

**ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC CỦA DU LỊCH VIỆT NAM GIAI ĐOẠN
2021 - 2025 VÀ CÁC VẤN ĐỀ ĐẶT RA VỚI DU LỊCH QUẢNG TRỊ****Nguyễn Anh Tuấn****Viện trưởng****Viện Nghiên cứu phát triển Du lịch**

Năm 2020, đại dịch Covid-19 đã tác động rất lớn đối với du lịch thế giới nói chung và du lịch Việt Nam nói riêng. Ngành du lịch chịu thiệt hại nặng nề trong hơn một năm qua. Tính riêng năm 2020, ngành du lịch chỉ đón được khoảng 3,7 triệu lượt khách quốc tế, giảm 79,4% so với năm 2019; khách nội địa đạt 56 triệu lượt, giảm 34,1%; tổng thu du lịch đạt 312 nghìn tỷ đồng, giảm 58,7% - mức giảm tương đương 19 tỷ USD. Khoảng 40-60% lao động bị mất việc làm hoặc cắt giảm ngày công. Khoảng 95% doanh nghiệp lữ hành quốc tế đã ngừng hoạt động. Nhiều khách sạn phải đóng cửa, công suất sử dụng phòng có thời điểm chỉ đạt từ 10-15%.

Nếu đại dịch Covid-19 không bùng phát thì năm 2020 sẽ là năm tiếp nối chuỗi thành công của du lịch Việt Nam, kết thúc một thập niên phát triển ấn tượng của ngành du lịch và mở ra triển vọng tươi sáng cho thập niên phát triển mới. Đầu năm 2020, “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt (theo Quyết định số 147/QĐ-TTg, ngày 22/01/2020) với những quan điểm phát triển cởi mở, mục tiêu chiến lược, định hướng quan trọng, những nhiệm vụ trọng tâm và giải pháp đột phá cho phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới. “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” được kỳ vọng sẽ tạo ra làn gió mới cho phát triển du lịch Việt Nam.

Những định hướng chính của Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025

“Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” xác định mục tiêu: Đến năm 2025, Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn, phấn đấu thuộc nhóm ba quốc gia dẫn đầu về phát triển du lịch trong khu vực Đông Nam Á và 50 quốc gia có năng lực cạnh tranh du lịch hàng đầu thế giới, trong đó tất cả 14 tiêu chí năng lực cạnh tranh du lịch đều tăng, phù hợp với yêu cầu phát triển bền vững. Ngành du lịch phấn đấu đón được ít nhất 35 triệu lượt khách quốc tế và 120 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt từ 1.700 - 1.800 nghìn tỷ đồng (tương đương 77 - 80 tỷ USD); đóng góp trực tiếp vào GDP đạt 12 - 14%; tạo ra khoảng 5,5 - 6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 2 triệu việc làm trực tiếp.

Để đạt được những mục tiêu trên, Chiến lược đã xác định 9 nhóm giải pháp và 8 nhóm nhiệm vụ trọng tâm ưu tiên. Tuy nhiên, đại dịch Covid-19 đã ảnh hưởng

rất lớn đến việc triển khai thực hiện Chiến lược, đặc biệt việc hoàn thành các chỉ tiêu phát triển của ngành du lịch đến năm 2025. Trường hợp dịch bệnh Covid – 19 được kiểm soát tốt thì đến năm 2025, khách quốc tế đến Việt Nam cũng khó có thể đạt được các chỉ tiêu đã đề ra của Chiến lược. Ở chiều ngược lại, khách quốc tế đến Việt Nam không những không đạt được theo chỉ tiêu đề ra mà còn ở mức rất thấp.

Một số định hướng lớn của Chiến lược với phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới như sau:

- *Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn:* Với mục tiêu đóng góp khoảng từ 12 - 14% vào GDP mỗi năm, Chiến lược định hướng đến năm 2025 du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và đến năm 2030, du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại.

- *Đẩy mạnh ứng dụng những thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 với ngành du lịch:* Trước tác động của cách mạng công nghiệp 4.0, việc triển khai ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ hiện đại để hỗ trợ phát triển du lịch, từng bước hiện đại hoá ngành du lịch là yêu cầu cấp thiết đặt ra. Theo đó, cần đẩy nhanh việc chuyển đổi số trong ngành du lịch; phát triển du lịch thông minh; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch; hỗ trợ các hoạt động kinh doanh du lịch trên các nền tảng công nghệ số và hỗ trợ, tăng trải nghiệm cho khách du lịch.

- *Phát triển sản phẩm du lịch chất lượng, đa dạng, khác biệt, có thương hiệu mạnh và sức cạnh tranh cao:* Phát huy lợi thế tài nguyên du lịch đặc trưng, nổi trội của mỗi địa phương, vùng, miền để phát triển đa dạng sản phẩm du lịch, đáp ứng yêu cầu thị trường. Trong đó, ưu tiên phát triển mạnh các sản phẩm du lịch chủ đạo như du lịch biển, đảo; du lịch văn hoá; du lịch sinh thái; du lịch đô thị. Đồng thời, nghiên cứu, đầu tư phát triển các sản phẩm du lịch mới, có tiềm năng như du lịch chữa bệnh - chăm sóc sức khoẻ, du lịch thể thao mạo hiểm, du lịch mua sắm, du lịch về đêm,...

- *Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao:* Phát triển nguồn nhân lực du lịch theo cơ cấu hợp lý, bảo đảm số lượng, chất lượng; nâng cao chất lượng nhân lực du lịch cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và kỹ năng nghề du lịch; chú trọng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực chuyên nghiệp, chất lượng cao, coi đây là khâu đột phá để phát triển du lịch đáp ứng yêu cầu hội nhập và cạnh tranh quốc tế.

Một số vấn đề đặt ra với du lịch Quảng Trị

Quảng Trị có nhiều tiềm năng phát triển du lịch với hệ thống di tích lịch sử - cách mạng gắn liền với cuộc kháng chiến cứu nước vĩ đại của dân tộc, trong đó nhiều địa danh nổi tiếng như Thành cổ Quảng Trị, địa đạo Vịnh Mốc, di tích Hiền Lương, đường mòn Hồ Chí Minh, Khe Sanh, nghĩa trang liệt sỹ Trường Sơn. Quảng Trị có bờ biển dài với những cảnh quan đẹp, còn nguyên sơ với những bãi tắm nổi tiếng như Cửa Tùng, Cửa Việt, Mỹ Thủy, Triệu Lăng, Cồn Cỏ. Quảng Trị có vị trí quan trọng, kết nối phát triển kinh tế và du lịch trong Hành lang kinh tế Đông - Tây, Con đường di sản miền Trung. Ngoài ra, Quảng Trị còn có những cánh rừng nguyên sinh, suối nước nóng ở Đăkrông, khu vực hồ Rào Quán - Khe Sanh;... Với vị trí địa lý thuận lợi, tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa đa dạng, đặc sắc, Quảng Trị có lợi thế rất lớn để phát triển du lịch.

Thực tế, trong những năm qua, du lịch Quảng Trị đã có những bước phát triển đáng khích lệ. Năm 2017, lượng khách du lịch đến Quảng Trị đạt 1.649.000 (trong đó, khách quốc tế là 156.000 lượt), doanh thu từ du lịch đạt 1.520 tỷ đồng. Năm 2019, khách du lịch đến Quảng Trị đã vượt mốc hơn 2 triệu lượt khách (trong đó, khách quốc tế là 176.000 lượt), doanh thu du lịch đạt 1.782 tỷ đồng, đóng góp của du lịch vào GRDP của tỉnh đạt khoảng 5 - 6%.

Tuy nhiên, Quảng Trị chưa thực sự phát huy tối đa tiềm năng cho phát triển du lịch, chưa thu hút được nhiều khách du lịch, đặc biệt là khách quốc tế. Mặc dù các chỉ tiêu du lịch đều tăng hàng năm nhưng đóng góp của du lịch vào GRDP của tỉnh còn khá hạn chế. Để phát triển du lịch Quảng Trị trong thời gian tới, một số vấn đề đặt ra như sau:

a) Cần có sự đổi mới tư duy về phát triển du lịch

Du lịch là ngành kinh tế dịch vụ tổng hợp đa ngành, đa lĩnh vực..., cần có sự tham gia của cả hệ thống chính trị và xã hội. Do vậy, để ngành du lịch tỉnh Quảng Trị phát triển đúng tầm, xứng đáng với tiềm năng và trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh..., cần có sự đổi mới về tư duy và quyết tâm của cả hệ thống chính trị để đưa ra những quyết sách quan trọng, tạo điều kiện cho du lịch phát triển để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

- Tập trung mọi nguồn lực đầu tư, trong đó ưu tiên ngân sách nhà nước để đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch; cho xúc tiến quảng bá; cho bảo tồn tài nguyên và môi trường du lịch.

- Có cơ chế phù hợp với điều kiện cụ thể của Quảng Trị, phù hợp với luật pháp Nhà nước để thu hút các nguồn lực đầu tư phát triển du lịch, đặc biệt thu hút đầu tư cho các dự án du lịch có quy mô lớn, đồng bộ dịch vụ, cần nhiều vốn, tạo nên thương hiệu cho du lịch Quảng Trị.

b) Phát triển thị trường du lịch phù hợp

Việc định hướng phát triển các thị trường du lịch trọng điểm của Quảng Trị cần theo các quan điểm sau:

+ *Tập trung ưu tiên phát triển và thu hút các nhóm thị trường có khả năng chi trả cao cho các sản phẩm và dịch vụ du lịch, trong đó đặc biệt chú trọng đến các đối tượng khách du lịch đến từ các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Pháp, Mỹ, các nước ASEAN...* Đây là nhóm thị trường quan trọng của du lịch Việt Nam và đang có xu hướng chuyển dịch từ các đô thị lớn đến các điểm du lịch mới, tài nguyên môi trường còn nguyên sơ, hấp dẫn. Quảng Trị là một trong những điểm đến du lịch đang được nhóm thị trường này quan tâm.

+ *Tập trung khai thác các nhóm thị trường với mục đích tham quan, nghiên cứu các di tích lịch sử cách mạng (chiến trường xưa), văn hóa bản địa tây Quảng Trị, du lịch sinh thái kết hợp nghỉ dưỡng, tham quan du lịch thuần túy, có thời gian lưu trú dài ngày, có khả năng đi theo tour trọn gói.* Đây là nhóm thị trường chiếm ưu thế hiện nay ở Bắc Trung Bộ và Quảng Trị hiện tại và trong tương lai, chiếm tỷ trọng lớn, khả năng chi trả tương đối cao. Mặt khác, nhóm thị trường này thường đi theo tour trọn gói nên dễ kiểm soát, không bị chi phối nhiều bởi yếu tố mùa vụ trong du lịch.

+ *Chú trọng khai thác các thị trường du lịch theo các chuyên đề đặc biệt.* Đây là nhóm đối tượng thị trường có khả năng tài chính cao, có trình độ học thức và dân trí cao..., họ sẵn sàng tham gia các chương trình du lịch theo chuyên đề đặc biệt mà Quảng Trị có đủ điều kiện để tổ chức như *du lịch thăm lại chiến trường xưa, du lịch lặn biển ngắm san hô (Cồn Cỏ), du lịch trải nghiệm cuộc sống đồng bào dân tộc bản địa...*

c) Xây dựng đồng bộ (1 hoặc 2) khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh, tạo điểm nhấn cho du lịch Quảng Trị

Quảng Trị có nhiều khu, điểm du lịch cần được đầu tư phát triển. Tuy nhiên, trong thời gian trước mắt từ nay đến năm 2025 cần tập trung đầu tư có trọng điểm vào 1 - 2 khu du lịch quan trọng, có khả năng tạo ra các sản phẩm du lịch đặc thù, chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh và hấp dẫn khách du lịch trong và ngoài nước. Theo đó, trước hết cần tập trung nguồn lực để đầu tư xây dựng hoàn chỉnh Khu du lịch nghỉ dưỡng biển Cửa Việt, Cửa Tùng, Cồn Cỏ. Đây là những khu du lịch biển mang tầm cỡ ở khu vực Bắc Trung Bộ, có thể tạo ra các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo; du lịch thể thao nước... Các khu du lịch này cần được quy hoạch, đầu tư xây dựng đồng bộ sẽ tạo hình ảnh du lịch Quảng Trị, là bàn đạp để tiếp tục đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch khác.

d) Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch và xây dựng chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch phù hợp

Về nguồn nhân lực: Nhân lực là yếu tố đặc biệt quan trọng trong phát triển du lịch và việc phát triển nhân lực chất lượng cao là một trong những định hướng lớn của ngành du lịch. Trước mắt, ngành du lịch Quảng Trị cần thống kê, đánh giá, phân loại chất lượng nguồn nhân lực du lịch toàn tỉnh. Trên cơ sở đó xác định những hạn chế, yếu kém (về nghiệp vụ, về ngoại ngữ, về trình độ quản lý...) và xây dựng một chương trình, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cụ thể. Có như vậy, ngành du lịch Quảng Trị mới có được một nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, đáp ứng được xu thế hội nhập hiện nay.

Về xúc tiến quảng bá: Quảng trị cần xây dựng một chiến lược xúc tiến, quảng bá du lịch tổng thể và kế hoạch cụ thể hàng năm với việc đẩy mạnh giới thiệu các cơ hội, các chương trình xúc tiến đầu tư du lịch; giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ du lịch, các điểm đến du lịch ở địa phương; tổ chức các đoàn famtrips cho các doanh nghiệp du lịch khám phá các giá trị văn hóa ở địa phương để xây dựng các chương trình, tour du lịch... Bên cạnh đó, tăng cường ứng dụng công nghệ cho công tác xúc tiến, đẩy mạnh quảng bá trên các hệ thống mạng xã hội; quảng bá trên các website, trang thông tin, cổng thông tin điện tử, báo điện tử của tỉnh và liên kết với website, cổng thông tin của Bộ VHTT&DL, Tổng cục Du lịch, các địa phương trong vùng duyên hải Bắc Trung Bộ; xây dựng các kênh YouTube và clip quảng bá du lịch Quảng Trị đăng tải trên YouTube./.