

PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG CỦA NHẬT BẢN VÀ MỘT SỐ GỢI Ý CHO VIỆT NAM

● PHẠM THỊ THU HÀ

TÓM TẮT:

Trong những năm gần đây, nhờ có chính sách quản lý, vận hành, phát triển du lịch hợp lý, ngành Du lịch Nhật Bản đã đạt mức phát triển cao và ổn định, được cộng đồng quốc tế đánh giá cao. Trong phạm vi bài viết, trên cơ sở khái quát sự phát triển du lịch bền vững ở Nhật Bản, tác giả rút ra một số gợi ý chính sách cho Việt Nam trong phát triển du lịch bền vững.

Từ khóa: Du lịch, Nhật Bản, phát triển bền vững, Việt Nam.

1. Thực trạng phát triển du lịch bền vững của Nhật Bản

Để phát triển du lịch bền vững, Chính phủ Nhật Bản đặc biệt coi trọng việc xây dựng chiến lược quốc gia về phát triển du lịch và cụ thể hóa thông qua các chương trình hành động. Năm 2008, Nhật Bản công bố Sách Trắng về du lịch, đưa ra những chuẩn mực cụ thể về phát triển du lịch bền vững gắn với bảo vệ môi trường. Theo đó “môi trường” và “phát triển” cùng tồn tại trong sự hài hòa, chứ không phải là loại trừ lẫn nhau, do đó, để “phát triển bền vững” thì cần phải bảo vệ môi trường. Đặc biệt trong các hoạt động thúc đẩy du lịch quốc gia cần phải chú ý đến vấn đề bảo vệ môi trường và vẻ đẹp của các danh lam thắng cảnh. Cho đến thời điểm hiện tại, Nhật Bản vẫn đang trong quá trình xây dựng và hoàn thiện chính sách phát triển du lịch bền vững, tập trung vào các vấn đề sau: Sử dụng du lịch để

nâng cao tỷ lệ việc làm: Tăng cường đào tạo để nâng cao kỹ năng trong ngành du lịch; Khuyến khích tinh thần kinh doanh, khả năng cạnh tranh và đổi mới trong ngành du lịch; Thúc đẩy mạng lưới hỗ trợ và đạo đức trong kinh doanh du lịch; Thúc đẩy du lịch có trách nhiệm như một yếu tố để phát triển văn hóa xã hội; Hạn chế biến đổi khí hậu và tăng cường sử dụng năng lượng sạch; Thúc đẩy sử dụng hiệu quả năng lượng và tiết kiệm trong ngành du lịch; Thúc đẩy chất lượng và văn hóa trong dịch vụ du lịch; Phối hợp du lịch với bảo vệ thiên nhiên và đa dạng sinh học; Sử dụng bền vững tài nguyên thiên nhiên; Giảm số lượng chất thải du lịch; Bảo vệ cảnh quan du lịch; Cải thiện hệ thống giao thông và quản lý sử dụng đất; Kiểm soát sự phát triển của giao thông liên quan đến du lịch và các tác động bất lợi của nó đối với môi trường; Chuyển đổi cân bằng giữa các phương thức vận tải cho du lịch.

Chính phủ Nhật Bản có những cơ chế tạo ra tính liên kết giữa các cấp, các bộ, ngành trung ương với địa phương trong vấn đề quy hoạch, quản lý và phát triển du lịch. Ban Du lịch Nhật Bản luôn phối hợp với các bộ, ngành có liên quan đến du lịch để chỉ đạo các địa phương triển khai các hoạt động du lịch trong phạm vi thẩm quyền của mình. Qua đó đề xuất, trình Chính phủ phê duyệt từ các chính sách, chiến lược cho đến các chiến dịch, chương trình xúc tiến quảng bá đối với từng thị trường trong từng giai đoạn nhất định, đảm bảo cho ngành Du lịch Nhật Bản hoạt động xuyên suốt và hiệu quả, phù hợp với mục tiêu phát triển chung của đất nước. Bên cạnh đó, những tổ chức ở Nhật Bản như Ủy ban Môi trường, Hiệp hội Bảo vệ di sản thiên nhiên Nhật Bản, Hội đồng Xúc tiến du lịch sinh thái Nhật Bản, những hiệp hội du lịch sinh thái tại các địa phương,... đều có sự gắn kết chặt chẽ với cộng đồng dân cư trong việc bảo tồn và phát triển bền vững các nguồn tài nguyên tự nhiên, lịch sử, và văn hóa của địa phương.

Ngoài ra, việc khuyến khích công dân tham gia vào các chương trình giáo dục văn hóa và các hoạt động để thúc đẩy chất lượng của những trải nghiệm văn hóa thông qua du lịch là việc nên làm. Chính phủ Nhật Bản đã có những hỗ trợ về mặt tài chính nhằm đảm bảo những chính sách đưa ra có tác động hiệu quả đến ngành Du lịch và đã thu hút được một bộ phận người dân Nhật Bản, sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho du lịch. Tất cả những yếu tố trên đã góp phần không nhỏ vào việc xác lập định hướng và hỗ trợ cho ngành du lịch tại Nhật Bản phát triển mạnh.

Từ những năm đầu của thế kỉ XXI, bên cạnh việc ban hành các chính sách về du lịch (Luật Cảnh quan, Luật Quy hoạch thành phố lịch sử,...) Nhật Bản tích cực phát huy sức mạnh cộng đồng trong phát triển du lịch với phương châm “Thương hiệu của lối sống”, qua đó đưa ra một khái niệm mới “nơi khách du lịch muốn ghé thăm” là “nơi mà người dân địa phương đang tích cực sống”, xây dựng các điểm đến độc đáo (lĩnh vực nông nghiệp - nông thôn) và khai thác một cách sáng tạo những nét văn hóa của mình (lĩnh vực ẩm thực), để từ đó “thương hiệu hóa” những di tích lịch sử, những

điểm du lịch thu hút khách của từng địa phương. Người dân Nhật Bản đã tạo ra những sản phẩm du lịch ấn tượng và đầy tính nghệ thuật bằng cách áp dụng các kĩ thuật của thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 vào nông nghiệp như: để tạo ra những cánh đồng lúa/cánh đồng hoa đẹp như tranh vẽ, người dân nước này đã sử dụng các phần mềm thiết kế trên máy tính để vẽ và tính toán hình ảnh, làm sao có thể nhìn thấy từ xa (kể cả trên máy bay) nhằm mục đích tăng tính quảng cáo thương mại. Sau đó, khi thời vụ đến, người ta chọn ra các giống lúa/giống hoa/giống trái cây (loại chuyển đổi gen) để tạo ra nhiều gam màu khác lạ như đỏ đậm, vàng và trắng, và pha trộn với các giống cây truyền thống để làm ra các thiết kế như đã vẽ trên máy vi tính, biến những ruộng lúa/vườn cây thành những bức tranh đẹp, trở thành điểm du lịch hấp dẫn không thể bỏ qua. Bên cạnh đó, trong lĩnh vực ẩm thực, kể từ sau khi được UNESCO chính thức công nhận là di sản văn hóa phi vật thể thế giới (tháng 12/2013), Washoku (Ẩm thực truyền thống Nhật Bản) đã được Cơ quan Xúc tiến Du lịch Nhật Bản (Japan National Tourism Organization - JNTO) sử dụng như là một công cụ hữu hiệu để quảng bá và phát triển du lịch. Sau quá trình lựa chọn các món ăn tiêu biểu đại diện cho từng vùng miền, họ tổ chức các hoạt động tuần lễ văn hóa du lịch tại nước ngoài - trong đó chú trọng các hoạt động biểu diễn chế biến món ăn đặc trưng và có sự trải nghiệm của khách hàng, giới thiệu về văn hóa ẩm thực truyền thống Nhật Bản qua việc trình chiếu các phim phóng sự, băng hình và sử dụng các hình ảnh tĩnh về văn hóa ẩm thực.

Bên cạnh việc áp dụng nhiều biện pháp để cải tiến thủ tục (thủ tục visa), xây dựng hệ thống cửa hàng miễn thuế, tăng cường các chuyến bay và gia tăng các loại hình dịch vụ đặc sắc, Nhật Bản đã rất nỗ lực trong vấn đề marketing để phát triển du lịch. Nhiều chương trình xúc tiến du lịch liên tục được triển khai, các ứng dụng internet marketing không ngừng phát triển để tăng tính hiệu quả cho các hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch. Ví dụ: JNTO đã thiết lập 15 văn phòng đại diện của Nhật Bản ở nước ngoài để tiến hành hoạt động quảng bá du lịch và tham gia

hầu hết các hội chợ quốc tế về du lịch như: ITE Hồng Kông, ITE Đài Loan, KOTFA (Hàn Quốc), NASTAS Travel (Singapore), WTM (Anh)... Ngoài ra, người Nhật cũng đã khai thác triệt để yếu tố công nghệ thông tin - mạng internet để hỗ trợ quảng cáo du lịch Nhật Bản. Đặc biệt, từ năm 2015 đến năm 2017, Bộ Kinh tế - Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản đã công bố một website (<http://nipponquest.com>) để truyền tải những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể (ẩm thực, quà đặc sản, lễ hội, danh lam thắng cảnh...) phục vụ cho du lịch Nhật Bản đến cộng đồng thế giới.

Với những hành động cụ thể, đồng bộ trên, du lịch Nhật Bản đã có sự phát triển nhanh và bền vững. Năm 2000, tổng doanh thu của ngành Du lịch chỉ chiếm khoảng 2,2% GDP của Nhật Bản. Đến năm 2001, tổng doanh thu du lịch quốc tế đạt 5.6 tỷ USD. Nhật Bản được xếp thứ 4 trên thế giới về mức chi tiêu du lịch quốc tế với 34,4 tỷ USD¹. Tuy nhiên, cho tới thời điểm hiện tại, Nhật Bản đã vươn lên giữ vị trí là nền kinh tế Lữ hành và Du lịch lớn thứ 3 trên thế giới theo đánh giá thường niên của Hội đồng Lữ hành và Du lịch Thế giới về tác động kinh tế và tầm quan trọng xã hội của ngành Du lịch.

Năm 2018, hoạt động lữ hành và du lịch của Nhật Bản đã đóng góp 40,604,2 tỷ yên cho nền kinh tế, tương đương với 367,7 tỷ đô la Mỹ, đưa Nhật Bản trở thành nền kinh tế lữ hành và du lịch lớn thứ 3 trên thế giới². Lữ hành và du lịch tại Nhật Bản đã đạt tỷ lệ tăng trưởng 3,6%/năm, đóng góp 7,4% GDP cho nền kinh tế Nhật Bản; đã hỗ trợ được 4,6 triệu việc làm chiếm 6,9% tổng số việc làm. Du lịch trở thành ngành "cứu cánh" của Nhật Bản trong bối cảnh nền kinh tế đang trong thời kỳ suy giảm.

2. Một số gợi ý cho Việt Nam trong phát triển du lịch bền vững

2.1. Tăng cường tính liên kết trong quản lý phát triển du lịch

Trong quá trình thực thi chính sách phát triển du lịch, Việt Nam cũng cần học tập Nhật Bản trong việc tăng cường tính liên kết giữa các cấp, các bộ, ngành trung ương với địa phương, tăng cường tính liên kết giữa ngành du lịch với các

ngành nghề khác; chú trọng đến phát huy tài sản trí tuệ địa phương trong phát triển du lịch thuộc khuôn khổ hành lang pháp lý cho phép. Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh triển khai việc hình thành các chuỗi liên kết vùng trong phát triển du lịch giữa các địa phương nhằm khai thác tối đa lợi thế của du lịch trong cả một vùng lãnh thổ rộng lớn bao gồm nhiều tỉnh, thành phố, hoặc tăng cường kết nối và khuyến khích các tập đoàn kinh tế tư nhân trong và ngoài nước bỏ vốn đầu tư nhằm phát triển du lịch. Qua đó, đã phát huy mạnh mẽ nguồn lực của thành phần kinh tế tư nhân nhằm gia tăng khả năng cạnh tranh cho du lịch Việt Nam.

2.2. Phát huy sức mạnh của cộng đồng trong phát triển du lịch

Việt Nam hoàn toàn có thể học hỏi những kinh nghiệm quý báu của Nhật Bản trong việc phát huy sức mạnh của cộng đồng để phát triển du lịch, qua đó chia sẻ lợi ích hoạt động du lịch với cộng đồng và tận dụng sự sáng tạo của cộng đồng để "thương hiệu hóa" các điểm đến cho du lịch Việt Nam. Việc nâng cao ý thức, vai trò của người dân địa phương và mạnh dạn áp dụng mô hình trao quyền cho cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch là cần thiết và Việt Nam nên có một kế hoạch cụ thể và phù hợp với mỗi địa phương/vùng miền trong cả nước. Nhà nước ta và các địa phương cần có chính sách khuyến khích, hỗ trợ phát triển các loại hình du lịch làng nghề truyền thống; tăng cường năng lực tham gia của cộng đồng; tuyên truyền nâng cao nhận thức; phát triển mô hình nghỉ tại nhà dân (homestay) tại các điểm tham quan di sản văn hóa và các làng nghề truyền thống. Hỗ trợ xúc tiến quảng bá du lịch văn hóa cộng đồng; hỗ trợ chuyển đổi nghề sang làm du lịch ở các vùng nông thôn, ven đô nơi có các di sản văn hóa.

2.3. Tăng cường đầu tư, phát triển hạ tầng du lịch

Nhật Bản rất coi trọng đầu tư vào cơ sở hạ tầng phục vụ đời sống và du lịch với những chính sách qui hoạch và phát triển hệ thống giao thông tiện lợi và hiện đại, chính sách đầu tư mở rộng cơ sở lưu trú và vui chơi giải trí, các chính sách phát triển nguồn nhân lực du lịch và "cơ sở hạ tầng

mềm” phục vụ cho du lịch. Việt Nam nên học hỏi kinh nghiệm của Nhật Bản trong việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng du lịch theo hướng chuyên nghiệp và hiện đại, mà trước hết là cần có những chính sách quy hoạch đường giao thông một cách có hệ thống và đồng bộ để giảm bớt những khó khăn của việc vận chuyển trong du lịch, tăng tốc độ di chuyển cho các phương tiện giao thông và rút ngắn thời gian trên ô tô của du khách, từ đó du khách sẽ có thêm nhiều thời gian để tham quan, mua sắm và tiêu tiền nhiều hơn. Mặt khác, trong vấn đề xây dựng cơ sở vật chất phục vụ cho du lịch, ngoài việc đa dạng hóa các loại hình khách sạn để cho du khách có nhiều lựa chọn, chúng ta cần phải chú ý đến xây dựng cơ sở vui chơi, giải trí, các khu du lịch và các quần thể du lịch để giữ khách lưu lại lâu hơn, tăng nguồn thu và tăng khả năng hấp dẫn khách đến nhiều lần.

Bên cạnh đó, nhằm để lại ấn tượng tốt đẹp với khách du lịch quốc tế, bên cạnh yếu tố “cơ sở hạ tầng cứng” thì nguồn nhân lực du lịch (hướng dẫn viên du lịch) thông thạo ngoại ngữ, giỏi chuyên môn và phục vụ tốt là yếu tố rất quan trọng. Nhật Bản đã rất thành công trong việc đào tạo nghiệp vụ và kỹ năng cho hướng dẫn viên du lịch theo phương châm của “tinh thần omotenashi” - tinh thần phục vụ bằng cả tấm lòng của người Nhật Bản. Trong lĩnh vực du lịch, omotenashi được xem là sự tiếp đón, chăm sóc khách hàng với tất cả

những hành vi tận tụy và tinh tế nhất. Nó tạo ra bầu không khí yên bình và thư giãn, nơi khách hàng sẽ có được những trải nghiệm khó quên.

2.4. Tăng cường marketing trong phát triển du lịch

Tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá hình ảnh Việt Nam thông qua các hoạt động giao lưu văn hóa quốc tế, các hội chợ du lịch quốc tế thường niên, các chương trình Ngày Văn hóa Việt Nam ở nước ngoài. Tổng cục Du lịch Việt Nam cần phối hợp với Bộ Ngoại giao Việt Nam, Hội Liên lạc người Việt Nam ở nước ngoài thành lập các văn phòng xúc tiến và quảng bá sản phẩm du lịch Việt Nam tại các nước trong khu vực và trên thế giới. Cần phải nâng cao hơn nữa sự hiện diện của hình ảnh du lịch Việt Nam thông qua việc kết hợp các kênh truyền thông quảng bá, tham dự các hội chợ du lịch thế giới và tăng cường sự hiện diện của các văn phòng đại diện du lịch Việt Nam tại nước ngoài để tuyên truyền và quảng bá du lịch Việt Nam. Bên cạnh đó, cũng cần phải chú trọng đầu tư về kỹ thuật để thúc đẩy du lịch trực tuyến. Là quốc gia thuộc khu vực các nền kinh tế năng động ở châu Á, có dân số trẻ, công nghệ internet phát triển nhanh nên Việt Nam chính là môi trường lý tưởng để phát triển du lịch trực tuyến và internet marketing du lịch là công cụ hữu hiệu để phát triển du lịch Việt Nam ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ <http://www.tourism.jp/en/tourism>

² <http://www.tourism.jp/en/tourism>

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Phạm Trường Hoàng (2008). Kinh nghiệm du lịch sinh thái tại Nhật Bản đối với Việt Nam. *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, Số 6, tr.32-33, 47.
2. Phạm Trung Lương (2015). *Phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, Hà Nội.
3. Nguyễn Phúc Lưu (2020). Kinh nghiệm phát triển bền vững du lịch di sản văn hóa của Nhật Bản và một số khuyến nghị cho Việt Nam. <https://www.quanlynhanuoc.vn>, ngày 27/10/2020.

4. Tổng cục Du lịch (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, NXB Lao động và Xã hội, Hà Nội.

5. <http://www.tourism.jp/en/tourism>

Ngày nhận bài: 11/10/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/10/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 31/10/2020

Thông tin tác giả:

ThS. PHẠM THỊ THU HÀ

Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Nhật Bản,

Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội

**THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF JAPAN'S TOURISM INDUSTRY AND SUGGESTIONS
FOR VIETNAM'S TOURISM SECTOR**

● **MA. PHAM THI THU HA**

Faculty of Japanese Linguistics and Culture
University of Languages and International Studies
Vietnam National University - Hanoi

ABSTRACT:

In recent years, thanks to reasonable tourism management and appropriate development policies, the tourism industry of Japan has witnessed a sustainable and strong development and has been highly appreciated by the international community. This paper presents a general view on the sustainable development of Japanese tourism sector, thereby having some policy suggestions for Vietnam's tourism industry.

Keywords: Tourism, Japan, sustainable development, Vietnam.