

PHÁT TRIỂN NGÀNH DU LỊCH VÀ VẤN ĐỀ MÔI TRƯỜNG TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ HIỆN NAY

NGUYỄN QUỐC HÙNG*

1. Quan niệm chưa đúng về bảo vệ môi trường trong phát triển du lịch

Đầu tư cho du lịch chủ yếu là của đối tác nước ngoài, mới chỉ là “đầu tư môi”; trong bố trí cơ cấu ngành thì trước hết là viễn thông, công nghệ thông tin, rồi đến giao thông vận tải, dệt may - da giày, xây dựng - vật liệu, năng lượng – dầu khí, nông lâm sản, thủy sản và vị trí sau cùng mới tới ngành du lịch. Hơn thế nữa, các vấn đề về môi trường và bảo vệ môi trường trong các chương trình du lịch cũng chưa được coi trọng đúng mức cần thiết.

Hiện nay, trong hầu hết các chương trình du lịch đến các vùng thiên nhiên và văn hóa của Việt Nam mới chỉ ở tình trạng đại trà hoặc du lịch thiên nhiên, do đó các chương trình du lịch này không mang tính bền vững, ít hay nhiều gây thiệt hại đối với môi trường tự nhiên và cộng đồng địa phương. Ví dụ, trong khi người ta vội chạy theo nhu cầu ngày càng tăng của du khách đến thăm đảo thì đa dạng sinh học và vẻ đẹp của Vườn quốc gia Cát Bà, đặc biệt là các nguồn lực biển và loài Khỉ đầu vàng lại bị đe dọa bởi quy hoạch nghèo nàn về phát triển hạ tầng cơ sở và các hoạt động liên quan tới du lịch mà không tính đến các chi phí về môi trường và xã hội. Các vấn đề này phát sinh không chỉ trong thị trường du lịch dành cho du khách quốc tế, mà còn nhiều hơn nữa đối với thị trường trong nước là thị trường lớn hơn nhiều và có tác động mạnh hơn so với thị trường quốc tế.

Thực ra, quan niệm về môi trường và bảo vệ nói chung, cũng như “bảo vệ môi trường du lịch” nói riêng ở nước ta cũng còn được hiểu rất giản đơn, chưa

* TS. Viện Kinh tế Việt Nam

đầy đủ, mới chỉ là việc dọn dẹp vệ sinh-sạch-đẹp, tạo ra các điểm đến hấp dẫn đối với du khách. Chính vì vậy, ngày 28 tháng 5 năm 2007, tại Thành phố Đà Lạt, Tổng cục Du lịch phối hợp với tỉnh Lâm Đồng đã phát động tuần lễ bảo vệ môi trường du lịch Đà Lạt. Tại lễ phát động, tiến sĩ Phạm Từ, Phó tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch đã kêu gọi mọi người cùng hành động vì một môi trường trong sạch, để tạo nên Đà Lạt - thành một thành phố du lịch hàng đầu của Việt Nam - với nội dung chỉ là trở thành thành phố xanh-sạch-đẹp, điểm đến hấp dẫn đối với mọi du khách trong và ngoài nước. Rõ ràng là cần phải nhấn mạnh kết quả khảo sát môi trường và du lịch văn hóa cho thấy xu thế nổi bật là khách du lịch lựa chọn kiểu du lịch thân thiện với môi trường và du lịch văn hóa. Hầu hết du khách cho rằng sẽ chọn những sản phẩm du lịch mang đậm bản sắc văn hóa địa phương và bảo vệ môi trường tự nhiên.

Bởi vậy, trước những yêu cầu phát triển kinh tế biển trong đó có nhu cầu phát triển du lịch vùng biển của nước ta (mà trong các Nghị quyết, chỉ thị của Đảng và nhà nước đã nhiều lần đề cập, nhất là trong Nghị quyết của Đại hội Đảng lần thứ XI vừa qua), vấn đề môi trường và bảo vệ môi trường càng trở thành những vấn đề nóng bỏng, với những đòi hỏi ngày càng cấp bách. Chính vì vậy, chỉ gần đây (đầu năm 2007), Tổng cục du lịch và Bộ Văn hoá – thể thao và du lịch đã dành nhiều chú ý tới vấn đề môi trường, như bắt đầu từ việc gắn vấn đề môi trường trong đào tạo du lịch, nâng cao nhận thức và phát triển bền vững trong phát triển du lịch tại Việt Nam, nêu cao yêu cầu của việc gắn mác (nhãn) sinh thái trong các Tour hay tuyến du lịch; cảnh báo về nạn gây ô nhiễm tại các điểm du lịch, nhất là ở các nhà hàng nổi trên biển, phê phán tình trạng ô nhiễm không khí ở các đô thị và thành phố lớn, như thành phố Hồ Chí Minh, hay thủ đô Hà Nội... do giao thông, cũng như các hoạt động phát triển của các ngành khác... đã gây ra các ảnh hưởng xấu, tiêu cực tới việc thu hút khách và các hoạt động du lịch... Tổng cục du lịch cũng mở các hội chợ “Triển lãm quốc tế công nghệ môi trường Việt Nam năm 2007”, triển lãm “Không khí sạch hơn – cuộc sống tốt hơn” hay “Xử lý nước thải ô nhiễm ở làng nghề”, “Vệ sinh – môi trường ở các cơ sở lưu trú của khách du lịch”, nhằm nâng cao tiếp thị xanh trong hoạt động lữ hành... Tuy nhiên cần phải thấy rằng vấn đề môi trường và việc bảo vệ môi trường là khái niệm hết sức phong phú và có nội dung rộng lớn hơn nhiều. Các dòng hải lưu ở ven biển sẽ mang tất cả rác thải trên biển đổ vào các Resort ở Mũi Né. Rác này không chỉ có ngư dân của Việt Nam thải xuống biển mà do tất cả ngư dân địa phương khi đánh bắt trên biển thải xuống biển, kể cả ở các Resort.

Gần đây, cũng trong tháng 7 năm 2007, Tổng cục du lịch đã nhấn mạnh tới yêu cầu bảo vệ môi trường, nhất là môi trường sinh thái trong các hoạt động du lịch ở các tỉnh miền núi, rằng: với nguồn tài nguyên thiên nhiên và cảnh quan phong phú, cộng thêm với nền văn hoá đa dạng, Việt Nam có tiềm năng rất lớn để trở thành một trong những điểm du lịch sinh thái hàng đầu tại châu Á.

Tuy nhiên, du lịch sinh thái ở Việt Nam, cũng giống như ở nhiều nước khác, vẫn còn là một khái niệm thường chưa được hiểu đúng và vận dụng một cách đúng đắn, điều đó gây tác động tiêu cực đến môi trường và người dân địa

phương, làm thất vọng du khách. Du lịch sinh thái là một trong những hình thái phát triển nhanh nhất của ngành du lịch hiện nay. Du lịch sinh thái dường như là hình thái du lịch đầu tiên nhằm vào các vấn đề bền vững trong du lịch, và có ảnh hưởng lớn, thực sự trong việc “xanh hóa” ngành du lịch, thông qua nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường và phúc lợi của cộng đồng địa phương đối với sự thành công của ngành du lịch. Để du lịch thiên nhiên ở Việt Nam hiện nay cũng như về sau có thể trở thành du lịch sinh thái thực sự, cần phải đáp ứng một số điều kiện như sau:

- Nâng cao nhận thức và đào tạo về du lịch sinh thái cho các nhà đầu tư phát triển và tham gia vào du lịch, bao gồm các nhà chức trách địa phương, cũng như các hướng dẫn du lịch, và các cơ sở kinh doanh du lịch;
- Nâng cao nhận thức cho công chúng về các vấn đề môi trường - du lịch và phải có trách nhiệm;
- Đầu tư cho công tác quản lý khu vực thiên nhiên và nguồn nhân lực;
- Quản lý và điều phối tốt hơn tại các điểm du lịch sinh thái;
- Xây dựng tốt hơn kế hoạch, chính sách và quy định về phát triển du lịch bền vững, đặc biệt là các khu bảo tồn;
- Tăng cường sự tham gia của người dân địa phương sinh sống trong và gần các điểm du lịch sinh thái vào quá trình lập kế hoạch và quản lý du lịch;
- Đảm bảo du lịch sinh thái góp phần bảo tồn các khu tự nhiên cũng như đóng góp cho công cuộc xóa đói giảm nghèo để giảm bớt áp lực về khai thác tài nguyên thiên nhiên.

Việc hoàn tất quá trình xây dựng chiến lược du lịch sinh thái quốc gia và thành lập Hiệp hội Du lịch sinh thái cũng sẽ có lợi cho phát triển du lịch ở Việt Nam, thông qua hỗ trợ nâng cao chất lượng và phát triển hơn nữa du lịch sinh thái thực sự.

Môi trường du lịch là sự tổng hòa của rất nhiều thành phần như đất, nước, không khí, âm thanh, ánh sáng, sinh vật, hệ sinh thái, các hình thái vật chất khác, trong đó có cảnh quan môi trường. Đối với hoạt động du lịch, yếu tố cảnh quan môi trường có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Ngày 2 tháng 12 năm 2003, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Quyết định số 256/2003/QĐ-TTg, phê duyệt Chiến lược Bảo vệ môi trường quốc gia năm 2010 và định hướng năm 2020. Văn bản này có hiệu lực từ ngày 24 tháng 12 năm 2003. Chính sách chiến lược này nhằm các mục tiêu chủ yếu sau đây:

1. Kịp thời ngăn chặn trạng thái ô nhiễm và xu thế suy thoái tài nguyên thiên nhiên và môi trường.
2. Sử dụng một cách tiết kiệm các tài nguyên, tận dụng tài nguyên tái tạo được với yêu cầu đảm bảo môi trường sinh thái.
3. Chống sử dụng bừa bãi và lãng phí các tài nguyên thiên nhiên và có các phương thức, biện pháp tiết chế để dự trữ lâu dài các tài nguyên không tái tạo được.

4. Bảo vệ và không ngừng cải thiện các nguồn tài nguyên, bảo vệ môi trường để sử dụng một cách lâu dài, có hiệu quả vào sự nghiệp phát triển kinh tế xã hội của đất nước, tạo nên nền sản xuất mạnh mẽ, trong khung cảnh sống hài hoà, tươi đẹp của nhân dân ta

Các chính sách quản lý sử dụng hợp lý tài nguyên, bảo vệ môi trường và cảnh quan môi trường nói trên cần thực hiện theo những yêu cầu có tính nguyên tắc sau:

- Chiến lược bảo vệ môi trường là bộ phận cấu thành không thể tách rời của chiến lược phát triển kinh tế xã hội, là cơ sở quan trọng bảo đảm phát triển bền vững đất nước. Phát triển kinh tế phải kết hợp chặt chẽ, hài hòa với phát triển xã hội và bảo vệ môi trường. Đầu tư bảo vệ môi trường thực sự là đầu tư cho phát triển bền vững.

- Bảo vệ môi trường là nhiệm vụ của toàn xã hội, của các cấp, các ngành, các tổ chức, cộng đồng và của mọi người dân.

- Bảo vệ môi trường phải trên cơ sở tăng cường quản lý nhà nước, thể chế và pháp luật đi đôi với việc nâng cao nhận thức và ý thức trách nhiệm của mỗi người dân, của toàn xã hội về bảo vệ môi trường.

- Bảo vệ môi trường là việc làm thường xuyên, lâu dài. Coi phòng ngừa là chính, kết hợp với xử lý và kiểm soát ô nhiễm, khắc phục suy thoái, cải thiện chất lượng môi trường; tiến hành có trọng tâm, trọng điểm; coi khoa học và công nghệ là công cụ hữu hiệu trong bảo vệ môi trường.

- Bảo vệ môi trường mang tính quốc gia, khu vực và toàn cầu cho nên phải kết hợp giữa phát huy nội lực với tăng cường hợp tác quốc tế trong bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

Quyết định của Thủ tướng cũng đã chỉ ra những công tác cần thiết, cấp bách:

1. Tiến hành điều tra cơ bản, nghiên cứu khoa học, kỹ thuật và công nghệ về quản lý hiệu quả, sử dụng hợp lý và bảo vệ tài nguyên môi trường (TNMT).

2. Ngăn chặn các hành động làm suy thoái TNMT bằng những biện pháp giáo dục, pháp chế, khuyến khích đầu tư, vận dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ tiên tiến.

3. Tăng cường và tiến hành hiệu quả các biện pháp quản lý nhà nước về tài nguyên và cảnh quan môi trường, hoàn thiện hệ thống quản lý nhà nước về TNMT

4. Hợp tác quốc tế, khu vực về quản lý hiệu quả tài nguyên thiên nhiên và bảo vệ môi trường.

Có thể hiểu tài nguyên và cảnh quan môi trường là sự kết hợp của các yếu tố vô hình và hữu hình, được tạo ra dưới tác động của tất cả những thành phần môi trường tự nhiên và những hoạt động của con người, đem lại những hiệu quả cao, có giá trị nhất định về văn hóa và về mặt thẩm mỹ. Giá trị thẩm mỹ của cảnh quan là đối tượng để thưởng thức, thư giãn và để khám phá - một nội dung rất quan trọng của hoạt động du lịch, vốn được hiểu là hoạt động có mục đích cơ bản là "đáp ứng các nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng" của con người.

Trong mối quan hệ với các thành phần môi trường khác, tài nguyên và cảnh quan môi trường vừa mang tính chất chủ động, trực tiếp, vừa mang tính chất gián tiếp, phái sinh bởi nó được tạo thành từ các thành phần môi trường liên quan. Tuy nhiên, cảnh quan môi trường lại có tính độc lập tương đối. Sự độc lập tương đối này thể hiện ở chỗ chất lượng của tài nguyên và cảnh quan môi trường lại không được đánh giá trực tiếp theo chất lượng của các thành phần môi trường cơ bản, mà được đánh giá gián tiếp trên cơ sở cảm quan và chỉ căn cứ vào những yếu tố hữu hình tác động lên giác quan của con người, được đánh giá ở sự hài hòa khả năng tạo ấn tượng và tạo cảm xúc của con người.

Tính độc lập của yếu tố tài nguyên và cảnh quan môi trường còn thể hiện ở chỗ có những hành vi, mặc dù không làm tác động đáng kể đến những thành phần như đất, nước, không khí... song lại làm ảnh hưởng đáng kể đến cảnh quan môi trường (như viết, vẽ bậy hay xây công trình chắn mắt tầm nhìn...). Tác động từ những biến đổi của tài nguyên và cảnh quan môi trường lên các hoạt động du lịch thường mang tính trực tiếp, mạnh mẽ và nhanh chóng.

Hơn nữa, đất nước Việt Nam hình chữ “S” từ điểm cực bắc đến cực nam đều tiếp giáp biển với 3.200km bờ biển, Việt Nam có cơ hội lớn để quảng bá cho du lịch và hình ảnh đất nước. Khí hậu nhiệt đới gió mùa của Việt Nam rất đúng mùa, đúng lịch. Miền nam từ tháng 5-10 thỉnh thoảng có biển động, trong khi miền trung thời tiết lại đẹp, biển xanh với nắng và gió, còn mùa thu ở vùng biển miền bắc biển xanh ngắt, trời trong vô cùng. Đến biển Việt Nam, ngoài tắm biển, khách du lịch còn có thể lặn biển, chơi lướt ván, đua thuyền buồm... Với đặc trưng của thời tiết Việt Nam, cho dù mùa cao điểm hay thấp điểm trong du lịch vẫn có thể khai thác được du lịch biển.

Bờ biển dọc theo chiều dài Việt Nam có thể chia thành năm khu vực dựa vào những yếu tố riêng biệt của từng vùng như sau:

* Trà Cổ - Hạ Long - Đồ Sơn - Sầm Sơn: đây là vùng biển có bốn mùa rõ rệt lại, gần trung tâm Hà Nội nên thu hút nhiều khách nội địa, cũng có thể thu hút khách từ Trung Quốc. Khu vực này tương đối phát triển, ngoài Trà Cổ còn khá hoang sơ, không cần đầu tư các hạng mục cao cấp cho người nước ngoài. Nếu biết khai thác nguồn khách Trung Quốc vẫn có hiệu quả rất cao.

* Cửa Lò - Quảng Bình - Thuận An - Lăng Cô: khu vực này còn khá hoang sơ nhưng có thể phát triển thành quần thể du lịch theo tiêu chuẩn cao cấp quốc tế. Nơi này quá xa, tuy khung cảnh buồn với du khách nội địa, nhưng lại lãng mạn, phù hợp với du khách nước ngoài với những khu nghỉ dưỡng cao cấp. Cát ở khu vực này trắng đẹp, người dân còn mộc mạc sẽ là tiềm năng lớn cho loại hình du lịch này.

* Đà Nẵng - Hội An - Quảng Ngãi - Quy Nhơn - Đại Lãnh - Nha Trang - Cam Ranh - Ninh Thuận: nơi này tập trung nhiều resort, khách sạn... sân bay Chu Lai cũng mở ra nhiều cơ hội phát triển du lịch của khu vực. Du lịch biển sẽ bùng nổ ở khu vực này.

* Phan Thiết - Mũi Né - Bà Rịa - Long Hải - Vũng Tàu - Cần Giờ: khu vực này phục vụ chủ yếu cho người dân TP Hồ Chí Minh. Cả một khu vực, bắt đầu

từ Vũng Tàu kéo dài qua Long Hải, Hồ Cốc với chiều dài khoảng 70km còn rất hoang sơ, lại có thêm Cần Giờ là khu sinh quyển thế giới. Nhóm này có thể khai thác thuận tiện nghỉ biển và du lịch sinh thái.

* Hà Tiên - Phú Quốc: đẹp nhất là Hà Tiên, nơi mang nhiều sắc thái văn hóa và du lịch biển lãng mạn nhất ở Việt Nam. Côn Đảo và Phú Quốc với những bãi cát dài, nước biển trong xanh và hệ động thực vật quý hiếm, phong phú cũng sẽ thu hút nhiều du khách.

Để bảo vệ hiệu quả tài nguyên và cảnh quan môi trường, cần nhận thức được đầy đủ các yếu tố hình thành và tác động lên cảnh quan môi trường. Tài nguyên và cảnh quan môi trường trước hết được tạo thành bởi các yếu tố tự nhiên không cần có sự xếp đặt của bàn tay con người như: các dạng địa hình, mặt nước, cây cỏ, chim muông, các hiện tượng thời tiết... Tài nguyên và cảnh quan môi trường cũng có thể được tạo thành bởi bàn tay con người với việc tạo ra những công trình kiến trúc, tác phẩm nghệ thuật, những hồ nước, thác nước, núi đồi... nhân tạo; thậm chí có những hoạt động không có mục đích kiến tạo cảnh quan, song đã tạo nên những hình ảnh rất đẹp như việc canh tác trên những thửa ruộng bậc thang của đồng bào các dân tộc vùng miền núi rất ấn tượng với các du khách du lịch, cả trong và ngoài nước... Những yếu tố tác động lên tài nguyên và cảnh quan, môi trường cũng bao gồm các yếu tố thiên nhiên và yếu tố văn hoá, nhân văn, con người...

Với tư cách là sự kết hợp của toàn bộ những yếu tố hữu hình, bất kỳ một hoạt động nào tại khu, tuyến điểm du lịch có thể làm ảnh hưởng đến tài nguyên và cảnh quan môi trường, bao gồm cả hoạt động du lịch và các hoạt động kinh tế, dân sinh khác, đặc biệt là hoạt động xây dựng. Thậm chí trong một số trường hợp, chính những hoạt động nhằm tạo cảnh quan nhân tạo lại làm mất đi vẻ đẹp của cảnh quan tự nhiên và làm suy giảm tính hấp dẫn của khu, tuyến hoặc điểm du lịch. Về các yếu tố thiên nhiên, những biến đổi gây ra đối với cảnh quan có thể rất nhanh chóng (trong các trường hợp bão tố, động đất) hoặc lâu dài như nước chảy, mưa, gió gây bào mòn đất đai... Thành phần môi trường có ý nghĩa cho hoạt động du lịch không chỉ là không khí mà còn bao gồm nhiều thành phần khác có mối quan hệ tương tác với nhau như đất, nước, sinh vật, cảnh quan, hang động tự nhiên, di tích lịch sử, văn hoá... Hoạt động du lịch sử dụng các thành phần đó như là các nguồn tài nguyên cho du lịch. Trên quan điểm kinh tế và môi trường nếu không có những điều chỉnh từ kinh tế thì hoạt động du lịch, vì mục tiêu lợi nhuận có thể là nguyên nhân gây ra những tổn hại cho môi trường, chính nó lại tác động trở lại làm suy giảm phát triển du lịch. Để giải quyết vấn đề này một trong những công cụ hữu hiệu đó là công cụ kinh tế EIs (Economic Instruments). Trong những năm tới, đời sống kinh tế ngày càng được nâng cao, dịch vụ du lịch là nhu cầu không thể thiếu. Chúng ta đã có những bài học kinh nghiệm cho việc sử dụng một số công cụ kinh tế (như thuế, phí... môi trường), như những rào cản xanh để quản lý môi trường rất hiệu quả trong điều kiện hội nhập kinh tế.

2. Một số khuyến nghị

2.1. Tranh thủ lợi thế du lịch xanh của nước ta

Năm 2005, ngành du lịch đã kết thúc kế hoạch 5 năm 2001 – 2005 với nhiều sự kiện quan trọng: đón nhận Huân chương Hồ Chí Minh nhân kỷ niệm 45 năm thành lập ngành; Luật Du lịch được Quốc hội thông qua; kết thúc thắng lợi chương trình Hành động quốc gia về Du lịch 2001 – 2005 và chuẩn bị Chương trình Hành động quốc gia về Du lịch giai đoạn 2006 – 2010; đón trên 3,4 triệu lượt khách quốc tế, tăng trên 17%; trên 16 triệu lượt khách du lịch nội địa, tăng 11%; thu nhập du lịch đạt trên 30.000 tỷ đồng, tăng 15% so với năm 2004. Những thông tin này báo hiệu trước một khả năng gia tăng mạnh mẽ khách du lịch nội địa và quốc tế đến Việt Nam trong các năm 2006, 2007 và những năm tiếp theo.

Loại hình du lịch xanh hiện đang là lợi thế của nước ta và cũng là một xu thế mới của thế giới và sở thích chung của du khách muốn trở về với thiên nhiên, tìm hiểu đời sống hoang dã với các hoạt động lặn biển, lướt sóng, chèo thuyền trên sông, đi rừng, lội suối, tắm thác... cũng là một trong những thế mạnh của du lịch lân cận thủ đô Hà Nội, của du lịch miệt vườn ĐBSCL lân cận thành phố Hồ Chí Minh... nhất là tại vùng rừng núi Tây Bắc, đặc biệt tuyến điểm Sa Pa cần qui hoạch để trở thành điểm du lịch mang tầm quốc tế. So với những quốc gia trong khu vực ASEAN, du lịch Việt Nam có những lợi thế so sánh bằng hoặc hơn. Thế nhưng hiệu quả từ ngành du lịch nước ta mang lại còn thua kém các nước lân cận trong vùng như Thái Lan, Malaysia, Xingapo... Một trong nguyên nhân căn bản là chúng ta chưa biết, chưa hiểu và cũng chưa biến được những lợi thế so sánh rất lớn (chẳng hạn về môi trường) thành những lợi thế cạnh tranh, vốn chỉ tồn tại một thời gian và sẽ trôi qua nếu như chúng ta không biết tận dụng mọi cơ hội.

2. Phát huy “lợi thế động”, tránh gây ra môi trường suy thoái và ô nhiễm

Phát triển du lịch của nước ta hiện nay cũng giống như cách tăng trưởng của Việt Nam, mới chỉ chủ yếu dựa trên những yếu tố có sẵn, khai thác tối đa lợi thế tĩnh, mà chưa biết khai thác, phát huy các “lợi thế động” của tăng trưởng kinh tế. Du lịch nước ta hiện nay còn dựa chủ yếu vào việc tăng lượng đầu vào, trong đó, quan trọng nhất là phải tăng cường khai thác, phát huy các thế mạnh, các tài nguyên du lịch... cho nên kiểu du lịch và nền kinh tế đó vừa không nâng cao năng suất, khó nâng cao thu nhập cho người lao động, vừa bị suy thoái, vừa chịu ô nhiễm nặng, lại không có cơ may tiến kịp thế giới và cải thiện hình ảnh của mình. Cách phát triển và tăng trưởng như vậy khó đạt hiệu quả cao, ít cải thiện được năng lực cạnh tranh và không tạo được các lợi thế mới. Trong thế giới toàn cầu hóa - hội nhập kinh tế quốc tế và chuyển nhanh sang nền kinh tế dựa vào công nghệ cao hiện nay, việc chậm thay đổi tư duy phát triển, đổi mới mô hình tăng trưởng, cứ dựa mãi vào những yếu tố tài nguyên có sẵn, vào lao động rẻ, cứ dựa vào “Thiên thời” đã có, mà không xây dựng, tạo ra được các chất xúc tác thành “địa lợi và nhân hòa” là rất nguy hiểm. Nếu như vậy thì nền

du lịch nước ta sẽ mãi là nền du lịch chỉ có giá trị gia tăng thấp, không sớm góp phần và thúc đẩy quá trình tăng trưởng kinh tế của cả nước.

Trong suốt quá trình qui hoạch phát triển du lịch của cả nước, hay tại hai trung tâm đô thị Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội cùng các tuyến điểm lân cận, chúng ta cần phải rất chú trọng đến yếu tố bền vững, coi đó là then chốt để phát triển lâu dài và phát triển du lịch phải gắn liền với việc phát triển về kinh tế, xã hội, văn hóa và bảo vệ môi trường, bảo vệ đời sống của cả khu vực. Có thực hiện được như vậy thì ngành du lịch nước ta mới có thể biến những lợi thế so sánh thành lợi thế cạnh tranh, thu hút được nhiều du khách và góp phần vào tăng trưởng kinh tế của cả nước(**).

Chú thích

** Bài đã đăng trên Tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, số 361/2008.