

DU BẢO VỆ THỊ TRƯỜNG KHÁCH CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

NGUYỄN VĂN HÓA

Chủ nhiệm Bộ môn Du lịch trường ĐHKHT TP.HCM



u lịch là sinh hoạt đã có từ lâu, nhưng chỉ phát triển với tốc độ nhanh trong vòng 4 thập kỷ qua. Giá trị tổng sản lượng của ngành du lịch và lữ hành của toàn thế giới năm 1987 là 1.916 tỉ USD, dự tính năm 1993 là 3.471 tỉ USD; tỉ lệ tăng trưởng bình quân hàng năm từ 1987 đến 1990 là 14,8% trong khi đó các ngành công nghiệp khác là 8,8%. Vốn đầu tư vào ngành "công nghiệp không khói" này chẳng những không sút giảm mà còn có chiều hướng tăng nhanh, tổng số vốn đầu tư thêm vào 1987 là 276 tỉ USD, năm 1993 dự tính là 422 tỉ USD. Từ năm 1987 đến năm 1993 thu hút từ 3 đến 6 triệu lao động mỗi năm (nguồn tài liệu: World Travel - Tourism Council).

Diễn biến trong tương lai của cầu du lịch tùy thuộc vào các yếu tố tổng quát như: sự tăng trưởng kinh tế, việc làm và thu nhập của người dân, tỷ giá hối đoái, sức mua của dân cư, sự chi tiêu từ thu nhập của từng hộ gia đình... và các yếu tố thuộc chuyên ngành du lịch.

Theo dự đoán của Ngân hàng thế giới, tỷ lệ tăng trưởng kinh tế bình quân mỗi năm từ năm 1985 đến 1995 của các quốc gia công nghiệp phát triển là 3,7% và các quốc gia đang phát triển là 3,5% (theo giả thuyết cao nhất). Tổ chức Du lịch thế giới (WTO) đã dự đoán số người đi du lịch ra nước ngoài và thu nhập từ du lịch vào các thời điểm năm 1995 và năm 2000 như sau:

	Giả thuyết I		Giả thuyết II	
	1995	2000	1995	2000
TOÀN THẾ GIỚI				
- Số du khách (triệu)	641	956	515	638
- Thu nhập (tỉ USD)	444	844	343	527
CHÂU PHI				
- Số du khách (triệu)	26	40	23	32
- Thu nhập (tỉ USD)	13	22	10	14
CHÂU MỸ				
- Số du khách (triệu)	114	154	103	128
- Thu nhập (tỉ USD)	103	172	95	146
CHÂU ÂU				
- Số du khách (triệu)	376	530	294	338
- Thu nhập (tỉ USD)	219	403	152	206
CHÂU Á				
THÁI BÌNH DƯƠNG				
- Số du khách (triệu)	125	232	95	140
- Thu nhập (tỉ USD)	109	241	86	161

14 PHÁT TRIỂN KINH TẾ

Ghi chú:

- Giả thuyết I: theo tỉ lệ tăng trưởng của ngành du lịch từ năm 1950-1989.

- Giả thuyết II: theo tỉ lệ tăng trưởng của ngành du lịch từ năm 1995-2000.

Ba yếu tố đóng vai trò quyết định đến sự tiến triển của cầu du lịch thế giới ở các quốc gia công nghiệp phát triển là:

- Về nhân khẩu học: sự thay đổi cấu trúc nhân khẩu và sự tiến bộ xã hội. Những người châu Âu có độ tuổi từ 35-45 sẽ là 144 triệu vào năm 2000, tăng 16% so với năm 1985, trong khi đó những người có độ tuổi từ 65 trở lên giảm 14 triệu (75 triệu còn 61 triệu).

Đối với những người có độ tuổi từ 35-45, họ có thu nhập cao và có chiều hướng tăng trưởng. Họ có vai trò quyết định cho sự tăng trưởng của ngành du lịch. Những người trên 65 tuổi có thời gian rảnh, tuy nhiên họ không thích đi xa.

- Sự kéo dài thời gian nghỉ, đây là hiện tượng mang tính phổ biến ở các quốc gia công nghiệp phát triển, nó đóng vai trò rất quan trọng. Chẳng hạn, ở Hoa Kỳ hoặc ở Nhật Bản thời gian nghỉ được trả lương vào khoảng 1 tháng. Ở các quốc gia Tây Âu thường là 15 ngày, riêng ở Pháp trước đây là 5 tuần và hiện nay kéo dài từ 6 đến 8 tuần.



- Chi tiêu cho du lịch có chiều hướng tăng nhanh và đi du lịch trở thành nhu cầu không thể thiếu được đối với mọi người dân. Người dân có tâm lý đánh giá sự sang trọng của một con người nếu họ đi du lịch được nhiều quốc gia trên thế giới và đi nhiều lần trong một năm. Những quốc gia chỉ cho du lịch ở nước ngoài trên 1 tỉ USD trong một năm có khoảng 25 nước, trong đó có 13 quốc gia ở châu Âu (Tây Âu), 3 quốc gia ở Bắc Mỹ, 6 quốc gia ở Đông Nam Á-Thái Bình Dương. Tổng chi tiêu của 3 nước: Hoa Kỳ, Đức và Nhật chiếm 40% tổng chi tiêu của toàn thế giới; nếu tính thêm cả Anh, Pháp và Canada thì tỷ trọng lên đến 54%.

Trong thập kỷ này, châu Á sẽ là khu vực có ngành du lịch phát triển nhanh hơn mọi khu vực khác trên thế giới. Dòng khách đổ về châu Á-Thái Bình Dương, đặc biệt là vùng Đông Nam Á có tốc độ tăng trưởng khá nhanh-bình quân toàn khu vực là 10-12%.

Tổ chức PATA (Hiệp hội Du lịch châu Á-Thái Bình Dương) đã đưa ra dự đoán về số lượng du khách quốc tế đến vùng Đông Nam Á (gồm 5 quốc gia khối ASEAN) như sau:

	1995 (du khách)	2000 (du khách)
- Châu Âu	4.083.000	6.000.000
- Hoa Kỳ	1.103.000	1.375.000
- Canada	187.000	227.000
- Australia	1.135.000	1.148.000
- Nhật Bản	2.605.000	3.654.000
- New Zealand	166.000	204.000

Ngoài thị trường quốc tế xa (châu Âu, châu Mỹ...), thị trường quốc tế gần-hay thị trường thuộc các quốc gia trong khu vực gọi khách lẫn nhau có tỉ trọng không ngừng tăng lên như 63,8% (năm 1985) lên 66,5% (năm 1990) và tỉ trọng này sẽ tăng lên nhờ vào sự phát triển nền kinh tế nói chung với tốc độ nhanh của các quốc gia thuộc "con rồng" châu Á.

Khoa kinh tế thuộc Đại học Chulalongkorn (Thái Lan) đã đưa ra kết quả nghiên cứu về tốc độ phát triển du lịch từ năm 1995-2000: 20% khách du lịch nước ngoài đến các nước Đông Dương là người Mỹ, kế đó là Pháp 13,1%, Áo 9,1%, Đức 8,1%, Canada 8,1%, Anh 7,1% và Nhật là 7,1%.

Năm	VIỆT NAM	Trong đó TP.HCM	
		Số lượng	Tỉ trọng
1987	73.283	22.826	31,15
1988	110.000	33.639	30,47
1989	182.573	77.799	42,61
1990	250.000	187.000	74,80
1991	300.000	207.346	69,12
1992	440.000	264.166	60,04
1993*	600.000	400.000	66,00
1994*	800.000	528.000	66,00
1995*	1.000.000	660.000	66,00
2000*	3.000.000	1.980.000	66,00

Ghi chú * Số bình quân của 3 năm trước.

Các thị trường gọi khách chính cho VN đến năm 2000 và 2005 là: Nhật Bản, Mỹ, Pháp và các quốc gia trong vùng châu Á-Thái Bình Dương (Đài Loan, Singapore, Malaysia, Hongkong và CH Triều Tiên) các nhóm du khách đến VN có một số nhu cầu cơ bản như:

- Ngoại kiều Mỹ, Nhật, Pháp, Đài Loan... là những



Ảnh Diễm Ngọc

Hơn 45,5% số du khách đến là để tham quan, còn lại 40,4% là để giao dịch thương mại. Trong tương lai, số du khách Nhật, Đài Loan và Hồng Kông có thể trực tiếp đến các nước Đông Dương mà không cần phải qua Thái Lan.

Tiềm năng và triển vọng phát triển của ngành du lịch VN rất to lớn trong thời gian tới. Trước hết là do vị trí địa lý của VN nằm trên đường giao thông quốc tế bằng hàng không và tàu thủy. VN là bao lơn của Thái Bình Dương, là cửa ngõ vào Đông Dương và lục địa Đông Nam Á, có nhiều di tích lịch sử và nhiều thắng cảnh được mệnh danh là kỳ quan của thế giới. VN có chế độ chính trị ổn định và cởi mở, tài nguyên thiên nhiên phong phú chưa được khai thác hết. Đứng ở vị trí các nhà kinh doanh và đầu tư nước ngoài thì có thể nói VN là vùng đất còn trinh nguyên, có trữ lượng dầu khoảng 2,8 tỷ tấn, với 480-500 tỷ tấn khí đốt... đã và đang chào đón các công ty nước ngoài.

Thị trường tiềm năng rất lớn của ngành du lịch VN là hơn 1,5 triệu Việt kiều đang sinh sống ở các nước trên thế giới, nhiều nhất là ở Mỹ, Pháp và Úc. Khoảng nửa triệu cựu chiến binh của các nước trong thời kỳ chiến tranh chống Pháp và Mỹ. VN quả thật rất hấp dẫn đối với bản thân và cả gia đình của họ. Số cựu chiến binh đến VN ngày càng tăng, các cựu chiến binh Mỹ mắc một chứng bệnh gọi là "Hội chứng khủng hoảng sau chiến tranh" (Post Traumatic Stress Disorder - PTSD), theo các nhà tâm thần học thì hội chứng này có thể chữa được bằng cách "về thăm VN". Từ kết quả nghiên cứu, số lượng du khách nước ngoài đến VN và TP.HCM như sau:

doanh nhân, luật gia, nhà báo... phần lớn là những người đã đến VN trước năm 1975. Số khách này đến VN để tìm lại bạn bè quen biết trước đây, để tìm hiểu cơ hội làm ăn-kinh doanh. Bình quân đến 2-3 lần trong một năm, mỗi lần kéo dài khoảng 15-20 ngày. Ít khi họ đi ăn uống một mình, thường có thêm 2-3 người kể cả các bữa ăn trong ngày. Họ thuê khách sạn nào cung cấp những phương tiện thông tin liên lạc hiện đại. Họ có nhu cầu vui chơi giải trí tham quan, nghỉ ngơi, sau thời gian làm việc mệt nhọc nhưng ngành du lịch VN chưa thỏa mãn tốt.

- Việt kiều, đa số có thân nhân còn ở VN mục đích chính về VN là để thăm thân nhân, giúp đỡ tài chính cho thân nhân, làm một số dịch vụ cho Việt kiều khác chưa có khả năng về nước hoặc đi buôn thành chuyển. Khoảng 90% Việt kiều về nước ngụ tại gia đình, có nhu cầu ăn uống cao và thường đi với thân nhân, bè bạn hàng ngày.

Kiểu cơ sở lưu trú của du khách nước ngoài đến VN nói chung tối thiểu phải đạt tiêu chuẩn quốc tế từ 1 đến 5 sao. Nhưng nếu khách tự thanh toán tiền thì chỉ chọn từ 1 đến 3 sao là chủ yếu. Khách sạn từ 4 đến 5 sao thường là nơi ở của các doanh nhân cao cấp, chi phí do cơ quan của họ thanh toán. Họ chỉ cần chất lượng phục vụ của nhân viên thành thạo-lịch sự. Cơ sở lưu trú phải thật sạch sẽ, đẹp mắt, không thích ở các khách sạn có nhiều tầng theo kiểu đất nước của họ. Nơi lưu trú ở gần trung tâm hành chính-kinh tế hoặc khu thương mại, nếu đi du lịch nghỉ ngơi thì thích nơi yên tĩnh ♣