

ĐỂ THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN DU LỊCH NGHỈ DƯỠNG LÀ KÊNH ĐẦU TƯ HẤP DẪN

TS. LÊ NGỌC TUẤN

HIỆN NAY, CÁC DỰ ÁN BẤT ĐỘNG SẢN DU LỊCH GIA TĂNG NHANH CHÓNG ĐÃ TẠO NGUỒN CUNG ĐA DẠNG VỀ CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH CHO CÁC ĐỐI TƯỢNG KHÁCH KHÁC NHAU GÓP PHẦN THÚC ĐẨY DU LỊCH PHÁT TRIỂN. NHƯNG TRONG DÀI HẠN, MỘT SỐ QUAN NGẠI CŨNG ĐÃ XUẤT HIỆN. THEO DỰ BÁO, DU LỊCH VIỆT NAM SẼ TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG MẠNH TRONG THỜI GIAN TỚI NHƯNG SẼ DAO ĐỘNG VÀ CÓ THỜI ĐIỂM CHŨNG LẠI. Ở PHẠM VI CỤC BỘ MỘT ĐIỂM ĐẾN, MỘT ĐỊA PHƯƠNG HOẶC TẠI THỜI VỤ THẤP ĐIỂM, CUNG CÓ THỂ VƯỢT CẦU, CÔNG SUẤT SỬ DỤNG BUỒNG THẤP, GIÁ BÁN THẤP DẪN TỚI HIỆU QUẢ ĐẦU TƯ CHƯA ĐƯỢC NHƯ KỶ VỌNG. VÌ VẬY, ĐỂ BẤT ĐỘNG SẢN DU LỊCH NÓI CHUNG VÀ DU LỊCH NGHỈ DƯỠNG NÓI RIÊNG TIẾP TỤC LÀ KÊNH ĐẦU TƯ HẤP DẪN, CẦN CÓ NHỮNG GIẢI PHÁP ĐỒNG BỘ VÀ HỮU HIỆU.

Những con số biết nói

Sự tăng trưởng vượt bậc của du lịch đã tạo ra những tác động đột phá đến nhiều ngành, lĩnh vực trong đó có bất động sản du lịch. Có thể nói, du lịch tăng trưởng kéo theo nhu cầu mạnh mẽ đầu tư vào lĩnh vực kinh doanh lưu trú du lịch. Chỉ trong thời gian ngắn, số lượng cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu là khách sạn, khách sạn nghỉ dưỡng, biệt thự nghỉ dưỡng, căn hộ khách sạn, nhà phố thương mại du lịch đã tăng lên nhanh chóng. Năm 2011, cả nước có 13.756 cơ sở lưu trú du lịch với trên 256.000 buồng. Năm 2018, con số đã đạt 28.000 cơ sở với 550.000 buồng lưu trú, tốc độ tăng trưởng về quy mô buồng bình quân 12%/năm. Phần lớn các cơ sở lưu trú du lịch có quy mô nhỏ, khoảng 20 buồng trên một cơ sở (Bảng 1). Riêng cơ sở lưu trú du lịch hạng cao cấp được xếp hạng từ 4 - 5 sao có 423 cơ sở với 86.015 buồng (149 cơ sở hạng 5 sao với 49.460 buồng, hạng 4 sao có 274 cơ sở với 36.555 buồng).

Bảng 1. Tăng trưởng cơ sở lưu trú du lịch 2015 - 2018

Năm	Số lượng cơ sở	Tăng trưởng (%)	Số buồng	Tăng trưởng (%)	Công suất buồng bình quân (%)
2015	19.000	18,7	370.000	11,4	55,0
2016	21.000	10,5	420.000	13,5	57,0
2017	25.600	21,9	508.000	21,0	56,5
2018	28.000	9,4%	550.000	8,3%	54,2

(Nguồn: Tổng cục Du lịch)

Do sự tác động của du lịch tới hoạt động đầu tư bất động sản du lịch, công suất buồng, giá buồng, thị trường khách và phân bố cơ sở lưu trú du lịch trong cả nước cũng có sự khác nhau, thể hiện xu hướng đầu tư. Trong 5 năm, công suất sử dụng buồng trung bình của tất cả các loại hình cơ sở lưu trú du lịch ước đạt 57%. Các địa phương như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Quảng Nam, Quảng Ninh, nhiều khách sạn đạt công suất cao, trung bình khoảng 70%. Theo thị trường khách, nhìn chung, khách du lịch tự đi du lịch, khách theo đoàn và khách thương nhân là những phân khúc chủ đạo của các cơ sở lưu trú du lịch. Đặc biệt, tại các cơ sở lưu trú du lịch cao cấp, ba thành phần khách này chiếm khoảng 80% tổng số khách lưu trú, và khách du lịch quốc tế chiếm tỷ trọng lớn với mức chi trả cao. Theo vùng miền, đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc dẫn đầu cả nước về số lượng cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng, cụ thể đồng bằng sông Hồng chiếm khoảng 23% trên tổng số cả nước và Đông Nam Bộ với khoảng 21%.

Rõ ràng với sự tăng trưởng lượng khách du lịch quốc tế và nội địa thời gian qua và kỳ vọng, niềm tin vào phát triển du lịch đã thúc đẩy làn sóng đầu tư ồ ạt vào các khu nghỉ dưỡng, khách sạn, khách sạn nghỉ dưỡng, biệt thự, căn hộ du lịch... tại các trung tâm du lịch lớn, đặc biệt là các địa phương như Hạ Long, Nha Trang, Đà Nẵng, Phú Quốc, Vũng Tàu... đầu tư vào bất động sản du lịch mang lại giá trị gia tăng vượt trội hơn hẳn các kênh đầu tư vào bất động sản loại hình khác. Có thể nhận thấy yếu tố quyết định đến sức hấp dẫn của bất động sản du lịch là bởi nó định vị tại điểm đến hấp dẫn du lịch, là những địa danh gắn liền với các khu du lịch quốc gia, nơi được xác định có giá trị tài nguyên du lịch đặc sắc và độc đáo, đó là di sản thiên nhiên, di sản văn hóa

được UNESCO công nhận, là nơi giá trị sinh thái như biển, núi, hồ... với đặc điểm địa hình, khí hậu lý tưởng cho sự sống và thụ hưởng của con người. Cho đến nay, những dự án đầu tư vào hệ thống cơ sở lưu trú du lịch tại các trung tâm du lịch ở nước ta đang đón nhận một lượng lớn khách du lịch quốc tế và nội địa là kênh đầu tư được đánh giá hiệu quả cao.

Thực tế từ năm 2014 đến nay, trên phạm vi cả nước đã xuất hiện tình trạng cơn sốt đầu tư phát triển bất động sản du lịch khi du lịch tăng trưởng mạnh. Các dự án bất động sản du lịch được hình thành và mở bán tại các thành phố lớn, các khu vực ven biển, miền núi, hải đảo như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Hạ Long, Đồ Sơn, Sầm Sơn, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang, Phú Quốc, Đà Lạt... Trong đó, Hạ Long, Nha Trang, Đà Nẵng và Phú Quốc là những địa bàn đang phát triển rất mạnh. Điều này khẳng định rõ sự tăng trưởng khách du lịch tạo sức hấp dẫn cho kênh đầu tư vào bất động sản du lịch và chính yếu tố hấp dẫn du lịch là cội nguồn gia tăng giá trị cho bất động sản tại điểm du lịch.

Phát triển du lịch và nhu cầu bất động sản du lịch nghỉ dưỡng

Với xu hướng dòng khách tiếp tục hướng về khu vực châu Á - Thái Bình Dương, trong đó Việt Nam như điểm đến đang nổi lên trong ASEAN, chúng ta luôn lạc quan dự báo về viễn cảnh tăng trưởng du lịch 10 năm tới. Du lịch Việt Nam tiếp tục đà tăng trưởng đặt ra nhu cầu đầu tư vào cơ sở lưu trú du lịch cần đạt tới không chỉ mở rộng quy mô gia tăng số lượng, đa dạng loại hình mà phải tăng cường chất lượng, đẳng cấp. Theo đó, đến năm 2020 cả nước cần có 650.000 đến 700.000 buồng lưu trú du lịch; năm 2025 cần có 950.000 đến 1.050.000 buồng và đến năm 2030 cần có 1.300.000 đến 1.450.000 buồng; tốc độ tăng trưởng bình quân 8,2 - 8,5% đến năm 2020; 7,8 - 8,0% giai đoạn 2020 - 2025 và 7 - 7,5% giai đoạn 2025 - 2030. Tiếp đà tăng trưởng của ngành Du lịch, nhu cầu đầu tư vào cơ sở lưu trú du lịch cũng tăng lên tuy nhiên tính chất, loại hình và địa bàn sẽ thay đổi theo xu hướng nhu cầu của khách du lịch thế hệ mới. Bất động sản du lịch vẫn là kênh đầu tư hấp dẫn hứa hẹn hiệu quả cao nếu lựa chọn đúng địa bàn, đúng loại hình phù hợp với xu hướng nhu cầu của thế hệ khách du lịch mới, thời kỳ gắn với cách mạng công nghiệp 4.0.

Tác động của du lịch đến đầu tư bất động sản du lịch nghỉ dưỡng

Có thể thấy giai đoạn vừa qua, khách quốc tế đến Việt Nam tăng cao và có nhu cầu nghỉ dưỡng, tham quan, khám phá là chủ yếu. Khách du lịch nội địa gia tăng tầng lớp trung lưu có nhu cầu đi du lịch mang tính khai phá điểm đến là chủ yếu. Tỷ trọng khách du lịch (cả khách quốc tế và khách nội địa) nghỉ dưỡng dài ngày còn thấp, phổ biến vẫn là loại hình du lịch biển,



du lịch theo mùa, lễ hội và kỳ nghỉ ngắn; khách có nhu cầu chuyên biệt chưa rõ nét, chưa đa dạng.

Giai đoạn tới, với đặc trưng của thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0 trong đó công nghệ thông tin truyền thông được ứng dụng sâu rộng trong du lịch; khách du lịch dựa vào công nghệ sẽ có nhiều lựa chọn tiếp cận điểm đến với nhiều phương thức tiêu dùng du lịch theo nhiều xu hướng khác nhau và được tiếp cận dễ dàng, tiện lợi hơn rất nhiều. Các xu hướng ảnh hưởng đến dòng sản phẩm bất động sản du lịch nghỉ dưỡng đó là:

Thứ nhất, nổi lên xu hướng khách du lịch sẽ quan tâm nhiều hơn tới chất lượng trải nghiệm tại điểm đến thay vì hình ảnh điểm đến đơn thuần; khách sẽ lưu lại dài ngày hơn nếu điểm đến có nhiều trải nghiệm thú vị và ngược lại. Điều này đòi hỏi các nhà đầu tư bất động sản du lịch cần cân đối quy mô, loại hình lưu trú phù hợp với tính chất, loại hình các hoạt động và trải nghiệm du lịch, ví dụ dự án bất động sản du lịch sẽ trở thành quần thể và gắn với nhiều tiện ích như casino, giải trí, thể thao, sự kiện, nghệ thuật, games và các hoạt động giao lưu văn hóa địa phương...

Thứ hai, khách du lịch thế hệ mới đến Việt Nam và khách là người Việt cũng nhờ công nghệ, kinh nghiệm đã và đang trở nên từng trải hơn, trở nên khó tính hơn với nhu cầu cá biệt hóa, đa dạng hơn. Nếu trước đây du lịch biển theo trào lưu là phổ biến thì tiếp đến sẽ thay đổi chuyển hướng sang nghỉ dưỡng núi, trải nghiệm văn hóa địa phương, du lịch sinh thái đồng quê... Khách du lịch thế hệ mới là những người yêu môi trường, tôn trọng môi trường và có trách nhiệm với môi trường, có xu hướng tìm về những giá trị văn hóa đặc sắc và sinh thái nguyên sơ, những giá trị tiện ích rất nhân văn. Như vậy đòi hỏi đầu tư vào cơ sở lưu trú du lịch cần có nhiều ý tưởng mới, mở rộng đa dạng địa bàn không chỉ tập trung vào các khu du lịch biển mà những điểm đến đầu tư mới ở vùng núi cao, hồ trên núi, những vùng sinh thái độc đáo, vùng văn hóa được bảo tồn nguyên vẹn.

Thứ ba, kinh nghiệm du lịch ngày càng được tích lũy, dòng khách tự túc ngày càng nhiều, nhu cầu rất khác nhau vì vậy bên cạnh du lịch đại trà theo số đông, đi theo nhóm, theo tour thì số lượng khách đi lẻ, đi tự túc nhiều lên. Đây là tín hiệu mà nhà đầu tư cần cân nhắc mở rộng nhiều loại hình lưu trú du lịch đa dạng, quy mô không lớn, đan xen với cộng đồng dân cư, hòa nhập với văn hóa bản địa.

Thứ tư, sự phát triển của ngành hàng không và ứng dụng công nghệ trong kinh tế chia sẻ làm cho khách du lịch tiếp cận điểm đến thuận lợi hơn, vì vậy khách có khuynh hướng đi nhiều lần trong năm và đi ngắn ngày. Do đó, đầu tư vào cơ sở lưu trú du lịch đòi hỏi phải tiện ích thông minh, có giá thành cạnh tranh và trong môi trường điểm đến thân thiện để khách quay trở lại nhiều lần.

Thứ năm, dòng khách du lịch MICE (meeting-incentive-convention-exhibition) là xu hướng ngày càng phổ biến sẽ rất phù hợp với các quần thể, các khu phức hợp dịch vụ gắn với hội họp, hội chợ, sự kiện... đồng thời tại trung tâm du lịch có sức hấp dẫn.

Thứ sáu, sự dao động về dòng khách trong năm theo sự kiện, thời vụ đòi hỏi nhà đầu tư cần tính toán về quy mô dự án và tính kết nối theo chuỗi giá trị gắn với tuyến hành trình của khách và nhu cầu trải nghiệm của khách.

Một số khuyến nghị từ ngành Du lịch

Năm 2019, ngành Du lịch thu hút khoảng 18 triệu lượt khách quốc tế (tăng trên 16% so với năm trước), 85 triệu lượt khách nội địa, tổng thu du lịch đạt trên 720.000 tỷ đồng. Tuy nhiên, việc tăng trưởng bền vững trong dài hạn vẫn là thách thức lớn với ngành Du lịch. Để giữ đà tăng trưởng cao của du lịch trong tương lai, Tổng cục Du lịch đưa ra những khuyến nghị đối với các bên liên quan, trong đó có lĩnh vực hạ tầng, bất động sản du lịch như sau:

Một là, tiếp tục đầu tư vào hạ tầng du lịch, phát triển nhiều điểm đến mới, mở rộng không gian phát triển, kết nối nhiều đường bay mới cũng như hệ thống sân bay, cảng biển, đường sắt, đường cao tốc, công nghệ thông tin... tăng cường khả năng kết nối thuận tiện các điểm đến của Việt Nam với thị trường thế giới để tiếp tục gia tăng lượng khách du lịch; khuyến khích đầu tư tư nhân và hợp tác công tư (PPP) đối với các dự án phát triển có tầm nhìn, đẳng cấp quốc tế và tạo sức hút, điểm nhấn, hiệu ứng nổi trội dẫn dắt cho đầu tư du lịch.

Hai là, nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ, điểm đến du lịch nhằm thu hút khách du lịch chất lượng cao, quay lại nhiều lần, lưu trú dài ngày, trải nghiệm nhiều, chi tiêu cao. Theo ông Kenneth Atkinson, Chủ tịch Grant Thornton Việt Nam, Phó Chủ tịch Hội đồng Tư vấn Du lịch Việt Nam (TAB): “Nếu không cải thiện các sản phẩm du lịch và chất lượng của dịch vụ, chúng ta sẽ không thể thu hút được khách du lịch chi tiêu cao hơn hay thôi thúc du khách quay trở lại”. Đây là cơ sở để gia tăng giá trị cho sản phẩm du lịch từ đó quyết định hiệu quả đầu tư.

Ba là, đẩy mạnh quảng bá thương hiệu điểm đến nói chung cũng như thương hiệu của dự án phát triển nói riêng nhằm định vị giá trị và niềm tin cho du khách cũng như các nhà đầu tư. Quảng bá thương hiệu làm nên đẳng cấp và tạo dựng giá trị cho dự án đầu tư. Chính quyền quản lý điểm đến cần phối hợp huy động doanh nghiệp chung sức để triển khai các chương trình xúc tiến quảng bá; qua đó đẩy mạnh thu hút khách du lịch; chỉ khi có khách du lịch thì dự án mới có thể khả thi và sống được bền vững.

Bốn là, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao với tầm quản lý tham gia được vào chuỗi giá trị toàn cầu, đồng thời

đảm bảo kỹ năng dịch vụ cơ bản có tính sáng tạo và đậm bản sắc văn hóa Việt Nam. Chính yếu tố con người tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm du lịch. Sản phẩm du lịch chất lượng cao, có giá trị gia tăng cao được tạo bởi nguồn nhân lực chất lượng cao.

Năm là, thực hiện bảo tồn văn hóa, bảo vệ tài nguyên, gìn giữ môi trường tự nhiên - xã hội để duy trì sức hấp dẫn của điểm đến; kiểm soát chặt chẽ quá trình lập, thẩm định và phê duyệt dự án đầu tư phát triển để kiên quyết loại bỏ những dự án có tầm nhìn ngắn hạn, kém sáng tạo, không thân thiện môi trường, không tôn trọng giá trị văn hóa, giá trị truyền thống địa phương.

Sáu là, đối với đầu tư bất động sản nghỉ dưỡng du lịch

Chủ đầu tư dự án bất động sản nghỉ dưỡng:

Cần có nghiên cứu kỹ về thị trường du lịch, thị trường bất động sản; sử dụng tư vấn chuyên nghiệp; xác định tầm nhìn dài hạn; có ý tưởng riêng biệt về sản phẩm của dự án gắn chặt với đặc điểm tài nguyên du lịch;

Thiết kế sản phẩm dự án không chỉ dựa trên mà phải phát huy được những giá trị của tài nguyên du lịch về văn hóa và sinh thái; tập trung vào những khu du lịch quốc gia xác định trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đã được Thủ tướng phê duyệt; xác định giá trị đặc thù, giá trị cốt lõi cho thương hiệu của dự án gắn với điểm đến để quảng bá và thiết kế sản phẩm bất động sản phù hợp.

Lựa chọn tính chất và loại hình lưu trú phù hợp với xu hướng nhu cầu du lịch; sáng tạo và mạnh dạn chuyển hướng, chủ động khai phá những điểm đến mới có những giá trị tài nguyên đặc sắc cho đến nay vẫn chưa khai thác; đối với những trung tâm du lịch lớn cần làm mới sản phẩm bằng những dự án tầm cỡ quốc tế, những khu phức hợp đa chức năng, tiện ích thông minh kết hợp tốt giữa thụ hưởng du lịch với nhiều dạng nhu cầu của cuộc sống.

Đối với chủ đầu tư thứ cấp:

Cần nhận diện được giá trị vô hình của sản phẩm bất động sản gắn liền với giá trị tài nguyên du lịch đặc sắc của điểm đến để đầu tư vào nhiều loại hình lưu trú khác nhau kết chuỗi theo tuyến hành trình của dòng khách du lịch.

Lựa chọn và đồng hành cùng chủ đầu tư dự án có độ tin cậy, có ý tưởng, tầm nhìn và có thương hiệu đẳng cấp cao; dự án có tính khả thi cao và chủ đầu tư có tiềm lực tài chính, có nguồn nhân lực chuyên nghiệp.■

