

Sự phát triển du lịch quốc tế inbound ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế

LÊ XUÂN HOÀN

Phòng Tài Nguyên và Môi Trường Quận Hà Đông, TP Hà Nội
Nguyễn Thị Thanh Thủy
Công ty TNHH Thương mại quốc tế Hoàng Khánh

Ngày nay, cùng với sự tăng trưởng và phát triển mạnh của các ngành kinh tế, du lịch đã trở thành ngành kinh tế phổ biến và mũi nhọn ở nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, cuộc cạnh tranh giữa các nước trên thị trường du lịch ngày càng gay gắt. Để nâng cao sức cạnh tranh trong phát triển du lịch quốc tế, việc nhận thức một cách khách quan và rõ ràng điểm mạnh đã đạt được và những điểm yếu còn tồn tại trong quá trình phát triển là nhiệm vụ vô cùng quan trọng. Bài viết đã đánh giá những điểm mạnh và điểm yếu của phát triển du lịch quốc tế inbound của Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển du lịch quốc tế inbound của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

1. Tổng quan về tình hình phát triển du lịch quốc tế inbound ở Việt Nam

Lịch sử phát triển du lịch Việt Nam được chính thức đánh dấu từ ngày 09/7/1960 với sự kiện thành lập Công ty Du lịch Việt Nam thuộc Bộ Ngoại thương. Từ đó đến nay, ngành Du lịch đã không ngừng phát triển, đóng vai trò ngày càng quan trọng đối với việc phát triển kinh tế-xã hội của quốc gia. Từ năm 2017, vai trò của ngành du lịch càng được đề cao khi Nhà nước đặt mục tiêu phát triển du lịch trở thành “ngành kinh tế mũi nhọn” của Việt Nam. Song song với đó, trải qua nhiều năm phát triển, chỉ số năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam không ngừng được cải thiện. Nếu năm 2011, Việt Nam chỉ xếp thứ 80/139 quốc gia tham gia xếp hạng thì đến năm 2019, Việt Nam đã vươn lên vị trí số 63/140 quốc gia tham gia xếp hạng [Theo Báo cáo của WEF 2011 và 2019].

Trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được đề xuất năm 2011, Thủ tướng Chính phủ đã đặt mục tiêu cho du lịch Việt Nam đến năm 2020 đón 10- 10.5 triệu lượt khách du lịch quốc tế, tổng thu từ khách du lịch đạt 18-19 tỷ USD (tương ứng khoảng 423- 447 nghìn tỷ đồng- căn cứ theo tỷ giá hối đoái hiện hành). Thực tế, năm 2016, du lịch Việt Nam đã sớm đạt mức chỉ tiêu đề ra đối với số lượng khách du lịch quốc tế với thành tích đón hơn 10 triệu lượt khách du lịch quốc tế. Số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam cũng liên tục tăng trong những năm kế tiếp. Tổng thu từ du lịch đã vượt mức chỉ tiêu đề ra từ năm 2017 với mức thu đạt 541 nghìn tỷ đồng. Kết thúc kỳ kinh tế năm 2019, du lịch Việt Nam đã đón

hơn 18 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu từ khách du lịch đạt 726 nghìn tỷ đồng.

Những con số trên đã cho thấy tiềm năng phát triển rất lớn của ngành du lịch Việt Nam nói chung và phát triển du lịch quốc tế inbound của Việt Nam nói riêng.

2. Đánh giá sự phát triển du lịch quốc tế inbound ở Việt Nam

2.1 Điểm mạnh

Trước hết, Việt Nam có tài nguyên du lịch tiềm năng, thu hút khách du lịch quốc tế. Đối với tài nguyên du lịch tự nhiên, Việt Nam sở hữu nhiều điều kiện thuận lợi từ cảnh sắc tự nhiên, các yếu tố địa chất, địa mạo, khí hậu, thủy văn đến hệ sinh thái. Đối với tài nguyên du lịch văn hóa, Việt Nam có truyền thống lịch sử hào hùng được lưu truyền qua nhiều thế hệ, những di tích lịch sử, văn hóa cách mạng trải rộng khắp cả nước.

Theo báo cáo chỉ số cạnh tranh du lịch và lữ hành của WEF năm 2019, khi xét hạng tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa, du lịch Việt Nam có thứ hạng khá cao: xếp thứ 26 trong tổng số 140 quốc gia tham gia xét hạng và đứng thứ 3 trong khu vực ASEAN (thấp hơn 2 quốc gia Indonesia và Thái Lan). Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, Việt Nam có nhiều cơ hội hơn để tiếp cận các thị trường khách du lịch từ các quốc gia trên thế giới, mang đến cơ hội gia tăng lượng khách du lịch quốc tế, từ đó tăng tổng thu từ du lịch quốc tế.

Thứ hai, du lịch Việt Nam có lợi thế trong thu hút đầu tư nước ngoài. Việt Nam có môi trường đầu tư

thông thoáng, cơ chế chính sách liên quan đến phát triển du lịch quốc tế đang ngày càng hoàn thiện, do đó có tiềm năng lớn trong thu hút đầu tư nước ngoài. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, đặc biệt là việc Việt Nam ký kết các hiệp định song phương và đa phương, tham gia các tổ chức quốc tế, những lợi thế này là đòn bẩy mạnh mẽ để Việt Nam tăng thu hút đầu tư nước ngoài vào phát triển du lịch quốc tế.

Việc tích cực thu hút các nhà đầu tư chiến lược tại những lĩnh vực, thành phố nhiều tiềm năng du lịch sẽ góp phần thúc đẩy phát triển hệ thống cơ sở vật chất, sản phẩm của ngành du lịch Việt Nam, xây dựng nền các khu vui chơi giải trí, khách sạn có quy mô và chất lượng mang tầm cỡ quốc tế, từ đó nâng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam cùng được củng cố đáng kể.

Thứ ba, nguồn nhân lực đông đảo, dồi dào; công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch đang được đầu tư và đi đúng hướng, công tác đào tạo và thu hút nhân lực chất lượng cao được chú trọng. Một trong những điểm mạnh của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam là sự dồi dào về số lượng và sự tiến bộ nhanh về chất lượng. Cùng với sự phát triển và mở rộng quy mô phát triển du lịch quốc tế, số lượng lao động phục vụ trong ngành du lịch đã tăng liên tục trong những năm vừa qua, đồng thời chất lượng nhân lực cũng không ngừng nâng cao thể hiện ở sự tăng lên nhanh chóng của năng suất lao động ngành du lịch.

Công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam cũng không ngừng hoàn thiện. Những năm gần đây, Việt Nam đã tập trung vào mục tiêu đào tạo và thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao. Bên cạnh các chương trình đào tạo các bộ nguồn cho ngành du lịch, Việt Nam cũng có chính sách ưu đãi, thu hút nhân lực chất lượng cao từ nước ngoài.

2.2 Hạn chế

Thứ nhất, những hạn chế về chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch. Điểm yếu lớn nhất của sản phẩm và dịch vụ du lịch Việt Nam chính là thiếu tính sáng tạo, chậm bắt kịp với xu hướng phát triển của du lịch thế giới. Trong khi việc ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển du lịch đang trở thành xu hướng tất yếu của du lịch thế giới, thì du lịch Việt Nam vẫn còn chậm áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ.

Công tác quản lý bảo tồn và phát huy giá trị di sản, bảo vệ môi trường chưa đáp ứng yêu cầu. Trong đó, công tác thẩm định trước khi cấp phép khai thác các du lịch ăn du lịch còn lỏng lẻo, vẫn để lọt một số dự án có nguy cơ ảnh hưởng xấu tới môi trường hoặc làm hư hại các di tích lịch sử, văn hóa cách mạng của đất nước.

Thứ hai, hạn chế trong công tác thu hút và giải ngân vốn đầu tư cho phát triển du lịch quốc tế. Mặc dù Việt Nam có nhiều điểm mạnh với môi trường đầu tư thông thoáng và những cơ chế chính sách nhất định kèm theo nhiều ưu đãi nhằm thu hút đầu tư vào phát triển du lịch, song công tác thu hút vốn đầu tư cho việc

phát triển du lịch quốc tế chưa thực sự hiệu quả, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành. Không chỉ vậy, Việt Nam còn tồn tại nhiều hạn chế trong công tác giải ngân vốn bởi quy trình thực hiện còn rườm rà, phức tạp, gây nhiều khó khăn cho các nhà đầu tư, đặc biệt là nhà đầu tư nước ngoài. Ngoài nguyên nhân hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, quy chuẩn, tiêu chuẩn bất cập, chồng chéo, chậm giải ngân vốn đầu tư còn là do không ít cán bộ, công chức liên quan đến hoạt động đầu tư vô trách nhiệm, chậm chạp trong việc hỗ trợ thực hiện thủ tục giải ngân vốn.

Thứ ba, hạn chế về chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Mặc dù đã có nhiều cải thiện trong thời gian qua, song thực tế chất lượng nguồn nhân lực du lịch của Việt Nam vẫn còn nhiều thiếu sót, đặc biệt là trình độ ngoại ngữ và khả năng tiếp thu công nghệ của nguồn nhân lực du lịch Việt Nam còn kém. Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam dồi dào về số lượng nhưng lại thiếu hụt đội ngũ lao động chất lượng cao. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo phục vụ trong ngành du lịch không cao, năng suất lao động xã hội ngành du lịch cũng còn hạn chế.

Nguyên nhân của những hạn chế trên xuất phát trước hết từ lỗ hổng của khung chương trình đào tạo nhân lực du lịch. Mặc dù hiện nay Việt Nam đã tăng số lượng cơ sở đào tạo nhân lực du lịch, nhưng chất lượng cơ sở vật chất của nhiều cơ sở còn hạn chế. Giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp thiếu sự liên kết, hợp tác. Nội dung đào tạo đạt nặng vấn đề lý thuyết mà thiếu định hướng thực hành, khiến các doanh nghiệp khi tuyển dụng phải đào tạo lại từ đầu. Bên cạnh đó, yêu cầu chuẩn đầu ra ngoại ngữ của các cơ sở đào tạo chỉ ở mức cơ bản, thực tế những sinh viên, học viên khi tốt nghiệp không có khả năng sử dụng ngoại ngữ để giao tiếp trong công việc nếu chỉ vừa đủ khả năng đáp ứng yêu cầu ngoại ngữ của cơ sở đào tạo.

3. Một số giải pháp nhằm phát triển du lịch quốc tế inbound ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

Để phát triển du lịch quốc tế inbound, trong thời gian tới Việt Nam cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp nhằm tiếp tục phát huy những điểm mạnh và hạn chế những điểm yếu còn tồn tại trong quá trình phát triển.

3.1 Chú trọng phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch

Phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch phải được xác định là ưu tiên trong chiến lược phát triển du lịch quốc tế đến Việt Nam, từ đó xác định tính ưu tiên của việc đầu tư ngân sách cho phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch. Thời gian tới, du lịch Việt Nam cần tiến hành đồng thời việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch hiện có cùng với việc sáng tạo các sản phẩm và dịch vụ du lịch mới.

Đổi mới việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch

vụ du lịch hiện có, Việt Nam cần đẩy mạnh phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đặc biệt là việc phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cao cấp, định hướng phục vụ phân khúc khách du lịch quốc tế có chi tiêu cao và lưu trú dài ngày. Nhà nước cần tiếp tục thực hiện chính sách đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng tại các trung tâm du lịch và các điểm du lịch theo hướng tập trung, thúc đẩy xây dựng các khu du lịch tâm cố, đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Thứ hai, Việt Nam cần tích cực sáng tạo và phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch mới dựa trên cơ sở nghiên cứu, xác định rõ thị trường mục tiêu, nắm được đặc điểm, tâm lý, nhu cầu và xu hướng đi du lịch của khách du lịch quốc tế, trên cơ sở đó, tiến hành xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp, đáp ứng tốt nhu cầu của mỗi thị trường, từng đối tượng khách du lịch cụ thể. Đồng thời, Việt Nam có thể học hỏi, tiếp thu và đẹp văn hóa, nét đặc sắc của sản phẩm du lịch của các nước trên thế giới trên cơ sở giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc để phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam. Cùng với xu hướng phát triển của khoa học công nghệ trên thế giới, Việt Nam cần đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển các sản phẩm du lịch thông minh có ứng dụng công nghệ thông tin để theo kịp với sự thay đổi của xu hướng du lịch thế giới.

3.2 Cải cách hành chính trong lĩnh vực du lịch để tăng cường thu hút đầu tư, phát triển du lịch quốc tế đến Việt Nam

Để tăng cường thu hút vốn đầu tư vào phát triển du lịch quốc tế, Việt Nam cần loại bỏ thủ tục hành chính rườm rà, không cần thiết, có chính sách minh bạch, tạo niềm tin với nhà đầu tư, đồng thời cần có cơ chế ưu đãi về thuế, phí, đất đai nhằm khuyến khích các nhà đầu tư lâu dài.

Bên cạnh đó, Việt Nam cần đẩy mạnh việc tổ chức các khóa đào tạo nâng cao năng lực cán bộ, không chỉ là sự nâng cao năng lực chuyên môn mà còn là sự bồi dưỡng tinh thần trách nhiệm và thái độ nghề nghiệp, nhất quán trong tư tưởng và hành động về quan điểm thu hút, huy động, khuyến khích đầu tư.

3.3 Phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch và cải thiện chính sách lao động và tiền lương

Trước hết, Việt Nam cần phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, với mục tiêu phát triển du lịch quốc tế inbound, Việt Nam cần thực hiện tiêu chuẩn hoá và chuyên nghiệp hoá nhân lực du lịch, phát triển đội ngũ lao động từ lao động quản lý, lao động quản trị kinh doanh đến lao động nghề thông qua việc nâng cao chất lượng công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch. Việt Nam cần phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch đảm bảo đáp ứng yêu cầu hội nhập, đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất của hệ thống các cơ sở đào tạo. Trong thời gian tới, ngành du lịch tiếp tục đẩy mạnh chuẩn

hóa chất lượng giảng viên, chuẩn hóa giáo trình, khung đào tạo du lịch theo hướng tiên tiến, hiện đại và bất kỳ xu hướng phát triển thế giới, cần đổi nội dung đào tạo giữa lý thuyết và thực hành để đào tạo đội ngũ lao động sẵn sàng đáp ứng yêu cầu công việc, giảm bớt gánh nặng đào tạo lại của doanh nghiệp.

Thứ hai, cải thiện chính sách lao động và tiền lương để thu hút và giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao. Việt Nam cần thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao thông qua việc cân đối lại cơ cấu thang lương hiện tại, đồng thời đưa ra những đãi ngộ hợp lý về lợi ích kinh tế cùng với các cơ chế đãi ngộ khác. Ngoài những lợi ích kinh tế liên quan đến tiền lương, nhà ở, chỗ làm việc, phương tiện đi lại, dịch vụ y tế, giáo dục...

3.4 Một số giải pháp khác

Ngoài ra, du lịch Việt Nam cần kết hợp thực hiện đồng bộ một số giải pháp để theo kịp với xu hướng phát triển của du lịch thế giới:

- Xây dựng, hoạch định chiến lược phát triển du lịch quốc tế. Chiến lược phát triển du lịch quốc tế phải được đặt ra theo từng giai đoạn, có chiến lược ngắn hạn và dài hạn để bám sát tình hình phát triển trong nước và quốc tế.

- Đẩy mạnh xây dựng và thực hiện chương trình xúc tiến quảng bá du lịch. Cần phối hợp các bộ ngành liên quan cùng với các doanh nghiệp du lịch cùng tham gia các chiến dịch quảng bá, xúc tiến du lịch.

- Tăng cường hội nhập, hợp tác quốc tế và hoàn thiện chính sách xuất nhập cảnh và hải quan. Việt Nam cần coi trọng mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế để gắn thị trường du lịch Việt Nam với thị trường du lịch khu vực và quốc tế.

- Tăng cường hoạt động nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ, thúc đẩy ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp du lịch, ứng dụng công nghệ thông minh trong việc phát triển và nâng cao sản phẩm và dịch vụ du lịch và việc thực hiện các chương trình xúc tiến quảng bá./

Tài liệu tham khảo

WEF. 2019. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.

Nguyễn Văn Tuấn. 2018. Tư hào 58 năm Du lịch Việt Nam: Hành trình và mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

<http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/26873>

Tổng cục du lịch. CSDL Thống kê Du lịch. <http://thongke.tourism.vn/>

Tổng cục thống kê. <https://www.gso.gov.vn/>