



## Chuyển trọng tâm phát triển du lịch từ diện rộng sang chiều sâu chất lượng và hiệu quả

09/03/2012

TÁC GIẢ : HÀ VĂN SIÊU

*Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2473/QĐ-TTg, ngày 30/12/2011. Theo đánh giá của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, có thể nói, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2001-2010 đã hoàn thành sứ mệnh với sự tăng trưởng ấn tượng của giai đoạn đầu phát triển. Trên cơ sở đánh giá nguyên nhân của những thành công và hạn chế trong giai đoạn trước, những bài học kinh nghiệm được đúc rút để kế thừa và vận dụng cho giai đoạn tới, đồng thời gắn với bối cảnh, xu hướng và nguồn lực hiện hữu, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định rõ tầm nhìn, quan điểm, mục tiêu và những giải pháp phát triển mang tính chiến lược.*

Quan điểm chiến lược dẫn dắt du lịch Việt Nam trong thập kỷ tới là **chuyển trọng tâm sang phát triển chiều sâu chất lượng và hiệu quả**. Mục tiêu đến năm 2020 đưa Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn, có đẳng cấp trong khu vực; ngành du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, hiện đại, sản phẩm du lịch có chất lượng và thương hiệu cạnh tranh, mang đậm bản sắc văn hóa Việt Nam và thân thiện môi trường. Năm 2020, Việt Nam sẽ đón 10-11 triệu lượt khách quốc tế; 47-48 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ du lịch đạt 18-19 tỷ USD, đóng góp 6,5-7% GDP, tạo ra 3 triệu việc làm, trong đó 870.000 lao động trực tiếp. Để thực hiện mục tiêu đó, quan điểm phát triển chiều sâu được quán triệt triển khai đồng bộ trên tất cả các lĩnh vực:

- Trước hết, về nhận thức, phát triển không chỉ dừng ở các chỉ tiêu số lượng, quy mô, loại hình, tốc độ, thu nhập và tạo việc làm mang lại tăng trưởng cho điểm đến. Mà xa hơn nữa, phát triển chiều sâu thể hiện cuối cùng ở mức độ hài lòng và thỏa mãn nhu cầu du lịch của khách; lấy giá trị trải nghiệm và chất lượng thụ hưởng du lịch của khách là tiêu chí phát triển. Như vậy, phát triển du lịch đồng thời có nghĩa không ngừng nâng cao giá trị thụ hưởng du lịch cho khách. Chất lượng và hiệu quả phát triển du lịch từ đó được đánh giá cả phía cung và phía cầu du lịch, đảm bảo bền vững trong mối tương quan với bảo tồn và phát huy giá trị tự nhiên và văn hóa dân tộc.

- Phát triển chiều sâu quyết định bằng hệ thống sản phẩm du lịch có chất lượng và giá trị cao. Do vậy, mọi nỗ lực đều hướng tới phát triển sản phẩm du lịch có giá trị gia tăng cao và có chất lượng đáp ứng đúng nhu cầu và mong đợi của du khách. Hướng tới du lịch Việt Nam sẽ hình thành hệ thống sản phẩm du lịch độc đáo, đặc sắc, đa dạng và đồng bộ, tạo nên sự khác biệt, đặc trưng của 7 vùng du lịch. Khai thác chiều sâu văn hóa và giá trị thiên nhiên hấp dẫn của Việt Nam làm nền tảng để xây dựng sản phẩm du lịch có chất lượng, giá trị cao, trở thành những thương hiệu du lịch nổi tiếng. Chiến lược kỳ vọng Việt Nam sẽ trở thành điểm đến thiên đường nghỉ dưỡng và thụ hưởng những giá trị tinh hoa văn hóa đặc sắc và đa dạng Việt Nam.

- Nghiên cứu thị trường phải đi trước một bước để định hướng cho quy hoạch, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch. Xác định thị trường mục tiêu nhằm tập trung thu hút phân đoạn thị trường lựa chọn có mục đích du lịch thuần túy, lưu trú dài ngày và có khả năng chi trả cao; không khuyến khích du lịch ồ ạt, đại chúng. Nghiên cứu sâu về nhu cầu và những giá trị mong đợi của từng đối tượng khách để trên cơ sở đó thiết kế sản phẩm du lịch đáp ứng đúng nhu cầu đó.

- Quy hoạch, thiết kế xây dựng sản phẩm du lịch là yếu tố nền tảng sẽ phải tiến hành công phu, bài bản, đồng bộ và có phong cách riêng. Ngành du lịch sẽ quyết tâm nâng cao chất lượng và tính khả thi của quy hoạch và thực hiện quản lý quy hoạch. Quy hoạch phải tạo được điểm nhấn, có phong cách đặc trưng, tính độc đáo khác biệt và tính liên hoàn, phải kết hợp được yếu tố truyền thống với yếu tố hiện đại. Sự đầu tư công phu trong quy hoạch quyết định đến tầm cỡ, phong cách của sản phẩm tại các khu, điểm du lịch. Đối với quy hoạch chi tiết, yếu tố chất lượng thể hiện trong việc tính toán thiết kế đảm bảo tính tiện nghi vì con người (vì lợi ích của khách) và các yếu tố: xanh, khỏe, đặc sắc, độc đáo, ấn tượng và hấp dẫn.

- Phát triển hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch trên cơ sở quy hoạch đòi hỏi sự đồng bộ cao. Quy hoạch giao thông, thông tin, truyền thông, quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị tự nhiên và văn hóa và quy hoạch các ngành liên quan đều hướng tới đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch. Đầu tư vào các công trình hạ tầng và các công trình dịch vụ sẽ được cân nhắc kỹ đảm bảo tính tập trung trọng điểm; mỗi công trình ngoài chức năng theo thiết kế còn trở thành những điểm hấp dẫn du lịch.

- Tập trung nguồn lực để đầu tư vào các lĩnh vực then chốt: phát triển nguồn nhân lực, nghiên cứu thị trường, phát triển thương hiệu chủ lực, xúc tiến quảng bá và các địa bàn trọng điểm là các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia. Nhà nước hỗ trợ đầu tư hạ tầng đồng bộ; đồng thời có chính sách huy động nguồn lực để đầu tư hình thành những khu, điểm du lịch có tầm cỡ, nổi tiếng và là điểm nhấn cho Du lịch Việt Nam.

- Phát triển nguồn nhân lực được xác định là yếu tố đột phá để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Nhà nước cùng với cộng đồng doanh nghiệp tập trung ưu tiên đầu tư phát triển nhân lực du lịch đạt trình độ chuyên nghiệp, đặc biệt tập trung đào tạo nhân lực bậc cao, đội ngũ quản lý, giám sát, giáo viên, đào tạo viên, hướng dẫn viên để thúc đẩy chuyển giao, đào tạo, huấn luyện tại chỗ theo yêu cầu công việc. Hệ thống cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch được ưu tiên tập trung đầu tư tăng cường năng lực trở thành những trung tâm đào tạo chất lượng cao.

- Thực hiện kiểm soát chất lượng dịch vụ thông qua hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn về dịch vụ du lịch, tiêu chuẩn kỹ năng nghề nghiệp du lịch. Trên cơ sở đó thực hiện thẩm định, đánh giá, xếp hạng cấp độ chất lượng dịch vụ và công nhận, quảng bá đối với những cơ sở dịch vụ kiểu mẫu; cương quyết loại bỏ những cơ sở dịch vụ kém chất lượng. Việc kiểm soát chất lượng dịch vụ là nhiệm vụ trọng tâm xuyên suốt trong giai đoạn tới để đảm bảo phát triển theo chiều sâu và tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trong ngành du lịch.

- Trong xúc tiến quảng bá du lịch chú trọng công tác thông tin, diễn giải và truyền tải giá trị sản phẩm du lịch tới khách du lịch; làm cho thị trường biết sâu hơn giá trị đặc

sắc về văn hóa và sinh thái của sản phẩm du lịch đặc trưng Việt Nam; làm cho khách hiểu và tiếp thu được giá trị giàu bản sắc văn hóa Việt Nam kết tinh trong sản phẩm du lịch. Xúc tiến quảng bá sẽ được thực hiện chủ động, tập trung theo chương trình, chiến dịch có quy mô và phân biệt từng thị trường.

Quan điểm phát triển theo chiều sâu chất lượng và hiệu quả trong Chiến lược cần được thực hiện nhất quán trong toàn ngành du lịch đồng thời phải có sự liên kết phối hợp chặt chẽ giữa trung ương và địa phương; giữa du lịch với các ngành liên quan; giữa các địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư. Sự cam kết và quyết tâm của các bên quyết định sự thành công của các chính sách và các chương trình hành động triển khai thực hiện Chiến lược./.