

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

---

- 1. Nguyễn Hoàng** - Tác động của chuyển đổi số đến kết quả xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. *Mã số: 169.1SMET.11* 3  
*Impacts of Digital Transformation on the Export of Vietnamese Enterprises*
- 2. Nguyễn Anh Tú** - Thực trạng và một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của tỉnh Quảng Ninh. *Mã số: 169.1Deco.11* 13  
*The Situation and Some Recommendations to Promote Economic Growth of Quang Ninh Province*
- 3. Nguyễn Thị Diệu Hiền, Nguyễn Hồng Nga, Trần Quốc Phương Duy và Trịnh Minh Quý** - Nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong thu hút khách du lịch quốc tế. *Mã số: 169.1TRMg.11* 28  
*Enhancing the competitiveness of Vietnam in attracting international tourists*
- 4. Hồ Thị Thủy Tiên và Trần Xuân Hằng** - Ảnh hưởng tương tác của thuế và độ mở thương mại tới tăng trưởng kinh tế - nghiên cứu trường hợp các quốc gia có thu nhập thấp và trung bình thấp. *Mã số: 169.1Meco.11* 39  
*Effects of Tax Interaction and Trade Openness on Economic Growth - A Study on Low- and Middle-Income Countries*

### QUẢN TRỊ KINH DOANH

---

- 5. Nguyễn Hoàng Việt** - Nghiên cứu năng lực cạnh tranh marketing động của các chuỗi siêu thị bán lẻ trên địa bàn Hà Nội. *Mã số: 169.2BMkt.21* 49  
*Study on Dynamic Marketing Competitive Capabilities of Retailing Supermarkets in Hanoi City*

- 6. Trần Thị Kim Phương, Lê Nhật Hạnh, Trần Trung Vinh và Trương Bá Thanh** - Tiền đề và kết quả của hành vi gắn kết thương hiệu trên truyền thông mạng xã hội: trường hợp ngành lưu trú tại Việt Nam. *Mã số: 169.2BMkt.21* 60
- Antecedents and Outcome of Customer Engagement in Social Media: A Case Study of Hospitality Industry, Vietnam*
- 7. Lê Thị Nhung** - Tác động của công bố thông tin trách nhiệm xã hội đến kết quả tài chính của doanh nghiệp ngành vật liệu xây dựng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Mã số: 169.2FiBa.21* 71
- Impact of social responsibility disclosure on corporate financial performance of construction materials listed firms in Vietnam*
- 8. Ngô Thị Ngọc Huyền, Nguyễn Việt Bằng và Hồng Thanh Hào** - Ý định mua sắm mỹ phẩm thuần chay: vận dụng mô hình của thuyết hành vi có kế hoạch mở rộng. *Mã số: 169.2BMkt.21* 83
- Purchase Intention for Vegan Cosmetics: Applying an Extended Theory of Planned Behavior Mode*

## Ý KIẾN TRAO ĐỔI

---

- 9. Phạm Thị Bích Ngọc và Lý Thu Hằng** - Sắp xếp công việc linh hoạt và hạnh phúc của nhân viên trong các doanh nghiệp tại Hà Nội: Vai trò trung gian của cân bằng cuộc sống, công việc. *Mã số: 169.3BAdm.31* 95
- Flexible Work Arrangement and Well-being of Employees in Companies at Hanoi: A Mediating role of Work-life Balance*
- 10. Nguyễn Văn Chương, Trần Thị Kim Dung và Cao Quốc Việt** - Mối quan hệ giữa cởi mở với trải nghiệm, tinh thần lãnh đạo đổi mới, cảm nhận công việc có tác động xã hội và hành vi đổi mới sáng tạo của giảng viên đại học tại TpHCM. *Mã số: 169.3BAdm.31* 105
- The relationship between openness to experience, opinion leadership, perceived social impact, and lecturers' innovative work behavior: Case of universities in Ho Chi Minh City*

# NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA VIỆT NAM TRONG THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ

**Nguyễn Thị Diệu Hiền \***

Email: [ntdchien@uel.edu.vn](mailto:ntdchien@uel.edu.vn)

**Nguyễn Hồng Nga \***

Email: [nganh@uel.edu.vn](mailto:nganh@uel.edu.vn)

**Trần Quốc Phương Duy**

Ban Tuyên giáo Trung ương - Cơ quan đại diện phía Nam

Email: [duyphuong2506@gmail.com](mailto:duyphuong2506@gmail.com)

**Trịnh Minh Quý \***

Email: [quytm@uel.edu.vn](mailto:quytm@uel.edu.vn)

\* Trường Đại học Kinh tế - Luật

Ngày nhận: 11/6/2022

Ngày nhận lại: 22/08/2022

Ngày duyệt đăng: 25/08/2022

Lĩnh vực du lịch và lữ hành (Travel and Tourism - T&T) có đóng góp ngày càng quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Chỉ số Cạnh tranh du lịch và lữ hành (Travel and Tourism Competitiveness Index - TTCI) của Việt Nam liên tục được cải thiện kể từ khi chỉ số này được công bố lần đầu tiên năm 2007 bởi Diễn đàn Kinh tế thế giới (World Economic Forum - WEF). Tuy nhiên, khi so sánh các chỉ tiêu được đo lường trong TTCI cũng như lượng khách du lịch quốc tế đến cho thấy Việt Nam vẫn còn bị hạn chế ở nhiều chỉ tiêu so với một số quốc gia có điều kiện tương đồng trong khu vực. Nghiên cứu chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xem xét, đánh giá các chỉ tiêu được đo lường chỉ số TTCI của Việt Nam và một số quốc gia có lĩnh vực T&T phát triển trong khu vực Đông Nam Á (Indonesia, Malaysia, Singapore và Thái Lan - IMST) để có cái nhìn tổng quát về thực trạng lĩnh vực T&T của Việt Nam trong tương quan so sánh với các quốc gia này. Kết quả nghiên cứu cho thấy Việt Nam có lợi thế ở các chỉ tiêu liên quan đến giá cả cạnh tranh, tài nguyên tự nhiên và văn hóa nhưng còn khá hạn chế ở các chỉ số liên quan đến phát triển du lịch bền vững, mức độ ưu tiên dành cho du lịch, cơ sở hạ tầng nói chung và cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch nói riêng khi so sánh với IMST. Trên cơ sở đó, một số khuyến nghị được đề xuất trên cơ sở các ưu điểm và hạn chế trong lĩnh vực T&T của Việt Nam dựa trên bốn trụ cột của chỉ số TTCI cũng như phù hợp với trạng thái bình thường mới nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của lĩnh vực này cũng như đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong thời gian tới.

**Từ khóa:** Năng lực cạnh tranh, Khách du lịch quốc tế, Việt Nam, TTCI.

**JEL Classifications:** L83, Z32.

## 1. Giới thiệu

Lĩnh vực du lịch và lữ hành (T&T) ngày càng phát triển, đóng góp quan trọng vào quá trình tăng trưởng và chuyển đổi cơ cấu kinh tế ở Việt Nam. Năng lực cạnh tranh lĩnh vực T&T của Việt Nam ngày càng được nâng cao thông qua việc Chỉ số Cạnh tranh du lịch và lữ hành (Travel and Tourism Competitiveness Index - TTCI) liên tục được cải thiện kể từ khi chỉ số này được công bố lần đầu tiên

năm 2007 bởi Diễn đàn Kinh tế thế giới (World of Economic Forum - WEF) trong Báo cáo Cạnh tranh du lịch và lữ hành toàn cầu (Travel and Tourism Competitiveness Report - TTCR). TTCI đo lường 4 trụ cột quan trọng của một quốc gia bằng 14 chỉ số phụ với 90 chỉ tiêu. Kể từ khi được công bố, TTCI là chỉ số được nhiều quốc gia quan tâm bởi nó nhận diện một cách tổng thể về thực trạng của các vấn đề liên quan trực tiếp và gián tiếp đến lĩnh vực T&T. Số

liệu thống kê từ các báo cáo cho thấy Việt Nam có lợi thế ở các chỉ tiêu liên quan đến giá cả cạnh tranh, tài nguyên thiên nhiên và văn hóa nhưng còn khá hạn chế ở các chỉ số liên quan đến phát triển du lịch bền vững, mức độ ưu tiên dành cho du lịch, cơ sở hạ tầng nói chung và cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch nói riêng (WEF 2007 - 2019). Mặc dù các chỉ tiêu được đo lường trong TPCI và lượng khách du lịch quốc tế đến của Việt Nam đã dần được cải thiện trong thời gian qua nhưng vẫn còn khá hạn chế so với một số quốc gia có điều kiện tương đồng trong khu vực.

Nhiều tác giả cũng đã tiến hành xem xét lĩnh vực T&T của Việt Nam trong tương quan so sánh với một số quốc gia khác, chủ yếu ở khu vực Đông Nam Á. (Bùi Việt Thành 2015) nhận thấy rằng các nước ASEAN đang trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn nhờ vào sự đa dạng văn hóa và sự thích ứng phù hợp với các xu hướng du lịch mới. Từ bài học kinh nghiệm áp dụng tại Thái Lan, Malaysia, Indonesia mang lại cho Việt Nam những sự lựa chọn phù hợp trong việc thay đổi hay áp dụng du lịch cộng đồng vào thực tế một cách thành công và bền vững. (Hà Văn Hội 2011) cho thấy Thái Lan là quốc gia có tầm nhìn chiến lược khi chú trọng đầu tư và phát triển du lịch. Chính sách phát triển du lịch quốc tế của Thái Lan là bài học kinh nghiệm hữu ích đối với Việt Nam. (Lin and Huang 2012) sử dụng mô hình phân tích mối quan hệ xám (GRA) và phân tích độ nhạy (SA) vào đánh giá tiềm năng nhằm nhận biết và phân tích các điều kiện cần thiết cho việc tăng cường năng lực cạnh tranh du lịch của các nước ASEAN. Trong khi đó, (Karimi and cộng sự 2015) đã khám phá ra mô hình tốt nhất để dự báo nhu cầu du lịch quốc tế đến ASEAN thông qua việc sử dụng các chỉ số kinh tế vĩ mô. Phương pháp số liệu - biểu đồ hóa và phương pháp diễn dịch nguyên nhân - kết quả cũng như bộ chỉ số TPCI được (Cuong 2015) sử dụng để xác định vị thế ngành công nghiệp du lịch các quốc gia Đông Nam Á. Bài viết cũng trả lời được câu hỏi đầu là định hướng chiến lược và hàm ý chính sách để Việt Nam trở thành điểm đến du lịch hàng đầu trong khu vực. Các phương pháp này cũng được (Tùng and Anh 2016) sử dụng để phân tích tổng quan về thực trạng ngành du lịch khi Việt Nam gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC). Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB 2017) đã phân tích một cách tổng quát và chi tiết về lĩnh vực du lịch ở 4 quốc gia ASEAN (Việt Nam, Campuchia, Lào và

Myanmar). Nghiên cứu chỉ ra năng lực cạnh tranh cốt lõi của từng quốc gia, từ đó đề ra chiến lược phát triển phù hợp. (Thang 2019) phân tích những khía cạnh đang ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam trong mối quan hệ với các nước khác ở khu vực Đông Nam Á. Kết quả chung của các nghiên cứu đều cho thấy rằng Việt Nam vẫn còn khá hạn chế trong khả năng cạnh tranh của lĩnh vực du lịch nói chung và thu hút khách du lịch quốc tế nói riêng trong tương quan so sánh với IMST.

Như vậy, lĩnh vực T&T ngày càng khẳng định được vai trò là ngành kinh tế tổng hợp, đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế, xã hội của Việt Nam. Có thể nhận thấy rằng đã có một số nghiên cứu sử dụng bộ chỉ số TPCI do WEF công bố để đánh giá lĩnh vực T&T của Việt Nam và một số quốc gia khác, tuy nhiên các tác giả chưa xem xét một cách chi tiết các chỉ số phụ trong một khoảng thời gian đủ dài cũng như chưa có sự so sánh một cách hệ thống với các quốc gia có lĩnh vực T&T phát triển ở khu vực Đông Nam Á. Trên các cơ sở đó, nghiên cứu tiến hành xem xét một cách chi tiết các chỉ tiêu được đo lường trong TPCI của Việt Nam và 4 quốc gia ở khu vực Đông Nam Á bao gồm Indonesia, Malaysia, Singapore và Thái Lan (IMST) nhằm tìm ra các ưu điểm và hạn chế trong quá trình phát triển T&T ở Việt Nam cũng như kinh nghiệm phát triển du lịch từ các quốc gia được xem xét, làm cơ sở cho việc đề xuất các khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong lĩnh vực này.

## 2. Một số khái niệm cơ bản và phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Một số khái niệm cơ bản

#### *Du lịch và khách du lịch quốc tế*

Theo (Luật Du lịch 2017) thì du lịch được định nghĩa là “các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác”. Trong khi đó, (UNWTO 2010) cho rằng du lịch là “các hoạt động của các cá nhân đi tới một nơi ngoài môi trường sống thường xuyên (nơi sinh hoạt hàng ngày của mình) trong thời gian không quá 1 năm liên tục với mục đích chính của chuyến đi không liên quan tới hoạt động kiếm tiền nơi họ đến”. Về khách du lịch, (Luật Du lịch 2017) giải thích “Khách du lịch là người đi du lịch hoặc

kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến”. Theo đó, văn bản này phân loại khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch. (UNWTO 2010) thì cho rằng khách du lịch là “những du khách tạm thời ở lại nơi đến trong khoảng thời gian ít nhất là 24 giờ nhưng dưới một năm để giải trí, kinh doanh hoặc các mục đích khác”. UNWTO phân loại khách du lịch quốc tế (international tourist) là những du khách ở lại nhiều hơn một đêm nhưng không quá một năm ở nước ngoài. Điểm cần lưu ý trong định nghĩa của UNWTO là khách du lịch quốc tế không tham gia vào các hoạt động được trả lương tại quốc gia mà họ đang thăm viếng. Trong nghiên cứu này, khái niệm du lịch và khách du lịch quốc tế được công bố năm 2010 bởi UNWTO trong Khuyến nghị quốc tế về thống kê du lịch (IRTS 2008) được ưu tiên sử dụng.

#### *Năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch*

Ở cấp độ quốc gia, khái niệm năng lực cạnh tranh được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. (Scott and George 1985) định nghĩa năng lực cạnh tranh quốc gia là khả năng của một quốc gia trong việc tạo ra, sản xuất, phân phối các sản phẩm, dịch vụ trên thị trường quốc tế và thu được nguồn lợi tăng lên từ các nguồn lực của nó. (Porter 1990) cho rằng “năng lực cạnh tranh của một quốc gia phụ thuộc vào năng lực đổi mới và nâng cấp của các ngành trong nền kinh tế”. Theo đó, Porter chia năng lực cạnh tranh thành 3 cấp độ bao gồm cấp độ quốc gia, cấp độ ngành và cấp độ doanh nghiệp. Trong khi đó, (WEF 2019) thì xem xét lợi thế cạnh tranh của các quốc gia dựa trên 4 trụ cột bao gồm khả năng tạo ra môi trường thuận lợi, nguồn nhân lực, thị trường và hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Cũng theo WEF thì mặc dù có nhiều định nghĩa khác nhau về thuật ngữ này nhưng điểm mấu chốt của các khái niệm chính là “năng suất”. Đây cũng là định nghĩa về năng lực cạnh tranh được WEF sử dụng chính thức.

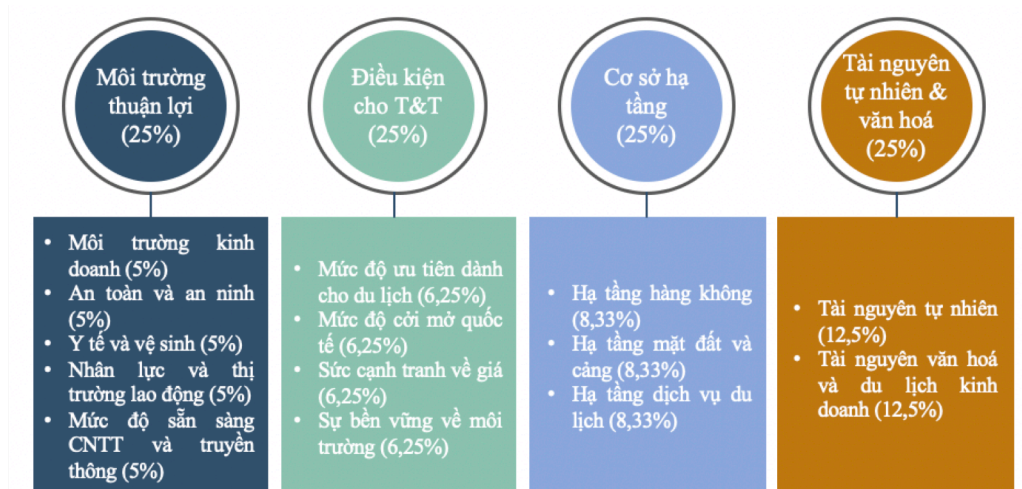
Đối với lĩnh vực du lịch, vẫn còn tồn tại rất nhiều quan điểm khác nhau khi đề cập đến năng lực cạnh tranh. Ritchie and Crouch (1993) cho rằng năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch của một quốc gia hay của một điểm đến là khả năng thu hút thêm nhiều du khách, khiến cho họ tăng mức chi tiêu trong khi cung cấp các dịch vụ trải nghiệm hài lòng và đáng nhớ. Từ đó làm gia tăng lợi nhuận từ hoạt động du lịch, cải thiện phúc lợi của người dân bản

địa và bảo tồn nguồn tài nguyên thiên nhiên cho các thế hệ tương lai. Trong khi đó, Dwyer and Kim (2003) xây dựng khung đo lường năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch dựa vào các yếu tố như nguồn lực ưu đãi, các yếu tố hỗ trợ, quản lý điểm đến, điều kiện thực tế, các chỉ số về nhu cầu và các chỉ số hoạt động thị trường. Do sự giới hạn về mặt nguồn lực cũng như khả năng tiếp cận nguồn dữ liệu đáng tin cậy nên các cách thức đo lường năng lực cạnh tranh của các tác giả chưa đáp ứng được tính bao quát của lĩnh vực rất rộng lớn này. Do đó từ năm 2007, WEF công bố Báo cáo cạnh tranh du lịch và lữ hành (Travel and Tourism Competitiveness Report - TTCR) với nội dung chủ yếu là Chỉ số cạnh tranh du lịch và lữ hành (TTCI), nhằm cung cấp một công cụ đo điểm chuẩn chiến lược cho doanh nghiệp và các chính phủ để phát triển lĩnh vực T&T, đồng thời cho phép các quốc gia so sánh sự tiến bộ về các yếu tố cạnh tranh của lĩnh vực này.

Chỉ số TTCI gồm 4 trụ cột (môi trường thuận lợi, điều kiện cho T&T, cơ sở hạ tầng, tài nguyên tự nhiên và văn hóa) với 14 chỉ số phụ và 90 chỉ tiêu (Hình 1). Hai phần ba bộ dữ liệu được đưa vào để tính toán TTCI là dữ liệu thống kê từ các tổ chức quốc tế (IATA, IUCN, ILO, UNWTO, UNESCO, WHO, WTO, WB, WTTC), phần còn lại dựa trên dữ liệu khảo sát từ cuộc khảo sát ý kiến điều hành hàng năm do WEF thực hiện (Executive Opinion Survey - EOS). Điểm số trên mỗi chỉ số đều được chuẩn hóa theo thang điểm chung từ 1 (tệ nhất) đến 7 (tốt nhất). Điểm TTCI tổng thể được tính toán thông qua các tổng hợp liên tiếp của điểm số từ cấp độ chỉ tiêu (cấp độ thấp nhất) thông qua các chỉ số phụ và các trụ cột, sử dụng phương pháp trung bình đơn giản để kết hợp các thành phần. Trong đó, trụ cột Môi trường thuận lợi bao gồm 5 chỉ số phụ với 40 chỉ tiêu được đo lường. Trụ cột Điều kiện và Chính sách thuận lợi cho T&T gồm 4 chỉ số phụ xem xét mức độ ưu tiên của ngành du lịch, mức độ cởi mở quốc tế, sự cạnh tranh về giá, tính bền vững của môi trường với 23 chỉ tiêu. Đối với trụ cột Cơ sở hạ tầng thì được đo lường bằng 3 chỉ số phụ với 17 chỉ tiêu. Ở trụ cột Tài nguyên thiên nhiên và Văn hóa thì được đo lường bằng 2 chỉ số phụ thông qua 10 chỉ tiêu (WEF 2019).

Báo cáo TTCR cung cấp cái nhìn tổng quát về các điểm mạnh và hạn chế trong phát triển T&T ở mỗi quốc gia để nâng cao khả năng cạnh tranh của





(Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới, 2019)

**Hình 1:** Chỉ số cạnh tranh du lịch và lữ hành (TTCI)

ngành và là nền tảng cho đối thoại nhiều bên ở cấp độ quốc gia và khu vực để xây dựng các chính sách và hành động phù hợp (WEF 2019). Phiên bản TTCR mới nhất được công bố năm 2019, trong đó xem xét và đánh giá năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực T&T của 140 nền kinh tế, chiếm gần 98% của GDP lĩnh vực T&T trực tiếp toàn cầu và một tỷ lệ tương tự cho khách du lịch quốc tế. Trong nghiên cứu này, khung đo lường chỉ số TTCI do Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) công bố được lựa chọn sử dụng để đánh giá năng lực cạnh tranh lĩnh vực T&T của Việt Nam và IMST.

**2.2. Phương pháp nghiên cứu**

Ở nghiên cứu này, phương pháp tổng hợp, phân tích và so sánh - đối chiếu được sử dụng chủ yếu để xem xét các khái niệm và cách thức đo lường năng lực cạnh tranh ở cấp độ quốc gia. Ngoài ra, các phương pháp này còn được sử dụng để xem xét các nghiên cứu có liên quan cũng như tiến hành so sánh các chỉ tiêu được đo lường trong TTCI giữa Việt Nam và IMST. Bên cạnh đó, phương pháp số liệu - biểu đồ hóa và phương pháp diễn dịch nguyên nhân - kết quả, phương pháp phân tích điểm mạnh, điểm yếu dựa trên bộ chỉ số TTCI cũng được tác giả sử dụng để xem xét năng lực cạnh tranh T&T của Việt Nam và IMST.

Để phục vụ cho quá trình phân tích, số liệu từ các Báo cáo cạnh tranh Du lịch và Lữ hành (TTCR) của WEF được công bố trong giai đoạn từ năm 2007 đến 2019 được ưu tiên sử dụng. Trong các báo cáo này,

số liệu về 4 trụ cột chính của TTCI (môi trường thuận lợi, điều kiện cho T&T, cơ sở hạ tầng, tài nguyên tự nhiên và văn hóa) cũng như dữ liệu về các chỉ số phụ được sử dụng một cách xuyên suốt. Bên cạnh đó, số liệu từ các nguồn khác như Tổng cục Du lịch Việt Nam, Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), Cơ quan thống kê của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEANstats), Ngân hàng Thế giới (WB), Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc (UNESCO) cũng được sử dụng nhưng với tần suất thấp hơn.

**3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

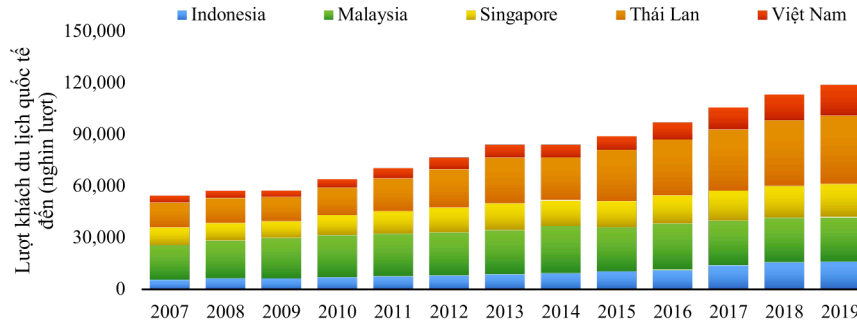
**3.1. Thực trạng thu hút khách du lịch quốc tế của Việt Nam và IMST**

*Tổng lượt khách du lịch quốc tế đến*

Giai đoạn 2007 - 2019 chứng kiến sự hoán đổi vị trí giữa Việt Nam và IMST trong việc thu hút khách du lịch quốc tế đến. Hình 2 cho thấy trong số các quốc gia được xem xét thì Việt Nam có lượng khách du lịch quốc tế đến kém hơn Malaysia, Singapore Thái Lan và xấp xỉ với Indonesia. Theo số liệu thống kê của (WEF 2019) Việt Nam đón trên 18 triệu lượt khách quốc tế, vượt qua Indonesia (khoảng 16 triệu lượt), vươn lên vị trí thứ 4 khu vực Đông Nam Á sau Thái Lan (xấp xỉ 40 triệu lượt), Malaysia (hơn 26 triệu lượt) và Singapore (trên 19 triệu lượt). Mức tăng trưởng khách quốc tế đến Việt Nam trong năm 2019 (tăng 16,2%) cao hơn đáng kể so với các nước trong khu vực như Thái Lan tăng 3,9%; Indonesia tăng 7,0%; Singapore tăng 1,9%; Malaysia tăng

3,7%. Tuy nhiên nếu so sánh con số tuyệt đối thì lượng khách DLQT đến Việt Nam trong năm 2019 bằng 94,2% của Singapore; 69% của Malaysia và chỉ bằng 45,3% của Thái Lan.

Mặc dù Singapore không thu hút nhiều khách DLQT như Indonesia hay Malaysia nhưng do mức chi tiêu trung bình của du khách ở mức tốt nên tổng thu từ du lịch của quốc gia này vẫn đạt tốc độ tăng



(Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới, 2007 - 2019)

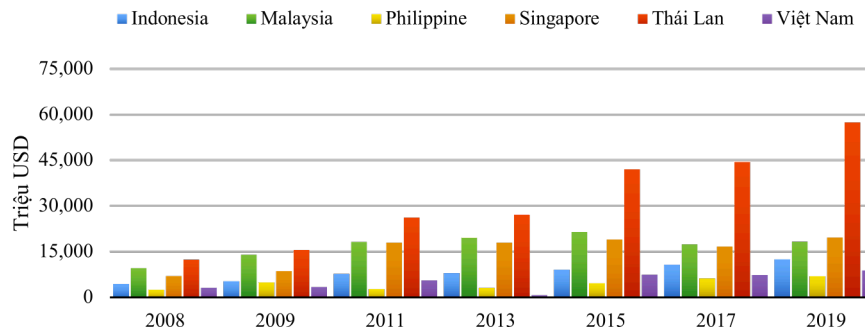
**Hình 2:** Khách du lịch quốc tế đến của Việt Nam và IMST

Kết quả trên cho thấy sự cải thiện đáng kể khi chỉ số này của Việt Nam ở thời điểm năm 2007 chỉ bằng 75% của Malaysia, 40% của Singapore, 28% của Indonesia và chỉ bằng 20% của Thái Lan. Tuy nhiên, do xuất phát điểm cũng như thời điểm phát triển du lịch của Việt Nam còn khá muộn nên nhiều chỉ tiêu du lịch của Việt Nam vẫn còn rất hạn chế so với IMST.

#### Tổng thu từ khách du lịch quốc tế

Kết quả thống kê từ các báo cáo của WEF trong giai đoạn 2007-2019 cho thấy tổng thu từ khách DLQT của một số quốc gia Đông Nam Á có thể mạnh về du lịch như IMST có xu hướng tăng qua các năm. Trong số 6 nước ở khu vực Đông Nam Á được xem xét, Thái Lan là quốc gia thu lợi nhiều nhất từ du lịch khi mà tổng thu từ lĩnh vực này tăng 362,5% trong giai đoạn 2007 - 2019 từ mức 12,4 tỷ USD năm 2007 lên 57,5 tỷ USD vào năm 2019.

trường ấn tượng 179% trong giai đoạn này (từ mức 7 tỷ USD của năm 2007 lên gần 20 tỷ USD vào năm 2019). Kết quả lần lượt của Indonesia là 181% (4,5 tỷ USD lên 12,5 tỷ USD); Philippine 174% (từ mức 2,5 tỷ USD lên gần 7 tỷ USD); Malaysia 90,3% (từ 9,6 tỷ USD lên 18,3 tỷ USD). Malaysia là quốc gia có lĩnh vực du lịch rất phát triển nhưng do ảnh hưởng của thời tiết cùng với tình hình chính trị kém ổn định nên làm cho lượng khách DLQT đến cũng như tổng thu từ du lịch tăng trưởng không ổn định. Trong khi đó, Việt Nam được xem là một điểm sáng trong quá trình thu hút nguồn thu từ khách DLQT khi xuất phát điểm ở mức khá thấp: năm 2007 Việt Nam mới chỉ thu được 3,2 tỷ USD thì đến năm 2019, con số này là gần 18,3 tỷ USD, đạt tốc độ tăng trưởng trung bình trên 25%/năm.



(Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới, 2007 - 2019)

**Hình 3:** Tổng thu từ khách DLQT của Việt Nam và IMST

*Chi tiêu trung bình của khách du lịch quốc tế*

Ở chỉ tiêu chi tiêu bình quân của khách DLQT đến thì Singapore và Thái Lan là hai quốc gia đạt được kết quả tốt hơn với mức chi tiêu trung bình trong giai đoạn nghiên cứu của mỗi lượt khách DLQT đến lần lượt là 1.208 và 1.163 USD; Philippine và Indonesia xếp tiếp theo với kết quả lần lượt là 963 và 908 USD. Việt Nam xếp trên Malaysia (667 USD) với mức chi tiêu trung bình của mỗi lượt khách du lịch nước ngoài là 913 USD/người/lượt. Nhìn chung, chỉ tiêu này có xu hướng tăng nhưng không ổn định ở tất cả các quốc gia được xem xét do bị tác động rất lớn từ những thay đổi của tình hình kinh tế, chính trị, xã hội ở quốc gia xuất xứ của khách du lịch cũng như quốc gia điểm đến.

Tuy nhiên, kể từ khi đại dịch Covid-19 lần đầu tiên được phát hiện vào tháng 12 năm 2019 ở Thành phố Vũ Hán (Trung Quốc) đã làm thay đổi một cách sâu sắc cục diện của lĩnh vực du lịch không chỉ ở Việt Nam mà còn ở nhiều quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới. Lượng khách du lịch quốc tế đến các điểm đến ở khu vực Đông Nam Á trong năm 2020 giảm xấp xỉ 82% từ mức 143,6 triệu lượt trong năm 2019 xuống chỉ còn 26,2 triệu lượt do các hạn chế di chuyển mà các chính phủ đặt ra nhằm kiểm soát dịch Covid-19. Tương ứng với kết quả đó, tổng doanh thu từ du lịch của khu vực này giảm tương đương 78% so với năm 2019 từ mức 161,1 tỷ USD xuống chỉ còn 36,9 tỷ USD. Trước đại dịch, lĩnh vực này đóng góp 12% vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) và 13,4% trong tổng lực lượng lao động của khu vực, nhưng con số này đã giảm đáng kể trong năm đầu tiên đại dịch Covid-19 xảy ra với mức sụt giảm tương ứng là 52,7% và 16,8%. Trong năm 2020, Thái Lan là quốc gia đạt được lượng khách quốc tế đến cao nhất với hơn 6,7 triệu lượt, tiếp sau đó là Malaysia và Indonesia với khoảng hơn 4 triệu lượt. Việt Nam chỉ thu hút được gần 3,7 triệu lượt trong quý đầu tiên của năm 2020 khi chính sách đóng cửa hoàn toàn du lịch được triển khai trong ba quý còn lại.

Sang năm 2021, tình hình khả quan hơn khi mà các chính phủ nỗ lực thúc đẩy chương trình bao phủ vaccine, sự suy yếu của virus SAR-Cov-2 cũng như chính sách nới lỏng quy định nhập cảnh được triển khai ở nhiều quốc gia. Cuối năm 2021, khu vực Đông Nam Á chứng kiến sự hồi phục mạnh mẽ của lĩnh vực du lịch cả nội địa và quốc tế khi mà nhiều quốc gia bắt đầu triển khai các chương trình thu hút khách du lịch quốc tế bằng cách đưa ra các quy định nhập cảnh linh hoạt theo các mô hình bong bóng du lịch (chương trình “hộp cát vùng xanh”, “Amazing

Thailand”, “test and go” của Thái Lan; chương trình “bong bóng du lịch Langkawi” của Malaysia; chương trình “đường bay tiêm chủng đặc biệt” của Singapore; chương trình mở cửa đảo Bali của Indonesia; chương trình “gói du lịch an toàn miễn cách ly” của Campuchia,...). Bên cạnh chương trình thử nghiệm đón khách du lịch quốc tế đến Phú Quốc và một số tỉnh thành được triển khai từ tháng 11/2021 cùng với các chương trình kích cầu du lịch nội địa thì từ ngày 15/03/2022, Việt Nam đã chính thức “mở cửa” lĩnh vực du lịch khi đưa ra các quy định nhập cảnh hết sức linh hoạt cho du khách. Theo thống kê của WTO (2022), lượng khách du lịch quốc tế đến khu vực Đông Nam Á vẫn còn thấp hơn 94% so với trước đại dịch. Tuy nhiên, với sự nỗ lực và hợp tác của tất cả các bên có liên quan, UNWTO (2022) dự báo khu vực này có thể thu hút 155 triệu du khách quốc tế đến trong năm 2022.

### **3.2. Năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch và lữ hành (T&T) của Việt Nam và IMST theo Chỉ số Cạnh tranh du lịch và lữ hành (TTCI)**

Việt Nam xếp hạng 87 trên 124 quốc gia và vùng lãnh thổ được đưa vào xếp hạng năm 2007, sau đó lần lượt xếp hạng 96/130 (2008), 89/133 (2009), 80/139 (2011), 80/140 (2013), 75/141 (2015), 67/136 (2017) và hạng 63/140 (2019). Về tổng thể, thứ hạng của Việt Nam liên tục được cải thiện sau mỗi lần công bố và đạt tốc độ cải thiện thứ hạng tốt nhất trong số các quốc gia được xem xét. Tuy nhiên, có thể thấy rằng trong bảng xếp hạng này thì Việt Nam là nước có vị trí thấp nhất trong số các quốc gia được xem xét (WEF 2007 - 2019). Việt Nam và IMST đều có những cải thiện đáng kể đối với các chỉ tiêu có liên quan được đo lường trong TTCI qua 8 ấn bản đã được công bố. Các nhóm chỉ số có sự thay đổi chưa thật sự ổn định nhưng luôn có xu hướng tích cực. Để có thể đưa ra các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong thu hút khách du lịch quốc tế đến, cần thiết xem xét một cách chi tiết tương quan so sánh các chỉ số này giữa Việt Nam và IMST bởi đây là các quốc gia có nhiều điểm tương đồng về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, tập quán văn hóa - kinh doanh và cũng là các đối thủ cạnh tranh trực tiếp ở lĩnh vực này.

#### *Môi trường thuận lợi*

Đối với trụ cột này, Singapore, Malaysia và Thái Lan là các quốc gia có được đánh giá tốt hơn Việt Nam và Indonesia. Trong các chỉ số phụ, Việt Nam đạt được kết quả tốt nhất ở chỉ số an toàn và an ninh (5,6 điểm) trong khi vẫn còn khá hạn chế ở tất cả các chỉ số còn lại (môi trường kinh doanh, sức khỏe và vệ sinh, nguồn nhân lực và thị trường lao động, tính



sẵn sàng về khả năng đáp ứng công nghệ thông tin). Các chỉ số này đều được đánh giá dưới 5,0 điểm và đều thấp hơn các quốc gia được xem xét. Kết quả này có thể được giải thích khi mà Chỉ số môi trường kinh doanh được Ngân hàng thế giới công bố năm 2020 cho thấy Việt Nam đứng ở vị trí thứ 70 trên tổng số 190 quốc gia được đưa vào xếp hạng, trong khi thứ hạng tương ứng của IMST là hạng 73, 12, 2 và 21 (WB 2020).

Bên cạnh đó, tỷ lệ thất nghiệp cao cũng như năng suất lao động của Việt Nam cũng còn khá hạn chế. Theo (ILO 2021), khả năng tạo ra GDP trên mỗi giờ làm việc của Việt Nam là 7,3 USD. Kết quả này chỉ bằng 55% của Indonesia (13,1 USD), 48% của Thái Lan (15,2 USD), 28% của Malaysia (26 USD) và chỉ bằng 10% của Singapore (73,7 USD). Các chỉ số có liên quan đến cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân như số giường bệnh, tỷ lệ dân số sử dụng dịch vụ vệ sinh an toàn hay phần trăm dân số sử dụng internet của Việt Nam cũng chỉ mới đạt mức tương đương với Indonesia và Thái Lan trong khi vẫn còn khá hạn chế so với Malaysia và Singapore (WB 2021).

*Điều kiện và chính sách thuận lợi dành cho lĩnh vực du lịch và lữ hành (T&T)*

Đây được xem là trụ cột mà Việt Nam được đánh giá kém nhất. Trong số 4 chỉ tiêu phụ, Việt Nam chỉ có lợi thế ở khả năng cạnh tranh về giá, xếp hạng thứ 3 trong nhóm quốc gia được xem xét (sau Indonesia và Malaysia). Đây được xem là một trong những lợi thế cạnh tranh tốt nhất trong thu hút khách du lịch của Việt Nam. Tuy nhiên, dựa vào Kết quả điều tra chỉ tiêu của khách du lịch giai đoạn 2003 - 2015 do Tổng cục Thống kê thực hiện thì nhận định yếu tố hàng hóa rẻ chỉ nhận được sự đồng tình của khoảng 10 - 20% số du khách quốc tế được phỏng vấn. Bên cạnh đó, có đến 31,1% du khách quốc tế được hỏi cho biết rằng mình bị gian lận khi mua hàng hóa và dịch vụ khi đi du lịch ở Việt Nam (Tổng cục Thống kê 2017). Kết quả này cho thấy khâu kiểm soát giá và chất lượng sản phẩm, dịch vụ của Việt Nam vẫn còn nhiều yếu kém, làm xấu đi thương hiệu du lịch. Ngoài ra, mức độ ưu tiên dành cho lĩnh vực này của Việt Nam vẫn còn khá hạn chế khi mà chi tiêu chính phủ cho du lịch và lữ hành trong năm 2019 là 3 triệu USD, trong khi con số tương ứng của Malaysia là 118 triệu, Thái Lan là 312 triệu, Singapore là 563 triệu và Indonesia là 1,4 tỷ USD (WB 2021). Kết quả ở bảng 1 cho thấy rằng chỉ tiêu này của Việt Nam được đánh giá khá thấp so với IMST trong tất cả các báo cáo TTCR đã được công bố. Mặc dù mức độ quan tâm và ưu tiên của chính phủ dành cho lĩnh vực T&T đã không ngừng được cải thiện, nhưng các

bên có liên quan cần tập trung nhiều nguồn lực hơn nữa cho sự phát triển bền vững của lĩnh vực này.

Cả Việt Nam và IMST đều được đánh giá chưa tốt ở chỉ tiêu môi trường bền vững. Số liệu thống kê cho thấy tỷ lệ dân số tiếp xúc với không khí ô nhiễm (bụi mịn PM2.5) là 100% ở Singapore, Thái Lan và Việt Nam trong khi con số này ở Indonesia và Malaysia lần lượt là 95% và 90% (WB 2021). Trong khi đó, (WB 2021) thống kê chỉ số phát thải khí CO<sub>2</sub> trên đầu người của Việt Nam thấp hơn khá nhiều so với IMST, ở mức 2,7 tấn năm 2018 so với Indonesia (2,2 tấn), Malaysia (7,6 tấn), Singapore (8,4 tấn) và Thái Lan (3,7 tấn). Đối với chỉ số mở cửa quốc tế, kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2019 của Việt Nam là 518 tỷ USD, cao hơn Indonesia (339 tỷ), Malaysia (443 tỷ), Thái Lan (450 tỷ) và thấp hơn Singapore (749 tỷ). Với tỷ trọng của loại hình du lịch kinh doanh ngày càng gia tăng, kim ngạch xuất nhập khẩu tăng góp phần thúc đẩy lĩnh vực du lịch tạo ra nguồn thu đáng kể (WITS 2021).

*Cơ sở hạ tầng*

Chỉ số cơ sở hạ tầng của Việt Nam qua các năm được đánh giá là khá khiêm tốn so với các quốc gia còn lại. Điểm số của trụ cột này của Việt Nam trong báo cáo năm 2019 chỉ đạt 3.1 điểm (hạng 87), trong khi Indonesia xếp ở hạng 71 (3,5 điểm), Malaysia hạng 35 (4,5 điểm), Singapore hạng 3 (5,7 điểm) và Thái Lan hạng 32 (4.6 điểm). Chỉ số này của Việt Nam chưa được cải thiện nhiều trong suốt giai đoạn nghiên cứu mặc dù theo (ASEANSTAT 2021), số sân bay quốc tế của Việt Nam đã tăng từ 6 lên 9 sân bay, đứng vị trí thứ 2 trong số các quốc gia được xem xét sau Indonesia (34 sân bay). Tuy nhiên, lượng hành khách chuyên chở bằng đường hàng không của Việt Nam năm 2019 đạt 53,2 triệu lượt, cao hơn Singapore (43 triệu lượt) và thấp hơn Malaysia (63,6 triệu), Thái Lan (76,3 triệu) và Indonesia (115,1 triệu). Tổng chiều dài đường bộ của Việt Nam cũng đứng ở vị trí thứ 2 (595 nghìn km) sau Thái Lan (702 nghìn km) nhưng chất lượng hạ tầng đường bộ vẫn là nút thắt chưa được giải quyết. Mặc dù số lượng cảng quốc tế của Việt Nam nhiều hơn IMST nhưng dung lượng chuyên chở đường biển chỉ bằng 30% của Thái Lan, 10% của Indonesia và Malaysia (WB 2021). Kết quả này cho thấy quy mô và chất lượng cơ sở hạ tầng của Việt Nam cần được tiếp tục cải thiện trong thời gian tới để có thể phục vụ cho mục tiêu phát triển kinh tế nói chung và du lịch nói riêng.

*Tài nguyên thiên nhiên và văn hóa*

Đối với trụ cột này, Việt Nam được đánh giá là có điều kiện thuận lợi tương đương so với các đối thủ

**Bảng 1:** Xếp hạng chỉ số TICI của Việt Nam và IMST

| TT         | Các nhóm chỉ số                                      | Indonesia              |           | Malaysia  |           | Singapore |           | Thái Lan  |           | Việt Nam  |           |
|------------|--|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|            |  | 2007                   | 2019      | 2007      | 2019      | 2007      | 2019      | 2007      | 2019      | 2007      | 2019      |
|            | Xếp hạng chung                                       | 60                     | 40        | 31        | 29        | 8         | 17        | 43        | 31        | 87        | 63        |
|            | Số quốc gia được xếp hạng                            | 2007 - 124; 2019 - 140 |           |           |           |           |           |           |           |           |           |
| <b>I</b>   | <b>Môi trường thuận lợi</b>                          | <b>68</b>              | <b>72</b> | <b>27</b> | <b>29</b> | <b>11</b> | <b>7</b>  | <b>35</b> | <b>63</b> | <b>95</b> | <b>73</b> |
| 1          | Môi trường kinh doanh                                | 43                     | 50        | 26        | 11        | 1         | 2         | 55        | 37        | 104       | 67        |
| 2          | An toàn & An ninh                                    | 50                     | 80        | 26        | 34        | 7         | 6         | 42        | 111       | 51        | 58        |
| 3          | Sức khỏe & Vệ sinh                                   | 103                    | 102       | 62        | 75        | 29        | 60        | 59        | 88        | 94        | 91        |
| 4          | Nguồn nhân lực & Thị trường lao động                 | 62                     | 44        | 34        | 15        | 2         | 5         | 75        | 27        | 81        | 47        |
| 5          | Tính sẵn sàng về khả năng đáp ứng CNTT               | 80                     | 67        | 37        | 44        | 18        | 15        | 58        | 49        | 88        | 83        |
| <b>II</b>  | <b>Điều kiện và chính sách thuận lợi cho T&amp;T</b> | <b>54</b>              | <b>4</b>  | <b>27</b> | <b>11</b> | <b>1</b>  | <b>2</b>  | <b>41</b> | <b>42</b> | <b>84</b> | <b>79</b> |
| 6          | Mức độ ưu tiên cho T&T                               | 6                      | 10        | 21        | 62        | 2         | 6         | 25        | 27        | 76        | 100       |
| 7          | Mức độ cởi mở quốc tế                                | -                      | 16        | -         | 10        | -         | 3         | -         | 45        | -         | 58        |
| 8          | Sự cạnh tranh về giá                                 | 1                      | 6         | 2         | 5         | 26        | 102       | 4         | 25        | 10        | 22        |
| 9          | Tính bền vững của môi trường                         | 81                     | 135       | 20        | 105       | 6         | 61        | 39        | 130       | 84        | 121       |
| <b>III</b> | <b>Cơ sở hạ tầng</b>                                 | <b>68</b>              | <b>71</b> | <b>27</b> | <b>35</b> | <b>11</b> | <b>3</b>  | <b>35</b> | <b>32</b> | <b>95</b> | <b>87</b> |
| 10         | CSHT vận tải hàng không                              | 64                     | 38        | 31        | 25        | 10        | 7         | 25        | 22        | 90        | 50        |
| 11         | CSHT mặt đất và cảng                                 | 89                     | 66        | 15        | 27        | 3         | 2         | 28        | 72        | 85        | 84        |
| 12         | CSHT dịch vụ du lịch                                 | 87                     | 98        | 60        | 57        | 44        | 36        | 53        | 14        | 121       | 106       |
| <b>IV</b>  | <b>Tài nguyên thiên nhiên và văn hóa</b>             | <b>56</b>              | <b>18</b> | <b>57</b> | <b>31</b> | <b>42</b> | <b>66</b> | <b>59</b> | <b>21</b> | <b>76</b> | <b>26</b> |
| 13         | Tài nguyên thiên nhiên                               | 58                     | 17        | 101       | 37        | 79        | 120       | 77        | 10        | 84        | 35        |
| 14         | Tài nguyên văn hóa và kinh doanh DL                  | 58                     | 24        | 101       | 37        | 79        | 38        | 77        | 35        | 84        | 29        |

(Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới, 2007 - 2019)

cạnh tranh trong khu vực. Mặc dù đây là những yêu cầu thuộc về tự nhiên và văn hóa nhưng cả Việt Nam và IMST đều cố gắng tận dụng và cải thiện lợi thế cạnh tranh này. Các quốc gia được xem xét có đường bờ biển dài và đẹp (Indonesia 54.716 km, Malaysia 4.675 km, Singapore 193 km, Thái Lan 3.219 km, Việt Nam 3.444 km). Ngoài ra, với nền tảng di sản văn hóa phong phú, Việt Nam có đến 8 công trình được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới (Indonesia 9, Malaysia 4, Singapore 1 và Thái Lan 6) (UNESCO 2021). Ngoài ra, việc sở hữu nhiều di tích

thiên nhiên và văn hóa cấp quốc gia/cấp quốc gia đặc biệt giúp Việt Nam có thể đa dạng hóa các loại hình dịch vụ du lịch để có thể nâng cao lợi thế cạnh tranh (Cục Di sản văn hóa 2021). Trong ba năm (2019 đến 2021), Việt Nam được tổ chức Giải thưởng Du lịch thế giới (WTA) bình chọn là “Điểm đến văn hóa hàng đầu châu Á”. Kết quả này cho thấy giá trị di sản văn hóa của Việt Nam có ý nghĩa rất lớn trong việc thu hút khách du lịch quốc tế.

Như vậy, có thể thấy rằng lĩnh vực T&T của Việt Nam đã đạt được các thành tựu hết sức to lớn trong

việc cải thiện năng lực cạnh tranh nội tại cũng như tương quan so sánh với một số quốc gia trong khu vực. Trong suốt các ấn bản TTCR do WEF công bố từ 2007 đến nay, Việt Nam ngày càng được đánh giá cao hơn ở việc tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi, khả năng cung cấp nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch ngày càng có chất lượng tốt hơn, mức độ cởi mở quốc tế ngày càng cao, mức độ hoàn thiện và hiện đại của cơ sở hạ tầng vận tải hàng không, cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch cũng như việc bảo tồn, phát huy nguồn tài nguyên tự nhiên và các giá trị di sản văn hóa. Tuy nhiên, trong hơn một thập kỷ từ năm 2007 đến năm 2019 thì các vấn đề liên quan đến sức khỏe và vệ sinh, cơ sở hạ tầng mặt đất và cảng biển của Việt Nam dường như vẫn còn đậm chân tại chỗ, chưa có nhiều cải thiện đáng kể được thể hiện thông qua việc thứ hạng liên quan đến các chỉ tiêu này vẫn xoay quanh mức của năm 2007. Điều đáng quan ngại là nhiều chỉ tiêu có liên quan đến năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch và lữ hành của Việt Nam lại có chiều hướng bị tụt hạng trên bản đồ du lịch thế giới (an toàn và an ninh, tính sẵn sàng về khả năng đáp ứng CNTT và truyền thông, mức độ ưu tiên dành cho T&T, sự cạnh tranh về giá, tính bền vững của môi trường). Đây cũng là các chỉ số mà Việt Nam đang còn có khoảng cách khá xa so với các quốc gia trong khu vực được xem xét. Đây sẽ là cơ sở cho việc đề xuất các khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong thu hút khách du lịch quốc tế đến trong thời gian tới.

#### **4. Một số khuyến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong thu hút khách du lịch quốc tế**

T&T là lĩnh vực kinh tế tổng hợp, có mối quan hệ mật thiết với nhiều ngành nghề, lĩnh vực khác nên việc đưa ra các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của lĩnh vực này theo chỉ số TTCI cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên có liên quan. Do đó, để có thể đưa ra các giải pháp hiệu quả cho từng chỉ tiêu, cần phải xác định được mối quan hệ giữa chúng với các bộ chỉ số của các ngành, lĩnh vực liên quan được giao chủ trì và thực hiện giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các bộ, ngành tương ứng. Đây là nhiệm vụ rất khó khăn trong bối cảnh tính kết nối và đồng bộ của Việt Nam còn khá hạn chế.

Nghiên cứu tập trung xem xét thực trạng ngành du lịch và chỉ số TTCI của Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2019, tuy nhiên đại dịch Covid-19 đã làm thay đổi rất lớn các chỉ tiêu này trong năm 2020 và 2021. Nếu như năm 2019, lượng khách nước ngoài đến Việt Nam là hơn 18 triệu lượt thì con số này của năm 2020 chỉ là 3,8 triệu lượt (tương đương mức giảm

78,7% so với năm 2019) do chính sách đóng cửa hoàn toàn du lịch quốc tế từ tháng 3 cho đến hết năm 2020 của Chính phủ nhằm kiểm soát dịch bệnh. Trong năm 2021, Việt Nam đón trên 157 nghìn lượt khách nước ngoài sau nhiều nỗ lực của tất cả các bên có liên quan nhằm khôi phục lại lĩnh vực này. Tuy nhiên, con số này vẫn giảm 96% so với năm 2020. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong quý 1/2022 đạt gần 91 nghìn lượt, tăng 90% so với cùng kỳ năm 2021. Đây được xem là tín hiệu hết sức khả quan cho ngành du lịch trong bối cảnh lĩnh vực du lịch đã được mở cửa trở lại từ ngày 15/03/2022 cùng với những điều kiện nhập cảnh và y tế đã được nới lỏng hơn rất nhiều. Ngoài ra, việc phục hồi chính sách miễn thị thực đơn phương của Việt Nam đối với 13 quốc gia là thị trường nguồn tiềm năng của du lịch Việt Nam (Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha, ... ) cũng sẽ góp phần vào việc khôi phục lại lĩnh vực này. Với sự hỗ trợ và nỗ lực của tất cả các bên, ngành du lịch đặt mục tiêu đón 5 triệu lượt khách du lịch quốc tế trong năm 2022 (Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam 2022). Trên các cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số kiến nghị trên cơ sở bộ chỉ số cạnh tranh du lịch và lữ hành (TTCI) cũng như tình hình trong trạng thái bình thường mới nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh lĩnh vực du lịch của Việt Nam trong thời gian tới như sau:

#### ***Thứ nhất, đối với nhóm chỉ số về môi trường thuận lợi***

Ở nhóm chỉ số này, Việt Nam đã có sự cải thiện đáng kể trong suốt giai đoạn nghiên cứu và đã được các cơ quan du lịch quốc tế ghi nhận. Tuy nhiên, vẫn nạn liên quan đến rác thải, an toàn vệ sinh thực phẩm và an toàn giao thông là những vấn đề mà du khách quốc tế hết sức quan ngại khi trải nghiệm du lịch ở Việt Nam (Tổng cục Thống kê 2017). Trước tình hình đó, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần phối hợp với các bộ, ngành, địa phương kịp thời giải quyết các vấn đề phát sinh đảm bảo an toàn cho khách du lịch; hướng dẫn doanh nghiệp, khách sạn, nhà hàng trong việc đề ra các tiêu chuẩn vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm. Mặc dù số lượng và chất lượng của nguồn lao động phục vụ cho du lịch ngày càng được cải thiện, tuy nhiên vẫn chưa thể đáp ứng kịp thời và đầy đủ cho sự phát triển của lĩnh vực này. Do đó, trong thời gian tới Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội cần nghiên cứu hình thành sản phẩm dịch vụ làm trong ngành du lịch, từng bước chuyên nghiệp hóa thị trường lao động trong lĩnh vực này. Đối với các vấn đề liên quan đến hạ tầng công nghệ thông tin, Bộ Thông tin và Truyền thông cần hỗ trợ

các nền tảng cơ bản để các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ có thể triển khai và áp dụng các công nghệ tiên tiến vào việc quản lý và đa dạng hoá sản phẩm du lịch. Ngoài ra, cần tạo môi trường thuận lợi cho các bên có liên quan, đặc biệt là các nhà đầu tư nước ngoài trong việc tiếp cận và phát triển các điểm, vùng cũng như các sản phẩm du lịch.

**Thứ hai, đối với nhóm chỉ số về điều kiện và chính sách dành cho du lịch và lữ hành**

Có thể nhận thấy một thực tế rằng thứ hạng của Việt Nam ở tất cả các chỉ số trong nhóm này đang có xu hướng giảm sút và có khoảng cách ngày càng xa so với một số quốc gia trong khu vực. Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị đã xác định nhiệm vụ phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn với 08 nhóm giải pháp cốt lõi liên quan đến nhận thức, tư duy về du lịch; hoàn thiện thể chế, chính sách có liên quan; đẩy mạnh cải cách hành chính, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, công bằng; tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch,... Bên cạnh đó, vấn đề tăng cường quảng bá xúc tiến du lịch cũng như phát triển du lịch bền vững cũng được xem xét một cách nghiêm túc. Các giải pháp cho thấy sự nhìn nhận một cách khách quan và toàn diện về vai trò của lĩnh vực du lịch đối với phát triển kinh tế - xã hội. Do đó, trong thời gian tới các bên có liên quan cần tiếp tục triển khai thực hiện các nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm được xác định trong Nghị quyết 08-NQ/TW, tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia. Bên cạnh đó, cần tiếp tục đẩy mạnh liên kết với các nước trong khu vực, khai thác triệt để tuyến hành lang Đông - Tây. Ngoài ra, Bộ Tài nguyên và Môi trường cần tăng cường các quy định về quản lý môi trường trong quy hoạch dự án có liên quan đến lĩnh vực du lịch cũng như khuyến khích hình thành các loại hình du lịch thân thiện với môi trường.

**Thứ ba, đối với nhóm chỉ số về cơ sở hạ tầng**

Phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho lĩnh vực du lịch là một trong những nhiệm vụ trọng tâm đột phá trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030. Theo đó, việc đầu tư mới các sân bay Long Thành, Chu Lai cũng như mở rộng các sân bay hiện hữu (Nội Bài, Tân Sơn Nhất,...) cần được triển khai một cách đồng bộ, hiệu quả. Cơ sở dịch vụ du lịch của Việt Nam đã tăng trưởng không chỉ về số lượng mà cả ở quy mô trong khoảng 20 năm trở lại đây, tuy nhiên vẫn cần phải tiếp tục quy hoạch và phát triển đa dạng hơn nữa các loại hình lưu trú, khu vui chơi, nghỉ dưỡng cũng như hình thành nên các hệ thống khu, tuyến, điểm du lịch quốc gia, địa phương và đô thị du lịch. Bộ Giao thông vận tải cần

tiếp tục hoàn thiện và đầu tư hạ tầng giao thông, kết nối các điểm du lịch, các hệ thống cảng biển, đường bộ, đường sắt, đường hàng không. Ngoài ra, cần đẩy mạnh xã hội hóa, kêu gọi nguồn vốn tư nhân tham gia vào quá trình đầu tư cơ sở hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng hàng không nhằm tận dụng một cách hiệu quả các nguồn lực trong quá trình phát triển du lịch.

**Thứ tư, đối với nhóm chỉ số về tài nguyên thiên nhiên và văn hóa**

Như trên đã phân tích, Việt Nam có lợi thế rất lớn khi được thiên nhiên ưu đãi cùng với các giá trị di sản văn hóa đồ sộ. Tuy nhiên, nguồn tài nguyên tự nhiên chưa được quy hoạch và sử dụng một cách hiệu quả đã làm giảm một cách đáng kể giá trị kinh tế của chúng. Bên cạnh đó, các di sản văn hóa chưa được quản lý và khai thác đúng cách để tạo nên các giá trị bền vững. Do đó, trong thời gian tới Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần tiếp tục xây dựng và triển khai các đề án đáp ứng các bộ tiêu chuẩn du lịch quốc tế đi đôi với bảo tồn, phát triển các điểm đến văn hóa nhằm xây dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch quốc gia có chiều sâu. Ngoài ra, cần xây dựng hệ thống quản lý và lưu trữ các nguồn tài nguyên du lịch một cách đồng bộ, từ đó xác định thể mạnh cho từng địa phương, vùng miền trong việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc trưng, độc đáo.

**5. Kết luận**

Lĩnh vực du lịch ngày càng phát triển, đóng vai trò quan trọng vào quá trình phát triển kinh tế ở Việt Nam. Đây là lĩnh vực tổng hợp, liên quan đến nhiều ngành nghề, được Bộ chính trị xác định là lĩnh vực mũi nhọn. Năng lực cạnh tranh lĩnh vực này của Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2019 đã được cải thiện đáng kể thông qua việc đánh giá và thứ hạng của Việt Nam trong Báo cáo cạnh tranh du lịch và lữ hành toàn cầu thay đổi theo chiều hướng rất tích cực. Tuy nhiên, khi xem xét các tiêu chí đo lường trong Chỉ số cạnh tranh du lịch và lữ hành thì Việt Nam vẫn còn khá hạn chế so với nhiều quốc gia trong khu vực (Indonesia, Malaysia, Singapore và Thái Lan). Việt Nam có lợi thế ở các chỉ tiêu liên quan đến giá cả cạnh tranh, tài nguyên tự nhiên và văn hóa nhưng còn khá hạn chế ở các chỉ số liên quan đến phát triển du lịch bền vững, mức độ ưu tiên dành cho du lịch, cơ sở hạ tầng nói chung và cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch nói riêng. Những hạn chế này có tác động rất lớn đến năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong việc thu hút khách du lịch quốc tế đến so với các quốc gia có điều kiện tương đồng trong khu vực Đông Nam Á. Để vượt qua các thách thức mà đại dịch Covid-19 đặt ra cũng như mục tiêu phát triển của lĩnh vực này trong Chiến lược phát



triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 của Chính phủ thì Việt Nam cần phải thực hiện một cách đồng bộ các giải pháp để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh lĩnh vực du lịch trong thời gian tới. ♦

***Tài liệu tham khảo:***

1. ADB (2017), *Tourism sector assessment, strategy, and road map for Cambodia, Lao People's Democratic Republic, Myanmar and Vietnam* (2016 - 2018).
2. Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam (2022), *Chính thức mở cửa lại hoạt động du lịch trong điều kiện bình thường mới*.
3. Bùi Việt Thành (2015), *Du lịch cộng đồng tại các nước Asean và kinh nghiệm cho Việt Nam*, Conference: ASEAN 2015.
4. Dwyer, L. and C. Kim (2003), *Destination Competitiveness: Determinants and Indicators*, *Current Issues in Tourism* 6(5).
5. Hà Văn Hội (2011), *Chính sách phát triển du lịch của Thái Lan: Một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam*, Tạp chí Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới 3(179).
6. Karimi, A. and cộng sự (2015), *Modeling and Forecasting of International Tourism Demand in ASEAN Countries*, *American Journal of Applied Sciences* 2015 12(7): 479-486.
7. Lin, C. T. and Y. L. Huang (2012), *Tourism competitive evaluation in ASEAN countries applying Grey Relational Analysis and Sensitivity Analysis*, *Journal of Grey System* 21(3): 269-278.
8. Porter, M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York.
9. Ritchie, J. R. B. and G. I. Crouch (1993), *Competitiveness in International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis*, Proceedings of the 43rd Congress of Association Internationale d'Experts Scientifique de Tourisme. San Carlos de Bariloche, Argentina, October 17-23.
10. Scott, B. R. and C. L. George (1985), *U.S. Competitiveness in the World Economy*, Boston: Harvard Business School Press.
11. Thang, V. C. (2019), *Competitiveness analysis on Vietnam tourism in relation with ASEAN countries at present*, *VNU Journal of Foreign Studies* 35(3): 166-175.
12. Tùng, L. T. and L. T. Anh (2016), *Hoàn thiện chiến lược phát triển ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh Cộng đồng Kinh tế ASEAN được thành lập*, Tạp chí Phát triển & Hội nhập 01-02/2016.

13. UNESCO (2021), *World Heritage List*.
14. UNWTO (2010), *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)*.
15. WB (2020), *Doing Business Report*.
16. WB (2021), *CO2 emissions (metric tons per capita)*.
17. WB (2021), *Government spending on travel and Tourism service*.
18. WB (2021), *Indicators*.
19. WB (2021), *PM2.5 air pollution, population exposed to levels exceeding WHO guideline value (% of total)*.
20. WEF (2007 - 2019), *Travel and Tourism Competitive Report*.
21. WEF (2019), *The Global Competitiveness Report*.
22. WEF (2019), *Travel and Tourism Competitiveness Report*.
23. WITS (2021), *Trade statistics by Country/Region*.

**Summary**

Vietnam's travel and tourism (T&T) sector is constantly developing and making an increasingly important contribution to economic growth. The image and reputation of Vietnam's T&T sector is increasingly enhanced, which is reflected in the continuous improvement of the Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) since this index was published for the first time in 2007 by The World Economic Forum (WEF). However, when comparing the TTCI as well as the number of international tourists, Vietnam is still limited in many indicators compared to some countries with similar conditions in the region. The study mainly uses qualitative research methods to review and evaluate the indicators measured by the TTCI index of Vietnam and some countries with a developed T&T sector in Southeast Asia (Indonesia, Malaysia, Singapore and Thailand - IMST) to get an overview of the current situation of Vietnam's T&T field in comparison with these countries. Research results show that Vietnam has advantages which related to competitive prices, natural resources, cultural heritages and has disadvantage related to sustainable tourism development, prioritization of T&T, tourism service infrastructure. A number of recommendations are proposed to improve competitiveness of this T&T sector and promote the attraction of international tourists to Vietnam in the future, based on the four pillars of the TTCI index as well as in line with the new normal.

*Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Kinh tế - Luật/ĐHQG TP.HCM trong Đề tài mã số: CS/2021-02.*