

**Nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam
trong điều kiện hội nhập quốc tế :Luận văn ThS. Kinh
tế: 60.31.01 / Nguyễn Anh Tuấn ; Nghd. : GS. TS.**

Nguyễn Văn Đính

PHẦN MỞ ĐẦU

I. Tính cấp thiết của đề tài:

Trong những năm gần đây, du lịch trở thành thị trường cạnh tranh cao. Nhiều điểm đến du lịch mới nổi lên. Các hãng lữ hành và truyền thông ngày càng tăng ảnh hưởng trên thị trường. Khách du lịch quan tâm nhiều hơn tới chất lượng môi trường của các cơ sở dịch vụ và điểm đến du lịch. Điều đó làm tăng áp lực lên các nước quan tâm phát triển du lịch phải tăng cường năng lực cạnh tranh.

Qua 46 năm hình thành và phát triển, đặc biệt từ năm 1990 đến nay, Du lịch Việt Nam đã có bước phát triển nhanh, trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần tích cực vào quá trình đổi mới và hội nhập quốc tế của đất nước. Du lịch phát triển tạo nhiều việc làm, tăng thu ngoại tệ, cải thiện kết cấu hạ tầng và các lĩnh vực căn bản khác của nền kinh tế nước ta. Tài nguyên thiên nhiên, nhân văn phong phú và vị trí địa lý thuận lợi của Việt Nam là những nhân tố quan trọng cho sự phát triển du lịch. Tuy nhiên, là ngành mới phát triển, Du lịch Việt Nam không tránh khỏi những hạn chế, yếu kém. Chất lượng tăng trưởng và năng lực cạnh tranh trên thị trường du lịch thế giới còn thấp. Kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch còn hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển. Công tác thị trường, xúc tiến du lịch chưa được đẩy mạnh. Sản phẩm du lịch chưa đa dạng và chất lượng còn thấp. Nguồn nhân lực du lịch còn hạn chế về trình độ và kỹ năng đón tiếp khách du lịch. Ứng dụng khoa học công nghệ trong quản lý và kinh doanh du lịch còn yếu. Do đó, lượng khách quốc tế vào Việt Nam thời gian qua chưa nhiều, chưa tương xứng với tiềm năng to lớn của đất nước.

Xu thế toàn cầu hoá và tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế đã và đang gia tăng áp lực cạnh tranh đối với ngành Du lịch Việt Nam. Bên cạnh thuận lợi và

cơ hội phát triển, Du lịch Việt Nam sẽ phải đối mặt với những thách thức to lớn, đó là tình trạng cạnh tranh quyết liệt trên thị trường để thu hút khách quốc tế. Để đứng vững trong cạnh tranh, Du lịch Việt Nam phải tăng cường vị thế và năng lực cạnh tranh để thu hút khách quốc tế. Do đó, nâng cao năng lực cạnh tranh trở thành yêu cầu cấp thiết, quyết định sự phát triển của Du lịch Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế.

II. Tình hình nghiên cứu:

Cho đến nay, có rất ít công trình khoa học nghiên cứu, phân tích và đánh giá về năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam. Trong dự án VIE/89-003 về Kế hoạch chỉ đạo phát triển du lịch Việt Nam có một phần nhỏ phân tích về khả năng cạnh tranh của Du lịch Việt Nam nhưng đã lạc hậu so với sự phát triển du lịch hiện nay. Năm 2003, Luận án tiến sĩ kinh tế của tác giả Phạm Hồng Chương đã đề cập vài nét tới khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp lữ hành Hà Nội. Hiện nay, Vụ Thương mại và Dịch vụ, Bộ Kế hoạch Đầu tư chủ trì đề tài “*Khả năng cạnh tranh và tác động của tự do hoá ngành Du lịch*” do UNDP tài trợ và nhóm tác giả của Đại học Kinh tế quốc dân thực hiện và dự kiến nghiệm thu trong năm 2006. Tuy nhiên, đề tài này chủ yếu đánh giá tác động của tự do hoá ngành Du lịch. Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam giai đoạn 2001-2010 cũng chưa đề cập tới nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Du lịch. Hơn nữa, đến nay, Tổng cục Du lịch cũng chưa xây dựng Chiến lược cạnh tranh tổng thể cho Du lịch Việt Nam.

III. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu: Mục đích nghiên cứu của luận văn là đề xuất giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch để thu hút khách quốc tế vào Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế.

Để thực hiện mục đích trên, nhiệm vụ của luận văn là khái quát hoá những vấn đề lý luận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh, năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch; Nghiên cứu kinh nghiệm một số nước để rút ra bài học trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Du lịch. Trên nền tảng lý luận này, luận văn phân tích, đánh giá tổng thể thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam, phân tích xu hướng xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển du lịch quốc tế, đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế.

IV. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1. Đối tượng nghiên cứu: là năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế.

2. Phạm vi nghiên cứu: Luận văn giới hạn nghiên cứu thực trạng năng lực cạnh tranh thu hút khách du lịch quốc tế của ngành Du lịch Việt Nam so với một số đối thủ cạnh tranh trong khu vực. Luận văn sử dụng kết quả đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch của Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới để đánh giá năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam, không đi sâu phân tích yếu tố cấu thành và cách tính chỉ số năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam; Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh du lịch của 3 nước là Thái Lan, Malaysia và Tây Ban Nha;

- Khoảng thời gian được nghiên cứu để phân tích, đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam là từ 1993 đến nay, chủ yếu từ năm 2000 đến nay. Thời gian để thực hiện các giải pháp là giai đoạn 2006-2010 và có thể kéo dài hơn, phù hợp với Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam giai đoạn 2001-2010 và định hướng tới năm 2020.

V. Phương pháp nghiên cứu: Dựa trên phương pháp luận cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử, luận văn vận dụng phương pháp nghiên cứu cụ thể sau: Phương pháp lô gíc và lịch sử, Phương pháp phân tích và tổng hợp, Phương pháp thống kê và Phương pháp so sánh.

VI. Những đóng góp mới của luận văn: Khái quát hoá một số cơ sở lý luận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh, năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch. Thông qua nghiên cứu kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch của một số nước, rút ra một số bài học quan trọng, có thể vận dụng để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam;

- Đánh giá một cách khá toàn diện về thực trạng năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam, nêu bật mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội và thách thức của Du lịch Việt Nam hiện nay, đồng thời đề xuất được hệ thống giải pháp đồng bộ, có cơ sở khoa học và thực tiễn nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh thu hút khách du lịch quốc tế của ngành Du lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế. Người viết hy vọng sẽ giúp các nhà hoạch định chính sách về du lịch có được tài liệu tham khảo tin cậy để xây dựng chiến lược cạnh tranh và đưa ra các biện pháp hiệu quả nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam, góp phần thúc đẩy ngành Du lịch Việt Nam phát triển và hội nhập nhanh vào ngành Du lịch toàn cầu.

VII. Bố cục của luận văn: Ngoài phần mở đầu, khuyến nghị và kết luận, Luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch;

Chương 2: Thực trạng năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam;

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế.

CHƯƠNG I:

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG NGÀNH DU LỊCH

1.1. Cạnh tranh và năng lực cạnh tranh

1.1.1. Khái niệm cạnh tranh: Phạm trù cạnh tranh được hiểu là *quan hệ kinh tế ở đó các chủ thể kinh tế ganh đua nhau tìm mọi biện pháp, cả nghệ thuật lẫn thủ đoạn để đạt mục tiêu kinh tế của mình, thông thường là chiếm lĩnh thị trường, giành lấy khách hàng cũng như điều kiện sản xuất, thị trường có lợi nhất. Mục đích cuối cùng của các chủ thể kinh tế trong quá trình cạnh tranh là tối đa hoá lợi ích. Đối với người sản xuất kinh doanh là lợi nhuận, đối với người tiêu dùng là lợi ích tiêu dùng và sự tiện lợi.*

Theo nghĩa rộng nhất, cạnh tranh có nghĩa là *“tồn tại vì thích ứng nhất”*

1.1.2. Phân loại cạnh tranh: Xét theo chủ thể kinh tế tham gia thị trường có cạnh tranh giữa những người sản xuất hay người bán với nhau, cạnh tranh giữa những người mua, cạnh tranh giữa người bán và người mua; Xét theo mục tiêu kinh tế của các chủ thể tham gia thị trường: có cạnh tranh nội bộ ngành và cạnh tranh giữa các ngành. Xét theo hình thái cạnh tranh có cạnh tranh hoàn hảo và cạnh tranh không hoàn hảo,...

1.1.3. Năng lực cạnh tranh: Thuật ngữ năng lực cạnh tranh được sử dụng rộng rãi nhưng vẫn chưa có khái niệm rõ ràng và cách thức đo lường năng lực cạnh tranh. Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế OECD định nghĩa năng lực cạnh tranh là *“khả năng của các công ty, các ngành, các vùng, các quốc gia hoặc khu vực siêu quốc gia trong việc tạo ra việc làm và thu nhập cao hơn trong điều kiện cạnh tranh quốc tế trên cơ sở bền vững”*.

1.1.4. Các cấp độ năng lực cạnh tranh: gồm bốn cấp độ là năng lực cạnh tranh cấp quốc gia, năng lực cạnh tranh cấp ngành, năng lực cạnh tranh của doanh

nghiệp, năng lực cạnh tranh của sản phẩm hàng hoá.

1.2. Năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch:

1.2.1. Khái niệm: Năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch của một nước hoặc vùng lãnh thổ trong luận văn này được gọi chung là năng lực cạnh tranh điểm đến (coi một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ là một điểm đến du lịch). *Năng lực cạnh tranh điểm đến là khả năng của một điểm đến phân phối hàng hoá và dịch vụ du lịch tốt hơn các điểm đến khác.*

Công trình nghiên cứu cụ thể nhất về năng lực cạnh tranh du lịch tổng thể là của Crouch & Ritchie. Theo Crouch & Ritchie “*Để cạnh tranh, phát triển du lịch của điểm đến phải bền vững, không chỉ bền vững về kinh tế và sinh thái mà còn bền vững về xã hội, văn hoá và chính trị*”.

1.2.2. Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch: Tiếp cận thị trường du lịch; Giá cả và chi phí; Sử dụng công nghệ thông tin; An toàn, an ninh và rủi ro; Chất lượng phương tiện và dịch vụ du lịch; Chất lượng tài nguyên môi trường; Nguồn nhân lực; Chính sách của Chính phủ.

1.2.3. Chỉ số đánh giá năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch: Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới đưa ra 8 chỉ số đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch là chỉ số năng lực cạnh tranh giá, chỉ số phát triển kết cấu hạ tầng, chỉ số môi trường, chỉ số công nghệ, chỉ số nguồn nhân lực, chỉ số mở cửa, chỉ số du lịch nhân văn và chỉ số phát triển xã hội.

1.3. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch

1.3.1. Kinh nghiệm của Malaysia

1.3.2 Kinh nghiệm của Thái Lan

1.3.3 Kinh nghiệm của Tây Ban Nha

1.4. Một số bài học kinh nghiệm: Từ kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch ba nước trên, luận văn rút ra 7 bài học sau:

1.4.1. Bài học về xây dựng chiến lược và kế hoạch cạnh tranh

1.4.2. Bài học xây dựng thương hiệu, khuếch trương hình ảnh điểm đến

1.4.3 Bài học đẩy mạnh công tác thị trường, maketing, xúc tiến du lịch

1.4.4. Bài học về phát triển, đa dạng hóa sản phẩm du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ theo hướng tiêu chuẩn hóa.

1.4.5. Bài học thiết lập văn phòng đại diện du lịch quốc gia ở nước ngoài

1.4.6. Bài học về chính sách tạo thuận lợi cho khách du lịch quốc tế

1.4.7. Bài học về tổ chức sự kiện để thu hút khách vào mùa thấp điểm

Tóm tắt chương I

Chương I đã trình bày khái quát những vấn đề lý luận về cạnh tranh, phân

loại cạnh tranh, năng lực cạnh tranh, các cấp độ năng lực cạnh tranh, các khái niệm năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch, các yếu tố ảnh hưởng và các chỉ số đánh giá năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch do Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới đưa ra. Chương I cũng đã tập trung nghiên cứu, phân tích kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch 3 nước Malaysia, Thái Lan và Tây Ban Nha, trên cơ sở đó rút ra 7 bài học kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Du lịch.

CHƯƠNG II:

THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DU LỊCH VIỆT NAM

2.1. Khái quát thực trạng năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam:

Trong mấy năm gần đây, mặc dù tăng trưởng kinh tế cao nhưng năng lực cạnh tranh của nền kinh tế nước ta liên tục bị tụt hạng. Năm 2005, chỉ số năng lực cạnh tranh tăng trưởng giảm từ 77 xuống 81, chỉ số năng lực cạnh tranh doanh nghiệp giảm từ 79 xuống 80.

Những thay đổi thứ hạng của Việt Nam trong Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu năm 2005-2006 của WEF cho thấy, Việt Nam tiếp tục đạt tiến bộ về chỉ số kinh tế vĩ mô, xoá đói, giảm nghèo và nỗ lực của Chính phủ trong phát triển công nghệ thông tin. Nhưng vị trí xếp hạng không trực tiếp cung cấp thông tin chính xác về năng lực cạnh tranh của một quốc gia là cao hay thấp vì còn phụ thuộc vào số nền kinh tế được xếp hạng. Hơn nữa, đánh giá xếp hạng của WEF chỉ xem xét thực trạng, không xét đến tốc độ phát triển. Như vậy, việc tụt bậc trong Bảng xếp hạng không hoàn toàn có nghĩa là năng lực cạnh tranh của Việt Nam sụt giảm. Tuy nhiên, các nhà đầu tư thường tham khảo Bảng xếp hạng cạnh tranh toàn cầu này để quyết định đầu tư, nên thứ hạng thấp hơn có thể ảnh hưởng tới đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào Việt Nam trong năm sau.

2.2. Khái quát quá trình hình thành, phát triển của Du lịch Việt Nam:

2.2.1. Giai đoạn từ 1960-1989: Du lịch Việt Nam bắt đầu hình thành từ năm 1960. Trong giai đoạn này, hoạt động du lịch mang đậm dấu ấn của cơ chế kế

hoạch hoá tập trung, quan liêu bao cấp, chỉ có doanh nghiệp nhà nước được phép hoạt động kinh doanh du lịch, trong đó hầu hết là kinh doanh thua lỗ. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch nghèo nàn, lạc hậu.

2.2.2. Giai đoạn từ 1990 -1999: Tháng 10/1992, Chính phủ quyết định thành lập lại Tổng cục Du lịch. Trong giai đoạn này, Đảng và Nhà nước đẩy mạnh công cuộc đổi mới, mở cửa hội nhập với thế giới nên ngành Du lịch có cơ hội phát triển. Lượng khách quốc tế tăng nhanh, từ 250.000 lượt năm 1990 lên 1,78 triệu lượt năm 1999. Thu nhập từ du lịch tăng từ 2.940 tỷ đồng năm 1990 lên gần 15.600 tỷ đồng năm 1999. Nộp ngân sách từ trên 200 tỷ đồng năm 1990 lên 765 tỷ đồng năm 1999. Việc làm trực tiếp trong lĩnh vực du lịch từ 17.000 năm 1990 lên 150.000 năm 1999.

2.2.3. Giai đoạn từ năm 2000 đến nay: Trong giai đoạn này, ngành Du lịch Việt Nam đứng trước vận hội mới của sự phát triển và hội nhập quốc tế, đồng thời cũng đứng trước thách thức mới do biến động chính trị, kinh tế, xung đột sắc tộc, tôn giáo, khủng bố, dịch bệnh và thiên tai trên thế giới. Tuy vậy, ngành Du lịch tiếp tục tăng trưởng nhanh (*kết quả cụ thể được nêu ở mục 2.7*). Kết cấu hạ tầng du lịch được đầu tư, nâng cấp khá nhanh. Chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch được nâng lên. Nhiều khách sạn, khu du lịch cao cấp được xây dựng, tạo diện mạo mới cho Du lịch Việt Nam.

2.3. Nguồn lực của Du lịch Việt Nam:

2.3.1. Nguồn lực thừa hưởng:

2.3.1.1. Tài nguyên tự nhiên của Việt Nam phong phú. Đặc điểm đa dạng về cấu trúc địa hình biển đảo, đồng bằng, đồi núi đã làm cho lãnh thổ nước ta phong phú về cảnh quan và hệ sinh thái động thực vật, đặc biệt là hệ sinh thái sông hồ, biển-đảo, rừng,...là tiềm năng to lớn cho phát triển du lịch.

2.3.1.2. Tài nguyên nhân văn: Nước ta có tài nguyên nhân văn đa dạng, có nền văn hoá của 54 dân tộc với nhiều bản sắc, chính thống về lịch sử, truyền thống, lối sống và phong tục tập quán; Có nhiều di tích lịch sử, văn hoá và di sản văn hoá phi vật thể độc đáo.

2.3.2. Nguồn lực sáng tạo:

- *Kết cấu hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch:* Số lượng phòng cơ sở lưu trú của Việt Nam tăng nhanh. Năm 1992, cả nước có trên 13,05 nghìn phòng, đến năm 2005 đã đạt 95,7 nghìn phòng, tăng trên 7 lần so với năm 1992. Về chủng loại cơ sở lưu trú: tính đến hết năm 2005, cả nước có 972 khách sạn từ 1-5 sao. Số khách sạn 4-5 sao còn ít với số phòng chỉ chiếm khoảng gần 1/3 tổng số phòng khách sạn từ 1-5 sao. Xem bảng 2.1:

BẢNG 2.1. KHÁCH SẠN TỪ 1-5 SAO CỦA VIỆT NAM TÍNH ĐẾN 2005

Hạng khách sạn	Số khách sạn	Số buồng khách sạn
5 sao	18	5.251
4 sao	45	5.561
3 sao	342	7.965
2 sao	114	11.497
1 sao	408	6.413
Tổng số	927	36.687

(Nguồn: TCDL, 2005)

Chất lượng phương tiện vận chuyển còn rất thấp, chưa hiện đại. Các sân bay của nước ta có quy mô nhỏ, công suất hạn chế, thiết bị còn lạc hậu, khu vực làm thủ tục xuất nhập cảnh còn nhỏ. Nước ta có ít trung tâm hội nghị quốc tế hiện đại, công nghệ tổ chức hội nghị còn thiếu chuyên nghiệp. Ẩm thực Việt Nam rất đa dạng và đặc sắc. Tuy nhiên, ở nhiều điểm du lịch, chất lượng dịch vụ ăn uống còn thấp, điều kiện vệ sinh chưa đảm bảo. Thiếu văn phòng thông tin du lịch tại các trung tâm du lịch lớn.

- *Loại hình hoạt động du lịch:* Cảnh quan thiên nhiên nước ta rất đẹp nên hoạt động du lịch ngắm cảnh, trở về với tự nhiên đang rất hấp dẫn khách quốc tế. Nước ta có tiềm năng lớn về du lịch biển, sông, hồ, nhưng các loại hình du lịch dưới nước chưa phát triển. *Các hoạt động mạo hiểm* chưa được phát triển do thủ tục xin phép phức tạp. Phương tiện thể thao cho khách du lịch còn thiếu và chưa hiện đại. Kết cấu hạ tầng thể thao còn hạn chế. Chưa có chiến lược kết hợp

du lịch với tổ chức sự kiện thể thao.

- *Mua sắm*: Chi phí mua sắm của khách quốc tế ở Việt Nam chiếm tỷ lệ rất nhỏ. Mặt hàng cho mua sắm chưa đa dạng, hình thức, mẫu mã chưa hấp dẫn, chất lượng còn thấp. Chưa có chiến lược kết hợp giữa hai ngành Du lịch và Thương mại để thúc đẩy mua sắm của khách du lịch.

- *Giải trí*: Nước ta chưa có nhiều công viên chủ đề đủ tầm cỡ để thu hút khách du lịch. Các loại hình giải trí ở nước ta còn nghèo nàn, chưa đa dạng. Chất lượng giải trí còn thấp.

- *Lễ hội và sự kiện đặc biệt*: từ năm 2000 đến nay, nước ta đã chú trọng tổ chức lễ hội và sự kiện để thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, ngoài lễ hội đêm rằm phố cổ Hội An và Festival Huế, lễ hội nước ta chưa thu hút được khách quốc tế. Nhiều lễ hội được tổ chức theo hướng sân khấu hoá.

2.3.3. Các nhân tố hỗ trợ:

- *Kết cấu hạ tầng cơ bản* của nước ta đã được cải thiện nhanh trong 10 năm qua. Tuy vậy, nhìn chung kết cấu hạ tầng của nước ta còn lạc hậu; *Hệ thống thông tin viễn thông* đã được cải thiện nhanh chóng. Tuy nhiên, mạng lưới này còn hạn chế ở nông thôn, miền núi; *Hệ thống giao thông trong nước* đã có những cải thiện đáng kể nhưng vẫn còn lạc hậu; *Các cơ sở chăm sóc y tế cho khách du lịch ở nước ta có rất ít*. Chưa có chiến lược kết hợp giữa ngành Du lịch và Y tế để phát triển loại hình du lịch điều dưỡng, chữa bệnh; Việt Nam được coi là điểm đến an toàn nhưng vẫn còn tình trạng ăn xin, bán hàng rong, đeo bám khách du lịch; *Công nghệ xử lý chất thải* còn lạc hậu. Nhiều khách sạn và điểm du lịch chưa có biện pháp thu gom và xử lý chất thải; *Thiếu điện* đã ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là doanh nghiệp kinh doanh lưu trú.

- *Chất lượng dịch vụ* ở Việt Nam đã được cải thiện, tuy nhiên, ở nhiều điểm du lịch và cơ sở dịch vụ còn thấp. Thủ tục xuất nhập cảnh, hải quan đã có nhiều cải tiến nhưng việc giải quyết ở một số cửa khẩu vẫn gây khó khăn cho khách du lịch. Trang thiết bị làm thủ tục còn lạc hậu. Thái độ của nhân viên hải quan/xuất nhập cảnh còn thiếu cởi mở, thân thiện.

- *Khả năng tiếp cận điểm đến*: Các đường bay trực tiếp từ các thị trường xa tới Việt Nam còn ít. Chính sách về thị thực đã có nhiều đổi mới. Tuy nhiên, thủ tục cấp thị thực vẫn chưa thông thoáng, cấp thị thực tại cửa khẩu chưa hiệu quả; Khách du lịch sau khi tới Việt Nam dễ dàng đi sang nước khác bằng đường không. Tuy nhiên, đối với khách đi đường bộ vào Việt Nam còn khó khăn; *Tần suất/công suất của phương tiện vận chuyển tới Việt Nam* tăng lên nhưng so với Thái Lan, Malaysia còn rất thấp.

- *Tiếp đón khách du lịch*: nhìn chung, người dân Việt Nam có thái độ cởi mở và thân thiện với khách du lịch; Những nơi du lịch phát triển, lượng khách đến đông, tiếp xúc giữa người dân và khách du lịch khá dễ dàng. Tuy nhiên, ở nhiều điểm du lịch khác, yếu tố ngôn ngữ khác biệt làm cho việc tiếp xúc này bị hạn chế.

2.4. Quản lý điểm đến du lịch:

2.4.1. Tổ chức quản lý điểm đến:

- *Công tác phối hợp*: Năm 1999, Chính phủ thành lập Ban chỉ đạo Nhà nước về Du lịch. Những điều phối của Ban chỉ đạo Nhà nước về Du lịch đã tạo chuyển biến mới trong công tác phối hợp, giải quyết các vấn đề liên quan đến du lịch. Tổng cục Du lịch đã phát huy vai trò đầu mối, đề xuất nhiều biện pháp tháo gỡ vướng mắc liên quan đến du lịch. Tuy nhiên, công tác phối hợp vẫn còn nhiều hạn chế. Việc triển khai chương trình du lịch mới, mạo hiểm còn gặp nhiều trở ngại vì quá nhiều thủ tục, giấy phép.

- *Cung cấp thông tin*: Tổng cục Du lịch đã thu thập và cung cấp thông tin du lịch qua các phương tiện truyền thông, hội nghị, hội thảo và trang web của ngành. Tuy nhiên, thông tin còn chưa cập nhật, thiếu cụ thể.

- *Kiểm soát và đánh giá*: Tổng cục Du lịch đã từng bước kiểm soát, đánh giá thực hiện chiến lược và chính sách phát triển du lịch, làm cơ sở hoạch định chính sách phát triển du lịch. Tuy nhiên, công tác này nhìn chung chưa thực hiện tốt. Nhiều cán bộ, công chức ngành Du lịch ít tiếp cận thực tế. Thanh tra, kiểm tra hoạt động du lịch chưa được đẩy mạnh.

2.4.2. Quản lý marketing điểm đến: Tổng cục Du lịch là cơ quan thực hiện công tác marketing du lịch quốc gia. Mấy năm gần đây, hoạt động này được quan tâm hơn. Hình ảnh Du lịch Việt Nam đã bắt đầu được biết đến trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, đến nay, Tổng cục Du lịch chưa có chiến lược marketing du lịch quốc gia. Vì thế, hoạt động này còn thiếu tính chiến lược, tự phát và chưa chuyên nghiệp. Xúc tiến du lịch ở nước ngoài còn yếu.

2.4.3. Chính sách, kế hoạch và phát triển du lịch: Đảng và Nhà nước quan tâm hơn tới phát triển du lịch. Từ 1993 đến nay, nhiều chủ trương, chính sách về du

lich được ban hành. Một trong những chính sách đó là hỗ trợ đầu tư kết cấu hạ tầng du lịch. Tổng vốn ngân sách đầu tư kết cấu hạ tầng du lịch thời kỳ 2001-2005 là 2.146 tỷ đồng. Tuy nhiên, việc sử dụng nguồn vốn trên thiếu hiệu quả do đầu tư còn dàn trải, thiếu tập trung.

Cơ chế chính sách và luật pháp về du lịch chưa hoàn thiện. Ban hành chính sách du lịch nhiều khi chưa dựa trên và chưa phù hợp với chiến lược phát triển du lịch. Văn bản pháp luật về du lịch chậm được triển khai. Nhiều quy định pháp luật về du lịch còn chồng chéo, cản trở lẫn nhau.

2.4.4. Phát triển nguồn nhân lực du lịch: Trong 15 năm qua, lực lượng lao động trong ngành Du lịch đã tăng nhanh. Năm 1990, cả nước có trên 20 nghìn lao động trực tiếp trong du lịch, đến năm 2005 đã tăng lên 234.000, lao động gián tiếp ước 510.000, chiếm 2,5% lao động cả nước. Đã có 42,5% lao động được đào tạo nghề du lịch. Đến nay, cả nước có 30 cơ sở đào tạo du lịch hệ dạy nghề và trung cấp, 38 cơ sở hệ đại học và cao đẳng. Tuy nhiên, mạng lưới cơ sở đào tạo này chưa đáp ứng nhu cầu thực tế. Tình trạng phổ biến là thiếu lao động có kỹ năng và tay nghề cao. Trong tổng số 234.000 lao động trực tiếp trong ngành Du lịch, chỉ có khoảng 7% có trình độ đại học. Vì vậy, nhu cầu đào tạo nhân lực cho ngành Du lịch là rất lớn và cấp bách.

2.4.5. Quản lý môi trường: Chính phủ và ngành Du lịch đã nhận ra tầm quan trọng của môi trường đối với phát triển du lịch bền vững. Tuy nhiên, hiện nay, Du lịch Việt Nam hiện đang phải đối mặt với những thách thức không nhỏ của suy thoái môi trường tự nhiên.

2.5. Địa điểm điểm đến du lịch: Việt Nam đang nổi lên là điểm đến mới, hấp dẫn trên bản đồ du lịch thế giới, đồng thời lại nằm trong khu vực tăng trưởng du lịch mạnh của thế giới. Với vị trí địa lý thuận lợi, khoảng cách sang các nước trong khu vực rất gần, Việt Nam có thể liên kết với các nước trong khu vực hình thành các chương trình du lịch liên quốc gia hấp dẫn.

2.6. Môi trường kinh doanh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch: Kể từ khi Luật Doanh nghiệp ra đời năm 2000, môi trường kinh doanh trong nước ngày càng thông thoáng, thuận lợi cho doanh nghiệp du lịch phát

triển. Tuy nhiên, đa số doanh nghiệp còn yếu kém về năng lực cạnh tranh do năng lực quản lý yếu, thiếu chiến lược cạnh tranh, công nghệ lạc hậu, năng suất thấp, thiếu vốn, quy mô kinh doanh nhỏ, xem nhẹ thương hiệu, thiếu đội ngũ quản lý và nhân viên có trình độ và kỹ năng, ít sử dụng công nghệ máy tính/thương mại, đặc biệt là công nghệ phần mềm để tạo lợi thế cạnh tranh.

2.7. Kết quả đạt được của Du lịch Việt Nam giai đoạn 2000-2005

2.7.1 Về khách quốc tế đến Việt Nam:

2.7.1.1. Số lượng khách quốc tế: Lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong giai đoạn 2000-2005 tăng nhanh. Năm 2000, nước ta đón được 2,14 triệu lượt khách quốc tế, đến năm 2005 đón được 3,47 triệu lượt khách quốc tế.

2.7.1.2. Mục đích chuyến đi của khách quốc tế đến Việt Nam: khách du lịch thuần túy chiếm tỷ trọng lớn nhất, theo chiều hướng tăng, khách thương nhân có xu hướng giảm.

2.7.1.3. Khách quốc tế đến Việt Nam theo phương tiện vận chuyển: Khách đường không chiếm tỷ trọng lớn nhất và theo chiều hướng tăng, khách đường biển chiếm tỷ trọng ít nhất, có xu hướng giảm.

2.7.1.4. Những thị trường khách quốc tế hàng đầu đến Việt Nam là Trung Quốc, Nhật, Mỹ, Hàn Quốc, Đài Loan, Campuchia, Úc, Pháp, Thái Lan, Anh, chiếm 75% tổng khách đến Việt Nam năm 2005. Trung Quốc là thị trường gửi khách hàng đầu. Khách Hàn Quốc có tốc độ tăng trưởng cao nhất.

2.7.1.5. Thị phần của Du lịch Việt Nam trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương ngày càng tăng. Năm 2001, khách quốc tế đến Việt Nam chỉ chiếm 1,93%, đến năm 2005 đã chiếm 2,13%. Tuy nhiên, thị phần này còn quá nhỏ so với tiềm năng du lịch to lớn của nước ta.

2.7.1.6. Thời gian lưu trú trung bình của khách quốc tế đến Việt Nam là 9,5 đêm, trong đó khách đường không là 12,3 đêm, khách đường bộ là 4 đêm và khách đường biển là 2,5 đêm.

2.7.1.7. Tỷ lệ khách quốc tế quay trở lại Việt Nam: khách quốc tế quay trở lại Việt Nam chiếm 32,1%, trong đó chủ yếu là khách thương mại.

2.7.2. Chi tiêu của khách quốc tế tại Việt Nam: chi thuê phòng khách sạn chiếm tỷ lệ cao nhất (29,8%), tiếp đến là ăn uống (20,1%), mua sắm (18,8%),

chi phí đi lại ở Việt Nam (11,6%), chi tham quan giải trí (9,5%) và chi khác (10,2%). Khách Mỹ có mức bình quân chi tiêu cao nhất (1696,9 USD), tiếp đến là khách Úc (1481,1 USD), Canada (1.361,7 USD).

2.7.3. Đóng góp của du lịch đối với nền kinh tế: Đối với nước ta, động lực lớn nhất để phát triển du lịch là tăng thu nhập ngoại tệ từ du lịch. Tăng dòng chảy thu nhập ngoại tệ sẽ góp phần cải thiện cán cân thanh toán, có nguồn thu để thanh toán các hàng hoá và dịch vụ nhập khẩu cần thiết cho tăng trưởng và phát triển kinh tế. Du lịch phát triển đã đóng góp ngày càng nhiều hơn vào GDP cả nước. Năm 1994, tổng GDP của du lịch là 0,48 tỷ USD, chiếm 2,94% tổng GDP của cả nước, đến năm 2005, tổng GDP của du lịch là 1,88 tỷ USD, chiếm khoảng 3,85% tổng GDP của cả nước.

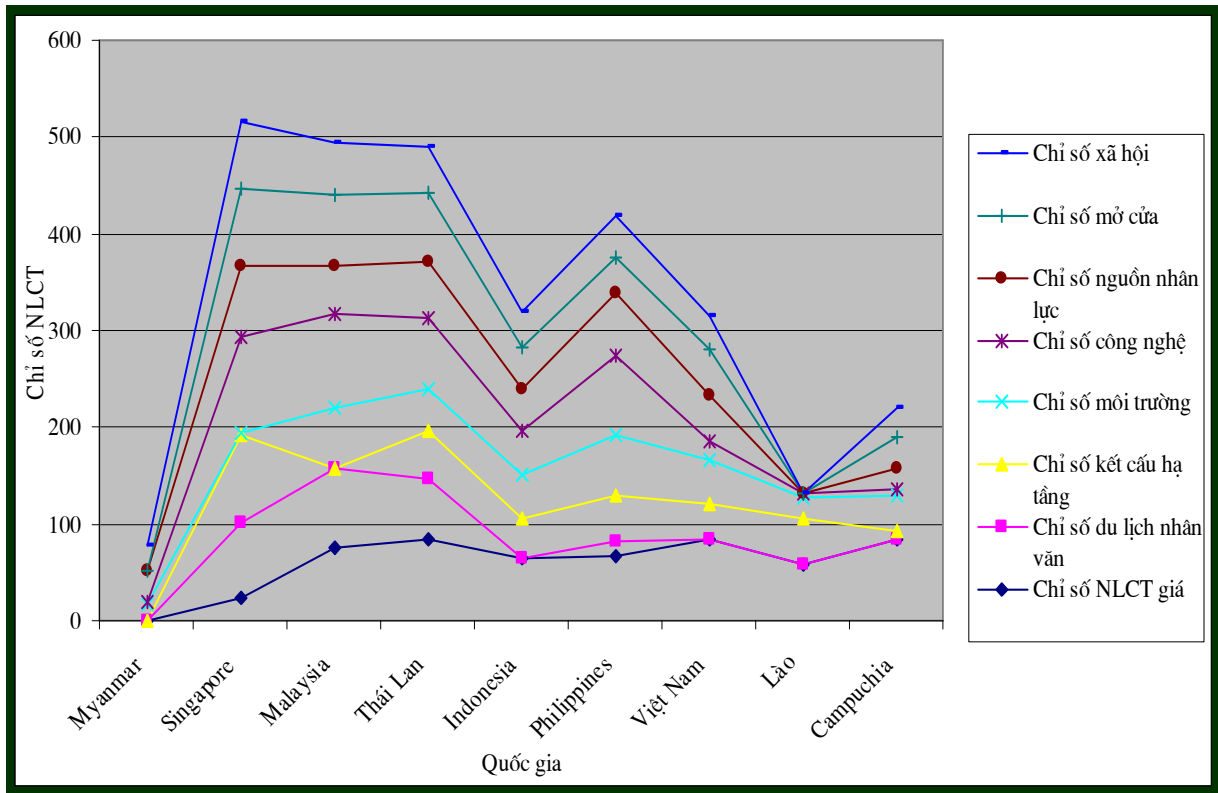
Du lịch là ngành tạo nhiều việc làm. Năm 1990, có trên 20 nghìn lao động trực tiếp trong lĩnh vực du lịch, đến năm 2005 tăng lên 234.000, lao động gián tiếp ước 510.000, chiếm 2,5% lao động toàn quốc. Du lịch tạo ra nguồn thu cả trực tiếp và gián tiếp cho Chính phủ thông qua các loại thuế.

2.7.4. Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào du lịch: Ngành Du lịch là một trong những ngành thu hút nhiều vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Tính đến năm 2005, 29 tỉnh, thành phố thu hút 190 dự án vào lĩnh vực khách sạn, sân golf, lễ hành quốc tế,...với tổng vốn đăng ký là 4,64 tỷ USD.

2.8. Đánh giá năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam:

2.8.1 Đối thủ cạnh tranh của Du lịch Việt Nam: Đối thủ cạnh tranh kề sát nhất là Trung Quốc, Campuchia và Lào. Đối thủ cạnh tranh gay gắt nhất là Malaysia, Thái Lan và Singapore. Du lịch Việt Nam đang phải đối diện với áp lực cạnh tranh ngày càng mạnh từ các đối thủ cạnh tranh chính. Mặc dù tốc độ tăng trưởng khách quốc tế hàng năm khá cao nhưng về số tuyệt đối nước ta vẫn còn khoảng cách xa so với Malaysia, Thái Lan và Singapore.

2.8.2. Đánh giá năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam thông qua các chỉ số năng lực cạnh tranh: Dựa trên bảng xếp hạng năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu gồm 220 nước của Hội đồng Du lịch và Lễ hành thế giới, ta có thể đánh giá năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam như sau:



(Nguồn: WTTC, 2004)

SƠ ĐỒ 2.1. MÔ TẢ NĂNG LỰC CẠNH TRANH DU LỊCH CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRONG KHU VỰC

2.8.2.1. Năng lực cạnh tranh giá của Du lịch Việt Nam khá cao. Lý do là giá cả dịch vụ như ăn uống, hàng hoá, giải trí và tham quan rẻ hơn so với một số đối thủ. Tuy nhiên, giá khách sạn lại cao hơn Malaysia và Thái Lan do thiếu khách sạn cao cấp. Giá vé máy bay quốc tế và trong nước còn cao.

2.8.2.2. Về kết cấu hạ tầng: Nhìn tổng thể, kết cấu hạ tầng của Việt Nam vẫn còn kém phát triển và chất lượng còn thấp so với nhiều nước trong khu vực. Chỉ số kết cấu hạ tầng của Việt Nam rất thấp, kém cả Lào. Tuy nhiên, chỉ số đường bộ của Việt Nam chỉ đứng sau Singapore và Philippines.

2.8.2.3. Về nguồn nhân lực: chỉ số giáo dục thấp hơn đối thủ cạnh tranh chính. Tuy nhiên, số liệu trên chỉ phản ánh trình độ phát triển nguồn nhân lực nói chung, chưa cho biết cụ thể trình độ phát triển nguồn nhân lực Du lịch. Trên thực tế, chất lượng nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam còn thấp. Vì vậy, Việt Nam không có lợi thế cạnh tranh về nguồn nhân lực du lịch.

2.8.2.4. Về công nghệ: Việt Nam có chỉ số về công nghệ rất thấp, chỉ hơn Lào, Myanmar, Campuchia. Điều này thể hiện khả năng tiếp cận và ứng dụng công nghệ trong hoạt động du lịch của nước ta còn hạn chế. Chỉ số công nghệ thấp là bất lợi chính của Du lịch Việt Nam trong cạnh tranh.

2.8.2.5. Về mức độ mở cửa: Việt Nam đứng thứ tư trong số 9 nước trong khu vực về chỉ số mở cửa. Trong mấy năm gần đây, Việt Nam khuyến khích đầu tư nước ngoài vào du lịch, cải tiến, đơn giản hoá thủ tục xuất nhập cảnh, hải quan, áp dụng chính sách miễn thị thực song phương và đơn phương. Tuy nhiên, so với các đối thủ cạnh tranh khác, Việt Nam vẫn còn hạn chế về mức độ mở cửa với du lịch và đầu tư.

2.8.2.6. Về môi trường: Việt Nam có chỉ số môi trường khá cao là do nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú. Tuy nhiên, trong những năm qua, sự phát triển kinh tế và du lịch đã có tác động tiêu cực tới môi trường, đặc biệt là ở trung tâm đô thị, và các điểm du lịch đông khách du lịch.

2.8.2.7. Về phát triển xã hội: Việt Nam nằm trong nhóm 4 nước trong khu vực kém nhất về chỉ số phát triển xã hội. Nhiều người dân, đặc biệt là người nghèo tiếp cận tới các dịch vụ xã hội có chất lượng còn thấp, ảnh hưởng tiêu cực tới phát triển bền vững và khả năng tái tạo nguồn nhân lực cho Du lịch.

Nói chung, ngoài giá có tính cạnh tranh cao, còn các chỉ số năng lực cạnh tranh còn lại của Việt Nam đều ở mức trung bình hoặc thấp hơn, trong đó thấp nhất là chỉ số về công nghệ. Điều này chứng tỏ, năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam còn thấp so với các nước phát triển du lịch trong khu vực.

2.8.3. Đánh giá chung năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam qua mô hình SWOT:

<u>ĐIỂM MẠNH</u>	<u>ĐIỂM YẾU</u>
- “Việt Nam” nổi tiếng thế giới trước khi marketing và được coi là điểm đến mới, an toàn với nhiều nét Á Đông hấp dẫn. - Vị trí trung tâm khu vực	- Năng lực cạnh tranh điểm đến và năng lực cạnh tranh doanh nghiệp còn thấp. - Kết cấu hạ tầng thiếu và chất lượng còn thấp. Kết cấu hạ tầng du lịch còn nhiều hạn chế. Cung cơ sở lưu trú cao cấp chưa

- Nguồn tài nguyên du lịch đa dạng. Có lịch sử, văn hoá đặc sắc, kiến trúc cổ kính, nhiều danh lam thắng cảnh và điểm du lịch nổi tiếng ở cả 3 vùng du lịch: <u>Vùng du lịch Bắc bộ:</u> + Hà Nội- một trong những thành phố đẹp nhất châu Á; Ẩm thực Hà Nội và đồng bằng Bắc bộ; Các làng nghề truyền thống +Vịnh Hạ Long, Tam Cốc-Bích Động + Vườn QG Cát Bà và Vườn QG Ba Bể + Sapa, Mai Châu. Cảnh quan vùng núi <u>Vùng du lịch Bắc Trung bộ:</u> + Động và Vườn QG Phong Nha-Kẻ bàng + Di tích lịch sử: đường Trường Sơn, Thành cổ Quảng Trị, Địa đạo Vĩnh Mốc, + Huế, Hội An và Mỹ Sơn, Bạch Mã, Bà Nà, bán đảo Sơn Trà, Ngũ hành Sơn. + Nhiều bãi biển đẹp: Thiên Cầm, Lăng Cô, Cảnh Dương, Cửa Đại, Non Nước,.. <u>Vùng du lịch Nam Trung bộ và Nam bộ:</u> +Cảnh quan và văn hoá vùngTây nguyên. + Đà Lạt, khu du lịch Đan kia-Suối Vàng + Nha Trang-Văn Phong- Phan Thiết +TP.Hồ Chí Minh-Địa đạo Củ Chi. Đồng bằng sông Cửu Long. Phú Quốc, Côn Đảo - Nguồn tài nguyên tự nhiên và nhân văn dồi dào cho tăng trưởng. - Lòng hiếu khách của người Việt Nam	đáp ứng đủ cầu. - Sản phẩm du lịch còn đơn điệu. Chất lượng dịch vụ du lịch còn thấp. Phương tiện vận chuyển lạc hậu. - Thủ tục xuất nhập cảnh, hải quan chưa thực sự thông thoáng, còn nhiều giấy phép - Mức độ mở cửa về du lịch còn hạn chế. - Thiếu đường bay trực tiếp. - Thiếu vốn đầu tư du lịch, trong khi đó vốn đầu tư lại dàn trải, kém hiệu quả. - Chưa có chiến lược cạnh tranh và chiến lược marketing du lịch quốc gia. Nguồn tài chính cho marketing du lịch hạn chế. — Chưa có văn phòng đại diện ở nước ngoài - Ứng dụng khoa học công nghệ, nhất là công nghệ thông tin còn hạn chế. - Thiếu hợp tác giữa các doanh nghiệp dl - Chất lượng nguồn nhân lực còn thấp. Thiếu nhân lực có kinh nghiệm, kỹ năng - Hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch chưa nghiêm. Thiếu thống nhất trong quy hoạch ngành, lãnh thổ. - Cơ cấu tổ chức chưa hoàn thiện. Sự phối hợp liên ngành chưa chặt chẽ. - Công tác thống kê du lịch còn lạc hậu. - Nhận thức xã hội về du lịch vẫn còn thấp - Phát triển chưa bền vững.
--	--

<u>CƠ HỘI</u>	<u>THÁCH THỨC</u>
- Môi trường chính trị ổn định. Đường lối đổi mới, mở cửa, hội nhập. - Xúc tiến điểm đến mới “Việt Nam” ở Châu Á. Việt Nam là điểm đến đa dạng, có thể tổ chức nhiều loại hình du lịch. - Việt Nam mới phát triển du lịch, có thể học hỏi kinh nghiệm của các nước. - Việt Nam đang trong thời kỳ tăng trưởng, có thể phát triển du lịch mạnh trong 10-15 năm tới. - Xu hướng phát triển du lịch khu vực Châu Á-TBD và xu hướng liên kết vùng - Tăng trưởng kinh tế tạo ra nhu cầu khách sạn mới, thu hút đầu tư mới - Tiềm năng lâu dài được đặc biệt nhấn mạnh là quy mô dân số và tỷ lệ người biết chữ, tài nguyên du lịch, địa điểm,...	- Khả năng tụt hậu so với đối thủ cạnh tranh chính là Thái Lan và Malaysia. - Biến động thiên tai, dịch bệnh, xung đột tôn giáo, vũ trang, khủng bố trên thế giới - Mâu thuẫn tiềm năng giữa các quyết định chính trị và hệ thống thị trường tự do - Kết cấu hạ tầng chưa phát triển hạn chế phát triển du lịch ở nông thôn, vùng núi. - Giá nhiên liệu tăng. Nhiều ngành độc quyền (điện, hàng không, viễn thông) làm tăng giá du lịch. - Hệ thống chính sách, pháp luật về du lịch chưa hoàn thiện. Tài nguyên du lịch và môi trường đang bị suy giảm. - Rủi ro trong đầu tư khiến các nhà đầu tư tìm kiếm các địa điểm đầu tư thay thế.

Tóm tắt chương II

Mở đầu Chương II, luận văn trình bày rất khái quát về thực trạng năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam. Tiếp đó luận văn đã tập trung phân tích toàn diện về thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam. Dựa trên các chỉ số và kết quả xếp hạng năng lực cạnh tranh du lịch của Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới, luận văn tập trung đánh giá năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam thông qua các chỉ số năng lực cạnh tranh và qua mô hình SWOT, chỉ ra mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội và thách thức của Du lịch Việt Nam hiện nay, làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch trong chương III.

CHƯƠNG III:

GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DU LỊCH VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP QUỐC TẾ

3.1 Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển du lịch quốc tế

3.1.1 Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế: Ngày nay, hội nhập kinh tế đã thực sự trở thành xu hướng tất yếu đối với tất cả các quốc gia. Trước thực tế đó, Việt Nam đã tích cực và chủ động từng bước hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Đối với nước ta, hội nhập kinh tế quốc tế đang chuyển sang giai đoạn có tính bước ngoặt, đánh dấu bằng những cột mốc quan trọng như tham gia tích cực vào các hoạt động của ASEAN, thực hiện đầy đủ các cam kết AFTA, diễn đàn du lịch APEC, hợp tác Á-Âu, đàm phán gia nhập WTO,...Giai đoạn bước ngoặt này đòi hỏi nước ta phải tiếp tục khai thác các yếu tố tăng trưởng theo chiều rộng, đồng thời phát triển theo chiều sâu nhằm tranh thủ các cơ hội và vượt qua các thách thức của quá trình hội nhập

Đối với ngành Du lịch nước ta, hai lĩnh vực kinh doanh lớn nhất là lữ hành và cơ sở lưu trú, bên cạnh cơ hội, thuận lợi của quá trình hội nhập cũng đang phải chịu áp lực cạnh tranh rất lớn. Tuy nhiên, hội nhập quốc tế là xu thế không thể đảo ngược; không có cách nào khác là phải chấp nhận cạnh tranh. Khó khăn, thách thức lớn nhất là nước ta đang tụt hậu về kinh tế, quản lý và công nghệ nhưng phải hội nhập đầy đủ khi gia nhập WTO.

3.1.2. Xu hướng phát triển du lịch quốc tế: Các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng du lịch của khách du lịch là: Internet là nguồn thông tin số một; Tăng nhu cầu về an toàn, tiện nghi và điểm đến chào đón. Khách du lịch tìm kiếm sự trải nghiệm phong phú có tính cá nhân; Bùng nổ du lịch người già; Hình mẫu du lịch tiếp tục thay đổi; Tăng nhu cầu về sản phẩm du lịch biển và chuyên đề. Khách du lịch đòi hỏi làm theo yêu cầu của họ hơn; Nhiều người có khả năng và thời gian hơn cho du lịch. Con người đòi hỏi tiếp cận dễ dàng hơn đối với vận chuyển, thông tin và đặt chỗ; Nhu cầu du lịch phụ thuộc mạnh vào điều kiện kinh tế ở thị trường gửi khách.

Việt Nam là điểm đến mới đang nổi lên trong khu vực, có tốc độ tăng trưởng khách du lịch nhanh. Theo dự báo của Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới, Việt Nam đứng thứ tư trong nhóm 10 nước có tốc độ tăng trưởng cầu du lịch và lữ hành cao nhất thế giới giai đoạn 2005-2014 với tốc độ tăng trung bình hàng năm là 8,3%. Như vậy, Du lịch Việt Nam có triển vọng tăng trưởng đầy lạc quan trong 10-15 năm tới.

3.2. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam

3.2.1. Tiếp tục đổi mới, hoàn thiện cơ chế, chính sách, luật pháp về du lịch và tổ chức quản lý du lịch phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế:

- *Tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp cạnh tranh và phát triển.*
- *Đổi mới và hoàn thiện hơn nữa chính sách xuất nhập cảnh, hải quan*
- *Có cơ chế thúc đẩy xã hội hoá đầu tư kết cấu hạ tầng du lịch, khuyến khích đầu tư, xây dựng mới khách sạn cao cấp. Ban hành Luật đầu tư du lịch. Nâng cao chất lượng phương tiện tiếp đón tại sân bay. Xây dựng đồng bộ và hiện đại hoá hệ thống biển báo, chỉ dẫn giao thông; Cải thiện chất lượng kết cấu hạ tầng tại cửa khẩu; Nâng cấp, mở rộng các tuyến đường huyết mạch và tuyến đường tới các điểm du lịch.*

- *Áp dụng chính sách miễn thuế nhập khẩu phương tiện vận chuyển khách du lịch và hoàn thuế giá trị gia tăng cho khách du lịch, tăng ngân sách marketing du lịch quốc gia và hình thành Quỹ xúc tiến du lịch quốc gia; Mở rộng và hiện đại hoá hệ thống ngân hàng; Thúc đẩy thanh toán qua lưu thông séc/hối phiếu, thẻ tín dụng và thanh toán không dùng tiền mặt.*

- *Đổi mới, hoàn thiện công tác tổ chức quản lý hoạt động du lịch, đáp ứng yêu cầu mới của quá trình hội nhập quốc tế:* Tách bạch hoàn toàn chức năng quản lý hành chính nhà nước và chức năng kinh doanh trong hoạt động du lịch. Đẩy nhanh cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước, xoá bỏ hoàn toàn cơ chế chủ quản; Sớm thành lập Bộ Du lịch. Tiêu chuẩn hóa và chuyên nghiệp hóa đội ngũ cán bộ, công chức quản lý nhà nước về du lịch.

- Hoàn thiện hệ thống thống kê du lịch thông qua việc bổ sung, mở rộng biểu mẫu, chỉ tiêu thống kê về du lịch, xây dựng cơ chế cung cấp nhanh chóng và cập nhật các thông tin thống kê du lịch.

3.2.2. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, marketing, xúc tiến Việt Nam như một điểm đến du lịch quốc tế có chất lượng cao nhằm tăng cường vị thế và hình ảnh Du lịch Việt Nam trên thị trường quốc tế:

- Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, xác định thị trường mục tiêu. Xây dựng chiến lược marketing du lịch quốc gia và đẩy mạnh xúc tiến du lịch quốc gia trên thị trường quốc tế. Tăng cường sự hiện diện của Du lịch Việt Nam tại các hội chợ, hội nghị và hội thảo du lịch quốc tế, thường xuyên tổ chức hội nghị, hội thảo chuyên đề về du lịch. Hình thành phòng thông tin du lịch tại các đô thị lớn, các trung tâm du lịch và điểm du lịch.

- Phối hợp chặt chẽ với Hàng không Việt Nam để tổ chức các chiến dịch xúc tiến du lịch ở nước ngoài, tổ chức các tour làm quen. Nghiên cứu mở đường bay trực tiếp tới các thị trường trọng điểm và tiềm năng.

3.2.3. Xây dựng sản phẩm du lịch độc đáo, chuyên đề và đa dạng:

- *Xây dựng sản phẩm du lịch độc đáo dựa trên thế mạnh sau:* các di sản thiên nhiên như Vịnh Hạ Long, Bái Tử Long, đảo Cát Bà, các bãi biển dọc miền Trung; Các điểm du lịch có khí hậu mát mẻ như Đà Lạt, Bà Nà, Sapa; Các di sản văn hoá vật thể như Di tích Mỹ Sơn, đô thị cổ Hội An, cố đô Huế, làng nghề; Các di sản văn hoá phi vật thể như công chiêng Tây Nguyên, nhã nhạc cung đình Huế, rối nước, đàn Bầu, lễ hội, ẩm thực.

- *Xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch chuyên đề hấp dẫn dựa trên tiềm năng và thế mạnh về thiên nhiên, lịch sử và văn hoá, cụ thể là:* Du lịch chữa bệnh và bồi dưỡng sức khoẻ, du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, du lịch lịch sử, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch chơi gôn, du lịch câu cá, du thuyền trên sông và thuyền buồm trên biển, du lịch MICE, du lịch làng nghề, sưu tầm hàng mỹ nghệ, côn trùng, du lịch mạo hiểm,...

- *Đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch:* đa dạng hoá theo hướng tạo ra sản phẩm hoàn toàn mới, phù hợp với nhu cầu của khách du lịch; Nâng cao trình độ và chất lượng dịch vụ du lịch; Liên kết với các nước trong khu vực hình thành các tour du lịch liên quốc gia; Khôi phục và phát triển các lễ hội, biến Tết cổ truyền Việt Nam thành điểm nhấn chính để thu hút khách du lịch; Phát triển du lịch hội nghị, hội thảo; Xây dựng công viên chủ đề, phát triển loại hình giải trí về đêm; Hình thành các trung tâm mua sắm; Tổ chức chiến dịch bán hàng giảm giá.

- *Tiêu chuẩn hóa, tăng cường giám sát và kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch.* Hình thành bộ phận giám sát và kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch của Tổng cục Du lịch và Sở Du lịch.

3.2.4. *Đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin vào du lịch:* Tăng cường ứng dụng internet, phát triển phần mềm, đẩy mạnh xúc tiến thương mại điện tử trong Du lịch. Xây dựng, phát triển hệ thống đặt chỗ cho các điểm du lịch chính dựa trên nguồn thông tin thống nhất từ Trung tâm thông tin du lịch của Tổng cục Du lịch.

3.2.5. *Đẩy mạnh đầu tư, hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực du lịch:*

- Quy hoạch, phát triển hệ thống trường đào tạo về du lịch. Thiết lập quan hệ chặt chẽ giữa trường dạy nghề, trường đại học và tổ chức du lịch. Việc đào tạo cần chú ý ở các cấp trung ương, địa phương, doanh nghiệp cũng như các lĩnh vực kinh tế, quản trị kinh doanh, nghiệp vụ du lịch. Nội dung đào tạo tùy theo cấp độ, phạm vi công việc của người lao động. Chú trọng đào tạo cán bộ, chuyên viên marketing cho cơ quan quản lý nhà nước về du lịch.

- Tổ chức triển khai đúng tiến độ và hiệu quả dự án phát triển nguồn nhân lực du lịch do Luxemburg, EU tài trợ; Xây dựng dự án phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam để kêu gọi tài trợ của các tổ chức quốc tế. Hợp tác đào tạo với các trường đào tạo du lịch nổi tiếng ở nước ngoài.

3.2.6. Chú trọng bảo vệ môi trường và phát triển du lịch bền vững

- Đẩy mạnh thực hiện Luật bảo vệ môi trường trong ngành Du lịch. Đánh giá tác động môi trường trong công tác quy hoạch và thẩm định các dự án đầu tư du lịch; Ban hành chính sách khuyến khích ứng dụng công nghệ làm sạch môi trường; phát triển các loại hình du lịch thân thiện với môi trường và thực hiện quản lý tiết kiệm năng lượng. Tăng cường công tác quản lý, kiểm soát hệ thống xử lý chất thải tại các điểm du lịch.

- Khuyến khích thu hút người dân địa phương tham gia vào hoạt động du lịch. Thường xuyên trao đổi với cộng đồng dân cư địa phương để giải quyết mâu thuẫn nảy sinh trong quá trình phát triển du lịch. Giảm thiểu hoạt động cướp giật, ăn xin, bán hàng rong, đeo bám khách tại điểm du lịch.

- Phát huy tính nhân hậu, lòng hiếu khách của người dân Việt Nam.

3.2.7. Tăng cường hợp tác quốc tế song phương và đa phương, chủ động hội nhập vào ngành Du lịch toàn cầu. Đẩy mạnh tham gia của Du lịch Việt Nam vào các tổ chức quốc tế. Chuẩn bị đủ điều kiện cho việc gia nhập WTO. Trước mắt, tập trung tổ chức tốt Hội nghị Bộ trưởng Du lịch APEC.

3.2.8. Hiệp hội Du lịch tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp du lịch cạnh tranh, hội nhập và phát triển: Cung cấp thông tin thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận, xâm nhập thị trường nước ngoài, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp.

Tóm tắt chương III

Chương III tập trung nghiên cứu, phân tích khái quát xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế và xu hướng phát triển du lịch quốc tế, đồng thời, đề xuất 8 nhóm giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho Du lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế. Đây là một hệ thống giải pháp có cơ sở khoa học và thực tiễn. Các nhóm giải pháp này đều nhằm giải quyết những vấn đề đặt ra tại chương II, nhất là những vấn đề còn yếu kém, hạn chế năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam hiện nay. Đây là những giải pháp đồng bộ, nếu được thực hiện tốt sẽ góp phần quan trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam trong bối cảnh Việt Nam sắp gia nhập WTO.

MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

1. *Đối với Chính phủ:* đẩy nhanh công cuộc đổi mới đất nước, tạo môi trường vĩ mô ổn định, ban hành cơ chế, chính sách về du lịch phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế, chỉ đạo xây dựng Luật Đầu tư về Du lịch.
2. *Đối với Tổng cục Du lịch:* Nâng cao vai trò hoạch định chính sách về du lịch phù hợp với yêu cầu hội nhập quốc tế. Có kế hoạch và biện pháp thực hiện giải pháp liên quan đến ngành Du lịch đề cập tại mục 3.2, chương III.
3. *Đối với các bộ, ngành liên quan:* Phối hợp chặt chẽ với Tổng cục Du lịch giải quyết tốt các vấn đề có tính liên ngành, hạn chế và tiến tới xoá bỏ các rào cản đối với phát triển du lịch. Có kế hoạch và biện pháp thực hiện giải pháp liên quan đến các Bộ, ngành đề cập tại mục 3.2, chương III
4. *Các cấp chính quyền địa phương:* chỉ đạo triển khai tốt công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch du lịch tại địa phương, đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính trong xét duyệt dự án đầu tư du lịch, tăng cường thanh tra, kiểm tra nhằm lành mạnh hoá môi trường kinh doanh du lịch, tổ chức chương trình nâng cao nhận thức cho cộng đồng về du lịch và môi trường.
5. *Đối với các Sở Du lịch, Sở Thương mại Du lịch:* Triển khai chủ trương, chính sách về du lịch tại địa phương, tăng cường quản lý các điểm du lịch, cơ sở lưu trú du lịch, tạo môi trường kinh doanh du lịch lành mạnh ở địa phương. Có biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến của địa phương. Tổ chức các khoá đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch, đặc biệt là đào tạo nghề.
6. *Đối với các Doanh nghiệp du lịch:* chủ động, sáng tạo, nhạy bén, thường xuyên đổi mới, tạo dựng thương hiệu, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và viễn thông vào hoạt động kinh doanh, xây dựng chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp để chủ động hội nhập, tăng cường vị thế cạnh tranh.

KẾT LUẬN

Nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Du lịch Việt Nam là vấn đề có tính thời sự của ngành Du lịch. Luận văn đã giải quyết được những vấn đề nêu ở phần Mở đầu, có những đóng góp nhất định trong việc hệ thống hoá những vấn đề lý luận và thực tiễn về năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch, bước đầu nghiên cứu, phân tích, đánh giá một cách toàn diện về thực trạng năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam và đề ra 8 nhóm giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Du lịch nước ta.

Cụ thể, về mặt lý luận, Luận văn đã nêu ra một số quan điểm và khái niệm về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh và năng lực cạnh tranh trong ngành Du lịch. Bằng việc nghiên cứu kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của Malaysia, Thái Lan và Tây Ban Nha, luận văn đã rút ra 7 bài học hữu ích, có thể tham khảo để đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Du lịch Việt Nam.

Vận dụng những nghiên cứu về lý luận trên, Luận văn đã tập trung phân tích, đánh giá một cách hệ thống và tương đối toàn diện về thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam, nêu bật mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội và thách thức của Du lịch Việt Nam hiện nay. Từ bức tranh toàn cảnh đó, trên cơ sở phân tích xu hướng hợp tác kinh tế quốc tế và phát triển du lịch quốc tế, luận văn đã tập trung đề xuất tám nhóm giải pháp khá đồng bộ, có cơ sở khoa học và thực tiễn để nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế. Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hoá cao. Vì vậy, để thực hiện được các giải pháp, luận văn đã đưa ra một số khuyến nghị./.