

# DOANH NGHIỆP DU LỊCH CẦN NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH

THS. LÃ QUỐC KHÁNH\*



Thành phố Hồ Chí Minh tập trung nhiều doanh nghiệp du lịch lớn

TỪ KHI VIỆT NAM GIA NHẬP TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI (WTO), NGÀNH DU LỊCH ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC NHỮNG KẾT QUẢ ẤN TƯỢNG. VIỆC GIA NHẬP WTO ĐÃ MỞ RA CƠ HỘI LỚN CHO DU LỊCH VIỆT NAM NÓI CHUNG VÀ CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH NÓI RIÊNG. TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP NGÀY Càng SÂU RỘNG, ĐÒI HỎI TỪNG DOANH NGHIỆP PHẢI CHỦ ĐỘNG, NỖ LỰC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, NGUỒN NHÂN LỰC, NĂNG LỰC NGUỒN VỐN... ĐỂ CÓ THỂ TỒN TẠI, CẠNH TRANH ĐƯỢC VỚI CÁC DOANH NGHIỆP TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC.

## Tình hình hoạt động

Tính đến nay, thành phố Hồ Chí Minh có 1.129 doanh nghiệp lữ hành, trong đó có 555 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, 515 doanh nghiệp lữ hành nội địa, 8 văn phòng đại diện doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam và 51 đại lý lữ hành, tăng 2,5 lần so với năm 2006 và chiếm trên 30% số lượng doanh nghiệp lữ hành cả nước; có 2.022 cơ sở lưu trú với 48.114 phòng đã xếp hạng (chiếm 18% tổng số cơ sở và 21% tổng số phòng đã xếp hạng của cả nước), trong đó có 118 khách sạn 3 - 5 sao, 1.574 khách sạn 1 - 2 sao, 2 khu căn hộ du lịch cao cấp, 328 cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn kinh doanh lưu trú du lịch. Về các cơ sở dịch vụ, hiện có 21 trung tâm mua sắm, 10 cửa hàng thời trang, 21 cửa hàng đồ mỹ nghệ, 18 siêu thị và 95 cơ sở ăn uống đã được cấp giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn phục vụ du khách. Hiện nay, thành phố có 2.601 hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 2.361 hướng dẫn viên nội địa, hơn 81.000 lao động kể cả quản lý, nhân viên đang phục vụ trong các lĩnh vực lữ hành, khách sạn...

\*Phó Giám đốc Sở Du lịch thành phố Hồ Chí Minh



### Đối với doanh nghiệp lữ hành

Đa phần các doanh nghiệp du lịch ở thành phố Hồ Chí Minh là doanh nghiệp vừa và nhỏ (chiếm đến 60 - 70%), vốn ít dẫn đến sức cạnh tranh yếu kém, thị trường dễ rơi vào tay các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là các công ty nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh, kinh nghiệm hoạt động du lịch lâu năm. Trong bối cảnh hội nhập, ngày càng nhiều công ty nước ngoài mở thêm chi nhánh, văn phòng đại diện tại thành phố càng làm gia tăng áp lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp trong nước. Trong khi đó, rất ít doanh nghiệp ngành Du lịch của Việt Nam làm được điều này ở nước ngoài, chỉ một số doanh nghiệp lớn như Saigontourist, Vietravel, hệ thống quán Ngon... có chi nhánh tại nước ngoài, chủ yếu là ở một số nước Đông Nam Á.

Hiện nay, các công ty lữ hành hầu hết đã đầu tư, đưa các phần mềm ứng dụng vào công tác quản lý, cung ứng các dịch vụ tiện ích cho du khách, trong đó nhiều doanh nghiệp đã đầu tư nhiều vào các tiện ích đặt phòng và bán tour trực tuyến như: Saigontourist, Vietravel, Truyền Thông Du lịch Việt, TST, Bến Thành, Sheraton, Caravell... Tuy nhiên, một số doanh nghiệp vẫn chưa quan tâm đầu tư đến việc ứng dụng công nghệ thông tin.

Thành phố có lợi thế về nguồn lao động trẻ, dồi dào và chi phí lao động rẻ. Tuy nhiên, năng suất lao động chỉ ở mức thấp, chủ yếu là lao động thủ công, tác phong lao động công nghiệp còn kém. Đa số lực lượng lao động trong ngành Du lịch chưa được đào tạo có hệ thống và chuyên nghiệp...

Du lịch thành phố Hồ Chí Minh đang thực sự thiếu những sản phẩm ấn tượng, mang tính đặc trưng để thu hút khách. Hiện nay, xu hướng du lịch của du khách đang dần thay đổi, họ đi du lịch không chỉ để thưởng thức cảnh đẹp mà còn có sự kết hợp với những mục đích khác như: du lịch từ thiện, du lịch chữa bệnh, du lịch thể thao... Trong khi đó, các loại hình du lịch này ở Việt Nam chưa thật sự phổ biến. Các sản phẩm bổ sung, giải trí khác cũng đơn điệu... Như vậy, các doanh nghiệp du lịch chưa xây dựng được những thương hiệu mạnh, chưa khẳng định được uy tín chất lượng và năng lực cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế.

Ngoài 30 công ty hàng đầu của ngành Du lịch thành phố Hồ Chí Minh, hầu hết các doanh nghiệp du lịch Việt Nam đều là những công ty vừa và nhỏ, thậm chí là "siêu nhỏ", vì vậy việc điều tra, nghiên cứu, thu thập thông tin về thị trường của các công ty này rất hạn chế, nhiều thị trường tiềm năng chưa được khai thác, nhiều doanh nghiệp đã phải chịu thua lỗ lớn và mất thị phần do không đi sâu nghiên cứu thị trường...

Có thể nói, hầu hết các doanh nghiệp ở thành phố chưa có hệ thống kênh phân phối đúng nghĩa kể cả khách sạn và lữ hành. Rất ít doanh nghiệp xây dựng được chương trình xúc tiến, giới thiệu một cách bài bản về sản phẩm cho khách hàng. Đa số doanh nghiệp chưa nhận thức đúng giá trị và ý nghĩa của xúc tiến thương mại, quảng cáo... Vì vậy, chi phí cho quảng cáo rất thấp, chỉ dưới 1% doanh thu (tỷ lệ này của các doanh nghiệp nước ngoài chiếm khoảng 10% - 20% doanh thu).

### Đối với các doanh nghiệp khách sạn

So với tiêu chuẩn quốc gia về xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch, nhìn chung hệ thống cơ sở lưu trú du lịch ở thành phố đáp ứng ở mức khá tốt đối với từng cấp hạng, thuộc loại hàng đầu so với các tỉnh thành trong cả nước, cơ sở vật chất được đầu tư tương xứng, được các hãng lữ hành và khách du lịch trong và ngoài nước đánh giá khá cao, có khả năng cạnh tranh với các thành phố khác trong khu vực.

Trong những năm qua, hầu hết các khách sạn cao cấp, đặc biệt là các khách sạn 4 - 5 sao đều quan tâm đầu tư các dịch vụ phục vụ du lịch MICE, góp phần hình thành và phát triển phân khúc thị trường du lịch cao cấp này cho thành phố cũng như cho cả nước...

Về cơ bản, các cơ sở lưu trú du lịch thứ hạng 4 - 5 sao có cơ sở vật chất, trang thiết bị tiện nghi hiện đại, dịch vụ phong phú, được điều hành bởi các nhà quản lý chuyên nghiệp, có chiến lược kinh doanh, quảng bá tiếp thị bài bản, chú trọng đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực về chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng nghề, ngoại ngữ và giao tiếp nên đạt được chuẩn mực quốc tế, đáp ứng tốt nhu cầu của đối tượng khách cao cấp, phục vụ thành công những sự kiện trọng đại của quốc tế và quốc gia...

### Làm gì để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch?

Nhằm góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch thành phố Hồ Chí Minh trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế thời gian tới, thiết nghĩ cần tập trung triển khai thực hiện một số giải pháp sau:

#### Đối với doanh nghiệp lữ hành

Tập trung nâng cao trình độ học vấn, hiểu biết về kinh tế - xã hội, văn hóa, luật pháp... cho các chủ doanh nghiệp, các cán bộ quản lý và người lao động trong doanh nghiệp. Liên kết với các cơ sở đào tạo để tìm được đội ngũ nhân viên có đủ những kỹ năng phù hợp với yêu cầu của doanh nghiệp. Để có thể đối phó với sự cạnh tranh từ các doanh nghiệp nước ngoài, các doanh nghiệp trong nước nên có những chiến lược phù hợp cho từng giai đoạn: có thể liên minh, liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau để giải quyết vấn đề nhân sự thời vụ; hoặc trở thành đối tác, liên minh chiến lược với các công ty du lịch lớn, nổi tiếng thế giới dưới hình thức liên doanh, liên kết, hợp tác, tái cơ cấu tổ chức theo hướng linh hoạt nhằm tận dụng được nguồn khách, nghiệp vụ quản lý, khả năng điều hành tiên tiến của các doanh nghiệp nước ngoài.

Cần tạo ra những sản phẩm đa dạng, phong phú mang thương hiệu của các doanh nghiệp nói riêng và của Du lịch Việt Nam nói chung. Để chọn được các nét khác biệt nhằm định vị cho sản phẩm, trước tiên các doanh nghiệp phải nghiên cứu tìm hiểu Du lịch Việt Nam thực sự có những điểm mạnh, khác biệt nào so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực...

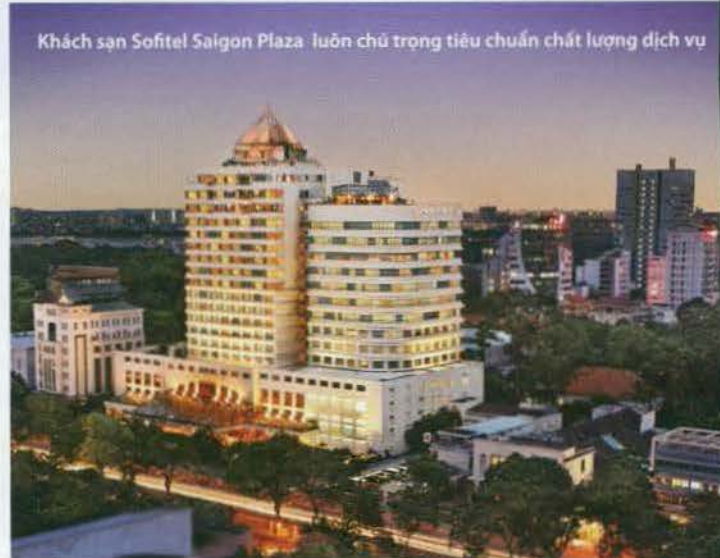
Đầu tư áp dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh du lịch trực tuyến. Khi xây dựng các website, cần lưu ý chọn đầy đủ tên miền, nội dung phong phú và được sắp xếp một cách khoa học, tối ưu hóa các từ khóa, tạo điều kiện cho khách hàng dễ dàng định hướng và tìm kiếm. Hình thức phải đẹp, thông tin được cập nhật thường xuyên với cả 2 ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh, có đường link tới các địa chỉ liên quan. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng nên tìm tiếng nói chung với các cơ quan chức năng liên quan trong việc ứng dụng công nghệ thông tin trong du lịch.





Khách sạn Rex luôn hướng tới là khách sạn "xanh"

lưu trú du lịch thực hiện tốt quy định về bảo vệ môi trường sẽ giúp cơ sở nâng cao nhận thức và ý thức của cán bộ nhân viên về tiết kiệm tài nguyên, năng lượng; giảm chi phí thông qua quản lý hiệu quả tài nguyên, chất thải, ô nhiễm trong quá trình hoạt động kinh doanh; gắn kết với địa phương do mang lại các lợi ích thiết thực cho cộng



Khách sạn Sofitel Saigon Plaza luôn chú trọng tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ



Các doanh nghiệp phải nhận thức rõ những lợi ích từ hoạt động xúc tiến thương mại, quảng cáo, từ đó có thể đầu tư thích đáng cho hoạt động này. Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể liên kết với các ngành, các cơ quan chức năng liên quan để tổ chức các cuộc hội thảo, hội thi và các sự kiện du lịch nhằm quảng bá và thu hút khách.

Các doanh nghiệp cần chủ động đa dạng hóa cơ cấu vốn để không phụ thuộc quá nhiều vào vốn vay ngân hàng. Mặt khác, Nhà nước cần hỗ trợ trong việc tăng cường nguồn lực cho các ngân hàng và cải thiện khả năng tiếp cận tín dụng cho doanh nghiệp thông qua việc hỗ trợ doanh nghiệp về lãi suất, bảo lãnh tín dụng và năng lực xây dựng phương án kinh doanh....

#### **Đối với doanh nghiệp kinh doanh khách sạn**

Xây dựng theo đúng quy hoạch, kế hoạch, định hướng phát triển kinh tế - xã hội của từng địa phương, phát triển theo hướng bền vững, theo kịp yêu cầu phát triển, không làm ảnh hưởng đến môi trường, cảnh quan. Lựa chọn và sử dụng các nhà tư vấn, thiết kế chuyên nghiệp; tham khảo bộ tiêu chuẩn quốc gia về xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch và lưu ý đến suất đầu tư để đảm bảo tiêu chuẩn, chất lượng.

Tạo ra sản phẩm độc đáo, khác biệt, mang đậm bản sắc của văn hóa dân tộc, văn hóa địa phương thông qua thiết kế kiến trúc, trang thiết bị và các sản phẩm dịch vụ trong cơ sở là những yếu tố mang lại lợi thế cạnh tranh của cơ sở lưu trú du lịch.

Nghiên cứu, đánh giá nhu cầu của thị trường và lựa chọn khách hàng mục tiêu để hướng việc thiết kế, trang trí và cung ứng các sản phẩm dịch vụ phù hợp với tâm lý, thị hiếu của khách.

Chú trọng phát triển các cơ sở lưu trú du lịch có chất lượng cao (từ 3 - 5 sao), quy mô từ 300 - 500 buồng trở lên, tại các trung tâm du lịch lớn, mang thương hiệu Việt có tầm cỡ, đẳng cấp trong khu vực và thế giới. Hạn chế việc xây dựng cơ sở lưu trú du lịch quy mô nhỏ (dưới 20 buồng).

Tăng cường đào tạo đội ngũ quản lý và kỹ năng nghề cho nhân viên theo tiêu chuẩn quốc tế. Đặc biệt, những cán bộ quản lý, giám sát các bộ phận phải thạo kỹ năng về nghiệp vụ, quản lý, thị trường và luật pháp quốc tế...

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cơ sở lưu trú du lịch cần có mối quan hệ hợp tác với các cơ sở đào tạo để tuyển dụng những sinh viên giỏi sắp ra trường nhằm xây dựng cho mình đội ngũ nhân viên trẻ, năng động có thể đảm nhiệm các vị trí quan trọng...

Trong bối cảnh khoa học, công nghệ ngày càng phát triển, việc thường xuyên cập nhật thông tin và đầu tư công nghệ, kỹ thuật mới vào quản lý và hoạt động kinh doanh nhằm tạo sự khác biệt và nâng cao sự hài lòng của khách là một yếu tố quan trọng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của cơ sở lưu trú du lịch. Do vậy, các cơ sở cần đẩy mạnh việc ứng dụng internet, phần mềm trong quản lý, cung cấp thông tin và bán sản phẩm qua mạng. Việc ứng dụng điện tử trong kinh doanh sẽ giúp tiếp cận thông tin du lịch toàn cầu nhanh chóng và hiệu quả.

Hiện nay trên thế giới, khách du lịch có xu hướng tìm đến các khách sạn "xanh", thân thiện với môi trường sinh thái. Việc cơ sở

đồng và xã hội, đồng thời gia tăng lượng khách đến lưu trú.

Các cơ sở lưu trú du lịch cần xây dựng cơ chế giá linh hoạt, có thể tăng hoặc giảm cho từng thời điểm một cách hợp lý. Tuy nhiên, cần tuyệt đối tránh việc tăng giá quá cao để bắt chẹt khách vào mùa cao điểm hoặc hạ giá quá thấp và giảm chất lượng phục vụ để thu hút khách vào mùa thấp điểm.

Để tăng khả năng cạnh tranh với các nước trong khu vực, cơ sở lưu trú du lịch cần hướng ứng chương trình kích cầu do Tổng cục Du lịch và Hiệp hội Du lịch Việt Nam phát động. Đây là chương trình khuyến mãi có sự tham gia của các nhà cung cấp dịch vụ liên quan như các phương tiện vận chuyển (hàng không, ô tô, tàu thuyền...), cơ sở mua sắm, khu vui chơi giải trí..., nhờ đó sẽ tạo ra sản phẩm du lịch trọn gói có sức hấp dẫn về giá để thu hút khách du lịch quốc tế và nội địa.

Bên cạnh đó, giải pháp hữu hiệu mà các cơ sở lưu trú du lịch cần quan tâm thực hiện để thu hút khách từ thị trường trong nước và quốc tế là tăng cường công tác xúc tiến quảng bá qua internet. Việc nắm bắt xu hướng này sẽ giúp có những chiến dịch quảng bá phù hợp, chi phí ít và hiệu quả cao. ■