

Để nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành du lịch Việt Nam

TRẦN THỊ HỒNG HẠNH*

Trong bối cảnh ngành du lịch các nước đang phát triển rất mạnh mẽ, du lịch Việt Nam cũng nhận được sự quan tâm, kỳ vọng lớn của toàn xã hội về một tương lai “cất cánh”. Tuy nhiên, với năng lực cạnh tranh luôn bị đánh giá thấp trong bảng xếp hạng khu vực đang đặt ra yêu cầu cấp thiết cho Ngành cần có những giải pháp mạnh mẽ hơn nữa, nếu không muốn tụt lại so với các đối thủ khác, đặc biệt là các nước trong khu vực ASEAN.

THỰC TRẠNG

Thời gian qua, với sự nỗ lực của ngành Du lịch, hình ảnh đất nước, con người Việt Nam đã dần đến gần hơn với bạn bè quốc tế. Nhờ vậy, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã không ngừng tăng qua các năm, từ 6 triệu lượt khách (năm 2011), lên 10 triệu lượt khách (năm 2016) (Bảng).

Tuy nhiên, kết quả đó chưa thể làm cho ngành du lịch nước ta yên tâm, bởi thời gian qua năng lực cạnh tranh của Ngành vẫn rất thấp trong bảng xếp hạng của khu vực. Đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) năm 2015 cho thấy, năng lực cạnh tranh ngành du lịch Việt Nam xếp hạng 75/141 quốc gia trên thế giới, trong khi du lịch Indonesia xếp thứ 50, Singapore thứ 11...

Trên thực tế, con số 10 triệu lượt khách năm 2016 của Việt Nam vẫn còn rất nhỏ, bởi trung bình mỗi năm Thái Lan thu hút 30 triệu khách quốc tế, Malaysia 26 triệu. Tốc độ tăng trưởng của du lịch Việt Nam trong 5 năm qua khoảng 7%, còn các nước là hơn 20%, thậm chí Myanmar là 51% (Hoa Quỳnh, 2016).

Đi vào phân tích cụ thể, có thể thấy, hoạt động du lịch nước ta thời gian qua còn nhiều bất cập. Cụ thể:

(i) *Về phát triển sản phẩm du lịch:* Du lịch Việt Nam hiện đang được khai thác, dựa trên 4 dòng sản phẩm chủ đạo là: du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch

gắn với thiên nhiên và du lịch thành phố. Tuy nhiên, do thiếu các sản phẩm đặc trưng mang đậm bản sắc dân tộc, nên du lịch Việt Nam chưa tạo nên thương hiệu mạnh đủ sức cạnh tranh với các nước. Điển hình như, ở TP. Hồ Chí Minh có rất nhiều cửa hàng với các sản phẩm làm bằng chất liệu tre, gỗ, sơn mài, đá..., nhưng nói đến sản phẩm du lịch đặc trưng của Thành phố, thì ngay cả người dân ở đây cũng “lúng túng”. Đó là lý do, du khách đến các cửa hàng lưu niệm chủ yếu để tham quan thay vì mua sắm. Theo kết quả Điều tra khách du lịch quốc tế đến Việt Nam của Tổng cục Du lịch năm 2015, cơ cấu chi tiêu bình quân của một lượt khách cho thấy, mức chi tiêu dành cho phần mềm (chi tiêu ngoài giá tour) chiếm tỷ lệ thấp, như: mua hàng hóa, đồ lưu niệm (18,34%), vui chơi giải trí (3,56%)...

Mặc dù việc liên kết đầu tư phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng theo vùng mặc dù đã được đẩy mạnh, nhưng các hoạt động liên kết vẫn mang tính hình thức, manh mún, chủ yếu là giữa chính quyền với chính quyền, thông qua việc ký kết các chương trình hợp tác... chưa tạo được hiệu ứng rộng rãi.

(ii) *Về môi trường du lịch:* Còn nhiều bất cập, cảnh quan thiên nhiên bị phá vỡ, vệ sinh môi trường không sạch sẽ, thiếu nhà vệ sinh phục vụ khách du lịch... Tình trạng vi phạm trong kinh doanh du lịch, như: kinh doanh lữ hành quốc tế không phép; doanh nghiệp không đảm bảo đủ ba hướng dẫn viên quốc tế theo quy định diễn ra thường xuyên. Đặc biệt, những vấn nạn trong môi trường du lịch, như: chèo kéo, ép khách, đeo bám khách, cướp

BẢNG: SỐ LƯỢT KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2011-2016

Năm	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Lượt khách	6.014.032	6.847.678	7.572.352	7.874.312	7.943.651	10.012.735

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu thống kê của Tổng cục Du lịch

* Trường Đại học Tân Trào | Email: tranhonghanhnhhi@gmail.com

giật, lừa đảo... đã và đang tác động xấu đến hình ảnh, điểm đến du lịch. Điển hình như, trong một bài chia sẻ gần đây trên mạng xã hội, một du khách người Mỹ đã thẳng thắn nhận xét: "Tôi đến Việt Nam là đi cho biết và sẽ không bao giờ quay lại đất nước của bạn một lần nữa đâu". Nguyên nhân được vị du khách này đưa ra là do tình trạng chặt chém, phân biệt giá cả đối với khách nước ngoài và khách Việt Nam với sự chênh lệch lớn. Mặc dù thời gian qua, chính quyền một số địa phương và các đơn vị liên quan đã triển khai nhiều biện pháp nhưng vẫn chưa có nhiều chuyển biến tích cực.

(iii) *Về kết cấu hạ tầng giao thông, khu du lịch:* Hiện nay, du khách quốc tế đến Việt Nam thông qua 5 loại phương tiện, đó là: hàng không, đường bộ, đường sắt, đường biển và đường sông. So sánh với một số nước trong khu vực, thì kết cấu hạ tầng giao thông Việt Nam còn quá hạn chế. Công suất các sân bay quốc tế của Việt Nam chỉ bằng 1/2 sân bay quốc tế của các nước khác; các phương tiện vận chuyển khác, như: đường bộ, đường sắt, đường biển và đường sông vận chuyển khách du lịch quốc tế chưa lớn, chỉ khoảng 10%-20% (Trần Hoài Nam, 2016). Đặc biệt, đường biển nước ta vẫn đang sử dụng các cảng hàng hóa, hay cảng công-tên-nơ hiện có để đón khách, chưa có cảng hành khách chuyên dụng tại một số nơi vốn là điểm đến chủ yếu của các con tàu du lịch, như: TP. Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, Nha Trang, Đà Nẵng, Huế, Hạ Long...

Bên cạnh đó, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch phát triển nhanh, nhưng chất lượng chưa cao, thiếu chuyên nghiệp. Trong năm 2016, Tổng cục Du lịch đã thực hiện kiểm tra 241 khách sạn trên cả nước và quyết định thu hồi hạng sao của 38 khách sạn và 2 căn hộ du lịch cao cấp từ 3-5 sao; có văn bản khuyến cáo và giao thời hạn 3 tháng để khắc phục, nâng cấp đối với 74 khách sạn; nhắc nhở trực tiếp yêu cầu chấn chỉnh hàng trăm khách sạn. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến hình ảnh của du lịch Việt Nam đối với du khách trong và ngoài nước.

(iv) *Về hoạt động xúc tiến đầu tư:* Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, mỗi năm, Việt Nam đầu tư trung bình khoảng 2 triệu USD cho hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch. Con số này chỉ bằng khoảng 2,9% của Thái Lan, 2,5% của Singapore, 1,9% của Malaysia (Hoa Quỳnh, 2016). Để đẩy mạnh hoạt động này, tháng 08/2016, Nhà nước đã thành lập Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch Việt Nam, tuy nhiên đến nay Quỹ này vẫn chưa đi vào hoạt động!

(v) *Về nguồn nhân lực:* Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (ITDR), đến năm 2015, du lịch Việt Nam có hơn 1,7 triệu lao động chiếm khoảng 2,5% lao động cả nước, góp phần mang lại hiệu quả xã hội trong việc tạo công ăn việc làm và đảm bảo an sinh xã hội. Tuy nhiên, con số này chưa đạt được như mục tiêu của Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 là đến năm 2015 tạo ra 2,2 triệu việc làm.

Bên cạnh đó, trình độ của lao động trong lĩnh vực du lịch còn thấp. Theo số liệu của ITDR, hiện mới có

43% lao động được đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ về du lịch. Trong đó, chỉ có 9,7% lao động được đào tạo đại học và sau đại học; chỉ khoảng 60% nhân lực ngành Du lịch có khả năng giao tiếp bằng ngoại ngữ (chủ yếu là tiếng Anh (42%)). Đây thực sự là trở ngại đối với quá trình hội nhập quốc tế của du lịch Việt Nam.

GIẢI PHÁP

Thứ nhất, đa dạng hóa sản phẩm du lịch nhằm tăng sức hấp dẫn du khách đến với Việt Nam, trong đó cần xác định sản phẩm du lịch đặc thù để tạo điểm nhấn và thương hiệu cho du lịch Việt Nam. Tập trung triển khai hiệu quả Chiến lược Phát triển sản phẩm Du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành vào tháng 08/2016 trên cơ sở khai thác tiềm năng 4 dòng sản phẩm du lịch: văn hóa, biển đảo, sinh thái, đô thị. Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch có tính liên kết cao, liên kết sản phẩm du lịch chính với sản phẩm bổ trợ để tạo nên những sản phẩm tổng hợp mang lại giá trị gia tăng cao và kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch. Một số liên kết có thể tạo ra, như: Văn hóa - Sinh thái - Nghỉ dưỡng; Sinh thái - Nghỉ dưỡng; Văn hóa - Vui chơi giải trí; Nghỉ dưỡng - Vui chơi giải trí; MICE - Văn hóa - Vui chơi giải trí...

Từng bước hình thành rõ hơn các vùng động lực phát triển của du lịch Việt Nam, bao gồm: Hà Nội - Quảng Ninh - Hải Phòng - Ninh Bình; Quảng Bình - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam; Khánh Hòa - Lâm Đồng; Bình Thuận - Bà Rịa - Vũng Tàu - TP. Hồ Chí Minh - Kiên Giang (Phước Quốc). Việc liên kết hỗ trợ phát triển sản phẩm du lịch giữa các địa phương được thực hiện trên nguyên tắc phát triển du lịch bền vững, triển khai đồng bộ và thiết thực hơn, góp phần tạo hiệu ứng lan tỏa giữa các vùng và các địa phương.

Thứ hai, tiếp tục xây dựng và ban hành nhiều chính sách ưu tiên phát triển du lịch, tăng cường sự quản lý của Nhà nước, tạo môi trường du lịch Việt Nam chuyên nghiệp. Nhà nước cần đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức và tổ chức thực hiện hiệu quả Bộ Quy tắc ứng xử văn minh du lịch; chấn chỉnh lại những hạn chế của kinh doanh lữ hành và công tác hướng dẫn du lịch; tăng cường quản lý nâng cao chất lượng điểm đến, nhất là tại các khu, điểm du lịch lớn. Đồng thời,

quan tâm hơn đến công tác quản lý hoạt động lễ hành và vận chuyển khách, đảm bảo an toàn cho khách du lịch. Phối hợp thực hiện kết nối các công ty lễ hành, doanh nghiệp du lịch, các địa phương để hình thành, phát triển, xuyên chuỗi các tour, tuyến, chuỗi sản phẩm du lịch độc đáo... Phát huy tối đa hiệu quả đường dây nóng, các cơ quan giám sát và huy động sự vào cuộc của cộng đồng cùng bài trừ những tệ nạn xấu tại các điểm đến.

Thứ ba, đẩy mạnh đổi mới hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch cả về nội dung và hình thức. Ngoài việc tham gia các hội chợ, mời báo chí nước ngoài đến tìm hiểu sản phẩm, tổ chức các sự kiện văn hóa du lịch... cần đẩy mạnh ứng dụng khoa học và công nghệ trong xúc tiến quảng bá, liên kết giữa điện ảnh, truyền hình và du lịch. Ngoài ra, cần tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch, mở rộng thị trường nguồn khách quốc tế cho du lịch Việt Nam. Đặc biệt, thời gian tới, Việt Nam cần tập trung tối đa nguồn lực cùng các quốc gia trong khu vực ASEAN phát động chiến dịch du lịch mới với 50 sản phẩm nhằm thúc đẩy mục tiêu “ASEAN - một điểm đến”.

Thứ tư, nâng cao năng lực, trình độ nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch: Thời gian tới, Việt Nam cùng các nước ASEAN thực hiện Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch (MRA-TP) cho phép dịch chuyển lao động tự do trong ngành du lịch. Do vậy, chuẩn hóa kỹ năng nghề du lịch theo tiêu chuẩn quốc tế là một yêu cầu cấp thiết đối với Việt Nam. Theo đó, việc xây dựng khung trình độ nghề du lịch quốc gia là điều kiện quan trọng để đảm bảo cho việc triển khai MRA-TP, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực,

trong đó chú trọng đào tạo kỹ năng đáp ứng các yêu cầu công việc thực tiễn. Sớm hoàn thiện và đưa vào áp dụng hai bộ Tiêu chuẩn Kỹ năng nghề Việt Nam (VTOS) về nghề lễ tân và phục vụ buồng thành tiêu chuẩn quốc gia.

Bên cạnh đó, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực du lịch cũng cần đổi mới nội dung, chương trình đào tạo theo hướng nâng cao kỹ năng thực hành. Cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch cần đẩy mạnh hợp tác nhằm đảm bảo đào tạo gắn với nhu cầu phát triển của ngành, xã hội và thị trường. Người lao động trong lĩnh vực du lịch cần chủ động học hỏi, trau dồi, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề để đạt được sự chuyên nghiệp và các tiêu chuẩn mang tầm khu vực và quốc tế.

Thứ năm, đẩy mạnh hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch và mở rộng kết nối đường hàng không, đường biển, đường bộ. Ưu tiên nguồn lực đầu tư phát triển hạ tầng giao thông, đầu tư các điểm dừng, nghỉ trên các tuyến du lịch đường bộ. Đẩy mạnh mở cửa bầu trời, tạo điều kiện cho các hãng hàng không mở các đường bay mới. Tập trung đầu tư một số cảng biển và cảng thủy nội địa chuyên dùng. Cải thiện hạ tầng và chất lượng dịch vụ đường sắt phục vụ khách du lịch. Đồng thời, tăng cường đầu tư kết cấu hạ tầng tại các cảng biển, tập trung trước mắt xây dựng 2-3 cảng chuyên dụng cho khách tàu biển theo hướng hiện đại và tiện lợi.

Bên cạnh đó, tăng cường thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch. Cần phát triển hệ thống cơ sở lưu trú phù hợp với từng loại hình sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách; phát triển hệ thống nhà hàng đạt chuẩn phục vụ khách du lịch, đảm bảo tính đa dạng về loại hình ẩm thực của mỗi vùng, miền; xây dựng các công trình vui chơi giải trí, nhà hát, trung tâm hội nghị triển lãm với quy mô và tầm cỡ quốc tế, quốc gia. Đồng thời, ngành Du lịch cần chú trọng công tác bảo tồn, tôn tạo các di tích văn hoá lịch sử; bảo vệ môi trường tự nhiên, đảm bảo vệ sinh môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm. Tăng cường công tác an ninh, an toàn cho khách du lịch và người dân, triển khai hoạt động của nhóm cảnh sát du lịch, tăng cường hỗ trợ của đường dây điện thoại nóng cho khách du lịch. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thủ tướng Chính phủ (2011). *Quyết định số 2473/QĐ-TTg, ngày 30/12/2011 phê duyệt Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*
2. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2015). *Báo cáo Kết quả điều tra khách du lịch quốc tế đến Việt Nam*
3. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2015). *Báo cáo tóm tắt kết quả 5 năm thực hiện Chiến lược Phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*
4. Lê Tuấn Lộc (2017). *Ngành Du lịch Việt Nam trong đối sánh với các nước cộng đồng ASEAN, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 7/2017*
5. Hoa Quỳnh (2016). *Việt Nam khó đuổi kịp về số lượng khách du lịch so với Thái Lan, Singapore, truy cập từ <http://baocongthuong.com.vn/viet-nam-kho-duoi-kip-ve-so-luong-khach-du-lich-so-voi-thai-lan-singapore.html>*
6. Trần Hoài Nam (2016). *Đưa giao thông công cộng phục vụ du khách Việt Nam, truy cập từ <http://www.vtr.org.vn/dua-giao-thong-cong-cong-phuc-vu-du-khach-viet-nam.html>*