

Phát triển thị trường bất động sản du lịch nghỉ dưỡng

Trong những năm qua, mặc dù tình hình quốc tế có nhiều biến động, nền kinh tế, chính trị và xã hội nước ta tiếp tục ổn định, vị thế đất nước ngày càng được nâng cao trên quốc tế. Năm 2018, mức tăng GDP cả nước đạt 7,08%, cao nhất trong vòng 10 năm trở lại đây. Tỷ lệ lạm phát có xu hướng giảm rõ rệt, năm 2018 là 3,54% thấp hơn so với mức trung bình 5 năm qua (khoảng 6,5%). Hệ thống cơ sở hạ tầng ngày càng phát triển theo hướng đồng bộ, đảm bảo kết nối trong nước và quốc tế trên tất cả các lĩnh vực kinh tế hạ tầng giao thông, hạ tầng năng lượng, thông tin truyền thông, cấp thoát nước, đô thị, y tế... môi trường kinh doanh được cải thiện, khuôn khổ pháp lý thuận lợi hơn cho mọi loại hình doanh nghiệp, chất lượng nguồn lực lao động của Việt Nam đang dần được cải thiện.

TS. NGUYỄN TRÙNG KHÁNH

Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch
Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch



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

Ngày 16/01/2017, Bộ Chính trị ra Nghị quyết số 08/NQ-TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn thể hiện quyết tâm cao của Đảng trong tập trung chỉ đạo phát triển du lịch tạo động lực mới cho nền kinh tế.

Căn cứ nội dung của Nghị quyết, ngành Du lịch xây dựng Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035. Các mục tiêu cụ thể dự kiến sẽ đạt được trong các giai đoạn cụ thể như sau. Thứ nhất, giai đoạn từ nay đến năm 2025, ngành Du lịch phục vụ 32 triệu lượt khách quốc tế, 110 triệu lượt khách nội địa. Tổng thu từ khách du lịch 1.400 - 1.500 nghìn tỷ đồng (tương đương 64 - 65 tỷ USD); đóng góp 11,5 - 12% vào GDP. Có tổng số 900.000 buồng lưu trú với 40 - 45% đạt tiêu chuẩn 3 - 5 sao. Tạo ra khoảng 4,6 triệu việc làm, trong đó có 1,5 - 1,6 triệu việc làm trực tiếp. Đến năm 2030: Phục vụ 47 triệu lượt khách quốc tế, 130 triệu lượt khách nội địa. Tổng thu từ khách du lịch khoảng 2.400 nghìn tỷ đồng (tương đương 106 - 107 tỷ USD); đóng góp 13,5 - 14% vào GDP. Có tổng số 1,3 triệu buồng lưu trú với 45 - 50% đạt tiêu chuẩn 3 - 5 sao. Tạo ra khoảng 7 triệu việc làm, trong đó có 2,3 - 2,4 triệu việc làm trực tiếp.

Tầm nhìn đến năm 2035, Việt Nam trở thành điểm đến có thương hiệu mạnh và sức cạnh tranh cao, thuộc nhóm quốc gia phát triển du lịch hàng đầu khu vực châu Á. Đến năm 2035, tổng thu từ khách du lịch tăng 1,3 - 1,5 lần so với năm 2030. Thực tế, với tiềm năng to lớn và vị thế ngày càng

Du lịch Việt Nam thời gian qua đã có những bước tiến mạnh mẽ, đóng góp nguồn gia tăng giá trị của nền kinh tế và kích thích đầu tư vào đất động sản du lịch. 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 chững lại. Ở phạm vi cục bộ một điểm đến, một địa phương hoặc tại thời vụ thấp điểm, cũng có thể vượt cầu, công suất sử dụng

buồng thấp, giá bán thấp dẫn tới hiệu quả đầu tư chưa được như kỳ 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, Chính phủ cần tiếp tục có những giải pháp vĩ mô một cách hữu hiệu. Ngành du lịch cũng cần tiếp tục có những khuyến nghị cụ thể về xu hướng tăng trưởng, về quản lý điểm đến một cách bền vững. Những khuyến nghị và giải pháp này sẽ tác động tới sự phát triển của các loại hình lưu trú du lịch và bất động sản nghỉ dưỡng. Sự phát triển nhanh chóng và bền vững của bất động sản nghỉ dưỡng cũng có tác động trở lại đối với chính sách và nhu cầu phát triển du lịch.



được khẳng định trên trường quốc tế, Việt Nam vẫn luôn và ngày càng tự tin về triển vọng trở thành trung tâm du lịch có tầm cỡ trong khu vực và trên thế giới. Cho đến nay, hình ảnh Việt Nam đang từng bước cải thiện và khẳng định là điểm đến an toàn, thân thiện, hấp dẫn.

Thành công của năm APEC Việt Nam 2017 và Hội nghị thượng đỉnh Mỹ-Triều vào tháng 2/2019, Việt Nam được Tổ chức Giải thưởng Du lịch Thế giới trao giải thưởng là điểm đến chơi Golf hàng đầu châu Á-Thái Bình Dương, điểm đến du lịch hàng đầu châu Á-Thái Bình Dương trong thời gian qua và nhiều sự kiện tầm vóc toàn cầu trong thời gian tới như giải đua Công thức F1 sẽ diễn ra tại Hà Nội 2020, năm ASEAN-Việt Nam 2020... Việt Nam đang chiếm lĩnh được niềm tin của quốc tế và khẳng định là điểm đến của hòa bình, an toàn và sẽ trở thành trung tâm của các sự kiện quốc tế.

Đánh giá quá trình phát triển giai đoạn vừa qua, nhận định những cơ hội và thách thức cũng như tiềm năng, vị thế và triển vọng của du lịch Việt Nam, dự thảo Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035 nêu trên đã dự báo đến năm 2020 đón 21,0 triệu lượt khách quốc tế, đến 2025 đón 32 triệu lượt và đến 2030 sẽ đón 47 triệu lượt, tăng trưởng bình quân cả giai đoạn 9-11%/năm. Với tốc độ tăng trưởng như vậy, du lịch Việt Nam sẽ cất cánh và phát triển lên tầm cao mới thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thập kỷ tới.

Với xu hướng dòng khách tiếp tục hướng về khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, 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 đã 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 đối với cơ sở lưu trú du lịch.

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 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 cơ sở lưu trú du lịch cũng 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 có nhu cầu nghỉ dưỡng, tham quan, khám phá là chủ yếu. Đối với khách du lịch nội địa gia tăng của tầng lớp trung lưu có nhu cầu đi du lịch mang tính khai phá điểm đến là chủ yếu. Cả khách quốc tế và khách nội địa thì tỷ trọng khách du lịch 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 và 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, 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 tích thông minh, vừa 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 đặt ra mục tiêu thu hút khoảng 18 triệu lượt khách quốc tế (tăng trên 16%), 85 triệu lượt khách nội địa, tổng thu du lịch đạt trên 700.000 tỷ đồng. Đây là mục tiêu tăng trưởng cao, đòi hỏi ngành du lịch phải tập trung khắc phục những điểm yếu, vượt lên thách thức, tháo gỡ những nút thắt, rào cản để phát triển. Thực tế, 10 tháng đầu năm 2019 số lượng khách quốc tế đạt gần 14,5 triệu lượt, tăng 13% so với cùng kỳ. 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 sau:

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 đối với các dự án phát triển có tầm nhìn, đẳng cấp quốc tế và tạo sức hút, điểm nhấn và hiệu ứng nổi trội dẫn dắt cho đầu tư du lịch.

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.

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.

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.

