

ĐỂ DU LỊCH VIỆT NAM TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN

ThS. MAI ANH VŨ – Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Đối với nhiều nước trên thế giới, du lịch đã và đang trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn. Du lịch không chỉ mang lại nguồn thu nhập lớn cho nền kinh tế, tạo việc làm, phát triển các ngành dịch vụ, cơ sở hạ tầng, mà còn thúc đẩy hòa bình, giao lưu văn hóa. Việt Nam đang nỗ lực phát huy lợi thế triển khai đồng bộ nhiều giải pháp để biến du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

Từ khóa: Du lịch, kinh tế mũi nhọn, giao lưu văn hóa, dịch vụ

In many countries in the world, tourism has become one of the key economic sectors. Tourism not only brings great revenues to the economy, creates jobs, develops service sectors and infrastructure, but also promotes peace and cultural exchange. Vietnam is also trying to bring the advantage into play to implement many solutions to turn tourism into a key economic sector of the country.

Keywords: tourism, key economic sectors, cultural exchange, services

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam

Thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, ngày 3/8/2016, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ban hành Quyết định số 2714/QĐ-BVHTTDL phê duyệt Đề án “Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Đây là văn bản hoạch định hướng đi căn bản của ngành Du lịch với tầm nhìn dài hạn theo quan điểm, mục tiêu và giải pháp chiến lược.

Mục tiêu tổng quát của Đề án là đến năm 2020, du lịch Việt Nam cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới; Phấn đấu đến năm 2030, Việt Nam trở

thành quốc gia có ngành du lịch phát triển.

Bên cạnh đó, Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị, nêu rõ mục tiêu đến năm 2020, ngành Du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực.

Mục tiêu đặt ra là đến năm 2020, Việt Nam thu hút được từ 10-10,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế (tăng trưởng hàng năm đạt 7,6%), đáp ứng được 48 triệu lượt khách nội địa (tăng trưởng đạt 5,3% hàng năm). Doanh thu từ du lịch đến năm 2020 sẽ tăng đến 18-19 tỷ USD, đóng góp 6,5 - 7% GDP vào năm 2020, thu hút 42,5 tỷ USD vốn đầu tư, tăng nguồn cung buồng lưu trú lên đến 580.000 buồng; Tăng tổng số lao động trong ngành du lịch lên hơn 3 triệu lao động (trong đó có 870.000 lao động trực tiếp), đảm bảo phát triển du lịch sẽ góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Việt Nam, cải thiện cuộc sống cho người dân; Phát triển du lịch xanh, gắn hoạt động du lịch với giữ gìn và phát huy các giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường, đảm bảo các dự án phát triển du lịch phải tuân thủ luật môi trường...

Tuy nhiên, Nghị quyết số 08-NQ/TW cũng thẳng thắn đánh giá, ngành Du lịch nước ta còn một số hạn chế, yếu kém. Du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của xã hội. Sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh chưa cao; 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...

Một số giải pháp phát triển du lịch Việt Nam

Để đạt được những mục tiêu đề ra, ngành Du lịch phải có những giải pháp kịp thời như: Phát triển sản phẩm du lịch; Đầu tư hệ thống hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đi đôi với đào tạo và phát triển nguồn nhân lực; Phát triển thị trường xúc tiến quảng bá thương hiệu, gắn liền với đầu tư và chính sách phát triển, đồng thời tích cực triển khai thực hiện hợp tác quốc tế về du lịch, hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách và liên quan đến du lịch.

Ngành Du lịch cần đặt trọng tâm vào phát triển du lịch có chất lượng, có thương hiệu, có tính chuyên nghiệp và hiện đại trên cơ sở khai thác tối ưu nguồn lực và lợi thế quốc gia, phát huy tính liên ngành, liên vùng và vai trò của các doanh nghiệp.

Đối với phát triển sản phẩm và định hướng thị trường, cần tập trung xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đặc trưng và chất lượng cao trên cơ sở phát huy giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, có thể mạnh nổi trội.

Bên cạnh đó, cần xác định thị trường mục tiêu với phân đoạn thị trường theo mục đích du lịch và khả năng thanh toán; ưu tiên thu hút khách du lịch có khả năng chi trả cao, có mục đích du lịch thuần túy, lưu trú dài ngày; Phát triển thị trường nội địa chú trọng khách nghỉ dưỡng, giải trí, lễ hội, mua sắm; đồng thời tập trung thu hút thị trường khách quốc tế; Phát triển các thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp và thương hiệu điểm đến nổi bật để từng bước tạo dựng hình ảnh, thương hiệu cho Du lịch Việt Nam.

Trước hết, tiếp tục tập trung hỗ trợ phát triển các thương hiệu du lịch có tiềm năng như: Saigontourist, Vinpearl Land, Hạ Long, Phú Quốc, Mũi Né, Hội An, Huế, Sapa, Đà Lạt; Đẩy mạnh và chuyên nghiệp hóa công tác xúc tiến quảng bá du lịch nhằm vào thị trường mục tiêu theo hướng lấy điểm đến, sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch làm tiêu điểm; Coi trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu về chất lượng, hợp lý về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo để đảm bảo tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh và hội nhập khu vực, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch; tập trung đào tạo nhân lực bậc cao, đội ngũ quản lý trở thành lực lượng "máy cái" để thúc đẩy chuyên gia, đào tạo tại chỗ theo yêu cầu công việc.

Đồng thời, cần định hướng và tổ chức phát

triển du lịch theo vùng lãnh thổ phù hợp với đặc điểm tài nguyên du lịch gắn với vùng kinh tế, vùng văn hoá, vùng địa lý, khí hậu và các hành lang kinh tế. Trong mỗi vùng có các địa bàn trọng điểm du lịch tạo thành các cụm liên kết phát triển mạnh về du lịch. Vùng phát triển du lịch có không gian và quy mô phù hợp, có đặc điểm thuận nhất về tài nguyên, địa lý và hiện trạng phát triển du lịch; tăng cường khai thác yếu tố tương đồng và bổ trợ trong vùng, yếu tố đặc trưng của vùng và liên kết khai thác yếu tố liên vùng để phát triển mạnh sản phẩm đặc thù, tạo các thương hiệu du lịch vùng. Đầu tư phát triển du lịch có trọng tâm, trọng điểm theo định hướng ưu tiên; tiếp tục đầu tư nâng cao năng lực và chất lượng cung ứng du lịch, kết cấu hạ tầng, xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch.

Tại Việt Nam, du lịch được xác định đến năm 2020 là ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước.

Để hiện thực hóa những định hướng phát triển nêu trên cần có giải pháp triệt để từ phía Nhà nước, trước hết cần hoàn thiện cơ chế, chính sách theo hướng khuyến khích phát triển; tăng cường hợp tác giữa khu vực công và khu vực tư nhân, phân cấp mạnh về cơ sở, khai thác tốt tính chủ động, năng động của DN với vai trò kết nối của hội nghề nghiệp; tăng cường kiểm soát chất lượng, bảo vệ và tôn vinh thương hiệu. Bên cạnh đó, cần huy động tối đa nguồn lực về tài nguyên, tri thức, tài chính trong và ngoài nước, tăng cường hợp tác quốc tế và ứng dụng khoa học công nghệ (đặc biệt là trong phát triển thương hiệu và xúc tiến quảng bá); Tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý ở mỗi cấp và liên ngành, liên vùng; Hình thành những tập đoàn, tổng công ty du lịch đầu tàu, có tiềm lực mạnh, thương hiệu nổi bật.

Tài liệu tham khảo:

1. Hoàng Văn Hoan (2003), "Để du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn", *Tạp chí Du lịch Việt Nam*;
2. Thủ tướng Chính phủ (2013), "Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030";
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2016) "Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030".