

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH ASEAN ĐẾN NĂM 2025:

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN XANH, TOÀN DIỆN VÀ DỰA TRÊN TRI THỨC

22/11/2018

(TITC) - Tại Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) 2016 tại Philippines (01/2016), các Bộ trưởng Du lịch ASEAN đã công bố Chiến lược phát triển du lịch ASEAN đến năm 2025. Đây là định hướng quan trọng đối với sự phát triển của du lịch ASEAN trong bối cảnh Cộng đồng kinh tế ASEAN đã chính thức được thành lập, sự liên kết giữa các nước ASEAN nói chung, du lịch các nước nói riêng ngày càng chặt chẽ. Bài viết này giới thiệu và phân tích một số đặc điểm nổi bật của Chiến lược này, đồng thời đề xuất một số nội dung du lịch Việt Nam cần chú trọng nhằm hội nhập du lịch khu vực một cách hiệu quả và bền vững.



Phiên họp Bộ trưởng Du lịch ASEAN lần thứ 21 tại Chiang Mai, Thái Lan

Chiến lược phát triển du lịch ASEAN 2016-2025 xác định tầm nhìn đến năm 2025, ASEAN sẽ trở thành "điểm đến du lịch chất lượng cao, đem lại cho du khách những trải nghiệm đa dạng và độc đáo; phát triển theo hướng bền vững, có trách nhiệm, toàn diện, cân

bằng; đóng góp đáng kể đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của người dân trong toàn khu vực”. Để hiện thực hóa tầm nhìn, Chiến lược đã đề ra 02 định hướng lớn, bao gồm: (1) Nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch ASEAN với tư cách là điểm đến chung và (2) Đảm bảo phát triển bền vững và toàn diện. Mười chương trình hành động đã được xác định cụ thể để hướng đến các mục tiêu đề ra.

Một số mục tiêu cụ thể bao gồm: Đóng góp GDP của ngành du lịch ASEAN tăng từ 12% lên 15%; Đóng góp về số lượng việc làm tăng từ 3,7% lên 7%; Chi tiêu trung bình của khách du lịch quốc tế tăng từ 877 đô la Mỹ lên 1.500 đô la Mỹ; Thời gian lưu trú trung bình của khách du lịch quốc tế tăng từ 6,3 đêm lên 8 đêm; Số lượng đơn vị được nhận các giải thưởng theo các tiêu chuẩn ASEAN tăng từ 86 lên 300; Số lượng các dự án nhằm phát triển chuỗi giá trị dựa trên cộng đồng tăng từ 43 lên trên 300.

Một số đặc điểm nổi bật của Chiến lược phát triển du lịch ASEAN 2016-2025 như sau:

Một là, vấn đề năng lực cạnh tranh được nêu là yếu tố then chốt nhằm thu hút khách du lịch đến ASEAN, bao gồm các yếu tố: marketing, phát triển sản phẩm, đầu tư, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, nguồn nhân lực, kết nối và cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện thuận lợi về đi lại. Đây có thể coi là điểm đột phá, khác biệt so với Chiến lược giai đoạn 2011-2015 khi các lĩnh vực nêu trên chưa có sự kết nối thực sự chặt chẽ do được thảo luận và triển khai trong khuôn khổ tại các nhóm công tác các nhau.

Hai là, yêu cầu phát triển theo hướng bền vững, có trách nhiệm, toàn diện và cân bằng được nhấn mạnh với tư cách là một (01) trong hai (02) định hướng chiến lược quan trọng. Khái niệm “toàn diện” được hiểu là sự tham gia của các đối tượng liên quan đến phát triển du lịch, đặc biệt là các cộng đồng dân cư địa phương và khu vực tư nhân. Đây là yêu cầu quan trọng để đảm bảo tính bền vững trong phát triển du lịch ASEAN.

Ba là, cơ chế triển khai Chiến lược được xác định rõ ràng thông qua (1) Ủy ban Năng lực cạnh tranh, (2) Ủy ban Phát triển bền vững và toàn diện, (3) Ủy ban Đánh giá, Giám sát và Khai thác các nguồn lực và (4) Ủy ban Giám sát nghề du lịch. Bên cạnh đó có các bên đối thoại, các cơ quan chức năng của ASEAN, Hiệp hội Du lịch ASEAN và các đối tác khác. Từng chương trình hành động đều có lộ trình rõ ràng để các ủy ban có thể hoạch định hoạt động cụ thể cho từng giai đoạn, hướng đến mục tiêu đặt ra.

Bốn là, các mục tiêu đề ra được định lượng cụ thể, đặc biệt là các chỉ tiêu về đóng góp kinh tế và việc làm, là cơ sở đánh giá kết quả các hoạt động và đóng góp của ngành, từ đó nâng cao vai trò của ngành du lịch đối với sự phát triển của Cộng đồng ASEAN nói chung và đối với từng nước nói riêng.

Mặc dù có những định hướng rõ ràng, việc triển khai Chiến lược dự báo sẽ gặp nhiều khó khăn do nguồn lực tài chính hạn chế; nhân sự chủ yếu mang tính kiêm nhiệm hoặc theo hợp đồng ngắn hạn; cơ chế đồng thuận, quyết định chủ yếu qua các phiên họp khiến quá trình ra quyết định không thể linh hoạt. Tuy nhiên, đây là bước tiến về chiến lược, tầm nhìn và cả bước đi cụ thể đối với cơ chế hợp tác du lịch ASEAN, hướng tới sự phát triển bền vững và cạnh tranh. Đối với Việt Nam, về cơ bản, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã thể hiện các nội dung tại Chiến lược phát triển du lịch ASEAN 2016-2025. Tuy nhiên, Chiến lược phát triển du lịch ASEAN 2016-2025 gợi ý định hướng phát triển du lịch Việt Nam nên tập trung vào một số nội dung sau đây:

Một là, cần xác định rõ hơn một số chỉ tiêu đặt ra tại Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trên cơ sở hệ quy chiếu chung, đặc biệt các chỉ tiêu về đóng góp GDP, việc làm, thời gian lưu trú, các dự án phát triển du lịch cộng đồng để đánh giá được đúng vai trò thông qua đóng góp của ngành du lịch.

Hai là, cần tập trung có trọng điểm vào một số nội dung trực tiếp đối với ngành du lịch nhằm mục đích nâng cao năng lực cạnh tranh, đặc biệt là marketing, phát triển sản phẩm, chất lượng sản phẩm, dịch vụ và nguồn nhân lực. Đồng thời, cần phối hợp chặt chẽ với các Bộ/ngành, địa phương nhằm thúc đẩy phát triển các lĩnh vực đầu tư, kết nối và cơ sở hạ tầng, tạo điều kiện thuận lợi về đi lại.

Ba là, sự phát triển bền vững tập trung hơn vào việc thu hút sự tham gia của các nhóm dân cư, cộng đồng và khu vực tư nhân để khai thác hiệu quả các nguồn lực và phân bổ hài hòa lợi ích thu được từ phát triển du lịch.

Tóm lại, Chiến lược phát triển du lịch ASEAN 2016-2025 là văn kiện được xây dựng khá công phu, khoa học trên cơ sở kế thừa và phát huy kết quả hợp tác du lịch ASEAN giai đoạn 2011-2015 trong bối cảnh hội nhập ASEAN ngày càng sâu rộng. Mặc dù có những hạn chế khách quan, Chiến lược là tài liệu tham khảo quan trọng cho các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch Trung ương, địa phương và các doanh nghiệp trong việc triển khai Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030./.

Trung tâm Thông tin du lịch