Các nhân tố thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Nguyễn Thanh Huyền
Trường Cao đẳng Công thương Việt Nam

Việt Nam liên tục nằm trong nhóm những quốc gia có tốc độ tăng trưởng khách du lịch nhanh nhất thế giới. Du lịch quốc tế Việt Nam cũng đang đứng trước thời điểm vàng để phát triển với nhiều nhân tố để thu hút khách du lịch quốc tế. Song Việt Nam cần kịp thời triển khai những giải pháp phù hợp để khắc phục khó khăn và tận dụng tối đa những lợi thế để có thể thu hút được nhiều hơn nữa lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong thời gian tới.

1. Vai trò của du lịch quốc tế đối với nền kinh tế - xã hội

1.1. Với nền kinh tế

Ngành du lịch nói chung và du lịch quốc tế nói riêng đóng góp một phần đáng kể trong tổng sản phẩm kinh tế quốc dân ở nhiều quốc gia. Đặc biệt; đối với Việt Nam, ngành Du lịch hiện nay được xem như là một trong ba ngành kinh tế mũi nhọn; được chú trọng đầu tư; không ngừng phát triển và có những đóng góp tích cực vào nền kinh tế quốc gia.

Du lịch phát triển thúc đẩy các ngành kinh tế hỗ trợ phát triển theo như giao thông vận tải; bưu chính viễn thông; bảo hiểm; dịch vụ tài chính; dịch vụ lưu trú và ăn uống. Ngành du lịch phát triển cũng đem lại một thị trường tiêu thụ hàng hóa rộng lớn; từ đó thúc đẩy tăng trưởng nhanh tổng sản phẩm kinh tế quốc dân.

Du lịch quốc tế phát triển đem lại nguồn lợi từ thu hút vốn đầu tư nước ngoài; hoạt động xuất khẩu tại chỗ và tăng nguồn thu ngoại tệ cho đất nước. Ngoài ra; du lịch quốc tế phát triển cũng giúp củng cố và phát triển mối quan hệ kinh tế với các nước trên thế giới cũng như thúc đẩy phát triển giao thông quốc tế.

1.2. Với xã hội

Ngành Du lịch tạo ra hàng triệu việc làm cho nhiều lao động; đặc biệt tạo ra cơ hội việc làm lớn cho các lao động nữ. Ngành Du lịch cũng giải quyết việc làm cho nhiều người dân vùng nông thôn; tạo nên những chuyển biến tích cực trong xã hội; nâng cao mức sống của người dân và vị thế của phụ nữ trong xã hội.

Ngoài ra ngành Du lịch còn góp phần giảm quá trình đô thị hóa khi giúp cân bằng lại sự phân bố dân cư và hệ thống cơ sở hạ tầng từ độ thị về nông thôn trong quá trình phát triển du lịch. Nhờ đó; hạn chế được những tác động tiêu cực do quá trình đô thị hóa gây ra.

Du lịch phát triển giúp truyền bá văn hóa với hình ảnh đất nước; con người Việt Nam cho bạn bè quốc tế; đồng thời cũng là phương tiện quảng bá hàng hóa Việt Nam ra thị trường nước ngoài hiệu quả.

Du lịch thúc đẩy và tạo cơ hội cho việc giao lưu; trao đổi giữa các nền văn hóa trên thế giới; giúp cho con người hiểu biết lẫn nhau và gắn kết nhau hơn. Mặt khác; du lịch cũng đóng góp một phần tích cực trong việc bảo tồn các di sản văn hóa và thúc đẩy các hoạt động văn hóa có quy mô và chất lượng.

2. Các nhân tố thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam

Việt Nam nằm trong khu vực có khí hậu nhiệt đới nóng, ẩm, mưa nhiều, tạo cho thực - động vật phát triển, thiên nhiên đa dạng. Do vị trí nằm gần trung tâm khu vực Đông Nam Á, trên đường giao thông quốc tế từ lục địa Á - Âu đến lục địa Úc, từ Ấn Độ Dương sang Thái Bình Dương nên nước ta nằm gần và chịu nhiều ảnh hưởng của hai nền văn hóa cổ đại lớn là Trung Quốc và Ấn Độ; nằm trong khu vực có sự giao thoa văn hóa giữa hai khu vực và với các nước phương Tây. Các yếu tố trên đã tạo cho nước ta có nguồn tài nguyên thiên nhiên cũng như tài nguyên nhân văn phong phú, đa dạng, đặc sắc, tạo điều kiện thuận lợi để ngành du lịch Việt Nam phát triển, đặc biệt là đón khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

2.1. Nhân tố tự nhiên

Nhìn chung, tài nguyên thiên nhiên nước ta là một nguồn vốn vô cùng to lớn đối với sự phát triển du lịch, là mơ ước của nhiều quốc gia du lịch. Song, những tài nguyên du lịch đó vẫn còn nằm trong "tiềm ẩn" hay có khai thác nhưng không đáng kể. Do vậy, mọi chiến lược phát triển du lịch ở nước ta trong thời gian tới, trước hết phải đánh giá đúng nguồn tài nguyên thiên nhiên của du lịch, có kế hoạch khai thác, đầu tư, tôn tạo ngay từ khi bắt đầu phát triển ngành. Trong đó, Việt Nam là một trong những nước có đường bờ biển dài nhất châu Á. Với

trên 3.260 km bờ biển, khoảng 125 bãi tắm trong đó 20 bãi tắm có quy mô và tiêu chuẩn quốc tế, cảnh quan phong phú, đa dạng, nước ta có nhiều điều kiện thuận lợi cho phát triển nhiều loại hình du lịch nghỉ dưỡng tắm biển, thể thao dưới nước và vui chơi giải trí.

2.2. Nhân tố nhân văn

Việt Nam có một kho tàng di sản văn hóa rất lớn với gần 40 ngàn di sản vật thể, 60 ngàn di sản phi vật thể – với gần 8.000 lễ hội trong đó hơn 3.000 lễ hội dân gian thể hiện rõ bản sắc văn hóa dân tộc rất độc đáo với nhiều di sản văn hóa thế giới cũng như nhiều di tích lịch sử – văn hóa đã và đang trở thành điểm đến hấp dẫn và thu hút khách du lịch trong cũng như ngoài nước. Có 13 di sản văn hóa phi vật thể trên thế giới tại Việt Nam như Nhã nhạc cung đình Huế, Không gian văn hóa Cồng Chiêng Tây Nguyên, Quan họ, Ca trù, Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương, ... Việt Nam có 54 dân tộc anh em, mỗi dân tộc đều có những nét đặc trưng về văn hoá, phong tục tập quán và lối sống riêng.

2.3. Nhân tố con người

Những năm qua, lợi thế lớn nhất mà Việt Nam sở hữu có lẽ có lực lượng lao động dồi dào và cơ cấu lao động trẻ. Theo Tổng cục Thống kê, trong quý IV năm 2021, Việt Nam có khoảng 50,7 triệu người thuộc lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên. Đồng thời, năng suất lao động của Việt Nam thời gian qua đã có sự cải thiện đáng kể theo hướng tăng đều qua các năm và là quốc gia có tốc độ tăng năng suất lao động cao trong khu vực ASEAN. Người lao động Việt Nam được đánh giá có ưu điểm là thông minh, cần cù, khéo léo, có trình độ dân trí, học vấn khá cao so với mức thu nhập quốc dân, tiếp thu nhanh tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ của thế giới.

2.4. Nhân tố chính sách, khuyến khích từ nhà nước

Để tạo đà cho du lịch phát triển, đến nay Đảng và nhà nước ta đã và đang bổ sung, hoàn thiện dần cơ chế chính sách. Thời gian qua ngành du lịch đã nhận được sự quan tâm đặc biệt từ xã hội, Chính phủ, các bộ ngành, địa phương cho đến người dân cả nước. Qua đó hệ thống cơ sở pháp lý của ngành đã từng bước được xây dựng và hoàn thiện. Luật Du lịch đã được Quốc hội thông qua tháng 6/2005 trên cơ sở kế thừa Pháp lệnh Du lịch, có hiệu lực từ ngày 01/01/2006. Qua hơn 10 năm triển khai thực hiện, để đáp ứng nhu cầu phát triển trong giai đoạn mới, tạo hành lang pháp lý thuận lợi nhất cho sự phát triển của Ngành, Tổng cục Du lịch đang tập trung hoàn thiện Luật Du lịch (sửa đổi) trình Quốc hội xem xét. Tổng cục Du lịch cũng đang xây dựng và trình Chính phủ, Bộ Chính trị Đề án phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

2.5. Nhân tố cơ sở vật chất và hệ thống hạ tầng

Việt Nam có dịch vụ lưu trú đa dạng, phù hợp với khách du lịch: khách sạn, resort, homestay, motel, nhà nghỉ nhà trọ, biệt thự, căn hộ cho thuê, cắm trại, ... Việt Nam có nhiều khu du lịch có sự đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật hợp lí, khai thác tốt tài nguyên du lịch để phục vụ du khách như: Vinpearl Land Nha Trang, khu du lịch Bà Nà Đà Nẵng, khu du lịch Mũi Né Phan Thiết, ... Khách du lịch đến đây không chỉ hấp dẫn vì tài nguyên du lịch mà còn bởi yếu tố cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch.

Trong những năm qua, nhiều hình thức huy động vốn đã được Chính phủ chấp thuận và ủng hộ để đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng giao thông, điển hình là những công trình đầu tiên đầu tư bằng hình thức BOT, BT, với tổng mức đầu tư vài chục tỷ đồng. Bước vào thời kỳ đổi mới nền kinh tế, đặc biệt là trong hơn 10 năm qua, sự phát triển nhanh và ngày càng nâng cao về chất lượng kết cấu hạ tầng giao thông đã thỏa mãn tốt hơn nhu cầu đi lại, vận chuyển hàng hóa của xã hội.

3. Đánh giá về hoạt động du lịch quốc tế tại Việt Nam giai đoạn 2015 – 2022

3.1. Thành tựu đạt được

Có thể thấy rằng du lịch quốc tế của Việt Nam đã được đầu tư phát triển và đạt được nhiều thành tựu trong giai đoạn 2015-2022.

Vốn đầu tư cho phát triển du lịch của Việt Nam nói chung và phát triển du lịch quốc tế nói riêng đã không ngừng tăng lên; cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cũng không ngừng được đầu tư xây dựng, số doanh nghiệp du lịch cũng tăng lên nhanh chóng, nguồn nhân lực được đào tạo có hiệu quả, tăng lên cả chất và lượng, từ đó, kết quả kinh doanh của ngành cũng có những kết quả tích cực: tăng trưởng số lượng khách du lịch quốc tế nhìn chung cả giai đoạn 2016- 2019, số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đã tăng 8,095.85 nghìn lượt khách, tăng từ 9,912.74 nghìn lượt khách năm 2016 lên 18,008.58 nghìn lượt khách năm 2019, tức tăng 81.67% và tăng tổng thu từ du lịch quốc tế toàn giai đoạn 2016-2019, tổng thu từ du lịch quốc tế đã tăng 180 nghìn tỷ đồng, tức tăng 74.69%.

Song, đến năm 2022, du lịch đã được nhanh chóng phục hồi. Số lượng khách quốc tế đến Việt Nam năm 2022 cao gấp 23,3 lần so với năm trước. Điều này làm cho doanh thu của ngành du lịch ở Việt Nam cũng tăng lên đáng kể, làm cho hoạt động du lịch của nước ta ngày càng được mở rộng và phát triển.

3.2. Hạn chế còn tồn tại

Mặc dù đạt được những kết quả như trên, hoạt động du lịch quốc tế của Việt Nam giai đoạn từ này còn tồn tại những hạn chế sau.

Thứ nhất, sản phẩm và dịch vụ du lịch thiếu tính sáng tạo cũng như chưa đáp ứng yêu cầu đa dạng của du khách. Sản phẩm và dịch vụ du lịch của Việt Nam phụ thuộc quá nhiều vào tài nguyên sẵn có, Việt Nam còn thiếu sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt, chưa tập trung cho sản phẩm có giá trị gia tăng cao để kích thích du khách chi tiêu hay thu hút du khách quay lại nhiều lần.

Thứ hai, việc nghiên cứu, phát triển thị trường du lịch quốc tế chưa thực sự đạt hiệu quả. Việc nghiên cứu, phát triển thị trường chưa được chú trọng đúng mức. Hiện nay du lịch quốc tế của Việt Nam vẫn bị lệ thuộc vào một số thị trường nguồn như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ... Việt Nam chưa khai thác hiệu quả các thị trường xa, đặc biệt là các phân khúc thị trường khách có chi tiêu cao hay lưu trú dài ngày.

Thứ ba, chất lượng nguồn nhân lực chưa cao, trình độ ngoại ngữ và khả năng tiếp thu công nghệ còn kém. Nhân lực phục vụ cho du lịch quốc tế mặc dù đã có sự gia tăng cả về số lượng và chất lượng nhưng vẫn còn bộc lộ nhiều điểm yếu, chưa đáp ứng được yêu cầu về lao động chất lượng cao trong ngành, tỷ lệ lao động đã qua đào tạo không cao.

Thứ tư, công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn hạn chế. Mặc dù Việt Nam tích cực tham gia, tổ chức các hội chợ, sự kiện quốc tế để xúc tiến du lịch Việt Nam tới đông đảo khách du lịch quốc tế trên thế giới, nhưng cách thức tổ chức, tham gia còn thiếu tính chuyên nghiệp, chỉ mới tiếp cận được một bộ phận nhỏ khách quốc tế. Nguồn lực cho quảng bá còn thấp, nội dung xúc tiến của Việt Nam cũng thiếu tính đa dạng.

4. Giải pháp đẩy mạnh phát triển và thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam

Thứ nhất, hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật để bảo đảm tính đồng bộ, thống nhất. Điều chỉnh và bổ sung Luật Du lịch, các nghị định thông tư hướng dẫn Luật. Rà soát hoàn thiện các cơ chế, chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư, ưu tiên các nhà đầu tư chiến lược thực hiện các dự án trọng điểm.

Thứ hai, Xây dựng hoạch định chiến lược phát triển du lịch quốc tế. Việc xây dựng, hoạch định chiến lược phát triển du lịch quốc tế là nhiệm vụ hàng đầu cần thực hiện. Các chiến lược, chính sách phát triển du lịch quốc tế phải dựa trên bối cảnh phát triển kinh tế- xã hội, kết quả nghiên cứu thị trường du lịch trong nước và quốc tế, chính sách phát triển du lịch quốc tế của "đối thủ cạnh tranh".

Thứ ba, Đẩy mạnh phát triển và đa dạng hóa thị trường khách du lịch quốc tế. Việt Nam cần đa dạng hóa thị trường khách du lịch quốc tế, tránh sự phụ thuộc vào một hoặc một vài thị trường, đặc biệt cần chú trọng khai thác thị trường ASEAN sau khi AEC hình thành. Ngoài ra, Việt Nam cần tiếp tục mở rộng khai thác thị trường mới, thị trường tiềm năng, ưu tiên hướng đến các thị trường khách du lịch quốc tế có khả năng chi tiêu cao và có nhu cầu lưu trú dài ngày như Ấn Độ, Trung Đông, Đông Âu và Nam Mỹ.

Thư tư, Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch hiện có, nghiên cứu phát triển sản phẩm du lịch mới, đáp ứng tốt nhu cầu khách du lịch quốc tế. 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. Việt Nam cần tiếp tục phát triển các sản phẩm du lịch có thế mạnh như du lịch biểnđảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái. 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.

Thứ năm, Tăng cường xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch nhằm thu hút khách du lịch quốc tế. Thương hiệu quốc gia cần gắn với chiến lược phát triển du lịch quốc tế của quốc gia trong từng thời kỳ. Do đó, thương hiệu quốc gia có thể được đổi tên nhằm phù hợp với chiến lược, thực tế phát triển du lịch quốc tế của Việt Nam trong từng thời kỳ. Xúc tiến quảng bá du lịch quốc tế là công cụ cơ bản để tạo dựng hình ảnh Việt Nam như một điểm đến du lịch chất lượng đối với khách du lịch quốc tế. Cần phải tính đến tất cả các yếu tố trên khi xây dựng chiến lược xúc tiến quảng bá để phát huy hiệu quả tất cả các công cụ xúc tiến.

Thứ sáu, Phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch phục vụ khách du lịch quốc tế nên được nhà nước coi trọng đẩy mạnh hơn nữa. Việt Nam cần phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch đảm bảo đáp ứng yêu cầu hội nhập, tăng cường đào tạo đại học, sau đại học và đào tạo quản lý về du lịch cũng như cần tăng cường liên kết đào tạo nguồn nhân lực du lịch, bao gồm liên kết đào tạo giữa các cơ sở trong nước và ngoài nước. Cần hợp tác đào tạo theo các tiêu chuẩn và chương trình đào tạo nghề du lịch, tham gia các mạng lưới nghiên cứu, chuyển giao tri thức về đào tạo nhân lực du lịch giữa các nước trong khu vực và trên thế giới./.

Tài liệu tham khảo

Marinko Skare, Domingo Riberio Soriano. (2020). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. Science Direct.

Nashirah A., S. Rosbi. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID19) to tourism industry. AERS.

Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam năm 2018 (2019), "Du lịch Việt Nam năm 2018 qua các con số".

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2019), "Báo cáo thường niên – 2019".