ứng gián tiếp nhu cầu của khách quốc tế, như cơ sở cung cấp nước, lương thực, thực phẩm, công nghiệp nhẹ... Muốn hay không, các cơ sở này phải tự phối hợp hoặc được phối hợp với nhau để đáp ứng đòi hỏi của khách. Tính tổng hợp của sản phẩm du lịch càng cao thì các chủ thể tham gia vào hoạt động xuất khẩu càng nhiều và phối hợp càng phải chặt chẽ.

3) *Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch mang tính thời vụ:* Tài nguyên du lịch tự nhiên là bộ phận hợp thành quan trọng của tài nguyên du lịch thường bị ảnh hưởng của điều kiện tự nhiên, mang tính thời vụ rõ rệt. Sự thay đổi thời tiết, sự vận động của mặt trời và mặt trăng, sự thay đổi của các mùa trong năm đều dẫn đến sự thay đổi về giá trị thưởng thức, tăng hoặc giảm sức hấp dẫn du khách, hình thành tính thời vụ trong du lịch. Vì thế, hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch có mùa thấp điểm và mùa cao điểm, thể hiện rõ nhất với loại hình du lịch cuối tuần, du lịch nghỉ biển, nghỉ hè, nghỉ đông...

4) *Quyền sở hữu sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch không bị dịch chuyển:* Trong xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, đối tượng được mua - bán phần lớn dưới dạng dịch vụ. Người mua, ở đây là khách quốc tế, chỉ có quyền sử dụng sản phẩm du lịch trong thời gian đã định và tại địa điểm nhất định, chứ không có quyền sở hữu sản phẩm. Nói một cách chính xác là khách du lịch quốc tế không có quyền sở hữu vĩnh viễn các tiện nghi, cơ sở vật chất kỹ thuật tạo ra

sản phẩm đó. Đây là đặc điểm khác biệt của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch với xuất khẩu các sản phẩm vật chất thông thường khác.

5) *Tránh được những rào cản kỹ thuật của thị trường nhập khẩu:* Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam nhằm vào những thị trường gửi khách trọng điểm như Trung Quốc, ASEAN, Đài Loan, Nhật Bản, Pháp, Hàn Quốc, Đức, Hoa Kỳ. Đây cũng chính là thị trường xuất khẩu hàng thuỷ sản, nông sản, giày dép, may mặc... của Việt Nam. Nếu xuất khẩu những hàng hoá này thông qua du lịch quốc tế thì có thể vượt qua được những rào cản thuế quan và rào cản kỹ thuật rất nghiêm ngặt của các nước nhập khẩu (các nước gửi khách du lịch đến Việt Nam). Ví dụ việc cung cấp lương thực, thực phẩm phục vụ các bữa ăn của du khách quốc tế không bị rào cản kỹ thuật cấm hoặc hạn chế nhập khẩu trực tiếp của nước gửi khách. Xuất khẩu qua du lịch những mặt hàng nêu trên chi phí giao dịch thấp, chi phí bảo quản, đóng gói, bảo hiểm, vận chuyển... không cần hoặc rất thấp.

2. Khái quát thực trạng xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam

2.1. Thực trạng quy mô thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

Quy mô xuất khẩu tại chỗ theo lượng khách: Theo Niên giám của Tổng cục Thống kê, 5 năm vừa qua, xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch tăng trưởng nhanh. Năm 2013, Việt Nam đón được 7,572 triệu lượt khách quốc tế. Năm 2017, lượng khách du lịch quốc tế tăng trưởng vượt bậc, đạt 12,922 triệu lượt, gấp 1,7 lần so với 5 năm trước, tăng 29,2% so với năm 2016. Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch năm 2017 theo đường không (khách quốc tế đến bằng đường hàng không) chiếm đa số với 10.910.297 lượt (chiếm tỉ lệ 84,4%), tăng 32,1% so với năm 2016; theo đường bộ đạt 1.753.018 lượt (chiếm tỉ lệ 13,6%), tăng 19,5% so với 2016; và qua đường biển đạt 258.836 lượt (chiếm tỉ lệ 2%), giảm 9,1% so với 2016.

Quy mô xuất khẩu tại chỗ theo kim ngạch: Tổng kim ngạch xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam (Tổng thu từ khách quốc tế) năm 2017 đạt khoảng 316 nghìn tỷ đồng (chiếm 58,4% tổng thu du lịch của cả nước). Theo kết quả điều tra khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2017 của Tổng cục Du lịch, chi tiêu bình quân một lượt khách quốc tế có nghỉ đêm tại cơ sở lưu trú là 1.171,3 USD và chi tiêu bình quân một lượt khách tham quan trong ngày là 144,6 USD. Cơ cấu chi tiêu của khách cho: Ăn uống chiếm 33,94%, Lưu trú 33,5%;; Mua hàng 17,34%; Văn hóa, thể thao, giải trí 13,80%; Đi lại 12,68%; Tham quan 4,58%; Y tế 0,44%; Chi khác 3,72%. Kim ngạch xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch đứng đầu và chiếm trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ của cả nước.

2.2. Thị trường chính và sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch:

Thị trường xuất khẩu tại chỗ: Năm 2017, thị trường theo khu vực với Châu Á là chủ yếu, chiếm 75,5%, tăng trưởng 34,4% so với 2016, trong đó thị

trường Đông Bắc Á chiếm 60,6%; Châu Âu chiếm 14,6%, trong đó 5 nước Tây Âu gồm Anh, Pháp, Đức, I-ta-li-a và Tây Ban Nha chiếm 6,7%); châu Mỹ chiếm 6,3%, trong đó Bắc Mỹ (Mỹ và Canada) chiếm 5,8%; châu Úc chiếm 3,3%; và châu Phi chỉ chiếm 0,3%, nhưng tăng trưởng đứng thứ nhì với mức 25,6% (chỉ sau Châu Á). Mười thị trường hàng đầu là: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Mỹ, Nga, Malaysia, Úc, Thái Lan và Anh¹. Du lịch thuần túy nghỉ dưỡng và du lịch công vụ chiếm tỷ trọng lớn, là xu hướng thuận lợi cho xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam. Thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam khá đa dạng, phân đoạn thị trường gần và chi tiêu ít vẫn chiếm tỷ trọng lớn, nổi bật là phân đoạn thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch Trung Quốc, Thái Lan, Lào và Campuchia. Một số thị trường có khả năng chi tiêu cao, nhu cầu về vui chơi giải trí, mua sắm đang có tốc độ tăng trưởng cao là Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc, Anh...

Tuy nhiên, Việt Nam vẫn chưa có chiến lược khai thác cụ thể từng phân khúc thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, các phân khúc rất khác nhau, nhưng hầu như bán chung các sản phẩm. Việc nghiên cứu thị trường, phân tích nhu cầu, khả năng và xu hướng phát triển của từng phân khúc thị trường... chưa quan tâm đúng mức. Rất cần có những chiến lược cụ thể hơn đối với từng loại thị trường và mỗi phân đoạn thị trường cụ thể, trên cơ sở kết quả của những nghiên cứu thị trường một cách khoa học và hệ thống.

Sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch: Sản phẩm chủ đạo là: 1) Du lịch biển, đảo; 2) Du lịch văn hóa; 3) Du lịch gắn với thiên nhiên; và 4) Du lịch đô thị. 7 vùng du lịch² đã có sản phẩm đặc trưng. Nhiều địa phương và doanh nghiệp đã phát triển sản phẩm xuất khẩu như du lịch tâm linh, du lịch MICE, du lịch thăm thân, du lịch kết hợp chữa bệnh, du lịch cộng đồng, du lịch mạo hiểm. Việc đầu tư phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, sản phẩm theo định hướng tập trung, đồng bộ đã góp phần hình thành rõ hơn các vùng động lực xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Nhìn bao quát hơn, có thể thấy nhiều sản phẩm du lịch đặc thù như dịch vụ tổ chức hội nghị, hội thảo, dịch vụ văn hoá, nghệ thuật gắn với các sự kiện, lễ hội, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, sửa chữa

¹ Theo Báo cáo thường niên 2017 của Tổng cục Du lịch: Thị trường hàng đầu của hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam năm 2017 là: 1) Trung Quốc với 4.008.253 lượt khách, tăng trưởng 48,6% so với năm 2016; 2) Hàn Quốc với 2.415.245 lượt khách, tăng trưởng 56,4% so với năm 2016; 3) Nhật Bản với 798.119 lượt khách, tăng trưởng 7,8% so với năm 2016; 4) Đài Loan với 616.232 lượt khách, tăng trưởng 21,5% so với năm 2016; 5) Mỹ với 614.117 lượt khách, tăng trưởng 11,1% so với năm 2016; 6) Nga với 574.164 lượt khách, tăng trưởng 32,3% so với năm 2016; 7) Malaysia với 480.456 lượt khách, tăng trưởng 17,9% so với năm 2016; 8) Úc với 370.438 lượt khách, tăng trưởng 15,5% so với năm 2016; 9) Thái Lan với 301.587 lượt khách, tăng trưởng 13,0% so với năm 2016; 10) Anh với 283.537 lượt khách, tăng trưởng 11,3% so với năm 2016.

² Bảy vùng du lịch theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 là: 1) Vùng du lịch Trung du, miền núi Bắc Bộ; 2) Vùng Du lịch đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc; 3) Vùng Du lịch Bắc Trung Bộ; 4) Vùng Du lịch Duyên hải Nam Trung Bộ; 5) Vùng Du lịch Tây nguyên; 6) Vùng Du lịch Đông Nam Bộ; và 7) Vùng Du lịch đồng bằng sông Cửu Long.

đồ đặc, hành lý cho khách quốc tế... đã được xuất khẩu trong sự gắn kết với các sản phẩm du lịch thuần túy. Việc sản xuất các mặt hàng lưu niệm, đồ thủ công mỹ nghệ và những mặt hàng đặc thù khác đã được đầu tư và hình thành mạng lưới tiêu thụ rộng rãi. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã có Chương trình Bảo tồn và phát triển làng nghề gắn với du lịch, khôi phục nhiều làng nghề truyền thống, sản phẩm được đa dạng hoá, mẫu mã, bao bì phù hợp nhu cầu của khách quốc tế, hình thành được những khu bán hàng cho khách du lịch quốc tế.

Tuy nhiên, sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu cá nhân hóa trong trải nghiệm du lịch của khách; chưa đặc sắc và chưa đậm nét đặc trưng vùng miền; chất lượng chưa cao, đơn điệu, trùng lặp, vòng đời sản phẩm ngắn, suy thoái nhanh nhưng chưa được nhận ra sớm và điều chỉnh. Sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch mới phát huy những yếu tố lợi thế sẵn có, mà chưa được đầu tư chiều sâu, sáng tạo nên giá trị thấp, trùng lặp và đơn điệu, thiếu những sản phẩm có sức cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Nhiều ý kiến cho rằng, Việt Nam chưa tận dụng hết sự đa dạng của tài nguyên để tạo nên các sản phẩm du lịch đặc trưng³ hoặc còn thiếu tính chuyên nghiệp và ý thức du lịch trong cộng đồng chưa cao, đặc biệt là tính cá nhân hóa của sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch chưa được quan tâm.

2.3. Năng lực cung cấp sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

a) Năng lực của các chủ thể tạo sản phẩm xuất khẩu qua du lịch:

1) *Cơ sở lưu trú du lịch:* Hiện cả nước có 25.600 cơ sở với trên 508.000 buồng (tăng hơn 1.000 cơ sở lưu trú so với 2016)⁴. Chất lượng các cơ sở và dịch vụ lưu trú ngày được nâng cao; các dịch vụ đạt chuẩn khu vực và quốc tế từng bước được thị trường chấp nhận. Đến tương lai trung hạn, Việt Nam vẫn đủ dịch vụ lưu trú có chất lượng để xuất khẩu.

2) *Nhà hàng, quán bar:* Với thế mạnh ẩm thực của Việt Nam, hệ thống nhà hàng phục vụ du lịch đã phát triển mạnh. Phong cách phục vụ, hình thức bài trí món ăn và các dịch vụ văn hóa ẩm thực khác như nghệ thuật dân gian được lồng ghép trong bữa ăn tạo giá trị trải nghiệm đặc sắc cho khách. Tại các thành phố lớn và các trung tâm du lịch, nhà hàng, các quán cà phê, quán bar phát triển nhanh, đáp ứng được nhu cầu của khách quốc tế. Tuy nhiên, ở nơi khác hầu như không có cơ sở ăn uống đáp ứng được yêu cầu của khách nước ngoài. Một vài nơi chưa đảm bảo vệ sinh thực phẩm trong quá trình phục vụ khách quốc tế.

3) *Vận tải khách du lịch:* Mạng đường bộ cao tốc tốt dần; 52 hãng hàng không quốc tế từ 25 quốc gia và vùng lãnh thổ với 54 đường bay quốc tế kết nối với

³Báo Thanh niên. Sản phẩm du lịch Việt Nam còn đơn điệu và trùng lặp. Truy cập tại <https://thanhnien.vn/van-hoa/san-pham-du-lich-viet-nam-con-don-dieu-va-trung-lap-870564.html>

⁴ Trong đó có 116 khách sạn 5 sao với 33.700 buồng, 259 khách sạn 4 sao với 33.500 buồng, 488 khách sạn 3 sao với 34.200 buồng, 04 khu căn hộ cao cấp 5 sao với 882 buồng, 03 căn hộ du lịch cao cấp với 494 buồng, 02 căn hộ du lịch cao cấp với 262 buồng, 03 biệt thự du lịch cao cấp với 75 buồng, 01 làng du lịch 3 sao với 62 buồng.

Việt Nam; 48 đường bay nội địa kết nối các điểm đến du lịch cả nước; và hàng không giá rẻ biểu hiện năng lực vận tải trong xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Năng lực vận chuyển của hãng hàng không quốc gia Việt Nam (Vietnam Airlines, Vietnam Airways) ngày một tăng cao, đảm nhiệm vận tải được khoảng 80% thị phần khách du lịch. Với hàng nghìn xe, tàu, thuyền, tàu hỏa các loại phục vụ vận chuyển khách du lịch đường bộ, đường sắt và đường thủy đã từng bước đáp ứng được yêu cầu của du khách quốc tế. Tuy nhiên dịch vụ vận chuyển hàng không vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu về tần suất chuyến bay và số lượng các đường bay trực tiếp, giá cả còn cao...; an toàn giao thông, phối hợp vận chuyển đường không, đường sắt, đường bộ chưa tốt, ảnh hưởng tới năng lực xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

4) *Cơ sở hội nghị, hội họp*: Hầu hết các khách sạn, khu nghỉ (khu resort) ở các trung tâm du lịch, các đô thị du lịch, các trọng điểm du lịch biển và núi đều có phòng hội nghị đa năng phục vụ được hội họp lớn. Trang thiết bị âm thanh, ánh sáng, thiết bị phục vụ dịch thuật và các thiết bị truyền thông phần lớn nhập khẩu nên chất lượng cao.

5) *Thiết chế văn hoá, thể thao và cơ sở vui chơi giải trí*: Các thiết chế văn hóa tập trung ở các thành phố lớn như nhà hát, múa rối nước, bảo tàng, thư viện... thu hút nhiều khách du lịch quốc tế. Các địa phương đều có bảo tàng, thư viện, nhà hát... nhưng số lượng và chất lượng hiện vật hạn chế, việc giới thiệu, trình bày, thuyết minh và bảo trì, duy tu còn nhiều bất cập. Các thiết chế văn hóa có bề dày lịch sử, nhưng quy mô, tầm cỡ nhỏ chưa tạo được điểm nhấn, sức thu hút mạnh đối với khách quốc tế. Các công trình liên hợp thể thao lớn, sân vận động và nhà thi đấu được đầu tư, phát triển rộng khắp, chất lượng và quy mô khác nhau, được khai thác quy củ, góp phần quan trọng thu hút khách du lịch quốc tế vào Việt Nam khi tổ chức các sự kiện thể thao quốc tế, các giải thi đấu, thúc đẩy phát triển du lịch MICE. Các khu giải trí thể thao gắn với du lịch như sân Golf gần đây được phát triển. Các thành phố lớn, các trọng điểm du lịch, khu du lịch đều có cơ sở vui chơi giải trí dành cho du khách. Nhiều nơi đã có các công viên chủ đề, vũ trường, rạp chiếu phim công nghệ cao, các rạp, nhà hát lớn. Tuy nhiên, ở các điểm du lịch vùng sâu, vùng xa, các nhà điều hành tour thường phải tự thu xếp dịch vụ giải trí ban đêm phục vụ cho khách du lịch quốc tế, thông thường là các buổi trình diễn ca múa nhạc, văn hoá dân tộc... Nhìn chung các loại hình dịch vụ giải trí còn rất đơn sơ, nghèo nàn chưa thu hút được khách quốc tế.

6) *Dịch vụ thông tin, bưu điện*: Hệ thống thông tin viễn thông Việt Nam phát triển vượt bậc cả về hạng tầng, phương tiện và dịch vụ, cơ bản phủ khắp cả nước; các xã được phủ sóng phát thanh, truyền hình. Nhiều đài Trung ương và địa phương có chương trình phát thanh, truyền hình tiếng dân tộc, nâng cao nhận thức và cách làm du lịch cho đồng bào dân tộc thiểu số ở các vùng có tiềm năng phát triển du lịch và có sức hấp dẫn khách du lịch quốc tế. Hạ tầng và công

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

nghệ viễn thông được đầu tư tiến kịp khu vực và quốc tế với hệ thống cáp quang, truyền hình cáp hàng trăm kênh, các địa phương có kênh phát thanh và truyền hình riêng, truyền số liệu công nghệ 3G, 4G và sự tham gia của Vệ tinh VINASAT từ năm 2008. Ngành Bưu chính viễn thông Việt Nam là một trong những ngành được đầu tư tốt với phương châm “đi tắt, đón đầu”, nên không có khó khăn nào đối với dịch vụ bưu điện trong khách sạn và bưu điện có ở tất cả các thành phố, thị trấn.

Tuy nhiên dịch vụ thông tin, viễn thông phục vụ xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch vẫn chưa cạnh tranh với khu vực về giá dịch vụ, chất lượng dịch vụ và nội dung, chất lượng thông tin liên quan mà khách quốc tế cần. Các kênh thông tin cũng chưa đủ, chưa khai thác hết tác dụng quảng bá và thương mại điện tử, do chưa liên kết sâu rộng với các địa phương, các nhà cung ứng dịch vụ du lịch và các dịch vụ liên quan. Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, các sân bay quốc tế, một số cửa khẩu quốc tế đã thành lập trung tâm thông tin du lịch, tuy nhiên chưa đáp ứng tốt nhu cầu của khách quốc tế về thông tin các vùng miền, các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử văn hoá...

7) Một số dịch vụ du lịch khác:

- *Visa và tạo điều kiện du lịch:* Các chủ trương và văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến xuất, nhập cảnh, cư trú, đi lại, mua sắm... cho người nước ngoài được sửa đổi, bổ sung; thủ tục nhập, xuất cảnh, cư trú, đi lại, hải quan được cải tiến thuận tiện. Đã áp dụng miễn thị thực cho các thị trường du lịch trọng điểm; Áp dụng miễn thị quá cảnh hàng không trong thời gian 5 ngày cho mọi đối tượng, áp dụng thí điểm visa điện tử, cấp visa tại cửa khẩu... Phí visa cho khách du lịch tàu biển được giảm từ 45 USD xuống 5 USD, điều kiện xuất nhập cảnh và hải quan tại các sân bay quốc tế và khách du lịch tàu biển được cải tiến tốt hơn. Tuy nhiên, tình trạng thu phí visa cho khách quốc tế cao hơn mức quy định, phần nào đã ảnh hưởng tới niềm tin và tâm lý của du khách.

- *Cơ sở tiện nghi y tế:* Việt Nam có hệ thống bệnh viện lớn, ngoài ra còn có nhiều bệnh viện tư, phòng mạch, phòng nha khoa tư ở các thành phố và đô thị ở các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Các bệnh viện công ở các thị trấn lớn có dịch vụ cấp cứu phù hợp cho khách nước ngoài. Ở khu vực hẻo lánh, các tiện nghi y tế có hạn chế hơn.

- *Ngân hàng và dịch vụ trao đổi ngoại tệ:* Các cơ sở đổi tiền và ngân hàng hoạt động ở hầu hết những thị trấn, thành phố lớn và những khu du lịch; nhiều khách sạn cũng có dịch vụ đổi tiền, thanh toán qua thẻ. Nhìn chung dịch vụ này đáp ứng tốt yêu cầu của khách du lịch quốc tế. Dịch vụ đổi tiền “tự do” tuy đáp ứng được như cầu của khách du lịch quốc tế, nhưng cũng không khỏi gây phiền hà cho khách và rất khó quản lý.

- *Vấn đề an ninh, trật tự và vệ sinh:* Việc đảm bảo an toàn, an ninh tại các khu du lịch, khu công cộng, các khách sạn, khu vui chơi giải trí..., việc phòng chống dịch bệnh, cứu hoả, cứu hộ... được quan tâm và triển khai hiệu quả, tạo

tâm lý yên tâm cho khách quốc tế đến du lịch. Việt Nam và nhiều điểm đến của đất nước được thế giới bình chọn là điểm đến an toàn, thân thiện và hấp dẫn khách quốc tế. Tuy nhiên, vệ sinh môi trường, vệ sinh thực phẩm và an toàn giao thông vẫn là vấn đề khách du lịch quốc tế rất băn khoăn.

b) Năng lực của các doanh nghiệp lữ hành quốc tế với vai trò đầu mối xuất khẩu: Có thể coi 2.016 doanh nghiệp lữ hành quốc tế được cấp phép⁵ là lực lượng tiếp thị và bán hàng trên thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam. Hoạt động kinh doanh “tiếp thị, bán hàng” của các doanh nghiệp có giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế mang tính chuyên nghiệp cao. Các hãng điều hành tour lớn có đội ngũ nhân viên với trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao, ngoại ngữ thông thạo, tin học đảm bảo và cung cấp các dịch vụ hoàn hảo. Họ có thể cung cấp cho khách du lịch quốc tế các chương trình tour phong phú đã được định sẵn hoặc các chương trình theo yêu cầu của khách. Tuy nhiên, mặc dù đã áp dụng nhiều biện pháp kiểm tra, thanh tra, nhưng kinh doanh lữ hành không có giấy phép, trốn thuế vẫn còn, gây nên sự cạnh tranh không lành mạnh, ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm, dịch vụ, gây sự nhầm lẫn và ảnh hưởng không tốt tới hình ảnh của các doanh nghiệp được phép đón khách nước ngoài nói riêng, giảm uy tín Du lịch Việt Nam.

c) Năng lực của nguồn nhân lực du lịch: Khó tách bạch được ai trong nguồn nhân lực du lịch chỉ phục vụ khách du lịch quốc tế. Vì vậy khi nói đến năng lực của nguồn nhân lực xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch chỉ có thể nói chung về nguồn nhân lực du lịch. Theo số liệu thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, đến năm 2017, ngành du lịch có khoảng 900.000 nhân lực du lịch trực tiếp, trong tổng số hơn 2,5 triệu việc làm liên quan đến du lịch. Quy mô, chất lượng và cơ cấu nguồn nhân lực cơ bản đủ đảm nhiệm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch⁶. Nhìn chung, nguồn nhân lực du lịch còn thiếu về số lượng, hạn chế về chất lượng và chưa hợp lý về cơ cấu; hệ thống cơ sở đào tạo du lịch chưa đáp ứng nhu cầu xã hội; chuẩn đào tạo quốc gia mặc dù được quan tâm nhưng vẫn đang trong quá trình hướng đến sự thống nhất, đồng bộ. Nguồn nhân lực du lịch chưa được trang đủ kiến thức, kỹ năng và thái độ phục vụ khách du lịch, năng lực ngoại ngữ và văn hóa ứng xử. Đội ngũ chuyên gia du lịch đặc biệt là trong

⁵Tính đến hết tháng 7/2018, cả nước có 2.026 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, trong đó có 08 doanh nghiệp nhà nước, 635 doanh nghiệp cổ phần, 15 doanh nghiệp liên doanh, 1.368 công ty TNHH và doanh nghiệp tư nhân. Hiện cả nước có 22.499 hướng dẫn viên đã được cấp thẻ trong đó có 14.138 hướng dẫn viên quốc tế và 8.297 hướng dẫn viên nội địa, 64 hướng dẫn viên tại điểm.

⁶Nhân lực là hướng dẫn viên du lịch tốt nghiệp đại học chiếm khoảng 65,5% tổng số hướng dẫn viên; tỷ lệ này trong marketing du lịch là 84,2% và lễ tân là 65,3%. Trong phục vụ buồng, bar, bàn, bếp... lao động có trình độ trung cấp và sơ cấp chiếm tỷ lệ lớn: Nhân viên bếp là 85,61%; bàn, buồng, bar tương ứng là: 72,4%, 70,7%, 75,5%. Nhân lực sử dụng được ngoại ngữ khá cao, chiếm 60% tổng nhân lực. Nhân lực biết ngoại ngữ nhiều nhất là tiếng Anh, chiếm khoảng 42% tổng số nhân lực toàn Ngành. Nhân lực sử dụng tiếng Trung, tiếng Pháp và các tiếng khác là 5%, 4% và 9% nhân lực toàn Ngành. Nhân lực làm hướng dẫn du lịch, lữ hành, lễ tân, phục vụ nhà hàng... có tỷ lệ sử dụng ngoại ngữ tương đối cao, đạt khoảng 88,6%. Toàn ngành Du lịch có 434.854 người biết sử dụng máy tính phục vụ được yêu cầu công việc, chiếm khoảng 72,04% tổng số nhân lực là lao động trực tiếp thống kê được của Ngành.

từng lĩnh vực chuyên sâu của hoạt động du lịch không nhiều, đội ngũ giáo viên, giảng viên trong các cơ sở đào tạo du lịch còn thiếu.

2.4. Cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu tại chỗ của Du lịch Việt Nam

Du lịch Việt Nam hiện đang phải cạnh tranh với du lịch của hầu hết các nước trong khu vực Đông Nam Á, đặc biệt là Thái Lan, Xing-ga-po, In-đô-nê-sia, Ma-lay-sia, là những nước có trình độ phát triển du lịch cao hơn. Đặc biệt phải kể đến Trung Quốc, đối thủ cạnh tranh rất mạnh với nhiều lợi thế du lịch. Ngoài những ưu đãi của thiên nhiên về điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch, Chính phủ Trung Quốc cũng rất quan tâm và đầu tư cho phát triển du lịch, vì vậy, đây là nước sẽ có ngành Du lịch đứng vào loại hàng đầu của thế giới. Ngoài ra, không thể không nhắc đến Cam-pu-chia, là nước hiện có bước phát triển nhanh về du lịch. So với Việt Nam, Cam-pu-chia không thua kém về các tài nguyên du lịch, lại có lợi thế hơn của nước đi sau, khả năng thích ứng cao hơn và linh động hơn sẽ giúp cho Cam-pu-chia tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng ở mức cao và dần khẳng định vị thế du lịch trong khu vực. Do đặc thù của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, các điểm du lịch của các quốc gia là đối thủ cạnh tranh cũng có thể hợp tác để cùng khai thác khách thông qua việc nối các chương trình du lịch liên hoàn, liên quốc gia. Trên thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, các đối thủ cạnh tranh đồng thời cũng có thể và cũng là đối tác hợp tác.

Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam trên thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch chưa cao. Chưa có được những sản phẩm du lịch đặc thù, mang đậm bản sắc dân tộc, chất lượng còn chưa cao, giá cả thiếu cạnh tranh. Nhiều khu du lịch, điểm du lịch phát triển tự phát, chưa được đầu tư đúng tầm. Nhiều chương trình du lịch còn đơn điệu, trùng lặp, chưa đáp ứng nhu cầu của du khách; dịch vụ du lịch chưa đa dạng, chất lượng thấp, ít hấp dẫn. Đặc biệt là chưa có được thương hiệu du lịch quốc gia; hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch, nhất là ở nước ngoài còn rất hạn chế, tính chuyên nghiệp chưa cao; thông tin du lịch chưa được cập nhật và kịp thời cho du khách và các nhà đầu tư.

2.5. Hiện trạng hoạt động xúc tiến du lịch

Tổng cục Du lịch là cơ quan trực tiếp thực hiện chức năng xúc tiến du lịch Việt Nam ra nước ngoài trong sự phối hợp hoạt động với Cục Hợp tác Quốc tế của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch. Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, Hiệp hội Khách sạn Việt Nam tham gia với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch thực hiện nhiệm vụ xúc tiến tiếp thị và quảng bá du lịch Việt Nam ở trong và ngoài nước. Quảng cáo sản phẩm du lịch của các doanh nghiệp ra nước ngoài được quan tâm triển khai trong chương trình xúc tiến du lịch quốc gia, cấu phần của Chương trình hành động quốc gia về du lịch⁷. Tuy

⁷Xúc tiến tiếp thị du lịch ra nước ngoài được quan tâm thực hiện từ khi có Chương trình hành động quốc gia về du lịch năm 1999 và từng bước nâng cao tính chuyên nghiệp thông qua chương trình xúc tiến du lịch quốc gia từ năm 2008. Các hoạt động xúc tiến tiếp thị ra nước ngoài của Du lịch Việt Nam chủ yếu thông qua các hội chợ

nhiên kinh phí xúc tiến tiếp thị, quảng bá du lịch ra nước ngoài từ ngân sách nhà nước rất hạn hẹp, nên hiệu ứng tiếp thị mới dừng ở mức độ nhất định, chưa xúc tiến có trọng điểm và chưa có chiều sâu để theo đuổi thị trường mục tiêu. Nội dung và hình thức khẩu hiệu⁸ xúc tiến tiếp thị cho thấy tính chất chuyên nghiệp tuy đã tiến bộ, nhưng còn khoảng cách xa so với yêu cầu. Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ ít quan tâm và không đủ tiềm lực tham gia xúc tiến tiếp thị và quảng cáo du lịch ra nước ngoài; nhiều hoạt động xúc tiến tiếp thị chưa thiết thực, mang nội dung chung chung, chưa dựa nhiều vào kết quả nghiên cứu thị trường.

Các hoạt động đối ngoại và thông tin đối ngoại của Nhà nước và các cấp, các ngành và các địa phương tạo thêm những cơ hội và điều kiện cho xúc tiến quảng bá du lịch, hình thành và nâng cao hình ảnh, vị thế Du lịch Việt Nam trong xuất khẩu tại chỗ. Du lịch Việt Nam còn tiến hành các hoạt động xúc tiến quảng bá thông qua các chương trình hợp tác đa phương và song phương trong ASEAN, WTO, PATA... Khi tham gia các chương trình hợp tác chung, Việt Nam đã tranh thủ đưa những thông tin giới thiệu các chương trình tour của mình lên các ấn phẩm chung, trên các phương tiện thông tin đại chúng lớn như CNN, BBC, Asia Radio... Những hoạt động trên đôi lúc thực hiện riêng lẻ, rất tốn kém, đặc biệt khi còn hạn chế về tài chính và chưa có hệ thống văn phòng đại diện quốc gia ở nước ngoài.

Ngoài ra, xúc tiến tại chỗ cũng là biện pháp hiệu quả. Nhiều hội thảo, hội nghị và diễn đàn du lịch quốc tế ở Việt Nam. Với việc cung cấp các dịch vụ tốt nhất cho người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam, khi về nước, họ sẽ tuyên truyền, giới thiệu, khuyến khích bạn bè, người thân đi du lịch Việt Nam, bản thân họ có nhiều khả năng quay lại Việt Nam du lịch.

2.6. Mối liên kết xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch với nền kinh tế

Quan trọng nhất trong xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch chính là giá trị tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa. Loại hàng hoá này có thể được tiêu dùng nhiều lần, nhưng cần được bảo vệ, tôn tạo thường xuyên để có thể duy trì được sức hấp dẫn. Việc khách du lịch quốc tế sử dụng các sản phẩm, dịch vụ du lịch cũng có nghĩa là tiêu dùng trực tiếp hoặc gián tiếp các sản phẩm của các ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp, điện, nước, bưu chính viễn thông, giao thông vận tải, sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ... mang lại nguồn thu đáng kể cho các ngành này đã có sự liên kết tốt. Những chưa được đánh giá đúng mức. Cần sử dụng phương pháp thống kê Tài khoản vệ tinh về

du lịch quốc tế, các chiến dịch phát động thị trường, road show, các chuyến khảo sát, Famtrips, presstip; các sự kiện ngày văn hóa, tuần văn hóa, tháng văn hóa Việt Nam tại nước ngoài; các sự kiện, lễ hội trong và ngoài nước; phát hành các ấn phẩm, tờ gấp, bản đồ du lịch, quảng cáo trên kênh truyền hình CNN, Discovery cũng như các phương tiện truyền thông đại chúng trong nước như Báo Du lịch, Tạp chí Du lịch, Trung tâm Thông tin Du lịch, Truyền hình Du lịch...

⁸“Việt Nam - Điểm đến của thiên nhiên kỳ mới” là khẩu hiệu đầu tiên, đến nay đã thêm 2 lần thay đổi chuyển sang “Việt Nam - Vẻ đẹp tiềm ẩn” và hiện nay là “Việt Nam - Vẻ đẹp bất tận”.

Du lịch (TSA), một tiêu chuẩn quốc tế mới nhất do các chuyên gia nổi tiếng thế giới thực hiện dưới sự tài trợ của Tổ chức Du lịch thế giới của Liên hợp quốc (UNWTO) và được Liên hợp quốc thông qua, để xác định đúng, đủ giá trị xuất khẩu tại chỗ của ngành Du lịch. Vấn đề phát triển làng nghề hiện nay rất được quan tâm bởi lẽ ngoài các giá trị xuất khẩu đơn thuần thì đây còn là các điểm du lịch có sức hấp dẫn cao đối với khách quốc tế, là những trung tâm giới thiệu, quảng cáo và tiêu thụ, xuất khẩu tại chỗ các sản phẩm làng nghề.

2.7. Hiện trạng quản lý nhà nước về xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

Tổ chức bộ máy của ngành Du lịch dần được kiện toàn là bước quan trọng để quản lý nhà nước về hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, tuy nhiên chưa tương ứng nhiệm vụ. Qua nhiều lần chuyển đổi hình thức tổ chức, sự chỉ đạo trực tiếp của bộ máy quản lý nhà nước về du lịch mất tính liên tục và kế thừa. Quy mô, cơ cấu tổ chức, chức năng và hiệu lực quản lý của Tổng cục Du lịch tuy đã được chú ý, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế, chưa tương ứng nhiệm vụ là ngành kinh tế mũi nhọn.

Nhận thức về du lịch nói chung và xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch nói riêng của công chức, viên chức du lịch, trong các cấp, các ngành, đoàn thể và xã hội chuyển biến theo hướng tích cực. Hầu hết các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đã ra chỉ thị, nghị quyết chuyên đề phát triển du lịch, trong đó tập trung vào chỉ đạo phát triển hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Ban Chỉ đạo nhà nước về du lịch, Ban Chỉ đạo phát triển du lịch địa phương được thành lập. Nhờ thế sự quan tâm và trách nhiệm của các cấp, các ngành và toàn xã hội trong phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch dần được nâng cao. Tuy nhiên, việc tổ chức tuyên truyền về chủ trương, chính sách và cơ chế phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch chưa làm được thường xuyên và đều khắp, nên nhận thức về du lịch và xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch thiếu đầy đủ và nhất quán.

Chủ trương, chính sách phát triển du lịch của Nhà nước từng bước được thể chế hoá thành văn bản quy phạm pháp luật, đặc biệt là Luật Du lịch sửa đổi bổ sung đã được Quốc hội đã thông qua, có hiệu lực từ ngày 01/01/2018. Các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến du lịch và hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch như Luật Xuất, Nhập cảnh, Cư trú, Đi lại cho người nước ngoài; Luật Đầu tư nước ngoài và Luật đầu tư trong nước; Luật Doanh nghiệp và các văn bản liên quan khác được sửa đổi, bổ sung; thủ tục nhập, xuất cảnh, cư trú, đi lại, hải quan được cải tiến thuận tiện, thông thoáng hơn cho khách và các nhà đầu tư. Nhờ những chính sách biện pháp an ninh được củng cố, chế độ ổn định... Việt Nam đã được đánh giá là điểm đến an toàn, thân thiện. Đây là những tiêu chí rất quan trọng đối với khách khi lựa chọn cho chuyến du lịch của mình. Hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch đã được kiểm tra, thanh tra, dần vào nề nếp, giảm dần tính tự phát; tài nguyên, môi trường được tăng

cường bảo vệ. Hướng phát triển bền vững trong hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch ngày càng được quan tâm.

Tuy nhiên, hệ thống cơ chế, chính sách, luật pháp về du lịch vẫn còn thiếu và chưa đồng bộ, chậm được nghiên cứu, giải quyết hoặc triển khai thiếu đồng bộ. Mặt khác cũng chưa thường xuyên được kiểm tra, tổng kết rút kinh nghiệm, rõ nhất trong quản lý tài nguyên, môi trường, trong xây dựng quy hoạch, kế hoạch, bố trí vốn và cơ cấu đầu tư, xây dựng cơ chế quản lý và cơ chế tài chính du lịch, xúc tiến tiếp thị du lịch quốc tế... Thống kê du lịch liên quan đến nhiều ngành, nhiều cấp hiện nay là khâu yếu, ảnh hưởng không nhỏ đến việc đánh giá, dự báo và điều hành hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Sự phối kết hợp liên ngành, liên vùng và địa phương chưa đồng bộ thường xuyên và chặt chẽ trong xây dựng, ban hành, hướng dẫn, tổ chức thực hiện và kiểm tra việc thực hiện cơ chế, chính sách, luật pháp về xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch để tạo ra môi trường du lịch thuận lợi, trật tự, vệ sinh, an toàn, văn minh và lịch sự. Thông qua Ban Chỉ đạo Nhà nước về du lịch ở trung ương và Ban Chỉ đạo phát triển du lịch cấp tỉnh, phối hợp liên ngành đã được cải thiện, song cần có sự ổn định và phát triển ở mức cao hơn.

3. Định hướng và giải pháp tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

3.1. Quan điểm đẩy mạnh phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch giai đoạn tới

Trong bối cảnh phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, việc đẩy mạnh phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của Việt Nam giai đoạn tới cần quán triệt các quan điểm sau: 1) Ưu tiên đẩy mạnh phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch (Du lịch quốc tế thu ngoại tệ) trong quá trình phát triển du lịch đồng thời quan tâm phát triển du lịch nội địa và kiểm soát phát triển du lịch quốc tế ra nước ngoài hợp lý ; 2) Tập trung tăng năng lực phát triển sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch với chất lượng ngày một cao, cơ cấu hợp lý và giá thành giảm để tăng xuất khẩu tại chỗ các sản phẩm có khả năng cạnh tranh và có thị trường xuất khẩu tại chỗ; 3) Tăng tỷ trọng và giá trị tuyệt đối đóng góp vào GDP của hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội ngày càng cao và bền vững; 4) Phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch phải đảm bảo bền vững gắn mật thiết với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc ; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường ; bảo đảm an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội; 5) Đẩy mạnh xã hội hóa đầu tư phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; phát huy tối ưu, khai thác hợp lý tiềm năng, lợi thế quốc gia về tự nhiên, văn hóa, thế mạnh đặc trưng của các vùng, miền trong cả nước; tăng cường liên kết trong chuỗi cung cấp giá trị để phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

3.2. Định hướng và mục tiêu

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

a) *Định hướng chung*: Trong thời gian tới, tiếp tục đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu tại chỗ qua du lịch thông qua việc tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam du lịch, kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của khách du lịch quốc tế trên cơ sở phát triển các sản phẩm mới, đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, để tăng hiệu quả xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Nhiệm vụ này chủ yếu sẽ do các doanh nghiệp và các đơn vị cung cấp sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch trực tiếp thực hiện trên cơ sở định hướng chung về thị trường và sản phẩm do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch hoạch định.

Bên cạnh đó, dưới góc độ quản lý nhà nước về xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch cũng cần có những cơ sở pháp lý và chính sách ưu tiên, tạo thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu tại chỗ qua du lịch, tập trung vào các vấn đề như đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, hỗ trợ trong các hoạt động xúc tiến tiếp thị du lịch, ưu đãi thuế quan và khuyến khích phát triển nguồn nhân lực du lịch nhằm tăng sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu tại chỗ của Du lịch Việt Nam. Tăng cường phối hợp liên ngành, địa phương nhằm tạo điều kiện cho hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch phát triển. Phát huy vai trò của Ban Chỉ đạo nhà nước về Du lịch và Ban Chỉ đạo phát triển Du lịch các địa phương, phối hợp liên ngành, liên vùng dưới sự chỉ đạo tập trung thống nhất của Chính phủ. Có cơ chế phối hợp liên ngành, địa phương, ưu tiên giải quyết kịp thời các vấn đề liên quan đến xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, nhất là chính sách đầu tư phát triển sản phẩm, tuyên truyền quảng bá du lịch trong và ngoài nước, bảo vệ và tôn tạo môi trường tự nhiên, xã hội, phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch theo hướng bền vững gắn với bảo tồn di sản văn hoá, quản lý sử dụng quỹ đất, chính sách khuyến khích tạo thuận lợi đi lại, xuất nhập cảnh, hải quan.

b) *Định hướng cụ thể*:

1) *Định hướng thị trường*: Để đẩy mạnh phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch trong giai đoạn tới là nhiệm vụ đầu tiên là định hướng thị trường để biết được thị trường cần gì, làm cơ sở xây dựng sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch và các công đoạn tiếp theo trong chuỗi hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Việt Nam cần: Tập trung thu hút, phát triển mạnh thị trường khách quốc tế gần ở Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan, Hàn Quốc), Đông Nam Á và Thái Bình Dương (Xing-ga-po, Ma-lay-sia, In-đô-nê-xia, Thái Lan và Úc); Duy trì và tăng cường khai thác thị trường khách cao cấp đến từ Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan, Bắc Âu, Bắc Mỹ (Mỹ, Canada) và Đông Âu (Nga, Ukraina); và 3) Mở rộng thị trường mới là Trung Đông và Ấn Độ.

2) *Định hướng phát triển sản phẩm*: Tập trung xây dựng hệ thống sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch phù hợp với từng phân đoạn thị trường. Hình thành hệ thống sản phẩm đậm nét đặc trưng trên cơ sở phát huy

các giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, đặc sắc, có thể mạnh nổi trội, phù hợp với nhu cầu và xu hướng phát triển của thị trường, theo giai đoạn và vòng đời sản phẩm. Đầu tư có trọng tâm, phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh, có thương hiệu; tăng cường liên kết phát triển các sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh cao. Tập trung phát triển, hình thành các nhóm sản phẩm chính để xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch có sức cạnh tranh cao trên cơ sở phát huy những ưu thế tài nguyên; Quan tâm đẩy mạnh đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Định hướng phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch theo 7 vùng du lịch và phân đầu mỗi vùng ít nhất có một sản phẩm đặc trưng.

c) *Mục tiêu*: Trong các văn bản quan trọng về phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước⁹, mục tiêu tổng quát được xác định là: “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 hoá dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực... Phân đầu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác. Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành Du lịch phát triển hàng đầu khu vực Đông Nam Á”.

Mục tiêu cụ thể của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch được xác định là: “Đến năm 2020 thu hút được 17-20 triệu lượt khách du lịch quốc tế...; giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỉ USD”. Nâng cao mức độ hài lòng của khách du lịch và tỷ lệ khách du lịch quốc tế quay trở lại Việt Nam. Đến năm 2030, du lịch Việt Nam đón 30 triệu lượt khách du lịch quốc tế”. Bên cạnh mục tiêu về kinh tế, xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch (du lịch quốc tế thu ngoại tệ) cũng hướng tới các mục tiêu văn hóa, xã hội và môi trường.

3.3. Đề xuất giải pháp đẩy mạnh phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

3.3.1. Nhóm giải pháp đổi mới chính sách, cơ chế xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

1) *Nâng cao nhận thức về vai trò và vị trí của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch*: Đây là việc làm rất cần thiết và phải được tiến hành liên tục, thường xuyên, để nâng cao nhận thức về vai trò và vị trí của du lịch và xuất khẩu tại chỗ thông qua hoạt động du lịch. Xây dựng và tổ chức chương trình tuyên truyền rộng rãi trong các cơ quan nhà nước, các tổ chức chính trị xã hội, các doanh nghiệp và mọi tầng lớp nhân dân về việc đẩy mạnh phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu và toàn diện hơn; khơi dậy và phát huy tinh thần tự lực, tự cường, chuyển nhận thức thành những hành động thiết thực, cụ thể trong hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

⁹Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; Nghị quyết số 08/NQ-TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

2) *Tạo điều kiện thuận lợi trong đi lại, mua sắm và mang hàng hoá mua ở Việt Nam mang ra:* Phải tạo cho người tiêu dùng là khách quốc tế vào Việt Nam du lịch tiếp cận được dễ dàng các sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Tiếp tục đơn giản hoá các thủ tục xuất nhập cảnh, quá cảnh phù hợp với thông lệ quốc tế, nhưng vẫn quản lý được; tạo thuận lợi cho việc mua sắm và mang hàng hoá ra khỏi biên giới. Linh hoạt trong miễn thị thực nhập cảnh Việt Nam cho công dân một số thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam. Ở tất cả các khu du lịch, điểm du lịch, di tích, thiết chế văn hoá, thể thao (bảo tàng, nhà hát, sân vận động...), các cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch cần chú trọng đến sự tiếp cận của mọi đối tượng khách, nhất là những khách du lịch khuyết tật, phải áp dụng nguyên tắc “du lịch không rào cản” trong phạm vi toàn quốc.

3) *Chính sách thu hút đầu tư cho xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch:* Cần có chính sách đầu tư hợp lý để phát triển kết cấu hạ tầng du lịch. Ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ tiếp cận sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Có cơ chế khuyến khích ưu tiên về vốn vay, hỗ trợ giải phóng mặt bằng và thuê đất ổn định lâu dài đối với các dự án đầu tư phát triển sản phẩm du lịch đặc thù có sức cạnh tranh, ưu tiên các dự án phát triển sản phẩm du lịch “xanh” thân thiện với môi trường. Khuyến khích đầu tư phát triển khu vui chơi giải trí hiện đại, công viên chuyên đề. Hỗ trợ về thuế nhập khẩu trang thiết bị kỹ thuật công nghệ vui chơi giải trí hiện đại. Ưu tiên đầu tư nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế; tiết kiệm năng lượng và nước; triển khai công nghệ “3R”. Ban hành cơ chế phân bổ, tăng ngân sách đầu tư cho xúc tiến, tuyên truyền, quảng bá, nghiên cứu khoa học và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Thực hiện xã hội hóa đầu tư phát triển du lịch để huy động nguồn vốn từ các thành phần kinh tế trong và ngoài nước.

4) *Điều chỉnh các chính sách kinh tế vĩ mô để đảm bảo môi trường xuất khẩu tại chỗ bình đẳng có hiệu quả:* Trong lĩnh vực xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch sẽ cần điều chỉnh, đổi mới 4 nội dung sau: Xây dựng các sắc thuế, công bằng, thống nhất, đơn giản và thuận tiện cho mọi chủ thể tham gia xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; Tiếp tục đổi mới chính sách tiền tệ và hoạt động của Ngân hàng nhà nước; Đổi mới mạnh mẽ chính sách đầu tư và phân bổ nguồn lực của Nhà nước để đảm bảo hiệu quả và hài hòa với bối cảnh mới; và Có các chính sách định hướng giúp doanh nghiệp du lịch và nhà đầu tư cơ cấu lại ngành Du lịch, cơ cấu hợp lý xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch căn cứ vào năng lực cạnh tranh và tín hiệu thị trường, theo phân công lao động trong khu vực.

5) *Chính sách, cơ chế về thị trường:* Phát triển thị trường tài chính, chứng khoán hiệu quả gắn với xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch với cơ cấu hoàn chỉnh, quy mô tăng nhanh, phạm vi hoạt động mở rộng, vận hành an toàn, được quản lý và giám sát hiệu quả. Phát triển lành mạnh, bền vững thị trường bất động sản du lịch, ngăn chặn tình trạng đầu cơ; hoàn thiện cơ chế vận hành sàn giao dịch bất động sản du lịch. Phát triển thị trường lao động du lịch, khuyến

khích các hình thức giao dịch việc làm. Phát triển nhanh thị trường khoa học và công nghệ du lịch; khuyến khích, hỗ trợ các hoạt động khoa học và công nghệ xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch theo cơ chế thị trường.

6) *Chính sách xã hội hóa trong xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch:* Tăng cường xã hội hóa trong phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch cả về nhận thức và hành động; đẩy mạnh huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực trong và ngoài nước cho phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

7) *Chính sách, cơ chế phối kết hợp liên vùng, liên ngành trong phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch:* Ban hành và áp dụng chính sách, cơ chế khuyến khích phát triển các mối liên kết giữa các địa phương ở cùng một vùng du lịch trong tổ chức xây dựng và thực hiện chiến lược, quy hoạch phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch. Có cơ chế khuyến khích phát triển liên kết liên vùng du lịch trong nước và với nước ngoài, nhất là những địa phương có cùng biên giới hoặc có những nét tương đồng. Xây dựng và phát huy các cơ chế phối hợp liên ngành giữa du lịch với các ngành giao thông, nông nghiệp, thương mại và công nghiệp, tạo thuận lợi cho phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

8) *Chính sách phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch gắn với bảo tồn và phát triển bền vững:* Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch văn hoá và du lịch sinh thái bán cho khách quốc tế trên cơ sở những nguyên tắc và tiêu chí cụ thể. Ưu đãi mức cao nhất đối với các sản phẩm xuất khẩu tại chỗ mũi nhọn, có thị trường với khả năng thanh toán cao. Nhà nước hỗ trợ đào tạo, nâng cao năng lực tham gia xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của cộng đồng; hỗ trợ về xúc tiến quảng bá, ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế, tiết kiệm và thân thiện với môi trường ở các cơ sở lưu trú du lịch sinh thái.

9) *Chính sách hỗ trợ xúc tiến tiếp thị du lịch, mở rộng thị trường xuất khẩu và xử lý rủi ro cho doanh nghiệp du lịch:* Có chính sách hỗ trợ một phần chi phí xúc tiến, tiếp thị mở rộng thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch cho các doanh nghiệp du lịch trên cơ sở hỗ trợ một phần chi phí tham gia các hoạt động xúc tiến tiếp thị du lịch do cơ quan quản lý nhà nước về du lịch chủ trì (hỗ trợ vé máy bay chặng dài, tiền thuê gian hàng tại các hội chợ du lịch, cước phí vận chuyển ấn phẩm quảng bá, quảng cáo...).

3.3.2. Nhóm giải pháp cho chủ thể tham gia xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

Các chủ thể sản xuất, cung cấp hàng hóa, dịch vụ phục vụ khách du lịch quốc tế, trực tiếp đưa khách du lịch quốc tế vào Việt Nam tiêu dùng những sản phẩm du lịch, là doanh nghiệp, các tổ chức và cá nhân cung cấp hàng hóa, dịch vụ du lịch cho khách du lịch quốc tế. Các chủ thể này đóng vai trò quyết định trong việc thúc đẩy và tăng hiệu quả của hoạt động xuất khẩu tại chỗ qua du lịch. Một số giải pháp chung cần được áp dụng đối với các chủ thể tham gia sản xuất và cung cấp sản phẩm xuất khẩu tại chỗ qua du lịch bao gồm:

1) Liên tục tìm hiểu nhu cầu thị hiếu khách du lịch quốc tế để định hướng thị trường và đưa ra các sản phẩm, dịch vụ du lịch phù hợp với yêu cầu thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; 2) Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp, tổ chức và hộ kinh doanh nhằm nâng cao kiến thức, ngoại ngữ và tin học, kỹ năng và đạo đức nghề nghiệp để góp phần đa dạng hoá và nâng cao chất lượng hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; 3) Tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật để nâng cao công nghệ phục vụ khách du lịch quốc tế và đổi mới phương thức tổ chức quản lý để tăng cường sức cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch của doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân mình. Việc ứng dụng công nghệ thông tin để đẩy mạnh thương mại điện tử hiện nay là một hướng đi đúng, cần tập trung triển khai thực hiện; 4) Tổ chức và tiêu thụ sản phẩm xuất khẩu tại chỗ qua du lịch gồm nhiều khâu, nhiều công đoạn, chú trọng chuyên môn hoá cao, đồng thời phải có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị cung cấp sản phẩm, dịch vụ xuất khẩu để vừa đảm bảo hiệu quả về khối lượng xuất khẩu vừa đảm bảo chất lượng dịch vụ và sản phẩm xuất khẩu thông qua du lịch.

3.3.3. Nhóm giải pháp tăng cường quản lý nhà nước về xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

1) Nâng cao năng lực quản lý phát triển hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch: Kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch ở các cấp; Hoàn thiện hệ thống pháp luật về xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; 2) Đẩy mạnh công tác nghiên cứu và định hướng thị trường xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; 3) Đổi mới việc định hướng phát triển chủng loại, số lượng, nâng cao chất lượng và hợp lý cơ cấu sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; 4) Tăng cường hoạt động xúc tiến tiếp thị, tuyên truyền quảng bá sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; 5) Tăng cường công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực làm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch./.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

I. TIẾNG VIỆT

1. Bộ Chính trị Đảng Cộng sản Việt Nam, Nghị quyết số 07-NQ/TW ngày 27/11/2001 về hội nhập kinh tế quốc tế; Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Niên giám Thống kê Việt Nam năm 2013, năm 2014, năm 2015, năm 2016, năm 2017, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.
3. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Các chỉ tiêu, số liệu cơ bản ngành Văn hoá, Thể thao và Du lịch năm 2008 - 2017, Công ty In và Văn hoá phẩm, Hà Nội năm 2009 - 2018.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

4. Chính phủ nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001-2010; Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020.
5. Đảng Cộng sản Việt Nam, Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII.
6. Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Điều lệ Hiệp hội Du lịch Việt Nam năm 2011.
7. Nguyễn Văn Lưu, Toàn cầu hoá và Hội nhập kinh tế quốc tế về du lịch, NXB Đại học quốc gia Hà Nội 2004; Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch, NXB Văn hóa-Thông tin, 2013.
8. Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Luật Du lịch (Song ngữ Việt - Anh), Nhà Xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội năm 2018.
9. Thủ tướng Chính phủ nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 31 tháng 12 năm 2011 phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030.
10. Tổng cục Du lịch, Báo cáo thường niên, các năm 2015, 2016, 2017.
11. Ủy ban Hợp tác kinh tế quốc tế, Cam kết mở cửa thị trường của Việt Nam trong Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Hà Nội năm 2007.
12. Viện Chiến lược phát triển, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Các vùng, tỉnh, thành phố trực thuộc TW: Tiềm năng và triển vọng đến năm 2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội 2009.
13. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, Báo cáo tổng hợp “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, Nhà Xuất bản Lao động, Hà Nội 2012.

II. TIẾNG NƯỚC NGOÀI

1. Horst Model, Der Absatz in der sozialistischen Industrie, Aufgaben, Methoden, Organisation, Dietz Verlage Berlin 1973, (Tiếng Đức).
2. Hort Uebel an Autorenkollektiv, Grundlagen des Fremdenverkehrs, Dresden, 1984 (Tiếng Đức).
3. Nguyen Van Luu, Grundlagen und Methoden der sozialistischer Marktarbeit im aktiven Auslandstourismus (unterbesonderer Beruecsichtigung tourismus - spezifischer Bedingungen der Sozialistischen Republik Vietnam) Disertation, 1995 (Tiếng Đức).
4. Tổ chức du lịch Thế giới thuộc Liên Hợp Quốc (UNWTO), WTO' s 1996, International Tourism Overview, A special Report from the Worl Tourism Organisation, WTO 1997, Tourism Highlights 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 Edition, (Tiếng Anh).

**TÁC ĐỘNG TƯƠNG HỖ GIỮA DU LỊCH - GIAO THÔNG
VÀ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI**

TS. Phạm Hoài Chung

Ths. Vũ Duy Phong

Viện Chiến lược và Phát triển Giao thông Vận tải

Giao thông vận tải giữ vai trò quan trọng, là động lực phát triển kinh tế-xã hội quốc gia, của các vùng và địa phương. Với ngành Du lịch, giao thông vận tải là cầu nối, giúp thúc đẩy liên kết và hợp tác chặt chẽ giữa các khu du lịch, vùng du lịch và với quốc tế, góp phần khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên du lịch tại các vùng miền trên cả nước. Bài viết dưới đây tập trung trình bày tổng quan quá trình phát triển ngành Giao thông vận tải, phân tích tác động tương hỗ giữa Giao thông vận tải - Du lịch và nhận diện những tồn tại, hạn chế cần khắc phục trong thời gian tới.

1. Tổng quan về giao thông vận tải phục vụ du lịch

Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã nói: “*Giao thông là mạch máu của tổ chức, giao thông tốt thì mọi việc dễ dàng, giao thông xấu thì các việc đình trệ*”. Câu nói giản dị của Bác đã thể hiện vai trò quan trọng của giao thông vận tải (GTVT) trong sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Do vậy, phát triển GTVT là chủ trương đúng đắn của Đảng và Nhà nước ta.

Hiện nay, hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông (KCHTGT) của Việt Nam đã được quan tâm đầu tư phát triển trên tất cả các chuyên ngành (đường bộ, đường sắt, đường thủy nội địa, đường biển, hàng không). Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới (WB), chỉ số cạnh tranh của KCHTGT Việt Nam giai đoạn 2015-2016 tăng 9 bậc, đứng ở vị trí 67 so với vị trí thứ 76 giai đoạn 2014-2015 và tăng 29 bậc so với vị trí 96 giai đoạn 2010-2011. Cụ thể, mạng lưới giao thông đường bộ có tổng chiều dài 570.488 km (đường cao tốc 816 km, đường quốc lộ 24.136 km, đường tỉnh 25.741 km, còn lại là đường địa phương), chiều dài đường bộ tăng trưởng trung bình khoảng 1,5%/năm giai đoạn 2010-2017; đường sắt có 5 tuyến chính với tổng chiều dài 3.143 km (2.595 km chính tuyến, 403 km đường ga và 145 km đường nhánh), mật độ đạt 7,9 km/1000 km²; đường thủy nội địa được quản lý, khai thác trên cả nước dài khoảng 17.000km với 271 cảng và 11.256 bến thủy nội địa; đường biển có 32 cảng biển (14 cảng biển loại I và IA, 18 cảng biển loại II); đường hàng không có 21 cảng hàng không đang khai thác (08 cảng hàng không quốc tế, 13 cảng hàng không nội địa).

Về hoạt động vận tải, năm 2017 khối lượng vận chuyển hành khách (VTHK) cả nước đạt 3.957,57 triệu lượt; trong đó, sản lượng khách du lịch đạt 86,1 triệu lượt (chiếm 2,17% tổng sản lượng VTHK), chủ yếu vận chuyển bằng đường bộ (64%), đường hàng không (30,8%), còn lại là đường sắt (3,2%),

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

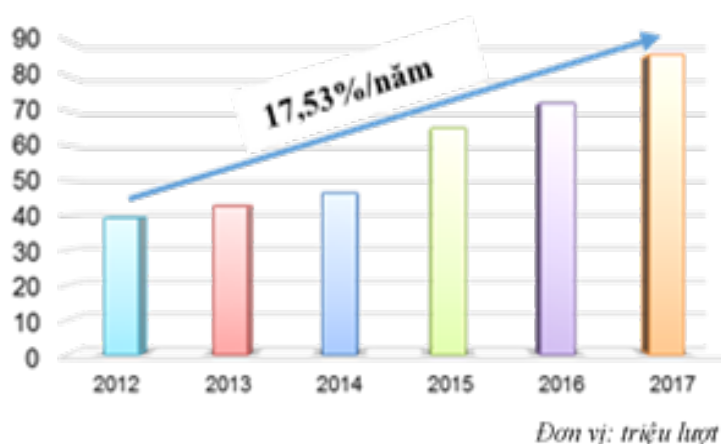
đường thủy nội địa (2,6%), đường biển (0,4%), tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2012-2017 đạt 17,53%/năm.

Về phương tiện vận tải, toàn quốc có khoảng 4.000 xe ô tô đăng ký kinh doanh vận tải khách du lịch, tập trung chủ yếu tại các tỉnh, thành phố phát triển về du lịch (Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Huế,...); Số lượng toa tàu hành khách là 1.048 chiếc; phương tiện thủy nội địa khoảng 55.870 phương tiện, hầu hết phục vụ hoạt động trên các tuyến từ bờ ra đảo, vịnh, ... như trên Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh), Vịnh Lan Hạ (Hải Phòng); sông Hàn (Đà Nẵng); sông Hương (Huế)... Một số tuyến vận tải hoạt động trên vùng nước hàng hải có quy mô đoàn phương tiện, lưu lượng hành khách tăng trưởng hàng năm rất nhanh như tuyến Rạch Giá/Hà Tiên - đảo Phú Quốc - đảo Thổ Chu, tuyến Bình Thuận - đảo Phú Quý, tuyến ra Côn Đảo,..., các tàu biển du lịch quốc tế ghé thăm Việt Nam trên hành trình du lịch. Về đội tàu bay hiện có tổng cộng 200 tàu bay các loại, cơ bản đạt tiêu chuẩn quốc tế. Ngoài ra còn một số loại phương tiện vận chuyên mới tại nội bộ các khu du lịch như: xe chở người bốn bánh có gắn động cơ; xe buýt du lịch 02 tầng; hệ thống cáp treo; tàu hỏa leo núi; một số phương tiện vui chơi giải trí dưới nước (tàu, thuyền hoặc cấu trúc nổi).

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp VTHK, cũng như nguồn nhân lực phục vụ vận tải khách du lịch (nhân viên điều khiển phương tiện, nhân viên phục vụ, nhân viên điều hành) có sự tăng trưởng nhanh, rất chủ động nâng cao về chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách. Điều này đã góp phần nâng cao chất lượng cạnh tranh của du lịch Việt Nam, từng bước đưa du lịch Việt Nam hướng tới chuẩn quốc tế.

2. Mối quan hệ giữa phát triển giao thông vận tải và du lịch

Có thể khẳng định, ngành giao thông vận tải có vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế-xã hội nói chung và ngành du lịch nói riêng, góp phần khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên du lịch tại các vùng miền trên cả nước. Sự phát triển giao thông vận tải đồng thời đã tiếp thêm đà cho phát triển ngành Du lịch, góp phần duy trì tăng trưởng của du lịch Việt Nam, lượng khách du lịch tăng trưởng vượt bậc từ 39,3 triệu lượt (năm 2012) lên 86,1 triệu lượt (năm 2017), tốc độ tăng trưởng đạt mức cao (17,53%/năm).



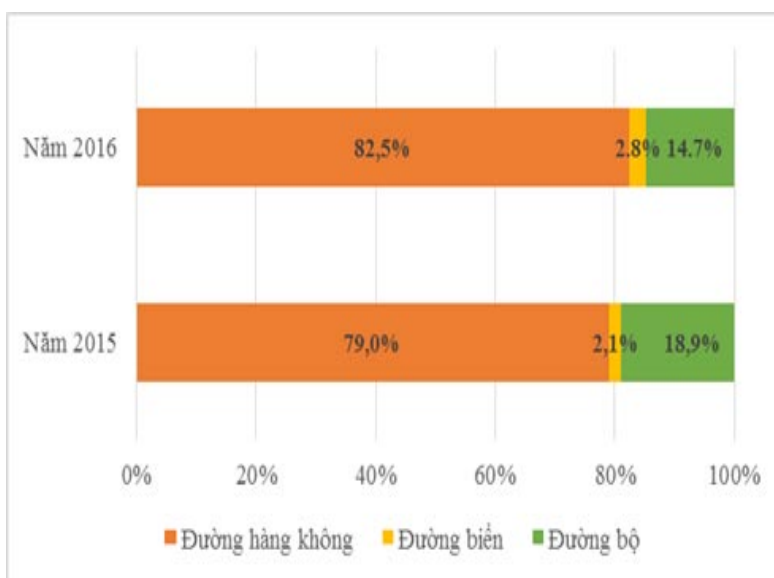
Hình 1-1: Biểu đồ tăng trưởng vận tải hành khách du lịch giai đoạn 2012-2017

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Mối quan hệ giữa phát triển KCHTGT-du lịch: Trong khoảng thời gian KCHTGT chưa được quan tâm đầu tư, kém phát triển, khi mà chất lượng phương tiện đường bộ còn kém, vận chuyển đường sắt chậm và không hấp dẫn, đường thủy nội địa và đường biển chưa phát triển cũng như đường hàng không còn quá xa xỉ với đa số du khách, dẫn đến sản lượng du lịch vẫn chưa thật ấn tượng. Đến nay, với sự phát triển về cơ sở hạ tầng và tính đa dạng của phương tiện, sản lượng khách quốc tế và nội địa đến Việt Nam ngày càng tăng.

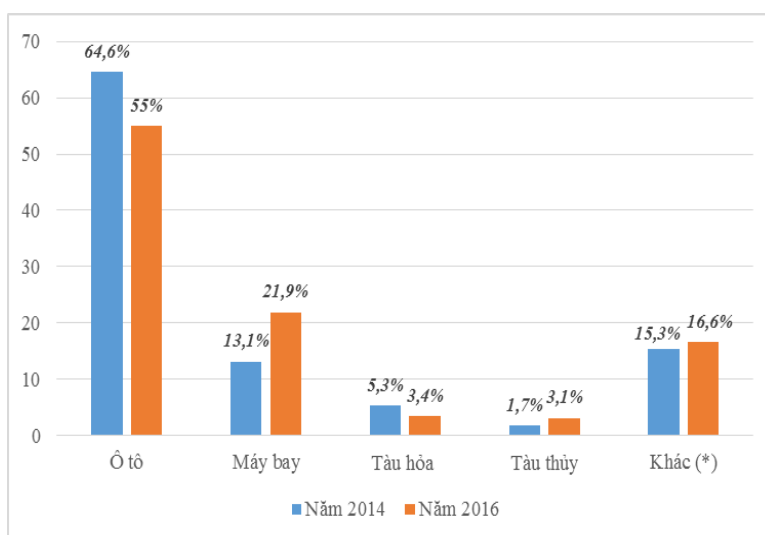
Cụ thể, năm 2016, khách du lịch quốc tế đến bằng đường hàng không chiếm đa số (trên 80%) với 8.260.623 lượt, tăng 31,7% so với năm 2015. Khách đến bằng đường biển và đường bộ tăng lần lượt 67,7% và 2,3% so với năm 2015, đạt 1.467.257 lượt. Xét theo sự thay đổi về cơ cấu qua các năm, khách đến bằng đường hàng không và đường biển tăng nhẹ theo thị phần so với năm 2015, lần lượt từ 79,0% lên 82,5% và 2,1% lên 2,8%. Tỷ lệ khách đến bằng đường bộ giảm từ 18,9% xuống 14,7% trong tổng số khách du lịch đến Việt Nam năm 2016.



Hình 1-2: Biểu đồ cơ cấu khách quốc tế đến Việt Nam chia theo loại hình vận tải, 2015-2016

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Mối quan hệ giữa phát triển phương tiện VTHK-du lịch: Các phương tiện vận tải khách du lịch đã được đầu tư, đáp ứng nhu cầu và thị hiếu ngày càng cao của du khách. Trong đó, các phương thức vận tải khách của ngành hàng không (tàu bay) có sự chuyển biến rõ ràng nhất với quy mô đoàn phương tiện ngày càng lớn và hiện đại như máy bay Airbus A350, Boeing 787,... Bên cạnh đó, xe ô tô vận chuyển khách du lịch được đầu tư



Hình 1-3: Biểu đồ cơ cấu khách nội địa theo phương tiện sử dụng, 2014-2016

Nguồn: Tổng cục du lịch

mới như xe Universe Express, HINO, Euro Town, Euro Space và các dòng xe Hyundai nhập khẩu từ Hàn Quốc. Việc phát triển đa dạng hóa các phương tiện vận chuyển đã góp phần hỗ trợ cho hoạt động du lịch. Dẫn chứng là theo kết quả điều tra khách du lịch nội địa, số khách sử dụng phương tiện ô tô chiếm tỷ lệ lớn nhất 55%. Đặc biệt, khách cũng có xu hướng sử dụng máy bay nhiều hơn so với năm 2014 (tăng từ 13,1% lên 21,9%).

3. Đánh giá chung

Với những bước phát triển nhanh, cơ bản đồng bộ của ngành Giao thông vận tải đã tạo những điều kiện thuận lợi cho phát triển hoạt động VTHK du lịch, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

Việc phát triển KCHTGT đã tạo ra các tuyến kết nối thuận tiện, nhanh chóng và an toàn hơn Đặc biệt, hệ thống đường cao tốc được đầu tư phát triển đã góp phần gia tăng lượng khách lưu thông bằng đường bộ, góp phần phát triển điem đến. Ngành Đường sắt cũng đang nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ, đổi mới tiện ích nhiều đoàn tàu (tuyến Sài Gòn – Nha Trang, Sài Gòn – Phan Thiết đạt tiêu chuẩn 5 sao). Số lượng và chất lượng phương tiện vận chuyển, kết cấu hạ tầng đường thủy nội địa phục vụ du lịch ngày càng phát triển, đa dạng về chủng loại, công suất... (bến du thuyền Marina tại Nha Trang, đảo Phú Quốc, nhà ga cảng tàu khách quốc tế Tuần Châu tại Hạ Long...). Cùng với đó là sự phát triển của các đường bay, tuyến bay, tần suất chuyên bay, số lượng và quy mô máy bay, hạ tầng cảng hàng không... đã góp phần tích cực vào sự tăng trưởng khách du lịch nội địa và quốc tế đến Việt Nam.

Nhiều doanh nghiệp đã đầu tư các loại phương tiện hiện đại, chuyên dụng để vận chuyển khách du lịch, góp phần nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam.

Dịch vụ vận tải phát triển không ngừng, sự chuyên nghiệp trong thái độ, ứng xử của nhân viên phục vụ cũng đã góp phần tạo nên những hình ảnh đẹp cho du lịch Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế.

4. Kinh nghiệm về phát triển giao thông ảnh hưởng đến phát triển kinh tế xã hội và du lịch

4.1. Kinh nghiệm trong nước

4.1.1. Đảo Cát Bà, Hải Phòng

Năm 2017, đảo Cát Bà đã đón khoảng 2,16 triệu lượt khách du lịch, tốc độ tăng trưởng trung bình khách du lịch trong giai đoạn 2010-2017 đạt 13,1%/năm, đặc biệt năm 2017 tăng 25,5% so với năm 2016. Đặc biệt, tính đến hết tháng 5/2018, đảo Cát Bà đón 935.000 lượt khách, tăng 60% so với cùng kỳ. Một trong những yếu tố chính khiến lượng khách du lịch Cát Bà tăng đột biến trong thời gian qua là do sự phát triển vượt bậc của KCHTGT kết nối đến đảo, cụ thể đã đưa vào khai thác cao tốc Hà Nội - Hải Phòng, đường bộ Tân Vũ - Lạch Huyện,..., giúp giảm 3-3,5 giờ khi di chuyển từ Hà Nội đến đảo Cát Bà.

So sánh các chỉ tiêu vận tải trước và sau khi có đường Tân Vũ-Lạch Huyện

TT	Thông số	Trước khi khai thác đường Tân Vũ - Lạch Huyện (trước 02/9/2017)	Sau khi khai thác đường Tân Vũ - Lạch Huyện (sau 02/9/2017)	Ghi chú
1	Vận tốc lưu thông bình quân đến khu vực phà Gót	12km/h	70km/h	từ giao QL.5-ĐT.366 đến phà Gót
2	Thời gian di chuyển từ trung tâm thành phố đến khu vực phà Gót	2 tiếng	30 phút	
3	Lượng hành khách	600.000 lượt (05 tháng đầu năm 2017)	1 triệu lượt (05 tháng đầu năm 2018)	
4	Lượng phương tiện (ô tô khách) đến phà Gót	300 phương tiện/ngày	2.000 phương tiện/ngày	ngày cao điểm mùa du lịch

4.1.2. Đảo Phú Quốc, Kiên Giang

Đảo Phú Quốc là một trong những khu du lịch có sản lượng hành khách tăng đột biến sau khi có sự phát triển của hệ thống giao thông kết nối. Cụ thể khi cảng HKQT Phú Quốc đi vào hoạt động (ngày 02/12/2012), theo số liệu thống kê của Cục Hàng không Việt Nam cho thấy, nếu như năm 2012, tổng lượng hành khách qua sân bay Phú Quốc chỉ đạt hơn 490 nghìn lượt khách, thì đến năm 2017, lượng khách qua sân bay này đã đạt 2,68 triệu khách. Lượng khách qua Phú Quốc tính đến hết năm 2017 thậm chí còn tăng so với số liệu trong Quy hoạch 1608/QĐ-TTg năm 2018 của Chính phủ (2,65 triệu khách), dự kiến trong năm 2018, lượng hành khách qua cảng HKQT Phú Quốc sẽ đạt hơn 3 triệu khách, tăng gấp 6 lần so với thời điểm năm 2012.

4.1.3. Vịnh Hạ Long, Quảng Ninh

Cao tốc Hạ Long - Hải Phòng chính thức được thông xe vào 01/9/2018, giúp rút ngắn thời gian Hạ Long - Hải Phòng từ 2 giờ xuống còn 0,5 giờ và từ Hà Nội đi Hạ Long từ 4 tiếng xuống còn 1,5 giờ, đã thúc đẩy lượng khách du lịch tăng đột biến đến Hạ Long trong dịp nghỉ lễ 2/9 vừa qua. Theo thống kê từ Sở Du lịch Quảng Ninh, trong hai ngày 01-02/9/2018 công suất buồng phòng đạt từ 90-95%, đón khoảng 87.000 lượt khách, tăng 20% so với 2017, trong đó phần lớn “đổ” về trung tâm du lịch Hạ Long.

4.2. Kinh nghiệm thế giới

4.2.1. Đảo Jeju - Hàn Quốc:

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Đảo Jeju là hòn đảo lớn nhất Hàn Quốc, là trung tâm du lịch và nghỉ dưỡng lớn nhất của Hàn Quốc được UNESCO công nhận là một trong 7 kỳ quan thiên nhiên của thế giới vào năm 2011. Đảo Jeju trọng tâm phát triển theo hướng du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, do đó hệ thống giao thông trên đảo phát triển theo hướng giao thông xanh, sạch và thân thiện với môi trường. Tháng 3/2018 Jeju đã có 10.000 xe ô tô điện và hướng tới mục tiêu năm 2030 thay thế toàn bộ phương tiện giao thông cơ giới trên đảo bằng xe ô tô điện.

4.2.2. Đảo Macao - Trung Quốc:

Macao nằm ở phía Đông Nam Trung Quốc, là hòn đảo du lịch nổi tiếng thế giới, chủ yếu là dịch vụ du lịch giải trí. Macao phát triển hệ thống giao thông trên cơ sở tập trung đầu tư phát triển hệ thống KCHTGT và VTHKCC, song song với hạn chế phương tiện cá nhân, đã góp phần giúp Macao trở thành một trong những điểm du lịch hấp dẫn nhất thế giới với trên 80.000 lượt khách du lịch mỗi ngày.

4.2.3. Đảo Boracay - Philippines, Đảo Koh Tachai - Thái Lan, Bãi biển vịnh Maya - Thái Lan

Việc hệ thống giao thông không phát triển theo kịp với sự tăng trưởng du lịch thường để lại thiệt hại rất nặng nề về kinh tế-xã hội cũng như ảnh hưởng đến tài nguyên và doanh thu du lịch. Một số đảo du lịch nổi tiếng trong khu vực thậm chí đã phải đóng cửa do cơ sở hạ tầng không đáp ứng được lượng du khách quá cao vào mùa cao điểm như: đảo Boracay - Philippines đóng cửa trong 06 tháng, thiệt hại khoảng 0,5 tỉ USD; đảo Koh Tachai - Thái Lan đóng cửa 5 tháng, thiệt hại khoản 0,4 tỉ USD; bãi biển vịnh Maya - Thái Lan đóng cửa 3 tháng, thiệt hại khoảng 0,8 tỉ USD.

Bài học kinh nghiệm rút ra: Cần có định hướng đầu tư, phát triển hệ thống giao thông đúng đắn, hợp lý, có thể kéo theo sự phát triển mạnh mẽ về du lịch và kinh tế-xã hội. Tuy nhiên, cần có sự đầu tư một cách đồng bộ đảm bảo cả về mạng lưới, KCHT, phương tiện công cộng,... nhằm phát triển một cách bền vững, tránh các ảnh hưởng tiêu cực về ùn tắc, mất an toàn giao thông và ô nhiễm môi trường do tăng trưởng nóng mang lại.

Kết luận

Trên đây là nội dung tổng quan về mối liên hệ, tác động tương hỗ giữa ngành du lịch - giao thông vận tải, trong đó nêu bật vai trò của ngành giao thông vận tải đối với sự phát triển của ngành du lịch và kinh tế xã hội cả nước. Đồng thời đã khái quát được hiện trạng hệ thống giao thông vận tải liên quan đến phát triển du lịch, phân tích mối quan hệ chặt chẽ giữa phát triển giao thông vận tải và du lịch, nghiên cứu kinh nghiệm trong nước và quốc tế về phát triển GTVT ảnh hưởng đến phát triển du lịch. Tuy nhiên, trong thời gian tới ngành giao thông vận tải và ngành du lịch cần phối hợp chặt chẽ hơn nữa để tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ vận tải và bảo đảm an toàn giao thông

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

cho khách du lịch, góp phần thực hiện thành công mục tiêu tại Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị “đến năm 2020 Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đến năm 2030 du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn”./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHÍNH

1. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;
2. Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ về Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị.
3. Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;
4. Quyết định số 355/QĐ-TTg ngày 25/02/2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt điều chỉnh Chiến lược phát triển Giao thông vận tải Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;
5. Quyết định số 318/QĐ-TTg ngày 04/3/2014 của Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển dịch vụ vận tải đến năm 2020, định hướng đến năm 2030;
6. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2016). *Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam 2016*, Nhà xuất bản Thông tấn, Hà Nội.
7. <<https://dantri.com.vn/kinh-doanh/cao-toc-ha-long-hai-phong-di-vao-hoat-dong-du-lich-ha-long-boi-thu-dip-2-9-20180904154433475.htm>>
8. <<http://www.jejuweekly.com/news/articleView.html?idxno=5331>>
9. Korean Island Plans for All Cars to Be Electric by 2030
10. <<https://spectrum.ieee.org/energywise/transportation/efficiency/korean-island-plans-for-all-electric-vehicles-by-2030>>
11. Macao tourism industry development master plan
12. <<https://www.tripsavvy.com/boracay-philippines-island-closed-for-tourism-4165709>>
13. <<https://www.bbc.com/news/world-asia-36309103>>
14. <<https://nypost.com/2018/02/14/famous-thai-beach-is-closing-because-tourists-have-ruined-it/>>
15. <<https://edition.cnn.com/travel/article/maya-bay-thailand-closing/index.html>>



**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

**HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH
GIAI ĐOẠN 2010 - 2018 TRONG MỐI LIÊN HỆ
VỚI PHÁT TRIỂN, TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ**



**HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM
GIAI ĐOẠN 2008 - 2018 VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA**

TS.KTS. Dương Đình Hiền

1. Bối cảnh phát triển Du lịch Việt Nam năm 2008 - 2018

Giai đoạn 2008 - 2018, Du lịch Việt Nam có thể được nhìn nhận, đánh giá phát triển qua 3 giai đoạn chủ yếu trong bối cảnh thế giới và trong nước có những thay đổi khác nhau, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động của Ngành:

- *Giai đoạn từ năm 2008 - 2010*: Là giai đoạn Du lịch Việt Nam phát triển theo Chiến lược và Quy hoạch tổng thể Du lịch quốc gia đến năm 2010 trong bối cảnh thế giới chịu ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế 2008 - 2009. Sau khủng hoảng, tỷ lệ thất nghiệp ở mức cao ở hầu hết các nước; ngân sách thâm hụt trầm trọng và nợ công gia tăng; lạm phát và lãi suất ở mức thấp ở các nước phát triển và mức trung bình ở các nước đang phát triển; thương mại toàn cầu bị đình trệ,... Bên cạnh đó, trên thế giới dịch cúm A/H1N1 hoành hành; xung đột vũ trang, bất ổn chính trị diễn ra ở nhiều nơi.

Trong bối cảnh đó, du lịch thế giới đã bị giảm sút đáng kể. Năm 2008, tổng doanh thu của ngành Du lịch thế giới đạt 944 tỷ USD, tức chỉ tăng 1,8% so với mức 857 tỷ USD của năm 2007. Như vậy, sau 4 năm tăng trưởng mạnh, ngành Du lịch thế giới đã chậm lại trong năm 2008 và giảm 4% trong năm 2009. Bức tranh ảm đạm của du lịch thế giới chỉ khởi sắc trở lại bắt đầu từ năm 2010. Sự sụt giảm của ngành Du lịch được nhận thấy rõ ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Một số quốc gia du lịch hàng đầu trong khu vực ASEAN như Thái Lan, Malaysia, Singapore, lượng khách và doanh thu bị giảm sút rõ rệt.

Một loạt yếu tố đã cản bước phục hồi của ngành Du lịch lúc đó như: sự phục hồi kinh tế ở phần lớn các quốc gia đều diễn ra chậm hơn; sự giảm sút của hoạt động kinh doanh và thu nhập dôi dư của người lao động; tình trạng thất nghiệp gia tăng nhất là ở những thị trường du lịch chủ chốt. Ngoài ra, sự biến động của tỷ giá hối đoái, hoạt động kinh doanh không ổn định và niềm tin của người tiêu dùng chưa hồi phục cũng là những nhân tố tác động xấu tới triển vọng du lịch trong giai đoạn này. Nhìn chung, khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã ảnh hưởng xấu tới ngành công nghiệp du lịch, nơi tập trung tới 80% số doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Ở trong nước, do ảnh hưởng chung của tình hình thế giới từ khi khủng hoảng kinh tế toàn cầu nổ ra vào năm 2008, Việt Nam chìm trong vòng xoáy tăng trưởng chậm khi các thị trường xuất khẩu lớn bị ảnh hưởng, sức mua trong nước giảm; tăng trưởng kinh tế thụt lùi; lạm phát "nhảy múa" (đỉnh điểm của lạm phát năm 2008 lên tới gần 20% và duy trì ở hai con số năm 2010 và 2011);

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

vốn đầu tư toàn xã hội teo tóp; sản xuất công nghiệp lao đao, tồn kho lớn; sức mua suy yếu, tiêu thụ hàng hóa khó khăn; số doanh nghiệp "khai sinh" ngày càng giảm; thu hút vốn nước ngoài khó khăn.

Giai đoạn này (2008 - 2010), ngành Du lịch có được một số thuận lợi: Việt Nam vừa gia nhập WTO và Luật Du lịch 2005 đã bắt đầu đi vào cuộc sống.

- *Giai đoạn 2011-2015*: Là giai đoạn Du lịch Việt Nam phát triển thực hiện theo giai đoạn đầu của Chiến lược và Quy hoạch tổng thể đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trong bối cảnh thế giới và trong nước đã có những bước phục hồi sau khủng hoảng.

Tình hình kinh tế thế giới đã có những thay đổi tích cực và ổn định sau khủng hoảng 2009. Nỗ lực vượt qua khó khăn, kinh tế thế giới đã có nhiều dấu hiệu hồi phục rõ nét hơn, đặc biệt là sự khởi sắc của các nền kinh tế hàng đầu như Mỹ, Nhật Bản và Châu Âu, tuy tăng trưởng chậm nhưng ngày càng bền vững hơn.

Kinh tế toàn cầu đã tiếp tục xu hướng phục hồi từ nửa cuối năm 2013, được đánh giá theo ba trụ cột chính, đó là: 1) Sự tăng trưởng nhanh hơn của các nền kinh tế phát triển; 2) Sự ổn định của các nước mới nổi; và 3) Tiếp tục các chính sách kích thích kinh tế của ngân hàng trung ương các nước trên thế giới.

Trong xu hướng phát triển của nền kinh tế tri thức, khoa học công nghệ được ứng dụng có hiệu quả. Kinh nghiệm quản lý tiên tiến, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao được sử dụng như là công cụ cạnh tranh chủ yếu giữa các quốc gia. Công nghệ mới làm thay đổi căn bản phương thức quan hệ kinh tế, đặc biệt công nghệ thông tin truyền thông đã được ứng dụng mạnh. Và theo đó, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 bắt đầu được đề cập đến (năm 2013).

Xu thế hội nhập, hợp tác khu vực và quốc tế có bước phát triển mới, thực chất hơn. Tuy nhiên, trong giai đoạn này tình hình chính trị, quân sự trên thế giới lại có những biến động phức tạp. Mặc dù hòa bình, hợp tác, phát triển là dòng chảy chính, nhưng xung đột vũ trang, mâu thuẫn dân tộc, sắc tộc, chủ nghĩa khủng bố, ly khai, cạnh tranh địa chiến lược, tranh chấp biển, đảo, v.v... vẫn diễn biến phức tạp, đe dọa nghiêm trọng tới an ninh, hòa bình của thế giới. Điển hình là những sự kiện như tranh chấp biển Đông, biến động ở Ucraina, sự hình thành nhà nước Hồi giáo tự xưng IS ở các nước Trung Đông... Trên thế giới thời gian này cũng đã xảy ra nhiều dịch bệnh có diễn biến phức tạp ảnh hưởng đến đời sống toàn cầu như Ebola ở các quốc gia Tây Phi; MERS-CoV khu vực Trung Đông, Hàn Quốc; Cúm A (H7N9), cúm A (H5N1, cúm A (H5N6), cúm A (H1N1), dịch sởi, bại liệt ở nhiều nơi, v.v... hạn chế khả năng đi lại của toàn xã hội, trong đó có khách du lịch.

Bên cạnh đó, do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu, tình hình thời tiết cũng diễn biến khó lường. Bão lụt, động đất, lụt lội, hạn hán... xảy ra liên tục, đặc biệt ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Trong bối cảnh chính trị có nhiều biến động, kinh tế khó khăn, đi du lịch vẫn là một thói quen của đông đảo người dân các quốc gia. Đóng góp của du lịch cho tổng GDP toàn thế giới lúc này đạt khoảng 6%.

Nhu cầu về sản phẩm du lịch đã có sự thay đổi, khách du lịch đang trong xu hướng thay đổi hành vi từ kiểu “viếng thăm, ngắm cảnh” thông thường tới các điểm đến mà muốn tìm hiểu sâu hơn về các giá trị và cuộc sống của bản địa nhằm phát triển bản thân cá nhân chính mình.

Công nghệ phục vụ du lịch ngày càng được cải thiện. Do đặc tính di chuyển cao, các dịch vụ xúc tiến, bán sản phẩm du lịch cũng đã đòi hỏi sự thay đổi theo yêu cầu của sản phẩm với mức độ phản hồi ngay lập tức để tạo sự hài lòng và thoải mái cho du khách.

Đi sâu vào các đặc thù của xu hướng du lịch giai đoạn này, có thể nhận thấy một số đặc điểm như sau của thị trường khách quốc tế:

Thứ nhất: Cơ cấu nguồn khách đã ngày càng đa dạng về khả năng chi tiêu, về độ tuổi, về nhân thân, về giới tính, về loại hình...

Thứ hai: Xu hướng chọn các dịch vụ, hàng hoá bền vững, có nhãn sinh thái, thân thiện với môi trường.

Thứ ba: Ngày càng nhiều người sử dụng thời gian nhàn rỗi và thu nhập để nghỉ ngơi và hưởng thụ các dịch vụ có lợi cho sức khoẻ và sắc đẹp.

Thứ tư: Xu hướng ngày càng tăng nhu cầu khách lựa chọn chương trình du lịch có sự kết hợp giữa các loại hình du lịch.

Thứ năm: Xu hướng chọn tour du lịch tự thiết kế, đặt chỗ qua mạng; tự lựa chọn dịch vụ, không đi theo tour trọn gói.

Thứ sáu: Xu hướng đi nghỉ rời xa những nơi đô thị ồn ào, đến những nơi yên tĩnh, biệt lập.

Ở trong nước, được sự lãnh đạo, chỉ đạo quyết liệt của Đảng, Quốc hội và Chính phủ, cùng với sự nỗ lực, quyết tâm của các cấp, các ngành và các địa phương nên kinh tế - xã hội nước ta giai đoạn này đã có nhiều chuyển biến tích cực, tình hình chính trị, xã hội ổn định; kinh tế vĩ mô dần giữ vững cân đối; uy tín và vị thế chính trị, ngoại giao quốc tế của Việt Nam được cải thiện rõ rệt. Cho đến năm 2014, kinh tế Việt Nam liên tục tăng trưởng với tốc độ cao trở lại (năm 2014 đạt 5,9%/năm) và đứng thứ 2 sau Trung Quốc. Tuy nhiên, nhìn chung vẫn còn nhiều khó khăn.

Trong điều kiện còn nhiều khó khăn nhưng ngành Du lịch được Đảng, Chính phủ quan tâm. Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Một số chính sách phát triển Ngành được ban hành thời gian này như Nghị quyết 92/NQ-CP về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới; Nghị quyết số 39/NQ-CP và Nghị quyết số 46/NQ-CP của Chính phủ về việc miễn thị thực có thời hạn đối với công dân 6 nước; Chỉ thị số

14/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch, v.v... đã tạo môi trường thuận lợi hơn cho phát triển du lịch trên phạm vi cả nước.

Chính sách thu hút đầu tư thông thoáng hơn đã thu hút đáng kể nguồn vốn trong và ngoài nước đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch, các cơ sở phục vụ du lịch, cộng với sự nỗ lực của ngành Du lịch đã đem lại diện mạo mới cho ngành, tăng sức hấp dẫn đối với khách du lịch quốc tế và nội địa.

Nhận thức về du lịch đã có bước cải thiện và tiến bộ nhất định. Tư duy về du lịch đã có chiều hướng thay đổi. Nhiều chính sách được tháo gỡ tạo thuận lợi cho phát triển du lịch, các thủ tục thông thoáng hơn. Tuy nhiên, do xuất phát điểm còn thấp, phát triển du lịch còn là vấn đề mới nên mặt bằng chung về nhận thức, tư duy du lịch vẫn còn khoảng cách xa so với yêu cầu phát triển.

- *Giai đoạn từ 2016 đến nay*: Ngành Du lịch Việt Nam phát triển trong bối cảnh thế giới và trong nước đã có những bước phát triển mới. Kinh tế thế giới đã ổn định và tiếp tục phát triển. Toàn cầu hoá ngày càng sâu rộng. Cách mạng công nghiệp 4.0 đã lan toả đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có du lịch. Bên cạnh đó, ảnh hưởng của biến đổi khí hậu càng thể hiện rõ nét hơn bao giờ hết.

Thế hệ Millennials (sinh từ 1980-1998) và thế hệ Z (sinh sau năm 2000), lớn lên trong kỷ nguyên của khẩu hiệu “Sống xanh” sẽ muốn giữ lối sống vì cộng đồng và môi trường khi đi du lịch. Du lịch văn minh vì cộng đồng, tử thiện và môi trường, du lịch thông minh (Traveling Smart) ngày càng trở lên phổ biến.

Trong nước, ngoài sự cố môi trường biển 4 tỉnh miền Trung tháng 4/2016 ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động du lịch khu vực miền Trung nói riêng và cả nước nói chung thì Du lịch Việt Nam cơ bản phát triển trong môi trường thuận lợi.

Kinh tế trở lại tốc độ tăng trưởng ở mức cao (năm 2016 đạt 6,2%; năm 2017 đạt 6,7% và 6 tháng đầu năm 2018, GDP tăng 7,08%, mức cao nhất trong 6 tháng đầu năm kể từ 2011). Đảng, Quốc hội và Chính phủ đặc biệt quan tâm, chỉ đạo, lãnh đạo quyết liệt hơn đối với Ngành. Điển hình là sự ra đời Luật Du lịch sửa đổi năm 2017, Nghị quyết 08 - NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển Du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, Chương trình hành động quốc gia về Du lịch, Chương trình Xúc tiến Du lịch quốc gia được tổ chức ngày càng bài bản và chuyên nghiệp, Chính phủ giao xây dựng Chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch quốc gia giai đoạn mới..v.v...

Đời sống, thu nhập và điều kiện làm việc của nhân dân được cải thiện và nâng cao hơn, nhu cầu giao lưu văn hóa ngày càng tăng, có nhiều điều kiện đi du lịch trong nước và ra nước ngoài là cơ hội cho ngành Du lịch phát triển.

Bức tranh toàn cảnh trên đây của tình thế giới và trong nước đã có những ảnh hưởng trực tiếp đến phát triển ngành Du lịch theo đặc điểm riêng của từng giai đoạn.

2. Hiện trạng phát triển Du lịch Việt Nam giai đoạn 2008 - 2018

Tuy có những thăng trầm, nhưng nhìn chung qua 10 năm, ngành Du lịch đã có bước phát triển rõ rệt và đạt được những kết quả quan trọng, rất đáng khích lệ. Ngoại trừ các năm 2009 giảm do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế và năm 2014, 2015 chỉ tăng ít do bất ổn về chính trị thế giới và khu vực, còn lại tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế đạt trung bình 10,2%/năm. Đặc biệt đáng kể là giai đoạn từ 2016 đến nay, ngành Du lịch đã có sự bứt phá. Năm 2017, số lượng khách du lịch quốc tế đạt hơn 13 triệu lượt người, tăng hơn gấp 3 lần so với năm 2008. Cùng trong năm 2017, lần đầu tiên, Việt Nam trở thành quốc gia đứng thứ 6 trong tổng số 10 quốc gia có tốc độ phát triển du lịch nhanh nhất thế giới.

Khách du lịch nội địa ít bị ảnh hưởng bởi tình hình thế giới hơn nên tăng đều và đạt trung bình khoảng 11,8%/năm. Năm 2017, khách du lịch nội địa đạt hơn 73 triệu lượt, tăng 3,8 lần so với năm 2008.

Đóng góp trực tiếp của ngành Du lịch vào GDP cũng không ngừng tăng. Năm 2008 đạt 4,99%; năm 2010 đạt 5,8% và đến năm 2017 đạt 7,5% GDP, cả gián tiếp và lan tỏa đạt xấp xỉ 15% GDP.

Hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch ngày càng phát triển. Năm 2008 chỉ mới có khoảng 206 nghìn buồng lưu trú, thì năm 2017 đạt khoảng 485 nghìn, tăng gấp 2,4 lần. Bên cạnh tăng nhanh về số lượng thì chất lượng cơ sở lưu trú cũng cải thiện đáng kể. Tỷ lệ buồng đạt tiêu chuẩn xếp hạng và tiêu chuẩn từ 3-5 sao ngày càng tăng. Năm 2017, tỷ lệ buồng đạt tiêu chuẩn xếp hạng trên tổng số đạt 73%; tỷ lệ buồng 3 - 5 sao chiếm hơn 20%. Bên cạnh đó là sự phát triển đa dạng về loại hình lưu trú nhằm đáp ứng nhu cầu khác nhau của khách du lịch.

Thị trường du lịch đã được rộng mở. Bên cạnh việc duy trì thị trường truyền thống (các nước Tây Âu, Bắc Mỹ, Úc...), Du lịch Việt Nam đã thu hút mạnh khách du lịch từ các thị trường gần (các nước và vùng lãnh thổ Đông Bắc Á và ASEAN), thị trường Nga và các nước Đông Âu và bắt đầu hướng đến các thị trường tiềm năng (Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, các nước Châu Phi, Mỹ La Tinh,...) nhờ công tác xúc tiến quảng bá và công tác hợp tác quốc tế về du lịch đã được đẩy mạnh, được cải tiến cả nội dung và hình thức, đúng trọng tâm trọng điểm.

Loại hình sản phẩm, dịch vụ du lịch ngày càng phong phú và đa dạng. Chất lượng dịch vụ và tính chuyên nghiệp từng bước được nâng cao. Lực lượng doanh nghiệp du lịch lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, tạo được một số thương hiệu có uy tín ở trong nước và quốc tế. Bước đầu hình thành một số địa bàn và khu du lịch trọng điểm có thương hiệu và khả năng cạnh tranh cao như Sa Pa (Lào Cai); Hạ Long – Cát Bà (Quảng Ninh); Vinpearl Nha Trang (Khánh Hoà); Phan Thiết – Mũi Né (Bình Thuận); Phú Quốc (Kiên Giang),.... Bên cạnh đó, đã phát triển những sản phẩm du lịch mới, mang tính thời đại như du lịch

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

cộng đồng, du lịch có trách nhiệm; du lịch xanh; du lịch thân thiện với môi trường,...

Sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân, góp phần giảm nghèo cho đồng bào vùng sâu, vùng xa; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Nếu như năm 2008, ngành Du lịch cả nước chỉ mới thu hút được gần 425 nghìn lao động, thì đến đầu năm 2018 đã có khoảng 1,2 triệu lao động, tăng gấp gần 3 lần.

Tuy nhiên, ngành Du lịch còn một số hạn chế, yếu kém như:

- Du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của toàn xã hội.

- Sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và chưa có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh còn thấp. Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu.

- Hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch chưa cao.

- Môi trường du lịch, vệ sinh an toàn thực phẩm và an toàn giao thông còn nhiều bất cập.

- Công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều hạn chế về nguồn lực, sự phối hợp và tính chuyên nghiệp, hiệu quả chưa cao.

- Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu vừa yếu. Doanh nghiệp du lịch chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa; vốn, nhân lực và kinh nghiệm quản lý còn hạn chế. Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa được phát huy.

Nguyên nhân chủ yếu của những hạn chế, yếu kém:

Tư duy, nhận thức của toàn xã hội đối với ngành Du lịch vẫn còn hạn chế, bất cập. Các cấp, các ngành chưa thực sự coi Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa và hội nhập quốc tế cao, mang nội dung văn hóa sâu sắc; Sự phối hợp liên ngành, liên vùng hiệu quả còn thấp;

Nhà nước còn thiếu chính sách quốc gia phù hợp để du lịch phát triển theo đúng tính chất của một ngành kinh tế vận hành theo quy luật thị trường. Thể chế, chính sách phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu phát triển.

Vốn đầu tư còn ít, đầu tư còn dàn trải, chưa huy động được nhiều nguồn lực của xã hội cho phát triển du lịch. Công tác đầu tư phát triển du lịch của nhiều nhà đầu tư vẫn nặng về lợi ích kinh tế, thiếu trách nhiệm với môi trường.

Công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chưa được quan tâm đúng mức.

Bộ máy quản lý Nhà nước về du lịch từ Trung ương đến địa phương thiếu tính ổn định.

3. Một số vấn đề đặt ra đối với phát triển Ngành trong những năm tới

Trong những năm tới, khi mà thế giới nói chung cũng như Việt Nam nói riêng đang hướng tới cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, để phát huy những kết quả đạt được và khắc phục những yếu kém, bất cập, vấn đề đặt ra đối với ngành Du lịch trong giai đoạn tiếp theo là đề ra các giải pháp mang tính đột phá để khắc phục những hạn chế yếu kém trên, góp phần đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng hơn nữa các chỉ tiêu chủ yếu của toàn Ngành.

Một số giải pháp được đề cập như sau:

Tiếp tục đẩy mạnh công tác giáo dục, nâng cao nhận thức, đổi mới tư duy về du lịch: Đây có thể xem là nhiệm vụ đặt ra hàng đầu và được thực hiện liên tục, thường xuyên. Có nâng cao được nhận thức toàn xã hội, đổi mới tư duy phát triển du lịch thì mới loại bỏ được những hiện tượng không tốt hiện nay như chèo kéo, lừa gạt khách du lịch, hay nghiêm trọng hơn nữa là tình trạng đầu tư phát triển du lịch lệch lạc, ảnh hưởng đến cảnh quan môi trường và phát triển bền vững. Việc nâng cao nhận thức du lịch tập trung để giải quyết căn bản sau:

- Tạo môi trường thân thiện, mến khách thể hiện bản chất văn hóa Việt.
- Loại bỏ triệt để vấn nạn “chặt chém” hay “phá giá”, chèo kéo trong kinh doanh du lịch.
- Nâng cao trách nhiệm gìn giữ và bảo vệ môi trường du lịch, đặc biệt đối với các nhà đầu tư, hạn chế tình trạng cải tạo môi trường tự nhiên (như lấn biển, chặt phá rừng) để phát triển các khu, điểm du lịch hay các loại hình vui chơi giải trí (cáp treo, sân golf,...)

- Nâng cao ý thức trách nhiệm góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.

Tiếp tục đổi mới, hoàn thiện chính sách, cơ chế nhằm tháo gỡ rào cản cho phát triển du lịch: Trong đó, đặc biệt quan tâm chính sách về visa như mở rộng quy mô và thời gian miễn thị thực; áp dụng các hình thức thị thực linh hoạt như thị thực tại cửa khẩu, thị thực chung, thị thực điện tử, v.v... tạo thuận tiện cho khách du lịch vào và đi lại trên đất nước Việt Nam. Bên cạnh đó, nghiên cứu chính sách thông thoáng hơn để thúc đẩy phát triển du lịch ở khu vực biên giới.

Đẩy mạnh công tác đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch: Vốn dĩ du lịch đòi hỏi nguồn nhân lực có trình độ, chất lượng cao. Trong tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đòi hỏi trình độ nguồn nhân lực du lịch càng cao hơn. Vì vậy, để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của Ngành, nhiệm vụ đặt ra là:

- Đa dạng hóa các hình thức đào tạo du lịch. Đẩy mạnh ứng dụng KHCN tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch. Chú trọng nâng cao kỹ năng nghề, ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp cho lực lượng lao động ngành Du lịch.

Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch và chất lượng dịch vụ: Tăng cường thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch. Khuyến khích các nhà đầu tư chiến lược, có trách nhiệm với môi trường đầu tư hình thành các khu dịch vụ du lịch phức hợp, các khu du lịch quốc gia, các dự án dịch vụ du lịch quy mô lớn, các trung tâm mua sắm, giải trí chất lượng cao tại các địa bàn trọng điểm.

Nâng cao khả năng kết nối giao thông tới các khu, điểm du lịch, kiểm soát chất lượng dịch vụ và đảm bảo an toàn giao thông cho khách du lịch.

Tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch: Xác định công tác xúc tiến quảng bá như lời mời chào khách du lịch, vì vậy cần được thực hiện thường xuyên, liên tục và sâu rộng:

- Đổi mới cách thức, nội dung, tăng cường ứng dụng công nghệ hiện đại, bảo đảm thực hiện thống nhất, chuyên nghiệp, hiệu quả xúc tiến quảng bá du lịch trong nước và nước ngoài. Xây dựng và định vị thương hiệu du lịch quốc gia gắn với hình ảnh chủ đạo, độc đáo, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc.

- Kết hợp sử dụng nguồn lực của Nhà nước và huy động sự tham gia của toàn xã hội trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch.

- Nâng cao vai trò, trách nhiệm của các cơ quan đại diện và thương vụ Việt Nam tại nước ngoài trong việc xúc tiến quảng bá du lịch. Khuyến khích doanh nghiệp du lịch đặt văn phòng đại diện tại nước ngoài. Phát huy vai trò của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch.

- Phát huy vai trò của phương tiện truyền thông, tạo đột phá trong hoạt động xúc tiến quảng bá thị trường trong nước, kết hợp với nâng cao nhận thức về vai trò, vị trí ngành Du lịch.

Đẩy mạnh hoạt động hợp tác quốc tế, mở rộng kết nối phát huy tiềm năng, thế mạnh và khai thác các cơ hội, nguồn lực để phát triển, gắn kết du lịch Việt Nam với du lịch của các nước trong khu vực và thế giới, đồng thời khắc phục những hạn chế của du lịch Việt Nam.

Tóm lại, đánh giá thực trạng phát triển du lịch Việt Nam qua 10 năm (2008 - 2010), có thể chia thành 3 giai đoạn:

- *Giai đoạn 2008 - 2010:* Là những năm cuối của giai đoạn đầu phát triển du lịch Việt Nam (2000 - 2010), sự phát triển còn thiên về tự phát, trình độ thấp, thiếu tính chuyên nghiệp lại chịu ảnh hưởng nặng nề của khủng hoảng kinh tế thế giới vì vậy, kết quả đạt được còn khiêm tốn.

- *Giai đoạn 2011 - 2015:* Là giai đoạn đầu thực hiện Chiến lược và quy hoạch mới, có nhiều chính sách phát triển du lịch nên du lịch đã bắt đầu phát triển ổn định, có tư duy, bài bản và bước đầu có tính chuyên nghiệp hơn. Kết quả đạt được đáng khích lệ.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

- *Giai đoạn 2016 đến nay*: Là giai đoạn hai thực hiện Chiến lược và quy hoạch, với kinh nghiệm phát triển, đổi mới tư duy, ngành Du lịch Việt Nam đã có bước đột phá. Kết quả đạt được đã chứng tỏ dấu hiệu của một ngành kinh tế mũi nhọn.

Kết quả đánh giá 10 năm phát triển Du lịch Việt Nam cho phép rút ra được những bài học kinh nghiệm, những vấn đề đặt ra đối với Ngành cho những năm tiếp theo góp phần thực hiện thành công các mục tiêu mà Nghị quyết 08-NQ/TW đã đề ra.

Ghi chú: Bài viết được tham khảo một số tài liệu như: Luật Du lịch năm 2017; Báo cáo kết quả đánh giá 7 năm thực hiện Chiến lược và Quy hoạch tổng thể Du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030; Báo cáo thống kê hàng năm của Tổng cục Du lịch, v.v.../.

Phụ lục: Một số chỉ tiêu phát triển Du lịch Việt Nam 2008 - 2018

Năm	Khách quốc tế (nghìn lượt khách)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Khách nội địa (nghìn lượt khách)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2008	4,2		20.500	6,8	60,00	7,1
2009	3,8	- 10,9%	25.000	22,0	68,00	13,3
2010	5,05	+ 34,8%	28.000	12,0	96,00	41,2
2011	6,02	+ 19,1%	30.000	7,1	130,00	35,4
2012	6,85	+ 13,86%	32.500	8,3	160,00	23,1
2013	7,6	+ 10,6%	35.000	7,7	200,00	25,0
2014	7,9	+ 4,0 %	38.500	10,0	230,00	15,0
2015	8,0	+ 0,9%	57.000	48,0	337,83	46,5
2016	10,0	+ 26,0%	62.000	8,8	400,00	18,4
2017	13,0	+ 29,1%	73.200	18,1	510,90	27,5
6 tháng 2018	7,9	+ 27,2%	42,8	-	312,000	-

Nguồn: Số liệu thống kê của TCDL; Báo cáo kết quả 7 năm (2011-2017) thực hiện Chiến lược và Quy hoạch TTPTDL Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

**DU LỊCH GẮN VỚI PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH KINH TẾ
TRỌNG ĐIỂM TẠI MIỀN TRUNG**

Cơ quan đại diện Văn phòng Bộ VHTTDL tại TP. Đà Nẵng

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Như nội dung phát biểu của Nguyên Tổng Thư ký Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) TALEB RIFAI trong Thông điệp Ngày Du lịch thế giới năm 2017 thì Du lịch ngày nay là ngành xuất khẩu lớn thứ 3 trên thế giới, sau ngành hoá chất và nguyên liệu; du lịch thúc đẩy sự phát triển bền vững trên cả 5 trụ cột kinh tế, xã hội, môi trường, văn hoá, hoà bình trong đó kinh tế tạo ra sự tăng trưởng bao trùm. Nhiều quốc gia trên thế giới đã coi du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn và là công cụ thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và kích thích các ngành kinh tế khác phát triển. Chính vì ý nghĩa to lớn đó nên các quốc gia trong đó có Việt Nam đã tập trung đầu tư nguồn lực cũng như ban hành các cơ chế, chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho ngành du lịch phát triển. Tuy nhiên, ngành du lịch có tính đặc thù là tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao, nên bên cạnh yếu tố thuận lợi, thì cũng không ít khó khăn, trở ngại trong quá trình phát triển. Trong bài viết này chúng tôi chỉ tập trung vào chủ đề: Du lịch gắn với phát triển các ngành kinh tế trọng điểm tại miền Trung.

Miền Trung là địa bàn trọng điểm trong chiến lược phát triển kinh tế biển Việt Nam, vừa có ý nghĩa về kinh tế xã hội vừa có vai trò quan trọng về an ninh, quốc phòng. Đây còn là vùng đất giàu tiềm năng du lịch và cũng từ việc phát triển du lịch đã kéo theo sự phát triển của các ngành kinh tế khác phát triển.

II. NỘI DUNG VẤN ĐỀ

1. Du lịch và ngành kinh tế trọng điểm tại miền Trung

1.1. Vài nét cơ bản

Miền Trung Việt Nam bao gồm 19 tỉnh, thành phố trải dài từ Thanh Hóa đến Bình Thuận. Miền Trung có ý nghĩa chiến lược đặc biệt quan trọng đối với nền kinh tế nước ta; trong đó, 14 tỉnh duyên hải miền Trung từ Thanh Hóa đến Bình Thuận đều có biển, chiếm 50% số tỉnh trong cả nước có bờ biển, có chiều dài gần 1.900 km, chiếm 57% bờ biển cả nước (3.260km); khu vực này có diện tích khoảng gần 100.000 km², chiếm gần 30% diện tích cả nước, có trên 19 triệu dân, chiếm gần 22% dân số cả nước.

Trong đó, vùng có tiềm năng kinh tế biển và các ngành kinh tế trọng điểm từ việc phát triển du lịch tập trung ở vùng duyên hải Trung Trung Bộ; đặc biệt có tiềm năng lớn về phát triển du lịch nghỉ dưỡng, phần lớn các dự án khu nghỉ dưỡng biển của cả nước nằm trên những bãi biển đẹp như Lăng Cô (Huế), Mỹ Khê (Đà Nẵng), Quy Nhơn (Bình Định), Nha Trang (Khánh Hòa), Ninh Chữ (Ninh Thuận), Mũi Né (Bình Thuận)... Ngoài ra, khu vực ven bờ có nhiều đảo,

bán đảo xinh đẹp nguyên sơ như bán đảo Sơn Trà (Đà Nẵng), đảo Cù Lao Chàm (Quảng Nam), đảo Lý Sơn (Quảng Ngãi), đảo Hòn Tre (Khánh Hòa), đảo Phú Quý (Bình Thuận)... cùng với hai quần đảo nổi tiếng là Hoàng Sa và Trường Sa... đã hình thành một hệ thống tài nguyên biển quý giá. Đây cũng là nơi giao thoa của các nền văn hoá Việt, Chăm, Ấn, Hoa, Nhật ...với những giá trị văn hoá vật thể, phi vật thể tiêu biểu. Ngoài 04 di sản văn hoá thế giới được UNESCO công nhận là Quần thể di tích Cố đô Huế, Nhã nhạc cung đình Huế, Đô thị cổ Hội An và Thánh địa Mỹ Sơn... thì còn có nhiều di tích văn hoá Chăm trải dài trong toàn Vùng.

Ngoài ra, miền Trung có vị trí thuận lợi trong mối liên kết vùng để phát triển du lịch gắn với các ngành kinh tế, đồng thời có ý nghĩa chiến lược về giao thông kinh tế Bắc - Nam, là cầu nối du lịch Bắc- Nam, điểm đầu của các tuyến du lịch “Con đường xanh Tây Nguyên”, “Con đường di sản miền Trung”, tiếp giáp Đông Bắc Campuchia, Đông Bắc Thái Lan và Myanmar, là cửa ngõ ra biển Đông của các tuyến hành lang kinh tế Đông-Tây, đây là nơi tập trung nhiều ngành kinh tế trọng điểm của miền Trung Việt Nam.

1.2. Thực trạng hiện nay

Du lịch miền Trung được đánh giá là một trong những điểm đến có chất lượng mà bằng chứng rõ nhất là những giải thưởng hết sức danh giá bởi các tổ chức uy tín quốc tế trao tặng. Đó là khu nghỉ dưỡng Intercontinental Da Nang Sun Peninsula Resort được trao giải “Khu nghỉ dưỡng cao cấp hàng đầu châu Á”; Hội An (Quảng Nam) được độc giả bầu chọn là thành phố yêu thích hàng đầu thế giới do tạp chí du lịch Wanderlust của Anh công bố năm 2013,... Những giải thưởng này góp phần định vị thương hiệu và hình ảnh cho điểm đến của miền Trung Việt Nam.

Bên cạnh đó, nhiều sự kiện lớn diễn ra trong những năm qua như: Lễ hội Pháo hoa quốc tế Đà Nẵng, Festival Nghề truyền thống Huế, Thực cảnh về Ký ức Hội An, Festival Võ quốc tế Bình Định, các cuộc thi Hoa Hậu (Nha Trang),... đã tạo hiệu ứng lan tỏa, góp phần quảng bá hình ảnh và sản phẩm của du lịch Việt Nam nói chung và miền Trung nói riêng.

Trong những năm gần đây, du lịch miền Trung được nhiều du khách trong và ngoài nước biết đến là điểm đến thân thiện, hấp dẫn, thu hút lượng lớn khách du lịch trong nước và quốc tế đến tham quan, nghỉ dưỡng. Năm 2013, số lượng khách du lịch đến miền Trung (*tính 09 tỉnh duyên hải miền Trung từ Quảng Bình đến Khánh Hòa*) đạt 17,23 triệu lượt khách, tăng 13,28% so với năm 2012, trong đó, khách quốc tế đạt 4,37 triệu lượt, tăng 11,84% so với năm trước, khách nội địa đạt 12,85 triệu lượt, tăng 13,78% so với năm trước, doanh thu du lịch ước đạt 19.680 tỷ đồng, tăng 30,8% so với năm trước. Sáu tháng đầu năm 2018, tổng lượng khách du lịch đạt 19,67 triệu lượt, trong đó, khách quốc tế đạt 7,08 triệu lượt, khách nội địa đạt 12,59 triệu lượt, doanh thu du lịch ước đạt 19.146 tỷ đồng. Nhìn chung, tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong 5

năm qua đạt 13%. Du lịch phát triển kéo theo các ngành nghề kinh tế khác phát triển, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương cũng như của cả nước.

Bên cạnh những mặt đạt được, du lịch miền Trung vẫn còn một số hạn chế như: tình trạng hướng dẫn viên chui người Trung Quốc; tình trạng chặt chém, một số nơi không đảm bảo vệ sinh môi trường, chất lượng dịch vụ chưa tốt ở một số điểm đến vẫn còn diễn ra; việc thu hút nhà đầu tư ào ạt đã làm phá vỡ cảnh quan môi trường tự nhiên; phần giá trị gia tăng từ phát huy thế mạnh tiềm năng du lịch biển còn thấp; việc phát triển kinh tế từ du lịch trong khu vực còn tình trạng mạnh ai nấy làm.v.v...

2. Du lịch gắn với phát triển các ngành kinh tế trọng điểm tại miền Trung

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, không chỉ mang đến doanh thu trực tiếp từ các lĩnh vực dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan ... mà còn tạo ra nguồn thu nhập đáng kể các ngành nghề liên quan khác như giao thông, vận tải, nông nghiệp, giải trí, thương mại và một số dịch vụ khác như thông tin liên lạc, ngân hàng,...

Du lịch cũng được đánh giá là ngành quan trọng tạo nhiều việc làm cho xã hội, tổng số lao động trực tiếp và gián tiếp phục vụ du lịch ở mỗi tỉnh, thành phố trong vùng từ 4.000 đến hàng chục ngàn lao động, làm tăng thu nhập và giải quyết vấn đề an sinh xã hội.

Trong những năm qua, du lịch trên địa bàn miền Trung đóng góp đáng kể vào GDP của địa phương. Riêng thành phố Đà Nẵng đã khẳng định hoạt động Du lịch thực sự là một ngành kinh tế mũi nhọn, chính quyền đã có những cơ chế chính sách thuận tiện nhất giúp các doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư phát triển. Ngoài ra, chính quyền tập trung nguồn lực đầu tư cơ sở hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng giao thông (sân bay, bến cảng, đường sá...); hỗ trợ doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao... tạo điều kiện cho cộng đồng tham gia phát triển du lịch, nhiều dịch vụ của các ngành kinh tế khác phát triển theo. Từ đó ngành Du lịch đã đóng góp vào GRDP thành phố Đà Nẵng năm 2016 là 23,72%; trong đó, đóng góp trực tiếp là 13,24% và gián tiếp (lan tỏa) là 10,48%. Đóng góp vào việc tạo ra việc làm là 25,43%, trong đó, hoạt động Du lịch trực tiếp tạo ra 77.026 việc làm, bằng 13,94% tổng số lao động có việc làm tại thành phố Đà Nẵng và hoạt động Du lịch gián tiếp tạo ra 63.511 việc làm cho các ngành khác, bằng 11,49% tổng số lao động có việc làm tại thành phố Đà Nẵng.

Về lĩnh vực dịch vụ lưu trú, hầu hết các khu nghỉ dưỡng biển tại miền Trung tập trung ở Lăng Cô, Đà Nẵng, Hội An và Khánh Hòa, nơi đây thu hút lượng lớn lực lượng lao động địa phương. Riêng tại Đà Nẵng có 653 cơ sở lưu trú du lịch với 25.756 phòng; 313 đơn vị kinh doanh lữ hành; 3.158 hướng dẫn viên và 28 đường bay quốc tế trực tiếp đến Đà Nẵng (*tính đến tháng 9/2017*).

Về lĩnh vực ăn uống, vui chơi giải trí, thương mại, mạng lưới kinh doanh được phân bố đều, rộng khắp, những trung tâm thương mại như siêu thị Big C, Co.op-mart, Intimex... được hình thành ở hầu khắp các tỉnh, thành phố. Nhiều khu vui chơi giải trí như Bà Nà Hills, Khu du lịch VinPearl Land Hội An... được hình thành. Những dịch vụ này đáp ứng ngày càng cao nhu cầu ăn uống, mua sắm, vui chơi của nhân dân cũng như du khách.

Tại miền Trung, nông nghiệp và làng nghề truyền thống gắn với các điểm, tuyến du lịch tạo thêm công việc làm, tăng thu nhập cho người dân. Làng rau Trà Quế, Hội An, Quảng Nam là một điển hình. Với 2 khu sinh thái phục vụ ăn uống, vui chơi, nghỉ dưỡng cho du khách đạt chuẩn, 24 cơ sở lưu trú (gồm 05 biệt thự du lịch, 8 homestay, 11 nhà cho người nước ngoài thuê) và 2 nhà hàng phục vụ ăn uống cho du khách..., mỗi năm Làng rau Trà Quế đón tiếp từ 35 ngàn đến 45 ngàn lượt khách trong nước và quốc tế đến tham quan, du lịch.

Kinh tế phát triển kéo theo hạ tầng phát triển, hạ tầng du lịch cũng được các địa phương quan tâm, nhiều dự án du lịch, khách sạn, nhà hàng lớn và cao cấp được đưa vào khai thác. Cùng với đó, hệ thống giao thông, vận tải, cảng tàu biển,.. như đường cao tốc Đà Nẵng - Quảng Ngãi, cảng Tiên Sa (Đà Nẵng),... ngày càng được nâng cấp, mở rộng, nâng cao chất lượng.

Không những thế, du lịch là cầu nối giao lưu văn hóa các nền văn hóa các nước thông qua các sự kiện như "Những ngày Văn hóa Nhật Bản tại Quảng Nam" và “Giao lưu văn hóa Hội An - Nhật Bản”, Hội chợ Du lịch quốc tế (BMTM 2016) tại Đà Nẵng,... là dịp để mở rộng quan hệ giao lưu hợp tác trên các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, đầu tư thương mại, du lịch, phát triển nguồn nhân lực, lao động việc làm..., tạo ra nền hòa bình bền vững, thịnh vượng cho toàn cầu, tạo giao thoa các nền văn hóa trên toàn thế giới.

Khi các nền kinh tế cùng hợp tác với nhau để cùng nhau phát triển, cùng nhau có lợi trong chuỗi toàn cầu, đặc biệt có nhiều cơ hội trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0. Việc quảng bá về sự phong phú du lịch trên mạng nhanh chóng được lan tỏa ra toàn thế giới, kích thích sự tò mò của du khách, tạo ra chuỗi phát triển kinh tế trong toàn vùng. Cũng như các vùng khác, ngành du lịch miền Trung từng bước ứng dụng cơ hội của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 để phát triển ngành du lịch và sẽ tận dụng những lợi thế của công nghệ thông tin để tăng cường kết nối, phát triển thành công hơn nữa.

3. Giải pháp phát triển ngành du lịch các tỉnh trong vùng kinh tế trọng điểm miền Trung

Xuất phát từ vị trí, vai trò của du lịch gắn với phát triển các ngành kinh tế trọng điểm tại miền Trung, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp cơ bản sau:

- Đổi mới nhận thức, tư duy về du lịch.
- Hợp tác, liên kết phát triển du lịch
- Cơ cấu lại ngành du lịch, bảo đảm tính chuyên nghiệp.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

- Xây dựng cơ chế chính sách phù hợp theo từng giai đoạn phát triển.
- Phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và kết cấu hạ tầng.
- Tăng cường công tác xúc tiến gắn với quảng bá.
- Tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và cả cộng đồng tham gia phát triển du lịch.
- Ứng dụng khoa học và công nghệ trong phát triển du lịch
- Hỗ trợ phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.
- Nâng cao năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước.
- Khuyến khích phát triển sản phẩm du lịch và xây dựng thương hiệu.
- Phát triển du lịch gắn với an ninh, quốc phòng và bảo vệ môi trường.

III. KẾT LUẬN

Với những phân tích trên, có thể thấy vai trò và ý nghĩa quan trọng của ngành du lịch gắn với phát triển các ngành kinh tế trọng điểm tại miền Trung; tất cả gom làm cho nền kinh tế miền Trung nói riêng cũng như cả nước nói chung phát triển./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. TS Phạm Từ, Phát triển du lịch – nhìn từ góc độ kinh tế và văn hóa.
2. Tân An, Du lịch miền Trung: Mạnh, mà mạnh ai nấy làm.
3. Đức Hoàng, Du lịch miền Trung phải liên kết để phát triển thành “Vùng du lịch”.
4. <https://vi.wikipedia.org>
5. Số liệu của các chuyên gia báo cáo kết quả dự án; Xác định đóng góp của Du lịch trong GRDP thành phố Đà Nẵng.
6. Số liệu được tổng hợp từ báo cáo của các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch các tỉnh trên địa bàn miền Trung.

NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI THỦ ĐÔ HÀ NỘI

Sở Du lịch Thành phố Hà Nội

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Thành phố Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 đã đề ra mục tiêu đến năm 2030 Hà Nội là Thủ đô - đầu não chính trị - hành chính quốc gia; giàu, đẹp, xanh, văn minh, văn hiến, thanh lịch, hiện đại, dân tộc, tiêu biểu cho cả nước. Tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm nội địa (GDP) bình quân hàng năm 12,0-13% thời kỳ 2011-2020 và 9,5% -10,0% thời kỳ 2021-2030. Tổng sản phẩm nội địa (GDP) bình quân đầu người năm 2020 đạt khoảng 7.100 – 7.500 USD, năm 2030 đạt 16.000-17.000 USD. Cơ cấu lao động đến năm 2020: dịch vụ 54-55%; công nghiệp - xây dựng 30-31%; nông nghiệp 14-16%; năm 2030 tương ứng là 59-60%; 34-35% và 5-6%.

Thực hiện mục tiêu trên, Thành phố đã ban hành nhiều Nghị quyết, kế hoạch, chương trình hành động cụ thể. Nhờ đó, Thủ đô Hà Nội có bước phát triển mạnh mẽ cả về quy mô, diện mạo với những thành tựu to lớn, toàn diện, xứng đáng là trung tâm lớn về văn hóa, khoa học, giáo dục, kinh tế và giao dịch quốc tế. Hơn mười năm qua, tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) của Thành phố tăng bình quân 7,41%/năm, trong đó dịch vụ tăng 7,52%/năm, công nghiệp - xây dựng tăng 8,17%/năm, nông nghiệp tăng 2,68%/năm. Năm 2017, quy mô (GRDP) đạt 519.568 tỷ đồng, GRDP bình quân đầu người đạt 86 triệu đồng. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tích cực (dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp), trong đó tại thời điểm 31/12/2017 dịch vụ chiếm 57,6%, công nghiệp, xây dựng chiếm 29,7%, nông nghiệp chiếm 2,9%. Như vậy, theo tiến trình phát triển, ngành dịch vụ dần chiếm vai trò lớn trong sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô, trong đó có sự đóng góp quan trọng của ngành Du lịch. Những năm qua, ngành Du lịch Hà Nội luôn duy trì được tốc độ tăng trưởng khá và có đóng góp tích cực vào tăng trưởng chung của Thành phố. Nghị quyết 06/NQ-TU ngày 26/6/2016 của Thành ủy Hà Nội về phát triển Du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016-2020 và những năm tiếp theo đã đề ra mục tiêu “Xây dựng du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô”, “đóng góp xứng đáng vào sự nghiệp phát triển kinh tế xã hội và thành tựu chung của sự nghiệp xây dựng, phát triển Thủ đô”.

- Đóng góp của Du lịch với phát triển kinh tế - xã hội Hà Nội

+ Du lịch góp phần tăng GDP cho nền kinh tế quốc dân: ở nhiều nước trên thế giới, du lịch từ lâu đã trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm từ 40% đến 60% tỷ trọng nền kinh tế quốc dân. Ở Việt Nam, tỷ trọng của Du lịch trong GDP năm 1994 chiếm 3,4% và năm 1995 chiếm 4,9% tổng thu nhập. Qua hơn mười lăm năm, ngành Du lịch đã có bước phát triển rõ rệt và đạt được

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

những kết quả rất đáng khích lệ: đến năm 2016, du lịch đóng góp trực tiếp khoảng 6,8% GDP và đóng góp cả trực tiếp và lan tỏa đạt 14% GDP cả nước. Riêng đối với Hà Nội, năm 2017 tổng thu từ khách du lịch đạt 70.958 tỷ đồng, đóng góp trực tiếp của hoạt động du lịch vào GRDP của Hà Nội là **3,24%** và đóng góp gián tiếp (lan tỏa) là **4,83%**. Tổng đóng góp của hoạt động du lịch vào GRDP là **8,07%**. Các con số này đã minh chứng vai trò của hoạt động du lịch trong việc phát triển kinh tế thành phố Hà Nội, phát triển hoạt động du lịch kéo theo hoạt động của các ngành kinh tế khác của Thủ đô.

+ Đóng góp vào xuất khẩu tại chỗ:

Số liệu khách quốc tế đến Hà Nội những năm gần đây tăng trưởng rất khả quan, tốc độ tăng trung bình đạt khoảng 23%/năm. Năm 2015, số lượng khách quốc tế đến Hà Nội đạt 3,26 triệu lượt khách chiếm 41% cả nước, năm 2016 đạt 4,02 triệu lượt khách, chiếm 40,1% cả nước, năm 2017 đạt 4,95 triệu lượt khách, chiếm 38,3% cả nước.

Theo số liệu điều tra khách du lịch đến Hà Nội và đánh giá tác động của du lịch đối với kinh tế Thủ đô năm 2017 do Sở Du lịch phối hợp với Cục Thống kê Hà Nội phối hợp thực hiện: mức chi tiêu bình quân với khách quốc tế có lưu trú là 2.215.840 VNĐ/ ngày và 1.865.030 VNĐ/ ngày với đối tượng khách quốc tế đi trong ngày (thời gian lưu trú bình quân 3,64 ngày).

+ Thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp hộ kinh doanh, tăng cường vị trí và khả năng phát triển du lịch dựa trên cơ sở phối hợp với các ngành có liên quan. Ngày càng có nhiều du khách muốn được trải nghiệm và tìm hiểu văn hóa của người bản địa. Nếu chúng ta có thể kích thích khách du lịch mua và sử dụng hàng hóa, dịch vụ của người dân địa phương tự sản xuất ra, thì tiêu dùng của khách du lịch sẽ tạo nên thu nhập cho người dân bản địa và các doanh nghiệp nhỏ tại địa phương. Điển hình như tại Ba Vì, mô hình liên kết các hộ nông dân với trang trại Đồng Quê Ba Vì vừa tạo ra nhiều tour du lịch nông nghiệp mang tính trải nghiệm, gần gũi với thiên nhiên cho du khách, vừa là cơ hội để tăng thu nhập cho các nông hộ, góp phần gìn giữ nghề nông nghiệp truyền thống và duy trì sản vật địa phương có giá trị.

- Đóng góp của Du lịch với môi trường xã hội:

+ Tạo ra nhiều cơ hội việc làm: với tốc độ phát triển nhanh cùng với đặc thù tính chất là ngành dịch vụ, du lịch là một ngành tạo ra nhiều việc làm trực tiếp cũng như gián tiếp. Sự phát triển của ngành du lịch sẽ kéo theo các ngành có liên quan đến du lịch phát triển và vì vậy các ngành đó lại thu hút thêm lao động xã hội. Một cách gián tiếp, du lịch đã tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động ở các ngành khác. Năm 2017, Du lịch Hà Nội có khoảng 90.500 lao động trực tiếp; trong đó cơ sở lưu trú có 60.000 lao động; các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành có 13.000 lao động (trong đó có 5.900 hướng dẫn viên, thuyết minh viên du lịch); doanh nghiệp vận chuyển du lịch có 3.000 lao động (tại 68 doanh nghiệp vận chuyển du lịch), còn lại là tại các cơ sở dịch vụ phục

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

vụ khách du lịch khác. Bên cạnh đó còn có khoảng 200.000 lao động gián tiếp tham gia các hoạt động có liên quan đến hoạt động du lịch.

+ Thúc đẩy phát triển cơ sở hạ tầng: Trong những năm qua, đặc biệt kể từ khi Nghị quyết 06/NQ-TU ra đời, công tác đầu tư phát triển và kinh doanh du lịch được chú trọng, được xã hội hoá rộng rãi, thu hút nhiều nguồn lực, nhiều thành phần kinh tế tham gia. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch dần được xây dựng đồng bộ, tạo điều kiện tăng trưởng các chỉ tiêu phát triển du lịch, đem lại hiệu quả cao về kinh tế xã hội và bảo vệ môi trường. Tính đến hết tháng 9/2018, Hà Nội có 3.546 cơ sở lưu trú với 60.513 buồng. Chuỗi các giải pháp tổng thể, đồng bộ phát triển kinh tế - xã hội gắn với bảo vệ môi trường được Thành phố triển khai thực hiện nhằm nâng cao chất lượng sống của nhân dân và chất lượng dịch vụ du lịch. Cụ thể như: triển khai đầu tư hạ tầng giao thông vào khu du lịch tại các quận, huyện: Hoàn Kiếm, Ba Vì, Mỹ Đức, Sóc Sơn, Thường Tín,... Chương trình trồng 01 triệu cây xanh đến năm 2020 để tăng độ phủ xanh, tạo cảnh quan đẹp, đồng bộ một số tuyến đường quan trọng, đường chính đô thị, tuyến văn minh thương mại, cửa ngõ Thủ đô; Cơ giới hóa việc thu gom và vận chuyển rác thải, nâng cao chất lượng nguồn nước, kiểm soát chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm; Triển khai chương trình xây dựng 1.000 nhà vệ sinh công cộng theo phương thức xã hội hóa; Đầu tư thực hiện chương trình giảm thiểu ùn tắc giao thông và tổ chức ra quân đảm bảo trật tự giao thông đô thị, xử lý lấn chiếm vỉa hè, lòng đường; Xây dựng và triển khai bộ Quy tắc ứng xử của cán bộ, công chức, viên chức, người lao động trong các cơ quan thuộc thành phố Hà Nội, Quy tắc ứng xử nơi công cộng trên địa bàn thành phố, Quy tắc ứng xử văn minh du lịch để tạo môi trường thân thiện, hấp dẫn thu hút du khách.

+ Thúc đẩy và gìn giữ, phát huy các làng nghề truyền thống: Năm 2017, UBND Thành phố đã phê duyệt nhiệm vụ quy hoạch, bảo tồn phát triển làng nghề truyền thống kết hợp du lịch tại làng gốm sứ Bát Tràng và làng dệt lụa Vạn Phúc thành điểm du lịch đạt tiêu chuẩn quốc tế. Đồng thời, triển khai đề án thí điểm xây dựng nhận diện thương hiệu (logo), biển chỉ dẫn và sản phẩm lưu niệm du lịch Hà Nội. Thành phố đã đặt hàng tư vấn, thuê chuyên gia trong nước và nước ngoài thực hiện thiết kế đồng bộ hệ thống cung cấp thông tin tại chỗ cho du lịch Hà Nội; xây dựng nhận diện thương hiệu du lịch làng nghề Hà Nội và logo cho du lịch làng nghề truyền thống gốm sứ Bát Tràng và làng dệt lụa Vạn Phúc, đồng thời lựa chọn thiết kế một số mẫu sản phẩm quà tặng lưu niệm đặc trưng của 2 làng nghề.

Công tác phát triển sản phẩm du lịch làng nghề truyền thống được chú trọng: tiến hành tổ chức cuộc thi thiết kế mẫu sản phẩm thủ công mỹ nghệ Hà Nội năm 2016; tổ chức Hội chợ quốc tế Quà tặng hàng thủ công mỹ nghệ Hà Nội năm 2016, 2017; triển khai kế hoạch hỗ trợ xây dựng thương hiệu làng nghề; đẩy mạnh hoạt động phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm làng nghề Hà

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Nội, trong đó có việc kết nối một số tour du lịch đưa khách đến tham quan, mua sắm tại phòng trưng bày,...

Ngành Du lịch Hà Nội phấn đấu đến năm 2020 đón 30 triệu lượt khách, trong đó có 5,7 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu từ khách du lịch đạt 120.000 tỷ đồng, công suất sử dụng phòng trưng bình của cơ sở lưu trú, khách sạn đạt 60-65%. Để hoàn thành những mục tiêu trên, đóng góp xứng đáng vào thành tựu chung của sự nghiệp xây dựng, phát triển Thủ đô, trong thời gian tới, Du lịch Hà Nội tập trung vào những nhiệm vụ trọng tâm sau:

- Tiếp tục đổi mới công tác tuyên truyền, quảng bá: thực hiện hoàn thành chương trình hợp tác chiến lược với Mạng tin tức truyền hình cáp CNN tổ chức sản xuất phát sóng các phim quảng bá du lịch Hà Nội giai đoạn 2017 - 2018, đề xuất tiếp tục chương trình hợp tác giai đoạn 2019 - 2021 giữa thành phố Hà Nội và kênh CNN.

- Xây dựng và triển khai đề án hệ thống du lịch thông minh, hình thành và đưa vào khai thác, sử dụng các thành phần cơ bản của hệ thống đảm bảo tính tiện ích, hấp dẫn, liên kết thông tin và khả năng tương tác cao

- Triển khai tổ chức điều tra, khảo sát đánh giá thực trạng hoạt động của các khu du lịch, điểm tham quan du lịch hiện đang hoạt động trên địa bàn thành phố; tổng hợp, thống kê phân loại cụ thể các điểm du lịch, khu du lịch theo từng nhóm. Từ đó đề xuất danh mục các khu, điểm du lịch chất lượng cao cần tập trung đầu tư gắn với các mục tiêu, lộ trình, nhiệm vụ, giải pháp cụ thể nhằm nâng cao chất lượng, tạo điểm đến du lịch hấp dẫn, tiêu biểu của Thành phố trong giai đoạn 2018-2020. Ban hành Bộ tiêu chí chuẩn công nhận điểm du lịch, khu du lịch chất lượng cao của thành phố Hà Nội.

- Thúc đẩy tiến độ đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật, phát triển các sản phẩm du lịch hoàn chỉnh, có chất lượng cao, hấp dẫn khách du lịch. Tiến hành rà soát, đánh giá tiến độ thực hiện các dự án đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn Thành phố đã được cấp phép nhưng chậm triển khai hoặc chưa triển khai; tổ chức Hội nghị chuyên đề tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy tiến độ triển khai dự án. Tiếp tục ưu tiên bố trí quỹ đất các địa điểm phù hợp để lập danh mục dự án kêu gọi đầu tư xây dựng khách sạn cao cấp trên địa bàn Thành phố đến năm 2020.

- Chú trọng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, xây dựng môi trường du lịch an toàn, thân thiện, văn minh.

Những năm qua, ngành Du lịch đã chuyển mình, phát triển nhanh, mạnh, đang chứng minh vai trò của một ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp lớn vào phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Tuy nhiên, Du lịch là ngành dịch vụ luôn tồn tại đan xen hai mặt tích cực và tiêu cực; do đó, phát triển du lịch bền vững đi đôi với bảo vệ môi trường, giữ gìn an ninh trật tự và huy động được sự tham gia vào cuộc của người dân địa phương là hướng đi mà du lịch Hà Nội đang hướng tới./.

VAI TRÒ CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI Ở LẠNG SƠN

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lạng Sơn

Lạng Sơn là một tỉnh miền núi biên giới phía Đông Bắc Tổ quốc, có đường biên giới giáp với Quảng Tây - Trung Quốc dài 231,740 km với 02 cửa khẩu quốc tế; 01 cửa khẩu chính và 09 cửa khẩu phụ, có hệ thống giao thông khá thuận lợi, chỉ cách thủ đô Hà Nội 154 km, cách biên Quảng Ninh khoảng 200km, là điểm đầu của Việt Nam trong hành lang kinh tế Nam Ninh (Trung Quốc) - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh (Việt Nam), là vùng đất cửa ngõ “phên dậu”, địa đầu của Tổ quốc với lịch sử hình thành và phát triển lâu đời, giàu truyền thống cách mạng, luôn giữ vị trí chiến lược quan trọng về chính trị, kinh tế, văn hóa, quốc phòng, an ninh và đối ngoại của đất nước. Lạng Sơn có nhiều tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa phục vụ phát triển du lịch.

Cùng với tiến trình phát triển của du lịch cả nước, du lịch Lạng Sơn phát triển với tốc độ tăng trưởng nhanh và đã đạt được những thành tựu đáng kể, có những đóng góp nhất định trong sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và đối với sự phát triển du lịch chung của cả nước. Du lịch Lạng Sơn đang từng bước trở thành một trong những ngành kinh tế có vị trí quan trọng trong cơ cấu kinh tế của tỉnh. Những kết quả đánh giá thông qua các chỉ tiêu về lượng khách, thu nhập và việc làm đã khẳng định vai trò của ngành Du lịch đối với phát triển kinh tế. Ngành Du lịch đã có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, xoá đói, giảm nghèo, đảm bảo an sinh xã hội, bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá, bảo vệ môi trường và giữ vững quốc phòng, an ninh. Năm 2011 tổng lượng khách du lịch đến Lạng Sơn đã đạt 2,0 triệu lượt (gấp 20 lần năm 2000), doanh thu du lịch đạt 787 tỷ đồng (gấp 18 lần năm 2000). Đến năm 2017 lượng khách du lịch đạt 2,68 triệu lượt, doanh thu du lịch đạt 910 tỷ đồng; lượng khách tăng bình quân 4,9%, doanh thu tăng bình quân 3,65%, du lịch dịch vụ đã trở thành ngành kinh tế có tốc độ tăng trưởng nhanh, chiếm tỷ lệ gần ½ (45,97%) trong cơ cấu kinh tế của tỉnh, tăng gần 10% so với năm 2010. Cơ sở lưu trú trên địa bàn toàn tỉnh trong năm 2017 có 207 cơ sở. Các hoạt động du lịch, dịch vụ đã thu hút được nhiều nguồn lực đầu tư từ các thành phần kinh tế, góp phần giải quyết việc làm cho trên 10.000 lao động, trong đó có khoảng 4.000 lao động trực tiếp và 6.000 lao động gián tiếp.

Trên địa bàn tỉnh đã hình thành những điểm đến hấp dẫn khách du lịch như các điểm du lịch cộng đồng tại một số huyện có tiềm năng như: làng du lịch cộng đồng xã Quỳnh Sơn, Huyện Bắc Sơn, làng du lịch xã Hữu Liên, Huyện Hữu Lũng... Đặc biệt các lễ hội, văn hóa truyền thống như: Lễ hội đền Kỳ Cùng – Tả Phủ... được tổ chức hàng năm, góp phần tạo ra những sản phẩm du lịch đặc sắc riêng của địa phương; cơ sở lưu trú, dịch vụ du lịch phát triển; hạ tầng giao

thông, thông tin liên lạc được quan tâm đầu tư; hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, các chợ truyền thống cũng góp phần phát triển các sản phẩm du lịch của tỉnh.

Tuy nhiên, trên bình diện quốc gia, du lịch Lạng Sơn phát triển vẫn còn nhiều hạn chế và bất cập; nhiều khó khăn, trở ngại vẫn chưa có giải pháp thỏa đáng; phát triển chưa có bước đột phá, kết quả chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của địa phương, tốc độ phát triển chung tuy nhanh nhưng kết quả cuối cùng vẫn thấp so với mặt bằng chung của cả nước. Chất lượng một số sản phẩm, dịch vụ và điểm đến chưa đảm bảo; doanh nghiệp hoạt động du lịch còn nhỏ lẻ, phân tán, chưa có sự liên kết chặt chẽ, tính chuyên nghiệp chưa cao; Kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội còn chưa đáp ứng so với yêu cầu phát triển du lịch; Công tác đảm bảo vệ sinh môi trường, môi trường kinh doanh du lịch còn nhiều tồn tại, hạn chế và bất cập; Hoạt động xúc tiến, quảng bá các sản phẩm du lịch chưa được đầu tư thỏa đáng, hiệu quả chưa cao, nội dung và hình thức chưa phong phú, đa dạng. Thời gian qua, việc phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt là những sản phẩm du lịch đặc thù với cách tiếp cận thị trường và tính cạnh tranh chưa được quan tâm đầy đủ. Đây là một trong những nguyên nhân quan trọng làm cho du lịch Lạng Sơn chưa thực sự bứt phá và chưa có đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội địa phương tương xứng với tiềm năng hiện có.

Để phát huy những tiềm năng du lịch đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, một trong những nhiệm vụ quan trọng cần thiết phải được triển khai là nghiên cứu xây dựng hệ thống các sản phẩm du lịch, đặc biệt là những sản phẩm du lịch đặc thù, hấp dẫn, có khả năng cạnh tranh và phù hợp với nhu cầu của thị trường. Ngoài ra định hướng phát triển Du lịch Lạng Sơn trong thời gian tới là tập trung phát triển du lịch theo hướng có chất lượng, có thương hiệu, chuyên nghiệp, hiện đại; khai thác tối ưu nguồn lực và lợi thế; phát huy tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa, phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của các doanh nghiệp.

Với mục tiêu từ nay đến năm 2025 và những năm tiếp theo là khai thác tốt tài nguyên du lịch của tỉnh, đầu tư hoàn thiện các khu du lịch trọng điểm; tập trung đầu tư và hình thành một số khu vực động lực phát triển du lịch tại Khu du lịch quốc gia Mẫu Sơn, từng bước đầu tư Khu di tích quốc gia đặc biệt ATK Bắc Sơn, khu vực cửa khẩu, thành phố Lạng Sơn đạt tiêu chí và được công nhận là đô thị loại 2, huyện Chi Lăng, huyện Bắc Sơn gắn với các sản phẩm du lịch đặc trưng, nổi bật là du lịch biên giới, du lịch văn hóa - lịch sử - tâm linh, du lịch cảnh quan, nghỉ dưỡng,... sản phẩm du lịch chất lượng cao, có thương hiệu, có sức cạnh tranh, điểm nhấn quan trọng của du lịch vùng Đông Bắc, góp phần nâng cao tỷ trọng trong cơ cấu kinh tế, đưa du lịch Lạng Sơn phát triển thành ngành kinh tế quan trọng có quy mô và hiệu quả kinh tế cao, tương xứng với tiềm năng du lịch của tỉnh, hỗ trợ và thúc đẩy các ngành kinh tế - xã hội khác phát triển./.

**NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN
KINH TẾ - XÃ HỘI Ở HÀ GIANG**

Triệu Thị Tình

Phó Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao & Du lịch Hà Giang

Hà Giang là tỉnh miền núi, biên giới nằm ở cực Bắc Việt Nam. Theo Chiến lược và Quy hoạch Tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030, được đánh giá là một trong những địa phương có nhiều tiềm năng và lợi thế phát triển du lịch và giữ vị trí quan trọng trong phát triển du lịch vùng và cả nước.

Hà Giang có nền văn hoá lâu đời. Đây cũng là nơi sinh sống của 19 dân tộc, với nhiều phong tục tập quán, văn hoá truyền thống phong phú, đa dạng và những lễ hội độc đáo, hấp dẫn du khách đến tham quan, tìm hiểu. Bên cạnh đó, Hà Giang được thiên nhiên ưu đãi với cảnh quan hùng vĩ, hoang sơ. Nhiều di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh nổi tiếng như núi đôi Quản Bạ, cổng Trời, cột cờ Lũng Cú, đèo Mã Pì Lèng, Khu di thực kiến trúc nghệ thuật nhà Vương; Phố cổ Đồng Văn, Danh thắng Ruộng bậc thang Hoàng Su Phì; thác Tiên - Đèo gió, bãi đá cổ Nám Dăn, các giá trị văn hóa phi vật thể như: Lễ hội Gầu tào, chế tác và múa khèn của Dân tộc Mông, nhảy lửa Dân tộc Pà Thẻn, Cặp sắc của dân tộc Dao, Múa Trống của dân tộc Giáy, cầu mùa của dân tộc Lô Lô, lễ hội Lồng tồng dân tộc Tày, lễ hội chợ tình Khâu Vai, lễ hội Hoa tam giác mạch hàng năm... các làng văn hóa du lịch cộng đồng, các làng nghề truyền thống, hệ thống hang động, âm thực, các sản vật hàng hóa địa phương... Đặc biệt, năm 2010 Công viên địa chất Cao nguyên đá Đồng Văn được UNESCO công nhận là thành viên của mạng lưới CVĐC toàn cầu; năm 2018 được tái công nhận lại lần II, đã trở thành những tài nguyên du lịch giá trị, hấp dẫn khách du lịch đến tham quan, trải nghiệm và nghiên cứu.

Những năm qua cấp ủy, chính quyền Tỉnh đã quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo ban hành các nghị quyết, chương trình, kế hoạch chuyên đề về phát triển du lịch. Công tác quản lý Nhà nước về du lịch bước đầu được nâng cao. Công tác bảo tồn phát huy giá trị di sản văn hóa, di sản địa chất, danh lam thắng cảnh gắn với phát triển du lịch được chú trọng. Công tác đầu tư kết cấu hạ tầng phục vụ cho du lịch được tăng cường. Du lịch tỉnh Hà Giang đã có những bước chuyển biến mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng, góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế, xã hội; chuyển dịch cơ cấu kinh tế; thu hút đầu tư; tạo việc làm; đón ngày càng nhiều du khách quốc tế và nội địa. Mạng lưới kinh doanh dịch vụ du lịch trên địa bàn tỉnh ngày càng phát triển; Các sản phẩm du lịch được hình thành và phát triển ngày càng đa dạng. Công tác xúc tiến, quảng bá, hợp tác phát triển du lịch được đẩy mạnh; Chất lượng nguồn nhân lực du lịch có nhiều

chuyển biến tích cực. Tốc độ tăng trưởng cao, lượng khách du lịch đến tỉnh tăng bình quân từ 20- 30,5%/năm.

Kết quả triển khai nhiệm vụ phát triển Kinh tế du lịch tỉnh Hà Giang theo hướng phát triển bền vững

Thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Hà Giang lần thứ XVI nhiệm kỳ 2015 – 2020 xác định phát triển du lịch bền vững là một trong năm chương trình trọng tâm, vì vậy ngành đã tham mưu ban hành Nghị quyết số 35/2016/NQ-HĐND ngày 21/7/2016 của Hội đồng nhân dân tỉnh về quy định một số chính sách khuyến khích phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Hà Giang; Chương trình số 29-CTr/TU ngày 24/7/2017 của Ban thường vụ Tỉnh ủy về thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW và Kế hoạch số 331/KH-UBND ngày 08/8/2017 của UBND tỉnh về Thực hiện Chương trình số 29-CTr/TU ngày 24/7/2017 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị. Trình UBND tỉnh phê duyệt Đề án Xúc tiến Quảng bá du lịch tỉnh Hà Giang, đến năm 2020; Đề án phát triển nguồn nhân lực du lịch tỉnh Hà Giang đến năm 2025.

Hiện nay tỉnh Hà Giang đang tập trung triển khai thực hiện các quy hoạch, bao gồm: Quy hoạch tổng thể bảo tồn, tôn tạo và phát huy các giá trị di sản Công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn giai đoạn 2012 - 2020, tầm nhìn 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định 310/QĐ-TTg ngày 07/02/2013; Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Hà Giang đến năm 2020, hướng đến năm 2030 được UBND tỉnh phê duyệt tại Quyết định 1646/QĐ-UBND ngày 20/8/2014; Quy hoạch xây dựng Công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 438/QĐ-TTg ngày 07/4/2017; Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2057/QĐ-TTg ngày 21/12/2017.

Cùng với tiến trình phát triển của du lịch cả nước, du lịch tỉnh Hà Giang đã đạt được những thành tựu đáng kể, có những đóng góp nhất định trong sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và đối với sự phát triển du lịch cả nước. Du lịch Hà Giang đang từng bước trở thành một trong những ngành kinh tế có vị trí quan trọng trong cơ cấu kinh tế của địa phương.

Trong những năm qua, lượng khách du lịch đến với Hà Giang không ngừng tăng. Đặc biệt Năm 2017 khách du lịch đến Hà Giang tăng đột biến đạt trên 1.023.653 lượt, tăng 20% so với năm 2016. Tổng thu từ khách du lịch đạt 913.6 tỷ đồng. Trong chín tháng đầu năm 2018, lượng khách du lịch ước đạt 969.798 lượt, tăng 23,8% so với cùng kỳ năm 2017. Tổng thu từ khách du lịch đạt 837 tỷ đồng. Hệ thống cơ sở lưu trú du lịch ngày càng phát triển và đa dạng các loại hình. Đến nay, trên địa bàn toàn tỉnh có 325 cơ sở lưu trú du lịch với tổng số 3.851 buồng. Nguồn nhân lực toàn ngành du lịch tỉnh Hà Giang hiện có

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

6.427 người, trong đó: lao động trực tiếp 2.637 người, lao động gián tiếp 3.760 người, số lao động làm việc trong hệ thống cơ sở lưu trú du lịch là 1.300 người. Trong nửa nhiệm kỳ qua, đã mời gọi thu hút đầu tư được 20 dự án thuộc lĩnh vực du lịch (trong đó có 6 dự án được trao cam kết đầu tư tại Hội nghị xúc tiến đầu tư năm 2017) với tổng số vốn dự kiến đầu tư là 6.044,22 tỷ đồng. Sau hơn một năm triển khai thực hiện, hầu hết các tổ chức, cá nhân trên địa bàn toàn tỉnh tiếp cận được với chính sách khuyến khích phát triển du lịch tại Nghị quyết số 35/2016/NQ-HĐND, chính quyền địa phương trong tỉnh tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các nhà đầu tư vào khảo sát, đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch. Tính đến tháng 5/2018, tỉnh đã hỗ trợ đầu tư cho 84 tổ chức, cá nhân kinh doanh trong lĩnh vực du lịch với tổng số tiền trên 6 triệu đồng (chủ yếu du lịch cộng đồng). Ngoài ra, nhiều công trình, dự án đã hoàn thiện và đang hoàn tất hồ sơ xin thụ hưởng chính sách. Bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch, đầu tư cho giảm thải và tái chế các chất thải từ du lịch. Đầu tư hệ thống nước sạch phục vụ nhân dân và du khách; Xây dựng công trình thu gom và xử lý rác thải; Đầu tư xây dựng hệ thống nhà vệ sinh công cộng tại các điểm dừng chân, điểm du lịch.

Tập trung phát triển các loại hình du lịch, trong đó tập trung vào một số loại hình đặc trưng của tỉnh, trên cơ sở tiềm năng đó tỉnh đã chủ trương phát triển để trở thành những sản phẩm du lịch đặc thù: Về di tích lịch sử văn hóa, danh lam thắng cảnh cấp quốc gia; hang động; Về lễ hội – tâm linh; phát triển các làng nghề truyền thống; du lịch Thể thao gắn với du lịch địa chất, địa mạo; Sản phẩm chợ phiên vùng cao; du lịch cộng đồng gắn với sinh thái, Vườn quốc gia, khu bảo tồn đa dạng sinh học; Sản phẩm quà tặng lưu niệm, đồ thủ công mỹ nghệ... Nhiều hộ kinh doanh đã mạnh dạn đầu tư xây dựng và chuyển đổi sang hoạt động kinh doanh theo mô hình doanh nghiệp, hợp tác xã; Chính sách đã góp phần cho người dân phát triển kinh tế, tạo công ăn việc làm nâng cao nhận thức, đời sống cho nhân dân...

Đặc biệt Ngành đã xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù gắn với du lịch nông nghiệp, trong đó xác định cây tam giác mạch là sản phẩm du lịch đặc thù, tỉnh đã chỉ đạo nhân dân 4 huyện vùng công viên địa chất trồng trên diện rộng, có quy hoạch và có sự hỗ trợ người dân cả về vốn và kỹ thuật, khuyến khích sản xuất các sản phẩm từ Tam giác mạch gắn với việc tăng mức hưởng lợi từ hoạt động tham quan du lịch cho người dân. Đến nay Lễ hội hoa Tam giác mạch được tổ chức thường niên hàng năm, thu hút đông đảo khách du lịch nội địa và quốc tế, các nhà truyền thông quan tâm, tạo thương hiệu cho du lịch Hà Giang.

Hiện nay, UBND tỉnh Hà Giang đã công nhận 05 tuyến du lịch địa phương. Bên cạnh đó chú trọng xây dựng các sản phẩm du lịch mới giới thiệu tại các Hội nghị quảng bá xúc tiến du lịch trong và ngoài nước.

Tham gia các hoạt động trong chương trình phục vụ năm du lịch Quốc gia hàng năm; Tham dự Hội chợ du lịch Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh với nhiều

hoạt động như: Quảng bá triển lãm, trưng bày tranh, ảnh nghệ thuật; giới thiệu các sản phẩm du lịch của tỉnh, liên kết phát triển du lịch...

Chủ động phối hợp với các bộ, ngành, các cơ quan hữu quan thực hiện tốt công tác bảo tồn các di sản địa chất đồng thời với các giá trị về đa dạng sinh học, khảo cổ, lịch sử, văn hóa xã hội của khu vực công viên địa chất toàn cầu;

Tích cực tuyên truyền, xây dựng hình ảnh Hà Giang gắn với Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Cao nguyên đá Đồng Văn theo hướng năng động, mở rộng các cơ hội hợp tác, đầu tư trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn của vùng Đông Bắc.

Triển khai dự án đầu tư xây dựng Bảo tàng không gian văn hóa các dân tộc vùng Cao nguyên đá Đồng Văn, huyện Đồng Văn. Đến nay các hạng mục xây dựng của dự án Nhà trưng bày, nhà đón khách, nhà dịch vụ; Nhà truyền thống dân tộc Mông và các hạng mục phụ trợ khác đã cơ bản hoàn thành. Tiếp tục triển khai các dự án: (1) Dự án khu nghỉ dưỡng cao cấp của Tập đoàn Banyan Tree và Tập đoàn Thiên Minh; (2) Dự án sân bay/dải cát hạ cánh của Tập đoàn Thiên Minh; (3) Dự án khu nghỉ dưỡng cao cấp kết hợp với phát triển nông nghiệp sạch của Công ty cổ phần Tonkin; (4) Dự án Xây dựng khu tổ hợp resort cao cấp Green Sun huyện Đồng Văn của Công ty Cổ phần Thương mại Xúc tiến và Đầu tư Du lịch Cao Nguyên Xanh (5) Dự án Khu du lịch sinh thái văn hóa tâm linh xã Lũng Cú huyện Đồng Văn. Xây dựng dự án đầu tư xây dựng cổng chính và cổng phụ vào CVĐC. Triển khai dự án Khu phức hợp Làng văn hóa du lịch cộng đồng gắn với làng nghề truyền thống OASIS Mã Pì Lèng, xã Pả Vi, huyện Mèo Vạc của Công ty Cổ phần Thương mại và Dịch vụ lữ hành Miền đất Việt (Vinland).

Tiếp tục xây dựng các điểm du lịch cộng đồng tại các bản làng dân tộc như: Đề án làng Văn hóa du lịch cộng đồng dân tộc Mông thôn Pả Vi Hạ xã Pả Vi huyện Mèo Vạc. Tiếp tục xây dựng các làng du lịch cộng đồng đảm bảo đủ tiêu chí theo tuyên bố Panhou. Cùng cố nâng cao chất lượng các làng đã được công nhận với các tiêu chí phù hợp để xây dựng làng du lịch cộng đồng đa trải nghiệm. Hướng dẫn, hỗ trợ đầu tư, nâng cấp các cơ sở homestay theo tiêu chuẩn ASEAN.

Có thể khẳng định, sự phát triển của hoạt động du lịch trong những năm qua đã đóng góp tích cực trong phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Hà Giang. Từ quan điểm chỉ đạo, có thể rút ra những bài học kinh nghiệm:

Một là, phải có sự thống nhất về tư tưởng, nhận thức chung của các cấp ủy đảng, chính quyền về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn; Triển khai đồng bộ các giải pháp thực hiện quy hoạch, đề án, chương trình về du lịch;

Hai là, xây dựng sản phẩm du lịch có tính cạnh tranh cao, phát triển đa dạng các loại hình sản phẩm du lịch. Bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống của đồng bào các dân tộc phục vụ du lịch;

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Ba là, Rà soát, hoàn thiện các cơ chế, chính sách, tháo gỡ các trở ngại, rào cản; Tạo thuận lợi, đảm bảo môi trường kinh doanh thông thoáng cho các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động du lịch. Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phải có trọng tâm, trọng điểm. Ưu tiên xây dựng hạ tầng điểm đến, hạ tầng giao thông, điện nước và thông tin liên lạc.

Bốn là, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến đầu tư, quảng bá du lịch, sử dụng công nghệ thông tin vào cách thức quảng bá du lịch thông. Tận dụng mọi cơ hội lồng ghép các chương trình quảng bá du lịch trong các hoạt động ngoại giao, xúc tiến đầu tư, công thương.

Năm là, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch. Thường xuyên cử đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về du lịch tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng trong và ngoài nước để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Tổ chức các lớp tập huấn cho các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch để nâng cao nghiệp vụ, đảm bảo tiêu chuẩn nghề, đáp ứng nhu cầu phục vụ du khách.

Sáu là, phát huy hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch. Tăng cường kiểm tra, kiểm soát việc chấp hành các quy định nhà nước trong hoạt động kinh doanh du lịch và các hoạt động có ảnh hưởng đến du lịch, giải quyết tốt các vấn đề về môi trường tự nhiên, xã hội tạo điều kiện cho du lịch phát triển bền vững. Phát huy hiệu quả vai trò của Ban chỉ đạo phát triển du lịch và Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang; Phát huy vai trò giữa các cơ quan quản lý nhà nước với Hiệp hội du lịch tỉnh Hà Giang, các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, dịch vụ trong và ngoài tỉnh.

Bảy là, Tăng cường liên kết, hợp tác. Đẩy mạnh các hoạt động hợp tác khu vực và quốc tế trên mọi lĩnh vực. Tổ chức, tham gia các hội nghị, hội thảo, hội chợ du lịch trong và ngoài nước nhằm tăng cường tuyên truyền quảng bá cho du lịch của tỉnh. Đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cả trong và ngoài tỉnh đầu tư phát triển du lịch; phát huy tối đa tiềm năng, thế mạnh về du lịch của các địa phương, các thành phần kinh tế trên địa bàn Hà Giang.

Có thể khẳng định, phát triển du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần quan trọng trong việc phát triển kinh tế - xã hội, có sức hấp dẫn và cạnh tranh cao, bên cạnh nỗ lực của riêng bản thân ngành du lịch Hà Giang, rất cần có sự quan tâm đầu tư, hỗ trợ nhiều hơn nữa từ tất cả các cấp, các ngành. Trong đó cần phải đột phá ngay từ khâu nhận thức về du lịch, mọi quyết định phát triển du lịch cần phải nâng lên thành quyết tâm và ý chí chính trị.

Một số kiến nghị:

1. Đề nghị các Bộ, ngành trung ương bổ sung Hà Giang vào vùng trọng điểm phát triển du lịch quốc gia, điểm du lịch Ruộng bậc thang Hoàng Su Phì là điểm du lịch quốc gia trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam và vùng Trung du miền núi Bắc Bộ giai đoạn phát triển 2020 - 2030.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

2. Ưu tiên hỗ trợ nguồn vốn ngân sách đầu tư phát triển hạ tầng các khu, điểm du lịch quốc gia và các khu, điểm du lịch quan trọng khác trong đó đặc biệt quan tâm phát triển khu du lịch CVĐC TCCNĐ Đồng Văn, để sớm trở thành khu du lịch trọng điểm quốc gia.

3. Tăng cường đầu tư nâng cấp hệ thống giao thông các tuyến tỉnh lộ, tuyến giao thông nông thôn đến các khu điểm du lịch; các tuyến giao thông liên tỉnh, sân bay.v.v...để tạo điều kiện thuận lợi cho việc đón khách du lịch trong nước và quốc tế đến Hà Giang và tiếp cận các khu điểm du lịch trên địa bàn;

4. Ưu tiên vốn đầu tư để bảo vệ, nâng cấp các di tích lịch sử-văn hóa, các danh lam thắng cảnh đã được xếp hạng cấp quốc gia trên địa bàn tỉnh; giúp đỡ ngành du lịch tỉnh các công tác đào tạo nguồn nhân lực, tuyên truyền quảng cáo, xúc tiến phát triển du lịch.v.v...;

5. Lòng ghép các Chương trình mục tiêu quốc gia, các Dự án phát triển có liên quan của các Bộ, ngành với phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh để tháo gỡ khó khăn về vốn đầu tư phát triển du lịch cho địa phương./.

**NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN
KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH NINH BÌNH**

Ths. Bùi Văn Mạnh

Phó Giám đốc Sở Du lịch Ninh Bình

Ninh Bình nằm cách Thủ đô Hà Nội 93km về phía Nam với diện tích khoảng 1.400km², dân số khoảng 950 ngàn người. Tuy là một tỉnh không lớn nhưng Ninh Bình có địa hình rất đa dạng: có núi, đồng bằng, vùng ven biển, mang đầy đủ sắc thái địa hình của nước Việt Nam thu nhỏ. Ninh Bình được tạo hóa ban tặng nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng, độc đáo để phát triển du lịch như: Quần thể danh thắng Tràng An, chùa Bái Đính, Vườn quốc gia Cúc Phương, Khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long, Khu du lịch sinh thái hồ Yên Thắng, hồ Đồng Thái, vườn Chim Thung Nham, động Thiên Hà, vùng ven biển Kim Sơn, các suối khoáng nóng... Toàn tỉnh Ninh Bình có 1.499 di tích lịch sử văn hóa, trong đó có 02 di tích được xếp hạng cấp quốc gia đặc biệt, 79 di tích được xếp hạng cấp quốc gia; 267 di tích được xếp hạng cấp tỉnh; có 81 làng nghề truyền thống, trên 260 lễ hội truyền thống... Đặc biệt, Quần thể Danh thắng Tràng An được UNESCO ghi danh là Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới. Đây là một trong 38 Di sản hỗn hợp của thế giới, là Di sản hỗn hợp đầu tiên của khu vực Đông Nam Á. Danh hiệu Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới tạo động lực để Ninh Bình thúc đẩy hơn nữa phát triển du lịch, phấn đấu đưa du lịch của tỉnh trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và trung tâm du lịch của vùng, của cả nước.

Được sự quan tâm chỉ đạo của các cấp, các ngành từ Trung ương tới địa phương, sự nỗ lực đầu tư kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch và toàn xã hội, thời gian qua, Du lịch Ninh Bình đã có bước phát triển nhanh cả về số lượng và chất lượng, từng bước trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Phát triển du lịch trong năm qua được tỉnh Ninh Bình xác định là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, của toàn xã hội. Năm 2017, hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Ninh Bình có những bước phát triển ấn tượng, các chỉ tiêu về du lịch đều tăng so với cùng kỳ năm 2016. Giai đoạn 2010-2016, du lịch Ninh Bình tăng trưởng bình quân 13,71%/năm. Năm 2017, ngành Du lịch Ninh Bình đón 7.056.340 lượt khách, tăng 43% so với cùng kỳ năm 2016, doanh thu đạt 2.524 tỷ đồng, tăng 43% so với cùng kỳ năm 2016. Năm 2018 kế hoạch du lịch Ninh Bình phấn đấu đón 7.300.000 lượt khách, doanh thu ước đạt 2.900 tỷ đồng.

Hoạt động du lịch trong những năm qua đã có những tác động rất lớn đối với việc phát triển kinh tế - xã hội địa phương Ninh Bình. Hoạt động du lịch đã khuyến khích và thu hút vốn đầu tư vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Đến nay tỉnh Ninh Bình đã thu hút được 29 dự án với tổng vốn trên

11.513,26 tỷ đồng, trong đó có khu trung tâm dịch vụ khách sạn, nhà hàng cao cấp thành phố Ninh Bình thu hút 11 dự án đầu tư với tổng mức đầu tư 2.654 tỷ đồng. Đến nay nhiều dự án triển khai tích cực, đúng tiến độ và đưa vào khai thác có hiệu quả, tiêu biểu như: Hệ thống 10 khách sạn cao cấp đầu tư theo tiêu chuẩn 3-5 sao với tổng số phòng ngủ 1.090 phòng, tổng mức đầu tư 1.700 tỷ đồng, thu hút gần 1.000 lao động. Bên cạnh đó tỉnh Ninh Bình còn quan tâm thu hút các dự án đầu tư cho hệ thống nhà hàng, các cơ sở dịch vụ vui chơi giải trí, mua sắm cao cấp như: Nhà hàng Ngọc Minh, nhà hàng Vạn Bảo Ngọc, nhà hàng Hoàng Giang, Sân golf Hoàng Gia, Sân golf Tràng An và phát triển loại hình du lịch nghỉ tại nhà dân (Homestay) nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch. Hệ thống các khách sạn, nhà hàng, trung tâm hội nghị, khu mua sắm, vui chơi giải trí cao cấp đi vào hoạt động đã góp phần tích cực trong việc thu hút khách du lịch đến Ninh Bình, đặc biệt khách du lịch có khả năng chi trả cao, hạn chế tính mùa vụ trong hoạt động du lịch, đồng thời phát triển loại hình du lịch hội nghị hội thảo kết hợp tham quan (du lịch MICE). Hiện nay tỉnh đang tích cực triển khai một số dự án lớn: Khu du lịch Kênh Gà - Vân Trình, công viên động vật hoang dã quốc gia, khu du lịch ven biển cồn nổi Kim Sơn, những dự án này đi vào hoạt động sẽ góp phần quan trọng đưa du lịch của Ninh Bình phát triển nhanh hơn. Đặc biệt các cơ sở hạ tầng của địa phương như đường kết nối các khu, điểm du lịch, hệ thống cấp thoát nước, xử lý chất thải, thông tin liên lạc được đầu tư xây dựng tạo thuận lợi cho hoạt động du lịch.

Hoạt động du lịch phát triển, tạo nguồn ngân sách cho tỉnh thu từ các khoản trích nộp ngân sách của các cơ sở du lịch. Đặc biệt ở Ninh Bình có nhiều làng nghề truyền thống như: thêu ren Văn Lâm, chiếu cói Kim Sơn, mộc Phúc Lộc, gốm sứ Bò Bát, đá Ninh Vân... đã tận dụng thế mạnh để phát triển kinh tế bằng việc giới thiệu bán các sản phẩm thủ công, không chỉ bán cho các du khách đến thăm quan mà đây còn là cơ hội tăng thu nhập địa phương bằng hình thức xuất khẩu. Bên cạnh đó khi du lịch phát triển thì nhiều lĩnh vực khác cũng được hưởng lợi thông qua hỗ trợ các sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch, như xây dựng, in ấn và xuất bản, sản xuất, bảo hiểm, vận tải, lưu trú, bán lẻ, dịch vụ ăn uống, dịch vụ tài chính... Bên cạnh những lợi ích về mặt kinh tế, phát triển du lịch là phương tiện tuyên truyền quảng cáo rất hiệu quả về tiềm năng, thế mạnh, hình ảnh của đất và con người Ninh Bình tới bè bạn trong nước và quốc tế. Đến với Ninh Bình du khách được tham quan những danh lam thắng cảnh nổi tiếng, khám phá lịch sử cội nguồn của dân tộc, các món ăn đặc sắc, các làng nghề, lễ hội truyền thống. Hình ảnh nét văn hóa, lịch sử, du lịch đặc sắc của Ninh Bình được tuyên truyền, quảng bá sâu rộng thu hút rộng rãi du khách thập phương, cơ quan thông tấn, báo chí, các nhà làm phim đến quay phim ghi hình...

Du lịch phát triển đã đem lại cho Ninh Bình nhiều lợi ích về mặt xã hội dưới các hình thức như tạo thêm nhiều việc làm cho người dân địa phương. Nếu

như năm 2010 tổng số lao động là 8.550 lao động cả trực tiếp và gián tiếp, đến năm 2017 con số này tăng lên 19.420 người, tốc độ tăng trưởng trung bình trong 7 năm qua là 12,45%/năm. Nhiều khu du lịch sinh thái như Tam Cốc - Bích Động, Tràng An, Vân Long, Cúc Phương, Bái Đính... nếu trước đây nhiều gia đình chỉ sống bằng nông nghiệp, nguồn thu nhập nhờ vào trồng trọt và chăn nuôi, còn nghề thủ công chỉ đóng vai trò phụ nên cuộc sống khó khăn khi du lịch phát triển thì kinh tế của người dân địa phương ở các vùng này được cải thiện, thay vì làm nông nghiệp như trước đây họ chuyển sang làm dịch vụ du lịch qua các nghề như: chèo thuyền, nhà hàng, khách sạn, bán hàng lưu niệm, chụp ảnh... Thu nhập của người dân địa phương tại các khu, điểm du lịch tăng lên rõ rệt, bình quân đạt từ 3-5 triệu đồng/người/tháng. Người dân địa phương được giao lưu văn hóa với du khách thập phương, mở rộng hiểu biết và có trách nhiệm hơn với công tác bảo vệ di sản, bảo vệ môi trường tự nhiên, môi trường sống. Thông qua phát triển du lịch đã thay đổi nhận thức của các tầng lớp nhân dân về công tác bảo vệ môi trường, đặc biệt tại các khu, điểm du lịch. Du lịch phát triển giúp tăng cường hiểu biết của cộng đồng địa phương thông qua việc trao đổi, học tập với du khách về bảo vệ môi trường, đặc biệt là bảo vệ môi trường trong vùng di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới Tràng An. Tại Ninh Bình các khu, điểm du lịch được đặc biệt quan tâm trong công tác bảo vệ môi trường, cảnh quan, giữ được nét hoang sơ như: khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long, vườn quốc gia Cúc Phương, khu du lịch Tràng An, Tam Cốc...

Bên cạnh những tác động tích cực mà du lịch đem lại cho phát triển kinh tế, xã hội của Ninh Bình thì cũng còn một số những tác động tiêu cực có thể kể đến như: ngành du lịch Ninh Bình mang tính thời vụ làm ảnh hưởng không nhỏ đến công tác sử dụng lao động; phát triển các dự án du lịch làm ô nhiễm môi trường, cảnh quan thiên nhiên bị phá vỡ; sức chứa quá tải do lượng khách vào mùa du lịch thường rất đông; phát triển du lịch gây ra một số tệ nạn xã hội, ảnh hưởng phong tục tập quán địa phương...

Ninh Bình là vùng đất có nhiều tiềm năng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương. Phát huy thế mạnh về tài nguyên du lịch phong phú đó, Đảng bộ và chính quyền tỉnh Ninh Bình đã xác định du lịch đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế-xã hội của tỉnh. Kết quả kinh doanh du lịch luôn tăng trưởng ở mức cao, đóng góp nguồn thu lớn cho ngân sách địa phương. Sức lan tỏa mạnh của ngành Du lịch đã và đang thúc đẩy nhiều ngành, nhiều lĩnh vực phát triển, tạo sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế, góp phần phát triển văn hóa, xã hội; thu hút ngày càng nhiều lao động, góp phần xóa đói, giảm nghèo cho người dân địa phương... Du lịch đã tạo được tiền đề vững chắc để từng bước phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh Ninh Bình./

**NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN
KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH THANH HÓA**

Vương Thị Hải Yến

Phó Giám đốc Sở VHTTDL Thanh Hóa

Cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, trên cơ sở phát huy những lợi thế về tài nguyên và vị trí địa lý, thời gian qua du lịch Thanh Hóa đã có những bước phát triển với tốc độ tăng trưởng nhanh và đạt được những thành tựu đáng kể. Những kết quả đánh giá thông qua các chỉ tiêu về lượng khách, thu nhập và việc làm đã khẳng định vai trò của ngành du lịch đối với phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và đối với sự phát triển chung của du lịch cả nước. Du lịch đã được tỉnh Thanh Hóa xác định là một trong 5 chương trình trọng tâm trong giai đoạn 2016-2020 nhằm ưu tiên các nguồn lực đầu tư phát triển và đang từng bước trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn.

Là một tỉnh lớn, có diện tích tự nhiên 11.116,3 km², đứng thứ 5 cả nước; dân số gần 4 triệu người, đứng thứ 3 cả nước; Thanh Hóa được ví như một “Việt Nam thu nhỏ” với đầy đủ các loại địa hình, các hệ sinh thái và các vùng miền, đó là: đồng bằng, miền núi, trung du và ven biển. Thời gian qua, mặc dù còn phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức, tỉnh Thanh Hóa đã và đang nỗ lực phấn đấu, tranh thủ thời cơ, phát huy lợi thế, từng bước phát triển toàn diện trên hầu hết các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội, an ninh và quốc phòng. Năm 2017, năm thứ hai thực hiện Nghị quyết Đại hội XII của Đảng và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVIII, tình hình kinh tế - xã hội của tỉnh cơ bản giữ được ổn định và tiếp tục có bước phát triển toàn diện trên các lĩnh vực: Có 22/25 chỉ tiêu chủ yếu được Hội đồng Nhân dân quyết nghị đã hoàn thành và vượt mục tiêu đề ra; tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) đạt 9,08%, là mức tăng trưởng khá, cao hơn bình quân cả nước và nhiều tỉnh trong khu vực với GRDP bình quân đầu người đạt 1.705 USD; tổng thu ngân sách nhà nước đạt 13.144 tỷ đồng; huy động vốn đầu tư phát triển đạt 106 nghìn tỷ đồng, thu hút được 249 dự án đầu tư trực tiếp và 10 dự án FDI với tổng vốn đầu tư đăng ký 32.656 tỷ đồng và 3.059 triệu USD; thành lập mới 3.000 doanh nghiệp với tổng vốn đăng ký 18.690 tỷ đồng (đứng thứ 7 cả nước), nâng tổng số doanh nghiệp đang hoạt động lên 10.563 doanh nghiệp)....

Để có những kết quả nêu trên, có đóng góp không nhỏ của ngành du lịch. Năm 2017, du lịch Thanh Hóa đón được 7.000.000 lượt khách, đứng thứ 8 của cả nước; tổng thu du lịch ước đạt 8.000 tỷ đồng, đứng thứ 11 của cả nước; đóng góp GDP vào ngân sách nhà nước ước đạt 352 tỷ đồng, chiếm xấp xỉ 7% tỷ trọng của nền kinh tế cả tỉnh. Đến năm 2017 toàn tỉnh có khoảng 740 cơ sở lưu trú du lịch với 25.900 phòng đạt tiêu chuẩn, đứng thứ 09 của cả nước về số lượng cơ sở lưu trú du lịch, đứng thứ 10 của cả nước về số lượng phòng nghỉ

lưu trú. Các hoạt động du lịch, dịch vụ đã góp phần thu hút được nhiều nguồn lực đầu tư từ các thành phần kinh tế, giai đoạn 2007 - 2017, tỉnh Thanh Hóa đã triển khai khoảng 42 dự án đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch (chủ yếu là hệ thống đường giao thông, cấp điện, cấp nước, nhà vệ sinh đạt chuẩn...) tại các khu, điểm đến du lịch như: Sầm Sơn, Hải Tiến (Hoàng Hóa), Hải Hòa (Tĩnh Gia), Bến En (Nhu Thanh), Cẩm Lương (Cẩm Thủy), với tổng vốn đã thực hiện đầu tư trên 3.500 tỷ đồng, thu hút được 67 dự án kinh doanh du lịch, với tổng vốn đã đầu tư gần 12.000 tỷ đồng, làm thay đổi diện mạo và cải thiện điều kiện dân sinh của các địa phương. Du lịch góp phần tạo việc làm và có thu nhập thường xuyên cho khoảng 24.000 người, đóng góp tích vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo nhanh về bền vững cho cộng đồng dân cư ở khu vực miền núi còn nhiều khó khăn.

Trên địa bàn tỉnh đã hình thành nhiều điểm đến hấp dẫn khách du lịch như: Hàm Rồng, Sầm Sơn, Quảng Xương, Hải Hòa, Bến En, suối cá Cẩm Lương.... Các sản phẩm du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng ở khu vực miền núi, du lịch đường thủy, du lịch thể thao - mạo hiểm, du lịch MICE... đang từng bước được hình thành. Đặc biệt là các di tích lịch sử văn hóa thế giới, cấp quốc gia và quốc gia đặc biệt như: Thành Nhà Hồ, Lam Kinh, đền Bà Triệu..., các lễ hội, trò diễn dân gian, âm nhạc truyền thống như: Lễ hội Lam Kinh, Lễ hội Bà Triệu, trò diễn Xuân Phả, lễ hội cầu ngư của cư dân miền biển, lễ hội của các đồng bào dân tộc miền núi... được đầu tư tôn tạo, phục hồi..., tạo thành sản phẩm du lịch đặc sắc riêng của địa phương, thu hút nhiều khách du lịch, đem lại nguồn thu cho ngân sách địa phương và cộng đồng dân cư tại các điểm đến du lịch. Bên cạnh đó, phát triển du lịch đã góp phần thúc đẩy nhiều ngành và lĩnh vực khác cùng phát triển như: Hàng không (hiện Thanh Hóa đã đưa vào khai thác cảng hàng không Thọ Xuân kết nối trực tiếp với nhiều tỉnh thành trong nước và quốc tế), bưu chính viễn thông, ngân hàng..., đặc biệt là ngành thủ công mỹ nghệ, làng nghề truyền thống; góp phần nâng cao trình độ văn hóa, giao tiếp ứng xử, ý thức bảo vệ tài nguyên, môi trường cảnh quan của cộng đồng dân cư các điểm đến du lịch; thông qua hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch, góp phần tô đậm thêm hình ảnh thiên nhiên, con người Xứ Thanh trong lòng du khách trong và ngoài nước.

Tuy nhiên, trên bình diện quốc gia, du lịch Thanh Hóa phát triển vẫn còn nhiều hạn chế và bất cập, nhiều khó khăn và trở ngại vẫn chưa có giải pháp thỏa đáng, phát triển chưa có bước đột phá, chậm khắc phục tình mùa vụ của sản phẩm du lịch biển, chưa có giải pháp hiệu quả tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế; phát triển chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của địa phương, tốc độ phát triển tuy nhanh, nhưng giá trị tuyệt đối còn thấp, tỷ trọng GDP du lịch trong cơ cấu kinh tế còn khiêm tốn và thấp hơn so với mặt bằng chung của cả nước. Nguyên nhân của tình trạng trên, ngoài một số nguyên nhân khách quan như: Du lịch Thanh Hóa ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố thời tiết; hệ thống

chính sách, vai trò quản lý, năng lực đội ngũ chưa đáp ứng được yêu cầu, sự phối hợp liên ngành chưa hiệu quả; vai trò, trách nhiệm của các cấp, các ngành từ tỉnh đến địa phương chưa được phát huy đầy đủ; nhận thức về phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu phát triển; đầu tư du lịch còn hạn chế và chưa mang lại hiệu quả mong muốn; một số chính sách có liên quan đến du lịch còn bất cập, chưa kịp thời tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp du lịch để nâng cao khả năng cạnh tranh và thu hút khách du lịch... còn có những nguyên nhân chủ quan như: chất lượng một số dịch vụ, sản phẩm và điểm đến du lịch của tỉnh chưa đảm bảo; điều kiện cơ sở hạ tầng xã hội còn chưa đáp ứng so với yêu cầu phát triển du lịch; chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế về nhận thức, kỹ năng phục vụ, thái độ giao tiếp ứng xử; hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch chưa được đầu tư thỏa đáng, hiệu quả chưa cao, nội dung và hình thức chưa phong phú; công tác nghiên cứu, phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt là những sản phẩm du lịch đặc thù với cách tiếp cận thị trường và tính cạnh tranh chưa đầy đủ; công tác đảm bảo vệ sinh môi trường, môi trường kinh doanh còn nhiều tồn tại hạn chế; vấn đề an ninh an toàn cho khách du lịch còn chưa được đảm bảo... Đây chính là những nguyên nhân quan trọng làm cho du lịch Thanh Hóa chưa thực sự bứt phá và chưa đóng góp nhiều cho phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh tương xứng với tiềm năng du lịch hiện có.

Để phát huy những tiềm năng du lịch sẵn có đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, đồng thời đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2020, bên cạnh nỗ lực của riêng bản thân ngành du lịch, rất cần có sự quan tâm đầu tư, hỗ trợ nhiều hơn nữa từ tất cả các cấp, các ngành. Trong đó cần phải có đột phá ngay từ khâu nhận thức về du lịch, mọi quyết định phát triển du lịch cần phải nâng lên thành quyết tâm và ý chí chính trị của tỉnh. Toàn ngành du lịch, trực tiếp đối với các cấp quản lý nhà nước về du lịch, từ tỉnh tới địa phương, cần đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức về trách nhiệm bảo vệ, phát huy các giá trị tài nguyên du lịch; ưu tiên nguồn ngân sách Trung ương, ngân sách tỉnh đầu tư tôn tạo các di tích cách mạng, di sản thế giới, di tích văn hóa lịch sử cấp quốc gia, quốc gia đặc biệt và các di tích có giá trị khai thác phục vụ du lịch theo tinh thần chỉ đạo của Ban Thường vụ Tỉnh ủy tại Kết luận số 82 – KL/TU ngày 30/5/2017 về tăng cường sự lãnh đạo của các cấp ủy đảng đối với công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa giai đoạn 2017 - 2025; đầu tư hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật các khu, điểm du lịch trọng điểm; triển khai có hiệu quả đề án truyền thông du lịch, đề án xây dựng thương hiệu du lịch đến năm 2025 nhằm đổi mới, nâng cao hiệu quả xúc tiến, thu hút được các dự án đầu tư có tiềm lực, kinh nghiệm trong việc khai thác, phát huy các giá trị tài nguyên du lịch; đẩy mạnh triển khai thực hiện đề án phát triển sản phẩm du lịch mũi nhọn Thanh Hóa đến năm 2015, tầm nhìn 2030, trong đó chú trọng phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, hấp dẫn và có tính cạnh tranh cao gắn với bảo tồn cảnh quan thiên nhiên và mang đậm bản sắc văn hóa Xứ Thanh; quan tâm phát triển sản phẩm du lịch sinh thái, làng nghề,

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

du lịch mua sắm, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch nông nghiệp, du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo và tổ chức sự kiện...; đồng thời tăng cường liên kết với các tỉnh, thành như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Ninh Bình, các tỉnh vùng Bắc miền Trung, Duyên hải Bắc Bộ và 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng trong việc khảo sát, xây dựng các sản phẩm du lịch chung đặc thù liên vùng nhằm phát huy lợi thế đường quốc lộ ven biển từ Quảng Ninh đến Thanh Hoá, cảng hàng không quốc tế Thọ Xuân, cảng nước sâu Nghi Sơn...

Với những giải pháp cơ bản trên, nếu vận dụng và thực thi tốt, chắc chắn sẽ tạo cơ sở vững chắc để thúc đẩy ngành du lịch Thanh Hóa phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có quy mô và hiệu quả kinh tế cao; đóng góp ngày càng lớn hơn cho sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và phát triển du lịch chung của cả nước; qua đó thực hiện thắng lợi nghị quyết 08 của Bộ chính trị và Nghị quyết đại hội Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ XVIII đã đề ra./.

**NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN
KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH BÀ RỊA - VŨNG TÀU**

Trịnh Hàng

Giám đốc Sở Du lịch tỉnh Bà Rịa- Vũng Tàu

Với đặc điểm khí hậu, thời tiết và nguồn tài nguyên thiên nhiên được ưu đãi, nhiều năm qua Bà Rịa - Vũng Tàu đã và đang dần trở thành một trong những trung tâm du lịch hàng đầu của cả nước. Năm 2018 là năm thứ hai tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, năm thứ ba thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ VI, nhiệm kỳ 2015 - 2020 và là năm đầu tiên thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU ngày 27/12/2017 của Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh về Phát triển du lịch chất lượng cao tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu giai đoạn 2017-2020, định hướng đến năm 2030. Với sự quyết liệt trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo, điều hành của các cấp ủy Đảng, chính quyền, cùng với sự nỗ lực khắc phục khó khăn của nhân dân, cộng đồng các doanh nghiệp, du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu đã thực sự khởi sắc và được coi là điểm sáng trong quá trình phát triển kinh tế góp phần thay đổi, chuyển dịch cơ cấu kinh tế của địa phương.

1. Tình hình phát triển du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu

Các cấp ủy đảng, chính quyền và nhân dân đã nhận thức về tầm quan trọng của ngành du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, xác định du lịch là một ngành kinh tế dịch vụ trọng điểm, có tính chất liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao, cần có sự phối hợp đồng bộ của nhiều ngành kinh tế khác để phát triển; đã có sự chuyển biến rõ rệt trong việc phối hợp giữa các sở, ngành, địa phương nhằm hỗ trợ, tạo điều kiện cho ngành du lịch phát triển, từng bước khắc phục được những hạn chế và đạt được nhiều thành quả tích cực.

Công tác lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện các quy hoạch, quản lý dự án đầu tư về du lịch trên địa bàn tỉnh cũng được thực hiện một cách nghiêm chỉnh và đạt được những kết quả đáng khích lệ. Tính tới nay, trên địa bàn tỉnh có 08 khu du lịch được quy hoạch chi tiết tỷ lệ 1/2000 như: Khu du lịch Chí Linh - Cửa Lấp 825 ha, Khu du lịch Hoa Anh Đào 240 ha, Khu du lịch Văn hóa Lâm viên Núi Minh Đạm 280 ha, Khu du lịch Lâm viên Văn hóa Núi Dinh 718,4 ha, Khu du lịch Lộc An 265 ha, Khu du lịch Bến Cát - Hồ Tràm 425,26 ha, Khu du lịch và dân cư Láng Hàng 330,69 ha, Khu du lịch Thác Hòa Bình 224 ha. Đã thu hút được các dự án đầu tư du lịch quy mô vốn lớn, tính tới tháng 9 năm 2018 tổng số dự án du lịch trên địa bàn tỉnh là 155 dự án, trong đó có 41 dự án đã hoàn thành và đưa vào hoạt động với loại hình sản phẩm đa dạng và có tính đặc thù,

phù hợp với thị trường du lịch quốc tế như: The Imperial, Sixsences Resort, The Grand - Hồ Tràm Strip, Pullman.....

Hệ thống cơ sở lưu trú du lịch phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng. Đồng thời, chất lượng cơ sở lưu trú, chất lượng phục vụ và các dịch vụ cũng ngày càng được chú trọng và nâng cao. Đến tháng 9 năm 2018, Sở Du lịch tỉnh Bà Rịa- Vũng Tàu đã phối hợp với Tổng cục Du lịch thực hiện phân loại xếp hạng cho 189 cơ sở lưu trú, nâng tổng số cơ sở lưu trú toàn tỉnh lên 1.015 cơ sở, với 4 khách sạn 05 sao, 16 khách sạn 04 sao, 23 khách sạn 03 sao, 42 khách sạn 02 sao... với tổng số phòng đã được phân loại, xếp hạng là 9.621 phòng.

Đối với công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch, Sở Du lịch tỉnh Bà Rịa- Vũng Tàu cũng đã tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho người lao động phục vụ trong ngành du lịch như: mở các lớp cấp cứu thủy nạn tại thành phố Vũng Tàu, huyện Xuyên Mộc, huyện Đất Đỏ và huyện Côn Đảo. Tổ chức thành công các lớp: văn hóa ứng xử trong hoạt động du lịch, thuyết minh viên tại huyện Côn Đảo. Đồng thời, phối hợp với Thanh tra Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tiến hành kiểm tra các cơ sở lưu trú lịch trong đó tập trung kiểm tra về bằng cấp của đội ngũ nhân viên tại các cơ sở lưu trú đã được xếp hạng sao. Phối hợp tổ chức bồi dưỡng kiến thức quản lý điều hành khách sạn cho 4-5 sao (do Dự án EU tài trợ); tổ chức lớp bồi dưỡng Tiếng Trung trình độ cơ bản cho cán bộ, nhân viên các doanh nghiệp du lịch. Phối hợp với Sở Lao động, Thương binh và Xã hội tổ chức khóa đào tạo về nghiệp vụ du lịch cho các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch trên địa bàn toàn tỉnh.

Tăng cường công tác quản lý nhà nước về du lịch thông qua việc kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch từ cấp tỉnh đến cấp huyện, thành phố. Tăng cường phối hợp, liên kết giữa ngành du lịch với các ngành, lĩnh vực, giữa các địa phương trong tỉnh và ngành du lịch của tỉnh với khu vực, các vùng, miền, địa phương để phát triển du lịch. Củng cố, kiện toàn Ban chỉ đạo Phát triển Du lịch tỉnh, kiện toàn bộ máy tổ chức của các Ban quản lý các Khu du lịch và Phòng Văn hóa - Thông tin các cấp. Thiết lập đường dây nóng tiếp nhận các yêu cầu, kiến nghị của khách du lịch từ cấp huyện, thành phố đến cấp tỉnh. Kiện toàn, mở rộng và nâng cao năng lực của Hiệp hội Du lịch tỉnh; phát huy vai trò cầu nối giữa các cơ quan nhà nước với doanh nghiệp... Tăng cường công tác quản lý và đảm bảo an ninh trật tự an toàn tại các bãi tắm công cộng, công tác cấp cứu thủy nạn hạn chế đến mức thấp nhất rủi ro đối với du khách. Xây dựng hệ thống thông tin dữ liệu về đầu tư; công khai danh mục đầu tư, các chính sách, thủ tục đầu tư về du lịch của tỉnh... Tăng cường công tác phối hợp quản lý hoạt động đón và phục vụ khách tàu biển quốc tế. Tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn các cá nhân và đơn vị kinh doanh du lịch chấp hành nghiêm các quy định pháp luật về du lịch và đảm bảo môi trường trong kinh doanh du

lịch của Trung ương và địa phương. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường trong kinh doanh du lịch.

Tăng cường liên kết trong nước và hợp tác quốc tế về du lịch, cụ thể: đẩy mạnh liên kết vùng, khu vực phía Nam nhằm xây dựng và phát triển các tour, tuyến liên tỉnh, liên vùng và quốc gia. Triển khai có hiệu quả các thỏa thuận đã ký kết với đối tác nước ngoài để phát triển, xúc tiến thị trường du lịch ra nước ngoài. Tranh thủ mở rộng quan hệ hợp tác với các nước, các tổ chức quốc tế góp phần đẩy nhanh sự phát triển và hội nhập của du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu qua hình ảnh du lịch Việt Nam, nâng cao hình ảnh và vị thế của du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu trên trường quốc tế.

Các sự kiện văn hóa, thể thao, các di tích lịch sử, danh thắng bước đầu được đầu tư, khai thác để trở thành những sản phẩm du lịch phục vụ du khách. Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch đã có những chuyển biến tích cực với các hoạt động thông tin tuyên truyền bằng nhiều hình thức như: xúc tiến thị trường du lịch trong nước, tham gia các hội chợ du lịch quốc tế và thực hiện các hoạt động liên kết, hợp tác với các địa phương. Môi trường du lịch được cải thiện rõ nét, tạo được ấn tượng, hình ảnh tốt với du khách; giá cả dịch vụ du lịch tương đối ổn định, hợp lý; công tác cứu hộ, cứu nạn được tổ chức tốt hơn nên giảm thiểu được các tai nạn rủi ro trên các bãi tắm.

2. Những đóng góp của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu

Từ những cố gắng vượt bậc trên, ngành Du lịch Bà Rịa - Vũng Tàu đã gặt hái được những thành quả đáng kể trong thời gian qua và có những đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh nói riêng và vùng Đông Nam bộ nói chung.

Về hiệu quả kinh tế, ngành Du lịch luôn duy trì được tốc độ tăng trưởng khá và có đóng góp tích cực vào tăng trưởng chung của tỉnh. Lượng khách du lịch đến Bà Rịa - Vũng Tàu tăng trưởng bình quân hơn 12,9% năm; tổng thu từ khách du lịch tăng bình quân trên 15,9%/năm. 9 tháng đầu năm 2018, tổng lượt khách du lịch đến tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đạt khoảng 10,33 triệu lượt khách. Trong đó, tổng lượt khách lưu trú tại các cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch khoảng 2,67 triệu lượt, đạt 86,14% kế hoạch năm, tăng 12,3% so cùng kỳ. Riêng khách quốc tế lưu trú khoảng 328,4 ngàn lượt, đạt 77,46% kế hoạch năm, tăng 13,6% so cùng kỳ. Tổng doanh thu từ hoạt động du lịch 9 tháng đầu năm 2018 đạt 4.243 tỷ đồng. Trong đó, doanh thu từ các cơ sở lưu trú du lịch đạt khoảng 3.395 tỷ đồng. Riêng doanh thu từ dịch vụ lưu trú đạt khoảng 1.917 tỷ đồng, đạt 91,3% kế hoạch năm, tăng 13,7% so cùng kỳ. Hằng năm, doanh thu của ngành du lịch đóng góp khoảng 6,5% vào nguồn thu ngân sách cho địa phương. Sự phát triển của ngành du lịch đã góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu nông, công nghiệp, dịch vụ và xuất khẩu tại chỗ sản phẩm của các ngành khác trên địa bàn tỉnh.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Về xã hội, sự phát triển của ngành du lịch tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đã góp phần giải quyết được trên 18 ngàn lao động có việc làm, trong đó có 8 ngàn lao động trực tiếp trong ngành du lịch, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân các khu vực ven biển, các làng chài là khu vực phải chuyển đổi ngành nghề do tác động của biến đổi khí hậu và phát triển kinh tế - xã hội. Du lịch góp phần nâng cao trình độ dân trí, kiến thức bảo vệ tài nguyên, môi trường, giữ gìn vệ sinh an toàn thực phẩm; góp phần bảo vệ an ninh trật tự, an ninh quốc phòng trên địa bàn.

Bên cạnh đó, sự phát triển của ngành du lịch cũng đã góp phần tạo ra diện mạo mới, ấn tượng cho nhiều khu vực, đồng thời góp phần ổn định tình hình an ninh, chính trị và trật tự xã hội trên địa bàn¹⁰. Phát triển du lịch góp phần thúc đẩy sản xuất, nâng cao hiệu quả kinh doanh và tiêu thụ sản phẩm của các ngành khác như ngành thủy sản, nông nghiệp, công nghiệp chế biến, tạo động lực thúc đẩy đa dạng hóa các ngành dịch vụ, nghề thủ công truyền thống và nuôi trồng; là tiền đề quan trọng đẩy mạnh, nâng cao và đổi mới chất lượng, mẫu mã hàng hóa sản phẩm của các ngành. Phát triển du lịch còn là cơ sở tạo tiền đề cho việc tái cơ cấu ngành kinh tế và góp phần tích cực vào phát triển ngành dịch vụ có chất lượng cao, phát triển các ngành theo hướng bền vững.

Sự phát triển của ngành du lịch tỉnh cũng đã góp phần nâng cao chất lượng văn hóa cho cộng đồng trên địa bàn tỉnh thông qua việc tiếp xúc, giao lưu hữu nghị và trao đổi văn hóa, khoa học kỹ thuật giữa khách du lịch của các vùng miền, các quốc gia, góp phần thay đổi nếp sống về văn hóa ứng xử văn minh lịch sự, tôn trọng lẫn nhau trong sinh hoạt hàng ngày. Đồng thời, du lịch phát triển góp phần thay đổi diện mạo các khu vực theo chiều hướng sạch, đẹp, văn minh và đảm bảo vệ sinh cho nhiều khu vực trên địa bàn. Du lịch đã góp phần giới thiệu, phát huy và làm tăng các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương thông qua hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch.

Là tỉnh có biển, bờ biển và thềm lục địa giáp với hải phận quốc tế và các nước láng giềng, là cửa ngõ tiền tiêu của Việt Nam, việc phát triển du lịch đồng nghĩa với việc phối hợp với các ngành dầu khí, giao thông, thủy sản... trong việc đảm bảo an ninh chính trị, chủ quyền biên giới, hải đảo trên biển.

Mặc dù vậy, ngành Du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu vẫn chưa thực sự khắc phục được những tồn tại nhiều năm qua như: sản phẩm du lịch thiếu tính đa dạng, đặc sắc; du lịch tập trung chủ yếu vào các ngày cuối tuần; thời gian lưu trú của khách du lịch ngắn...bởi chủ yếu khai thác lợi thế du lịch về biển; quy hoạch thiếu đồng bộ; dự án còn manh mún, nhỏ lẻ; chưa có giải pháp phù hợp về quảng bá, xúc tiến du lịch...

Để hoàn thành tốt mục tiêu mà Nghị quyết 09-NQ/TU đã đề ra, năm 2018, ngành Du lịch Bà Rịa- Vũng Tàu sẽ tập trung vào mục tiêu tăng lượng

¹⁰Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Bà Rịa- Vũng Tàu đến năm 2025, định hướng đến năm 2030
www.itdr.org.vn

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

khách quốc tế và tăng doanh thu du lịch (tăng bình quân chi tiêu của khách du lịch). Nhằm thực hiện được mục tiêu trên, ngành Du lịch Bà Rịa – Vũng Tàu sẽ phối hợp cùng với các Sở, ngành, đơn vị liên quan rà soát tiến độ triển khai thực hiện của các dự án đầu tư về du lịch trên địa bàn tỉnh, tham mưu Ủy ban Nhân dân tỉnh có giải pháp đẩy nhanh tiến độ thực hiện các dự án đầu tư về du lịch, kiên quyết thu hồi các dự án chậm triển khai. Phối hợp với các Sở, ngành trong công tác thu hút, mời gọi các nhà đầu tư có thương hiệu, kinh nghiệm và đẳng cấp quốc tế đầu tư vào các dự án trọng điểm như: Khu Paradise, Khu du lịch Lâm viên Núi Dinh, Khu du lịch Vườn thú hoang dã Safari, KDL Chí Linh-Cửa Lấp...nhằm tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo, có quy mô lớn, tầm cỡ đáp ứng nhu cầu của du khách thông qua việc tổ chức thành công Hội nghị xúc tiến đầu tư vào du lịch. Tham mưu các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả xúc tiến, quảng bá ở các thị trường trong và ngoài nước như: tổ chức các đợt khảo sát, xúc tiến các thị trường trong nước (miền Bắc, Trung Bộ và miền Tây Nam bộ) và nước ngoài (thị trường Nhật, Úc...); tổ chức nghiên cứu lập Đề án nghiên cứu thị trường du lịch; tổ chức Hội thảo xúc tiến thị trường du lịch; hoàn thành và đưa vào vận hành bản đồ số du lịch... Triển khai thực hiện có hiệu quả Kế hoạch số 84/KH-UBND về phát triển sản phẩm du lịch trên địa bàn tỉnh đến năm 2025 đã được UBND tỉnh phê duyệt ngày 31/7/2018. Đồng thời, phối hợp với các Sở, ngành trong việc đầu tư cơ sở hạ tầng cho các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch, nhất là khu du lịch quốc gia Côn Đảo. Chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao phục vụ du lịch./.

**NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG
PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI TỈNH LÂM ĐỒNG**

Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Lâm Đồng

Với tiềm năng về tài nguyên thiên nhiên và nhân văn phong phú, Đà Lạt - Lâm Đồng có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch, trở thành điểm đến lý tưởng của nhiều du khách trong và ngoài nước. Nhận thức được điều đó, tỉnh Lâm Đồng trong những năm qua đã nỗ lực tổ chức và phối hợp tổ chức nhiều hoạt động, sự kiện có quy mô tầm quốc gia và quốc tế, nhằm giới thiệu quảng bá hình ảnh thiên nhiên và con người với bạn bè trong nước, khu vực và thế giới, tăng cường hội nhập quốc tế; Đồng thời tỉnh cũng đã tập trung đầu tư, nâng cấp các sản phẩm và dịch vụ du lịch, chú trọng về chất lượng phục vụ nhằm thu hút khách du lịch; thêm vào đó, nhận thức của các cấp, các ngành và cộng đồng về vai trò của du lịch ngày càng được nâng cao.

Toàn tỉnh hiện có trên 200 tài nguyên nguyên du lịch. Trong đó đã đưa vào đầu tư khai thác kinh doanh 35 khu, điểm tham quan du lịch cùng với hơn 60 điểm tham quan miễn phí khác. Hệ thống lữ hành vận chuyên cũng đang dần hoàn thiện để có thể đáp ứng nhu cầu của mọi đối tượng khách với 65 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành - vận chuyên du lịch, trong đó có 24 đơn vị kinh doanh lữ hành quốc tế.

Về hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành, đến nay trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng có 1.377 cơ sở lưu trú du lịch, với tổng số 20.576 phòng. Trong đó có 412 khách sạn từ 1-5 sao với 10.419 phòng, trong đó có 27 khách sạn thuộc phân khúc cao cấp từ 3-5 sao với 2.649 phòng. Riêng thành phố Đà Lạt có 1.126 cơ sở lưu trú du lịch, với tổng số 17.290 phòng, trong đó có 354 khách sạn từ 1-5 sao với 9.295 phòng, 25 khách sạn từ 3-5 với 2.480 phòng. Số lượng và chất lượng các dịch vụ phục vụ khách trong các khách sạn ngày càng được nâng cao như: nhà hàng, vũ trường, spa, karaoke, hồ bơi, chăm sóc sức khỏe, hội nghị - hội thảo, lữ hành...

Đến nay, ngành kinh tế du lịch của tỉnh đã có bước tiến đáng kể, sản phẩm du lịch ngày càng phong phú, đa dạng. Nhiều sản phẩm và loại hình du lịch mới được đưa vào khai thác kinh doanh thu hút ngày càng đông du khách. Các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân làm du lịch trên địa bàn tỉnh đã ý thức nhiều hơn trong việc đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm phục vụ du khách, tạo dựng uy tín và hình ảnh tốt của mình. Điểm nổi bật nhất của ngành trong thời gian gần đây là tình hình đầu tư phát triển sản phẩm du lịch, sự ra đời của một số sản phẩm du lịch mới phục vụ nhu cầu tham quan, thưởng ngoạn của du khách như Hoa Sơn Điền Trang, Lá Phong, Zoo Doo,...; du lịch thể thao mạo hiểm: Đu dây vượt thác tại khu du lịch thác Đatanla, chèo thuyền vượt ghềnh thác tại sông Đạ Đờn,..., du lịch canh nông: Mô hình Cà phê Green Box, Đạ Lạch Noah,

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Trang trại Rau và Hoa, Cầu Đất Farm, Trà Long Đình,..., du lịch làng nghề: tham quan các làng nghề truyền thống làm rượu cần, nhẵn bạc tại huyện Lạc Dương,..., du lịch khám phá thiên nhiên: tham quan Vườn quốc gia Bidoup - Núi Bà, Vườn Quốc gia Cát Tiên,... Nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp ra đời cơ bản đã đáp ứng được nhu cầu của du khách. Bên cạnh đó, nhiều khu, điểm tham quan du lịch cũng đã triển khai đầu tư, nâng cấp bổ sung sản phẩm, dịch vụ để phục vụ du khách như: KDL Rừng Madagui, thác Đamb’ri, Thung Lũng Vàng, Thung Lũng Tình Yêu, Thác Đatanla, ...

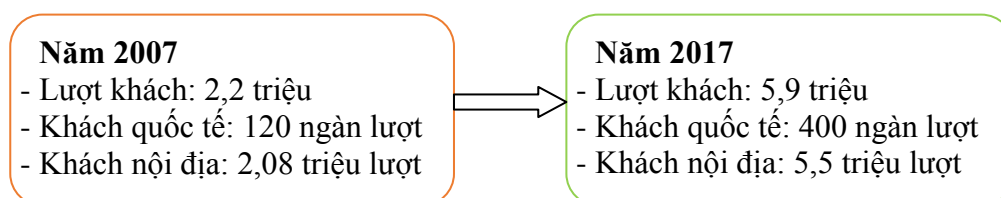
Địa phương đã tập trung đầu tư đường tỉnh, đường đô thị và đường huyện: đầu tư, nâng cấp và hoàn thiện các quốc lộ 20, 27, 28, 55... nối Lâm Đồng với các tỉnh Nam Bộ, thành phố Hồ Chí Minh, Tây Nguyên, duyên hải Nam Trung Bộ... tạo điều kiện để phát triển các tour, tuyến du lịch đường bộ; đường giao thông nội tỉnh cũng được đầu tư, nâng cấp; hệ thống giao thông công cộng tiếp tục phát triển rút ngắn thời gian lưu thông và tạo thuận lợi cho người dân và du khách khi tham quan, nghỉ dưỡng tại Lâm Đồng. Về giao thông đường hàng không, sân bay Liên Khương đã được đầu tư nâng cấp đạt cấp 4D theo tiêu chuẩn ICAO với tần suất khai thác 28 – 30 chuyến/ngày các đường bay nội địa, quốc tế đi/đến: Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Huế, Vinh; tổ chức khai thác một số chuyến bay quốc tế mới Vũ Hán (Trung Quốc) - Đà Lạt, Đà Lạt - Bangkok (Thái Lan) và ngược lại góp phần thu hút, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách từ các thị trường quốc tế đến tham quan nghỉ dưỡng tại Đà Lạt - Lâm Đồng và ngược lại; ngoài ra, đã thử nghiệm mở một số chuyến bay charter từ Singapore, Hàn Quốc.... Tỉnh cũng đã quan tâm đầu tư nâng cấp hệ thống thông tin liên lạc, điện, nước, cơ sở hạ tầng giao thông, y tế, giáo dục,... nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách du lịch khi đến với Lâm Đồng.

Ngoài ra, trong thời gian vừa qua Đà Lạt - Lâm Đồng đã được nhiều tạp chí, kênh truyền hình, diễn đàn về du lịch uy tín của thế giới bình chọn như: tờ New York Times bình chọn Đà Lạt đứng thứ 30 trong danh sách 52 điểm đến đáng mơ ước nhất năm; Kênh truyền hình CNN – Mỹ bình chọn Đà Lạt là 1 trong 9 địa điểm tuyệt vời nhưng chưa nổi tiếng ở Châu Á; Đà Lạt và Sa Pa đã được diễn đàn du lịch TripAdvisor bình chọn vào top 10 địa điểm du lịch hấp dẫn châu Á; Đà Lạt được trang web uy tín về du lịch Touropia.com của Mỹ xếp hạng đứng thứ 5 trong 17 thành phố hấp dẫn nhất Việt Nam. Qua đó cho thấy khả năng cạnh tranh của Du lịch Lâm Đồng cũng như của từng doanh nghiệp từng bước được nâng lên, hình ảnh tốt đẹp về Đà Lạt – Lâm Đồng ngày càng được nhiều người biết đến. Do đó, trong những năm qua, du lịch Đà Lạt – Lâm Đồng đã có nhiều bước phát triển vượt bậc, đạt được nhiều thành tựu đáng kể, nhất là những kết quả đạt được trong những năm gần đây.

Năm 2007, Lâm Đồng đón tiếp và phục vụ được 2,2 triệu lượt khách, trong đó có 120 ngàn lượt khách quốc tế và 2,08 triệu lượt khách nội địa. Mười

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

năm sau (2017), Lâm Đồng đón được 5,9 triệu lượt khách, tăng 2,7 lần, trong đó khách quốc tế là 400 ngàn lượt (tăng 3,3 lần), khách nội địa đạt 5,5 triệu lượt (tăng 2,6 lần). Năm 2007, mỗi ngày một du khách chi tiêu tại Lâm Đồng bình quân khoảng 593.000 đồng thì trong năm 2017, một khách chi tiêu một ngày tại Lâm Đồng bình quân khoảng 857.000 đồng, chủ yếu cho dịch vụ lưu trú, ăn uống, tham quan, vận chuyển (chiếm 80%). Chưa loại trừ yếu tố trượt giá thì mức chi tiêu bình quân một ngày của một du khách tại Lâm Đồng tăng 1,45 lần. Đây là mức tăng rất đáng ghi nhận. Nhờ thế tổng thu du lịch của Lâm Đồng 10 năm qua đã tăng 3,54 lần, đạt 10,620 tỷ đồng vào năm 2017.



Trong năm 2017 vừa qua, tỉnh Lâm Đồng dù còn nhiều khó khăn, thách thức, song, chính quyền và nhân dân trong tỉnh đã quyết tâm nỗ lực hoàn thành các nhiệm vụ kinh tế - xã hội, an ninh quốc phòng đã đề ra. Cụ thể: GRDP toàn tỉnh đạt 48.532 tỷ đồng, trong đó dịch vụ chiếm 17.329 tỷ đồng, tăng 11,79%; Cơ cấu kinh tế: ngành dịch vụ chiếm tỷ lệ 35,6%; GRDP bình quân đầu người đạt 54,2 triệu đồng; tổng mức đầu tư xã hội đạt 23.500 tỷ đồng, tăng 2,2% so với cùng kỳ; tổng thu ngân sách nhà nước đạt 6.446 tỷ đồng; tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 552 triệu USD; thu hút gần 6 triệu lượt khách du lịch. Trong 06 tháng đầu năm 2018, tình hình kinh tế - xã hội của địa phương có nhiều chuyển biến tích cực: tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP-theo giá so sánh 2010) tăng 8,85% so cùng kỳ, trong đó: khu vực dịch vụ tăng 10,42%; Tổng thu ngân sách nhà nước trên địa bàn khoảng 3.712 tỷ đồng, bằng 55% dự toán địa phương, tăng 22,5% so với cùng kỳ. Khách du lịch đến Lâm Đồng khoảng 3.380 ngàn lượt khách, đạt 52% kế hoạch, tăng 9,6% so với cùng kỳ; trong đó khách qua đăng ký lưu trú khoảng 2.300 ngàn người, đạt 52,3% kế hoạch và tăng 17,1% so với cùng kỳ; 06 tháng đầu năm, giải quyết việc làm cho 22.000 người (trong đó tạo việc làm mới 6.000 lao động), tăng 250 người so với cùng kỳ năm 2017, đạt 76% kế hoạch.

Trên đà phát triển của tỉnh, việc tiên phong phát triển nông nghiệp theo hướng công nghệ cao đã đưa Lâm Đồng trở thành địa phương dẫn đầu cả nước về mức độ ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông sản hàng hóa. Đặc biệt với chương trình xây dựng và công bố nhãn hiệu “Đà Lạt - kết tinh kỳ diệu từ đất lành” đã tạo tiền đề cho việc quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp của địa phương. Năm 2017, một năm sau khi Thủ tướng Chính phủ ban hành một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển thành phố Đà Lạt, Lâm Đồng và xúc tiến đầu tư vào địa phương, UBND tỉnh đã đẩy mạnh công tác xúc tiến đầu

tur, tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp, thu hút được nhiều nguồn lực thúc đẩy kinh tế xã hội phát triển, xây dựng thành phố Đà Lạt và vùng phụ cận trở thành thành phố thông minh, hiện đại, thân thiện.

Bên cạnh việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ du lịch, du lịch Lâm Đồng đã tập trung tăng cường công tác quảng bá xúc tiến dưới nhiều hình thức đa dạng, phù hợp với thị trường và nhu cầu của doanh nghiệp; triển khai nhiều chương trình liên kết phát triển du lịch với các tỉnh Tây Nguyên và các tỉnh: Bình Thuận, thành phố Hồ Chí Minh, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Cần Thơ, Kiên Giang... cùng với một số tỉnh, thành khác nhằm khai thác tối đa lợi thế về phát triển du lịch, liên kết nối tour tuyến sản phẩm giữa các đơn vị kinh doanh du lịch.

Với vị trí là một trong những ngành kinh tế động lực của địa phương, du lịch phát triển ngoài giúp giải quyết việc làm cho số lượng lớn lực lượng lao động trong xã hội cũng góp phần tiêu thụ các sản phẩm của địa phương. Đến năm 2017 có 11.200 lao động đang làm việc trực tiếp trong các cơ sở kinh doanh du lịch; trong đó có 77% số lao động trực tiếp đã được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ chuyên môn và ngoại ngữ.

Lâm Đồng là địa phương có nhiều sản phẩm đa dạng về hình thức, phong phú về chủng loại như: trà, cà phê, rau hoa, thủ công mỹ nghệ (hàng len, thổ cẩm, đồ gỗ, hoa tươi sấy khô, tranh chạm bút lửa,...) thực phẩm chế biến (các loại mứt, trái cây sấy,...) mang sắc thái đặc trưng riêng của Lâm Đồng; đặc biệt có những sản phẩm đã xây dựng được thương hiệu, được du khách, người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng như Chè Cầu Đất, Chuối Laba, Tơ Lụa Bảo Lộc, Dứa Cayene Đơn Dương,... Theo thống kê, diện tích canh tác nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của Lâm Đồng trong năm 2017 đạt 51.799 ha, chiếm 18,57% tổng diện tích đất canh tác và là tỉnh đứng đầu trong cả nước áp dụng công nghệ cao vào sản xuất nông nghiệp. Vì vậy, bên cạnh việc chỉ sản xuất, bán sản phẩm nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp như trước đây, phát triển du lịch canh nông là một hướng đi mà tỉnh Lâm Đồng đang hướng tới. Đây cũng là sản phẩm du lịch thu hút sự quan tâm của du khách trong thời gian qua, một trong những sản phẩm du lịch đặc thù địa phương đang định hướng để phát triển trong thời gian tới.

Nhờ vào sự phát triển vượt bậc của du lịch, kinh tế của tỉnh được đẩy mạnh, góp phần thu về lượng ngoại tệ cho địa phương, cải thiện cán cân thanh toán tổng thể, tăng giá trị hàng hóa cho sản phẩm, giải quyết việc làm; bên cạnh đó còn là cơ hội để các hoạt động kinh doanh hàng hóa được đẩy mạnh, là tiền đề để giới thiệu có hiệu quả các sản phẩm hàng hóa đến với các nước trong khu vực và thế giới; tạo điều kiện thuận lợi để tăng cường công tác quảng bá thương hiệu “Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” của nông sản Lâm Đồng và quản lý chất lượng sản phẩm của 04 loại nông sản đặc trưng: rau, hoa, cà phê Arabica và du lịch canh nông trên địa bàn tỉnh trong thời gian qua.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Tuy nhiên, để ngành Du lịch của tỉnh phát triển hơn nữa và đem lại hiệu quả, ngoài việc chính quyền địa phương phải tăng cường hơn nữa việc nâng cao chất lượng dịch vụ, đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất, xây dựng cơ chế chính sách tạo điều kiện hỗ trợ cho các đơn vị phát triển sản phẩm thì các đơn vị kinh doanh cần phải quan tâm hơn trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, thiết kế bao bì, mẫu mã, xây dựng cơ chế giá cả cạnh tranh để kích cầu du khách.

Trong thời gian tới, nhằm thu hút khách du lịch đến với Lâm Đồng nhiều hơn, tỉnh sẽ tập trung tích cực triển khai các Quy hoạch, Chiến lược du lịch đã được Chính phủ phê duyệt phát triển du lịch có chiều sâu, trọng tâm, hiệu quả, bền vững như: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam; Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam; Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 và Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh giai đoạn 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Trong đó tập trung triển khai thực hiện những giải pháp trọng tâm sau:

1. Về chính sách hỗ trợ và khuyến khích phát triển du lịch

Xây dựng các chính sách hỗ trợ, khuyến khích và ưu đãi đầu tư trên địa bàn tỉnh, tạo môi trường đầu tư - kinh doanh công khai, minh bạch, bình đẳng và thuận lợi cho doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh du lịch. Để vừa duy trì mức độ hấp dẫn của môi trường đầu tư, vừa chọn lọc được những dự án có chất lượng, thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ, đó là: hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách về đầu tư, ban hành các chính sách ưu đãi đầu tư mới phù hợp với định hướng thu hút đầu tư, đảm bảo tính hấp dẫn cạnh tranh với các tỉnh thành trong cả nước. Trong đó các chính sách, cơ chế không chỉ tập trung thu hút đầu tư, phát triển sản phẩm, quảng bá, đào tạo nhân lực cho du lịch mà bao gồm cả thu hút đầu tư phát triển hạ tầng giao thông và cấp điện, nước sạch; chính sách giảm nghèo, phát triển nông thôn, chính sách bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa các dân tộc...

Đặc biệt, triển khai thực hiện Quyết định số 704/QĐ-TTg ngày 12/05/2014 của Thủ tướng Chính phủ về Điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Đà Lạt và các vùng phụ cận đến năm 2030 tầm nhìn 2050, Quyết định 1528/QĐ-TTg ngày 03/9/2015 của Thủ tướng Chính phủ ban hành một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng; hoàn thiện cơ chế, chính sách ưu đãi thu hút đầu tư vào các dự án trọng điểm về du lịch, các khu vui chơi giải trí để đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch.

2. Tập trung nguồn lực đầu tư, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù

Bên cạnh những sản phẩm du lịch truyền thống của tỉnh như du lịch sinh thái; du lịch tham quan nghỉ dưỡng, nghỉ cuối tuần kết hợp với vui chơi giải trí, mua sắm; du lịch kết hợp với hội nghị, hội thảo, triển lãm, trưng bày, xúc tiến thương mại; du lịch trăng mật,... ngành Du lịch Lâm Đồng tập trung phát triển các sản phẩm đặc thù, mang lại giá trị trải nghiệm độc đáo, trở thành thương

hiệu cho du lịch Lâm Đồng như: du lịch nông nghiệp với các sản phẩm du lịch trà, rau, hoa; du lịch mạo hiểm: leo núi, băng rừng, vượt thác ghềnh, ...; du lịch văn hóa với các sản phẩm như tham quan nghiên cứu về kiến trúc, khảo cổ, nghệ thuật, văn hóa - lễ hội các dân tộc, làng nghề truyền thống; du lịch kết hợp nghiên cứu, đào tạo, thực tập, giảng dạy du lịch canh nông; du lịch kết hợp khám chữa bệnh;...

3. Về công tác tuyên truyền quảng bá xúc tiến du lịch

Tăng cường phối hợp chặt chẽ giữa các cấp, các ngành để đẩy mạnh xúc tiến, tuyên truyền quảng bá sản phẩm dịch vụ du lịch Lâm Đồng với các hình thức linh hoạt; tranh thủ hợp tác trong hoạt động xúc tiến du lịch tại thị trường trọng điểm trong nước và quốc tế; xây dựng các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch theo các chuyên đề; tăng cường cung cấp thông tin, hướng dẫn cho khách du lịch; tập trung xây dựng thương hiệu cho du lịch Lâm Đồng thông qua các hình thức như: tổ chức cuộc thi tuyên biểu trưng (logo) và khẩu hiệu (slogan) cho du lịch Lâm Đồng nhằm từng bước tạo dựng và nâng cao hình ảnh du lịch Lâm Đồng đến các thị trường du lịch trọng điểm trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, triển khai có hiệu quả các chương trình liên kết, hợp tác phát triển du lịch giữa Lâm Đồng và các địa phương trong cả nước nhằm khai thác có hiệu quả thế mạnh du lịch của mỗi địa phương; xây dựng các tour, tuyến du lịch liên tỉnh và gắn du lịch Lâm Đồng với các tỉnh Tây Nguyên, khu vực miền Trung, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam... để hình thành các tour tuyến du lịch hấp dẫn, thu hút khách du lịch đến Lâm Đồng, tiêu biểu như: “Chợ Sài Gòn – Hoa Đà Lạt – Biển Mũi Né”, “Du lịch Rừng và Biển”, “Con đường di sản miền Trung”, “Con đường xanh Tây Nguyên”, “Đường Hồ Chí Minh huyền thoại và trở về chiến trường xưa,...

Ngoài việc xúc tiến quảng bá tại các thị trường trọng điểm trong nước, tỉnh Lâm Đồng sẽ chú trọng quảng bá đến các thị trường quốc tế, trước mắt tập trung vào các thị trường trọng điểm tiềm năng của tỉnh như các nước trong khu vực: Thái Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Nga,... Bên cạnh đó, sớm khai thác các chuyến bay trực tiếp từ các nước ASEAN đến Lâm Đồng nhằm tăng số lượng khách quốc tế đến địa phương, từng bước liên kết hợp tác du lịch với các nước trong khu vực và thế giới.

4. Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch

Nguồn nhân lực được xem là một yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ du lịch và khả năng cạnh tranh, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam ngày càng hội nhập sâu với khu vực và quốc tế. Để đáp ứng yêu cầu phát triển, tỉnh Lâm Đồng đã và đang tập trung đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt quan tâm đến trình độ, năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước, quản lý doanh nghiệp, đội ngũ lao động trong ngành du lịch giỏi cả về chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ, nâng cao chất lượng của đội ngũ làm du lịch lên trình độ chuyên nghiệp đáp ứng yêu cầu và hội nhập.

5. Về đảm bảo môi trường phục vụ phát triển du lịch

Tiếp tục triển khai thực hiện Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/07/2015 của Thủ tướng Chính phủ và Chỉ thị số 01/CT-UBND ngày 18/1/2016 của UBND tỉnh Lâm Đồng về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng nhằm lành mạnh hóa môi trường kinh doanh du lịch - dịch vụ của địa phương. Trong đó, xây dựng và phát triển hạ tầng giao thông, đô thị, nông thôn ở các vùng du lịch để có cảnh quan khang trang, xanh, sạch, đẹp, đảm bảo trật tự mỹ quan và môi trường du lịch hấp dẫn. Tăng cường các biện pháp quản lý vệ sinh môi trường, an ninh trật tự, an toàn xã hội tại các khu du lịch, điểm đến du lịch. Kết hợp phát triển du lịch với việc thực hiện đồng bộ và hiệu quả Đề án “Chung tay xây dựng thành phố Đà Lạt tỉnh Lâm Đồng văn minh - xanh - sạch - đẹp” nhằm từng bước xây dựng thành địa phương có môi trường tự nhiên đẹp, môi trường xã hội thân thiện, lành mạnh, hấp dẫn và ổn định, an toàn, tạo ấn tượng tốt đẹp cho du khách.

Du lịch Lâm Đồng đang từng bước chuyển mình, khẳng định vị thế là ngành kinh tế động lực khi xác định rõ thế mạnh, thời cơ và những khó khăn, thách thức. Cùng với sự thực hiện đồng bộ các chủ trương, chính sách, giải pháp theo tinh thần chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tỉnh ủy và UBND tỉnh Lâm Đồng; ngành Du lịch tỉnh Lâm Đồng sẽ có bước phát triển đột phá và khẳng định vai trò quan trọng trong cơ cấu kinh tế - xã hội của tỉnh và góp phần tích cực thúc đẩy phát triển du lịch Lâm Đồng./.

NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh

Thành phố Hồ Chí Minh với sự năng động vốn có, từ những ngày đầu thống nhất đất nước, đặc biệt là trong giai đoạn đổi mới, nhiều hoạt động đã bắt đầu nhen nhóm sự hình thành và phát triển của du lịch Thành phố. Du lịch đã được xác định là một trong những hướng đi quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Thành phố. Trên cơ sở đó, cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành về du lịch đã được Trung ương cho phép Thành phố thành lập. Cột mốc đánh dấu này chính là vào tháng 8 năm 1993, Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh đã chính thức được thành lập.

Qua 25 năm hình thành và phát triển, ngành du lịch Thành phố đã có nhiều đóng góp cho sự phát triển kinh tế xã hội Thành phố Hồ Chí Minh. Những đóng góp đó có thể vẫn còn chưa tương xứng với tiềm năng của Thành phố, nhưng lại có vai trò quan trọng trong (1) Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Thành phố, xuất khẩu tại chỗ, tạo thêm nhiều việc làm và nâng cao đời sống người dân; (2) Góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên, (3) Quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam và Thành phố Hồ Chí Minh đến bạn bè quốc tế. Mặt khác, từ thực tiễn hoạt động của du lịch Thành phố, bên cạnh những cơ hội thì vẫn có những “điểm nghẽn” trong sự phát triển của Ngành.

1. Những đóng góp chủ yếu của ngành Du lịch trong sự phát triển kinh tế xã hội của Thành phố

1.1. Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế Thành phố, xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, tạo thêm nhiều việc làm và nâng cao đời sống người dân

1.1.1. Nếu như năm 1993, *khách quốc tế* đến Thành phố là 519 ngàn lượt thì năm 2017 đã đạt gần 6,4 triệu lượt. Trong 6 tháng đầu năm 2018, lượng khách quốc tế đạt 3,8 triệu lượt, dự báo đến hết năm 2018 lượng khách quốc tế đạt khoảng 7,5 triệu lượt. Như vậy, qua 25 năm lượng khách quốc tế đã tăng hơn 14 lần, chiếm khoảng 50% lượng khách quốc tế đến cả nước. *Khách du lịch nội địa* cũng tăng rất nhanh. Từ khoảng một triệu lượt vào cuối những năm 1990, đến năm 2017 khách du lịch nội địa đã đạt 24,9 triệu lượt; tăng hơn 24 lần qua 25 năm, chiếm khoảng 1/3 lượng khách du lịch nội địa của cả nước.

Số lượng khách du lịch tăng đã thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp lữ hành và lưu trú. Số lượng doanh nghiệp *lữ hành* của Thành phố tăng nhanh về số lượng và chất lượng. Nếu như năm 1993, doanh nghiệp lữ hành quốc tế là 23 doanh nghiệp, đến tháng 6 năm 2018, con số này đã đạt 654 doanh nghiệp, tăng 28,4 lần so với năm 1993, chiếm 36,24% số lượng doanh nghiệp lữ hành

của cả nước. Đối với doanh nghiệp lữ hành nội địa, giai đoạn 1993-1998 vẫn chưa có nhưng đến nay đã có 611 doanh nghiệp. Về chất lượng, nhiều doanh nghiệp lữ hành của Thành phố Hồ Chí Minh đã khẳng định được uy tín, thương hiệu đối với thị trường trong nước và quốc tế, thường xuyên chiếm 50% trong top 10 doanh nghiệp lữ hành hàng đầu Việt Nam.

Trong khi đó, số lượng cơ sở lưu trú du lịch tăng hơn 36 lần cả về số cơ sở và số phòng. Tính đến tháng 6 năm 2018, toàn thành phố có 1.807 cơ sở với 45.688 phòng được phân loại, xếp hạng từ tiêu chuẩn 1 sao đến 5 sao và cao cấp. Số cơ sở tăng 34,75 lần và số phòng tăng 37,45 lần so với thời điểm năm 1993. Loại khách sạn từ 1-5 sao của Thành phố chiếm 30,95% về số cơ sở và 25,74% về số phòng khối khách sạn 1-5 sao của cả nước.

Sự phát triển của du lịch đã thúc đẩy ngành kinh tế Thành phố chuyển dịch theo hướng triển khu vực dịch vụ. Theo kết quả tổng điều tra kinh tế năm 2017 trên địa bàn Thành phố, ngành dịch vụ của Thành phố có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất cả về số doanh nghiệp và số lượng lao động với tỷ lệ tăng trưởng chung là 57,22% so với khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản, khu vực công nghiệp và xây dựng trong giai đoạn 2011-2016.

1.1.2. Cùng với sự thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế Thành phố, ngành Du lịch còn góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa tại chỗ. Với lợi thế có sản phẩm đa dạng, hàng hóa phong phú từ khắp các vùng miền của cả nước, giá cả phù hợp với mọi đối tượng khách du lịch, khách đến Thành phố Hồ Chí Minh có nhu cầu tham quan kết hợp với mua sắm ngày càng tăng. Theo kết quả thống kê do Sở Du lịch và Cục Thống kê phối hợp thực hiện vào tháng 5 năm 2018, có 5% khách quốc tế đến Thành phố có mục đích là thương mại, 56,82% khách du lịch nội địa đến Thành phố có mục đích là nghỉ ngơi, tham quan và *mua sắm*.

Việc hình thành các phố chuyên doanh mua sắm như Phố Đông y, Phố Kinh doanh vàng bạc và đá quý, trang sức, Phố Kinh doanh thời trang, Phố Đèn lồng (Quận 5) và hệ thống các cửa hàng mua sắm đạt chuẩn trên toàn địa bàn Thành phố đã góp phần đáp ứng nhu cầu tham quan mua sắm của du khách đến Thành phố, thúc đẩy “xuất khẩu” hàng hóa tại chỗ.

1.1.3. Du lịch phát triển đã tạo thêm nhiều việc làm và nâng cao đời sống người dân Thành phố. Trong các ngành dịch vụ, du lịch có thể được coi là ngành sử dụng nhiều lao động và tăng nhanh chóng qua các năm. *Lao động trực tiếp* trong ngành Du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh năm 2017 là khoảng 122 ngàn người, chiếm khoảng 5% trong tổng số lao động của khu vực dịch vụ Thành phố. Trong giai đoạn 2011 - 2016, trong khi lao động chung của khu vực dịch vụ Thành phố tăng 42,93%, thì lao động trực tiếp trong ngành Du lịch tăng đến 108,4%. Qua đó, đời sống của người dân ngày càng được nâng cao. Sau một năm Phố Bùi Viện đi vào hoạt động, theo ước tính bước đầu của Chi Cục Thuế Quận 1, doanh thu tại các cơ sở kinh doanh tuyến Bùi Viện những ngày cuối tuần tăng 30-50% so với các ngày trong tuần và so với thời gian trước khi

triển khai phổ đi bộ¹¹. Còn theo khảo sát bước đầu của Phòng Kinh tế Quận 5, doanh thu của những cửa hàng kinh doanh thuốc đông y và vàng bạc, nữ trang, đá trang sức tại các phố chuyên doanh tăng từ 20-50%¹².

Từ sự tăng trưởng về số khách du lịch, doanh nghiệp lữ hành, lưu trú và hệ thống các dịch vụ phục vụ du lịch như ẩm thực, mua sắm, vui chơi, giải trí,... đã tạo điều kiện cho *tổng thu du lịch* của Thành phố có mức tăng trưởng ấn tượng với hơn 40 lần trong giai đoạn 1997-2017. Nếu như năm 1997 là 2.887 tỷ đồng thì đến năm 2017 đã đạt 115.978 tỷ đồng. Tỷ trọng đóng góp từ doanh thu toàn ngành Du lịch trong cơ cấu GRDP của Thành phố hiện chiếm khoảng 11%.

1.2. Bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên

1.2.1. Sở Du lịch đã phối hợp với Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh thực hiện Đề án kiểm kê, đánh giá và quản lý hệ thống tài nguyên du lịch trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả kiểm kê cho thấy có 386 tài nguyên du lịch trên địa bàn 24 Quận, Huyện của Thành phố, trong đó có 08 tài nguyên tự nhiên, 234 tài nguyên văn hóa vật thể, 24 tài nguyên văn hóa phi vật thể, 120 công trình nhân tạo của con người vốn không mang giá trị văn hóa nhưng có sức hấp dẫn đối với du khách và có mục đích sử dụng phục vụ cho du lịch. Trong số này, có 178 tài nguyên du lịch đã được các chuyên gia chọn ra được để đánh giá và phân hạng.

Đề án đã cung cấp giải pháp quản lý sử dụng tài nguyên theo hướng phát triển bền vững, xác định hợp lý các định hướng đầu tư phát triển điểm đến, hỗ trợ định hướng phát triển năng lực điểm đến. Các thông tin chi tiết về tiềm năng tài nguyên (*mức độ hấp dẫn, khả năng tiếp cận, tính liên kết, khả năng khai thác*), hiện trạng khai thác (*sản phẩm du lịch, dịch vụ cơ bản và bổ sung, hạ tầng hỗ trợ*) và mức độ tác động của hoạt động du lịch tại các điểm tài nguyên du lịch (về kinh tế, xã hội và môi trường) là những dữ liệu khách quan khoa học và cần thiết để hoạch định các chiến lược quản lý, khai thác và bảo tồn tài nguyên du lịch nhằm đảm bảo phát triển du lịch bền vững. Đồng thời là cơ sở để xây dựng sản phẩm du lịch, triển khai thực hiện hiệu quả hơn các chiến lược marketing điểm đến du lịch Thành phố Hồ Chí Minh.

1.2.2. Thông qua hoạt động phát triển du lịch, các giá trị di sản văn hóa vật thể và phi vật thể không ngừng được bảo tồn và phát huy. Các di sản văn hóa của Thành phố đã trở nên quen thuộc với du khách trong và ngoài nước phải kể đến như Dinh Độc lập, Bưu điện Thành phố Hồ Chí Minh, Bảo tàng Lịch sử Thành phố Hồ Chí Minh, Nhà thờ Đức Bà, Bảo tàng Thành phố Hồ Chí Minh, Nhà hát Thành phố, Bảo tàng Chiến dịch Hồ Chí Minh, Bảo tàng Hồ Chí Minh, Bảo tàng chứng tích chiến tranh,... Trong đó, TripAdvisor đánh giá và xếp hạng Bảo tàng chứng tích chiến tranh vào top 10 bảo tàng tốt nhất thế giới

¹¹<https://baomoi.com/mo-rong-pho-di-bo-bui-vien/c/26911960.epi>, ngày 16/7/2018

¹²<https://tuoitre.vn/pho-di-bo-pho-sach-pho-vang-bacpho-cho-trong-long-pho-1372117.htm>, ngày 20/8/2017

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

năm 2018, đại diện duy nhất của châu Á góp mặt trong bảng xếp hạng này. Theo báo cáo của Bảo tàng chứng tích chiến tranh, sau thời gian mở cửa thông tâm hàng ngày (7 giờ 30 – 18 giờ), doanh thu tăng vọt và có lãi sau khi trừ chi phí làm thêm. Cùng với các bảo tàng là hệ thống các đình, chùa, miếu, lăng cũng rất được du khách quan tâm. Ngoài các giá trị di sản văn hóa vật thể này, các chương trình nghệ thuật như Múa Rối nước, Đờn ca tài tử Nam Bộ, A Ô show cũng thường xuyên được khách đến thưởng thức.

Bên cạnh các tài nguyên văn hóa, Thành phố còn tài nguyên thiên cũng rất được du khách ưa chuộng như khu sinh thái Vàm Sát, khu sinh thái Dàn Xây, Cần Giờ.

1.3. Tích cực quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng đến bạn bè quốc tế

1.3.1. Hoạt động tiếp đón các đoàn khách quốc tế đến Việt Nam nói riêng và Thành phố nói chung cùng với việc tổ chức quảng bá, xúc tiến du lịch Thành phố ở nước ngoài đã tích cực quảng bá điểm đến Thành phố Hồ Chí Minh “Hấp dẫn – Thân thiện – An toàn”, thắt chặt tình đoàn kết, hữu nghị, hợp tác quốc tế. Các cụm từ “Du lịch Việt Nam”, “Vietnam tourism”, “Tourisme au Vietnam”, “□□旅□” (Yuenan luyou) dần được quan tâm tìm kiếm thay cho các cụm từ “chiến tranh Việt Nam”, “Vietnam war”, “Guerre du Vietnam”, “□□□□” (Yuenan zhanzheng).

Thực hiện khảo sát nhỏ việc tìm kiếm các cụm từ nêu trên qua công cụ tìm kiếm google (khảo sát ngày 28/9/2018), kết quả hiện thị như sau:

Ngôn ngữ	Cụm từ tìm kiếm	Kết quả hiển thị
Tiếng Việt	Chiến tranh Việt Nam	1.460.000
	Du lịch Việt Nam	6.150.00
Tiếng Anh	Vietnam war	31.400.000
	Vietnam tourism	1.170.000
Tiếng Pháp	Guerre du Vietnam	1.120.000
	Tourisme au Vietnam	25.500
Tiếng Trung	□□□□	1.830.000
	□□旅□	1.290.000

Tuy chỉ là khảo sát “bỏ túi”, nhưng kết quả khảo sát đã cho chúng ta những điều thú vị lẫn những suy ngẫm về công tác quảng bá, xúc tiến du lịch đối với từng thị trường trường khách du lịch khác nhau trong thời gian tới.

1.3.2. Hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch góp phần tích cực quảng bá hình ảnh đất nước con người Việt Nam đến bạn bè quốc tế. Mặt khác, khi hình

ảnh đất nước, con người Việt Nam được đông đảo bạn bè quốc tế biết đến cũng quay lại hỗ trợ cho sự phát triển của ngành Du lịch cả nước nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng. Qua đó, vị trí của ngành Du lịch Thành phố ngày càng được khẳng định trong bản đồ du lịch khu vực và thế giới.

Tổ chức đánh giá	Năm đánh giá	Nội dung đánh giá
Mastercard	2016	Top 20 thành phố có mức tăng trưởng du lịch cao nhất thế giới
Airbnb	2017	Top 10 địa điểm tốt nhất cho khách thích đi du lịch một mình
Lonely Planet	2018	Top 10 điểm đến châu Á tuyệt vời
TripAdvisor	2018	Top 25 điểm đến hấp dẫn nhất châu Á

1.4. Thay đổi tư duy quản lý nhà nước về du lịch

Sự phát triển của ngành Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh thời gian qua đã cho thấy phát triển du lịch không phải/không còn là công việc riêng lẻ của ngành Du lịch mà là trách nhiệm của các cấp, các ngành và cả hệ thống chính trị, đặc biệt là sự tham gia tích cực, chủ động của toàn thể cộng đồng dân cư. Điều này thể hiện rõ đặc trưng của du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng, liên cấp, liên cơ quan và có tính xã hội hóa cao.

Sự thay đổi tư duy về phát triển du lịch đã tạo sự nhận thức về vai trò của "ngành kinh tế tổng hợp" trong mối quan hệ với các ngành và lĩnh vực khác. Thực tiễn cho thấy sự phối hợp tích cực của các sở, ban, ngành tại Thành phố Hồ Chí Minh và sự vào cuộc chủ động của các quận, huyện trên địa bàn Thành phố đã góp phần quan trọng thúc đẩy sự phát triển của du lịch Thành phố. Sự phát triển du lịch đã tạo động lực thúc đẩy các ngành, lĩnh vực khác phát triển. Những đóng góp của du lịch đã trình bày tại điểm 1.1, 1.2 và 1.3 là một trong những minh chứng cụ thể nhất. Những đóng góp này đã tác động rất lớn đến việc thay đổi tư duy quản lý du lịch, ngược lại tư duy quản lý du lịch thay đổi đã tác động mạnh mẽ và tạo điều kiện thuận lợi cho sự đóng góp của du lịch vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh.

2. Những vấn đề đặt ra đối với sự phát triển của ngành Du lịch Thành phố trong giai đoạn hiện nay

Từ thực tiễn hoạt động của du lịch Thành phố, Sở Du lịch nhận thấy trong giai đoạn hiện nay du lịch Thành phố có nhiều cơ hội, nhưng cũng có không ít vấn đề đặt ra cho sự phát triển của Ngành. Trong đó, có những vấn đề đặt ra từ nội tại của cơ quan quản lý ngành Du lịch. Song, cũng có không ít vấn đề xuất phát từ đặc thù là ngành “kinh tế tổng hợp” và từ tính “liên ngành, liên vùng, liên cấp, liên cơ quan” của du lịch, đòi hỏi các cơ quan, đơn vị và cả hệ thống

chính trị cùng thật sự tích cực vào cuộc tham gia giải quyết góp phần thúc đẩy ngành du lịch Thành phố phát triển.

2.1. Những cơ hội cho sự phát triển của ngành du lịch

2.1.1. Lần đầu tiên Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Ban Thường vụ Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh cũng ban hành Chỉ thị số 07-CT/TU ngày 16 tháng 9 năm 2016 tạo cơ sở quan trọng để hình thành hành lang pháp lý và các chính sách phát triển du lịch; đặc biệt là Luật Du lịch năm 2017 và các văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn thi hành Luật đã được ban hành. Tiếp theo là Nghị quyết số 54/2017/QH14 ngày 24 tháng 11 năm 2017 của Quốc hội về thí điểm cơ chế, chính sách đặc thù đối với Thành phố Hồ Chí Minh đã mở ra cơ hội đầu tư nhiều hơn cho cơ sở hạ tầng của Thành phố, tạo tiền đề thúc đẩy du lịch Thành phố phát triển.

2.1.2. Từ sự quan tâm của lãnh đạo Đảng và Nhà nước, các ngành, các cấp, người dân và doanh nghiệp đã vào cuộc mạnh mẽ, tạo chuyển biến tích cực trong nhận thức của xã hội về vị trí, vai trò của du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, có tác động thúc đẩy các ngành, các lĩnh vực khác cùng phát triển và phát triển du lịch là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị.

2.1.3. Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đã thúc đẩy mạnh mẽ du lịch thông minh phát triển. Với vai trò là một trung kinh tế và khoa học công nghệ của cả nước, Thành phố Hồ Chí Minh càng có điều kiện thuận lợi trong việc phát triển du lịch thông minh, phù hợp với xu thế và bối cảnh hội nhập hiện nay. Mặt khác, việc Việt Nam gia nhập các tổ chức quốc tế và những thay đổi trong quan hệ giữa các cường quốc thế giới đã tạo ra nhiều cơ hội trong việc đưa du khách quốc tế đến Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng.

2.1.4. Sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất khi hoàn thành việc mở rộng, đủ điều kiện đón 50 triệu hành khách/năm; các công trình chống ngập, công trình giao thông công cộng, các tuyến đường thủy và metro hoàn thành trong thời gian tới góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực phục vụ du khách tới Thành phố.

2.2. Những vấn đề đặt ra đối với sự phát triển du lịch Thành phố

2.2.1. Về công tác quản lý: Chưa có Chiến lược phát triển ngành Du lịch Thành phố; công tác phối hợp giữa các cơ quan, đơn vị và doanh nghiệp có lúc có nơi còn chưa đồng bộ, thiếu sự gắn kết để hình thành sản phẩm du lịch có tính liên hoàn; công tác quảng bá, xúc tiến còn thiếu chuyên nghiệp nhất là trong giai đoạn cuộc cách mạng công nghệ 4.0.

2.2.2. Về sản phẩm du lịch: Các sản phẩm và các dịch vụ hỗ trợ cho du lịch chưa phong phú, đặc biệt là sản phẩm mới khai thác các thể mạnh văn hóa - lịch sử, mua sắm, ẩm thực... chưa đủ sức hấp dẫn để kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của du khách. Trong khi đó, sự xuất hiện của các điểm đến mới

trong nước cùng với sự cạnh tranh gay gắt giữa các thành phố lớn trong khu vực Đông Nam Á là một thách thức không nhỏ.

2.2.3. Về nguồn nhân lực du lịch: Chưa đáp ứng nhu cầu phát triển cả về chất lượng lẫn số lượng, tỷ lệ lao động qua đào tạo của Ngành còn thấp, chưa có chính sách và chiến lược thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao; trong khi đó phải đối diện với sự cạnh tranh từ nguồn nhân lực của các quốc gia khác khi thực hiện các thỏa thuận về di chuyển dòng lao động tự do giữa các nước.

2.2.4. Về hạ tầng, cơ sở vật chất phục vụ du lịch: Hệ thống giao thông, cấp – thoát nước... chưa đáp ứng nhu cầu phát triển của Thành phố, chưa kết nối đồng bộ với các điểm đến trên địa bàn; hệ thống cảng biển, cầu tàu bến đỗ phục vụ du lịch đường thủy còn nhiều bất cập; thiếu những trung tâm hội nghị, triển lãm, trung tâm biểu diễn nghệ thuật quy mô lớn....

Kịp thời nắm bắt các cơ hội và giải quyết tốt những vấn đề từ thực tiễn đặt ra nêu trên sẽ tạo điều kiện đột phá cho ngành Du lịch Thành phố phát triển, đóng góp ngày càng nhiều cho sự phát triển kinh tế - xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh./.



**BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
TỔNG CỤC DU LỊCH
VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

**GIẢI PHÁP CHÍNH ĐỂ PHÁT TRIỂN
DU LỊCH, THÚC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG
KINH TẾ VIỆT NAM**



MỘT SỐ SUY NGHĨ VỀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH THẾ GIỚI & CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CÁC LOẠI HÌNH & SẢN PHẨM DU LỊCH HIỆN ĐẠI Ở VIỆT NAM

GS.TS Nguyễn Văn Đính

Tóm tắt: *Nhu cầu du lịch thế giới ngày càng phát triển cả về số lượng và chất lượng. Đồng thời nhu cầu về loại hình và sản phẩm du lịch cũng có sự thay đổi theo, đòi hỏi không chỉ có các loại hình du lịch truyền thống mà còn cả các loại hình du lịch mới, hiện đại, phong phú và đa dạng. Nội dung bài viết đề cập đến vấn đề xu hướng phát triển du lịch thế giới, các loại hình và sản phẩm du lịch hiện đại mà Việt Nam có thể và cần phải phát triển để đáp ứng nhu cầu của du khách, đồng thời nêu một số vấn đề cần phải giải quyết để phát triển các loại hình và sản phẩm du lịch trong chiến lược phát triển du lịch quốc gia.*

Đặt vấn đề

Theo số liệu mới đây của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), trong năm 2017, số lượng khách du lịch trên thế giới tăng 7%, cao nhất trong vòng 7 năm qua. UNWTO cho biết, trong năm 2017, ngành Du lịch tại nhiều khu vực trên thế giới tăng trưởng ổn định, thậm chí nhiều địa điểm "thiếu sức hút" liên tục trong những năm gần đây cũng đã cho thấy tín hiệu phục hồi. Cụ thể, châu Âu tiếp tục duy trì sức hút du khách quốc tế với tốc độ tăng trưởng 8%, châu Phi (8%) và Trung Đông (5%). Khu vực châu Á - Thái Bình Dương có số lượng du khách tăng 6%, trong khi châu Mỹ tăng trưởng du lịch 3%.

UNWTO dự báo căn cứ trên những xu hướng hiện nay, số lượng khách du lịch trên thế giới trong năm 2018 sẽ tăng 4-5%. Tốc độ tăng trưởng của ngành du lịch châu Âu và châu Mỹ sẽ khoảng 3,5%-4,5%, châu Á - Thái Bình Dương 5%-6%, châu Phi 5%-7% và Trung Đông 4%-6%. Trong thời gian tới, du lịch tiếp tục tăng trưởng trên phạm vi toàn cầu, năm 2020 tổng lượt khách du lịch là 1,4 tỷ, dự báo đến năm 2030 đạt khoảng 1,8 tỷ lượt. Đông Nam Á được đánh giá sẽ trở thành khu vực thu hút khách du lịch quốc tế lớn thứ 4 thế giới với 187 triệu lượt.

Cùng với sự tăng trưởng về số lượng, nhu cầu tiêu dùng du lịch cũng có sự thay đổi về xu hướng. Nghiên cứu các xu hướng này có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch quốc gia.

1. Xu hướng du lịch thế giới

1.1. Xu hướng thứ nhất:

Nhu cầu về các loại hình và sản phẩm du lịch sẽ có sự thay đổi theo hướng chuyển từ tiêu dùng sản phẩm theo kiểu truyền thống thông thường như

thăm viếng, tham quan, nghỉ biển... sang kiểu lựa chọn chương trình du lịch có sự kết hợp các loại hình du lịch mới. Ví dụ: du lịch nghỉ biển kết hợp với lặn biển, lướt sóng, lượn dù, ; du lịch nghỉ dưỡng kết hợp chữa bệnh, hội nghị, hội thảo; du lịch nghỉ ngơi, tham quan di tích lịch sử kết hợp trải nghiệm công việc đồng quê... Đáng lưu ý, nhu cầu trải nghiệm của khách du lịch hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa 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).

1.2. Xu hướng thứ hai:

Khách du lịch chọn các loại hình du lịch mang tính chất thân thiện với môi trường như du lịch sinh thái, du lịch đồng quê - người dân thành phố đi về những vùng nông thôn, vùng núi có phong cảnh đẹp rời khỏi những đô thị ồn ào, náo nhiệt, giao lưu với cộng đồng dân cư bản địa, trải nghiệm đời sống sinh hoạt văn hóa cùng họ và lưu trú theo kiểu home stay.

1.3. Xu hướng thứ ba:

Khách du lịch lựa chọn những loại hình du lịch nghỉ ngơi, tiêu dùng các dịch vụ phục vụ sức khỏe và làm đẹp. Chẳng hạn: đi du lịch kết hợp chữa bệnh, chơi thể thao như tennis, chơi golf, bơi lội, tắm nước nóng, nước khoáng, ngâm thuốc bắc, massage, tập yoga, ăn chay... Tại các nước, đặc biệt là châu Âu đang ngày càng có nhiều người thực hiện chế độ ăn chay vì những lợi ích đối với sức khỏe. Chính vì thế, một chuyến đi được thiết kế dành riêng cho những người ăn chay. Trong năm 2018, xu hướng này được dự báo tiếp tục là tâm điểm, mục tiêu để những chuỗi khách sạn nổi tiếng, những spa trong các khu nghỉ dưỡng nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách, đồng thời giúp họ xóa bỏ nỗi lo tăng cân sau những kỳ nghỉ dài ngày. Ngoài Paris, Italy - quốc gia có tỷ lệ người ăn chay cao nhất châu Âu hoặc Ấn Độ với khoảng 500 triệu người ăn chay cũng là những nơi để thưởng thức những món ẩm thực “không thịt” theo mong muốn của du khách.

Dự báo năm 2030, khách du lịch đi với mục đích thăm viếng, sức khỏe và tôn giáo sẽ chiếm 31% tổng lượng khách du lịch quốc tế; với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, vui chơi, giải trí chiếm 54%; và với mục đích công việc và nghề nghiệp chiếm 15%.

1.4. Xu hướng thứ tư:

Khách du lịch lựa chọn các loại hình du lịch độc đáo, mạo hiểm (thường là khách du lịch trẻ tuổi) như leo núi, vượt thác, nhảy dù, xe đạp địa hình, moto, đua thuyền, thám hiểm hang động, đi bộ trong rừng...

1.5. Xu hướng thứ năm:

Khách du lịch lựa chọn tour du lịch tự thiết kế mà không đi theo tour du lịch trọn gói định sẵn. Ví dụ: du lịch team building... đi tự do theo nhóm vừa phải. Điều này thể hiện tâm lý muốn tự do thoải mái trong chuyến du lịch của

từng nhóm người thân quen, không lệ thuộc, không bị chi phối bởi doanh nghiệp du lịch

1.6. Xu hướng thứ sáu:

Khách du lịch lựa chọn các sản phẩm du lịch có chất lượng phục vụ cao, chi tiêu nhiều tiền với phương tiện công nghệ hiện đại từ đặt tour qua mạng đến phương tiện vận chuyển, lưu trú... hiện đại, dịch vụ hoàn hảo. Ví dụ: Du lịch tham quan phong cảnh bằng máy bay, tàu thủy, tàu lượn, ăn, ngủ tại các khách sạn cao cấp... Theo Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) thì giao dịch bán hàng qua mạng đối với loại hình du lịch này trên toàn thế giới năm 2012 đạt 524 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng 8,4%, dự báo sẽ tăng trưởng 9,5% - 10% trong giai đoạn 5 năm tới.

1.7. Xu hướng thứ bảy: Khách du lịch lựa chọn kỳ nghỉ mùa đông

Những kỳ nghỉ dài đợt cuối năm là cơ hội tuyệt vời để lên kế hoạch cho các chuyến nghỉ dưỡng. Hiện nay có thể thấy các lễ hội mùa Đông đang trở thành những “thời nam châm” thu hút khách du lịch từ khắp nơi. Tại Trung Quốc, Lễ hội Băng đẳng quốc tế diễn ra tại thành phố Cát Nhĩ Tân đã kéo về cho nước này trên 1 triệu lượt khách du lịch vào năm ngoái. Trong khi đó, những công ty du lịch có tiếng như Intrepid Travel đang chuẩn bị cho ra mắt một số tour du lịch độc đáo đến các xứ lạnh như tour đến tỉnh Lapland của Phần Lan, nơi truyền thuyết kể rằng là chỗ trú ẩn của Ông già tuyết cùng bảy tuần lộc của mình trong suốt những ngày của năm, hay tăng cường các chuyến thám hiểm đến nơi được coi là “điểm tận cùng của thế giới” Reindeer Herders (Nga).

1.8. Xu hướng thứ tám: Khách du lịch đi theo phương thức đi trước, trả sau

Phương thức thanh toán khi đi du lịch là vấn đề khách rất quan tâm. Tuy nhiên, thay vì phương thức truyền thống là phải thanh toán toàn bộ cho một chuyến đi như trước đây, thì bây giờ khách du lịch đã có thể đi trước, trả sau thông qua sự hỗ trợ của một số hãng tài chính hoặc trả góp qua chiếc thẻ tín dụng của mình. Cùng với tiến bộ công nghệ, việc đặt chỗ trước cho các chuyến đi đã trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Ngày nay, 82% số lượng đặt chỗ được thực hiện thông qua trang web của các công ty du lịch và 49% trong số đó được thực hiện thông qua điện thoại thông minh. Điều này tạo ra nhiều cơ hội để các hãng lữ hành đa dạng hóa sản phẩm du lịch của mình, mang lại những chuyến đi thuận tiện, thú vị và dễ dàng hơn cho hành khách.

1.9. Xu hướng thứ chín: Du lịch tại chỗ.

Với sự phát triển của cách mạng 4.0, của công nghệ thông tin, ngày nay khách du lịch có thể đi du lịch khắp thế giới ngay tại nhà mình (du lịch tại chỗ) thông qua các “Tour du lịch ảo” (VR 360). Từ chỗ còn khá mới mẻ khi mới xuất hiện, giờ đây công nghệ thực tế ảo hay còn được gọi là Virtual Reality (VR) và video 360 độ nổi lên như một hiện tượng, và sẽ trở thành “hot trend” trong việc trải nghiệm hình ảnh một cách chân thực được khách du lịch ưa

thích. Năm bắt xu hướng mới này, nhiều công ty du lịch đã cho ra mắt công nghệ VR 360 với kỳ vọng “thực tế ảo sẽ kích thích ngành du lịch”.

2. Suy nghĩ về chiến lược phát triển loại hình và sản phẩm du lịch Việt Nam

Trong những năm qua, Du lịch Việt Nam phát triển với tốc độ khá cao. Theo UNWTO, Việt Nam là một trong những nước có tốc độ phát triển du lịch vào loại cao nhất khu vực và thế giới. Giai đoạn 2010 - 2015, khách quốc tế đến tăng với mức trung bình hàng năm cao hơn 2006 - 2010 (tương ứng 9,48%/8,95%), tăng hơn 1,57 lần. Năm 2015, ngành Du lịch đã đón 7,94 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 57 triệu lượt khách du lịch nội địa. Năm 2016 đón 10 triệu lượt khách du lịch quốc tế, tăng gần 26% so với năm 2015, phục vụ 62 triệu lượt khách du lịch nội địa, tăng 10,88%. Tổng thu từ khách du lịch: năm 2015 là 338.000 tỷ đồng (tương đương trên 15 tỷ USD), đóng góp trực tiếp 6,5% GDP. Năm 2016, tổng thu 400.000 tỷ đồng (tương đương 18 tỷ USD), tăng 20% so với năm 2015, đóng góp trực tiếp ước đạt 6,8% GDP, cả gián tiếp và lan tỏa đạt 14% GDP. Về giá trị tuyệt đối, đóng góp của Du lịch Việt Nam xếp hạng 40 thế giới, về giá trị tương đối (% đóng góp so với GDP), Du lịch Việt Nam xếp thứ 55 trên thế giới. Năm 2017 đón 13 triệu lượt khách quốc tế, tăng 30% và 74 triệu lượt khách du lịch nội địa, tăng xấp xỉ 20% và tổng thu trực tiếp từ khách du lịch đạt trên 500.000 tỷ đồng, tương đương với 23 tỷ USD và đóng góp khoảng 7,5% vào GDP của Việt Nam năm 2017. Tiếp nối đà tăng trưởng của năm 2017, 6 tháng đầu năm 2018, ngành Du lịch Việt Nam nắm bắt những cơ hội thuận lợi để tiếp tục đạt được những kết quả tích cực. Tổng số khách quốc tế đến đạt 7.891.530 lượt khách, tăng 27,2% so với cùng kỳ năm 2017, Khách nội địa đạt 42,8 triệu lượt; tổng thu từ khách du lịch ước đạt 312.000 tỷ đồng, tăng 22,5%. Những kết quả mà Ngành đạt được là rất có ý nghĩa, đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế, xã hội của đất nước.

Tuy nhiên, nhìn nhận từ góc độ phát triển loại hình và sản phẩm du lịch, có thể thấy rằng, chúng ta chưa khai thác hết tiềm năng sẵn có và chưa đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch theo các xu hướng phát triển như đã nêu trên. Thực tế, những loại hình và sản phẩm du lịch phổ biến nhất ở nước ta hiện nay vẫn chỉ là những loại hình du lịch truyền thống như du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, thăm viếng đền, chùa, lễ hội... Hơn nữa, sản phẩm du lịch của các địa phương ít có sự khác biệt mà thường giống nhau. Chính vì vậy mà sản phẩm du lịch còn chưa thật phong phú, đa dạng và chưa thực sự có sự hấp dẫn cao đối với du khách, nhất là du khách nước ngoài.

Việt Nam có nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng, có nhiều di tích danh thắng nổi tiếng trong nước và thế giới. Với 320.000km², địa hình Việt Nam bao gồm cả đồng bằng, trung du, miền núi, bờ biển dài hơn 3260 km, có nhiều vùng vịnh, bãi tắm đẹp và hàng nghìn hòn đảo lớn, nhỏ. Việt Nam lại có gần 100 triệu dân với 54 dân tộc anh em có truyền thống lịch sử lâu đời, nền văn hóa đậm đà bản sắc dân tộc... Việt Nam có 26 di sản tự nhiên và nhân văn (vật

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

thể và phi vật thể) được UNESCO công nhận là di sản thế giới. Có thể nói, Việt Nam là nước có tài nguyên du lịch phong phú và đa dạng vào bậc nhất Đông Nam Á. Tất cả những yếu tố đó tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển du lịch.

Nắm bắt xu hướng du lịch thế giới, nhìn nhận sự phát triển cũng như tiềm năng của Du lịch Việt Nam, hiện nay và thời gian tới, trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam có thể và cần phải phát triển một số loại hình và sản phẩm du lịch hiện đại sau:

1. *Du lịch nghỉ biển kết hợp với tham quan*, ngắm cảnh, chèo thuyền, du thuyền trên vịnh, lặn biển, lướt ván... ở vịnh Hạ Long, biển Đà Nẵng, Nha Trang, Vũng Tàu, Phú Quốc, Côn Đảo, Cù Lao Chàm... Cùng với các dịch vụ này thì ở các khu vực này cần có các khu nghỉ, các khách sạn cao cấp, các sân golf ... để khách nghỉ ngơi, giải trí.



2. *Du lịch văn hóa, lịch sử*: Đây là loại hình du lịch không thể thiếu để du khách khám phá, tìm hiểu và trải nghiệm để hiểu biết nền văn hóa, lịch sử Việt Nam, trong đó loại hình khám phá, tìm hiểu các di sản thế giới của Việt Nam là vô cùng quan trọng... Những khu vực như Thủ đô Hà Nội, Phú Thọ, Bắc Ninh, Tây Bắc, Nghệ-Tĩnh, Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Tây Nguyên, Nam Bộ... là những nơi rất có điều kiện để phát triển loại hình du lịch này.



3. *Du lịch mạo hiểm* như: Đi bộ (trekking), leo núi (hiking), nhảy dù, dù lượn, chèo thuyền vượt thác, thám hiểm hang động... Các loại hình du lịch này có thể phát triển ở vùng núi Tây Bắc, Đông-Bắc, Miền Trung-Tây Nguyên. Các tuyến

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

đường như đường số 4 từ Cao Bằng - Hà Giang, tuyến đường Hà Giang - Đồng Văn, Bắc Quang - Hoàng Xu Phi - Xín Mần, tuyến đường vòng cung Tây Bắc Hòa Bình - Sơn La - Điện Biên, Lai Châu - SaPa - Thị xã Lào Cai - Bắc Hà hoặc tuyến đường Đà Nẵng - Kon Tum, Đà Lạt - Phan Rang, đèo Prenn là những tuyến đường thích hợp cho việc tổ chức các tour du lịch ô tô, mô tô, xe đạp. Đỉnh Phanxipang, Mã Pí Lèng (Mèo Vạc, Hà Giang), dãy Lang Biang (Đà Lạt), Yên Tử (Quảng Ninh), đỉnh Bạch Mã (Thừa Thiên Huế), hòn Phụ Tử Hà Tiên, Kiên Giang)... là những nơi rất thích hợp cho du lịch leo núi. Việt Nam cũng có nhiều thác nước đẹp, hùng vĩ mà ở đó có thể tổ chức loại hình du lịch vượt thác mạo hiểm như thác Đầu Đẳng (hồ Ba Bể, thác Dray Sap, Dray Nu, thác Đambri ở Tây Nguyên, thác Bản Giốc (Cao Bằng) và nhiều thác nước ở nơi khác. Vùng núi Tây Bắc, Đông Bắc và Miền Trung có nhiều hang động nổi tiếng như hệ thống hang động ở Vịnh Hạ Long, ở tỉnh Quảng Bình mà nổi tiếng là Động Phong Nha, hang Sơn Đoòng là những địa điểm tuyệt vời cho việc tổ chức loại hình du lịch thám hiểm hang động.



4. *Du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái, du lịch cộng đồng, lễ hội, home stay...*: Những địa danh nổi tiếng như Tam Đảo, Ba Vì, Sa Pa, Đà Lạt, miền Tây Nghệ An... , những vùng quê trù phú ở Đồng bằng Sông Hồng, Đồng bằng Sông Cửu Long, ngoại thành các thành phố lớn là những nơi có thể tổ chức các loại hình du lịch này. Ví dụ: du lịch cộng đồng, nghỉ dưỡng, home stay ở Sa Pa, Đà Lạt , thôn quê Nam Bộ, lễ hội hoa ban ở Tây Bắc, lễ hội hoa Đà Lạt, đua Ghe Ngo, đờn ca tài tử ở Nam Bộ... Đây là những loại hình du lịch hiện nay đang phát triển và được khách du lịch trong và ngoài nước ưa chuộng.



3 - *Du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái, du lịch cộng đồng, lễ hội, home stay...*

3 - *Leisure Tourism, ecotourism, community, festivals, homestay...*

3 - *การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเทศกาล ปานพัก*

Trên đây chỉ nêu một số loại hình du lịch hiện đại Việt Nam có thể và cần phát triển. Tuy nhiên, không chỉ vậy, Việt Nam có thể phát triển nhiều loại hình du lịch hơn nữa.

3. Những vấn đề cần giải quyết của Du lịch Việt Nam

Để phát triển các loại hình du lịch nói chung và du lịch hiện đại nói riêng, Việt Nam cần giải quyết một số vấn đề sau:

Thứ nhất: Trong qui hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam cũng như qui hoạch du lịch từng địa phương cần thống kê và nêu bật các tài nguyên du lịch có thể phát triển các loại hình du lịch hiện đại. Đồng thời phải xây dựng kế hoạch cụ thể phát triển các loại hình du lịch này.

Thứ hai: Có kế hoạch xây dựng cơ sở hạ tầng ở từng vùng, từng nơi có tài nguyên du lịch để khách du lịch có thể tiếp cận điểm du lịch như hệ thống đường giao thông, cầu cống, công trình vệ sinh-y tế, điện, nước, phương tiện lưu trú, ăn uống, thông tin liên lạc, an ninh... Đồng thời phải chuẩn bị các điều kiện về phương tiện kỹ thuật phục vụ trực tiếp cho các loại hình du lịch này như thuyền, bè, ca nô, xe máy, xe đạp, ôto, dù, đồ lặn, phương tiện leo núi và các phương tiện phục vụ khác.

Việc chuẩn bị cơ sở vật chất - kỹ thuật này cần phải có sự kết hợp đầu tư của cả nhà nước trung ương, địa phương, của các công ty du lịch, cộng đồng dân cư và của chính khách du lịch. Cùng với việc phát triển du lịch cộng đồng bằng sự đóng góp xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật của dân cư, cần qui hoạch những khu du lịch cao cấp, hiện đại với hệ thống khách sạn sang trọng, dịch vụ hoàn hảo, các sân golf... và kêu gọi đầu tư của các công ty, các tập đoàn lớn.

Thứ ba: Xây dựng và tổ chức thực hiện các tour du lịch. Đây là công việc rất quan trọng, đòi hỏi phải khảo sát kỹ lưỡng, chuẩn bị chu đáo. Người đảm nhiệm chính công việc này là các công ty du lịch, có sự hỗ trợ của chính quyền và cộng đồng dân cư và sự kết nối giữa các địa phương. Nếu tổ chức thực hiện các tour du lịch này không tốt thì có thể xảy ra nhiều điều đáng tiếc, nhất là đối với các loại hình du lịch mạo hiểm.

Thứ tư: Chuẩn bị đội ngũ quản lý, điều hành, nhân viên và hướng dẫn viên có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cao. Đây là khâu mà các công ty du lịch của ta còn yếu. Do vậy, những năm vừa qua chúng ta chưa khai thác tốt các tài nguyên du lịch để phát triển được tốt các loại hình du lịch. Thực tế chỉ mới một số công ty du lịch lớn như Công ty du lịch Việt Nam tại Hà Nội, Saigontourist, Fiditour, Lửa Việt, Thế hệ trẻ, Hồng Bàng... Việc đào tạo nhân lực này chủ yếu phải do các công ty du lịch đảm nhiệm và phải có sự hỗ trợ của Tổng cục Du lịch. Theo chúng tôi, việc huấn luyện kỹ năng, chuyên môn nghiệp vụ này, đặc biệt cho hướng dẫn viên có thể do huấn luyện viên có kinh nghiệm trong nước hoặc thuê nước ngoài khi chúng ta chưa có điều kiện.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Thứ năm: Các tổ chức tài chính, ngân hàng cần nâng cao năng lực trong hoạt động và thanh toán quốc tế để tạo sự sẵn sàng đón tiếp khác cao hơn. Ngành du lịch cũng như các doanh nghiệp du lịch phải nâng cao hơn nữa khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, VR360 để tạo điều kiện thuận lợi cho khách trong việc làm visa, đặt tour, đặt phòng, lựa chọn điểm đến để đi du lịch theo nhóm “tự do”, để đi du lịch Tại chỗ (du lịch ảo) cũng như để quảng bá du lịch Việt Nam.

Thứ sáu: Đẩy mạnh hơn nữa công tác xúc tiến, quảng bá. Tổng cục Du lịch Việt Nam cần đẩy mạnh hơn nữa các chiến dịch xúc tiến, quảng bá về du lịch Việt Nam nói chung và du lịch hiện đại nói riêng trên thị trường, đặc biệt là thị trường quốc tế, tham gia các hội chợ, hội nghị, hội thảo quốc tế, tổ chức các đoàn FAMTRIP cho các hãng lữ hành, nhà báo trong và ngoài nước để tuyên truyền, xuất bản các ấn phẩm tuyên truyền, quảng cáo. Tổng cục Du lịch cũng cần hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành chào bán các chương trình du lịch ra thị trường thế giới, tạo điều kiện về cơ chế, chính sách và hỗ trợ các doanh nghiệp lữ hành để mở rộng quan hệ với các tổ chức, doanh nghiệp du lịch quốc tế. Nhà nước cần có Quỹ Xúc tiến quảng bá du lịch đủ lớn để quảng bá du lịch Việt Nam trong nước và trên thế giới.

Kết luận

Mục tiêu tổng quát mà chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 đã nêu: “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 hoá dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực. 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. Phấn đấu đến năm 2030, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác. Việt Nam thuộc nhóm các nước có ngành Du lịch phát triển hàng đầu khu vực Đông Nam Á”.

Để đạt được mục tiêu trên, ngành Du lịch Việt Nam phải phấn đấu vượt bậc, vượt qua nhiều khó khăn, thách thức, đồng thời phải thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ nhằm khai thác có hiệu quả tiềm năng du lịch của đất nước, phát triển phong phú, đa dạng các loại hình du lịch, nhất là các loại hình du lịch mới, hiện đại phù hợp với xu hướng phát triển du lịch thế giới, thoả mãn nhu cầu ngày càng cao của du khách trong nước và quốc tế./.

Tài liệu tham khảo:

- 1) Ban Kinh tế Trung ương, Hiệp hội Du lịch Việt Nam: Kỷ yếu hội thảo :Giải pháp phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Thành phố Hồ Chí Minh, 8/9/2016.
- 2) Trang thông tin điện tử Tổng cục Du lịch. <http://Vietnamtourism.gov.vn>
- 3) Nghị quyết 08-NQ/TW về Phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngày 16-01-2017
- 4) Bùi Thị Hải Yến, 2012, Du lịch cộng đồng, NXB Giáo dục.
- 5) Hà nội mới - online: “Mỏ vàng” du lịch mạo hiểm ở Việt Nam: làm gì để khai thác? ngày 15/11/2014.
- 6) vnxxpress - trang tin điện tử: “Việt Nam có nhiều thuận lợi để phát triển du lịch Mice”, ngày 23/6/2014.
- 7) Nhân dân cuối tuần - Trang tin điện tử: “Du lịch cần hướng tới những loại hình du lịch độc đáo”, ngày 22/11/2013.
- 8) Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/1/2013: Quyết định phê duyệt “Qui hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”
- 9) Tổng cục Du lịch - Vietnamtourism, trang tin tức- sự kiện: “Xu hướng phát triển của du lịch thế giới và khu vực tác động đến du lịch Việt Nam”, ngày 06/3/2013.
- 10) Trang tin điện tử Viện nghiên cứu phát triển du lịch. <http://Itldr.org.vn>
- 11) Trang tin điện tử Tạp chí Du lịch. <http://www.vtr.org.vn> ngày 21/3/2006
- 12) Trang tin điện tử của Tổng công ty du lịch Hà Nội. <http://www.hanoitourist.com.vn>.
- 13) Saigonact - trang tin điện tử: “Các loại hình du lịch Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hoá và địa phương hoá du lịch”, ngày 7/1/2015.
- 14) Saigontourist - “du lịchTET.com”: “Du lịch mạo hiểm ở Việt Nam - Tiềm năng và định hướng phát triển
- 15) Vietrade - Trang tin điện tử: “Tình hình và xu hướng phát triển du lịch thế giới”, ngày 25/10/2014.
- 16) Việt Báo.vn: “Du lịch chữa bệnh: xu hướng thời hiện đại”, ngày 22/12/2007.
- 17) Việt Báo.vn: “Du lịch mạo hiểm Việt Nam, nhiều tiềm năng chưa khai thác”, ngày 28/4/2004.

CÁC VẤN ĐỀ CHÍNH VỀ CƠ CẤU LẠI NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

TS. Đỗ Cẩm Thơ

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

1. Xu hướng, bối cảnh phát triển du lịch toàn cầu và khu vực

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. Dự báo năm 2030 sẽ có 1,8 tỷ khách đi du lịch trên toàn cầu. Nhiều quốc gia, vùng lãnh thổ xác định du lịch là mũi nhọn chủ lực trong phát triển kinh tế - xã hội bền vững, đặc biệt đây cũng là cơ hội cho các nền kinh tế đang phát triển.

Du lịch là một trong những lĩnh vực có sự tăng trưởng liên tục và có khả năng phục hồi nhanh nhất sau khủng hoảng. Theo dự báo về tình hình du lịch thế giới đến năm 2030: năm 2020 dự báo sẽ đạt gần 1,4 tỷ lượt, năm 2023 khoảng 1,5 tỷ lượt, năm 2030 khoảng 1,8 tỷ lượt (Tổ chức Du lịch thế giới, 2011). Năm 2017, du lịch quốc tế trên phạm vi toàn cầu tăng 3-4%, trong đó châu Á và Thái Bình Dương tăng 5-6%, châu Âu tăng 2-3%, châu Mỹ tăng 4-5% và Trung Đông với đặc điểm có những dao động lớn do bối cảnh khu vực tăng 2-5%.

Châu Á – Thái Bình Dương là khu vực tăng trưởng cao nhất trong thời gian gần đây và là xu hướng thu hút luồng khách trong thời gian tới. Đây là một trong những xu hướng quan trọng được chỉ ra trong các báo cáo của Tổ chức Du lịch thế giới. Cũng theo báo cáo của Tổ chức Du lịch thế giới, đến năm 2030, Đông Bắc Á sẽ thu hút nhiều khách du lịch quốc tế nhất với 293 triệu lượt, vượt qua khu vực Nam Âu/Địa Trung Hải (264 triệu lượt) và Tây Âu (222 triệu lượt). Đông Nam Á sẽ trở thành khu vực thu hút khách du lịch quốc tế lớn thứ 4 thế giới với 187 triệu lượt. Những xu hướng này cho thấy khả năng thu hút luồng khách du lịch đến với Việt Nam là rất lớn.

Bên cạnh các xu hướng về luồng khách, các xu hướng tiêu dùng cũng đang nổi lên khá rõ rệt trong thị trường khách. Đó là xu hướng rõ rệt của nhu cầu du lịch nghỉ dưỡng, tham quan, vui chơi giải trí và tín ngưỡng. Bên cạnh đó là nhu cầu trải nghiệm của khách du lịch 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). Do xu hướng già hóa dân số và yêu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống, du lịch chữa bệnh và chăm sóc sức khỏe ngày càng phổ biến và trở thành một trong những phân khúc thị trường phát triển mạnh.

Sự phát triển của hàng không, của hệ thống các đường bay ngày một gia tăng, nhất là sự phát triển của hàng không giá rẻ tác động mạnh đến ngành Du lịch, tạo điều kiện cho nhiều đối tượng có thể đi du lịch bằng đường hàng không.

Do tác động của biến đổi khí hậu và các vấn đề kinh tế, xã hội toàn cầu, khái niệm du lịch xanh được hình thành với định hướng tạo ra nhiều việc làm bền vững, đóng góp vào việc bảo tồn, phát triển văn hóa địa phương và môi trường tự nhiên, góp phần hỗ trợ kinh tế địa phương, giảm đói nghèo. Du lịch đại chúng truyền thống đã phát triển đến giai đoạn ổn định, trong khi du lịch sinh thái, tự nhiên, di sản, văn hóa và khám phá "mềm" được dự báo sẽ phát triển mạnh trong 02 thập kỷ tới.

Một xu hướng quan trọng đang tác động ngày một sâu rộng đến phương thức quản lý, hoạt động, kinh doanh và tiêu dùng du lịch, đó là Cách mạng Công nghiệp lần thứ 4. Internet đã trở thành một phương tiện rất thuận lợi giúp người dân địa phương, du khách và doanh nghiệp có thể kết nối trực tiếp. Tăng cường khả năng cung cấp và tìm hiểu thông tin, trải nghiệm về các điểm đến.

Những vấn đề này đặt ra nhiều vận hội để du lịch Việt Nam có thể nắm bắt và chỉ có khi nắm bắt chúng ta mới có thể phát huy được những lợi thế cạnh tranh và bứt phá. Bởi nhìn nhận những xu hướng này cho thấy rằng sự phát triển 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 và đẩy mạnh đầu tư, hình thành các nguồn lực đáp ứng nhu cầu thị trường, tăng cường khả năng cạnh tranh. Trong bối cảnh đó, du lịch Việt Nam để nắm bắt được các cơ hội và cạnh tranh được cần có sự tập trung lớn trong các định hướng chiến lược và cơ cấu lại các lĩnh vực nhằm phát huy tối ưu nội lực cho phát triển du lịch.

2. Du lịch Việt Nam – vai trò, vị trí và những chính sách phát triển

Với tiềm năng lớn mạnh về tài nguyên tự nhiên, văn hóa cũng như nguồn lực con người, du lịch Việt Nam đã và đang có sự phát triển mạnh mẽ. Từ năm 1990 tới nay số lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng 52 lần, khách nội địa tăng 73 lần. Đặc biệt, thời gian gần đây đánh dấu sự tăng tốc mạnh mẽ của du lịch Việt Nam. Năm 2016, tăng trưởng khách quốc tế đạt 26%, năm 2017 đạt 29,1% và duy trì mức 22% trong 8 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 (đạt gần 3 triệu lượt khách 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.

Có thể nhìn nhận rõ, du lịch là một trong những lĩnh vực có nhiều lợi thế và còn nhiều dư địa để phát triển, giúp tăng trưởng nền kinh tế cho đất nước. Du lịch là ngành tạo ra thu nhập ngoại tệ trực tiếp. 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.

Bên cạnh đó, du lịch là ngành không chỉ tạo ra thu nhập trực tiếp mà do bản chất là một ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp nên còn tạo ra những thu nhập gián tiếp cũng như những thu nhập có tính lan tỏa. Năm 2016, đóng góp của du lịch vào GDP là 6,9% nhưng theo các tính toán của các tổ chức quốc tế thì với con số đóng góp trực tiếp này thì GDP gián tiếp và cả lan tỏa của du lịch Việt Nam phải lên tới 12,9% trong đóng góp GDP.

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.

Hiện nay, ngành Du lịch Việt Nam đang triển khai các nhiệm vụ giải pháp thực hiện Nghị quyết 103 của Chính phủ. Trong đó, trọng tâm là các Đề án lớn như Đề án cơ cấu lại ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn; Đề án ứng dụng tổng thể công nghệ thông tin trong ngành Du lịch; Đề án xây dựng chiến lược phát triển du lịch đến năm 2030, tầm nhìn 2040; Đề án nâng cao hiệu quả xúc tiến quảng bá du lịch và Đề án về cơ chế quản lý Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch.

Ngành Du lịch ngày càng nhận được sự ủng hộ của các ngành, các cấp và sự quan tâm của toàn xã hội. Sự tăng trưởng của Ngành cũng do sự năng động của các địa phương, của doanh nghiệp và cộng đồng trong cả nước.

3. Quá trình phát triển - thực trạng cơ cấu ngành Du lịch và những yêu cầu đặt ra thời gian tới

Chiến lược phát triển Du lịch đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 đã đặt ra những mục tiêu, quan điểm và giải pháp quan trọng, có tính đột phá so với giai đoạn trước. Trong đó, tập trung lấy phát triển sản phẩm du lịch làm

trọng tâm và đẩy mạnh tính chuyên nghiệp, chất lượng và thương hiệu, có trọng tâm trọng điểm và nâng cao tính cạnh tranh. Chiến lược hoạch định phát triển 3 dòng sản phẩm du lịch chính theo thứ tự ưu tiên là du lịch biển đảo, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái đồng thời. Hoạch định phân vùng từ 3 vùng ở Chiến lược giai đoạn trước (giai đoạn 2001-2011) thành 7 vùng với các yếu tố và tiêu chí phân vùng phụ thuộc và các điều kiện tương đồng và phục vụ việc liên kết phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng vùng. Các vùng du lịch gồm: vùng Trung du miền núi phía Bắc, vùng Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông bắc, vùng Bắc Trung bộ, vùng Duyên hải Nam trung bộ, vùng Tây Nguyên, vùng Đông Nam bộ và vùng Tây Nam bộ.

Quá trình thực hiện Chiến lược phát triển Du lịch cho đến nay cho thấy, về mặt các chỉ tiêu phát triển, chúng ta đã vượt xa so với các dự báo của Chiến lược. 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 và 2018 dự kiến sẽ đón từ 15-16 triệu lượt.

Tuy vậy thì cơ cấu thị trường chưa có sự cân đối . Cơ cấu chính vẫn là thị trường Đông bắc Á với tỷ trọng 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 Đông bắc Á chiếm hơn 50% tổng lượng khách quốc tế đến . Thị trường khách xa có cơ cấu 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, 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 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, thì 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 những vấn đề tồn tại trong quá trình phát triển.

Nếu xét cơ cấu theo cấu thành sản phẩm hoặc tiếp cận theo chuỗi giá trị thì còn khá khiếm khuyết. Đầu vào hình thành sản phẩm còn rất hạn chế: hạ tầng giao

thông chưa đáp ứng nhu cầu phát triển: 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. Các sản phẩm 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 thì 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 qui 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 khá 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 chủ yếu là dưới sơ cấp, (gần 1/2) sơ cấp, trung cấp và cao đẳng (gần 1/2). Đại học và sau đại học chỉ chiếm 7,4%. 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.

Nhìn chung, việc thực hiện Chiến lược phát triển du lịch giai đoạn vừa qua đã tạo cho Du lịch Việt Nam những bước đi vững chắc, phù hợp với thực tiễn phát triển và tạo ra một bộ phận quan trọng cho giai đoạn mới này. Ở vào giai đoạn này, Du lịch Việt Nam đã đang ở vào một giai đoạn phát triển mạnh, năng lực cạnh tranh đang dần được xây dựng, nhiều cơ hội đang mở rộng. Bên cạnh đó, du lịch đang được sự quan tâm, chỉ đạo của Đảng và Chính phủ, đó lại cũng đặt ra những mục tiêu, vai trò và nhiệm vụ lớn hơn đối với phát triển du lịch; sự kỳ vọng và yêu cầu của toàn xã hội cũng như dòng chảy của thị trường khách. Đây là những vấn đề đặt ra đòi hỏi ngành Du lịch phải có những chiến lược và chính sách phát triển và cơ cấu lại Ngành để có hướng đi hiệu quả trong thời gian tới.

4. Một số định hướng chính đối với chính sách cơ cấu lại ngành Du lịch trong thời gian tới

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 đặt ra nhiều nhiệm vụ trọng tâm, trong đó có hai nhiệm vụ lớn, đó là xây dựng Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2030, tầm nhìn 2050 và Cơ cấu lại ngành Du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nhiệm vụ cơ cấu lại ngành Du lịch

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

cũng đồng thời thực hiện chủ trương tái cơ cấu nền kinh tế mà du lịch là một trong những ngành dịch vụ quan trọng cần thực hiện tái cơ cấu.

Hiện nay, ngành Du lịch đang tích cực triển khai hai nhiệm vụ này để trình Chính phủ phê duyệt trong năm 2018. Theo tinh thần các dự thảo hiện nay, chính sách cơ cấu lại ngành du lịch tập trung vào một số nội dung chính sau:

a) Về quan điểm và mục tiêu phát triển du lịch:

Quan điểm phát triển Du lịch Việt Nam trong thời gian tới bám sát các quan điểm phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn mà Bộ Chính trị đã xác định đối với ngành Du lịch tại Nghị quyết 08. Theo đó, du lịch phải thể hiện rõ 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 và là định hướng chiến lược, thúc đẩy phát triển đất nước. Với vai trò và tầm quan trọng đó của ngành Du lịch thì cần có sự tập trung về chính sách và nguồn lực cho phát triển du lịch.

Du lịch phải tập trung phát triển cả về thị trường khách du lịch quốc tế và nội địa, bởi không chỉ đẩy mạnh thu hút thị trường khách quốc tế mà phục vụ sự hưởng thụ của nhân dân cả nước cũng là nhiệm vụ đồng thời cũng là nguồn lực phát triển kinh tế.

Phát triển du lịch phải đảm bảo sự phát triển bền vững và góp phần vào việc đảm bảo an toàn, an ninh quốc phòng, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học cũng như phải quan tâm đến vấn đề thích ứng với biến đổi khí hậu.

Phải cơ cấu lại một số lĩnh vực, nội dung chủ chốt nhằm tăng cường hiệu quả phát triển du lịch, như: cơ cấu lại thị trường khách, củng cố và đẩy mạnh phát triển hệ thống sản phẩm du lịch, cơ cấu lại nguồn nhân lực du lịch, cơ cấu lại hệ thống doanh nghiệp du lịch.

Một số mục tiêu cụ thể:

- Đến năm 2025, bảo đảm phục vụ 30 - 32 triệu lượt khách du lịch quốc tế, trên 130 triệu lượt khách du lịch nội địa. Tổng thu từ khách du lịch đạt 45 tỷ USD, giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 27 tỷ USD, ngành du lịch đóng góp trên 10% GDP. Tạo ra 6 triệu việc làm, trong đó có 2 triệu việc làm trực tiếp. Phân đầu đến năm 2030, đón và phục vụ 40 - 45 triệu lượt khách du lịch quốc tế, trên 200 triệu lượt khách du lịch nội địa.

- Đến năm 2025, tỷ lệ khách từ các thị trường xa chiếm 30% trong tổng số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam. Phân đầu đạt tỷ lệ 35% vào năm 2030.

- Đến năm 2025, hệ thống sản phẩm du lịch được hình thành rõ , đặc sắc, đa dạng và có thương hiệu ; từng bước hình thành các khu du lịch tổng hợp có quy mô lớn ; nâng cao năng lực đón tiếp của các khu, điểm du lịch, nhất là tại các khu vực động lực phát triển du lịch. Phân đầu đến năm 2030 hình thành được hệ thống các khu du lịch có quy mô lớn, đẳng cấp quốc tế; khẳng định

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

được thương hiệu du lịch quốc gia, năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam được nâng cao và thuộc nhóm các quốc gia hàng đầu về du lịch trong khu vực.

- Đến năm 2025 có 70% lao động trực tiếp phục vụ du lịch được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ và kỹ năng; phấn đấu đạt tỷ lệ 80% vào năm 2030.

b) Nội dung cơ cấu lại thị trường khách du lịch

+ Thị trường khách du lịch quốc tế:

- Tiếp tục đẩy mạnh khai thác lợi thế các thị trường gần, có mức tăng trưởng cao về số lượng như các thị trường Đông Bắc bao gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan và thị trường Đông Nam Á.

- Cơ cấu lại tỷ lệ khách theo các khu vực trên thế giới: từng bước nâng cao tỷ trọng khách từ các thị trường xa, lưu trú dài ngày và có khả năng chi tiêu cao như các thị trường Tây Âu, Bắc Âu, Bắc Mỹ, Úc và Niu-Di-lân.

- Đẩy mạnh thu hút một số phân khúc khách du lịch theo các loại hình du lịch chuyên đề mà Việt Nam có nhiều lợi thế như du lịch golf, du lịch MICE, du lịch chăm sóc sức khỏe. Các thị trường ưu tiên bao gồm: thị trường khu vực Đông Bắc Á và Đông Nam Á.

- Khai thác và tăng tỷ trọng khách từ các thị trường tiềm năng, có lượng khách du lịch ra nước ngoài hàng năm tăng nhanh như Ấn Độ, Trung Đông.

- Tăng cường thu hút khách không đi theo chương trình tour trọn gói, tự trải nghiệm và khám phá Việt Nam.

+ Thị trường khách nội địa

- Khuyến khích khách đi du lịch dài ngày gắn với các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo, nghỉ dưỡng núi, du lịch chăm sóc sức khỏe.

- Đẩy mạnh thu hút thị trường du lịch gắn với mục đích giáo dục, tìm hiểu lịch sử và trải nghiệm văn hoá dân tộc.

- Hỗ trợ và thúc đẩy phát triển thị trường khách du lịch MICE.

- Khuyến khích khách tham gia du lịch cuối tuần, du lịch chuyên đề tự khám phá các điểm đến mới.

- Định hướng lại nhu cầu thị trường khách du lịch lễ hội, tâm linh theo hướng kết hợp với các mục đích khác để kéo dài thời gian đi du lịch là phân bố đồng đều hơn trong năm.

c) Về nội dung tiếp tục củng cố và đẩy mạnh phát triển hệ thống sản phẩm và điểm đến du lịch

- Tiếp tục phát triển mạnh các dòng sản phẩm du lịch chủ đạo có lợi thế về tự nhiên và văn hóa của du lịch Việt Nam mà đã phát triển rất tốt ở quá trình thực hiện Chiến lược phát triển du lịch đến nay:

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

+ Về du lịch văn hóa: đẩy mạnh phát triển các loại hình văn hóa, trình diễn nghệ thuật để hình thành sản phẩm du lịch; thúc đẩy phát triển các hình thức tìm hiểu và trải nghiệm văn hóa ẩm thực, tìm hiểu văn hóa, lối sống địa phương.

+ Về du lịch biển, đảo: ưu tiên tập trung phát triển mạnh sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển đảo và du lịch thể thao biển nhằm định vị Việt Nam như một điểm đến nghỉ dưỡng có sức hấp dẫn cao.

+ Về du lịch sinh thái: ưu tiên tập trung phát triển du lịch sinh thái kết hợp nghỉ dưỡng núi, du lịch sinh thái nông nghiệp, du lịch sinh thái tìm hiểu đa dạng sinh học.

+ Về du lịch đô thị: tập trung đẩy mạnh các hoạt động vui chơi giải trí, giải trí về đêm, du lịch MICE, tìm hiểu văn hóa; du lịch mua sắm.

- Chú trọng phát triển sản phẩm du lịch gắn với các khu vực động lực phát triển du lịch. Việc xác định các khu vực động lực phát triển du lịch để tập trung phát triển là yêu cầu và nhiệm vụ chỉ rõ tại Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị. Tại các khu vực động lực cần tập trung để phát triển mạnh hệ thống sản phẩm du lịch của du lịch Việt Nam. Trong thời gian qua, nhiều địa bàn đã hình thành những khu vực có khả năng thúc đẩy, kết nối, lan tỏa sự phát triển du lịch, tạo luồng khách cho các địa phương khác. Trên cơ sở thực tế phát triển và những nhu cầu của tương lai, các khu vực động lực phát triển du lịch đang được thảo luận, sơ bộ nhận được sự đồng thuận của các Bộ, ngành về các khu vực gồm:

+ Khu vực động lực du lịch Hà Nội - Quảng Ninh - Hải Phòng - Ninh Bình: phát triển thành chuỗi sản phẩm tổng hợp về du lịch tìm hiểu văn hóa (di tích - lịch sử, văn hóa lối sống) - tham quan thắng cảnh biển đảo - nghỉ dưỡng biển - du lịch đô thị.

+ Khu vực động lực du lịch Điện Biên - Lào Cai - Hà Giang: phát triển du lịch sinh thái gắn với nghỉ dưỡng núi, tìm hiểu văn hóa lối sống cộng đồng, tìm hiểu lịch sử - cách mạng.

+ Khu vực động lực du lịch Quảng Bình - Quảng Trị - Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam: phát triển hai sản phẩm chủ đạo là tìm hiểu các giá trị di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới và nghỉ dưỡng biển.

+ Khu vực động lực du lịch Bình Định – Phú Yên - Khánh Hòa - Bình Thuận: phát triển sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển và thể thao biển kết hợp với sản phẩm du lịch văn hóa.

+ Khu vực động lực du lịch Thành phố Hồ Chí Minh - Vũng Tàu - Cần Thơ: phát triển chuỗi sản phẩm tổng hợp về sản phẩm du lịch đô thị, tìm hiểu văn hóa lối sống và du lịch sinh thái sông nước, miệt vườn, du lịch biển.

+ Khu vực động lực du lịch Phú Quốc: phát triển sản phẩm nghỉ dưỡng biển, đảo, giải trí cao cấp.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

- Một hướng sắp xếp để củng cố phát triển những lợi thế và tiềm năng phát triển sản phẩm của du lịch Việt Nam là định hướng mở rộng phát triển các sản phẩm du lịch mới, có tiềm năng và điều kiện phát triển. Trong đó gồm:

+ Các sản phẩm du lịch sáng tạo: đầu tư phát triển các công viên chuyên đề, tổ chức các sự kiện lớn, trình diễn nghệ thuật, biểu diễn thực cảnh, trình diễn ánh sáng.

+ Các sản phẩm du lịch chuyên đề: du lịch mạo hiểm; du lịch chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe; du lịch golf; du lịch giải trí.

+ Sản phẩm du lịch mua sắm: hệ thống cửa hàng và trung tâm mua sắm với các mặt hàng quà lưu niệm, đặc sản vùng miền, thủ công truyền thống chất lượng cao phục vụ du lịch. Phát triển và mở rộng qui mô hệ thống cửa hàng miễn thuế và cải thiện thủ tục hoàn thuế cho khách du lịch nước ngoài.

+ Sản phẩm du lịch cộng đồng: trải nghiệm, tìm hiểu văn hóa, phong tục và tri thức bản địa, có sự tham gia tích cực, chia sẻ lợi ích với cộng đồng; gắn với bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hóa.

d) Về nội dung cơ cấu lại nguồn nhân lực du lịch

Chú trọng tập trung nâng cao cả chất lượng và số lượng, đáp ứng yêu cầu phát triển trong thời gian tới. Trong đó, tập trung vào các nhóm nhân lực còn thiếu và yếu gồm:

- Tăng nhanh tỷ trọng đội ngũ cán bộ quản lý doanh nghiệp có chất lượng cao và nhân lực quản trị cao cấp, nhân lực điều hành các nhóm nghề, nhân lực quản lý điểm đến được đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu về du lịch.

- Tăng tỷ trọng lao động trực tiếp phục vụ du lịch được đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ chuyên môn du lịch, ngoại ngữ, tin học; chú trọng đào tạo kỹ năng nghề và các kỹ năng mềm đối với lực lượng lao động.

- Đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và địa phương được đào tạo về du lịch, đáp ứng yêu cầu quản lý ngành.

đ) Về cơ cấu lại doanh nghiệp du lịch

- Tập trung xây dựng các doanh nghiệp du lịch quy mô lớn, có thương hiệu trong và ngoài nước làm lực lượng nòng cốt có vai trò định hướng sản phẩm và thị trường du lịch.

- Tăng cường tính kết nối của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong chuỗi giá trị du lịch. Thúc đẩy các mô hình doanh nghiệp khởi nghiệp và du lịch cộng đồng để tạo sự lan tỏa và lợi ích cho cộng đồng.

- Đến năm 2020 hoàn thành việc cổ phần hóa các doanh nghiệp du lịch do nhà nước nắm giữ. Chuyển hệ thống nhà khách, nhà nghỉ do các bộ, ngành, đoàn thể và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố quản lý sang kinh doanh du lịch, hoạt động theo mô hình doanh nghiệp cổ phần.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Đảm bảo hệ thống doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch chuyên nghiệp, hiện đại, có năng lực cạnh tranh cao đáp ứng yêu cầu của kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế.

Đây là những nội dung chính mà hiện nay du lịch Việt Nam cần đặt trọng tâm trong chiến lược và chính sách cơ cấu ngành 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 v.v.

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 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.

Chính vì vậy, 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 và sự ủng hộ của các Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng trong cả nước; sự nhận thức, vào cuộc của các ngành, lĩnh vực liên quan.

Chắc chắn rằng, du lịch trong thời gian tới sẽ tiếp tục hướng tăng trưởng, củng cố và cải thiện các tồn tại, hạn chế để phát huy tối ưu thế mạnh cùng với sự chung tay góp sức của các cấp, các ngành và toàn xã hội như theo tinh thần Nghị quyết của Bộ Chính trị, để du lịch sẽ là mũi nhọn, đầu tàu kéo theo sự phát triển của các ngành, lĩnh vực, thể hiện đúng vai trò và nhiệm vụ mà Đảng và Chính phủ đặt ra cho Ngành./.

**MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ
PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở NƯỚC TA TRONG THỜI KỲ TỚI**

TS. Lưu Bích Hồ

Từ nhiều năm nay, Đảng và Chính phủ đã xác định Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn để thực hiện CNH, HĐH và hội nhập quốc tế. Hội nghị TW8 khóa XII gần đây cũng đã xác định du lịch biển được chọn là ưu tiên số 1 trong Chiến lược phát triển kinh tế biển đến năm 2030 và tầm nhìn đến 2045. Đây là quyết định rất phù hợp với đặc điểm, điều kiện và trình độ phát triển kinh tế - xã hội nước ta hiện nay và trong giai đoạn tới, cũng phù hợp với tính chất và xu hướng phát triển của kinh tế thế giới trong thời đại ngày nay gắn với cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Nước ta có lợi thế nổi trội về tài nguyên du lịch sinh thái, cảnh quan vào loại hàng đầu trong khu vực, nhất là tài nguyên du lịch biển với 1 triệu km² vùng biển, hơn 3000 km bờ biển, với Vịnh Hạ Long – Bái Tử Long di sản thiên nhiên hàng đầu thế giới, bờ biển có rất nhiều bãi tắm đẹp với khí hậu nhiệt đới hấp dẫn cho tắm biển và nghỉ dưỡng... Chúng ta cũng đã xây dựng được hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông, khách sạn, nhà hàng... bước đầu đáp ứng nhu cầu của hoạt động du lịch. Lực lượng lao động dồi dào, trẻ trung, nhất là lao động nữ, có trình độ văn hóa cơ bản có thể thích ứng với yêu cầu phát triển ngày càng cao. Hệ thống thể chế, cơ chế chính sách đối với du lịch về cơ bản đã hình thành theo yêu cầu phát triển và hội nhập. Tình hình chính trị, kinh tế, xã hội ổn định cũng là một lợi thế quan trọng tạo được sự thu hút khách du lịch nước ngoài...

Ngành Du lịch trên thực tế đã thành ngành mũi nhọn, đã phát triển vượt bậc so với mục tiêu dự báo của chiến lược đến năm 2020, khi năm 2017 đã đóng góp 7,9% GDP của toàn nền kinh tế với nguồn thu từ du lịch 541 nghìn tỷ đồng, tương đương 24,1 tỷ USD. Con số này mới tính theo nguồn thu trực tiếp, chưa tính nguồn thu gián tiếp được lan tỏa trong các ngành, lĩnh vực khác như hàng không, vận chuyển đường bộ... thu được từ khách du lịch. Mấy năm gần đây du lịch thật sự đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế với tốc độ tăng thu từ du lịch và GDP ngành Du lịch đạt trên 23%/năm trong 2 năm 2016 -2017; lượng khách quốc tế tăng tương ứng 27%/năm và đã có 40% là khách quay trở lại. Điều này càng có ý nghĩa hơn khi mà chúng ta đang còn nhiều khó khăn trong việc phục hồi lấy lại đà tăng trưởng. Du lịch cũng là ngành đã thu hút được 750.000 người, chiếm 2,5% lao động trong nền kinh tế năm 2017 và đang còn khả năng thu hút rất lớn.

Vậy để du lịch tiếp tục phát huy mạnh hơn vai trò là ngành kinh tế mũi nhọn, nên hướng vào giải quyết những vấn đề gì và giải quyết như thế nào trong thời gian tới?

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Trước hết, cần thấu suốt những chủ trương và quan điểm cơ bản của Đảng trong phát triển du lịch. Theo tôi, cần nhấn mạnh quan điểm phát triển du lịch nước ta trong bối cảnh của thời kỳ tới là phát huy cao nhất lợi thế của nước ta về tài nguyên du lịch phong phú, đặc sắc, nhất là về du lịch biển, ven biển và hải đảo. Với tài nguyên du lịch đặc sắc khác biệt này, gắn với việc nâng cao trình độ văn hóa, kỹ năng để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ du lịch có đẳng cấp cao cùng kết cấu hạ tầng hiện đại, đó chính là yếu tố quyết định để phát triển du lịch sớm đạt tới trình độ hàng đầu khu vực Đông Nam Á trong hơn một thập kỷ tới (khoảng 2030 -2035), đóng góp một phần quan trọng ngày càng lớn trong GDP của nền kinh tế.

Như vậy, cần tập trung đầu tư kết cấu hạ tầng cần thiết, trước hết ở các khu và địa bàn du lịch trọng điểm như Hạ Long – Quảng Ninh, Đà Nẵng – Huế, Nha Trang - Vân Phong, Hồ Chí Minh – Vũng Tàu, Phú Quốc – Côn Đảo... Những nơi còn yếu kém về kết cấu hạ tầng như ở các khu du lịch vùng núi, khu vực xa các thành phố cần được quan tâm cải thiện sớm. Ngoài hệ thống giao thông kết nối, cần nâng cấp các khách sạn nhà hàng đạt chuẩn quốc tế. Sớm phát triển các khu nghỉ dưỡng có thêm cơ sở khám chữa bệnh cũng đạt đẳng cấp khu vực. Nguồn vốn đầu tư chủ yếu cần huy động mạnh hơn từ xã hội và vốn nước ngoài có chọn lọc về chất lượng và bảo đảm an ninh, an toàn cả về kinh tế, môi trường, quốc phòng.

Đốc sức đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, dựa vào các trường và trung tâm đào tạo chuyên ngành đi cùng với các doanh nghiệp tự lo đào tạo như Amani Ninh Thuận. Ưu tiên đào tạo tiếng Anh, tiếng Trung đủ mức đáp ứng tốt nhu cầu công việc. Chú trọng đào tạo kỹ năng giao tiếp có văn hóa và tính chuyên nghiệp cao. Tổ chức giao lưu học hỏi giữa các nhà quản trị công ty doanh nghiệp du lịch để lan tỏa những kinh nghiệm thành công. Vận dụng nhanh nhiều những thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến hiện đại trong thời đại công nghiệp 4.0 để nâng cao nhanh trình độ tổ chức, quản trị kinh doanh theo kinh tế số.

Đặc biệt coi trọng khôi phục và bảo vệ môi trường, hệ sinh thái biển và ven biển, thực hiện cho được phát triển xanh và bền vững. Tập trung xử lý ngay những tồn đọng ô nhiễm môi trường do rác thải tại các khu điểm du lịch hiện đã lên tới mức báo động, hạn chế lớn chất lượng hoạt động du lịch.

Cần tập trung giữ gìn, tôn tạo cảnh quan, môi trường khu vực Vịnh Hạ Long – Bái Tử Long, sớm xây dựng trung tâm - khu vực du lịch này trở thành số 1 cả nước và hàng đầu khu vực. Tại đây không chỉ có du lịch cảnh quan sinh thái mà sớm tạo thêm các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng, chữa bệnh, hội nghị hội thảo quốc tế (MICE)... Trong khu vực Hạ Long – Bái Tử Long – Cát Bà còn có nhiều đảo lớn nhỏ tạo thành một quần thể hài hòa cho phát triển du lịch đa dạng, cần có quy hoạch đồng bộ.

Tạo sản phẩm và dịch vụ du lịch phong phú đa dạng cần được xem là một hướng phát triển chiến lược quan trọng mà chúng ta hoàn toàn có khả năng cả về kinh tế, văn hóa, tâm linh, cũng rất thời thượng trong phát triển du lịch trên thế giới. Cũng nên xem xét giải quyết thỏa đáng quy định về một số loại dịch vụ đã trở thành phổ biến trên thế giới như casino, bãi tắm “tiên”... sao cho hợp lý, vừa thu hút được khách du lịch, vừa bảo vệ được an ninh, an toàn cần thiết. Phải chăng đây cũng là một nội dung hội nhập trong lĩnh vực du lịch.

Vấn đề về tạo thuận lợi tối đa cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam khi nhập cảnh cũng đang trở thành một nhu cầu rất lớn cho ngành Du lịch khi hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng mà so với nhiều nước phát triển hiện đại chúng ta còn có khoảng cách đáng kể. Cùng với việc tháo cởi về quy tắc, phải chăng việc sử dụng công nghệ của công nghiệp 4.0 đang tạo ra điều kiện kỹ thuật rất hữu hiệu để giải quyết vấn đề này cả về thủ tục nhập cảnh và về quản lý an ninh sau nhập cảnh.

Vấn đề bộ máy quản lý ngành du lịch ở trung ương và các địa phương còn nhiều hạn chế bất cập cần được sớm giải quyết với tinh thần đủ số lượng và trọng chất lượng về cả tổ chức và nhân sự. Nên chăng ở tất cả cấp tỉnh, thành phố đều có Sở Du lịch cho tương xứng vị trí Ngành mũi nhọn. Biên chế cũng cần được tăng cường theo đúng yêu cầu chất lượng nhân lực và vận dụng nhanh công nghệ công nghiệp 4.0. Thiết nghĩ ngành Du lịch cần nhanh chóng trở thành một ngành đi đầu trong lĩnh vực này vì sự cần thiết và có đủ khả năng về con người và thiết bị công nghệ mà đầu tư cũng không quá tốn kém. Riêng ở cấp Trung ương, nên để một đồng chí Thứ trưởng Bộ VHTTDL kiêm chức Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch. Tuy không câu nệ về chức danh nhưng vẫn rất cần có chức danh để có đủ quyền và trách nhiệm, bớt tầng nấc trong chỉ đạo điều hành.

Kết lại, ngành Du lịch nước ta đang trên đà phát triển mạnh mẽ, lợi thế và tiềm năng còn rất lớn, hoàn toàn có thể nhanh chóng đạt tới trình độ và đẳng cấp hàng đầu khu vực trong khoảng một thập kỷ tới. Điều này sẽ là hiện thực nếu có thể chế, chính sách và tổ chức quản lý phù hợp, phát huy được hết lợi thế và nguồn lực của đất nước, gắn với hội nhập quốc tế sâu rộng hiệu quả, trong bối cảnh của cách mạng công nghiệp 4.0 đang sôi động, có đầy cơ hội và thách thức mới nếu biến được thách thức thành cơ hội. Tất cả đang chờ ở sự nỗ lực vượt lên của chúng ta./.

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP
PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH Ở VIỆT NAM**

TS. Lê Quang Đăng

Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch – Tổng cục Du lịch

TÓM TẮT

Phát triển du lịch thông minh là xu hướng tất yếu trong thời đại cách mạng 4.0, khi các thành tựu khoa học và công nghệ hiện đại được ứng dụng mạnh mẽ vào mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có du lịch. Bài viết “Phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam và một số giải pháp” tập trung luận giải một số vấn đề về phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam như: thể chế chính sách mở đường cho phát triển du lịch thông minh; sự chuẩn bị về nền tảng công nghệ - khả năng sẵn sàng cho phát triển du lịch thông minh; khả năng và các hướng tiếp cận du lịch thông minh ở Việt Nam. Qua đó, bài viết rút ra một số đánh giá về những tồn tại, hạn chế về phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam và nguyên nhân của nó. Cuối cùng, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: *du lịch, du lịch thông minh, cách mạng 4.0, giải pháp.*

I. GIỚI THIỆU

Thuật ngữ “du lịch thông minh” mới xuất hiện ở Việt Nam trong khoảng một vài năm trở lại đây. Đặc biệt, thuật ngữ này được nhắc đến nhiều khi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 chính thức được thừa nhận tại Việt Nam. Dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, khoa học và công nghệ (KH&CN), đặc biệt là công nghệ thông tin – truyền thông (CNTT-TT) phát triển ngày càng mạnh mẽ, cho phép tạo ra các sản phẩm ứng dụng đa dạng cho ngành Du lịch.

Việc ứng dụng những công nghệ và phương thức sản xuất mới với ngành Du lịch như công nghệ GIS và WebGIS, công nghệ thực tế ảo (VRT), vạn vật kết nối internet (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây, năng lượng tái tạo, kinh tế chia sẻ,... cùng với tác động của internet, mạng xã hội và sự phát triển của thương mại điện tử đã góp phần làm thay đổi diện mạo của ngành du lịch. Các hoạt động du lịch ngày càng được công nghệ hóa, ngày càng trở nên hiện đại hơn và từng bước thay thế các hoạt động mang tính truyền thống: Hình ảnh khách du lịch sử dụng bản đồ giấy và hỏi đường được thay thế bằng bản đồ điện tử với tiện ích chỉ đường thông minh; các giao dịch du lịch (mua vé, đặt phòng, đặt tour, thanh toán,...) được thực hiện trực tuyến, qua các sàn giao dịch điện tử thay cho các hình thức giao dịch trực tiếp tại đại lý; marketing, quảng bá du lịch truyền thống dần được thay thế bằng marketing điện tử (e-marketing) và marketing số (digital marketing); quản lý nhà nước về du lịch dần chuyển sang mô hình Chính phủ điện tử; kinh doanh du lịch cũng chuyển hướng sang thương

mai điện tử; sự tương tác giữa nhà quản lý – doanh nghiệp – khách du lịch và cộng đồng được tăng cường; sự liên kết giữa du lịch với các ngành, lĩnh vực khác được cải thiện tích cực. Có thể nói, sự tác động, can thiệp của công nghệ vào du lịch khiến cho các hoạt động du lịch ngày càng trở nên “thông minh”. Thuật ngữ “du lịch thông minh” (smart tourism) từ đó được hình thành.

Vậy, du lịch thông minh là gì?

Du lịch thông minh là du lịch được phát triển trên nền tảng ứng dụng những thành tựu của khoa học và công nghệ hiện đại, đặc biệt là công nghệ thông tin truyền thông nhằm tạo ra những giá trị, lợi ích và dịch vụ tốt nhất, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý du lịch và cộng đồng.

II. PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH TẠI VIỆT NAM

1. Thể chế chính sách mở đường cho phát triển du lịch thông minh

Trong những năm qua, Đảng, Nhà nước và Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều văn bản pháp lý mang tính định hướng cho việc triển khai ứng dụng CNTT-TT với phát triển kinh tế - xã hội nói chung và phát triển du lịch nói riêng. Thể chế chính sách đi trước là rất quan trọng để khai thông, mở đường và tạo điều kiện nền tảng, hành lang pháp lý cho phát triển du lịch thông minh. Từ những năm 2000, Đảng Cộng sản Việt Nam đã nhận thức rõ “CNTT là một trong các động lực quan trọng nhất của sự phát triển, cùng với một số ngành công nghệ cao khác đang làm biến đổi sâu sắc đời sống kinh tế, văn hoá, xã hội của thế giới hiện đại”. Vì thế, phải đẩy mạnh “ứng dụng và phát triển CNTT ở nước ta nhằm góp phần giải phóng sức mạnh vật chất, trí tuệ và tinh thần của toàn dân tộc, thúc đẩy công cuộc đổi mới, phát triển nhanh và hiện đại hoá các ngành kinh tế”. Bộ Chính trị chủ trương: “Mọi lĩnh vực hoạt động kinh tế, văn hoá, xã hội, an ninh, quốc phòng đều phải ứng dụng công nghệ thông tin để phát triển” [1]. Nghị quyết số 36-NQ/TW năm 2014 tiếp tục khẳng định: “CNTT phải được ứng dụng rộng rãi và trở thành một ngành kinh tế có tác động lan tỏa trong phát triển kinh tế - xã hội” [2]. Nghị quyết số 26/2015/NQ-CP cũng nhấn mạnh: “Đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong tất cả các ngành, các lĩnh vực nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý điều hành của cơ quan nhà nước, cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh” [3]. Khi cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư bùng nổ và tác động mạnh mẽ tới mọi lĩnh vực của đời sống xã hội thì việc đẩy mạnh ứng dụng CNTT-TT cho các ngành, các lĩnh vực ngày càng trở nên cấp thiết. Trước bối cảnh đó, Thủ tướng Chính phủ ban hành chỉ thị số 16/2017/CT-TTg về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Thủ tướng đề nghị các Bộ, ngành “Xây dựng chiến lược chuyển đổi số, nền quản trị thông minh, ưu tiên phát triển công nghiệp công nghệ số, nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh, đô thị thông minh” [4]. Có thể nói, các văn bản của Đảng và của Chính phủ đã tạo ra bước đột phá quan trọng trong định hướng chiến lược và trong chỉ đạo điều hành triển khai thực

hiện ứng dụng CNTT-TT. Căn cứ vào các văn bản này, các Bộ, ngành có thể xây dựng khung pháp lý riêng cho từng lĩnh vực mình quản lý.

Ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 08-NQ/TW, khẳng định quan điểm: “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn là định hướng chiến lược quan trọng để phát triển đất nước”. Để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn cần phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó, tất yếu phải có giải pháp đẩy mạnh ứng dụng KH&CN hiện đại. Nghị quyết 08-NQ/TW có nêu ba khía cạnh ứng dụng KH&CN với các hoạt động du lịch. Cụ thể, về xúc tiến quảng bá du lịch: “Đổi mới cách thức, nội dung, tăng cường ứng dụng công nghệ hiện đại, bảo đảm thực hiện thống nhất, chuyên nghiệp và nâng cao hiệu quả xúc tiến quảng bá du lịch trong nước và nước ngoài”; về đào tạo nguồn nhân lực du lịch: “Đẩy mạnh ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến trong đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch”; về quản lý nhà nước: “Khẩn trương triển khai ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động quản lý thuế, phí để chống thất thu trong hoạt động du lịch” [5]. Luật du lịch năm 2017 cũng khẳng định “nhà nước có chính sách trong việc khuyến khích hỗ trợ các hoạt động ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại phục vụ quản lý và phát triển du lịch” (Khoản 4, Điều 5). Để tạo bước đột phá trong việc thu hút khách quốc tế đến Việt Nam, Chính phủ ban hành Nghị định số 07/2017/NĐ-CP và Nghị quyết số 124/2017/NQ-CP quy định trình tự, thủ tục thực hiện thí điểm cấp thị thực điện tử (e-visa) cho người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam với 46 nước [6], [7]. Đặc biệt, trong chỉ thị số 16/2017/CT-TTg, lần đầu tiên thuật ngữ “du lịch thông minh” được nhắc đến trong một văn bản pháp quy của Việt Nam: “...ưu tiên phát triển công nghiệp công nghệ số, nông nghiệp thông minh, **du lịch thông minh**,...” [4]. Năm 2014, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Quyết định số 3728/QĐ-BVHTTDL về kế hoạch tổng thể ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin của Bộ VHTT&DL giai đoạn 2016-2020, trong đó, Bộ đã đề ra mục tiêu, giải pháp và xây dựng kế hoạch chi tiết cho từng hạng mục như: hạ tầng CNTT, ứng dụng CNTT trong nội bộ cơ quan, ứng dụng CNTT hỗ trợ người dân và doanh nghiệp, phát triển nguồn nhân lực cho ứng dụng CNTT [8].

Du lịch thông minh chỉ được phát triển trên nền tảng KH&CN hiện đại, đặc biệt là ứng dụng mạnh mẽ CNTT-TT. Với hệ thống văn bản pháp quy như đã phân tích trên, có thể khẳng định thể chế chính sách của Việt Nam hiện tương đối đầy đủ, rõ ràng, là căn cứ pháp lý vững chắc để triển khai phát triển du lịch thông minh.

2. Mức độ sẵn sàng ứng dụng CNTT-TT cho phát triển kinh tế - xã hội và du lịch thông minh

Năm 2014, Bộ VHTT&DL đã ban hành “Kế hoạch tổng thể ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch giai đoạn 2016-2020”, trong đó nêu rõ mục tiêu: hiện đại hóa hạ tầng CNTT, đẩy mạnh

ứng dụng CNTT trong công tác quản lý, phát triển công nghiệp CNTT và phát triển nguồn nhân lực có trình độ CNTT; 100% cơ quan, đơn vị thuộc Bộ sử dụng các phần mềm tác nghiệp, phần mềm quản lý làm việc trên môi trường mạng internet; 100% dịch vụ hành chính công trực tuyến ở mức 3, trong đó phần đầu một số dịch vụ hành chính công trực tuyến được triển khai ở mức 4; 100% cán bộ, công chức, viên chức sử dụng thành thạo hệ điều hành, bộ ứng dụng văn phòng, thư điện tử và ứng dụng các phần mềm trong công tác chuyên môn [8].

Bảng 1. Xếp hạng của Bộ VHTT&DL về chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT năm 2015 - 2018

Chỉ số xếp hạng	Năm 2018	Năm 2017	Năm 2016	Năm 2015
Chỉ số xếp hạng chung	5	6	4	7
Chỉ số Hạ tầng kỹ thuật	8	11	4	11
Chỉ số Hạ tầng nhân lực	4	6	3	4
Chỉ số Ứng dụng CNTT	5	10	9	11

Nguồn: Bộ Thông tin truyền thông, Hội tin học Việt Nam, năm 2018

Hình 1. Xếp hạng chung về chỉ số sẵn sàng ứng dụng CNTT-TT năm 2015 - 2018

TT	Tên Bộ/CQNB	Chỉ số HTKT	Chỉ số HTNL	Chỉ số UD	ICT Index	Xếp hạng		
						2018	2017	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Bộ Tài chính	0,8790	1,0000	0,9000	0,9263	1	1	1
2	Bảo hiểm xã hội Việt Nam	1,0000	0,9415	0,8111	0,9175	2	2	20
3	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	0,8604	0,7448	0,5758	0,7270	3	5	2
4	Bộ Thông tin và Truyền thông	0,6381	0,8155	0,6156	0,6897	4	4	5
5	Bộ Văn hóa-Thể thao và Du lịch	0,6431	0,7835	0,6415	0,6894	5	6	4
6	Bộ Giáo dục và Đào tạo	0,5836	0,6458	0,6321	0,6205	6	3	3
7	Bộ Nội vụ	0,6558	0,5742	0,6224	0,6175	7	7	13

Nguồn: Bộ Thông tin truyền thông, Hội tin học Việt Nam, năm 2018

Kết quả đạt được: theo báo cáo tóm tắt chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT Việt Nam (VN ICT Index) năm 2018, Bộ VHTT&DL xếp thứ 5/19 Bộ, ngành được xếp hạng (Hình 1); xếp thứ 8 về chỉ số hạ tầng kỹ thuật (internet, hạ tầng CNTT, an toàn bảo mật thông tin); xếp thứ 4 về chỉ số hạ tầng nhân lực CNTT (cán bộ chuyên trách CNTT, cán bộ công chức sử dụng CNTT); xếp thứ 5 về chỉ số ứng dụng CNTT (ứng dụng CNTT nội bộ, dịch vụ công trực tuyến) (Bảng 1). Về hạ tầng kỹ thuật đạt 100% tỷ lệ kết nối với các cơ quan trực thuộc, 100% tỷ lệ kết nối với các Sở. Về hạ tầng nhân lực, 100% cán bộ chuyên trách có trình độ đại học trở lên, 100% công chức, viên chức được

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

tập huấn phân mềm nguồn mở, 9,3% cán bộ có trình độ chuyên trách về CNTT, 4,0% cán bộ có trình độ chuyên trách về an toàn thông tin, 48,1% công chức, viên chức được tập huấn an toàn thông tin, 100% cán bộ sử dụng email trong công việc. Về dịch vụ công trực tuyến đạt 87,9% dịch vụ công trực tuyến mức độ 1; 52% mức độ 2; 62,3% mức độ 3 và 22% mức độ 4; tổng hợp đạt 57,7% - xếp thứ 5 [9].

Ở địa phương, đứng đầu bảng xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển CNTT-TT năm 2018 vẫn là các tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương gồm Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội (Hình 2).

Hình 2. Xếp hạng chung về chỉ số sẵn sàng ứng dụng CNTT-TT ở địa phương năm 2015 - 2018

TT	Tên Tỉnh/Thành	Chỉ số HTKT	Chỉ số HTNL	Chỉ số UD CNTT	ICT Index	Xếp hạng		
						2018	2017	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Đà Nẵng	0,93	0,96	0,93	0,9407	1	1	1
2	Tp. Hồ Chí Minh	0,58	0,74	0,67	0,6652	2	2	3
3	Hà Nội	0,58	0,77	0,59	0,6473	3	3	2
4	Quảng Ninh	0,53	0,73	0,66	0,6396	4	4	4
5	Thừa Thiên - Huế	0,45	0,66	0,73	0,6142	5	15	5
6	Bà Rịa - Vũng Tàu	0,76	0,59	0,49	0,6139	6	8	10
7	Tiền Giang	0,45	0,63	0,73	0,6023	7	9	8
8	Lào Cai	0,46	0,77	0,57	0,5968	8	7	7
9	Hưng Yên	0,42	0,80	0,51	0,5752	9	31	29
10	Hà Nam	0,36	0,79	0,56	0,5703	10	12	37

Nguồn: Bộ Thông tin truyền thông, Hội tin học Việt Nam, năm 2018

Đáng chú ý, nhiều địa phương được đánh giá là có tiềm năng phát triển du lịch lớn nhưng chỉ số về sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển CNTT-TT lại rất thấp, như: Khánh Hòa, Thanh Hóa, Nghệ An, Hải Phòng, Ninh Bình, Quảng Bình (Bảng 2).

Bảng 2. Xếp hạng của một số địa phương về chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT năm 2015 - 2018

Tỉnh/Thành	Chỉ số xếp hạng chung	Xếp hạng Hạ tầng kỹ thuật	Xếp hạng Hạ tầng nhân lực	Xếp hạng Ứng dụng CNTT
Hải Phòng	29/63	43	33	15
Ninh Bình	39/63	57	28	28
Thanh Hóa	22/63	25	11	46
Quảng Bình	49/63	53	40	51
Khánh Hòa	15/63	9	14	29

Nguồn: Bộ Thông tin truyền thông, Hội tin học Việt Nam, năm 2018

Muốn phát triển du lịch thông minh thì phải đồng bộ hóa hạ tầng công nghệ các cấp, các ngành, các lĩnh vực và ở từng địa phương. Các chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT đánh giá tổng diện năng lực công nghệ của các Bộ, ngành và địa phương. Nó cho thấy vị trí của các Bộ, ngành, địa phương đang ở đâu, trình độ công nghệ và sự chuẩn bị công nghệ như thế nào, thay đổi ra sao giữa các năm, khả năng sẵn sàng để ứng dụng công nghệ cho phát triển kinh tế - xã hội ra sao? Các chỉ số xếp hạng công nghệ thấp đồng nghĩa với việc khả năng sẵn sàng cho phát triển du lịch thông minh chưa cao và ngược lại.

3. Tiếp cận du lịch thông minh

Du lịch thông minh mới "chớm nở" tại Việt Nam, vì thế nó vẫn còn là một lĩnh vực khá mới mẻ. Để hiểu và nắm bắt được xu thế phát triển cũng như có những giải pháp ứng dụng KH&CN nhằm phát triển du lịch thông minh, cơ quan quản lý du lịch các cấp tại Việt Nam đã phối hợp với các cơ quan, tổ chức, đơn vị trong và ngoài nước tổ chức các hội thảo, hội nghị, tọa đàm xoay quanh chủ đề này. Chỉ trong vài năm trở lại đây, rất nhiều hội nghị, hội thảo chuyên đề đã được tổ chức với quy mô cả nước và cấp tỉnh. Đơn cử như: hội thảo “Ngày hội du lịch trực tuyến” (TP.Hồ Chí Minh, 7/2017); hội thảo “Du lịch thông minh: Cơ hội và thách thức đối với du lịch Việt Nam” (Hà Nội, 10/2017); hội trợ du lịch quốc tế Việt Nam 2018 (VITM), chủ đề “Du lịch trực tuyến” (Hà Nội, 4/2018); hội thảo “**Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch của tỉnh Quảng Bình**” (Quảng Bình, 5/2013); hội nghị “Ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành du lịch” (Hưng Yên, 5/2018). Tiếp cận du lịch thông minh từ các hội nghị, hội thảo là hết sức cần thiết và có ý nghĩa quan trọng để ngành du lịch Việt Nam hiểu được bản chất, nắm bắt được những vấn đề đặt ra cho quá trình phát triển du lịch thông minh.

Trong thời đại công nghệ số 4.0, việc hỗ trợ cung cấp thông tin du lịch có ý nghĩa quan trọng không chỉ đối với công tác quảng bá hình ảnh du lịch của Việt Nam mà còn có ý nghĩa quan trọng đối với khách du lịch, doanh nghiệp và cộng đồng. Hình thức cung cấp thông tin du lịch phổ biến nhất hiện nay là thông qua các hệ thống website, cổng thông tin, trang thông tin điện tử, báo điện tử. Hiện nay, 100% cơ quan quản lý du lịch từ Trung ương đến địa phương của Việt Nam đã có website du lịch. Hầu hết các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp lữ hành và các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn được xếp hạng theo thang bậc sao ở Việt Nam cũng đã có website riêng. Hệ thống báo điện tử, các trang thông tin ở Việt Nam cũng thường xuyên đăng tải các tin bài về du lịch và quảng bá du lịch, đặc biệt các báo lớn, các trang tin lớn như vnexpress.net, dantri.com.vn, vietnamnet.vn, laodong.vn, toquoc.vn,... đều có chuyên mục riêng về du lịch. Ngày nay, với sự phát triển của công nghệ lập trình web, cho phép các nhà lập trình thiết kế, tích hợp nhiều tính năng, tiện ích đa dạng trên nền tảng web hỗ trợ các hoạt động du lịch như: bản đồ du lịch điện

tử, chức năng booking online, thanh toán trực tuyến, tư vấn trực tuyến, chăm sóc khách hàng trực tuyến, các chức năng quy đổi tiền tệ, dự báo thời tiết,... thậm chí có thể tạo ra sự tương tác trực tiếp của khách du lịch như góp ý, phản ánh, bình luận về các sự kiện du lịch. Bên cạnh hệ thống website, trang thông tin, báo điện tử, mạng xã hội cũng là một trong những kênh quan trọng trong việc chia sẻ thông tin, trải nghiệm du lịch và góp phần quảng bá du lịch.

Để hỗ trợ hoạt động du lịch của du khách, các địa phương của Việt Nam trong những năm qua đã nghiên cứu, sản xuất và đưa vào sử dụng nhiều phần mềm, tiện ích thông minh. Trong đó, nổi bật nhất vẫn là các tỉnh, thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh. Hà Nội trong năm 2018 đã đưa vào sử dụng 2 phần mềm tiện ích thông minh hỗ trợ du khách gồm hệ thống thuyết minh tự động tại di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám và phần mềm hướng dẫn tham quan Hoàng Thành Thăng Long; một số tiện ích về bản đồ, tìm đường, trạm bus, travel guide khác cũng đã được nghiên cứu, sản xuất và đưa vào sử dụng từ lâu. Thành phố Hồ Chí Minh cũng rất tích cực đẩy mạnh ứng dụng CNTT-TT với ngành du lịch nhằm hướng tới mục tiêu đưa thành phố trở thành đô thị du lịch thông minh, như: đưa vào sử dụng một số trạm thông tin du lịch thông minh; đưa vào sử dụng phần mềm du lịch thông minh “Vibrant Ho Chi Minh city” và một số phần mềm tiện ích khác như “Sai Gon Bus”, “Ho Chi Minh City Travel Guide”, “Ho Chi Minh City Guide and Map”. Đà Nẵng cũng là một trong những địa phương đi đầu trong việc triển khai ứng dụng CNTT-TT với ngành du lịch, phát triển mô hình du lịch thông minh. Ngoài việc thường xuyên sử dụng các phương pháp marketing điện tử để quảng bá du lịch, Đà Nẵng rất quan tâm xây dựng các hệ thống phần mềm, tiện ích hỗ trợ du khách như “Da Nang Tourism”, “inDaNang”, “Go! Đà Nẵng”, “Da Nang Bus”. Đặc biệt, đầu năm 2018 Đà Nẵng đưa vào sử dụng ứng dụng Chatbot “Da Nang Fantasticity”, đây là công nghệ được sử dụng đầu tiên tại Việt Nam và Đông Nam Á (cùng với Singapore). Ngoài ra, một số địa phương khác như Hải Phòng, Quảng Ninh, Ninh Bình, Hưng Yên, Thanh Hóa, Quảng Bình, Cần Thơ,... cũng đang phối hợp tích cực với các tập đoàn viễn thông để triển khai những dự án du lịch thông minh, sản xuất các phần mềm, tiện ích thông minh cho ngành Du lịch.

Để phát triển du lịch thông minh, cần thiết phải phát triển và hoàn thiện hạ tầng mạng bởi đây là điều kiện quan trọng để triển khai các hoạt động du lịch online. Nhận thức được điều này, nhiều địa phương trong cả nước đã và đang triển khai lắp đặt các trạm phát wifi miễn phí. Tại Hà Nội, nhiều điểm trên địa bàn thuộc các quận trung tâm đã được lắp đặt trạm phát wifi miễn phí như khu vực quanh hồ Hoàn Kiếm, các khu phố cổ, đường hoa, chợ hoa, công viên, bến xe, tuyến buýt,... Một số điểm du lịch của Hà Nội cũng đang được triển khai lắp đặt gồm: Bát Tràng, Vạn Phúc, Hoàng Thành Thăng Long, Văn Miếu - Quốc Tử Giám. Tại thành phố Hồ Chí Minh, hơn 100 điểm phát wifi miễn phí

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

đã được triển khai cho ba khu vực bệnh viện, trường học, điểm công cộng tại các quận trung tâm và gần 1000 điểm phát wifi miễn phí tại các khu công nghiệp, khu chế xuất trên địa bàn thành phố. Đà Nẵng là một trong những địa phương đi đầu trong cả nước về chủ trương phủ sóng wifi miễn phí phục vụ khách du lịch và cộng đồng. Từ năm 2012, Đà Nẵng đã đầu tư gần 2 triệu USD cho dự án phủ sóng wifi. Đến nay, trên địa bàn thành phố đã có tới gần 500 trạm phát trên tất cả các tuyến đường phố chính, các điểm du lịch dọc bờ biển, các điểm du lịch dọc bờ sông Hàn, các trung tâm mua sắm, trung tâm hành chính, các điểm du lịch và các điểm công cộng khác. Ngoài ra, rất nhiều địa phương khác trong cả nước cũng đã và đang tích cực triển khai phủ sóng wifi miễn phí như: Quảng Ninh, Hải Phòng, Huế, Quảng Bình, Đà Lạt, Cần Thơ,...

Các doanh nghiệp du lịch của Việt Nam cũng rất tích cực tiếp cận cách mạng công nghiệp 4.0 để theo kịp xu hướng kinh doanh mới, đáp ứng nhu cầu du lịch đa dạng của du khách. Nhiều doanh nghiệp đang tự cải tiến mình để trở thành những doanh nghiệp thông minh. Theo đó, các hoạt động kinh doanh hầu hết được triển khai trực tuyến: marketing, quảng bá sản phẩm; nghiên cứu mở rộng thị trường; tư vấn, chăm sóc khách hàng; thực hiện các giao dịch mua - bán, thanh toán;... . Các doanh nghiệp du lịch hàng đầu Việt Nam đang đẩy mạnh ứng dụng công nghệ hiện đại trong kinh doanh du lịch (Bảng 3).

Bảng 3. Các công ty du lịch, lữ hành uy tín hàng đầu Việt Nam năm 2017

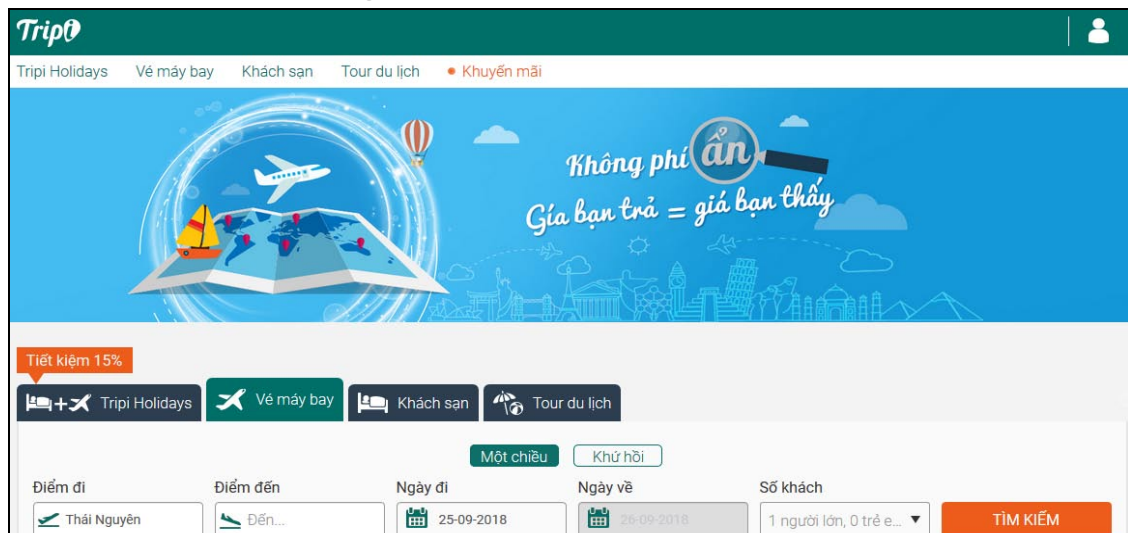
Tên công ty	Website
Công ty cổ phần du lịch và tiếp thị giao thông vận tải Việt Nam - Vietravel	https://www.vietravel.com/
Công ty du lịch Sài Gòn - TNHH MTV	https://www.saigontourist.net/
Công ty cổ phần du lịch Thiên Minh - Thiên Minh Group	https://www.thienminhtravel.com/ https://www.ivivu.com
Tổng công ty du lịch Hà Nội	https://www.hanoitourist.com.vn/
Công ty cổ phần dịch vụ du lịch Bến Thành	https://benthanhtourist.com/

Nguồn: Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report), 2017

Năm 2016, sàn giao dịch du lịch trực tuyến (Tripi) đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam, cho phép giao dịch các tour du lịch trọn gói, khách sạn và vé máy bay. Đặc biệt, Tripi còn cho phép khách hàng tìm kiếm, so sánh giá các sản phẩm du lịch và cập nhật chính xác 24/24 tình trạng sản phẩm (Hình 3). iVIVU (ivivu.com) cũng là một trong những sàn giao dịch du lịch lớn, cho phép khách du lịch tìm kiếm thông tin, so sánh, lựa chọn và thực hiện các giao dịch đặt tour, mua vé máy bay, đặt phòng khách sạn với hơn 300 tour du lịch, hơn 5.000 khách sạn tại Việt Nam và 345.000 khách sạn toàn thế giới để du khách lựa chọn; mỗi tháng ivivu.com thu hút lượng truy cập tới 10 triệu lượt [11]. Hiện nay, ở Việt Nam có khoảng hơn 10 sàn giao dịch du lịch. Đây là những điểm

nhân quan trọng của các doanh nghiệp du lịch Việt về khả năng tiếp cận và thích ứng với du lịch thông minh.

Hình 3. Sàn giao dịch du lịch đầu tiên tại Việt Nam



Nguồn: <https://www.tripi.vn>

Khách du lịch thông minh:

Theo thống kê của của WeAreSocial (wearesocial.com) năm 2018, toàn thế giới có 4,02 tỷ người dùng internet (chiếm 53% trong 7,59 tỷ dân), gần 3,2 tỷ người dùng mạng xã hội, hơn 5,1 tỷ người dùng điện thoại di động (chiếm 68% dân số) trong đó chủ yếu là điện thoại thông minh có kết nối và sử dụng internet. Ở Việt Nam với 96,02 triệu dân thì có đến 64 triệu người sử dụng internet (chiếm 67% dân số), 55 triệu người dùng mạng xã hội (chiếm 57%), hơn 70 triệu người dùng điện thoại di động (chiếm 73%). Nếu tính theo tỷ lệ dân số trưởng thành thì có 97% dân số trưởng thành sử dụng điện thoại di động, 72% sử dụng điện thoại thông minh, 43% sử dụng máy tính để bàn hoặc laptop, 13% sử dụng máy tính bảng (Hình 4). Điều này cho thấy, tỷ lệ người dân sử dụng internet và thiết bị thông minh trên thế giới và ở Việt Nam là rất lớn.

Hình 4. Thống kê sử dụng công nghệ số ở Việt Nam năm 2018



(Nguồn: <https://wearesocial.com/blog/2012/10/social-digital-mobile-vietnam>)

Theo thống kê của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), tỷ lệ khách du lịch trong nước đặt phòng khách sạn trực tuyến và đặt tour trực tuyến đạt hơn 60%; tỷ lệ khách du lịch quốc tế sử dụng hai dịch vụ này đạt hơn 75%, trong đó 70% khách sử dụng các dịch vụ trực tuyến ở độ tuổi dưới 35 tuổi [12]. Một khảo sát khác với khách du lịch quốc tế đến Việt Nam cho thấy, có tới 71% du khách tham khảo thông tin điểm đến trên internet; 64% đặt chỗ và mua dịch vụ trực tuyến trong chuyến đi đến Việt Nam [13]. Các số liệu thống kê cho thấy, khách du lịch sử dụng internet, các tiện ích thông minh, các thiết thông minh để tìm kiếm thông tin du lịch, tham khảo điểm đến, so sánh và lựa chọn các dịch vụ du lịch hợp lý, thực hiện các giao dịch mua tour, đặt phòng, mua vé máy bay, thanh toán trực tuyến,... ngày càng có xu hướng gia tăng. Họ đang trực tiếp trở thành những vị “khách du lịch thông minh” - nhân tố quan trọng của du lịch thông minh.

4. Những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

Ứng dụng công nghệ hiện đại với ngành du lịch và phát triển du lịch thông minh đang là chủ trương lớn của Đảng và Chính phủ. Trong thời gian qua, mặc dù ngành du lịch của Việt Nam đã rất nỗ lực trong việc triển khai các giải pháp phát triển du lịch theo hướng thông minh, tuy nhiên vẫn còn tồn tại rất nhiều bất cập, hạn chế. Trong đó, một số hạn chế lớn nhất phải kể đến bao gồm:

- Chưa có chính sách cụ thể về du lịch thông minh: Mặc dù hiện đã có rất nhiều văn bản pháp quy về đẩy mạnh ứng dụng CNTT-TT với phát triển kinh tế - xã hội nói chung, phát triển du lịch nói riêng, nhưng đến nay vẫn chưa có văn bản cụ thể nào quy định hay hướng dẫn triển khai phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam. Ngoại trừ Chỉ thị số 16/2017/CT-TTg của Thủ tướng, Chính phủ có nhắc đến “ưu tiên phát triển du lịch thông minh”, còn lại thuật ngữ này mới chỉ dừng lại ở các hội nghị, hội thảo, ở một số bài viết và công trình nghiên cứu đơn lẻ.

- Chưa có mô hình cụ thể về du lịch thông minh: Trong thời gian qua, đã có nhiều địa phương triển khai các biện pháp phát triển du lịch thông minh, dù theo hình thức trực tiếp hay gián tiếp. Tuy nhiên hầu hết các hoạt động này mới chỉ diễn ra mang tính cục bộ, mang tính kinh nghiệm là chủ yếu, thiếu cơ sở khoa học, thiếu căn cứ pháp lý và đặc biệt là thiếu một mô hình đồng nhất, dẫn đến đầu tư thiếu trọng điểm, hiệu quả mang lại chưa cao. Nguyên nhân của vấn đề này là do du lịch thông minh đang là xu thế mới, chưa hình thành và chưa có tiền lệ ở Việt Nam, chưa có địa phương nào xây dựng thành công để làm mô hình học hỏi cho các địa phương khác.

- Mức độ sẵn sàng cho phát triển du lịch thông minh chưa cao: Du lịch thông minh được phát triển trên nền tảng ứng dụng KH&CN, CNTT-TT, đây được coi là điều kiện tiên quyết. Mức độ sẵn sàng cho ứng dụng CNTT-TT chưa cao thì chưa thể tính đến phát triển du lịch thông minh và ngược lại. Với Bộ VHTT&DL chỉ số xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển

CNTT-TT là khá ổn định, xếp vị trí thứ 5 trên 19 Bộ, ngành. Ngoại trừ 5 địa phương có du lịch phát triển gồm Đà Nẵng, TP.Hồ Chí Minh, Hà Nội, Quảng Ninh, TT-Huế đứng đầu bảng xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển CNTT-TT, còn lại đa số các địa phương có du lịch phát triển nhưng chỉ số xếp hạng lại rất thấp như: Khánh Hòa, Thanh Hóa, Hải Phòng, Ninh Bình, Quảng Bình, Nghệ An, Vĩnh Phúc, Lâm Đồng, Thái Nguyên, Lào Cai, Điện Biên,... Nguyên nhân một phần là do một số địa phương tuy có du lịch phát triển nhưng điều kiện kinh tế còn thấp, địa hình phức tạp, trình độ văn hóa - xã hội - khoa học kỹ thuật chưa cao; một phần do đặc trưng phát triển tổng thể kinh tế - xã hội của địa phương theo thế mạnh (như nông - lâm nghiệp, nuôi trồng và đánh bắt thủy - hải sản) nên ngân sách ưu tiên đầu tư cho ứng dụng KH&CN, CNTT không cao.

- Trình độ khoa học và công nghệ còn hạn chế: So với các quốc gia trên thế giới, Việt Nam chưa phải là quốc gia có trình độ công nghệ phát triển mạnh. Vì thế, việc nghiên cứu, sản xuất các sản phẩm công nghệ ứng dụng cho du lịch vẫn còn nhiều hạn chế. Ví dụ, Thái Lan đã nghiên cứu ứng dụng được công nghệ thực tại ảo (VRT) để sản xuất các tour du lịch ảo và đưa vào khai thác sử dụng tại thủ đô Bangkok, nhưng Việt Nam chưa có; Singapore đã nghiên cứu internet vạn vật (IoT) để thiết kế các phòng nghỉ thông minh, quản trị khách sạn thông minh tại một số khách sạn hiện đại, nhưng Việt Nam chưa có; Hàn Quốc sản xuất hệ thống các phần mềm, ứng dụng, tiện ích thông minh cho ngành du lịch khá đầy đủ và hệ thống nhưng ở Việt Nam còn rất hạn chế và chưa đồng bộ [14]; Đài Loan phát triển hệ thống thẻ điện tử, vé điện tử tích hợp nhiều dịch vụ du lịch, xây dựng nhiều trung tâm du lịch thông minh (i-Center) và trạm thông tin du lịch thông minh để hỗ trợ khách du lịch nhưng ở Việt Nam còn rất hạn chế [15]. Nguyên nhân một phần do nền tảng và xuất phát điểm về KH&CN ở Việt Nam thấp, thiếu nhân lực có trình độ cao về CNTT, công tác nghiên cứu khoa học, nghiên cứu ứng dụng còn yếu; một phần do đầu tư cho KH&CN đòi hỏi nguồn vốn lớn, Việt Nam là quốc gia còn nghèo, ngân sách ưu tiên cho đầu tư công nghệ chưa cao.

- Sự tiếp cận của doanh nghiệp với du lịch thông minh còn yếu: Bốn lĩnh vực kinh doanh du lịch chính gồm: kinh doanh lữ hành, kinh doanh lưu trú, kinh doanh vận tải khách du lịch và kinh doanh phát triển điểm đến. Tuy nhiên, tiếp cận du lịch thông minh vẫn chủ yếu là các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành (đặc biệt là lữ hành quốc tế) và doanh nghiệp kinh doanh vận tải khách du lịch (đặc biệt là các hãng hàng không). Trong đó, cũng chỉ có các doanh nghiệp hàng đầu, có tiềm lực mới có khả năng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, tiếp cận du lịch thông minh. Nguyên nhân chính do đặc điểm doanh nghiệp du lịch Việt Nam chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, vốn ít, kinh doanh nhỏ lẻ nên khả năng tài chính chi trả cho đầu tư ứng dụng công nghệ không cao; doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa, doanh nghiệp kinh doanh lưu trú (nhà nghỉ, khách

sạn 1-2 sao) chiếm số lượng lớn, đối tượng khách phục vụ chủ yếu là khách nội địa, nhu cầu khách sử dụng các dịch vụ thông minh, trực tuyến không lớn nên khả năng tiếp cận du lịch thông minh của các doanh nghiệp này thấp.

III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÔNG MINH TẠI VIỆT NAM

Để phát triển du lịch thông minh tại Việt Nam trong thời gian tới, cần tập trung thực hiện một số giải pháp như sau:

- *Tiếp tục hoàn thiện thể chế chính sách cho phát triển du lịch thông minh:* Chính phủ, Bộ VHTT&DL cần sớm ban hành văn bản cụ thể, quy định, hướng dẫn chi tiết về phát triển du lịch thông minh để định hướng cho ngành du lịch và các địa phương trong việc triển khai thực hiện. Cơ quan quản lý du lịch các cấp cần sớm xây dựng chiến lược, quy hoạch tổng thể, kế hoạch cụ thể để phát triển du lịch thông minh, có lộ trình và bước đi phù hợp. Ngoài ra cũng cần hoàn thiện hơn nữa thể chế chính sách liên quan đến ứng dụng CNTT-TT với phát triển kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng, như: các chính sách về phát triển Chính phủ điện tử, thương mại điện tử, thủ tục hành chính điện tử, phát triển giao thông thông minh, đô thị thông minh, quản lý năng lượng thông minh,... để đồng bộ với thể chế chính sách về phát triển du lịch thông minh.

- *Xác định mô hình và triển khai thí điểm:* Phát triển du lịch thông minh là định hướng chiến lược nhất quán của Đảng và Chính phủ, phù hợp với thực tiễn và xu thế phát triển chung của thế giới. Tuy nhiên, không phải phát triển du lịch thông minh bằng mọi giá, không nhất thiết địa phương nào cũng phải phát triển du lịch thông minh. Căn cứ vào điều kiện kinh tế - xã hội, cơ sở vật chất - kỹ thuật, kết cấu hạ tầng, trình độ công nghệ, tài nguyên và tiềm năng du lịch,... cần xác định có trọng tâm, trọng điểm một số địa phương triển khai thí điểm mô hình du lịch thông minh. Đồng thời, gắn phát triển du lịch thông minh với phát triển đô thị thông minh, do du lịch là ngành tổng hợp gắn kết với các ngành, lĩnh vực khác, du lịch thông minh là một bộ phận của đô thị thông minh, cùng với giao thông thông minh, nông nghiệp thông minh, nhà máy thông minh, quản lý năng lượng thông minh, quản lý nhà nước thông minh (Chính phủ điện tử),... Có thể lựa chọn 3 hoặc 5 địa phương có điều kiện kinh tế - xã hội phát triển, đang đứng đầu bảng xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển CNTT-TT gồm: Hà Nội, Đà Nẵng, TP.Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Thừa Thiên - Huế làm mô hình thí điểm cho phát triển đô thị thông minh và du lịch thông minh. Việc xác định rõ mô hình và triển khai thí điểm sẽ giúp Trung ương và địa phương tập trung được nguồn lực cho phát triển du lịch thông minh, tránh thực hiện dàn trải, manh mún, nhỏ lẻ, thiếu hiệu quả và gây lãng phí nguồn lực. Kết quả của một số mô hình thí điểm này sẽ là bài học kinh nghiệm quý giá để ngành du lịch và các địa phương còn lại học hỏi, rút kinh nghiệm, phát huy tốt hơn cho những lần triển khai kế tiếp.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

- *Chú trọng phát triển KH&CN, đặc biệt là CNTT-TT theo hướng ứng dụng cho ngành Du lịch, tạo nền tảng công nghệ cho du lịch thông minh:* Chính phủ, Bộ VHTT&DL cần có cơ chế, chỉ đạo, ưu tiên, khuyến khích các hoạt động nghiên cứu ứng dụng khoa học tiên tiến cho ngành du lịch. Cần xác định và ưu tiên đầu tư cho các hạng mục công nghệ quan trọng hỗ trợ phát triển du lịch thông minh, bao gồm: (1) Xây dựng cơ sở dữ liệu (data base) và dữ liệu lớn (big data) cho ngành du lịch; (2) Đầu tư đầu tư cho hạ tầng công nghệ - đặc biệt là hạ tầng phần cứng và hạ tầng mạng; (3) Đầu tư sản xuất các phần mềm, hệ thống, chương trình, ứng dụng, tiện ích thông minh cho ngành du lịch; (4) Nghiên cứu ứng dụng công nghệ thực tế ảo, internet vạn vật kết nối, trí tuệ nhân tạo, năng lượng tái tạo trong sản xuất các tour du lịch ảo, quản lý khách sạn thông minh, quản lý năng lượng thông minh, quản lý điểm đến thông minh; (5) Nghiên cứu ứng dụng công nghệ in 3D, công nghệ GIS và WebGIS trong quản lý và phát triển điểm đến, xây dựng bản đồ du lịch điện tử hiện đại, bảo tồn, phục chế các giá trị di sản, di tích,...

- *Phát triển nguồn nhân lực có trình độ CNTT-TT và đẩy mạnh hợp tác quốc tế về KH&CN:* Việt Nam chưa phải là quốc gia mạnh về công nghệ, do đó cần đẩy mạnh hợp tác quốc tế về KH&CN với các nước phát triển để học hỏi kinh nghiệm, nâng cao năng lực nghiên cứu ứng dụng KH&CN với phát triển du lịch thông minh, hợp tác chuyên gia công nghệ và hợp tác đầu tư phát triển công nghệ cho Việt Nam. Bên cạnh đó, ngành du lịch cũng cần chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực, đảm bảo nguồn nhân lực ngoài trình độ chuyên môn về du lịch phải có khả năng đáp ứng yêu cầu sử dụng và vận hành công nghệ, sẵn sàng tiếp cận và thích ứng với du lịch thông minh; thu hút nhân tài có trình độ cao về CNTT-TT vào làm việc trong ngành, đảm nhiệm công tác chuyên trách về du lịch thông minh.

- *Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức về phát triển du lịch thông minh:* Nâng cao nhận thức của người dân về du lịch thông minh, tuyên truyền sâu rộng nâng cao nhận thức của cộng đồng về các hoạt động du lịch trực tuyến, những ưu điểm và những tồn tại, bất cập của nó để người dân hiểu, có những hoạt động tích cực, “thông minh”, tránh bị lợi dụng, lừa đảo. Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ trong kinh doanh, tiếp cận du lịch thông minh. Đẩy mạnh ứng dụng CNTT-TT trong hoạt động quản lý nhà nước về du lịch, nâng cao hiệu quả quản lý, từng bước điện đại hóa ngành du lịch.

IV. KẾT LUẬN

Phát triển du lịch thông minh là xu hướng tất yếu của tương lai, nó sẽ tạo ra một diện mạo mới cho ngành du lịch của Việt Nam và du lịch thế giới. Tuy nhiên, để phát triển du lịch thông minh cần phải có những điều kiện và tiền đề nhất định - nền tảng cốt yếu của nó là ứng dụng những thành tựu của KH&CN hiện đại, đặc biệt là CNTT-TT với ngành du lịch. Vì thế, muốn phát triển du

lịch thông minh, trước hết phải có nhận thức đầy đủ và đúng đắn về nó, phải hiểu được bản chất và nắm được quy luật vận động, phát triển của nó.

Trong một giới hạn và phạm vi nghiên cứu nhất định, bài viết “Phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam và một số giải pháp” đã tìm hiểu một số vấn đề có liên quan đến phát triển du lịch thông minh của Việt Nam. Bài viết đã phân tích và chỉ ra những lợi thế về thể chế chính sách của Việt Nam đã và đang tạo điều kiện thuận lợi, mở đường cho phát triển du lịch thông minh. Khi có được lợi thế về hành lang pháp lý vững chắc, vấn đề đặt ra cho ngành du lịch là cần có nhận thức đầy đủ và có những hành động cụ thể để triển khai phát triển du lịch thông minh. Trên cơ sở phân tích sự chuẩn bị về công nghệ cũng như mức độ sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT của Bộ VHTT&DL, các địa phương của Việt Nam; trên cơ sở phân tích tình hình phát triển du lịch thông minh của Việt Nam - từ hướng tiếp cận đến các hoạt động cụ thể để thấy được những thành tựu cũng như một số hạn chế và nguyên nhân của nó. Cuối cùng, bài viết đã đề xuất một số giải pháp căn bản, góp phần định hướng cho phát triển du lịch thông minh ở Việt Nam trong thời gian tới./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (2000), *Chỉ thị số 58-CT/TW về Đẩy mạnh ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa.*
- [2]. Bộ Chính trị (2014), *Nghị quyết số 36-NQ/TW về Đẩy mạnh ứng dụng, phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế.*
- [3]. Chính phủ nước Cộng hòa XHCN Việt Nam (2015), *Nghị quyết số 26/NQ-CP về việc Ban hành chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW.*
- [4]. Chỉ thị số 16/2017/CT-TTg ngày 04/5/2017 của về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.
- [5]. Bộ Chính trị (2018), *Nghị quyết số 08-NQ/TW về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.*
- [6]. Chính phủ nước Cộng hòa XHCN Việt Nam (2017), *Nghị định số 07/NĐ-CP Quy định trình tự, thủ tục thực hiện thí điểm cấp thị thực điện tử cho người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam.*
- [7]. Chính phủ nước Cộng hòa XHCN Việt Nam (2017), *Nghị quyết số 124/NQ-CP về việc Bổ sung danh sách các nước có công dân được thí điểm cấp thị thực điện tử.*
- [8]. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2014), *Quyết định số 3728/QĐ-BVHTTDL về việc ban hành kế hoạch tổng thể ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin của Bộ VHTT&DL giai đoạn 2016-2020.*

- [9]. Bộ Thông tin truyền thông, Hội tin học Việt Nam (2018), *Báo cáo tóm tắt chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT-TT Việt Nam (VN ICT Index 2018)*, Nxb Thông tin Truyền thông, HN.
- [10]. Giang Nam (2018), Phát triển du lịch thông minh, Báo Nhân Dân điện tử, website: <http://www.nhandan.com.vn/hanoi/item/35714302-phat-trien-du-lich-thong-minh.html>
- [11]. Kinh tế và Đô thị: <http://kinhtedothi.vn/mo-hinh-du-lich-thong-minh-diem-nhan-phat-trien-nganh-kinh-te-xanh-310544.html>
- [12]. Nguyễn Nam (2018), *Thời của du lịch thông minh lên ngôi*, Báo du lịch điện tử, <http://www.baodulich.net.vn/Thoi-cua-du-lich-thong-minh-len-ngoai-ky-2-09-16000.html>.
- [13]. Mai An (2018), *Du lịch trực tuyến: xu hướng tất yếu nhưng... đang yếu*, Sài Gòn Giải Phóng Online, <http://www.sggp.org.vn/du-lich-truc-tuyen-xu-huong-tat-yeu-nhung-dang-yeu-508751.html>.
- [14]. Lê Quang Đăng (2017), *Công nghệ thông tin với sự phát triển kinh tế du lịch của tỉnh Thái Nguyên trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Học viện Khoa học xã hội, Hà Nội.
- [15]. Taiwan Tourism Bureau (2018), *The Heart of Asia*, Publishing rights of Tourism Bureau, Ministry of Transport, Taiwan, ISBN 978-986-05-5407-6.

BẢO VỆ VÀ PHÁT HUY GIÁ TRỊ KHO TÀNG DI SẢN VĂN HÓA VÌ SỰ NGHIỆP TĂNG TRƯỞNG VÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ Ở VIỆT NAM

GS.TS. Trương Quốc Bình

Ủy viên Hội đồng Di sản văn hóa quốc gia

I. Kho tàng di sản văn hóa Việt Nam phong phú và đa dạng

Trong quá trình hình thành và phát triển dài lâu của mình, cộng đồng các dân tộc Việt Nam đã sáng tạo/và còn để lại trên đất nước ta một kho tàng di sản văn hóa độc đáo và đa dạng.

Bên cạnh những di tích khảo cổ từ thời đại đồ đá, đồ đồng đến thời đại kim khí, có niên đại từ hàng vạn đến hàng nghìn năm cách ngày nay cùng hàng nghìn di tích kiến trúc nghệ thuật đặc sắc của quá khứ như: đình, đền, chùa, miếu... các cung điện, lăng tẩm, các khu đô thị cổ, các làng nghề, phố nghề, kho tàng các di tích lịch sử và văn hoá Việt Nam còn bao gồm những di tích lịch sử tiêu biểu của sự nghiệp đấu tranh xây dựng và bảo vệ nền độc lập dân tộc như các khu di tích Bạch Đằng, Chi Lăng, Đống Đa, Điện Biên Phủ, đường Hồ Chí Minh, các khu địa đạo Củ Chi, Vĩnh Mốc... các nhà tù Côn Đảo, Phú Quốc, hệ thống các di tích về chủ tịch Hồ Chí Minh.

Bên cạnh đó, kho tàng các di sản văn hoá vật thể của Việt Nam còn bao gồm hàng chục triệu di vật, cổ vật và bảo vật quốc gia có giá trị đang được bảo quản và trưng bày tại hệ thống gần 150 bảo tàng các loại, phân bố ở mọi miền đất nước và tập trung ở những trung tâm văn hoá- du lịch lớn. Đồng thời với các di sản văn hoá vật thể, kho tàng di sản văn hoá Việt Nam còn bao gồm các di sản văn hoá phi vật thể tiêu biểu như tiếng nói, chữ viết, phong tục tập quán, lễ hội, nghệ thuật trình diễn, các ngành nghề thủ công truyền thống, những giá trị nổi trội về y, dược cổ truyền, về văn hoá ẩm thực, về trang phục truyền thống... của cộng đồng các dân tộc Việt Nam.

Mặt khác, mọi sự sáng tạo văn hoá đều có mối liên hệ trực tiếp và không ngừng đối với tự nhiên, với môi trường thiên nhiên mà các cộng đồng cư dân hình thành và phát triển. Với cách hiểu này, các thành phần tự nhiên, các thắng cảnh thiên nhiên gọi chung là di sản thiên nhiên có những vai trò cực kỳ quan yếu trong đời sống và sự phát triển của nhân loại. Và, cũng với những ý nghĩa này, các thắng cảnh thiên nhiên được coi là một bộ phận hữu cơ của kho tàng di sản văn hoá gắn liền với sự sáng tạo văn hoá của con người, đồng thời là đối tượng quan trọng của sự nghiệp bảo vệ và phát huy các di sản mà thiên nhiên cùng người chủ vĩ đại của nó -là con người- đã tạo ra trong quá khứ.

Do vị trí quan trọng và mối quan hệ đặc thù của các di sản thiên nhiên với các di sản văn hoá, nhìn chung, từ nhiều năm nay, việc bảo vệ và phát huy các

di sản thiên nhiên ở nước ta cũng luôn luôn được gắn liền với việc bảo tồn các di sản văn hoá.

II. Những thành tựu của công cuộc bảo vệ và phát huy giá trị kho tàng di sản văn hóa dân tộc

Từ hàng nghìn năm nay, ông cha ta rất chú trọng đến việc bảo vệ và phát huy giá trị các di sản văn hoá, coi đó là một trong những biện pháp để xác lập và vun đắp tình yêu quê hương, đất nước, một trong những động lực tinh thần, cội nguồn của sức mạnh vô địch để xây dựng và bảo vệ quốc gia dân tộc.

Thừa kế truyền thống của tiền nhân, Đảng, Nhà nước và nhân dân ta cũng rất quan tâm đến việc bảo vệ và phát huy giá trị các di sản văn hoá, coi đây là một trong những nhiệm vụ trọng tâm trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa. Nhờ đó, nhận thức về giá trị văn hóa nói chung và bảo tồn di sản văn hóa nói riêng trong cộng đồng, các cấp, các ngành từ trung ương đến địa phương ngày càng được nâng cao.

Cho đến nay, trong số hàng chục nghìn di tích lịch sử - văn hoá và danh lam thắng cảnh ở Việt Nam, tính đến tháng 7/2018 đã có 95 di tích được xếp hạng *Quốc gia đặc biệt*, 3.463 di tích xếp hạng *Di tích Quốc gia* và gần 10.000 *Di tích cấp tỉnh*. Trong số này, có 8 di sản văn hóa và thiên nhiên tại Việt Nam đã chính thức được công nhận là **Di sản Thế giới**. Đó là: *Khu di tích cố đô Huế (1993)*, *Khu thắng cảnh Hạ Long (1994, 2000)*, *Khu thánh địa Mỹ Sơn (1999)*, *Khu phố cổ Hội An (1999)*, *Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (2003)*, *Khu trung tâm Hoàng thành Thăng Long (2010)*, *Thành nhà Hồ (2012)* và *Khu danh thắng Tràng An (2014)*. Và, trong tương lai một số di sản văn hoá và thiên nhiên khác sẽ được lập hồ sơ để tiếp tục đề nghị công nhận. Bên cạnh đó đã có 12 di sản được UNESCO đưa vào **Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại và di sản phi vật thể cần được bảo vệ khẩn cấp** là: *Nhã nhạc cung đình Huế*, *Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên*, *Dân ca quan họ Bắc Ninh*, *Ca trù*, *Lễ hội Gióng đền Phù Đổng và đền Sóc*, *Hát Xoan*, *Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương*, *Đờn ca Tài tử Nam Bộ*, *Dân ca Ví*, *Giặm ở hai tỉnh Nghệ An và Hà Tĩnh*, *Thực hành Tín ngưỡng Thờ Mẫu Tam phủ*, và *Nghệ thuật Bài Chòi*. Đồng thời, tính đến giữa năm 2018 đã có 249 di sản văn hóa phi vật thể đặc sắc được đưa vào **Danh mục di sản phi vật thể quốc gia**, cùng nhiều di sản khác đã và đang được nghiên cứu bảo vệ và phát huy giá trị¹³.

Đáng chú ý là, kho tàng các di sản văn hoá phong phú và đa dạng này lại phân bố tập trung thành những cụm ở đồng bằng Bắc Bộ và châu thổ sông Cửu Long, ở miền núi phía Bắc và Tây Nguyên, ở dọc theo vùng ven biển Trung bộ, trên trục lộ xuyên Việt gần các đô thị lớn, các cửa khẩu quốc tế quan trọng, tạo những điều kiện hết sức thuận lợi cho việc hình thành và tổ chức khai thác các

¹³Theo thông kê của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch tháng 7/2018.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

trung tâm du lịch của Việt Nam. Chính vì thế, từ nhiều năm trở lại đây, các di sản văn hoá Việt Nam nói chung - bao gồm di sản văn hoá vật thể và di sản văn hoá phi vật thể - đã và đang trở thành một trong những tài nguyên du lịch quan trọng, được chú ý khai thác phục vụ sự phát triển đất nước.

Những năm qua, mặc dầu còn phải đương đầu với những khó khăn không nhỏ về kinh tế - xã hội nhưng Nhà nước ta vẫn dành cho sự nghiệp bảo tồn di tích những sự quan tâm không nhỏ. Từ các thập kỷ 80 và 90 của thế kỷ trước, *Chương trình mục tiêu chống xuống cấp và tôn tạo di tích* đã góp phần quan trọng trong việc cứu vãn hàng nghìn công trình di tích khỏi sự đổ nát, đã sưu tầm, tư liệu hóa nhiều di sản văn hóa phi vật thể có giá trị.

Từ năm 2001 việc thực hiện *Quy hoạch tổng thể bảo tồn và phát huy giá trị di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh đến năm 2020* đã và đang đạt được những hiệu quả không nhỏ. Về cơ bản, các di tích quan trọng cấp quốc gia đã thoát khỏi tình trạng xuống cấp, được bảo vệ và phát huy giá trị, đạt hiệu quả cao như Khu Di tích Lịch sử đền Hùng, Khu phố cổ Hội An, Khu di tích Mỹ Sơn, Quần thể di tích cố đô Huế, Khu di tích Văn Miếu - Quốc Tử Giám, Khu di tích danh thắng Yên Tử, Vịnh Hạ Long, Dinh Độc Lập, các khu di tích Nhà tù Côn Đảo, Phú Quốc...

Không ít di tích lịch sử- văn hóa đã và đang trở thành các trung tâm sinh hoạt văn hóa xã hội của cộng đồng, góp phần quan trọng vào việc giữ gìn và phát huy các giá trị truyền thống; giáo dục về lịch sử và văn hóa dân tộc cho thế hệ trẻ; và tích cực quảng bá về văn hóa Việt Nam, về đất nước và con người Việt Nam với bạn bè quốc tế.

Nhiều khu di sản văn hóa và thiên nhiên tiêu biểu đã trở thành những tài nguyên du lịch hấp dẫn, góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy sự phát triển du lịch- ngành kinh tế mũi nhọn ở các địa phương (chỉ riêng tiền bán vé vào cửa, *Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế và Ban Quản lý Vịnh Hạ Long* đã thu được hơn 1.500 tỷ đồng nộp vào ngân sách địa phương năm 2017).

Nhìn chung, việc khai thác các di sản văn hóa và thiên nhiên, với tư cách là các nguồn tài nguyên du lịch đa dạng và hấp dẫn, đã và đang góp phần xứng đáng vào những thành tựu rất đáng khích lệ của du lịch Việt Nam. Đó là: “lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng gấp hơn 2,5 lần, từ 5 triệu lượt năm 2010 lên 12,9 triệu lượt năm 2017, trung bình tăng 14,5% năm (đặc biệt năm 2017 tăng tới 29,1% so với 2016). Khách du lịch nội địa tăng gấp 2,6 lần, từ 28 triệu lượt năm 2010 lên 73,2 triệu lượt năm 2017, tăng trung bình 14,6%. Tổng thu du lịch tăng trên 5 lần, từ 96.000 tỷ năm 2010 lên 510.000 tỷ năm 2017, trung bình tăng 26,9%, đóng góp trên 7% GDP và tác động lan tỏa trên 13,9% GDP; tạo ra trên 1,2 triệu việc làm trực tiếp và 3,6 triệu việc làm gián tiếp. 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 22.000 cơ sở năm 2017, đặc biệt cơ sở lưu trú cao cấp 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. Thành tựu thực tế du lịch mang lại thu nhập, tạo việc làm, thúc đẩy lan tỏa phát triển các ngành, lĩnh vực liên quan, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao đời sống xã hội, tăng cường hữu nghị, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa dân tộc và bảo vệ môi trường đang từng bước khẳng định du lịch dần trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”.(1)

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu hết sức đáng khích lệ, cần thẳng thắn thừa nhận một thực tế là, hiện nay các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa cũng còn nhiều hạn chế và bất cập.

Trong những năm gần đây, nhiều di tích chưa khắc phục được những hậu quả do chiến tranh để lại, nhiều công trình đã và đang bị chiếm dụng trái phép, tình trạng xâm phạm tại nhiều di tích vẫn tồn tại trong một thời gian dài. Đồng thời, những tác động mạnh mẽ của cơ chế thị trường với sự đầu tư ồ ạt của nhiều tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài cũng đã và đang tạo nên những vi phạm không nhỏ đến bản thân các di tích cùng môi trường cảnh quan của các di tích lịch sử và văn hoá.

Mặt khác, trong thời gian qua, tuy Nhà nước ta đã có nhiều biện pháp khác nhau để gìn giữ, tôn tạo các di tích lịch sử, công trình kiến trúc và cảnh quan có giá trị nhưng những chính sách và biện pháp này còn thiếu hệ thống và vì thế, tác dụng còn nhiều hạn chế. Những tồn tại này còn có nguyên nhân từ sự thiếu đồng bộ và kém hiệu lực nhằm thực thi chức năng quản lý Nhà nước của các cấp, các ngành.

Đồng thời, bên cạnh những thành tựu và hiệu quả không thể phủ nhận của hoạt động du lịch như đã trình bày, tình trạng hoạt động du lịch hỗn tạp với sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, của nhiều đơn vị trong và ngoài ngành du lịch đã và đang chưa được quản lý chặt chẽ, khiến cho hiệu quả văn hoá và kinh tế của các hoạt động du lịch bị suy giảm.

III. Những giải pháp cơ bản nhằm tăng cường các hoạt động bảo tồn di sản văn hóa phục vụ sự nghiệp tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam

Trước những thách thức mới và yêu cầu của tình hình mới, để phục vụ sự phát triển du lịch bền vững nói riêng, tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam nói chung, chúng tôi kiến nghị cần triển khai một số nội dung cơ bản sau đây:

1. Giữa văn hóa và du lịch luôn luôn có *mối quan hệ biện chứng và trực tiếp*. Mối quan hệ này càng thể hiện rõ hơn trong sự liên hệ giữa việc bảo vệ và phát huy các di sản văn hóa - một bộ phận quan yếu của tài sản văn hóa và cũng đồng thời là một trong những bộ phận quan yếu nhất của các nguồn tài nguyên du lịch. Đồng thời, sự phát triển của du lịch lại có những tác động không nhỏ đến việc đề cao bản sắc văn hóa dân tộc, chấn hưng và bảo tồn các di sản văn hóa. Do đó, cần đẩy mạnh hơn nữa việc giáo dục, phổ biến, tuyên truyền để nâng cao nhận thức cho lãnh đạo các cấp, các ngành và các địa phương về mối

quan hệ biện chứng giữa di sản văn hóa và du lịch, về hiệu quả của sự phối kết hợp giữa bảo vệ và khai thác kinh doanh du lịch trong mối quan hệ phát triển kinh tế-xã hội.

Đồng thời, cần tranh thủ tối đa thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã và đang được đẩy mạnh ở Việt Nam, tăng cường việc ứng dụng những công nghệ mới trong các hoạt động văn hóa - du lịch, đặc biệt là xây dựng Ngân hàng dữ liệu về di sản văn hóa Việt Nam, về tài nguyên du lịch Việt Nam. Đồng thời, từng bước tin học hoá công tác quản lý các di sản văn hoá và phát triển du lịch nhằm khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên đặc biệt này.

2. Trên cơ sở khẳng định những vị trí vai trò quan yếu của các di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh và các bảo tàng, về sự đặc sắc của các di sản văn hóa phi vật thể cùng mối liên hệ hữu cơ giữa bảo tồn di sản với việc phát triển du lịch bền vững, trong thời gian tới, đề nghị UBND các tỉnh, thành phố giao cho các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các địa phương *tiếp tục việc tập trung kiểm kê, đánh giá, phân loại và xếp hạng các di sản văn hóa và thiên nhiên, kiểm kê các di sản văn hóa phi vật thể*, tạo cơ sở xây dựng và triển khai những dự án đầu tư, nâng cấp các di sản này bằng nhiều nguồn lực khác nhau, trong đó có việc điều chỉnh hoặc xây dựng mới các quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của các địa phương nói chung và quy hoạch các khu du lịch trọng điểm nói riêng.

3. *Tăng cường việc phối, kết hợp để tạo sự thống nhất, đồng bộ, liên ngành trong việc xây dựng các quy hoạch phát triển.*

Để triển khai định hướng chiến lược của ngành Du lịch được xác định rõ trong Luật Du lịch: "... Nhà nước có biện pháp bảo vệ, tôn tạo, khai thác và sử dụng hợp lý tài nguyên du lịch để phát triển du lịch bền vững. Và Nhà nước đầu tư cho việc điều tra cơ bản về tài nguyên du lịch,... có chính sách khuyến khích tổ chức, cá nhân đầu tư vào việc bảo vệ, tôn tạo, sử dụng và phát triển tài nguyên du lịch..." nhằm góp phần tích cực thực hiện Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, cần tiếp tục nghiên cứu những hình thức và biện pháp phù hợp để khai thác có hiệu quả kho tàng di sản văn hóa và thiên nhiên - nguồn tài nguyên du lịch đặc biệt.

Để có sự đồng bộ, thống nhất về định hướng và giải pháp bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa và thiên nhiên để phát triển du lịch bền vững, các quy hoạch về du lịch phải được xây dựng trên cơ sở quy hoạch về bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa; mặt khác, các quy hoạch về bảo tồn di tích phải xuất phát từ nhu cầu tổ chức các hoạt động khai thác du lịch, đặc biệt là khai thác các hồ sơ di tích đang được lưu giữ để phục vụ cho việc xây dựng quy hoạch phát triển du lịch của các địa phương.

4. *Tăng cường phối hợp trong công tác quản lý bảo vệ và khai thác môi trường du lịch biển và hải đảo*

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Cần đặc biệt quan tâm đến việc phối hợp quản lý bảo vệ khai thác môi trường du lịch biển vì hiện nay hơn 70% các điểm du lịch nghỉ dưỡng của Việt Nam đều nằm ở vùng ven biển, hàng năm thu hút trên 80% lượng khách du lịch.

Đường bờ biển Việt Nam có nhiều bãi biển có giá trị cao cho phát triển du lịch. Những bãi biển này kết hợp với nhiều loại tài nguyên du lịch khác tạo cho vùng biển và ven biển Việt Nam những địa danh du lịch nổi tiếng.

Biển Việt Nam chiếm một vị trí đặc biệt quan trọng trong việc sử dụng và khai thác, phục vụ các mục tiêu phát triển kinh tế xã hội, đặc biệt là các ngành kinh tế biển như khai thác than, dầu khí, vận tải biển, du lịch, đánh bắt và chế biến hải sản, xây dựng đô thị... song việc khai thác và sử dụng vùng biển và ven biển chưa có quy hoạch đồng bộ và sự kiểm soát chặt chẽ nên đã gây ra những tổn thất đáng kể về môi trường của các khu vực này.

Môi trường du lịch biển là môi trường mỏng manh rất dễ bị phá vỡ trước những tác động của thiên nhiên và con người. Cần chú ý đặc biệt đến vấn đề bảo vệ môi trường nước, bảo vệ đất đai và môi trường của các khu vực biển. Chính vì vậy, cần có sự phối hợp liên ngành để xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng biển và giải ven biển tại các tỉnh, thành phố xuất phát từ những điều kiện địa lý, kinh tế, lịch sử, xã hội - nhân văn và những đặc trưng văn hóa của cư dân các địa phương.

5. Phối hợp nghiên cứu, xây dựng hệ thống khu, tuyến, điểm du lịch

Theo chúng tôi, việc xây dựng các tuyến và vùng du lịch là vấn đề vừa có tính cấp thiết vừa mang tính lâu dài, vừa tạo cơ sở cho việc tăng cường các hoạt động quản lý nhà nước, vừa xây dựng những tiền đề cho sự phát triển du lịch ở Việt Nam.

Một trong những yếu tố quan yếu nhất là phải xác lập được tính hữu hiệu và hợp lý của công tác quản lý Nhà nước cùng việc thực hiện những chính sách có liên quan đến việc bảo vệ và khai thác, phát huy các tài nguyên thiên nhiên và nhân văn, đến bảo vệ môi trường tại các khu, tuyến, điểm du lịch. Trong đó, xác định trách nhiệm cụ thể của các ngành và ủy ban nhân dân các cấp trong công tác quản lý, đặc biệt là các hoạt động nhằm chỉ đạo, điều phối và kiểm soát các hoạt động để vừa bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường, vừa khai thác kinh doanh du lịch có hiệu quả nhằm từng bước ngăn chặn và xoá bỏ tình trạng lộn xộn, chòng chẹo, tranh giành các quyền lợi- đặc biệt là các lợi ích vật chất nhưng lại né tránh, đùn đẩy trách nhiệm quản lý giữa các ngành, các cấp tại hầu khắp các khu di sản văn hóa, thiên nhiên là tài nguyên du lịch và ngay trong các khu di tích đã được khoanh vùng bảo vệ, các khu du lịch đã có ranh giới, đã, đang và vẫn diễn ra hiện nay.

6. Tăng cường hợp tác liên ngành trong việc xây dựng và thực hiện các dự án đầu tư cơ sở vật chất, kết cấu hạ tầng kỹ thuật như hệ thống đường xá, bến bãi, dự án cấp thoát nước, cấp điện, phương tiện giao thông, thông tin liên lạc.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Và, một trong những vấn đề có tầm quan trọng hàng đầu là *quản lý các hoạt động trùng tu, tôn tạo các di tích, tổ chức kiểm kê sưu tầm, trình diễn nhằm khai thác có hiệu quả các di sản văn hóa phi vật thể.*

7. *Đẩy mạnh quá trình xã hội hoá các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa, phát triển du lịch bền vững.*

Khuyến khích các hoạt động nhằm phát huy vai trò của cộng đồng, bao gồm các tổ chức xã hội và các tầng lớp nhân dân tham gia vào các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hoá thông qua các hình thức hoạt động du lịch phong phú và đa dạng.

Các cơ quan quản lý di sản và du lịch cần phối hợp chặt chẽ trong các hoạt động xây dựng và mở rộng quan hệ với hệ thống các nhà trường, cơ quan, đơn vị và các tổ chức xã hội; Mục tiêu hàng đầu của hoạt động này là tăng cường sự giao lưu giữa các cơ quan quản lý Nhà nước, các tổ chức xã hội để đưa các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hoá, phát triển du lịch đến với các tầng lớp nhân dân trong xã hội.

8. *Phối hợp đẩy mạnh việc tuyên truyền, quảng bá tài nguyên du lịch và hoạt động tiếp thị du lịch dưới mọi hình thức và trên mọi địa bàn.*

9. *Phối hợp đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ công chức của ngành văn hóa để tham gia vào các hoạt động phát triển du lịch. Đồng thời, xúc tiến mạnh mẽ việc đào tạo, bồi dưỡng những kiến thức cơ bản về những nội dung giá trị của kho tàng di sản văn hóa và thiên nhiên cho đội ngũ cán bộ công chức của ngành du lịch, đặc biệt là các hướng dẫn viên du lịch.*

10. *Tăng cường hơn nữa công tác bảo vệ môi trường du lịch và ứng phó với những tác động của biến đổi khí hậu*

Hiện nay, nguy cơ của biến đổi khí hậu đã, đang và sẽ tác động to lớn, trực tiếp đến nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Ở nước ta, biến đổi khí hậu tác động đến nhiều lĩnh vực kinh tế xã hội, đặc biệt là hoạt động du lịch vì phần lớn các tài nguyên du lịch ở nước ta phân bố rải rác ở vùng duyên hải từ miền Bắc vào miền Nam. Do đó, việc nghiên cứu lồng ghép công tác bảo vệ môi trường với chuẩn bị đối phó với những tác động của biến đổi du lịch là hết sức cần thiết.

Trên đây là một số suy nghĩ bước đầu của chúng tôi về bảo tồn kho tàng di sản văn hóa và thiên nhiên - nguồn tài nguyên du lịch quan yếu tại Việt Nam. Từ thực trạng công tác bảo vệ và khai thác, phát huy giá trị kho tàng di sản văn hóa và thiên nhiên ở nước ta hiện nay, chúng tôi đề xuất những giải pháp nhằm đổi mới công tác quản lý, khai thác những tài nguyên du lịch đặc biệt này. Hy vọng rằng, những thiện ý trên đây sẽ góp phần vào việc đẩy mạnh sự tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam trên cơ sở khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên du lịch đặc biệt này./.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2018) “*Kỷ yếu Hội nghị Bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa Việt Nam vì sự phát triển bền vững*”, Hà Nội, 7-2018
2. Trương Quốc Bình (2010) “*Xã hội hóa các hoạt động bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa ở Việt Nam*”, Hội thảo khoa học quốc tế: ***Văn hóa trong thế giới hội nhập***, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội, 170-180.
3. Trương Quốc Bình (2012), “*Di sản văn hóa Việt Nam, đặc biệt là các di sản ở khu vực hạ lưu sông Mê công, trước những nguy cơ và tác động của biến đổi khí hậu*”.Tham luận tại Hội thảo khoa học quốc tế : ***Bảo tàng và di sản văn hóa trước tác động của biến đổi khí hậu*** tổ chức tại Huế, tháng 6/2012
4. Trương Quốc Bình (2013), “*Bảo vệ và khai thác các di sản văn hóa- nguồn tài nguyên du lịch đặc biệt để phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam*”, Hội thảo “***Phát huy giá trị di sản văn hóa đối với phát triển du lịch- kinh nghiệm từ Hội An, Quảng Nam***”, tr 65-73
5. Trương Quốc Bình (2014), “***Bảo vệ & phát huy giá trị di sản văn hóa Việt Nam***”, NXBVHTT, Hà Nội.
6. Trương Quốc Bình (2016), “***Bảo tồn kho tàng di sản văn hóa Việt Nam***”, NXBVHDT, Hà Nội 2016
7. Nguyễn Văn Tuấn, “*Tự hào 58 năm Du lịch Việt Nam: Hành trình và mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*” ***Website Tổng Cục Du lịch VN*** cập nhật 6/7/2018.
8. TS Hà Văn Siêu, “*Yêu cầu đặt ra trong xây dựng Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn tới*” ***Website Tổng Cục Du lịch VN***, cập nhật 7/7/2018.

**TĂNG CƯỜNG SỰ THAM GIA
CỦA CỘNG ĐỒNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH**

PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh

Ths. Lương Việt Anh

Khoa Du lịch & Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Sự tham gia của cộng đồng là một thành phần rất cần thiết và đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc đạt được các mục tiêu tổng thể phát triển du lịch. Để phát triển du lịch bền vững hướng đích nâng cao chất lượng cuộc sống con người, cần tăng cường sự tham gia của cộng đồng. Trong đó, đặc biệt coi trọng giáo dục du lịch toàn dân, bồi dưỡng nâng cao kiến thức du lịch cộng đồng tạo nguồn nhân lực và môi trường thuận lợi để ngành du lịch phát triển bền vững. Từ năm 1993 tại Bali – Indonexia, Tổ chức Du lịch Thế giới và Hiệp hội Du lịch Châu Á – Thái Bình Dương đã tổ chức hội nghị chuyên về chiến lược giáo dục đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch. Hội nghị Bali nhấn mạnh: “Cần có nhận thức đúng đắn, tiến hành tốt việc giáo dục đào tạo và huấn luyện du lịch toàn dân, tạo cho ngành du lịch một đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn đủ tiêu chuẩn quốc tế để thực hiện tốt các khâu trong công nghệ du lịch”. Trong những năm qua hoạt động thu hút sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch ở Việt Nam đã được chú ý. Vì vậy, ý thức thái độ tham gia của cộng đồng tại các điểm du lịch được nâng lên rõ rệt thông qua kết quả phát triển của ngành du lịch Việt Nam trong những năm qua. Năm 2017, Việt Nam đón 12.922.151 lượt khách quốc tế đến, tăng 29,1% so với năm 2016, xếp thứ 3 thế giới về tăng trưởng lượng khách. Du lịch Việt nam tiếp tục xác lập 2 kỷ lục mới từ trước đến nay - tổng số khách đến nhiều nhất trong một năm (12,9 triệu lượt) và mức tăng tuyệt đối cao nhất trong một năm (gần 3 triệu lượt). Tuy nhiên, sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch còn hạn chế cả về hình thức và mức độ tham gia. Bài viết này nhằm trao đổi tầm quan trọng về sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch.

Nội dung bài viết bao gồm:

- ❖ Tầm quan trọng về sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch
- ❖ Cơ hội và thách thức để tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch
- ❖ Các đề xuất và khuyến nghị nhằm tăng cường tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch.

1. Tầm quan trọng về sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch.

1.1. Khái niệm sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch.

Theo các chuyên gia môi trường “Cộng đồng là một nhóm công dân chung sống tại một khu vực địa lý, cùng chia sẻ một hệ thống giá trị, các nhu

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

câu và lợi ích chung”. Sự tham gia của cộng đồng là một thành phần không thể thiếu trong sự phát triển du lịch của điểm đến du lịch cụ thể. Sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch là một quá trình. Quá trình này được bắt đầu từ khi nhận thức vai trò, lợi ích của du lịch đối với chính bản thân họ. Sự kết thúc bằng thực hiện các hoạt động của chính họ theo các hình thức, mức độ và thời gian khác nhau. (Nguyễn Thị Mỹ Hạnh 2016). Tosun và Timothy, 2003 (Trích dẫn từ Nguyễn Thị Mỹ Hạnh 2016) sự tham gia của cộng đồng góp phần trong phát triển du lịch như sau :

Một là, sự tham gia của cộng đồng là yếu tố quan trọng để thực hiện các kế hoạch và chiến lược triển du lịch của điểm đến

Hai là, sự tham gia của cộng đồng góp phần phát triển du lịch bền vững

Ba là, sự tham gia của cộng đồng làm tăng sự hài lòng của du khách

Bốn là, sự tham gia của cộng đồng giúp các chuyên gia lập kế hoạch du lịch tốt hơn

Năm là, sự tham gia của cộng đồng góp phần phân bổ chi phí và lợi ích công bằng giữa cá thành viên trong cộng đồng

Sáu là, sự tham gia của cộng đồng giúp đáp ứng các nhu cầu của địa phương

Bảy là, sự tham gia của cộng đồng đẩy mạnh dân chủ hóa tại các điểm đến du lịch.

Sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch được thể hiện ở hình thức/ hoạt động tham gia và mức độ tham gia. Điều này có nghĩa là phải trả lời hai câu hỏi: (1) Cộng đồng tham gia trong phát triển du lịch là tham gia vào các hoạt động nào ? (2) Cộng đồng tham gia ở mức độ nào ?

Về cộng đồng tham gia trong phát triển du lịch, theo Nguyễn Thị Mỹ Hạnh 2016, có các hình thức tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch như sau :

- Tham gia vào quá trình lập quy hoạch/ dự án
- Tham gia vào quá trình thực hiện
- Tham gia trực tiếp vào các hoạt động kinh doanh dịch vụ , hàng hóa du lịch
- Tham gia vào giữ gìn và bảo tồn di sản
- Tham gia bảo vệ môi trường, giữ gìn an ninh an toàn du lịch
- Tham gia vào chia sẻ lợi ích từ du lịch
- Tham gia vào việc đánh giá hoạt động du lịch tại địa phương

Về mức độ tham gia của cộng đồng, theo Tosun 1999 sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch thể hiện ở ba mức :

- *Mức thứ nhất/thấp nhất, tham gia thụ động.* Các biểu hiện: Tham gia bị ép buộc một chiều từ trên xuống, gián tiếp, bị động mang tính hình thức; Tham gia một phần vào quá trình thực hiện dự án/ kế hoạch; Tham gia không nhất thiết phải hưởng lợi từ du lịch; do dự trong lựa chọn hoặc từ chối tham gia
- *Mức thứ hai/trung bình, tham gia do bị xui khiến, kích lệ, bắt buộc.* Các biểu hiện: Tham gia bởi sự chỉ đạo từ trên xuống; Tham gia mang tính hình thức, phần lớn là nhận thức qua loa tham gia gián tiếp hời hợt. Khi tham gia cần có sự điều khiển xui khiến từ bên ngoài; Tham gia chính vào quá trình triển khai thực hiện và hưởng lợi; Tham gia bằng cách lựa chọn trong các phương án đã được đề xuất.
- *Mức thứ ba/cao nhất, tham gia tự giác chủ động.* Các biểu hiện: Tham gia từ dưới lên, tích cực, tham gia trực tiếp, tham gia từ quá trình ra quyết định, có động cơ rõ ràng, nhận thức đầy đủ được lợi ích của phát triển du lịch mang lại, tự lập kế hoạch tham gia

1.2. Vai trò tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch

Hiện nay sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch đang được coi là loại hình du lịch tạo ra nhiều lợi ích cho cả du khách và điểm đến du lịch. Du lịch chỉ đạt được mục đích phát triển bền vững khi mà nhà quản trị du lịch áp dụng triết lý marketing theo định hướng xã hội. Cung dựa trên nguồn lực chính tại cộng đồng địa phương để tạo ra sản phẩm/ dịch vụ đáp ứng đúng mong muốn trải nghiệm du lịch của khách và làm phần vinh cho xã hội. Có nghĩa là hoạt động du lịch phải mang lại lợi ích đồng thời cho các thành phần khách du lịch, nhà kinh doanh, nhà nước và cộng đồng dân cư. Hoạt động du lịch cộng đồng là hoạt động kinh doanh. Vì vậy, một mặt chủ thể phải tuân theo và chịu sự điều tiết của quy luật quan hệ cung – cầu, giá cả, cạnh tranh. Mặt khác phải thể hiện quan hệ chủ nhà – khách quý. Mọi quan hệ giữa sự tham gia của cộng đồng địa phương và phát triển du lịch phải là mối quan hệ biện chứng và ngược lại. Du lịch tại điểm đến cụ thể có phát triển bền vững hay không trước hết phụ thuộc vào sự tham gia tích cực chủ động của cộng đồng địa phương. Sự tham gia tích cực chủ động của cộng đồng địa phương đối với phát triển du lịch chịu sự chi phối chính bởi các yếu tố nhận thức về vai trò của du lịch, lợi ích của du lịch mang lại cho họ, kinh nghiệm tham gia vào hoạt động kinh tế du lịch...

Thứ hai, vai trò tham gia tích cực của cộng đồng quyết định bản chất của sự phát triển du lịch bền vững. Một là, cộng đồng là chủ thể quản lý của hoạt động du lịch. Người dân địa phương là nguồn nhân lực chính để thực hiện cung ứng dịch vụ cho du khách. Mọi quan hệ chủ khách là trung tâm của trải nghiệm du lịch và ảnh hưởng trực tiếp đến du lịch (Shaw and William 2004). Hai là, lợi thế cạnh tranh của các điểm đến du lịch được tạo ra bởi nguồn lực tại chỗ. Sự phân chia lợi ích công bằng giữa các thành phần tham gia vào quá trình sản xuất

và tiêu dùng du lịch tại điểm đến là động lực thúc đẩy phát triển du lịch bền vững. Các thành phần chính của mô hình phát triển du lịch bền vững bao gồm nhà cung cấp chủ sở hữu - điều hành cung ứng hàng hóa dịch vụ, cầu thị trường – du khách, phân phối sản phẩm, và kỳ vọng của người tiêu dùng. Trung tâm của các thành phần này là: (1) Trung gian thúc đẩy bán – các đại lý lữ hành các nhà điều hành tour. (2) Công nghệ để kiểm soát, hỗ trợ phân phối và truyền thông tới người tiêu dùng du lịch và các tổ chức chuỗi cung ứng du lịch. (3) Thu thập dữ liệu để phát triển sản phẩm du lịch và thu thập phản hồi của người tiêu dùng, kiểm soát các hoạt động và sản phẩm, đánh giá dịch vụ du lịch; (4) Phát triển mạng lưới tình nguyện, các nhà hảo tâm và xã hội để hỗ trợ phát triển và cung cấp mạng lưới đối tác để phát triển du lịch.

Thứ ba, Chính sách của Nhà nước và Chính quyền địa phương thu hút các doanh nghiệp vừa, nhỏ hộ gia đình tại địa phương đầu tư cơ sở vật chất – kỹ thuật để kinh doanh du lịch. Khuyến khích cư dân địa phương là chủ đầu tư, xây dựng và quản lý các trang thiết bị kỹ thuật, thiết kế và xây dựng cung cấp các dịch vụ lưu trú cho khách theo kiểu nhà nghỉ sinh thái, biệt thự, làng du lịch. Thiết kế xây dựng các nhà hàng bảo đảm cung cấp dịch vụ ăn uống cho khách phù hợp với cảnh quan môi trường và nguyên liệu sẵn có của điểm đến .

Nguồn nhân lực để phát triển du lịch là một bộ phận người lao động cụ thể ở địa phương có sức khỏe và phẩm chất phù hợp, có kiến thức về du lịch, biết làm du lịch và yêu thích công việc họ làm, khả năng thích ứng nhanh với môi trường kinh doanh du lịch đem lại năng suất lao động, chất lượng và hiệu quả cao. Nguồn nhân lực tham gia vào kinh doanh du lịch bao gồm: Các cơ sở kinh doanh du lịch, Cán bộ quản lý, điều hành tại các điểm, khu du lịch; Đội ngũ điều khiển các phương tiện vận chuyển; Thuyết minh viên, hướng dẫn viên du lịch; Các hộ gia đình kinh doanh dịch vụ du lịch (lưu trú, ăn uống, bán hàng lưu niệm, biểu diễn...) tại các thôn bản .

Các yêu cầu đối với nhà quản lý điều hành kinh doanh du lịch. Ngoài tiêu chuẩn về thể lực và sức khỏe còn có các năng lực: tư duy đổi mới, các kỹ năng tạo động lực, thái độ tích cực, giải quyết vấn đề , năng lực sáng tạo, nhanh nhạy, tự tin, kỹ năng hợp tác, nhạy cảm, kỹ năng lãnh đạo, tư duy phân tích, kỹ năng giao tiếp và óc phán đoán. (Peter Robinson & Peter Wiltshier (2011).

Các yêu cầu đối với người lao động trực tiếp cung ứng dịch vụ. Ngoài tiêu chuẩn về thể lực và sức khỏe theo quy định còn bao gồm: Kỹ năng tác nghiệp cơ bản trong phục vụ lưu trú, ăn uống, giải trí, thuyết minh, trình diễn, thể hiện bản sắc văn hóa, phục vụ phương tiện đi lại, bán sản vật, hàng lưu niệm. Kỹ năng giao tiếp, ứng xử trong quá trình phục vụ du khách. Hiểu biết về khách, ý thức pháp luật, an toàn, an ninh, bảo vệ môi trường du lịch.

Mối quan hệ giữa cộng đồng với khách không chỉ dừng lại ở mối quan hệ người mua- kẻ bán thông thường mà trên thế là mối quan hệ chủ nhà - khách quý. Kiến thức, kỹ năng, thái độ và văn hoá ứng xử, văn hoá ngôn ngữ, hiểu

khách của cộng đồng là một trong các thành phần quan trọng tạo ra tính hấp dẫn của sản phẩm du lịch nơi đến.

2. Cơ hội và thách thức để tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch ở Việt Nam

2.1 Cơ hội

Việt Nam có tiềm năng lớn về nhiều mặt để phát triển du lịch, có điều kiện thiên nhiên phong phú, có nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng, có truyền thống văn hóa lâu đời với nhiều lễ hội, phong tục tập quán tốt đẹp và độc đáo, nhiều di tích lịch sử, tôn giáo, kiến trúc nghệ thuật đặc sắc, giàu bản sắc nhân văn, nguồn lao động dồi dào thông minh, cần cù và giàu lòng nhân ái. Trong những năm qua, du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển, lượng khách quốc tế đến cũng như khách 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.

Ngày 16/1/2017, Bộ Chính trị ban hành nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Đây là lần đầu tiên Bộ chính trị ra nghị quyết chuyên đề về du lịch, là sự kiện ghi dấu ấn lịch sử đặc biệt của ngành. nghị quyết đề ra 8 nhóm nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu. Bao gồm: Đổi mới nhận thức, tư duy về phát triển du lịch; cơ cấu lại ngành Du lịch bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển bền vững theo quy luật của kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế; hoàn thiện thể chế, chính sách; Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch; Tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch; Tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp và cộng đồng phát triển du lịch; Phát triển nguồn nhân lực du lịch; Tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch.

Ngày 6/10/2017, Chính phủ đã ban hành nghị quyết 103/NQ-CP về chương trình hành động thực hiện nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ chính trị khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tiếp đó, ngày 09/11/2017, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Quyết định số 4215/QĐ-BVHTTDL về Kế hoạch hành động của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thực hiện nghị quyết số 103/NQ-CP của Chính phủ.

Sau hơn 10 năm thực hiện, luật Du lịch (2005) được sửa đổi nhằm phù hợp với điều kiện thực tiễn. Ngày 19/6/2017, tại kỳ họp thứ ba, Quốc hội khóa XIV, Luật Du lịch 2017 chính thức được thông qua và có hiệu lực từ ngày 01/01/2018. Luật Du lịch 2017 được thông qua sau khi Bộ Chính trị ban hành nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, vì vậy nhiều quan điểm trong Nghị quyết 08-NQ/TW đã được chuyển tải vào Luật Du lịch 2017.

Triển khai thực hiện luật Du lịch 2017, Chính phủ đã ban hành nghị định số 168/2017/NĐ-CP ngày 31/12/2017 về quy định chi tiết một số điều của Luật

Du lịch và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL ngày 15/12/2017 về quy định chi tiết một số điều của Luật Du lịch.

Diện mạo Du lịch Việt Nam đang có những thay đổi cơ bản với sự xuất hiện của những sản phẩm hiện đại, đẳng cấp, hấp dẫn, từ đó nâng cao tính chuyên nghiệp và khả năng cạnh tranh, thu hút khách của ngành Du lịch.

2.2. Thách thức

Sự phát triển du lịch nhanh đã phát sinh một số vấn đề trong quy hoạch phát triển, dẫn đến sự xung đột lợi ích giữa chủ đầu tư lớn và cộng đồng dân cư. Nếu không được quan tâm giải quyết hài hòa, hợp lý sẽ tiềm ẩn những bất ổn gây khó khăn cho phát triển du lịch bền vững. Môi trường vệ sinh trong nước dù đã được cải thiện nhưng vẫn tồn tại những bất cập ở một số nơi, đòi hỏi cần tiếp tục khắc phục, nâng cao tiêu chuẩn dịch vụ phục vụ khách. Tình hình khách du lịch tăng nhanh, tập trung quá đông tại một vài điểm du lịch có thể dẫn đến tình trạng quá tải, ô nhiễm môi trường, trật tự an toàn. Sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch đến nay vẫn chưa tích cực toàn diện chỉ dừng lại ở mức độ tham gia vì những lợi ích vật chất. Cụ thể là nhận thức về vai trò cộng đồng trong phát triển du lịch ở mức độ thấp. Động cơ tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa rõ ràng. Năng lực tham gia kinh doanh du lịch thấp: kỹ năng về ngoại ngữ, tin học, khả năng ứng xử, kỹ năng mềm... Đây là vấn đề cần khắc phục nhằm tăng cường sự tham gia đáp ứng yêu cầu về phát triển du lịch trong thời kỳ mới.

3. Các đề xuất, khuyến nghị để tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch

3.1 Các đề xuất

3.1.1. Nhà nước/chính quyền địa phương rà soát, đánh giá ban hành kịp thời các chính sách để khuyến khích thu hút sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch.

Một là, Chính sách phát triển du lịch dựa vào cộng đồng. Bao gồm: Chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển sản phẩm du lịch dựa vào cộng đồng. Nâng cao năng lực kinh doanh du lịch cộng đồng, Chính sách hỗ trợ nguồn vốn cho cơ sở vật chất kỹ thuật để phát triển du lịch cộng đồng, Chính sách chia sẻ lợi ích kinh tế từ du lịch với cộng đồng. Chính sách hỗ trợ marketing và bán sản phẩm du lịch. Hỗ trợ lựa chọn mô hình quản lý điểm đến du lịch cộng đồng hiệu quả.

Hai là, Chính sách bảo vệ môi trường du lịch tại các khu du lịch, điểm du lịch và cơ sở kinh doanh du lịch, chính sách khuyến khích đầu tư nguồn lực sẵn có tại điểm đến du lịch, chính sách hỗ trợ vay vốn, chính sách khuyến khích khách du lịch thiện nguyện. Khách du lịch thiện nguyện được hiểu là trong chuyến đi khách kết hợp du lịch với hoạt động tình nguyện tại nơi đến du lịch

3.1.2 Thường xuyên bồi dưỡng nâng cao nhận thức về vai trò, ý nghĩa, lợi ích của phát triển du lịch cho mọi thành phần trong cộng đồng

Đối với cán bộ, công chức, viên chức và các đối tượng khác không trực tiếp quản lý và kinh doanh du lịch, nội dung bồi dưỡng tập trung vào các chủ đề: vai trò của du lịch đối với phát triển kinh tế - văn hóa, xã hội, môi trường, quản lý phát triển du lịch bền vững; Nghị quyết số 08-NQ/TW; Nghị quyết 103/NQ-CP; Quyết định số 4215/QĐ-BVHTTDL; Luật Du lịch 2017; Nghị định số 168/2017/NĐ-CP ngày 31/12/2017; Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL... thông qua hệ thống đài phát thanh truyền hình các cấp.

Đối với cán bộ quản lý, điều hành tại các điểm, khu du lịch cần thường xuyên bồi dưỡng kiến thức về kinh tế và kinh doanh du lịch; về quản lý hành chính, tâm lý du khách, về môi trường và dịch vụ du lịch, văn hoá ứng xử trong hoạt động du lịch. Ảnh hưởng của công nghệ thông tin đối với du lịch. Phát triển sản phẩm du lịch. Ảnh hưởng của môi trường đối với sự phát triển du lịch tại các điểm đến. Đối với các hộ gia đình kinh doanh dịch vụ du lịch, một mặt, cần kiên trì giảng giải từng bước nâng cao nhận thức về vai trò của phát triển du lịch trong phát triển kinh tế xã hội. Mặt khác tạo điều kiện thuận lợi để cho hộ gia đình cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách. Những kiến thức, kỹ năng được giảng dạy trong các khoá học phải đơn giản, dễ hiểu để phù hợp với khả năng tiếp thu, trình độ và yêu cầu đặt ra của hoạt động du lịch đối với người dân địa phương. Đó có thể là ngôn ngữ (những câu giao tiếp rất cơ bản bằng tiếng nước ngoài) hoặc kiến thức về môi trường, pháp luật, an ninh, vệ sinh an toàn lao động, vệ sinh an toàn thực phẩm. Các kỹ năng phục vụ, trang phục vệ sinh cá nhân, vệ sinh nơi làm việc vệ sinh dụng cụ, dọn dẹp chuồng trại, chăm sóc cây cối, vật nuôi và bảo vệ tài nguyên. Khi phục vụ khách phải thể hiện thái độ chân thành cởi mở, văn hóa đặc trưng, lòng mến khách vốn có của người Việt Nam.

Đối với thuyết minh viên tại các điểm, khu du lịch thường xuyên nâng cao kiến thức hiểu biết về tự nhiên, lịch sử, văn hóa xã hội, kinh tế của quê hương để giới thiệu và diễn giải cho du khách. Ngoài ra phải biết một ngoại ngữ thông dụng là tiếng Anh đủ để giao tiếp và có thể biết một số các câu mời, chào, chúc sức khỏe, chia tay... bằng ngôn ngữ của khách đến tham quan.

Đối với các nhà cung ứng hàng hoá và dịch vụ du lịch khác cần được bổ sung theo hướng có kiến thức rộng, biết nhiều, biết sâu về loại dịch vụ mà mình cung cấp. Yêu cầu đối với các cơ sở cung ứng hàng hóa dịch vụ tại các điểm du lịch bảo đảm nhà vệ sinh đạt chuẩn, bãi đậu xe, phòng đón tiếp, bảng chỉ dẫn, bảng niêm yết giá cả rõ ràng minh bạch, phải ký kết bản hợp đồng toàn diện (giờ hoạt động, thực đơn, đồ dùng, dụng cụ phục vụ, đồ đạc và trang trí, tuân thủ các quy định vệ sinh an toàn thực phẩm, giá cả, an ninh, an toàn...) với cơ quan có thẩm quyền.

Đối với cư dân tại điểm du lịch cần tiến hành tốt việc giáo dục đào tạo

và huấn luyện du lịch toàn dân, tạo cho ngành du lịch một đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn đủ tiêu chuẩn quốc tế để thực hiện tốt các khâu trong công nghệ du lịch.

3.1.3 Sử dụng có hiệu quả hơn các phương tiện truyền thông đại chúng ở các địa phương vào việc giáo dục lịch cho cộng đồng

Xác định rõ ràng vai trò, chức năng nhiệm vụ của Đài phát thanh, truyền hình cấp địa phương trong hoạt động tuyên truyền giáo dục làm thay đổi hành vi của cộng đồng từ chỗ bị động chuyển sang chủ động tham gia phát triển du lịch tại các địa phương. Đài truyền thanh cấp huyện/xã rất phù hợp và có hiệu quả cao trong việc giáo dục cộng đồng tham gia phát triển du lịch bởi những ưu điểm của phương tiện truyền tin này. Vì vậy ở mỗi địa phương, đài truyền thanh cấp huyện/xã cần xây dựng nội dung xúc tích về kiến thức du lịch cộng đồng, tình hình kinh doanh du lịch cộng đồng ở địa phương, cập nhật các văn bản chính sách, quy định về du lịch cộng đồng.

3.2. Các khuyến nghị và kết luận

Với chính quyền, đoàn thể các cấp cần quán triệt đầy đủ nhận thức cơ cấu kinh tế của Việt Nam là: *du lịch dịch vụ - công nghiệp - nông nghiệp*. Vì vậy cần phải có những quy định cụ thể để các chủ thể này tích cực nâng cao kiến thức về quản lý và kinh doanh du lịch - ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam

Với Hiệp hội Du lịch các địa phương và Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch/ Sở Du lịch cần có sự phối hợp kịp thời để tổ chức các khóa tập huấn để cấp giấy chứng nhận tập huấn nghiệp vụ du lịch cho người dân đang và sẽ tham gia vào các hoạt động kinh doanh du lịch

Với Đài truyền hình và truyền thanh các địa phương, ngoài các chương trình hiện có như tạp chí du lịch, du lịch qua radio có thêm dự án xây dựng chương trình đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kiến thức du lịch cho cộng đồng theo từng chủ đề.

Để phát triển du lịch bền vững phải có sự tham gia toàn diện theo các hình thức và ở mức độ tham gia tự giác chủ động của cộng đồng. Nguồn lực để phát triển du lịch là sử dụng tối đa nguồn lực cộng đồng. Tức là ba tại chỗ: vật lực tại chỗ, tài lực tại chỗ và nhân lực tại chỗ. Các nguồn lực này được liên kết với nhau bởi chiến lược, tầm nhìn, cơ chế chính sách tạo động lực và môi trường để cộng đồng tự giác tích cực tham gia các dự án phát triển du lịch. Trong đó cần đặc biệt quan tâm đến lợi ích của cộng đồng, công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kiến thức du lịch cho cộng đồng địa phương và thu hút và sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực địa phương./.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Chính trị, Đảng Cộng sản Việt Nam (2017), Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

2. Nguyễn Văn Mạnh (2016), *Giáo dục đào tạo nguồn nhân lực để phát triển du lịch cộng đồng ở Việt Nam*. Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế “Phát triển du lịch bền vững : Vai trò của nhà nước, doanh nghiệp và cơ sở đào tạo” Trường Đại học Kinh tế quốc dân , Tổng cục Du lịch tháng 10 /2016
3. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh (2016), *Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch miền núi: Nghiên cứu điển hình tại Sapa- Lào Cai*, Luận án Tiến sỹ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
4. Quỹ Châu Á và Viện nghiên cứu và Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (2012), Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng
5. Peter Robinson and Peter Wiltshier(2011), *Community Tourism*, Reseach Themes for Tourism, CAB International.

HOÀN THIỆN HỆ THỐNG THÔNG TIN THỐNG KÊ DU LỊCH VIỆT NAM

Ths. Phan Thị Thái Hà

Phó Giám đốc Trung tâm Thông tin du lịch - Tổng cục Du lịch

Vài nét về du lịch và hệ thống thông tin thống kê

Du lịch Việt Nam đang phát triển mạnh với tốc độ tăng trưởng cao liên tục trong những năm gần đây. Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị đã 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, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực khác...”

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Để có được giải pháp đúng đắn và phù hợp nhằm phát triển ngành du lịch, cần thiết phải có công cụ đánh giá được những đóng góp của du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời kịp thời nắm rõ thực trạng, các nguồn lực, khả năng đáp ứng của ngành cho xã hội ở phạm vi quốc gia cũng như từng địa phương; tình trạng hoạt động du lịch trong từng thời kỳ cụ thể. Thống kê là một trong những công cụ quản lý vĩ mô quan trọng, có vai trò cung cấp các thông tin thống kê trung thực, khách quan, chính xác, đầy đủ, kịp thời phục vụ các cơ quan nhà nước trong việc đánh giá, dự báo tình hình, hoạch định chiến lược, chính sách, xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đáp ứng nhu cầu thông tin thống kê của các tổ chức, cá nhân.

Thông tin thống kê là dữ liệu thống kê được xử lý, tổng hợp và phân tích theo phương pháp, quy trình, chuyên môn, nghiệp vụ thống kê để phản ánh đặc trưng, thuộc tính của hiện tượng nghiên cứu. Thông tin thống kê gồm số liệu thống kê và bản phân tích số liệu đó (*Theo Luật Thống kê 2015*). Thông tin thống kê được hình thành dựa trên dữ liệu thống kê (gồm dữ liệu định lượng và dữ liệu định tính), các chỉ tiêu thống kê. Hệ thống chỉ tiêu thống kê là tập hợp những chỉ tiêu thống kê phản ánh các đặc điểm của hiện tượng kinh tế - xã hội, nhằm bảo đảm quản lý, điều hành tâm vĩ mô, bảo đảm tính khả thi trong quá trình thực thi và bảo đảm tính hội nhập và so sánh quốc tế. Hệ thống chỉ tiêu thống kê gồm danh mục và nội dung chỉ tiêu thống kê. Danh mục chỉ tiêu thống kê gồm mã số, nhóm, tên chỉ tiêu. Nội dung chỉ tiêu thống kê gồm khái niệm, phương pháp tính, phân tổ chủ yếu, kỳ công bố, nguồn số liệu của chỉ tiêu thống kê và cơ quan chịu trách nhiệm thu thập, tổng hợp (*Theo Luật Thống kê 2015*).

Hệ thống thông tin thống kê du lịch Việt Nam

Hệ thống thông tin thống kê du lịch là hệ thống dữ liệu thống kê được xử lý, tổng hợp, phân tích theo phương pháp thống kê để phản ánh đặc trưng, thuộc tính của du lịch.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Trong Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08 của Bộ Chính trị đặt ra nhiệm vụ: “Bổ sung, hoàn thiện công tác thống kê du lịch để xác định rõ vị trí của ngành du lịch trong tổng thể phát triển của nền kinh tế quốc dân và của các địa phương có các tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch”. Đối với ngành du lịch, việc hình thành hệ thống thông tin thống kê du lịch rất quan trọng, đòi hỏi phải xây dựng được hệ thống thông tin thống kê đầy đủ và toàn diện, gồm những chỉ tiêu phản ánh được cung – cầu trong kinh tế du lịch, phản ánh vai trò của ngành du lịch, phản ánh về hoạt động kinh doanh du lịch, phản ánh về năng lực hoạt động của ngành du lịch, phản ánh về hoạt động đầu tư và phát triển du lịch.

Hệ thống chỉ tiêu thống kê được thiết lập theo kỳ hạn nhất định (thông thường Tháng/Quý/Năm), và đảm bảo tính so sánh giữa các vùng, các địa phương và các quốc gia.

Luật Thống kê 2015 quy định rõ các hệ thống thông tin thống kê Việt Nam, bao gồm: hệ thống thông tin thống kê quốc gia; hệ thống thông tin thống kê bộ, ngành; hệ thống thông tin thống kê cấp tỉnh; hệ thống thông tin thống kê cấp huyện. Luật quy định rõ mối quan hệ giữa các hệ thống thông tin thống kê và trách nhiệm của các cơ quan nhà nước trong việc xây dựng các hệ thống thông tin thống kê.

Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia là tập hợp các chỉ tiêu thống kê chủ yếu do cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành nhằm thu thập thông tin thống kê hình thành hệ thống thông tin thống kê quốc gia. Hệ thống chỉ tiêu thống kê bộ, ngành là tập hợp các chỉ tiêu thống kê do Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Chánh án Tòa án nhân dân tối cao, Viện trưởng Viện kiểm sát nhân dân tối cao, Tổng Kiểm toán nhà nước ban hành để thu thập thông tin thống kê hình thành hệ thống thông tin thống kê Bộ, Ngành.

Theo Luật Thống kê, trong Danh mục chỉ tiêu thống kê quốc gia, các chỉ tiêu thuộc lĩnh vực du lịch, gồm:

Mã số	Nhóm, tên chỉ tiêu	Cơ quan chịu trách nhiệm thu thập, tổng hợp
10.	Thương mại, dịch vụ	
1002	Doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống	Tổng cục Thống kê
1008	Giá trị xuất khẩu, nhập khẩu dịch vụ (Trong đó phân tổ: Dịch vụ du lịch)	- Chủ trì: Tổng cục Thống kê; - Phối hợp: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam; bộ, ngành có quản lý dịch vụ.
17.	Văn hóa, thể thao và du lịch	
1703	Doanh thu dịch vụ du lịch lữ hành	Tổng cục Thống kê
1704	Số lượt người nước ngoài đến Việt Nam	- Chủ trì: Bộ Công an, Bộ Quốc phòng; - Phối hợp: Tổng cục Thống kê.
1705	Số lượt người Việt Nam ra nước ngoài	- Chủ trì: Bộ Công an, Bộ Quốc phòng; - Phối hợp: Tổng cục Thống kê.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

1706	Số lượt khách du lịch nội địa	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
1707	Chi tiêu của khách quốc tế đến Việt Nam	Tổng cục Thống kê
1708	Chi tiêu của khách du lịch nội địa	- Chủ trì: Tổng cục Thống kê; - Phối hợp: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Đối với hệ thống chỉ tiêu thông tin cấp bộ, ngành, hiện nay, ngành Du lịch đang triển khai áp dụng hệ thống chỉ tiêu thống kê ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo Quyết định 5139/QĐ-BVHTTDL ngày 28/12/2012 của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, trong đó có 16 chỉ tiêu thuộc lĩnh vực du lịch, và 3 Thông tư của Bộ VHTTDL ban hành ngày 31/12/2014, gồm: Thông tư 25/2014/TT-BVHTTDL quy định Chế độ báo cáo thống kê tổng hợp áp dụng đối với các đơn vị trực thuộc Bộ VHTTDL (16 biểu mẫu thống kê thuộc lĩnh vực du lịch); Thông tư 26/2014/TT-BVHTTDL Quy định Chế độ báo cáo thống kê cơ sở áp dụng đối với các cơ sở, doanh nghiệp do ngành Du lịch quản lý, cấp phép; Thông tư 27/2014/TT-BVHTTDL quy định Chế độ báo cáo thống kê tổng hợp áp dụng đối với cơ quan quản lý du lịch thuộc các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

Hệ thống các chỉ tiêu này (xem Phụ lục) đã đảm bảo phản ánh khá toàn diện về vai trò, về năng lực, kết quả hoạt động của ngành du lịch, đồng thời có các chỉ tiêu được xây dựng dựa trên những chỉ tiêu theo mô hình của Tài khoản vệ tinh du lịch theo khuyến cáo của Tổ chức du lịch thế giới. Do đó, với các chỉ tiêu này, nếu được thu thập, tổng hợp đầy đủ sẽ tạo ra được hệ thống thông tin thống kê du lịch rất có giá trị đối với công tác quản lý ngành, xây dựng chính sách phát triển của ngành, cũng như đảm bảo tính so sánh quốc tế. Bên cạnh đó, tại Việt Nam đang trong quá trình triển khai áp dụng hệ thống TSA, đã có nguồn số liệu và tính toán được 7 bảng chỉ tiêu trong hệ thống 10 bảng chỉ tiêu (Một số chỉ tiêu trong hệ thống TSA đã được thể hiện tương ứng trong hệ thống chỉ tiêu thống kê du lịch cấp quốc gia, cấp bộ, ngành).

* **Thu thập thông tin thống kê du lịch:** để có một hệ thống thông tin thống kê tương đối hoàn chỉnh, phải kết hợp từ nhiều cách thức khác nhau:

- Điều tra thống kê;
- Sử dụng dữ liệu hành chính cho hoạt động thống kê nhà nước;
- Báo cáo thống kê.

* **Triển khai trong thực tế:**

Trong Danh mục chỉ tiêu quốc gia, một chỉ tiêu rất quan trọng thuộc du lịch (1002. Doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống) nhưng là chỉ tiêu gộp và thực chất thuộc 2 ngành Du lịch và Công Thương.

Trong danh mục chỉ tiêu quốc gia, nhiều chỉ tiêu cơ bản được thu thập, tổng hợp và được công bố định kỳ, đặc biệt chỉ tiêu về Số lượt người nước ngoài đến Việt Nam (1704) được công bố định kỳ hàng tháng. Qua đó giúp cho

công tác phân tích dự báo thống kê, công tác hoạch định và điều hành chính sách liên quan du lịch, nhất là việc thu hút khách quốc tế đến. Tuy nhiên, có chỉ tiêu chưa được tổng hợp và công bố định kỳ (ví dụ như chỉ tiêu số 1705), nên cũng có khó khăn trong một số công tác nghiên cứu đến đối tượng khách này.

Với hệ thống chỉ tiêu cấp bộ, ngành: Từ khi hệ thống chỉ tiêu được ban hành (16 chỉ tiêu cấp bộ, ngành kèm theo là 16 biểu mẫu thống kê cho TCDL, 3 biểu mẫu cho cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch, 3 biểu mẫu thống kê cho các Sở VH TTDL, Sở Du lịch), công tác thống kê du lịch đã và đang từng bước triển khai từ Trung ương, đến các Sở VH TTDL, sở Du lịch, các doanh nghiệp. Tuy nhiên việc thu thập, tổng hợp đảm bảo các hệ thống chỉ tiêu đặt ra vẫn chưa đầy đủ xét về cả góc độ thời gian, số lượng chỉ tiêu thống kê và số lượng các đơn vị gửi biểu tổng hợp báo cáo. Cho đến nay, nhiều chỉ tiêu thống kê chưa được thu thập thành hệ thống. Nhiều chỉ tiêu có được chỉ thông qua cuộc điều tra, trong điều kiện còn hạn chế nguồn lực tài chính và nhân sự, không thể triển khai định kỳ hàng năm.

Tổng cục Du lịch đã đầu tư ứng dụng CNTT trong công tác thống kê du lịch. Cụ thể: đã xây dựng phần mềm nhận – gửi báo cáo thống kê theo Chế độ báo cáo theo Thông tư 25, 26, 27 nói trên; xây dựng cơ sở dữ liệu thống kê du lịch (trong quá trình hoàn thiện và cập nhật thông tin, dữ liệu thống kê du lịch).

Tuy nhiên, công tác thống kê hiện nay chưa đạt được các kết quả như mong muốn. Đội ngũ chuyên trách công tác thống kê rất mỏng, thường phải kiêm nhiệm, nhiều khi có sự thay đổi; các nguồn lực đầu tư cho điều tra thông tin thống kê rất hạn hẹp. Công tác thu thập, tổng hợp báo cáo thống kê ở nhiều địa phương còn gặp khó khăn, vướng mắc nhất định, việc thực hiện báo cáo thống kê còn chậm và chưa đầy đủ. Điều này làm ảnh hưởng đến công tác thống kê du lịch ở cấp độ quốc gia.

Đề xuất một số nội dung hoàn thiện hệ thống thông tin thống kê du lịch

Hệ thống thông tin thống kê vẫn cần tiếp tục được hoàn thiện để đảm bảo phản ánh được những thay đổi mới và nhu cầu quản lý của ngành, cũng như bắt kịp, phù hợp với xu hướng và việc áp dụng của thế giới. Hệ thống thông tin thống kê được hình thành từ các dữ liệu thống kê, các chỉ tiêu thống kê. Hoàn thiện hệ thống thông tin thống kê du lịch chính là việc hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu thống kê du lịch. Việc hoàn thiện hệ thống thông tin thống kê du lịch phải từ hai góc độ: (1) hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu thống kê du lịch, và (2) thu thập thông tin thống kê đầy đủ theo biểu mẫu chỉ tiêu quy định.

*** Hệ thống chỉ tiêu thống kê du lịch:**

Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia: cần phân tách chỉ tiêu 1002 thành 2 chỉ tiêu: Doanh thu dịch vụ lưu trú và Doanh thu dịch vụ ăn uống

Hệ thống chỉ tiêu thống kê du lịch (cấp bộ, ngành) được xây dựng căn cứ Luật Thống kê 2003, Luật Du lịch 2005 và một số văn bản pháp quy khác. Hiện

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

nay, nhiều văn bản đã thay đổi, nên trong một số biểu chỉ tiêu cụ thể không còn phù hợp. Do đó, cần nhanh chóng nghiên cứu, rà soát, sửa đổi các văn bản liên quan hệ thống chỉ tiêu thống kê cấp bộ, ngành.

Cần bổ sung tiêu chí trong một số biểu mẫu thống kê đảm bảo đồng bộ giữa một số biểu thống kê. Chỉ tiêu Tổng thu từ khách du lịch (Biểu số 5103) chưa phản ánh đầy đủ các phần thu từ khách, còn thiếu Phần chi tiêu nội địa của khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài.

Tiếp tục nghiên cứu triển khai áp dụng đầy đủ các bảng chỉ tiêu theo hệ thống các bảng TSA.

Thường xuyên nghiên cứu, cập nhật để bắt kịp với xu hướng và việc áp dụng hệ thống thống kê du lịch của quốc tế, nghiên cứu bổ sung vào hệ thống chỉ tiêu cấp quốc gia hoặc cấp bộ, ngành. Những năm gần đây, nhằm đo lường những tác động đa chiều của du lịch, UNWTO với sự hỗ trợ của Ủy ban Thống kê Liên hợp quốc đã khởi động quá trình xây dựng Khung thống kê về đo lường du lịch bền vững, ở cả 3 trụ cột gồm: kinh tế, xã hội và môi trường.

* **Thu thập thông tin thống kê:** để có hệ thống thông tin thống kê hoàn thiện, việc thu thập thông tin rất quan trọng. Từ thực tế hiện nay, cần:

- Sự quan tâm từ các cấp quản lý đến các cơ sở hoạt động/kinh doanh trong lĩnh vực du lịch đối với công tác thống kê du lịch.

- Nâng cao trách nhiệm cung cấp thông tin thống kê của doanh nghiệp, cơ sở, cá nhân, tổ chức.

- Nhân lực cho công tác thống kê cần được bổ sung về số lượng, được bồi dưỡng về nghiệp vụ thống kê, du lịch.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, hình thành cơ sở dữ liệu thống kê du lịch, tạo một môi trường thuận lợi cho cả đối tượng cung cấp thông tin và quản lý, khai thác thông tin thống kê phục vụ cho việc phân tích, đánh giá, dự báo trong phát triển du lịch.

- Tăng cường đầu tư nguồn kinh phí cho công tác thống kê du lịch, đặc biệt cho các cuộc điều tra thống kê du lịch./.

PHỤ LỤC

I. Danh mục các biểu mẫu báo cáo thống kê tổng hợp áp dụng đối với các đơn vị trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Ban hành kèm theo Thông tư số 25/2014/TT-BVHTTDL ngày 31/12/2014 của Bộ VHTTDL)

Mã số	Ký hiệu biểu	Tên biểu	Kỳ báo cáo	Đơn vị chịu trách nhiệm thu thập, tổng hợp
V	Lĩnh vực du lịch			
5101	5101.N/DL-	Số lượt khách du lịch nội	Năm	Tổng cục Du lịch

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

	TCDL	địa (theo chuyên đi)		
5102	5102.N/DL-TCDL	Chi tiêu bình quân một lượt khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài	Năm	Tổng cục Du lịch
5103	5103.N/DL-TCDL	Tổng thu từ khách du lịch	Năm	Tổng cục Du lịch
5104	5104.N/DL-TCDL	Số lao động trực tiếp hoạt động du lịch	Năm	Tổng cục Du lịch
5201	5201.6T/DL-TCDL	Công suất sử dụng phòng của cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5202	5202.6T/DL-TCDL	Doanh thu của các cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5203	5203.6T/DL-TCDL	Số lượt khách do doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển phục vụ	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5204	5204.6T/DL-TCDL	Số lượt khách do các khu, điểm du lịch được công nhận phục vụ khách tham quan	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5301	5301.6T/DL-TCDL	Số lượng cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5302	5302.6T/DL-TCDL	Số lượng doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển được cấp phép	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5303	5303.6T/DL-TCDL	Số hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5304	5304.6T/DL-TCDL	Số lượng khu, điểm du lịch được công nhận phục vụ khách tham quan	6 tháng	Tổng cục Du lịch
5401	5401.N/DL-TCDL	Chi tiêu cho công tác quảng bá, xúc tiến du lịch	Năm	Tổng cục Du lịch
5402	5402.N/DL-TCDL	Số vốn đầu tư cho hoạt động du lịch	Năm	Tổng cục Du lịch
5403	5403.N/DL-TCDL	Số dự án đầu tư du lịch mới	Năm	Tổng cục Du lịch
5404	5404.N/DL-TCDL	Số vốn đầu tư du lịch mới	Năm	Tổng cục Du lịch

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

II. Danh mục các biểu mẫu báo cáo thống kê cơ sở áp dụng đối với các cơ sở, doanh nghiệp hoạt động du lịch (Ban hành kèm theo Thông tư số 26/2014/TT-BVHTTDL ngày 31/12/2014 của Bộ VHTDL)

Mã số	Ký hiệu biểu	Tên biểu	Kỳ báo cáo	Đơn vị báo cáo	Đơn vị nhận báo cáo
01	01.T/DL-DN	Kết quả kinh doanh cơ sở	Tháng	Cơ sở kinh doanh lưu trú du lịch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Sở Du lịch tỉnh/thành phố
02	02.T/DL-DN	Kết quả kinh doanh cơ sở	Tháng	Cơ sở kinh doanh lữ hành, vận chuyển, khu, điểm du lịch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Sở Du lịch tỉnh/thành phố
03	03.N/DL-DN	Đầu tư phát triển cơ sở	Năm	Cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoặc Sở Du lịch tỉnh/thành phố

III. Danh mục các biểu mẫu báo cáo thống kê áp dụng đối với các cơ quan quản lý du lịch tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương (Ban hành kèm theo Thông tư số 27/2014/TT-BVHTTDL ngày 31/12/2014 của Bộ VHTTDL)

Mã số	Ký hiệu biểu	Tên biểu	Kỳ báo cáo	Đơn vị báo cáo	Đơn vị nhận báo cáo
01	01.Q/DL-SVHTTDL	Kết quả kinh doanh du lịch	Quý	Sở VHTTDL	Tổng cục Du lịch
02	02.Q/DL-SVHTTDL	Năng lực hoạt động du lịch	Quý	Sở VHTTDL	Tổng cục Du lịch
03	03.N/DL-SVHTTDL	Đầu tư phát triển du lịch	Năm	Sở VHTTDL	Tổng cục Du lịch

**ĐẨY MẠNH TRUYỀN THÔNG VỀ VAI TRÒ CỦA DU LỊCH
TRONG TĂNG TRƯỞNG VÀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ VIỆT NAM**

Nguyễn Đức Xuyên
Tổng Biên tập Tạp chí Du lịch

Trải qua 58 năm hình thành và phát triển, Du lịch Việt Nam đã từng bước xác lập, nâng cao hình ảnh và vị thế, đang khẳng định vai trò, vị trí quan trọng trong nền kinh tế, hiện thực hóa mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo tinh thần Nghị quyết 08 NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị, góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển đất nước và tiến trình hội nhập quốc tế.

Có thể nói, chặng đường phát triển của Du lịch Việt Nam trong gần 6 thập kỷ qua có sự đóng góp không nhỏ của báo chí. Là phương tiện thông tin đại chúng thiết yếu với đời sống xã hội; là cơ quan ngôn luận của Đảng; Nhà nước; các tổ chức xã hội; tổ chức nghề nghiệp và là diễn đàn của nhân dân; báo chí – các phương tiện truyền thông đã đóng góp quan trọng vào thành tựu chung của đất nước, tích cực tuyên truyền, hướng dẫn những chủ trương đường lối của Đảng, chính sách – pháp luật của Nhà nước; phản ánh sinh động đời sống kinh tế - văn hóa – xã hội; thể hiện tâm tư nguyện vọng của các tầng lớp nhân dân; kịp thời cổ vũ, động viên, biểu dương các nhân tố điển hình; đấu tranh phê phán các hiện tượng, hành vi tiêu cực... góp phần xây dựng xã hội tiến bộ - công bằng – văn minh...

Trong lĩnh vực Du lịch, báo chí là một kênh thông tin quan trọng góp phần tích cực vào tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến. Không chỉ tạo “nhịp cầu” nối du khách với các điểm đến, báo chí – các phương tiện truyền thông còn tạo sự lan tỏa rộng rãi hình ảnh Du lịch Việt Nam thân thiện, an toàn, hiếu khách đến với quốc tế; làm thay đổi nhận thức của các cơ quan quản lý nhà nước, công chúng về vai trò quan trọng của Du lịch; đẩy mạnh việc phổ biến, tuyên truyền và sớm đưa vào cuộc sống những chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về Du lịch (Nghị quyết 08 NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị; Chương trình Hành động của Chính phủ ban hành theo Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 6/10/2017; Luật Du lịch 2017...); thay đổi cách ứng xử của con người trong việc bảo vệ môi trường nói chung, môi trường du lịch nói riêng, cũng như tác động đáng kể đến việc thay đổi hành vi ứng xử của du khách tại các điểm đến du lịch trong và ngoài nước.

Trong những năm gần đây, ngành Du lịch Việt Nam có những đột phá quan trọng, từ kết quả kinh doanh, phát triển cơ sở lưu trú, cơ sở hạ tầng và sự gia tăng nhanh chóng của các doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, vận chuyển, dịch vụ cũng như công tác xúc tiến, quảng bá; phát triển nguồn nhân lực du lịch; nghiên cứu ứng dụng công nghệ mới vào kinh doanh du lịch trong thời đại 4.0.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Du lịch phát triển còn góp phần xoá đói giảm nghèo; nâng cao dân trí; đời sống kinh tế - văn hóa của nhân dân được nâng lên rõ rệt; tạo ra khả năng tiêu thụ tại chỗ cho hàng hóa và dịch vụ, thúc đẩy các ngành khác phát triển, khôi phục nhiều lễ hội và nghề thủ công truyền thống; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế của địa phương... Hình ảnh Du lịch Việt Nam ngày càng được đánh giá cao trên bản đồ du lịch thế giới. Gần đây nhất (tháng 9/2018) Việt Nam vinh dự được nhận Giải thưởng điểm đến hàng đầu châu Á do tổ chức Giải thưởng Du lịch thế giới (World Travel Awards) bình chọn – thể hiện sự ghi nhận những thành tựu xuất sắc của Việt Nam trong lĩnh vực du lịch, bao gồm những điểm đến nổi bật, các khu nghỉ dưỡng đẳng cấp, các doanh nghiệp có chất lượng dịch vụ tốt. Trong những năm gần đây, nhiều trang web và tạp chí du lịch, kênh truyền hình uy tín thế giới đã bình chọn và vinh danh nhiều điểm đến, doanh nghiệp, sản phẩm du lịch của Việt Nam... với những danh hiệu hàng đầu thế giới. Điều này cho thấy sức hấp dẫn của Du lịch Việt Nam ngày một lan tỏa rộng rãi trên bản đồ du lịch thế giới; chất lượng - thương hiệu điểm đến Việt Nam ngày càng được khẳng định. Đây là cơ hội thu hút báo chí quốc tế quảng bá hình ảnh Việt Nam với thế giới... Bên cạnh đó, những sự kiện quốc tế được tổ chức tại Việt Nam như APEC, ASEM, ATF và các sự kiện lớn của quốc tế với sự tham dự của Việt Nam (Olympic, ASIAD, các hội chợ Du lịch quốc tế...) luôn được báo chí quốc tế đưa tin, tuyên truyền góp phần quảng bá hình ảnh điểm đến Việt Nam với bạn bè quốc tế.

Có được những kết quả nêu trên phải kể đến sự đóng góp, phối hợp hành động của các Ban, Bộ, ngành, trong đó không thể không kể đến sự đóng góp rất tích cực của các phương tiện thông tin đại chúng. Đó cũng là kết quả của quá trình nâng cao nhận thức về vai trò của du lịch từ các cơ quan báo chí. Có thể thấy, hầu hết các phương tiện thông tin đại chúng từ trung ương đến địa phương đều dành một chuyên mục riêng về du lịch, không chỉ báo, tạp chí in mà các phương tiện truyền thông điện tử như phát thanh, truyền hình, báo điện tử đều dành thời lượng phát sóng khá lớn về du lịch.

Trong thời gian qua, nhiều cơ quan báo chí, truyền thông đã chủ động ký kết hợp tác truyền thông với Tổng cục Du lịch nhằm tăng cường thời lượng, mở chuyên mục, chương trình du lịch mới. Trong đó, Ban sản xuất các chương trình giải trí (VTV3), Đài truyền hình Việt Nam đã ký kết thỏa thuận hợp tác với Tổng cục Du lịch nhằm tăng cường quảng bá Du lịch Việt Nam thông qua chương trình trò chơi truyền hình Gặp gỡ Đông Tây (Gameshow) sẽ phát trong khu giờ vàng ngày cuối tuần... Truyền hình VOV sẽ mở chương trình du lịch và bắt đầu phát sóng vào đầu năm 2019... Bản thân hệ thống báo chí của ngành Du lịch cũng được xây dựng ngày một lớn mạnh. Theo thông kê của Tạp chí Du lịch, riêng Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch; Tổng cục Du lịch có khoảng 10 ấn phẩm báo chí, trang thông tin điện tử có các chuyên mục riêng về du lịch được phát hành bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau.

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

Sự phát triển đó đã tác động nhất định tới nhận thức của công chúng về vai trò, vị trí của ngành Du lịch trong nền kinh tế quốc dân; quảng bá điểm đến; giới thiệu các dịch vụ tiện ích; ẩm thực đặc sắc tới du khách, thu hút khách quốc tế -kích cầu du lịch nội địa.

Bên cạnh đó, báo chí còn góp tiếng nói với cơ quan quản lý nhà nước về Du lịch, các địa phương, doanh nghiệp lữ hành trong vấn đề lựa chọn các điểm du lịch và sản phẩm du lịch thế mạnh nhằm tạo ra những sản phẩm du lịch mới cho Việt Nam. Thông qua các chuyên khảo sát tuyến điểm du lịch do ngành Du lịch (hoặc Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, một số CLB Du lịch, các địa phương) tổ chức, báo chí đã có những ý kiến đóng góp khá xác đáng về sản phẩm, dịch vụ cũng như góp phần không nhỏ vào việc tuyên truyền điểm đến; tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu các sự kiện, lễ hội du lịch hoặc danh lam thắng cảnh của địa phương... ; thông qua những chương trình xúc tiến du lịch tại của thị trường trọng điểm của Du lịch Việt Nam tại nước ngoài, báo chí đã cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp hoạch định chiến lược kinh doanh, định vị thị trường phù hợp, đồng thời, nâng cao nhận thức của người dân về hoạt động xúc tiến quảng bá của ngành Du lịch ở nước ngoài.

Trong bối cảnh Du lịch được Đảng, Nhà nước và toàn xã hội quan tâm, kỳ vọng; ngành Du lịch cũng hết sức nỗ lực để nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, tăng sức cạnh tranh, mở rộng giao lưu hội nhập khu vực và quốc tế, việc tăng cường công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về du lịch là việc làm hết sức cần thiết.

Vai trò của công tác truyền thông, quảng bá trên báo chí để phát triển du lịch được khẳng định trong các văn kiện của Đảng và Chính phủ; mới đây nhất là Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Chương trình Hành động của Chính phủ ban hành theo Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 6/10/2017 về thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW. Theo đó, Bộ Chính trị yêu cầu phải phát huy vai trò của các cơ quan truyền thông, tạo đột phá trong hoạt động xúc tiến quảng bá thị trường trong nước, kết hợp với nâng cao nhận thức về vai trò, vị trí ngành Du lịch. Cụ thể hóa Nghị quyết 08- NQ/TW, Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo các phương tiện báo chí phải tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức và kiến thức về phát triển du lịch trong xã hội; quảng bá hình ảnh, đất nước, con người Việt Nam, bảo đảm du lịch là một trong những nội dung thường xuyên, tập trung trong chương trình truyền thông của các cơ quan thông tin đại chúng.

Có thể khẳng định, chính dưới góc nhìn báo chí, các sản phẩm du lịch đã được biết đến nhiều hơn và rõ ràng qua kênh báo chí, các điểm đến, các khách sạn, các sự kiện du lịch được thông tin rộng rãi và hiệu quả. Những bài viết không chỉ cung cấp thông tin mà còn truyền tải cảm xúc đến người đọc, tác động đến quyết định về sự chọn lựa điểm đến... Ngoài ra, báo chí đã phát hiện những vấn đề tồn tại, hạn chế của ngành Du lịch cũng như công tác du lịch tại

Hội thảo “Du lịch với tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam”

địa phương; thông qua đó các cơ quan quản lý, đơn vị du lịch kịp thời chấn chỉnh, điều chỉnh chính sách. Mặt khác, báo chí cũng đi sâu phân tích, phát hiện những nhân tố mới, sản phẩm du lịch mới; biểu dương các điển hình tốt về làm du lịch để nhân rộng và khuyến khích những điển hình tiên tiến này.

Đề sớm đưa Du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn như mục tiêu trong Nghị quyết 08- NQ/TW đã đề ra, việc đẩy mạnh truyền thông về vai trò của du lịch trong tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam là rất cần thiết và phải làm thường xuyên. Để đạt được hiệu quả cao, sự gắn kết giữa các cơ quan báo chí, truyền thông với ngành Du lịch với sự đồng hành ủng hộ từ trung ương tới địa phương là điều kiện tiên quyết./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết 08 NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị;
2. Chương trình Hành động của Chính phủ ban hành theo Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 6/10/2017;