

Phát triển du lịch quốc tế của Myanmar và hàm ý cho Việt Nam

Hoàng Thị Mỹ Hạnh¹

Ngày nhận bài: 27/02/2026 | Ngày gửi phản biện: 04/3/2026 | Ngày duyệt đăng: 26/3/2026

Tóm tắt: Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh ngày càng gia tăng trong ngành du lịch, việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch quốc tế của các quốc gia trong khu vực có ý nghĩa quan trọng đối với Việt Nam. Bài viết này tập trung phân tích thực trạng và làm rõ các yếu tố tác động đến phát triển du lịch quốc tế ở Myanmar. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số hàm ý tham khảo cho Việt Nam như mở rộng, nâng cấp mạng lưới cơ sở hạ tầng giao thông hiện đại và đồng bộ tới các vùng miền có tiềm năng du lịch; thu hút khách du lịch theo các phân đoạn thị trường; và tăng cường xúc tiến quảng bá hình ảnh đất nước, con người thông qua các hoạt động hỗ trợ, phối hợp với các doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp. Những hàm ý này góp phần cung cấp luận cứ khoa học và thực tiễn cho việc hoạch định chính sách nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển du lịch quốc tế của Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Du lịch quốc tế, bài học kinh nghiệm, Myanmar.

Developing International Tourism in Myanmar and Its Implications for Vietnam

Abstract: In the context of intensifying globalization and competition within the tourism industry, researching the international tourism development experiences of regional counterparts holds significant implications for Vietnam. This article focuses on analyzing the current state and elucidating the factors influencing international tourism development in Myanmar. Based on these findings, the study proposes several strategic implications for Vietnam, including: expanding and upgrading modern, synchronous transport infrastructure networks to regions with high tourism potential; targeting tourists through strategic market segmentation; and enhancing the promotion of the nation's image and people through collaborative activities with enterprises and professional associations. These insights provide a scientific and practical foundation for policy-making aimed at bolstering competitiveness and fostering Vietnam's international tourism development in the coming period.

Keywords: International tourism, implications, Myanmar.

1. Đặt vấn đề

Myanmar từng nằm trong nhóm các nước nghèo nhất thế giới, với thu nhập bình quân đầu người rất thấp và cơ cấu kinh tế nặng về nông nghiệp, trong khi công nghiệp, dịch vụ và hạ tầng kỹ thuật phát triển chậm (Võ Xuân Vinh, 2015). Điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng hình thành một ngành du lịch hiện đại, có sức cạnh tranh và đủ năng lực tiếp nhận khách quốc tế ở quy mô lớn. Tuy nhiên, nhận thức được tầm quan trọng của du lịch trong phát triển kinh tế đất nước, ngay từ năm 2010 - khi bắt đầu công cuộc cải cách và mở cửa nền kinh tế, Myanmar đã xác định phát triển du lịch quốc tế là ưu tiên

¹ ThS. JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay Resort, Email: hanhhoang.93@gmail.com

hàng đầu. Myanmar đã nghiên cứu và ban hành nhiều chính sách phát triển kinh tế - xã hội, trong đó có chính sách phát triển du lịch nói chung, du lịch quốc tế nói riêng, đẩy mạnh triển khai các hoạt động liên quan nhằm vực dậy nền kinh tế quốc gia, đã đạt được nhiều thành tựu đáng khích lệ.

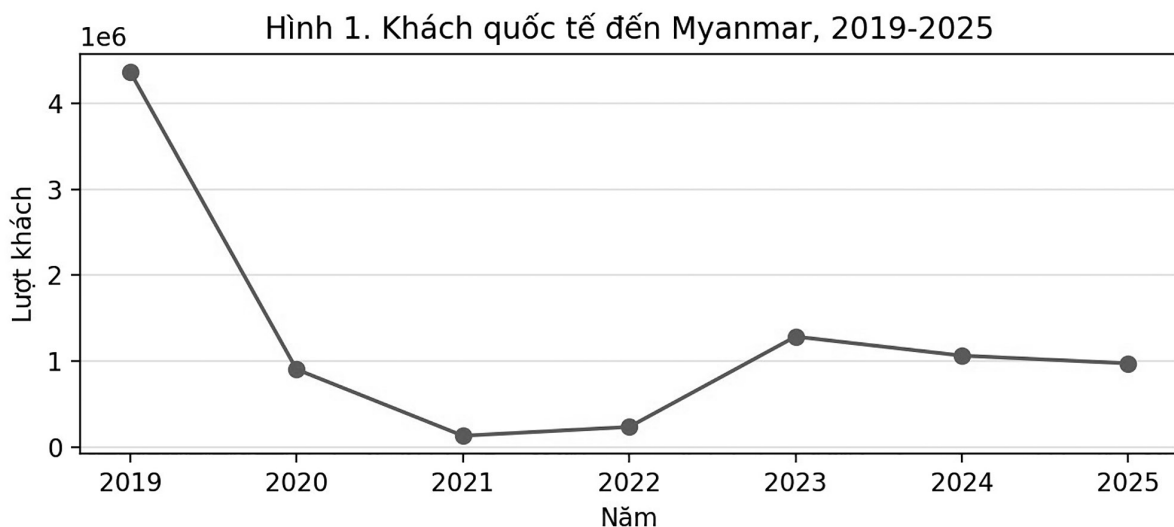
Trên cơ sở tập trung trình bày tổng quan thực trạng phát triển du lịch quốc tế của Myanmar, chỉ ra các yếu tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến phát triển du lịch quốc tế của Myanmar thời gian qua, theo đó, bài viết đề xuất một số bài học kinh nghiệm có thể áp dụng cho Việt Nam trong bối cảnh phát triển mới.

2. Tổng quan về thực trạng du lịch quốc tế của Myanmar

Myanmar là quốc gia ở khu vực Đông Nam Á có tiềm năng du lịch đáng kể nhờ hệ thống chùa tháp, di sản văn hóa, cảnh quan tự nhiên và bản sắc xã hội riêng biệt. Tuy nhiên, khác với một số quốc gia trong khu vực phát triển du lịch nói chung theo quỹ đạo tương đối liên tục, quá trình phát triển du lịch quốc tế của quốc gia này diễn ra trong điều kiện nhiều biến động. Cần nhấn mạnh rằng, sự phát triển của ngành này không chỉ phụ thuộc vào tài nguyên du lịch hay nhu cầu thị trường, mà còn gắn chặt với trình độ phát triển kinh tế, năng lực quản trị quốc gia, chất lượng hạ tầng và mức độ hội nhập quốc tế.

Sau khi nước này mở cửa mạnh hơn từ đầu thập niên 2010 cho đến trước đại dịch Covid-19, các chính sách phát triển kinh tế - xã hội đã đưa Myanmar trở thành một trong các quốc gia tăng trưởng khá tốt, trong đó, du lịch quốc tế. Nhưng diễn biến giai đoạn 2020-2025 cho thấy quỹ đạo phát triển của ngành rất thiếu ổn định, chịu tác động đồng thời của đại dịch COVID-19, bất ổn trong nước, hạn chế về kết cấu hạ tầng và những ràng buộc thể chế.

Theo Bộ Khách sạn và Du lịch Myanmar, tổng lượng khách quốc tế đến Myanmar đạt 4.364.101 lượt năm 2019, 903.343 lượt năm 2020; 130.947 lượt năm 2021; 233.487 lượt năm 2022; 1.284.731 lượt năm 2023 và 1.063.072 lượt năm 2024 973.000 lượt năm 2025, thấp hơn mức năm 2024 (Hình 1). Chuỗi số liệu này cho thấy sau giai đoạn “rơi sâu” vì đại dịch và gián đoạn đi lại quốc tế, du lịch quốc tế của Myanmar phục hồi từ năm 2023 nhưng chưa bền vững.



Hình 1. Lượt khách quốc tế đến Myanmar giai đoạn 2019-2025

Nguồn: Tác giả tổng hợp

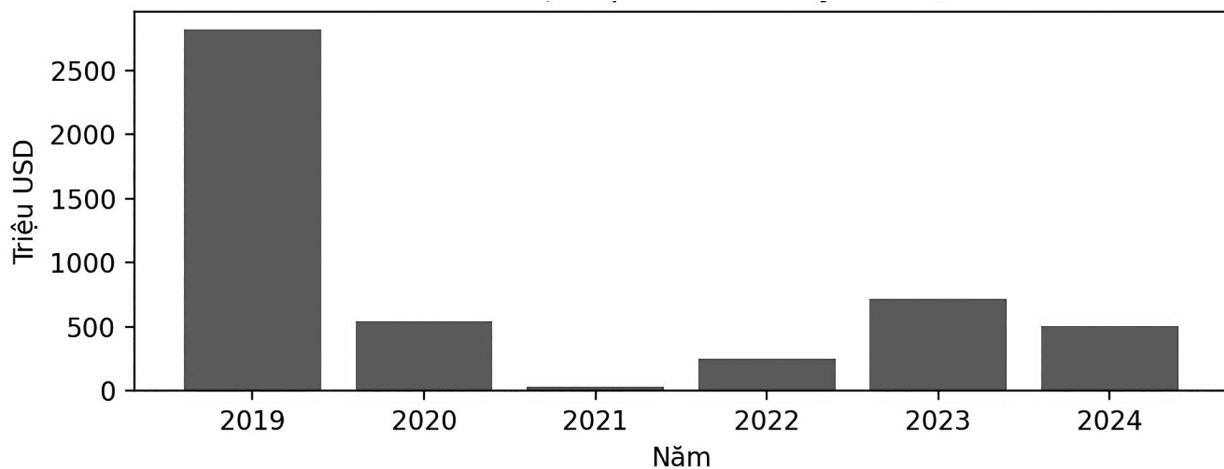
Cơ cấu nguồn khách cho thấy thị trường châu Á tiếp tục chi phối gần như tuyệt đối đối với du lịch quốc tế của Myanmar. Năm 2024, khách đến từ châu Á đạt 246.847 lượt, chiếm 88% số khách du lịch theo diện thị thực theo số lượt, trong đó, Trung Quốc 99.852 lượt, Thái Lan 42.105 lượt, Hàn Quốc 23.213 lượt, Nhật Bản 19.355 lượt và Ấn Độ 15.334 lượt (Bảng 1.). Cơ cấu này cho thấy du lịch quốc tế Myanmar phụ thuộc lớn vào các thị trường châu Á, trong khi khả năng mở rộng sang các thị trường châu Âu hay Bắc Mỹ còn hạn chế.

Bảng 1. Năm thị trường khách quốc tế chính của Myanmar năm 2024

STT	Thị trường	Lượt khách
1	Trung Quốc	99.852
2	Thái Lan	42.105
3	Hàn Quốc	23.213
4	Nhật Bản	19.355
5	Ấn Độ	15.334

Nguồn: Myanmar Tourism Statistics 2024

Xét theo cửa khẩu nhập cảnh, hàng không quốc tế vẫn là một kênh quan trọng đối với khách quốc tế đến Myanmar trong giai đoạn phục hồi. Năm 2024, khách qua các sân bay quốc tế đạt 280.039 lượt, trong khi khách qua biên giới đất liền theo các điểm EP, BP, TBP đạt 781.239 lượt; khách qua đường biển chỉ đạt 716 lượt. Trong nhóm sân bay quốc tế, Yangon tiếp tục là cửa ngõ hàng đầu với 242.722 lượt khách năm 2024, cao hơn Mandalay (37.022 lượt) và Nay Pyi Taw (295 lượt). Sự tập trung cao vào một số đầu mối nhập cảnh cho thấy tính chất mất cân đối trong mạng lưới hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ du lịch quốc tế của Myanmar.



Hình 2. Chi tiêu du lịch quốc tế của Myanmar, 2019-2024

Nguồn: Myanmar Tourism Statistics 2024

Về hiệu quả kinh tế, chỉ tiêu du lịch quốc tế của Myanmar biến động rất mạnh trong giai đoạn gần đây. Tổng chi tiêu của khách quốc tế đạt 2.818,753 triệu USD năm 2019, 544,613 triệu USD năm 2020, 30,231 triệu USD năm 2021, 249,13 triệu USD năm 2022, 717,665 triệu USD năm 2023, 504,098 triệu USD năm 2024. Mức chi tiêu bình quân 97 USD/ngày (2022-2023) và tăng lên 127 USD/ ngày (2024); thời gian lưu trú bình quân là 11 đêm (2022-2023) và 7 đêm (2024). Năm 2025, Myanmar đón hơn 973.000 khách quốc tế, thấp hơn mức hơn 1,06 triệu lượt năm 2024 đến từ các thị trường chính như: Trung Quốc, Thái Lan và Hàn Quốc (Bảng 1). Điều này cho thấy quá trình phục hồi của Myanmar chưa thật vững chắc: lượng khách và doanh thu đều tăng trở lại so với giai đoạn đáy 2020-2021, nhưng chưa quay về quỹ đạo trước đại dịch.

Một điểm đáng chú ý là nỗ lực nói lỏng chính sách nhập cảnh của Chính phủ Myanmar để hỗ trợ phục hồi du lịch. Theo Bộ Khách sạn và Du lịch Myanmar, nước này triển khai thị thực du lịch tại cửa khẩu cho công dân Trung Quốc và Ấn Độ từ ngày 30/08/2023; áp dụng cho công dân Hong Kong (Trung Quốc) từ ngày 11/03/2024; và từ ngày 21/10/2024 mở thêm diện thị thực tại cửa khẩu cho công dân Nhật Bản, Hàn Quốc và Macau (Trung Quốc) theo diện thí điểm một năm. Chính sách này cho thấy Myanmar đang ưu tiên kích cầu từ các thị trường châu Á, phù hợp với cơ cấu khách thực tế và năng lực kết nối hiện có. Tuy nhiên, hiệu quả của chính sách visa vẫn bị giới hạn bởi những yếu tố ngoài thị thực, đặc biệt là an ninh, hình ảnh điểm đến, chất lượng dịch vụ và khả năng kết nối hàng không quốc tế.

Như vậy, có thể thấy, du lịch quốc tế của Myanmar trong những năm gần đây chưa bước vào giai đoạn tăng trưởng ổn định mà mới dừng ở trạng thái phục hồi từng phần. Sự phục hồi sau đại dịch, nhất là năm 2023, nhưng năm 2024 và 2025 đã phục hồi chững lại. Về bản chất, Myanmar vẫn sở hữu nhiều lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên, văn hóa và tôn giáo, song lợi thế đó chưa được chuyển hóa tương xứng thành tăng trưởng khách quốc tế và doanh thu du lịch. Trong ngắn hạn, triển vọng của ngành này sẽ tiếp tục phụ thuộc rất lớn vào mức độ ổn định của môi trường trong nước, chất lượng hạ tầng giao thông - lưu trú, hiệu quả mở rộng chính sách thị thực, cũng như khả năng khôi phục niềm tin của du khách quốc tế.

3. Các yếu tố tác động đến du lịch quốc tế của Myanmar

Các yếu tố bên trong

Một là, điều kiện kinh tế - xã hội còn nhiều hạn chế là rào cản lớn đối với sự phát triển du lịch quốc tế của Myanmar. Trong một thời gian dài, quốc gia này duy trì mô hình kinh tế đóng, chịu sự kiểm soát mạnh của Nhà nước, dù từ sau năm 1989 đã có bước nói lỏng cơ chế tập trung và tự do hóa một số lĩnh vực, nhiều ngành có lợi nhuận cao vẫn bị kiểm soát chặt chẽ. Quá trình cải cách vì vậy diễn ra chậm, trong khi nền kinh tế còn thiếu công nghệ, thiếu nguyên liệu, thiếu nhân lực chất lượng cao và thiếu năng lực quản lý hiện đại.

Hai là, cơ sở hạ tầng yếu kém và thiếu đồng bộ. Hệ thống đường sắt lạc hậu, giao thông đường bộ nhiều nơi chưa được trải nhựa, tình trạng thiếu điện diễn ra phổ biến, kể cả tại Yangon. Đây là những yếu tố trực tiếp ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận điểm đến, chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của khách quốc tế. Đối với một ngành phụ thuộc lớn vào vận tải, lưu trú, thông tin liên lạc và tiện ích công cộng như du lịch, sự yếu kém của hạ tầng đã làm giảm đáng kể năng lực cạnh tranh của Myanmar.

Ba là, những bất cập về thể chế và chính sách cũng làm suy giảm môi trường phát triển du lịch. Từ sau năm 2011, Myanmar đẩy mạnh cải cách và mở cửa hơn, song hệ thống thể chế vẫn chưa thực sự thông thoáng, luật đầu tư còn hạn chế, cải cách ngân hàng chưa triệt để và môi trường kinh doanh chưa đủ ổn định. Những yếu tố này làm tăng chi phí, gia tăng rủi ro cho doanh nghiệp và làm giảm mức độ hấp dẫn của Myanmar đối với nhà đầu tư du lịch cũng như khách quốc tế.

Bốn là, sự ổn định chính trị - xã hội có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với du lịch quốc tế. Trong nhiều giai đoạn, việc điều chỉnh giá điện, nhiên liệu và các chính sách dân sinh theo hướng đột ngột đã tạo áp lực lớn lên đời sống xã hội, dẫn đến biểu tình và bất ổn. Đối với du lịch quốc tế, bất kỳ dấu hiệu bất ổn nào về an ninh và xã hội cũng đều tác động trực tiếp đến quyết định đi lại, đầu tư và quảng bá điểm đến. Khi hình ảnh quốc gia gắn với kiểm soát quân sự, cấm vận và rủi ro thể chế, ngành du lịch rất khó phát triển bền vững.

Các yếu tố bên ngoài

Một là, quan hệ kinh tế - chính trị với các nước lớn. Trung Quốc là một trong những đối tác thương mại và nguồn hỗ trợ phát triển quan trọng của Myanmar, trong khi Mỹ và nhiều nước phương Tây áp dụng cấm vận kinh tế và ngoại giao đối với nước này ngay sau khi quân đội trở lại nắm quyền vào năm 2021. Tình trạng đó không chỉ ảnh hưởng đến thương mại, đầu tư và tài chính, mà còn tác động trực tiếp đến hình ảnh quốc tế của Myanmar như một điểm đến du lịch.

Hai là, những biến động của kinh tế thế giới và khu vực cũng tạo sức ép lớn đối với Myanmar. Khi khả năng tích lũy và đầu tư suy giảm, các lĩnh vực cần vốn lớn như hạ tầng du lịch, vận tải, lưu trú và xúc tiến điểm đến đều bị tác động theo. Ở cấp độ khu vực, tiến trình liên kết kinh tế ASEAN vừa mở ra cơ hội, vừa đặt ra thách thức cho Myanmar: hợp tác khu vực tạo điều kiện thuận lợi hơn cho kết nối và luân chuyển du khách, nhưng đồng thời buộc Myanmar cạnh tranh trực tiếp với những điểm đến phát triển hơn như Thái Lan, Malaysia, Singapore và Việt Nam.

Ba là, đại dịch Covid-19 là cú sốc nghiêm trọng nhất đối với du lịch quốc tế của Myanmar. Tăng trưởng kinh tế năm 2020 giảm mạnh, tỷ lệ nghèo đói tăng, trong khi sản xuất công nghiệp, thương mại, vận tải và các dịch vụ liên quan đến du lịch đều suy giảm sâu. Việc đóng cửa biên giới, hạn chế đi lại và gián đoạn chuỗi cung ứng không chỉ làm lượng khách quốc tế sụt giảm nghiêm trọng, mà còn bộc lộ rõ các điểm yếu cấu trúc của ngành du lịch Myanmar, nhất là khả năng thích ứng thấp trước các cú sốc từ bên ngoài.

4. Một số hàm ý cho Việt Nam

Trên cơ sở phân tích thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng đến du lịch quốc tế của Myanmar, có thể rút ra một số hàm ý sau:

Một là, Việt Nam là một đất nước giàu nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa bản địa đặc sắc, vì thế, nghiên cứu việc kết hợp các nguồn tài nguyên du lịch để đa dạng hóa sản phẩm du lịch, thu hút du khách. Theo đó, xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch phong phú; ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch tài nguyên thiên nhiên, văn hóa bản địa, kết hợp với phát triển các sản phẩm sinh thái như: khám phá hang động, các hình thức du lịch sinh thái. Mặt khác, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù của từng vùng miền để tận dụng triệt để thế mạnh cũng như tạo thương hiệu du lịch nhằm thu hút du khách quốc tế.

Hai là, mở rộng, nâng cấp mạng lưới cơ sở hạ tầng giao thông hiện đại và đồng bộ tới các vùng miền có tiềm năng du lịch; xây dựng hệ thống giao thông công cộng hiện đại, thuận tiện kết hợp với việc cải thiện không gian công cộng, môi trường văn minh, an toàn. Cải thiện chất lượng hệ thống viễn thông, thông tin liên lạc đạt tiêu chuẩn quốc tế, đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng xã hội nhằm đảm bảo cho du khách trải nghiệm tốt nhất khi đến thăm quan và nghỉ dưỡng.

Ba là, thu hút khách du lịch theo các phân đoạn thị trường, nhất là chú trọng các thị trường lớn như khu vực Đông Nam Á, Đông Bắc Á cũng như thúc đẩy các hoạt động khai thác một số thị trường lớn như: EU, Vương Quốc Anh; châu Mỹ và mở rộng các thị trường tiềm năng như Trung Đông và Ấn Độ... Tăng cường xúc tiến quảng bá hình ảnh đất nước, con người thông qua các hoạt động hỗ trợ, phối hợp

với các doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp. Đồng thời, cơ quan xúc tiến du lịch quốc gia cần nắm giữ vai trò chủ đạo trong hoạt động xúc tiến và hỗ trợ xúc tiến quảng bá du lịch, phối hợp với các ngành liên quan để xây dựng thương hiệu du lịch và phát triển du lịch theo hướng bền vững

Kết luận

Ngày nay, xu hướng phát triển du lịch quốc tế - một ngành kinh tế mũi nhọn trong bối cảnh mới được rất nhiều quốc gia trên thế giới lựa chọn, đặc biệt là các quốc gia có nhiều lợi thế về phát triển du lịch như Myanmar. Với các chính sách ưu tiên phát triển du lịch quốc tế, ngành du lịch của Myanmar đã góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Myanmar và Việt Nam là những nước thành viên trong khối ASEAN, theo đó, việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch, nhất là du lịch quốc tế có vai trò rất quan trọng trong quá trình hội nhập với các nước trong khu vực cũng như các nước trên thế giới, qua đó, rút ra bài học kinh nghiệm có thể áp dụng cho nước ta trên con đường phát triển kinh tế - xã hội trong kỷ nguyên phát triển mới.

Tài liệu tham khảo

1. Amro (2025), Myanmar's Tourism Industry: Recent Developments, Prospects and Challenges Ahead 1 November 20, 2025. <https://amro-asia.org/wp-content/uploads/2025/11/Analytical-Note-Myanmar-Tourism-Industry-Recent-Developments-Prospects-and-Challenges-Ahead.pdf>
2. Aung, Myo. 2019. "Strategies to survive and thrive of Myanmar tourism GDP: Case study of Bagan tourism." International Journal on Recent Trends in Business and Tourism (IJRTBT), 3(1), 16–21. <https://ejournal.lucp.net/index.php/ijrtbt/article/view/90>
3. Ban Quan hệ Quốc tế – VCCI (2020), Hồ sơ thị trường Myanmar
4. International Labor Organization. 2020. "COVID-19 Impact on Employment and Labour Market in Myanmar", ILO Liaison Office for Myanmar, Yangon. <https://www.ilo.org/resource/brief/covid-19-impact-employment-and-labour-market-myanmar>.
5. Ministry of Hotels & Tourism (2023), Responsible tourism policy
6. Phương Vũ (2021), "*Phương Tây tìm cách siết chặt trung phát Myanmar*", 2/3/2021. <https://vnexpress.net/phuong-tay-tim-cach-siet-trung-phat-myanmar-4242075.html>
7. Su, Xiaobo, and Li, Cansong. 2021. "Bordering dynamics and the geopolitics of cross-border tourism between China and Myanmar." Political Geography, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0962629821000329?via%3Di>
8. United Nation. 2000. "Socio-economic impact of COVID-19 in Myanmar.", October 2020. https://themimu.info/sites/themimu.info/files/documents/Core_Doc_UN_framework_for_Immediate_Socio-Economic_Response_to_COVID-19_in_Myanmar_Jun2020.pdf
9. Võ Xuân Vinh (2015), *Biến đổi chính trị, kinh tế ở Myanmar từ năm 2011 đến nay: Bối cảnh, nội dung và tác động*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
10. Zawn Linn (2021), "Week in Review: Tourist arrivals fall 75% in 2020", *Myanmar Time*. <https://tourism.gov.mm/wp-content/uploads/2019/03/myanmar-tourism-statistics-2013.pdf>