

PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU TẠI CHỖ THÔNG QUA DU LỊCH TẠI VIỆT NAM

● NGUYỄN VĂN TUYẾN

TÓM TẮT:

Việt Nam là một trong những quốc gia có nhiều tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên nhân văn đặc trưng, phong phú phù hợp để phát triển du lịch. Du lịch không chỉ giúp quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt với thế giới mà còn góp phần không nhỏ cho sự phát triển kinh tế - xã hội thông qua việc xuất khẩu tại chỗ các sản phẩm du lịch và các sản phẩm liên quan.

Bài viết phân tích thực trạng hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua ngành Du lịch, từ đó đề xuất một số giải pháp cơ bản nhằm phát triển hoạt động này theo hướng bền vững.

Từ khóa: Xuất khẩu, du lịch, xuất khẩu tại chỗ, phát triển du lịch, du lịch Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, du lịch được xem là một trong những ngành kinh tế lớn nhất thế giới, chiếm hơn 30% tổng giá trị thương mại về dịch vụ và là ngành có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất. Trong bối cảnh đó, các nước đang phát triển có nhiều cơ hội để phát triển ngành “công nghiệp không khói” này, Việt Nam là một trong những quốc gia có nhiều tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên nhân văn đặc trưng, phong phú để phát triển du lịch.

Trong giai đoạn hiện nay, Việt Nam đã từng bước “tích cực hội nhập quốc tế để phát triển đất nước; nâng cao vị thế và uy tín của Việt Nam trong khu vực và trên thế giới” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2016). Cùng với tiến trình hội nhập quốc tế, du lịch Việt Nam đã được chú trọng phát triển như Quyết định số 2473/QĐ-TTg, ngày 30

tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” và gần đây nhất là sự ra đời Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị “về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn” và xem “Sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm, nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam” (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2017).

Cùng với các ngành nghề kinh tế khác, du lịch nước ta đã và đang phát triển rất mạnh mẽ, thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước, chiếm

tỷ trọng cao trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Bên cạnh việc tạo công ăn việc làm cho người dân, góp phần đảm bảo an sinh xã hội, giữ vững an ninh, quốc phòng, ngành Du lịch Việt Nam còn đóng vai trò quan trọng kéo theo sự phát triển các ngành nghề khác. Đặc biệt, hoạt động du lịch của khách quốc tế mang lại nguồn thu ngoại tệ lớn thông qua việc tiêu dùng các sản phẩm du lịch, các sản phẩm khác trong cả nước. Thực chất, đây là hoạt động xuất khẩu tại chỗ vì các sản phẩm được sử dụng tại chỗ mà không vượt qua biên giới Việt Nam như những hoạt động xuất khẩu hàng hóa thông thường.

2. Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

2.1. Một số khái niệm cơ bản

Bách khoa toàn thư mở cho rằng: “Xuất khẩu hay xuất cảng, trong lý luận thương mại quốc tế là việc bán hàng hóa và dịch vụ cho nước ngoài, trong cách tính toán cán cân thanh toán quốc tế theo IMF là việc bán hàng hóa cho nước ngoài”. Theo định nghĩa này, xuất khẩu đồng nghĩa với xuất cảng, nghĩa là xuất khẩu là việc bán hàng hóa và dịch vụ ra khỏi lãnh thổ. Theo các nhà kinh tế học, xuất khẩu là giá trị của toàn bộ lượng hàng hóa và dịch vụ sản xuất được nước ngoài mua. Nghĩa là, xuất khẩu được hiểu rộng hơn là không giới hạn không gian trong việc mua hàng hóa và dịch vụ của người nước ngoài.

Xuất khẩu tại chỗ là một hình thái xuất khẩu mà trong đó người cư trú bán hàng hóa và dịch vụ cho người không cư trú trên lãnh thổ nước của người cư trú. Hình thức xuất khẩu tại chỗ giảm thiểu được các rủi ro, chi phí trong quá trình vận chuyển hàng hóa, dịch vụ (Nguyễn Văn Lưu, 2013).

Trong hoạt động du lịch quốc tế thu ngoại tệ, nhiều hàng hóa và dịch vụ được du khách nước ngoài sử dụng trong suốt chuyến đi. Thực chất, đây là hoạt động xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch vì hàng hóa, dịch vụ du lịch được bán không vượt qua biên giới của một quốc gia.

Theo đó, Nguyễn Văn Lưu (2013) đã định nghĩa, xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch là quá trình bán hàng hóa, vật chất và dịch vụ cho du khách quốc tế vào, thu ngoại tệ trực tiếp hoặc thu

đồng nội tệ được quy đổi, trong phạm vi lãnh thổ của nước mà khách đến du lịch.

Theo các khái niệm trên có thể hiểu, bất kỳ sản phẩm nào được khách du lịch quốc tế mua hay tiêu dùng trong phạm vi một lãnh thổ của nước mà khách đến du lịch đều là những sản phẩm được xuất khẩu tại chỗ, thông qua du lịch. Như vậy, hầu hết các sản phẩm du lịch và các sản phẩm liên quan đến du lịch có thể được xem là những sản phẩm xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch.

2.2. Tầm quan trọng của xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch

Cũng như hoạt động xuất khẩu nói chung, xuất khẩu thông qua du lịch có vai trò quan trọng phát triển kinh tế - xã hội của một quốc gia thông qua việc thu nguồn ngoại tệ, mở rộng và thúc đẩy quan hệ đối ngoại, phục vụ công việc bảo tồn và phát huy các giá trị thiên nhiên, văn hóa của đất nước.

Hoạt động xuất khẩu thông qua du lịch là động lực chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế theo hướng hiện đại bằng cách thúc đẩy sản xuất các ngành dịch vụ đặc biệt là dịch vụ du lịch tại những vùng, miền, địa phương có nhiều tiềm năng phát triển, để từ đó tạo động lực kéo theo các ngành nghề khác cùng phát triển như giao thông vận tải, ngân hàng, bảo hiểm, thương mại, y tế, thông tin, văn hóa... giúp đa dạng hóa và mở rộng thị trường sản phẩm, giải quyết công ăn việc làm cho cộng đồng dân cư tại địa phương. Hoạt động du lịch sẽ thúc đẩy việc mở rộng đầu tư, sản xuất hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu. Bên cạnh đó, xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch còn tạo ra nguồn vốn nhập khẩu những hàng hóa/dịch vụ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước ngày càng đa dạng, phong phú, giúp phát triển và nâng cao đời sống kinh tế, tinh thần cho nhân dân.

Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch là một hình thức xuất khẩu có nhiều ưu thế nổi trội như xuất khẩu được nhiều hàng hóa để khách du lịch mua và sử dụng tại chỗ mà không qua nhiều khâu phức tạp như hải quan, chọn lọc, đóng gói, vận chuyển. Điều này giúp tiết kiệm được nhiều chi phí, hạ giá thành sản phẩm. Xuất khẩu tại chỗ

thông qua du lịch cũng có thể xuất khẩu những hàng hóa tươi, sống, khó bảo quản như hoa, quả, thực phẩm,... nên giảm thiểu nhiều rủi ro.

3. Thực trạng xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch tại Việt Nam

3.1. Tài nguyên thu hút khách du lịch quốc tế

Được sự ưu đãi về điều kiện tự nhiên, Việt Nam có nhiều tiềm năng du lịch phong phú, đa dạng với bờ biển dài, nhiều rừng, núi, hang động, nhiều công trình kiến trúc cổ và nhiều lễ hội đặc sắc. Mặc dù còn nhiều khó khăn trong việc khai thác, những năm gần đây ngành Du lịch Việt Nam cũng đã thu hút hàng triệu khách du lịch trong và ngoài nước, góp phần đáng kể cho nền kinh tế quốc dân.

Tài nguyên du lịch tự nhiên

Việt Nam có bờ biển dài 3.260 km, với 125 bãi tắm biển, trong đó hầu hết là các bãi tắm rất đẹp và thuận lợi cho khai thác du lịch (Nha Trang, Mũi Né, Mỹ Khê, Phú Quốc, Nhật Lệ, Lăng Cô,... là những bãi tắm đẹp bậc nhất Việt Nam và được nhiều tờ báo nước ngoài đánh giá cao).

Việt Nam có 30 vườn quốc gia, 400 nguồn nước nóng, tổng số hang động được phát hiện lên tới gần 1000 hang động (trong đó có nhiều hang động đẹp tuyệt phẩm như Hương Tích, Bích Động, Phong Nha).

Việt Nam có trên 3500 hồ chứa có dung tích lớn hơn 0,2 triệu m³, nhiều hồ đã và đang được khai thác thành khu du lịch quốc gia (Hồ Ba Bể, Hồ Núi Cốc). Nguồn nước nóng, nước khoáng thiên nhiên ở Việt Nam rất phong phú như suối khoáng Quang Hanh (Quảng Ninh), suối khoáng Kim Bôi (Hòa Bình), suối khoáng nóng Bang (Quảng Bình), suối khoáng Hội Vân (Bình Định), suối khoáng Dục Mỹ, Tháp Bà (Nha Trang), suối khoáng Vĩnh Hảo (Bình Thuận), suối khoáng nóng Bình Châu - Hồ Cốc (Bà Rịa - Vũng Tàu)... Những vùng nước khoáng nóng này đã trở thành địa điểm nghỉ ngơi và phục hồi sức khỏe được nhiều khách du lịch ưa chuộng.

Là quốc gia trong vùng nhiệt đới, nhưng nước ta có nhiều điểm nghỉ mát vùng núi mang dáng dấp ôn đới như những đô thị nhỏ ở châu Âu, đó là: Sa Pa, Tam Đảo, Bạch Mã, Bà Nà, Đà Lạt... Các

điểm nghỉ mát này thường ở độ cao trên 1000m so với mặt biển. Thị trấn Sa Pa hấp dẫn với những biệt thự cổ kính và những công trình hiện đại.

Ngoài ra, Việt Nam còn sở hữu nhiều vùng tràm chim và sần chim, nhiều khu rừng quốc gia nổi tiếng với những bộ sưu tập phong phú về động, thực vật nhiệt đới như: Vườn quốc gia Cúc Phương ở Ninh Bình, Vườn quốc gia Cát Bà ở Hải Phòng, Vườn quốc gia Côn Đảo ở Bà Rịa - Vũng Tàu. Trong đó, vùng tràm chim Tam Nông (Đồng Tháp), nơi có chim sếu đầu đỏ sinh sống, trở thành trung tâm thông tin về sếu được tài trợ bởi quỹ quốc tế về bảo tồn chim. Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng với những giá trị đặc sắc về lịch sử hình thành trái đất, lịch sử địa chất, địa hình, địa mạo, cảnh quan kì vĩ, huyền bí, tính đa dạng sinh học cùng với giá trị văn hóa - lịch sử đặc sắc, đã được UNESCO công nhận là Di sản thiên nhiên thế giới vào năm 2003.

Tài nguyên du lịch văn hóa

Di sản văn hóa là sản phẩm du lịch có sức hấp dẫn, thu hút ngày càng nhiều du khách trong nước và quốc tế. Bên cạnh các yếu tố về hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật, chuyên ngành và nguồn nhân lực, di sản văn hóa được xem là nền tảng, trụ cột quan trọng để phát triển kinh tế du lịch và là công cụ hỗ trợ tích cực trong việc định vị hình ảnh, xây dựng thương hiệu du lịch Việt Nam.

Việt Nam là một đất nước có bề dày lịch sử của 54 dân tộc đã để lại một kho tàng di sản văn hóa đồ sộ, phong phú, đa dạng và độc đáo. Tính đến đầu năm 2018, Việt Nam đã có tất cả 27 di sản thế giới được UNESCO công nhận, trong đó có 24 di sản văn hóa vật thể và phi vật thể; 3 di sản thiên nhiên (Phan Huy Xu, Võ Văn Thành, 2018). Các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể phải kể đến, bao gồm: 5 di sản văn hóa là Quần thể di tích Cố đô Huế, Đô thị cổ Hội An, Khu đền tháp Mỹ Sơn, Trung tâm Hoàng thành Thăng Long - Hà Nội, Thành nhà Hồ; 9 di sản văn hóa phi vật thể là Nhã nhạc Cung đình Huế, Không gian văn hóa Công chiêng Tây Nguyên, Ca Trù, Dân ca Quan họ, Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương, Lễ hội Gióng, Hát Xoan, Nghệ thuật Đờn ca Tài tử Nam Bộ và Dân ca Ví - Giặm Nghệ

Tinh; và 6 di sản tư liệu thế giới là Bia đá các khoa thi tiến sĩ Văn Miếu Quốc Tử Giám, Mộc bản Triều Nguyễn, Châu bản Triều Nguyễn, Mộc bản Kinh Phật Thiên phật Trúc Lâm chùa Vĩnh Nghiêm, Thơ văn trên kiến trúc cung đình Huế và Mộc bản Trường học Phúc Giang. Ba di sản thiên nhiên, bao gồm: Vịnh Hạ Long, Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng và Khu Quần thể danh thắng Tràng An. Đặc biệt, Việt Nam có Cao nguyên đá Đông Văn được UNESCO công nhận là Công viên Địa chất toàn cầu.

Hiện nay, trên cả nước có 117 bảo tàng, trong đó có 6 bảo tàng được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trực tiếp quản lý; 32 bảo tàng được các Bộ, ngành và đoàn thể khác quản lý và 79 bảo tàng được quản lý bởi các cấp chính quyền địa phương (Dẫn theo Vũ Thế Bình, 2016).

Cùng với đó là hàng vạn di tích lịch sử, văn hóa và danh lam thắng cảnh được công nhận di sản. Chỉ tính riêng di sản văn hóa vật thể, ước tính có hơn 3.000 di sản cấp quốc gia và khoảng 7.500 di sản cấp tỉnh và nhiều công trình di tích vẫn đang được thống kê; hệ thống các lễ hội, làng nghề truyền thống; văn hóa ẩm thực của các vùng miền, của các dân tộc; các di sản văn hóa văn nghệ dân gian.

Với bề dày lịch sử hơn 4.000 năm, Việt Nam còn giữ được nhiều di tích kiến trúc có giá trị, trong đó còn lưu giữ được nhiều di tích cổ đặc sắc với dáng vẻ ban đầu như: Chùa Một Cột, Chùa Kim Liên, Chùa Tây Phương, Đình Tây Đằng và Lăng Chu Quyền (Hà Nội), Tháp Phổ Minh (Nam Định), Chùa Keo (Thái Bình), Chùa Bút Tháp và Đình Bång (Bắc Ninh), Tháp Chàm (các tỉnh ven biển miền Trung) và kiến trúc cung đình Huế.

Tài nguyên về con người

Nét văn hóa đặc trưng của người Việt Nam là một trong những yếu tố thu hút khách du lịch quốc tế. Thực tế cho thấy, nhiều du khách quốc tế đến với Việt Nam thừa nhận, bên cạnh việc "mến khách, yêu người", không ít du khách đến với Việt Nam bằng sự hiếu kỳ rằng một dân tộc nhỏ bé lại có thể quật ngã được nhiều siêu cường trên thế giới, một kỳ tích mà không phải dân tộc nào cũng có thể làm được. Đó là chính là truyền

thống yêu nước – điều đã trở thành giá trị bất biến trong mỗi con người Việt, là giá trị cơ bản của người Việt Nam. Những giá trị tiêu biểu nhất của người Việt Nam đã được đúc kết trong Nghị quyết Trung ương V khóa XII: "Lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự cường dân tộc, tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng gắn kết cá nhân - gia đình - làng xã - tổ quốc, lòng khoan dung, trọng nghĩa tình đạo lý, cần cù sáng tạo trong lao động, sự tinh tế trong ứng xử, tính giản dị trong lối sống" (Dẫn theo Phan Huy Xu, Võ Văn Thành, 2018).

3.2. Thực trạng thu hút khách du lịch quốc tế tại Việt Nam

Việt Nam là một nước giàu có về tài nguyên du lịch cả về tự nhiên lẫn văn hóa, đặc biệt là các di sản thế giới và con người. Khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam với nhiều mục đích khác nhau như thưởng ngoạn cảnh quan thiên nhiên, trải nghiệm các giá trị văn hóa vật chất và tinh thần của các dân tộc cư trú trên lãnh thổ Việt được tích lũy và sáng tạo trong quá trình lao động tạo ra các hệ giá trị đặc thù, mới lạ mà ở đất nước họ không có. Trong những năm gần đây, Việt Nam đã thu hút được hàng triệu lượt khách quốc tế đến tham quan và nghỉ dưỡng. Số lượng khách quốc tế tăng dần theo mỗi năm, đặc biệt là từ năm 2016 đến nay, con số này đã vượt qua hàng chục triệu (Bảng 1).

Sự tăng trưởng nhanh của khách quốc tế trong những năm gần đây tuy không ổn định nhưng nhìn chung tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn này cũng đạt đến 16.94%, là một tín hiệu khá quan trọng đối với ngành Du lịch Việt Nam. Đặc biệt, năm 2019 đánh dấu thành công của du lịch Việt với lượng khách quốc tế đạt trên 18 triệu lượt người, cao nhất từ trước đến nay. Bên cạnh việc đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá, chất lượng du lịch đang có những cải thiện tích cực nhằm tạo sức hút đối với khách quốc tế. Việt Nam tiếp tục giữ vững danh hiệu "Điểm đến hàng đầu châu Á" năm thứ hai liên tiếp do Giải thưởng Du lịch Thế giới (WTA) 2019 bình chọn (Công thông tin điện tử Chính phủ, 2020).

Trong giai đoạn 2010 - 2019, tốc độ tăng trưởng trung bình của khách quốc tế đến với Việt

Bảng 1. Số lượt khách quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2010-2019

Năm	Tổng số (triệu lượt)	Tăng trưởng (%)	Phương tiện đến					
			Đường hàng không		Đường biển		Đường bộ	
			Số lượt (triệu)	Tăng trưởng (%)	Số lượt (triệu)	Tăng trưởng (%)	Số lượt (triệu)	Tăng trưởng (%)
2010	5,0000	34,8	3,8290		0,0501		0,9380	
2011	6,0140	19,1	5,0316	23,9	0,0463	- 8,3	0,9361	- 0,2
2012	6,6477	9,5	5,5759	10,8	0,2855	0,8	0,9862	5,4
2013	7,5724	10,6	5,9800	7,2	0,1933	- 32,3	1,3991	41,9
2014	7,8743	4	6,2202	4	0,0476	- 75,4	1,6066	14,8
2015	7,9437	0,2	6,2700	0,8	0,0607	27,5	1,5022	- 6,5
2016	10,0100	26	8,2600	31,7	0,2848	67,7	1,4700	- 2,3
2017	12,9000	29,1	10,9000	32,1	0,2588	- 9,1	1,8000	19,5
2018	15,5000	19,9	12,5000	14,4	0,2153	- 16,8	2,8000	59,6
2019	18,0086	16,2	14,3775	15,2	0,2641	22,7	3,3670	20,4
Trung bình		16,94%		15,67%		-2,58%		16,96%

Nguồn: Cổng thông tin điện tử Chính phủ (2020)

Nam bằng đường hàng không là 15,67%, đường bộ tăng 16,96% và đường biển giảm gần 2,58%. Theo đó, đa số khách quốc tế đến với nước ta chủ yếu bằng đường hàng không và có sự tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây, thay thế dần cho đường bộ và đường biển. Đây là một trong những cơ hội thuận lợi cho việc phát triển ngành Hàng không tại Việt Nam. (Cổng thông tin điện tử Chính phủ, 2020).

3.3. Về tổng doanh thu từ khách du lịch quốc tế

Trong giai đoạn 2010 - 2019, có sự tăng trưởng rõ rệt về tổng doanh thu du lịch: Nếu năm 2010 doanh thu du lịch đạt 3,5 tỷ USD thì đến năm 2019, sau 10 năm, doanh thu đạt hơn 11,8 tỷ USD - tăng hơn gấp 3,37 lần. Tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn này cũng đạt đến 18,02%. (Hình 1)

Nhìn chung, trong giai đoạn 2010 - 2019, mỗi năm ngành Du lịch Việt đã thu hút hàng triệu du khách quốc tế đến tham quan và nghỉ dưỡng. Số lượt khách quốc tế tăng đồng nghĩa với việc kim

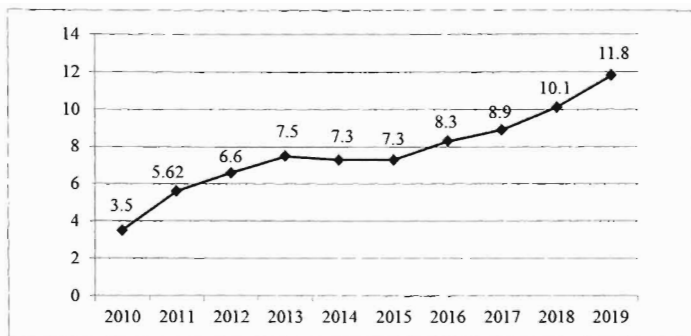
ngạch xuất khẩu thông qua du lịch tại Việt Nam có sự tăng trưởng rõ rệt qua các năm trở lại đây. Điều này chứng tỏ ngành Du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển và quảng bá hình ảnh của mình trên trường quốc tế.

4. Một số giải pháp cơ bản phát triển xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch tại Việt Nam

Với lợi thế về tiềm năng, hiện nay, Việt Nam đang chú trọng "phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn" như Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị ban hành ngày 16/01/2017 đã khẳng định: "Sự phát triển của ngành Du lịch đã và đang góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều việc làm; nâng cao đời sống nhân dân; đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam". Tuy nhiên, hiện nay, ngành Du lịch Việt phát triển chưa xứng tầm với tiềm năng, lợi thế của mình do nhiều nguyên nhân. Dưới góc độ thu hút khách du lịch quốc tế, nâng cao hiệu quả xuất khẩu tại chỗ

Hình 1: Tổng doanh thu từ khách du lịch quốc tế giai đoạn 2010 - 2019

Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Cổng thông tin điện tử Chính phủ (2020)

thông qua du lịch, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, ở tầm vĩ mô, các cấp quản lý nhà nước về du lịch cần có những giải pháp vừa mang tính cụ thể vừa mang tính chiến lược lâu dài như chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu, hình ảnh du lịch; hướng đến mục tiêu phát triển du lịch bền vững; xây dựng chiến lược tổng thể phát triển khu vực du lịch, đẩy mạnh hợp tác song phương và đa phương tạo sự liên kết, đồng bộ của tất cả các bên liên quan; mở rộng sự tham gia và phối hợp của các thành phần kinh tế vào lĩnh vực du lịch để phát triển du lịch bền vững và hiệu quả. Bên cạnh đó, cần có sự cải thiện cơ sở hạ tầng du lịch, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật nhằm đáp ứng những nhu cầu tiêu dùng cao của khách du lịch quốc tế; cần áp dụng, triển khai sớm về thủ tục xuất nhập cảnh đơn giản cho du khách mà Chính phủ đang làm thí điểm và tạo mọi điều kiện thuận lợi về các hoạt động, sinh hoạt cho khách du lịch khi đến với Việt Nam.

Thứ hai, ở tầm vi mô, đối với các doanh nghiệp du lịch và doanh nghiệp liên quan cần đổi mới tư duy về kinh doanh du lịch trong thời kỳ hội

nhập. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra, cần tích cực áp dụng các thành tựu khoa học trong việc quản lý, kinh doanh du lịch; cần xây dựng và thực hiện các chiến lược, kế hoạch kinh doanh, mở rộng quy mô, chủ động tham gia vào các hoạt động trong khuôn khổ phát triển du lịch vùng, các hiệp hội du lịch trên quan điểm, mục tiêu, định hướng các chiến lược chung phát triển du lịch của quốc gia.

Thứ ba, được thiên nhiên ưu đãi, Việt Nam là một trong những số ít đất nước có nhiều tiềm năng, lợi thế tài nguyên du lịch tự nhiên. Nước ta có nhiều tài nguyên về địa chất, địa hình, địa mạo, khí hậu, thủy văn, động - thực vật đa dạng, phong phú và rất đặc biệt để thu hút khách du lịch quốc tế. Tuy nhiên, cũng cần nhận thức được rằng, du khách quốc tế đến với Việt Nam không phải để chiêm ngưỡng các công trình kiến trúc hiện đại mà họ đến đây để tận hưởng những giá trị mà thiên nhiên ban tặng. Do đó, để phát triển du lịch một cách bền vững, trước hết cần có sự đồng bộ trong quy hoạch tổng thể du lịch sinh thái, du lịch tự nhiên, khai thác du lịch thiên nhiên cần tính đến việc bảo vệ nguồn tài nguyên

thiên nhiên và giữ được sự trong sạch của môi trường. Đây mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục người dân về ý thức giữ gìn, bảo vệ môi trường tự nhiên, thiết lập hệ thống pháp luật và xây dựng quy tắc bảo vệ môi trường. Các cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch cần thiết kế hòa nhập một cách khéo léo và hài hòa vào khung cảnh thiên nhiên, nương theo màu sắc, uốn mình theo thiên nhiên, hạn chế đến mức tối đa sự cải tạo một cách cưỡng bức về địa hình, phá vỡ cảnh quan vốn có. Có như vậy mới tạo sự khác biệt và tạo cho du khách có cảm giác được gần gũi, hòa mình vào thiên nhiên.

Thứ tư, du lịch Việt Nam với nhiều lợi thế về tài nguyên văn hóa mà đặc biệt là các di sản văn hóa được UNESCO công nhận, tạo các sản phẩm du lịch khác biệt và đẳng cấp thế giới trong việc thu hút khách du lịch quốc tế. Trong đó, nhiều di sản văn hóa không chỉ riêng của người Việt mà thuộc về nhân loại, do đó mọi người đều có quyền được tiếp cận, tận hưởng và có trách nhiệm đối với chúng. Việc phát huy giá trị, giới thiệu, quảng bá các di sản văn hóa thế giới ở Việt Nam là rất cần thiết để mọi người trên thế giới biết, chú ý đến và hiểu được giá trị của chúng. Bên cạnh việc phát huy những giá trị thì việc bảo tồn các di sản văn hóa có vai trò quan trọng, cần thay đổi căn bản trong nhận thức và cách quản lý nhằm gìn giữ, bảo quản, tôn tạo và nâng giá trị cho các di sản văn hóa một cách bền vững.

Thứ năm, một trong những yếu tố quan trọng thu hút khách quốc tế đến với Việt Nam là sự trải nghiệm về văn hóa, con người Việt Nam, trong đó có những giá trị văn hóa tương đồng và những giá trị khác biệt. Do đó, cần xây dựng những chương trình du lịch ít nhiều có lồng ghép vào đó những giá trị văn hóa truyền thống, những nét văn hóa đặc thù với những nền văn hóa khác.

Nói đến con người trong du lịch trước hết cần nâng cao tính chuyên nghiệp của nguồn nhân lực du lịch. Bên cạnh đó, cần chú ý nâng cao nhận thức về du lịch cho cộng đồng địa phương trong cách ứng xử với du khách: Tôn trọng, văn minh, lịch sự, mà vẫn giữ được và nâng cao giá trị truyền thống của người Việt.

Cuối cùng, sản phẩm du lịch mang tính tổng hợp cao, được cung cấp từ nhiều đối tượng liên quan như khách du lịch, tài nguyên du lịch, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cộng đồng địa phương, quản lý nhà nước. Do đó, để thu hút du khách quốc tế cần phải đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm bằng cách thay đổi những sản phẩm cũ, đơn điệu bằng những sản phẩm mới lạ, độc đáo, khác biệt, chất lượng cao vừa mang tính thời đại, vừa mang tính dân tộc cũng như phải theo xu hướng nhu cầu của du khách, đặc biệt là khách quốc tế. Sản phẩm du lịch đưa ra phải đúng tiêu chuẩn, tiêu chuẩn chất lượng toàn cầu, muốn như vậy thì cần thực hiện đồng bộ, chuyên nghiệp và có tính cạnh tranh cao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Vũ Thế Bình (2016), *Non nước Việt Nam*, Xuất bản lần thứ 13, Sách hướng dẫn du lịch - Hà Nội.
2. Cổng Thông tin Điện tử Chính phủ (2010). Tình hình thực hiện phát triển kinh tế - xã hội, các năm giai đoạn 2010 - 2019. < http://chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/tinh_hinh_hinh_thuc_hien?categoryId=869
3. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2011 - 2015 và phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020*.
4. Nguyễn Văn Lưu (2013), *Xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch*. NXB. Văn hóa Thông tin
5. Hà Văn Siêu (2018). Di sản văn hóa với phát triển du lịch. Báo điện tử Tổng cục Du lịch đăng ngày 26/07/2018. <<http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/26992>>

6. Phan Huy Xu - Võ Văn Thành (2018). *Du lịch Việt Nam từ lý thuyết đến thực tiễn*. NXB Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
8. Tổng cục Thống kê. Tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2019. <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=621&ItemID=19454>

Ngày nhận bài: 12/5/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/5/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/6/2020

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN VĂN TUYẾN

Trường Đại học Lao động - Xã hội (Cơ sở II)

DEVELOPING THE ON-SPOT EXPORT ACTIVITIES THROUGH TOURISM PRODUCTS IN VIETNAM

● **PhD. NGUYEN VAN TUYEN**

University of Labour Social Affairs - Campus 2

ABSTRACT:

Vietnam has various natural resources and great potential of humanities resources which could facilitate the development of tourism. Tourism does not only promote the country's images and people to the world but also significantly contribute to the socio-economic development via the on-spot export of tourism products and related ones. This article is to analyze the current situation of the on-spot export of tourism industry and propose some basic solutions to sustainably develop the on-spot export activities through Vietnam's tourism

Keywords: Export, tourism, on-spot export, tourism development, Vietnam's tourism.