

BÁO CÁO CỦA NHÓM CÔNG TÁC DU LỊCH

Chuẩn bị bởi
Nhóm công tác Du lịch

1. TỔNG QUAN

Tình hình

Việt Nam tiếp tục nắm giữ xu thế tăng trưởng mạnh trong ngành du lịch, nhờ tận dụng thiên nhiên tươi đẹp và phong phú, bề dày di tích lịch sử - văn hóa cùng con người năng động, thân thiện và hiếu khách. Ngành công nghiệp du lịch và nhà hàng - khách sạn đã và đang là thành phần đóng góp chính vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam và đây được xác định là ngành giữ vai trò ngày càng quan trọng.

Liên quan đến tăng trưởng của ngành du lịch và nhà hàng - khách sạn, đến tháng 10/2018, Việt Nam đã đón 12,82 triệu lượt khách quốc tế, tăng 22,4% so với cùng kỳ năm trước¹. Dự kiến ngành công nghiệp này đóng góp gần 10% vào GDP của Việt Nam khi xét đến tất cả các yếu tố đóng góp trực tiếp, đóng góp gián tiếp và đóng góp phát sinh². Việc Việt Nam chú trọng không ngừng vào phát triển và cải thiện ngành du lịch và nhà hàng - khách sạn (bao gồm quyết định của Bộ Chính trị xếp du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn) đã đưa đến thành công với không chỉ ở xu thế tăng trưởng liên tục mà còn ở sự công nhận của quốc tế đối với Việt Nam nói chung, cũng như nhiều điểm đến nổi bật, bao gồm việc công nhận Việt Nam là Điểm đến Hàng đầu Châu Á³ và Hội An là một trong 15 thành phố hàng đầu trên thế giới đáng đến thăm⁴.

Phát triển ngành Du lịch và Nhà hàng - Khách sạn trong nền Kinh tế đang Tăng trưởng

Việt Nam đã đặt ra các mục tiêu đầy tham vọng cho ngành du lịch. Đất nước này có rất nhiều lợi thế về tự nhiên, nhưng cũng gặp phải nhiều đối thủ cạnh tranh mạnh về cả du lịch quốc tế lẫn trong nước, bao gồm một số quốc gia thành viên ASEAN. Bản chất của ngành cũng tiếp tục thay đổi, với các xu hướng tiếp tục tạo điều kiện cho khách du lịch cá nhân thông qua việc tận dụng các giải pháp di động và internet, mở rộng các hãng hàng không giá rẻ, phá vỡ hình thức thuê chỗ ở truyền thống bằng các sản phẩm của nền kinh tế chia sẻ và tác động ngày một lớn từ xu thế thích du lịch quốc tế đang tăng lên của tầng lớp trung lưu khổng lồ của Trung Quốc. Để tiếp tục phát triển và ở vào vị thế nhằm đạt được các mục tiêu đã định, cần chú trọng vào ba mặt chính: Đi lại, Tiếp thị, Sản phẩm (ĐL.TT.SP). Khi xem xét từng mặt này một cách độc lập hoặc khi nhìn nhận tổng thể, điều quan trọng là phải đặt chúng trong bối cảnh cạnh tranh, đặc biệt là so với các nước láng giềng của Việt Nam thuộc khối ASEAN.

2. ĐI LẠI

Việc tiếp tục phát triển ngành du lịch Việt Nam phụ thuộc phần lớn vào việc tăng lượng khách quốc tế. Điều này tùy thuộc vào việc làm sao để du khách có thể đến Việt Nam một cách dễ dàng nhất có thể (chính sách thị thực) và phải đảm bảo cung cấp đủ dịch vụ vận chuyển một cách dễ dàng, thuận tiện và giá cả phải chăng đến các điểm đến du lịch của Việt Nam (chính sách hàng không).

¹ Tổng cục Du lịch Việt Nam (“Tổng cục Du lịch VN”)

² “Tác động kinh tế của Du lịch và Lữ hành ở Việt Nam – năm 2018”, Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (“Hội đồng Du lịch Thế giới”)

³ Giải thưởng Du lịch Thế giới

⁴ Du lịch + Nghỉ ngơi

2.1 Chính sách Thị thực

Đối với du khách muốn đi du lịch nước ngoài, một vấn đề lớn cần cân nhắc đến chính là việc phải xin thị thực. Điều này đặc biệt đúng đối với khách đi du lịch với mục đích du lịch và kinh doanh kết hợp du lịch (Hội họp, Khen thưởng, Hội nghị và Sự kiện – “MICE”), và Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) đã khẳng định đây là yếu tố chính xác định dòng chảy du lịch toàn cầu cũng như trong phạm vi các khu vực. Du khách thường đánh giá chi phí xin thị thực trên các phương diện về tiền bạc, thời gian và công sức. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh thị trường du lịch trong khu vực ngày càng cạnh tranh khốc liệt hơn.

Việt Nam đã liên tục có những bước đi đúng đắn bằng việc tăng số lượng quốc gia được miễn thị thực lên thành 24 nước (tăng 2) và áp dụng hình thức thị thực điện tử. Tuy nhiên, điều quan trọng là phải luôn xem xét bước tiến tích cực đó trong bối cảnh so với các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam. Dưới đây là bảng thể hiện số nước được miễn thị thực của các quốc gia ASEAN khác:

Quốc gia	Số nước được miễn thị thực (không bao gồm miễn thị thực hộ chiếu ngoại giao)
Brunei ⁵	54
Campuchia ⁶	9
Indonesia ⁷	169
Lào ⁸	8
Malaysia ⁹	161 (thêm Hồng Kông & Ma Cao)
Myanmar ¹⁰	10 (thêm Hồng Kông & Ma Cao)
Philippines ¹¹	157
Singapore ¹²	158
Thái Lan ¹³	55
Việt Nam ¹⁴	24

Hơn nữa, dù Việt Nam đã đưa ra một sự lựa chọn được mong đợi, chính là hình thức thị thực điện tử, nhưng trang web chính thức để xin thị thực điện tử (<https://evisa.xuatnhapcanh.gov.vn/trang-chu-ttdt>) rất khó tìm thấy nếu tiến hành các bước tìm kiếm trực tuyến đơn giản và trang web này có tên miền có thể gây nhầm lẫn cho người tìm kiếm trực tuyến do không biết đây có phải là cổng thông tin “thực” hay không trong khi có nhiều cổng thương mại có tính thêm phí ngoài mức phí chính thức. Cổng thông tin chính thức của Việt Nam cũng có thể bị chậm, không tải được và khó sử dụng.

2.2 Chính sách Hàng không

Nghị quyết 08/NQ/TW ngày 16 tháng 01 năm 2017 của Bộ Chính trị đặt ra các mục tiêu rõ ràng cho ngành du lịch Việt Nam trong ngắn hạn, trong đó bao gồm đạt được 20 triệu lượt khách quốc tế, 82 triệu lượt khách trong nước, 35 tỷ USD từ các khoản thu du lịch và 20 tỷ USD là giá trị xuất khẩu mỗi năm. Nếu không chủ động quan tâm đến chính sách của ngành hàng không và đầu

⁵ Bộ Ngoại giao và Thương mại Brunei

⁶ Bộ Ngoại giao và Hợp tác Quốc tế Campuchia

⁷ Bộ Tư pháp Indonesia

⁸ Cục Du lịch Lào

⁹ Cục Xuất nhập cảnh Malaysia

¹⁰ Bộ Ngoại giao Myanmar

¹¹ Bộ Ngoại giao Philippines

¹² Bộ Ngoại giao Singapore

¹³ Bộ Ngoại giao Thái Lan

¹⁴ Tổng cục Du lịch VN

tur mở rộng công suất và cơ sở hạ tầng sân bay thì đây sẽ là một nút thắt cổ chai lớn, gây trở ngại trong việc đưa du khách đến Việt Nam và đến các trọng điểm đã được phát triển là các điểm du lịch chủ chốt.

Một lần nữa, chúng ta nên xem xét Việt Nam trong bối cảnh so với các quốc gia cạnh tranh trong khu vực. Trong khu vực ASEAN, số hãng hàng không được phê duyệt như sau:

STT	Quốc gia	Số lượng giấy phép hoạt động hàng không thương mại đã được cấp
1	Việt Nam	4
2	Thái Lan	13
3	Singapore	4
4	Malaysia	6
5	Indonesia	15
6	Philippines	5

Việt Nam có số hãng hàng không ít nhất, cùng với Singapore (không có hàng không nội địa), và trong số bốn hãng hàng không, Vietnam Airlines có số cổ phần đáng kể trong Jetstar Pacific và Bamboo Airways chỉ vừa mới được phê duyệt gần đây. So với Thái Lan, một quốc gia có dân số khoảng 70% dân số Việt Nam mà đã có hơn gấp ba lần số lượng hãng hàng không được phê duyệt. Sự thiếu cạnh tranh tương đối này có thể khiến cho chi phí đi lại cao hơn, với nhiều sự cạnh tranh hơn, và có nhiều trường hợp các gói tour du lịch nội địa lại đắt hơn các gói tour du lịch quốc tế khi so sánh cùng một khoảng cách di chuyển và cùng thời gian lưu trú.

Ngoài sự thiếu cạnh tranh tương đối trong vận tải hàng không, vấn đề cơ sở hạ tầng của sân bay cũng là một vấn đề then chốt có thể là yếu tố quyết định chính đến khả năng tiếp tục phát triển ngành du lịch của Việt Nam. Hiện tại, Việt Nam có 21 sân bay với tổng công suất phục vụ 75 triệu hành khách/năm, thấp hơn công suất của Sân bay Changi ở Singapore, Sân bay Quốc tế Kuala Lumpur ở Malaysia lẫn Sân bay Suvarnabumhi ở Thái Lan. Sân bay Tân Sơn Nhất là sân bay quốc tế và nội địa nhộn nhịp nhất nhưng vẫn bị quá tải liên tục, và Sân bay Quốc tế Long Thành đã được Quốc hội thông qua vào đầu năm 2015 nhưng các Báo cáo Đầu tư vẫn chưa được hoàn thành. Đây là một ví dụ điển hình về nguy cơ tắc nghẽn nghiêm trọng mà hoạt động phát triển và đầu tư sân bay gây ra trong quá trình tiếp tục phát triển ngành du lịch Việt Nam.

KHUYẾN NGHỊ

- Kéo dài thời hạn được phép lưu trú thành 30 ngày đối với tất cả các nước được miễn thị thực. Du khách đến từ các nước xa xôi, đặc biệt là từ châu Âu, có xu hướng ở lâu hơn khi họ đi du lịch. Việc giới hạn thời hạn được miễn thị thực là 15 ngày đối với các quốc gia ở xa có thể làm du khách bỏ đi.
- Mở rộng số lượng các nước có đủ điều kiện được miễn thị thực. Do Việt Nam đang tiếp tục mở rộng hạ tầng sân bay quốc tế của mình và cụ thể là phát triển Sân bay Quốc tế Long Thành nên cần thực hiện các kế hoạch giới thiệu chính sách miễn thị thực cho các thị trường đường bay dài – có thể dễ dàng bắt đầu với Úc, New Zealand và Canada – và cân nhắc thời điểm cho các thị trường lớn như Hoa Kỳ.
- Đối với các quyết định làm thay đổi chính sách về thị thực, quyết định phải được đưa ra trước ngày hết hạn quyết định do thị trường du lịch quốc tế lên kế hoạch trước một năm.
- Cải thiện quy trình xin thị thực điện tử bằng cách đảm bảo cổng thông tin chính thức được nhận diện dễ dàng và được hiển thị nổi bật trên các chức năng tìm kiếm trên internet và được hỗ trợ kỹ thuật đầy đủ để đảm bảo hoạt động trơn tru.
- Mở ra năng lực cạnh tranh và phục vụ nhiều hơn trong ngành hàng không bằng cách đơn giản hóa quy trình phê duyệt cấp phép hoạt động hàng không, tăng mức sở hữu nước ngoài

trong các hãng hàng không và thúc đẩy mạnh chương trình “các bầu trời mở” toàn bộ ở ASEAN.

- Đẩy mạnh phát triển Sân bay Quốc tế Long Thành. Do thấy rằng nguồn kinh phí có thể là vấn đề khi phát triển sân bay nên cần tạo điều kiện thu hút tài trợ từ tư nhân và nước ngoài để phát triển sân bay và cơ sở hạ tầng liên quan, bao gồm các sân bay triển khai hoạt động khai thác tàu bay (FBO) để có thể giúp kết hợp các điểm du lịch với các sân bay quốc tế lớn.

3. TIẾP THỊ

Một trong những mặt quan trọng nhất cần tập trung để phát triển và cải thiện ngành du lịch Việt Nam là cần có nền tảng và các chiến dịch tiếp thị rộng lớn và mạnh mẽ hơn. Việt Nam có rất nhiều lợi thế tự nhiên có thể sử dụng để thu hút du khách, cả khách trong nước lẫn quốc tế, bao gồm đường bờ biển dài với rất nhiều bãi biển tuyệt đẹp, nền lịch sử lâu đời và các đặc trưng văn hóa đa dạng. Tuy nhiên, đây không phải là những đặc điểm riêng có của Việt Nam trong các quốc gia ASEAN và cũng chưa hẳn là rất nổi tiếng trên toàn thế giới. Chia khóa để tận dụng tối đa các lợi thế này là cần tiếp thị rộng rãi và mạnh mẽ.

3.1 Hợp tác Nhà nước – Tư nhân

Hội đồng Tư vấn Du lịch ("HĐTVDL") gồm các doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hàng đầu trong lĩnh vực du lịch, lữ hành và dịch vụ du lịch, đã làm việc sát sao về một số vấn đề, đặc biệt là trong lĩnh vực tiếp thị. Tổng cục Du lịch VN với sự tư vấn của HĐTVDL đã chỉ định OlgivlyOne Worldwide và thiết lập trang web toàn cầu mới là www.vietnamtourism.vn, và đây là nền tảng chính để tiến hành tiếp thị điện tử đến du khách quốc tế. Hãng hàng không Quốc gia Việt Nam (Vietnam Airlines), thành viên của HĐTVDL, đã tạo ra các ấn phẩm hấp dẫn và tiếp thị có hiệu quả trên tất cả các màn hình trên chuyến bay, cùng với các thành viên chính của ngành Du lịch cũng đã đóng góp vào quảng bá cho Việt Nam.

3.2 Quỹ Phát triển Du lịch

Vấn đề chủ chốt trong việc tiếp thị Việt Nam như một điểm đến du lịch chính là các nguồn lực được cung cấp cho các cơ quan phụ trách du lịch để quảng bá đất nước. Việt Nam đã xác định đây là ưu tiên hàng đầu thông qua việc cam kết thành lập Quỹ Phát triển Du lịch. Cam kết này là một tín hiệu tích cực, nhưng những quyết định chi tiết về các nguồn kinh phí và quy trình thủ tục sử dụng và quản lý quỹ thì vẫn trong giai đoạn chờ được hoàn thiện chính thức.

KHUYẾN NGHỊ

- Mời HĐTVDL và các hiệp hội khác của ngành làm cố vấn và phối hợp với các Bộ ngành và các cơ quan Nhà nước cấp tỉnh thành có liên quan để chuẩn bị các chiến lược, chính sách phát triển du lịch và các kế hoạch tiếp thị
- Áp dụng các cơ cấu phối hợp toàn khu vực để tập trung và tối đa hóa các hoạt động hợp tác của các tỉnh thành và tạo điều kiện hợp tác phát triển
- Cải tiến các sản phẩm dịch vụ ở mỗi tỉnh thành để đáp ứng nhu cầu thị trường (trong tương lai) và cung cấp thêm nhiều dịch vụ cho du khách lưu trú tại cơ sở lưu trú trong khu vực
- Phát triển mạnh hơn nữa các sản phẩm đặc trưng của khu vực, phản ánh rõ nét đặc thù của các điểm đến du lịch cũng như những nét hấp dẫn của Việt Nam; Tạo mối liên kết vùng trong phát triển sản phẩm du lịch; Ví dụ là thành công trong việc phối hợp và tiếp thị các sản phẩm du lịch của các tỉnh miền Trung Việt Nam¹⁵.
- Khi Quỹ được thành lập, kinh phí nên đến từ những nguồn trung lập đối với việc thu hút du khách quốc tế. Mọi thay đổi trong chính sách thị thực liên quan đến việc gia tăng các yêu cầu phải xin thị thực sẽ có tác dụng ngược đối với sự phát triển của ngành du lịch.

¹⁵ <http://centralcoastvietnam.com/>

4. SẢN PHẨM

Một trong những phương diện chính yếu cho tương lai của ngành du lịch ở Việt Nam và trong bối cảnh Ngành công nghiệp 4.0, là cách thức để Sản phẩm du lịch được phát triển, quản lý và duy trì. Sản phẩm du lịch, bao gồm các yếu tố cứng và mềm, trong đó yếu tố cứng gồm chỗ ở và các điểm đến du lịch và giải trí, và yếu tố mềm gồm nguồn nhân lực cần thiết để cung cấp dịch vụ chất lượng cao cho cả khách du lịch trong nước lẫn quốc tế và môi trường tự nhiên quý giá của Việt Nam.

Đối với chỗ ở, có một xu hướng, đặc biệt là ở các điểm du lịch bên bờ biển, là phát triển các sản phẩm căn hộ khách sạn và biệt thự bán cho người dùng cuối rồi sau đó được đưa lại vào hệ thống để cho khách du lịch thuê. Tuy nhiên, khung pháp lý cho vấn đề này chưa rõ ràng và gần đây đã phát sinh các vấn đề liên quan đến sự chấp thuận của các chính quyền tỉnh thành. Một xu hướng khác đang dần trở nên phổ biến sau khi gặt hái thành công ở các thị trường khác chính là cung cấp cơ sở hoặc nhà riêng cho du khách thông qua các nền tảng như AirBNB. Hình thức lưu trú du lịch này có thể rất hấp dẫn đối với cả du khách lẫn tư nhân sở hữu không gian ở, nhưng điều quan trọng là có các biện pháp chế tài để bảo vệ cả hai bên.

Đối với tính bền vững dài hạn của sản phẩm ngành du lịch của Việt Nam, có hai mặt chính yếu xứng đáng nhận được sự quan tâm và hỗ trợ của các cơ quan có thẩm quyền. Các mặt này gồm đảm bảo du lịch có chất lượng đủ cao và các chuyên gia trong ngành dịch vụ du lịch hoạt động tích cực trong thị trường lao động, và môi trường tự nhiên được bảo vệ trong quá trình phát triển các sản phẩm du lịch và các địa phương mở cửa đón chào sự viếng thăm của du khách.

KHUYẾN NGHỊ

- Tạo điều kiện để việc phát triển căn hộ khách sạn và biệt thự để bán bên trong các khu nghỉ dưỡng và các công trình khách sạn là có thể thực hiện được, cũng như để chúng có thể được triển khai, tiếp thị và bán theo quy định của pháp luật có liên quan về đầu tư, bất động sản và nhà ở.
- Xây dựng các hướng dẫn trong đó khuyến khích thực hiện nền kinh tế chia sẻ không ngừng thông qua cho thuê không gian không sử dụng trong các bất động sản ở, nhưng đồng thời phải nêu rõ trách nhiệm của mỗi bên tham gia trong các giao dịch này (bao gồm nộp thuế, đăng ký khách lưu trú, v.v...) và quy định khung pháp chế nhằm đảm bảo mức an ninh và an toàn phù hợp.
- Xây dựng các tiêu chuẩn áp dụng cho các khu vực du lịch trọng điểm và các hoạt động du lịch nhằm đảm bảo môi trường tự nhiên được bảo vệ. Điều này đặc biệt quan trọng tại các di sản và các thắng cảnh thiên nhiên trọng yếu như Vịnh Hạ Long và đảo Phú Quốc. Có thể cung cấp dữ liệu xếp hạng công khai đối với các nhà phát triển và nhà điều hành du lịch liên quan đến việc họ tuân thủ các quy định thực hành về thân thiện với môi trường.