

Kinh nghiệm phát triển du lịch của một số nước trong khu vực và gợi ý cho Việt Nam

Lê Văn Phục*

Học viện Chính trị khu vực III, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài 20/2/2019; ngày chuyển phân biện 28/2/2019; ngày nhận phân biện 26/3/2019; ngày chấp nhận đăng 4/4/2019

Tóm tắt:

Trong những năm qua, du lịch ở Việt Nam đã có sự phát triển nhanh chóng và đạt được nhiều thành tựu, đóng góp đáng kể vào sự phát triển đất nước. Tuy nhiên, sự phát triển và đóng góp đó là chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh của du lịch. Trong bài viết này, tác giả khái quát kinh nghiệm của một số nước trong khu vực về phát triển du lịch như, chú trọng chính sách phát triển du lịch, phát triển nguồn nhân lực du lịch, phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, đẩy mạnh quảng bá và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch. Từ đó gợi mở những bài học quý giá nhằm khai thác tốt hơn tiềm năng và thế mạnh của mình để phát triển du lịch Việt Nam mạnh mẽ và bền vững hơn trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch, kinh nghiệm, phát triển, Thái Lan, Việt Nam.

Chỉ số phân loại: 5.2

Đặt vấn đề

Thời đại ngày nay, du lịch là “món ăn” không thể thiếu trong đời sống xã hội của con người. Việt Nam là quốc gia có rất nhiều tiềm năng và điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch. Trong những qua, Việt Nam đã tích cực đẩy mạnh phát triển du lịch toàn diện, từng bước đưa ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp ngày càng cao cho nền kinh tế. Tuy nhiên, nhìn một cách tổng thể du lịch Việt Nam đang còn những hạn chế nhất định, phát triển chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có, chưa tạo thành thương hiệu đặc trưng của Việt Nam, chưa thu hút mạnh mẽ, có hiệu quả khách du lịch quốc tế. Trong khi đó, các nước trong khu vực châu Á và lân cận Việt Nam như: Thái Lan, Nhật Bản, Trung Quốc, Singapore, Malaysia mặc dù điều kiện cơ bản giống Việt Nam nhưng họ rất thành công trong phát triển du lịch. Do vậy, bài viết nghiên cứu những kinh nghiệm phát triển du lịch của các quốc gia này, từ đó rút ra bài học cho Việt Nam tham khảo trong việc đẩy mạnh phát triển du lịch hiện nay.

Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Bài viết nghiên cứu cụ thể những kinh nghiệm phát triển du lịch của các nước trong khu vực Đông Á và Đông Nam Á như: Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Singapore, Malaysia. Từ những kinh nghiệm thực hiện thành công của các nước, rút ra những bài học tham khảo cho Việt Nam trong phát triển du lịch.

Đây là một nghiên cứu định tính, được tiếp cận từ việc kế thừa, chọn lọc, phân tích, đánh giá những thông tin, dữ liệu thứ cấp (các đề tài khoa học, các báo cáo, sách tham khảo, các bài báo khoa học) và cùng với trải nghiệm của bản thân tác giả về lĩnh vực này.

Nội dung nghiên cứu

Kinh nghiệm của một số nước trong khu vực về phát triển du lịch

Các nước Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Singapore, Malaysia có một bề dày trong phát triển du lịch, qua nghiên cứu, chúng tôi rút ra một số kinh nghiệm như sau:

Chú trọng chính sách phát triển du lịch:

Thái Lan là nước rất coi trọng chính sách phát triển du lịch. Ngay từ rất sớm, Chính phủ Thái Lan nhận thức rằng, để đưa du lịch phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn thì phải đặt nó trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Để phát triển du lịch phải thông qua một hệ thống cơ chế, chính sách đồng bộ, nhằm huy động sức mạnh tổng hợp cho sự phát triển. Thái Lan đã đưa ra hệ thống cơ chế, chính sách phù hợp với đặc trưng của ngành du lịch mang tính tổng hợp, liên ngành, liên vùng, mang tính toàn cầu hóa cao. Bên cạnh đó, cơ chế, chính sách phát triển du lịch của Thái Lan luôn thích ứng với điều kiện lịch sử, tận dụng được thời cơ, thế mạnh của đất nước. Đối với Thái Lan, điều không thể không nhắc đến đó là chính sách xuất nhập cảnh và chính sách thuế để thu hút khách du lịch quốc tế. Để thu

*Email: lephuccnxh@yahoo.com

The experiences of tourism development in some countries in the region and suggestions for Vietnam

Van Phuc Le*

Academy of Politics Region III,
Ho Chi Minh National Political Academy

Received 20 February 2019; accepted 4 April 2019

Abstract:

Over the past years, tourism in Vietnam has developed rapidly and gained remarkable achievements, contributing significantly to the development of the country. However, the development and contribution is not commensurate with the potential and strength of Vietnamese tourism. In this article, we summarize the experiences of some countries in the region on tourism development such as focus on tourism development policy, development of tourism human resources, development of infrastructure in service of tourism, promote tourism propagation, and diversification of tourist products. These experiences suggest Vietnam valuable lessons in order to better exploit the potential and strengths to develop Vietnam's tourism more strongly and sustainably in the coming time.

Keywords: development, experience, Thailand, tourism, Vietnam.

Classification number: 5.2

hút khách quốc tế, họ đã thực hiện chính sách “Bầu trời mở” để đơn giản hóa thủ tục visa cho khách quốc tế vào du lịch. Hiện nay, có khoảng 55 quốc gia và vùng lãnh thổ không cần visa vào Thái Lan với mục đích du lịch trong vòng 30 ngày [1]. Thái Lan cũng rất chú trọng đến chính sách miễn giảm thuế trong việc mua bán các mặt hàng phục vụ du lịch. Du khách đến Thái Lan du lịch sẽ được hoàn lại 7% thuế giá trị gia tăng, các điểm bán hàng thủ công địa phương, các hãng lữ hành cũng được miễn thuế VAT [1].

Ở Trung Quốc, Chính phủ luôn đóng vai trò trụ cột trong dẫn dắt phát triển du lịch. Trong quá trình chuyển đổi cơ chế từ kế hoạch hóa quan liêu bao cấp sang cơ chế thị trường, nền kinh tế Trung Quốc nói chung và kinh tế du lịch nói riêng đều mang đậm dấu ấn của lãnh đạo nhà nước.

Trung Quốc xây dựng mô hình phát triển du lịch từ thấp đến cao, từ thuần túy mang ý nghĩa phục vụ chính trị sang kinh doanh theo nhu cầu thị trường, từ đơn giản, thô ráp sang tinh tế và ngày càng chuyên nghiệp. Những bước tiến rõ rệt qua từng giai đoạn là kết quả của việc cải thiện môi trường chính sách, tháo bỏ rào cản, giải phóng sức sản xuất và trả lại tự do kinh doanh cho xã hội. Chính phủ Trung Quốc luôn tạo điều kiện tài chính cho đầu tư cơ sở vật chất - hạ tầng, cũng như cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch, nhằm hiện đại hóa ngành du lịch, đảm bảo được những điều kiện vật chất nhất định phục vụ tốt nhất cho du khách, giữ chân du khách lưu trú dài hơn.

Ngay từ những năm 1960, Nhật Bản đã trở thành điểm đến du lịch nổi tiếng và hấp dẫn trên thế giới. Nhiều năm gần đây, Nhật Bản liên tục đứng đầu châu Á về tăng trưởng du lịch bền vững [2]. Có được điều đó là nhờ Chính phủ Nhật Bản rất coi trọng chiến lược, kế hoạch và các chính sách thúc đẩy phát triển du lịch. Các nhà hoạch định chính sách của Nhật Bản đều nhận thức rằng, muốn phát triển du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế hàng đầu thì phải đặt nó trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Chính phủ Nhật Bản rất chú trọng đầu tư vốn để xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật, đầu tư cho khoa học và công nghệ để phát triển du lịch. Chính phủ giúp ngành du lịch tháo gỡ những vướng mắc, những rào cản trong phát triển du lịch: quảng bá kém, chi phí đắt đỏ, bất đồng ngôn ngữ... Bên cạnh đó, Chính phủ Nhật Bản luôn có những chính sách ưu đãi cho phát triển du lịch, nhất là đối với khách quốc tế đến Nhật Bản.

Chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch:

Các nước trong khu vực đều chú trọng phát triển nhân lực cho du lịch. Chính nguồn nhân lực du lịch chuyên nghiệp, chất lượng cao là một trong những yếu tố giúp nâng tầm vị thế và năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch.

Thái Lan rất quan tâm đến việc đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch về trình độ chuyên môn theo lĩnh vực, về kỹ năng nghề nghiệp, đặc biệt, họ chú trọng đến việc đào tạo ngoại ngữ một cách bài bản. Yêu cầu đối với hướng dẫn viên du lịch Thái Lan là phải biết 3 ngoại ngữ, phục vụ tốt du khách quốc tế đến từ các nước khác nhau về visa, vé máy bay, thuê xe, đăng ký khách sạn [1]. Thái Lan cũng chú trọng phát triển hướng dẫn viên du lịch ở địa phương để hướng dẫn du khách trồng trọt, chăn nuôi, giới thiệu cho du khách văn hóa bản địa.

Ở Singapore, để được trở thành hướng dẫn viên chuyên nghiệp, được cấp thẻ, đòi hỏi phải học rất vất vả và trải qua quá trình thi cử khó khăn [3]. Các trường đào tạo chuyên ngành du lịch tại đây thực hiện đào tạo cho học viên, sinh viên theo học các khóa nghiệp vụ từ thấp đến cao, chú trọng đào tạo các kỹ năng, đặc biệt đối với đội ngũ hướng dẫn

viên du lịch. Chính vì thế, cho đến nay quốc gia này đã có được đội ngũ hướng dẫn viên rất chuyên nghiệp. Hơn thế, đội ngũ này rất có kỹ năng trong thu hút du khách đến những nơi giải trí, những nơi bán hàng tại những cơ sở kinh doanh đi kèm với du lịch, góp phần làm giàu thêm cho đất nước mình. Ở Singapore, những người điều hành du lịch đều làm việc rất chăm chỉ, bất kể thời gian. Bất cứ khi nào có trường hợp cần giải quyết, bất cứ phát sinh nào xảy ra, ngay lập tức họ đến gặp đoàn khách và giải quyết nhanh chóng.

Trung Quốc cũng rất chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp, quốc gia này đã thiết lập được mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch rộng khắp cả nước, chương trình đào tạo đa dạng, phương pháp giảng dạy hiện đại, kết hợp với nền tảng cơ sở hạ tầng chất lượng phù hợp với thực tế là minh chứng rõ nét nhất về vấn đề này. Nguồn nhân lực được đào tạo bài bản đã đóng vai trò chủ chốt trong thiết kế, thực hiện các chương trình xúc tiến du lịch hiệu quả [3]. Từ đó góp phần lớn cho kinh tế du lịch Trung Quốc chuyển đổi mang tính đột phá qua 4 giai đoạn và hiện đang tham gia vào quá trình hội nhập du lịch toàn cầu với sức bật mạnh mẽ.

Chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch:

Để góp phần phát triển du lịch, Thái Lan chú trọng phát triển đường giao thông hiện đại. Thái Lan từ lâu đã tìm cách khai thác lợi thế của mình như là cửa ngõ vào khu vực sông Mê Công để phát triển giao thông. Chính hệ thống giao thông tốt đã làm cho thời gian di chuyển giữa các điểm du lịch được rút ngắn, từ đó du khách có nhiều thời gian hơn để tham quan, mua sắm và tiêu tiền. Đường giao thông tốt, phương tiện giao thông tốt làm cho du khách không thấy mệt mỏi khi di chuyển, tạo điều kiện cho nhiều đối tượng đến Thái Lan tham quan, du lịch. Đặc biệt là giao thông đường hàng không, ngoài hệ thống hàng không ở thủ đô Bangkok, Thái Lan còn có 2 hệ thống trung tâm hàng không lớn ở Chiang Mai và Phuket. Các hệ thống giao thông hàng không này mức chi phí rất thấp, nên thu hút lượng lớn du khách.

Malaysia cũng rất chú trọng đến việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng cho du lịch. Chính phủ đã hoàn thiện hệ thống giao thông, thông tin liên lạc, các trung tâm du lịch, siêu thị mua sắm... nhằm phục vụ tốt nhất cho du khách. Sự kết nối giữa các điểm du lịch ở Malaysia bằng phương tiện giao thông rất thuận lợi. Từ Kuala Lumpur có thể đi đến các địa điểm khác bằng phương tiện giao thông đường bộ một cách dễ dàng.

Trung Quốc là một đất nước rộng lớn, nhưng nhờ chú trọng phát triển hệ thống giao thông mà việc đi lại của khách du lịch rất thuận lợi. Ở Trung Quốc có thể đi lại dễ dàng bằng các phương tiện giao thông đường bộ, đường sắt, đường hàng không, tàu điện ngầm. Hiện nay, Trung Quốc

đang có mạng lưới đường sắt cao tốc (HSR) dài nhất thế giới với 25.000 km (chiếm hơn 65% độ dài toàn hệ thống trên thế giới) [4], vừa phục vụ nhu cầu dân sinh vừa phục vụ nhu cầu khách du lịch. Còn Singapore nổi tiếng với các điểm du lịch hấp dẫn với cơ sở hạ tầng hiện đại. Thực ra, thiên nhiên không phải là điều kiện thuận lợi cho Singapore phát triển du lịch, mà các điểm du lịch nổi tiếng ở đây đều do con người sáng tạo xây dựng nên, như: Vịnh Marina, Vườn thú Singapore, Đường Orchard, River Safar...

Đẩy mạnh quảng bá du lịch:

Một trong những yếu tố làm cho ngành du lịch Singapore phát triển mạnh mẽ đó là nhờ chú trọng đến công tác quảng bá du lịch, quảng bá về hình ảnh đất nước. Tổng cục Du lịch thông qua các trung tâm xúc tiến du lịch đã hỗ trợ đắc lực cho các công ty quảng bá du lịch, xuất khẩu các sản phẩm du lịch đặc trưng của mình. Trong quảng bá du lịch, Singapore luôn có sự kết nối, đầu tư các hoạt động quảng bá gắn liền với các ngành khác, chẳng hạn như kết hợp với: dịch vụ vận chuyển hàng không, dịch vụ biểu diễn nghệ thuật, dịch vụ bán lẻ... tạo nên một chuỗi liên kết trong cung cấp dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, ngành du lịch Singapore còn chú trọng xây dựng các công trình kiến trúc đồ sộ, hiện đại, sang trọng nhằm tạo nên sự chú ý và thu hút khách du lịch ở mọi nơi.

Tổng cục Du lịch Thái Lan đặc biệt coi trọng hoạt động xúc tiến, quảng bá thông qua hàng loạt chiến dịch với nguồn kinh phí trung bình hàng năm từ 80 đến 150 triệu USD. Hiện nay, với 36 văn phòng đại diện trong nước và 21 văn phòng đại diện ở nước ngoài [3], Tổng cục Du lịch Thái Lan đã tích cực xúc tiến, quảng bá du lịch ở cả trong và ngoài nước. Một nét nổi bật trong chính sách du lịch của Thái Lan là Chính phủ trực tiếp “xắn tay áo” làm tiếp thị du lịch. Các quan chức Thái Lan luôn đặt mục tiêu tìm kiếm khách du lịch cho nước nhà. Các phái đoàn cấp cao của Chính phủ Thái Lan thường xuyên tiếp xúc với các công ty nước ngoài để thảo luận các cơ hội kinh doanh về du lịch. Đặc biệt, trong hoạt động quảng bá du lịch, Thái Lan chú trọng việc quảng bá âm thực Thái ra nước ngoài và xem đây là giải pháp có tầm quan trọng trong phát triển du lịch quốc tế. Thái Lan đã thực hiện hàng loạt chiến dịch quảng bá thương hiệu quốc gia như: Bangkok Fashion City, Health Hub of Asia... và một trong những chiến dịch này là tập trung quảng bá ẩm thực Thái Lan mang tên Thái Lan - Kitchen to the World. Nhờ coi trọng đầu tư cho chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch mà Thái Lan đã rất thành công trong việc thu hút khách quốc tế, đem lại hiệu quả kinh tế - xã hội ngày càng cao.

Malaysia cũng đặc biệt chú trọng công tác quảng bá du lịch đến nhiều quốc gia trên thế giới bằng cách quảng bá hình ảnh du lịch trên các đài truyền hình quốc tế lớn với câu: “Malaysia - Truly Asia”. Chính phủ tích cực phối hợp

với các doanh nghiệp xây dựng nhiều chương trình du lịch tạo thành thương hiệu mà khi nhắc đến hầu như mọi người đều biết như: “Viếng thăm Malaysia”, “Lễ kỷ niệm vàng”, “Lễ hội đại hạ giá”, “Lễ hội âm nhạc quốc tế”, “Lễ hội pháo hoa”.

Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch:

Singapore chú trọng phát triển sản phẩm “du lịch xanh” và xây dựng thương hiệu với những yếu tố hấp dẫn khác biệt. Ấn tượng đầu tiên của du khách với đất nước Singapore là cảnh quan và môi trường rất sạch. Chính điều này đã làm nên một Singapore khác biệt với các quốc gia khác. Đặc trưng nhất của sản phẩm du lịch là chương trình du lịch, Singapore cung cấp cho thị trường quốc tế nhiều chương trình du lịch, trong đó có sản phẩm Casino (tại Marina Bay Sands) phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của nhiều du khách. Họ phân mảng thị trường khách du lịch quốc tế và đưa ra những chương trình phù hợp cho từng thị trường. Các chương trình cho du khách châu Âu khác chương trình cho du khách châu Á và châu Úc, châu Mỹ... Ngay cả trong cùng một thị trường thì cũng có các chương trình phục vụ riêng cho từng nước khác nhau, tùy theo nhu cầu và khả năng chi trả của du khách. Đặc biệt, ngành du lịch Singapore cho ra đời sản phẩm du lịch rất độc đáo, đó là thu hút du khách thông qua cung cấp công nghệ du lịch BTMICE (Business Traveller, Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions - du lịch thương mại, gặp gỡ, khen thưởng, hội nghị và triển lãm) [5]. Từ cơ sở hạ tầng đến các dịch vụ luôn có sự thay đổi để có thêm sự lựa chọn mới cho khách du lịch.

Thái Lan cũng rất chú trọng phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch. Hiện nay, Thái Lan phát triển các loại hình du lịch như: du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch chữa bệnh, du lịch nông nghiệp, du lịch mua sắm. *Du lịch văn hóa* là một trong những loại hình du lịch hấp dẫn, thu hút du khách đến Thái Lan. Khách đến Thái Lan để tham quan các đền, chùa, bảo tàng, các di tích lịch sử... Khách du lịch không chỉ được tận mắt chứng kiến nét độc đáo của công trình văn hóa đó mà còn được “đắm mình”, được thưởng thức và trải nghiệm. Với *du lịch sinh thái*, Thái Lan hiện nay có 79 vườn quốc gia cùng với nhiều khu bảo tồn thiên nhiên, trong các vườn quốc gia có đa dạng các loại động vật quý hiếm [1]. Thái Lan đã kết hợp du lịch sinh thái và du lịch mạo hiểm, tạo nên sản phẩm độc đáo phục vụ du khách. *Về du lịch chữa bệnh*, ở Đông Nam Á, Thái Lan cùng với Singapore là hai nước chiếm 90% thị trường du lịch chữa bệnh. Các dịch vụ chữa bệnh ở Thái Lan bao gồm phẫu thuật tim phức tạp, phẫu thuật thẩm mỹ, chăm sóc răng miệng, đông y, yoga... *Về du lịch mua sắm*, nhắc đến Thái Lan thì nghĩ ngay đến Bangkok - thiên đường mua sắm, là nơi nổi tiếng với nhiều hàng hóa đẹp, rẻ. Mua sắm ở Bangkok không giới hạn địa điểm mà hiện diện ở khắp mọi nơi trong thành phố, từ các trung tâm mua sắm hiện đại, đến

các cửa hàng bách hóa thanh lịch, các chợ truyền thống... *Du lịch nông nghiệp*, bao gồm các hoạt động liên quan đến nông nghiệp mà khách du lịch có thể tham gia như: trồng lúa, trồng hoa, rau quả và chăn nuôi. Thái Lan thường kết hợp du lịch nông nghiệp với du lịch “homestay”. Khách du lịch sống với những người nông dân, quan sát và tham gia vào các công việc hàng ngày của họ.

Trung Quốc cũng tạo sự khác biệt về sản phẩm du lịch trên nền tảng giá trị văn hóa, trên cơ sở khai thác các giá trị văn hóa - lịch sử để cung ứng ra thị trường nhiều sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt, ấn tượng. Du khách có thể đi đến nhiều nơi trên đất nước Trung Quốc để tìm hiểu các giá trị văn hóa lịch sử của đất nước được xem là cái nôi của văn minh châu Á, như Thủ đô Bắc Kinh, Vạn lý Trường thành, Tây An, Côn Minh, Hồ Động Đình, Núi Nhạc Lộ... Với sản phẩm du lịch này đã tạo cho du lịch Trung Quốc có nét độc đáo riêng so với các nước khác và cũng chính từ đây đã thu hút một lượng khách du lịch quốc tế khá đông đến Trung Quốc hàng năm.

Gợi ý cho Việt Nam trong phát triển du lịch hiện nay

Từ những kinh nghiệm của các nước trong khu vực về phát triển du lịch, có thể rút ra một số gợi mở cho phát triển du lịch ở Việt Nam hiện nay:

Một là, định hướng chính sách phát triển du lịch. Để phát triển du lịch Việt Nam, Chính phủ cần có sự hoạch định các chính sách, xây dựng các kế hoạch, đề án để phát triển du lịch cho từng giai đoạn, từng khu vực, từng vùng, từng lĩnh vực cụ thể, đặc biệt đối với những nơi có tiềm năng phát triển du lịch. Trong xây dựng chính sách cần chú ý hoạch định chính sách tổng thể, từ chính sách đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, chính sách đào tạo nguồn nhân lực, chính sách phát triển sản phẩm du lịch, chính sách thu hút khách du lịch, chính sách về thuế nhập khẩu phương tiện vận chuyển, trang thiết bị cơ sở lưu trú... tất cả đó phải tạo nên những đặc trưng riêng biệt của Việt Nam. Một trong những điểm yếu hiện nay trong phát triển du lịch của Việt Nam là chưa tạo nên được sự liên kết bền chặt giữa các ngành, các lĩnh vực, giữa nhà nước với doanh nghiệp, chưa thu hút được sức mạnh cộng đồng tham gia vào phát triển du lịch. Do vậy, trong thời gian đến Việt Nam cần chú trọng xây dựng chính sách để tạo nên sự liên kết bền chặt giữa các chủ thể này, các nước trong khu vực rất thành công trong phát triển du lịch là nhờ chính sách này.

Hai là, đầu tư mạnh mẽ phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch. Một trong những yếu tố mang đến thành công trong phát triển du lịch ở Thái Lan, Malaysia, Singapore là họ chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho du lịch. Việt Nam được đánh giá là nước có tiềm năng phát triển du lịch đa dạng, nhưng một trong những điểm yếu hiện nay của chúng ta là hệ thống cơ sở hạ tầng nói chung và hệ thống

cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển du lịch nói riêng còn nhiều yếu kém, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển du lịch, nhu cầu của du khách. Trong 5 yếu tố tạo nên sự thành công của ngành du lịch (phương tiện giao thông; cơ sở tiện nghi; điểm thắng cảnh; các dịch vụ hỗ trợ và điều hành của chính phủ), việc phát triển cơ sở hạ tầng đáp ứng được 3 trong 5 yêu cầu trên. Do vậy, trong thời gian đến, Việt Nam cần chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho du lịch theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp. Chính phủ cần có sự ưu tiên đầu tư vốn cho du lịch để phát triển hệ thống giao thông, các hệ thống vui chơi, giải trí, hệ thống nhà hàng, khách sạn hiện đại để thu hút và đáp ứng yêu cầu của du khách trong và ngoài nước. Chú trọng lồng ghép đầu tư hạ tầng phục vụ du lịch với các chương trình, đề án phát triển kinh tế - xã hội. Trong giai đoạn trước mắt, cần chú trọng đầu tư vào các khu, điểm du lịch quốc gia để tạo đà bứt phá cho du lịch Việt Nam.

Ba là, chú trọng phát triển nguồn nhân lực cho du lịch. Ở Việt Nam hiện nay, nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch vừa thiếu, vừa yếu trên tất cả các lĩnh vực, từ quản lý du lịch đến nhân viên, hướng dẫn viên du lịch. Hiện nay, nhân lực có trình độ đại học trở lên chỉ chiếm 4%, nhân lực thạo ngoại ngữ chỉ chiếm 1/2, đội ngũ hướng dẫn viên thiếu hụt, hạn chế về năng lực ngoại ngữ [6]... Đây là rào cản lớn kìm hãm sự phát triển của du lịch Việt Nam. Do vậy, trong thời gian tới, Việt Nam cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch. Chú trọng phát triển cơ cấu, số lượng hợp lý, đồng thời từng bước nâng cao chất lượng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cả về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và kỹ năng. Kinh nghiệm của một số nước chỉ ra rằng, để phát triển du lịch nhanh, mạnh và bền vững thì cần có đội ngũ nhân lực chất lượng cao, số lượng đủ, cơ cấu hợp lý.

Bốn là, tăng cường công tác quảng bá du lịch. Hiện nay, hình ảnh du lịch của Việt Nam được du khách biết đến còn hạn chế, đây là lý do khiến nhiều khách quốc tế chưa tìm đến Việt Nam. Do vậy, trong thời gian đến Việt Nam cần tăng cường công tác quảng bá hình ảnh du lịch ra bên ngoài. Tổng cục Du lịch cần tăng cường hơn nữa công tác xúc tiến, quảng bá, cung cấp thông tin du lịch Việt Nam tới du khách quốc tế thường xuyên, mọi lúc, mọi nơi. Nhà nước và các doanh nghiệp cần kết hợp chặt chẽ trong việc quảng bá hình ảnh du lịch, chú trọng quảng bá du lịch thông qua nhiều hoạt động, hình thức khác nhau. Trong quá trình quảng bá, cần tìm hiểu nhu cầu thị trường bên ngoài, thị hiếu, nhu cầu về sản phẩm du lịch của khách du lịch từng nước để từ đó có cách quảng bá phù hợp với từng đối tượng cụ thể.

Năm là, đa dạng hóa các sản phẩm gắn liền với lợi thế, tiềm năng của Việt Nam. Nhiều người cho rằng, Việt Nam là đất nước trời phú cho điều kiện để phát triển du lịch, có thể phát triển đa dạng hóa các sản phẩm du lịch khác nhau, tuy nhiên hiện nay chúng ta chưa khai thác hết những thế mạnh và

tiềm năng đó. Do vậy, trong thời gian tới, Việt Nam cần chú trọng đa dạng hóa các sản phẩm du lịch. Đã đến lúc chúng ta cần mạnh dạn đầu tư, thu hút đầu tư từ bên ngoài vào xây dựng các khu du lịch, vui chơi giải trí có danh tiếng. Việt Nam cần có những sản phẩm du lịch đặc trưng, độc đáo, mang dấu ấn riêng, tạo ấn tượng sâu sắc cho du khách với những giá trị vật chất và tinh thần trên nền tảng lợi thế và bản sắc vốn có của Việt Nam.

Kết luận

Trong thời đại ngày nay, du lịch ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế - xã hội đất nước. Các nước Trung Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Singapore, Malaysia đã sớm chú trọng chính sách phát triển du lịch, chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch, chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, đẩy mạnh quảng bá du lịch, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch. Với những cách làm hay, sáng tạo, triệt để khai thác tiềm năng, lợi thế vốn có của mình, đã tạo cho ngành du lịch phát triển mạnh mẽ, đạt được những thành tựu to lớn, đóng góp ngày càng nhiều cho sự phát triển đất nước. Trong những năm gần đây, mặc dù rất được chú trọng nhưng nhìn chung du lịch Việt Nam chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, còn nhiều hạn chế, bất cập vì thiếu kinh nghiệm trong phát triển. Do vậy, nghiên cứu những kinh nghiệm của các nước trong khu vực về phát triển du lịch, từ đó rút ra những bài học cho Việt Nam vận dụng để phát triển là rất cần thiết. Tuy nhiên, trong quá trình vận dụng, cần chú ý đến tính đặc thù của Việt Nam để đề ra những chủ trương, chính sách phát triển phù hợp nhằm đem lại hiệu quả cao nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Nguyễn Xuân Thiên, Hà Minh Tuấn (2016), “Kinh nghiệm phát triển du lịch của Thái Lan và một số gợi ý đối với Việt Nam”, *Tạp chí Cộng sản*, **Số 113**, tr 89-90.

[2] Nguyễn Thị Thúy Hạnh (2017). “Kinh nghiệm phát triển du lịch ở Nhật Bản và một số gợi ý cho ngành Du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Thông tin khoa học xã hội*, **Số 12**, tr 97.

[3] Nguyễn Hồng Lâm, Nguyễn Kim Anh (2016), “Kinh nghiệm phát triển kinh tế du lịch ở một số nước và gợi ý cho Việt Nam”, *Tạp chí Thông tin khoa học xã hội*, **Số 12**, tr 40.

[4] Giải mã sự phát triển thần kỳ của đường sắt cao tốc Trung Quốc, <http://cafef.vn>.

[5] Thông tin tham khảo (2011), “Kinh nghiệm phát triển du lịch ở một số quốc gia khu vực ASEAN”, *Những vấn đề kinh tế chính trị thế giới*, **Số 3(179)**, tr 78.

[6] Hà Văn Hội (2011). “Chính sách phát triển du lịch của Thái Lan: Một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam”, *Những vấn đề kinh tế chính trị thế giới*, **Số 3(179)**, tr 58.