

NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐIỂM ĐẾN CỦA DU LỊCH VIỆT NAM

▼ THS. LÊ THỊ BÍCH HẠNH*
TS. LÊ TUẤN ANH**

Sự so sánh du lịch Việt Nam với các nước trong khu vực, đặc biệt với Thái Lan, Malaysia và Singapore, Campuchia, Lào và Myanmar trên các phương tiện truyền thông thời gian qua chủ yếu dựa trên phân tích, đánh giá, số lượng về tăng trưởng khách du lịch của từng nước và một số chỉ số riêng lẻ khác, chưa đưa ra một cái nhìn toàn diện do không phản ánh được tổng thể các yếu tố tạo nên sức cạnh tranh của điểm đến. Từ thực tế nêu trên, bài viết này so sánh trên cơ sở cách tiếp cận về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch quốc gia để đưa ra nhận định về vị trí của Du lịch Việt Nam trong khu vực.

Cách tiếp cận về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch

Theo Ritchie và Crouch (2005), năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch bao gồm (1) nguồn lực và các yếu tố hấp dẫn khách du lịch của điểm đến, (2) khả năng tổ chức và quản lý điểm đến, trong đó có hoạt động xúc tiến quảng bá và quản lý các dịch vụ du lịch, (3) các điều kiện đủ như an ninh, an toàn, giá cả, vị trí và (4) các yếu tố, nguồn lực hỗ trợ khác như cơ sở hạ tầng hàng không, mặt đất, cảng biển, môi trường kinh doanh của doanh nghiệp. Ngoài ra, năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch cũng chịu ảnh hưởng của môi trường vĩ mô trong nước và quốc tế.

Ủy ban Du lịch và Cạnh tranh (CTC) của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) trong các cuộc thảo luận đã nhấn mạnh các yếu tố trọng tâm đối với năng lực cạnh tranh điểm đến, bao gồm: chất lượng, chính sách và quy định về du lịch một cách bền vững, khả năng đổi mới, sáng tạo, nguồn lực văn hóa (hữu hình và vô hình), an toàn và an ninh, hoạch định chiến lược, hợp tác công tư, thương hiệu, năng lực cạnh tranh về giá, vị trí địa lý và sự kết nối.

Kết quả nổi bật được công bố trong thời gian qua là Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) đã đánh giá, xếp hạng năng lực cạnh tranh các điểm đến du lịch quốc gia dựa trên 4 trụ cột chính, bao gồm: (1) Môi trường hỗ trợ, (2) Chính sách du lịch và Điều kiện hỗ trợ, (3) Cơ sở hạ tầng và (4) Tài nguyên văn hóa và tự nhiên (WEF, 2015). Để so sánh Du lịch Việt Nam và các nước trong khu vực, bài viết sẽ sử dụng các chỉ số năng lực cạnh tranh do Báo cáo năm 2015 đưa ra và bổ sung, phân tích một số yếu tố định tính khác dựa trên thực tế phát triển du lịch của các nước, do chính các nước công bố.



Phố cổ Hội An. Ảnh: Trần Bảo Hòa

Số lượng và tăng trưởng khách du lịch quốc tế

Việt Nam đứng thứ 5 trong các nước ASEAN về số lượng khách du lịch quốc tế với 7,94 triệu lượt năm 2015, nhưng chỉ bằng 27% số lượng khách của Thái Lan (29,88 triệu), bằng 31% so với Malaysia (25,70 triệu), 52% so với Singapore (15,23 triệu). Trong khi Thái Lan và Singapore có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn 2011 - 2015 (trung bình lần lượt 12%/năm và 10%/năm) thì Việt Nam tăng trưởng chậm hơn (trung bình 7%/năm) và Malaysia đã chững lại (trung bình 4%/năm). Indonesia có tốc độ tăng trưởng trung bình cao hơn Việt Nam với 8% trong giai đoạn 2011 - 2/2015. So với các nước thuộc nhóm dưới, Việt Nam cũng có tốc độ tăng trưởng trung bình thấp hơn so với Philippines (8%), Lào (15%) và Myanmar (51%) (Biểu 1).

Để rõ hơn về các số liệu thống kê nêu trên, cần lưu ý một số đặc điểm thị trường nguồn và phương pháp thống kê của các nước. Đối với Myanmar, khách du lịch qua biên giới chiếm hơn 70% (gần 3,4 triệu). Đối với Malaysia, khách du lịch từ Singapore chiếm hơn 50% (gần 14 triệu). Đối với Thái Lan, khách du lịch Trung Quốc chiếm 27% (gần 8 triệu), khách du lịch Malaysia chiếm 11% (gần 3,5 triệu). Đối với Campuchia, khách du lịch Việt Nam chiếm 21% (gần 1 triệu). Đối với Lào, khách du lịch Thái Lan chiếm 50% (hơn 2,3 triệu); khách du lịch Việt Nam chiếm 25% (gần 1,2 triệu). Đối với Việt Nam, khách du lịch Trung Quốc chiếm 22% (gần 1,8 triệu).

*Giảng viên Khoa Du lịch và Khách sạn, Đại học Kinh tế quốc dân Hà Nội

**Phó Vụ trưởng Vụ Hợp tác quốc tế, Tổng cục Du lịch

So sánh các chỉ số năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam so với các nước trong khu vực

Việt Nam xếp hạng 75/141 nền kinh tế được đánh giá tại Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) năm 2015, đứng sau Singapore (hạng 11), Malaysia (hạng 25), Thái Lan (hạng 35), Indonesia (hạng 50) và Philippines (hạng 74) và xếp trên các nước Lào (hạng 96), Campuchia (hạng 105) và Myanmar (hạng 134).

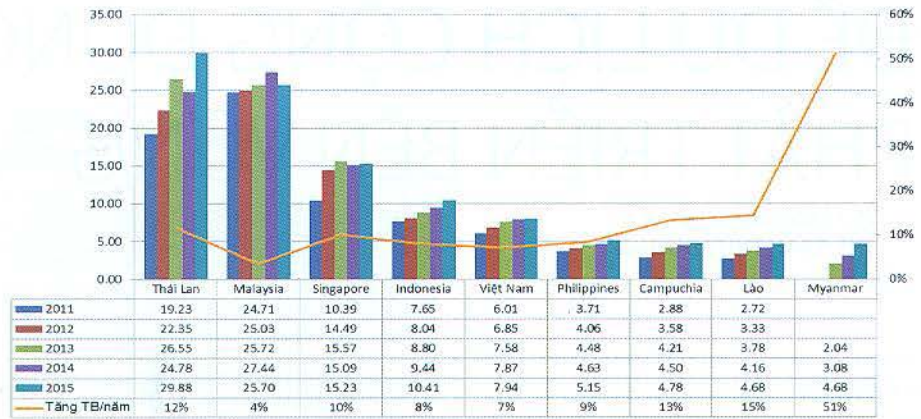
So với các yếu tố trụ cột của năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch, bao gồm Môi trường hỗ trợ (hạng 73), Cơ sở hạ tầng (hạng 94) và Tài nguyên văn hóa và tự nhiên (hạng 33), yếu tố Chính sách du lịch và điều kiện hỗ trợ thực thi chính sách xếp hạng thấp nhất (112), sau hầu hết các nước ASEAN, chỉ xếp trên Myanmar (hạng 136), cách xa so với Singapore (hạng 1), Indonesia (hạng 9), Philippines (hạng 17), Malaysia (hạng 24), Thái Lan (hạng 49), Campuchia (hạng 64) và Lào (hạng 80). Đáng lưu ý, trong các chỉ số thuộc yếu tố Chính sách du lịch và điều kiện hỗ trợ, một số chỉ số Việt Nam có năng lực cạnh tranh thấp, bao gồm mức độ ưu tiên dành cho du lịch, Việt Nam xếp hạng thấp nhất trong số các nước ASEAN (hạng 119), sau nước đứng trên gần nhất là Myanmar (hạng 108). Về mức độ mở cửa với quốc tế, Việt Nam xếp hạng 89, trong đó yêu cầu về thị thực xếp hạng 119. Thứ hạng về mức độ mở cửa với quốc tế và yêu cầu về thị thực của Việt Nam (hạng 89 và 119) sau hầu hết các nước ASEAN, chỉ đứng trên Myanmar (hạng 120 và 132). Việt Nam cũng xếp hạng thấp về sự bền vững về môi trường (hạng 132), chỉ hơn Indonesia (hạng 134).

Việt Nam được đánh giá cao đối với chỉ số Tài nguyên thiên nhiên (hạng 40), sau Thái Lan (hạng 16), Indonesia (hạng 19) và Malaysia (hạng 26) và trên các nước ASEAN khác; tài nguyên văn hóa (hạng 33), tương đương Thái Lan, sau Singapore (hạng 22), Indonesia (hạng 25), Malaysia (hạng 27) và cao hơn các nước khác trong khu vực ASEAN; sức cạnh tranh về giá (hạng 22), sau Indonesia (hạng 3) và Malaysia (hạng 6) và xếp trên các nước khác trong khu vực ASEAN.

Nhận định về vị trí của Du lịch Việt Nam với các nước trong khu vực

Trước hết, số lượng khách du lịch của Việt Nam phản ánh khá chính xác vị trí xếp hạng về năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch của Việt Nam, chỉ hơn Lào, Campuchia và Myanmar.

BIỂU 1: KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ ĐẾN CÁC NƯỚC ASEAN



Với thực tế hiện nay, Việt Nam không thể đuổi kịp chỉ tiêu về số lượng khách du lịch so với nhóm các nước đứng đầu. Tốc độ tăng trưởng khách của nhóm các nước dẫn đầu, đặc biệt là Thái Lan, Malaysia và Indonesia tiếp tục đạt mức cao trong khi Việt Nam đã có xu hướng chậm lại. Nhìn từ các chỉ số năng lực cạnh tranh, có thể thấy Việt Nam chưa quan tâm đúng mức về phát triển du lịch khi chỉ số về Chính sách du lịch và điều kiện hỗ trợ thực thi chính sách, đặc biệt là chỉ số mức độ ưu tiên phát triển du lịch xếp hạng thấp nhất trong các nước ASEAN, trong khi xếp hạng các yếu tố liên quan khác vẫn còn nhiều hạn chế. Thực tế, cơ quan du lịch các nước như Thái Lan, Singapore, Malaysia đều đầu tư "khủng" cho hoạt động của cơ quan du lịch quốc gia trong việc xúc tiến quảng bá du lịch; đồng thời, có mạng lưới văn phòng đại diện rộng khắp tại các thị trường du lịch trọng điểm. So với các nước trong khu vực, đầu tư cho hoạt động xúc tiến quảng bá Du lịch Việt Nam hiện còn rất khiêm tốn với mức trung bình khoảng 2 triệu USD/năm, chỉ bằng khoảng 2,9% của Thái Lan, 2,5% của Singapore, 1,9% của Malaysia. Đối với Indonesia - nước xếp ngay trên Việt Nam về số lượng khách du lịch quốc tế (10,41 triệu lượt năm 2015) - để đạt mục tiêu đón 20 triệu lượt khách du lịch quốc tế vào năm 2019, từ đầu tháng 3/2016, Indonesia miễn thị thực thêm cho công dân 79 quốc gia, vùng lãnh thổ, nâng tổng số quốc gia, vùng lãnh thổ có công dân được miễn thị thực lên 169, tiếp theo nỗ lực năm 2015 mở rộng danh sách các nước được miễn thị thực từ 15 lên 90 nước. Trong khi đó, mặc dù có nhiều thay đổi trong thời gian vừa qua, song các nước có công dân mang hộ chiếu phổ thông được miễn thị thực nhập cảnh vào Việt Nam đến tháng 6/2016 mới chỉ dừng lại ở con số 22 nước.

Đối với các nước nhóm thấp hơn, như Campuchia và Myanmar, được quản lý và định hướng bởi Bộ chuyên ngành Du lịch riêng và được đầu tư mạnh mẽ. Đối với Lào, sự kết nối ngày càng chặt chẽ giữa Lào với Việt Nam và Thái Lan đã đóng góp số lượng khách quan trọng (75%) cho Du lịch Lào. Ngoài ra yếu tố chu kỳ thị trường ở giai đoạn đầu mới mở cửa cũng giúp các nước này đạt tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn vừa qua (Việt Nam giai đoạn 2001 - 2005 với mức độ tăng trưởng trung bình 10,50%). Đối với Myanmar, thực chất số lượng khách du lịch còn hạn chế với 1,3 triệu lượt (không tính số lượng khách qua biên giới). Mặc dù năng lực cạnh tranh tổng thể của các nước này còn thấp, tuy nhiên nếu Việt Nam không nỗ lực thì số lượng khách du lịch đến Campuchia, Lào và Myanmar có thể ngày càng rút ngắn khoảng cách đối với Việt Nam.

Tóm lại, Du lịch Việt Nam còn ở vị trí thấp so với các nước Thái Lan, Malaysia và Singapore. Khả năng đuổi kịp các nước này chỉ có thể đạt ra khi Việt Nam quan tâm đến ngành Du lịch một cách thực chất. Trong khi các nước khác đã đạt trình độ phát triển cao hơn, lại quan tâm, đầu tư mạnh mẽ hơn cả về cơ chế và nguồn lực thì Du lịch Việt Nam không thể đuổi kịp. Đối với các nước ở nhóm thấp hơn, Du lịch Việt Nam ở mức độ phát triển cao hơn nhưng nếu không có những xung lực phát triển mới thì du lịch các nước có thể dần tiệm cận với mức độ phát triển du lịch của nước ta. ■

Tài liệu tham khảo

- Ritchie, J.R.B. và Crouch, G. I. (2005). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Wallingford (UK): CABI Publishing.
- WEF (World Economic Forum). 2015. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Geneva: WEF.