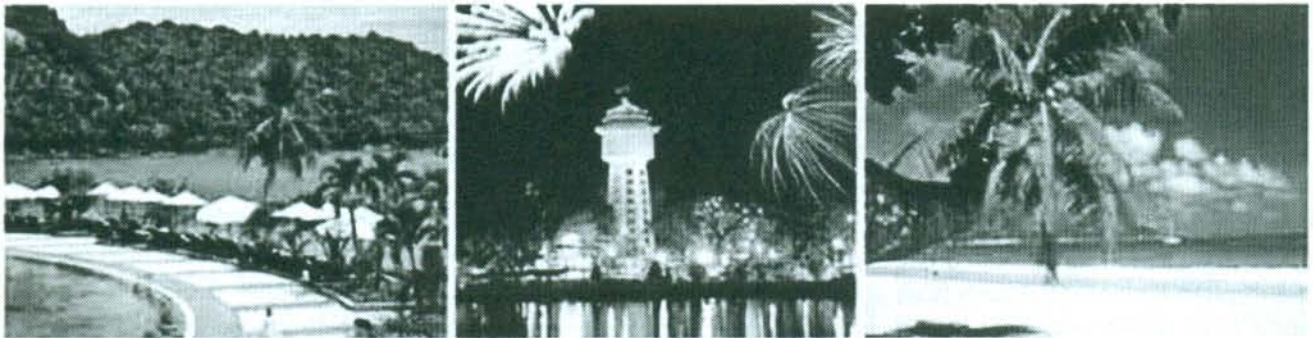


# VIỆT NAM

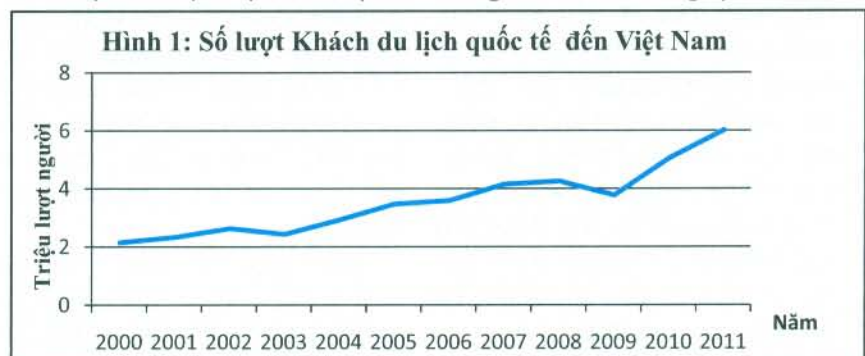
## ĐIỂM ĐẾN CỦA THIÊN NIÊN KỶ MỚI



**Ngành Du lịch Việt Nam đã có bước phát triển nhanh chóng trong thập niên vừa qua với tốc độ tăng bình quân 9,8%/năm. Việt Nam đứng thứ 4 trong khu vực ASEAN về thu hút khách du lịch quốc tế với số lượng khách du lịch đến từ ASEAN ngày càng tăng.**

Nền kinh tế Việt Nam đang chuyển đổi từ nông nghiệp sang nền kinh tế dịch vụ. Hơn 1/3 tổng sản phẩm trong nước được tạo ra bởi ngành dịch vụ, trong đó có sự đóng góp đáng kể của ngành du lịch. Năm 1995, theo Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), du lịch của Việt Nam chỉ có 1,35 triệu khách quốc tế. Theo Báo cáo giám sát tiến bộ của cộng đồng ASEAN năm 2012 (ACPMS 2012) và Niên giám TCTK, năm 2000 lượng khách quốc tế đến Việt Nam cũng chỉ đạt 2,15 triệu khách. Năm 2009 do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, lượng khách du lịch đến Việt Nam bị suy giảm mạnh. Tuy nhiên ngay sau đó, ngành du lịch đã phục hồi nhanh chóng hơn cả mong đợi vào năm

2010, tăng lên 2 con số (33,9%), đạt trên 5 triệu khách, cao nhất so các nước trong khu vực. Năm 2012, lượng khách du lịch đến VN đạt 6,8 triệu lượt khách. Riêng 6 tháng đầu năm 2013, ngành du lịch Việt Nam đã thu hút được 3,5 triệu lượt khách quốc tế, tăng 2,6% so với cùng kỳ năm trước

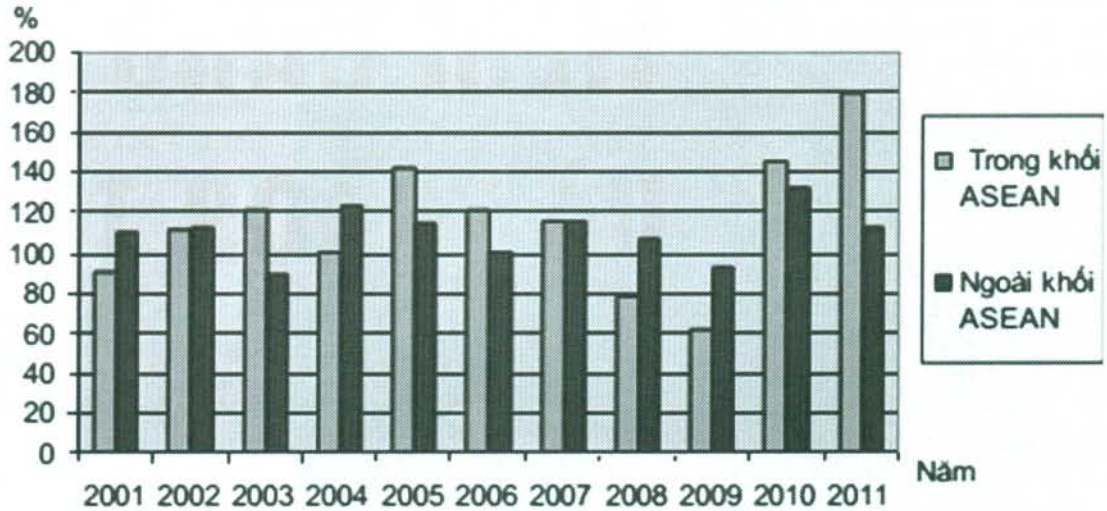


Nguồn: Niên giám TCTK & Báo cáo ACPMS 2012

Tuy nhiên, lựa chọn tới Việt Nam của các nhóm khách du lịch tương đối khác nhau. Để đánh giá và so sánh sự tiến bộ về phát triển du lịch của các quốc gia trong khu vực ASEAN, báo cáo ACPMS 2012 đã chia khách quốc tế ra làm 2 nhóm ASEAN và ngoài ASEAN. Giống các quốc gia khác trong khu vực, lượng khách ngoài khối ASEAN vào Việt Nam chiếm đa số,

khoảng 88% tổng số khách du lịch, trong khi khách du lịch đến từ các nước thành viên ASEAN chỉ chiếm khoảng 12%. Tuy nhiên, tốc độ tăng của khách du lịch trong khu vực ASEAN nhìn chung cao hơn khách du lịch ngoài ASEAN và xu hướng này tiếp tục tăng trong những năm gần đây.

**Hình 2: Tốc độ phát triển khách du lịch trong khối ASEAN và ngoài khối ASEAN vào Việt Nam**



Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo ACPMS 2012

Tính riêng cho từng nhóm khách, Việt Nam là lựa chọn thứ 4 trong điểm đến của khách du lịch ngoài khối ASEAN, chỉ đứng sau Thái Lan, Singapo, Malaysia. Sau 12 năm (2000-2011), Việt Nam đã vượt qua Indonesia về lượng khách du lịch từ ngoài khu vực năm 2011 là 4,7 triệu khách (Indonesia là gần 4,4 triệu lượt khách).

Tuy vậy, Việt Nam vẫn chưa thu hút được nhiều khách du lịch từ ngay trong khối ASEAN. Năm 2011, số lượt khách trong khối ASEAN đến Việt Nam chỉ đứng thứ 6 trong khu vực mặc dù tốc độ tăng bình quân của Việt Nam khá cao (6,4%/năm). Trong khối ASEAN, Campuchia, Malaysia và Thái Lan là những nước có lượng khách du lịch đến Việt Nam cao nhất (theo Niên giám TCTK).

Xu thế đối lập giữa hai nhóm khách du lịch này sẽ thay đổi trong tương lai do tốc độ tăng của khách du lịch trong khối ASEAN ngày càng cao so với nhóm còn lại. Việt Nam trong tương lai sẽ là một điểm đến tốt cho các du khách trong khu vực.

#### Doanh thu từ du lịch tăng nhanh

Nguồn ngoại tệ thu được từ du lịch trong những năm gần đây tăng lên đáng kể. Ngày càng nhiều dự án đầu tư nước ngoài đổ vào ngành du lịch. Du lịch đã đem về nguồn thu nhập lớn, trở thành ngành xuất khẩu hàng đầu, tạo ra nhiều việc làm

cho người lao động. Theo Tổ chức du lịch thế giới (UNWTO), chỉ tiêu của khách du lịch Việt Nam năm 2011 chiếm 4,5% GDP và 63,3% doanh thu xuất khẩu dịch vụ.

Xuất khẩu du lịch chiếm 65,7% tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ. Trong giai đoạn 2005-2011, ngành du lịch luôn xuất siêu, đạt đỉnh vào năm 2011 với 4 triệu USD. So với các nước trong khu vực, xuất khẩu du lịch Việt Nam đứng ở nhóm trung bình cùng với Ấn Độ và Philippin. Tuy nhiên, doanh thu của du lịch Việt Nam bị ảnh hưởng nhiều do Việt Nam còn phải thuê mướn phương tiện vận tải của nước ngoài. Điều này thể hiện ở mức độ nhập siêu của ngành vận tải.

**Biểu 1: Bảng cân đối xuất nhập khẩu của du lịch và vận tải Việt Nam**

Đơn vị: Triệu USD

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Dịch vụ du lịch</b>							
Xuất khẩu	2,3	2,9	3,8	3,9	3,1	4,5	5,7
Nhập khẩu	0,9	1,1	1,2	1,3	1,1	1,5	1,7
Cân đối	1,4	1,8	2,5	2,6	2,0	3,0	4,0
<b>Dịch vụ vận tải</b>							
Xuất khẩu	1,2	1,5	1,9	2,4	2,1	2,3	2,2
Nhập khẩu	2,2	2,6	4,1	5,0	5,5	6,6	8,2
Cân đối	-1,0	-1,0	-2,2	-2,6	-3,4	-4,3	-6,0

Nguồn: Tổng hợp từ Niên giám Thống kê

### Hấp dẫn về giá

Kết quả khả quan của ngành du lịch Việt Nam có được nhờ vào những thế mạnh như nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, văn hóa đa dạng, an toàn và đặc biệt là giá cả hấp dẫn. Theo kết quả điều tra của WEF về chỉ số cạnh tranh ngành du lịch năm 2009, chỉ số cạnh tranh ngành du lịch Việt Nam trên thế giới đứng thứ 89/133. Trong số 14 hạng mục để đánh giá ngành du lịch, WEF đánh giá cao về giá cả dịch vụ du lịch của Việt Nam, đứng thứ 11/133. Còn theo báo cáo ACPMS, giá tiêu dùng của Việt Nam theo sức mua tương đương thuộc nhóm thấp nhất trong khu vực (năm 2011 giá tiêu dùng ở Việt Nam thấp nhất trong 10 nước ASEAN). Điều này có nghĩa là với 1 đơn vị tiền tệ chung (USD) thì ở Việt Nam sẽ mua được khối lượng hàng hóa và dịch vụ nhiều hơn các nước trong khu vực ASEAN. Đây là nhân tố quan trọng thu hút khách du lịch đến với Việt Nam.

Tuy nhiên, Việt Nam vẫn còn một số yếu kém về cơ sở vật chất và hạ tầng du lịch, chất lượng dịch vụ và quản lý dịch vụ còn kém và chưa chuyên nghiệp. Hiểu rõ được vị thế của mình trong tổng thể của ngành du lịch khu vực và thế giới, Việt Nam sẽ cần rất nhiều nỗ lực và thời gian để có thể thu ngắn khoảng cách phát triển ngành du lịch với các quốc gia trong khu vực và để ngành du lịch Việt Nam thật sự trở thành ngành kinh tế "mũi nhọn".

**Nhóm công tác TCTK**



## Thị trường xuất khẩu rau quả Việt Nam -

# TIỀM NĂNG VÀ THÁCH THỨC

**ThS. Cao Thị Hà**

*Trưởng Đào tạo, Bồi dưỡng cán bộ - Bộ Nội vụ*

**Việt Nam có điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng khá thuận lợi, đây là lợi thế để canh tác và phát triển nhiều loại giống rau, quả khác nhau, phục vụ nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu. Từ năm 2007 đến nay, ngành rau quả xuất khẩu của Việt Nam luôn tăng trưởng 2 con số. Theo Tổ chức Nông Lương thuộc Liên hợp quốc, nhu cầu tiêu thụ rau quả thế giới tăng bình quân 3,6%/năm, nhưng sản lượng rau quả chỉ tăng 2,8%. Đây được coi là những tín hiệu đáng mừng cho ngành rau củ quả Việt Nam.**

### Thị trường tiềm năng...

Theo Hiệp hội rau quả Việt Nam (Vinafruit), trong những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu rau quả liên tục tăng trưởng và đang dần trở thành một trong những mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của ngành nông nghiệp. Nếu năm 2007 kim ngạch xuất khẩu rau quả chỉ đạt 305 triệu USD thì năm 2008 con số này đã tăng lên 407 triệu USD, năm 2011 là 628 triệu USD và năm 2012 lên đến 829 triệu USD. Như vậy, trong 5 năm, kim ngạch xuất khẩu rau quả đã tăng gấp gần 3 lần, với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 25%/năm. Theo số liệu thống kê, ước tính 8 tháng năm 2013, xuất khẩu mặt hàng rau quả của Việt Nam tiếp tục tăng trưởng mạnh, với tổng kim ngạch 689 triệu USD, tăng 28,1% so với cùng kỳ năm trước. Với đà tăng trưởng