



SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TP.HCM

Biểu dưới đây cho thấy rằng cùng với quá trình chuyển nền kinh tế từ cơ chế quản lý tập trung sang cơ chế kinh tế thị trường mở, hoạt động du lịch của Thành phố cũng ngày càng phát triển.

Hiện thành phố có 37 đơn vị hợp tác liên doanh với nước ngoài với tổng số vốn 145 triệu USD.

Riêng Công ty du lịch thành phố có 2536 phòng, năm 1992 đón 403.000 khách nội địa, 178.000 khách quốc tế, tổng doanh thu 135 tỷ đồng và 29 triệu USD. Hệ số sử dụng phòng đạt 83%, tăng 3% so với năm 1991.

So với nhiều ngành thì hiệu quả sử dụng vốn trong du lịch đạt cao hơn. Bình quân một đồng vốn đem lại 0,49

Sự phát triển hữu hiệu của du lịch sẽ đưa đến những kết quả tích cực chính như sau:

1. Hoạt động du lịch trước hết, phần vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng của đất nước. Vì để thu hút du khách phải đáp ứng được những yêu cầu đòi hỏi của khách về hệ thống giao thông, khách sạn, đường sá, điện, nước, thông tin liên lạc, phương tiện giao thông, hàng hóa lưu niệm, trình độ tiếp... theo tiêu chuẩn quốc tế và gia. Ngược lại sự phát triển hiệu quả của du lịch lại là điều kiện để thực hiện những yêu cầu trên thông qua nguồn thu của ngành này.

2. Du lịch là hoạt động xuất khẩu những yếu tố kinh tế và phi kinh tế mà không cần phải đóng thuế như những phí tổn khác.

Khi những du khách nước ngoài vào nước ta, bản thân mỗi người khách là một chiếc gương phản ánh cho trình độ văn minh, phong tục tập quán, kiến thức khoa học-kỹ thuật, bản sắc dân tộc của họ. Qua đó mà hiểu biết của ta về năm châu trở nên đầy đủ, phong phú hơn. Vậy là ta đã nhập khẩu được những giá trị tinh thần, văn hóa của nước ngoài mà không cần một chi phí nào.

Ngược lại, khi rời khỏi nước ngoài việc mua sắm những mặt hàng lưu niệm du khách còn mang theo, và

	1990	1991	1992
1. Số khách sạn (cái)	17	53	122
Trong đó - quốc tế	14	14	96
2. Số phòng đang kinh doanh (phòng)	1220	2411	7433
Trong đó - quốc tế	1137	1054	4260
3. Số giường (giường)	2440	4340	13350
Trong đó - quốc tế	2274	2108	8520
4. Số khách đến du lịch (người)	171.540	546.001	841.374
Trong đó - VN	70.951	411.349	564.000
- quốc tế	100.589	134.652	277.374
5. Doanh thu du lịch (triệu đồng)	147.073	248.775	806.187
Trong đó - ngoại tệ (1.000 USD)	13.514	15.250	48845
Doanh thu phục vụ (triệu đồng)	102.070	164.140	579.755
Trong đó ngoại tệ (1.000 USD)	10.093	12.251	42.777
Bán hàng của du lịch	45.003	84.625	226.432
Trong đó ngoại tệ	3421	2.999	6068

DU LỊCH - NHỮNG YÊU CẦU ĐANG ĐẶT RA

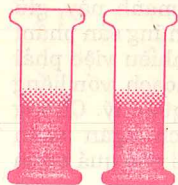
Phân tích sơ bộ thì năm 1992 Thành phố đã đón 841.374 khách (không kể thủy thủ), trong đó khách quốc tế 277.374. Bình quân mỗi khách lưu trú 2,5 ngày, riêng khách quốc tế 4,2 ngày. Nguồn khách vào nghỉ ở các khách sạn thành phố phần đông là khách châu Á (45%), châu Âu (13%), châu Mỹ (5,3%)

Năm 1992 số khách nước ngoài vào Thành phố tăng 39% so với năm 1991. Về cơ cấu, khách đến du lịch chiếm 65%, khách thương mại 28%, còn lại là khách khác.

Theo số liệu thống kê năm 1992, Thành phố có 692 cơ sở dịch vụ du lịch. Trong đó gồm 122 khách sạn lớn, 152 khách sạn mini, 140 nhà hàng... với 7.433 phòng lưu trú (57% trong số đó có thể tiếp nhận khách quốc tế). Đáng lưu ý là số cơ sở dịch vụ du lịch tư nhân năm 1992 tăng 4 lần so với năm 1991.

đồng lái (tương ứng trong sản xuất của khu vực kinh tế quốc doanh là 0,04 và 0,12 ở khu vực ngoài quốc doanh), vượt kế hoạch và tăng so với năm 1991. Nộp ngân sách do vậy cũng tăng, đạt 26 tỷ đồng và 7,4 triệu USD.

Những số liệu trên không chỉ phản ánh lượng khách du lịch vào Thành phố ngày càng tăng mà còn minh chứng cho tiềm lực cũng như khả năng phát triển du lịch và những đóng góp của du lịch vào phát triển kinh tế xã hội của thành phố. Đồng thời lại cũng đặt ra yêu cầu hình thành chiến lược phát triển du lịch trong tương lai.



**DU LỊCH ĐEM LẠI LỢI
NHUẬN KINH TẾ VÀ
LỢI NHUẬN PHI KINH
TẾ**

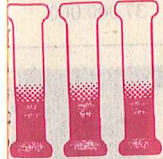
PTS.ĐINH SƠN HUY

lại hình ảnh dân tộc ta với tất cả: kiến thức văn hóa, truyền thống, phong tục tập quán những chủ trương chính sách của nhà nước... về nước họ. Ở đây không chỉ xuất khẩu được hàng hóa lưu niệm mà còn xuất khẩu cả những yếu tố tinh thần, lịch sử, kinh tế... nên cũng không cần đến chi phí cho công việc đó.

Tình hình tương tự như trên khi người VN đi du lịch ở nước ngoài

3. Sự phát triển của du lịch là điều kiện cho mỗi con người ở những xứ khác nhau, những dân tộc khác nhau trên hành tinh trở nên gần gũi nhau hơn và cùng giúp nhau làm giàu thế giới cho kiến thức của mỗi người, như những chứng ta đã nói "Đi một ngày đàng học một sàng khôn". Và cũng qua đó mà hiểu biết nhau hơn để cùng kiến tạo, vun đắp cho cuộc sống hòa bình thân ái giữa các dân tộc.

Như vậy nguồn lợi nhuận mà du lịch đem lại rõ ràng có tính lũy thừa và khá toàn diện, dù cả trên các lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội...



NHỮNG YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở NƯỚC TA

- Ngành du lịch của các nước tồn tại, phát triển và cạnh tranh có hiệu quả để thu hút du khách trước hết bởi khẩu hiệu hành động của họ là "du khách bao giờ cũng đúng". Tất nhiên ở đây du khách được hiểu đúng với nghĩa chân chính, đẹp đẽ của từ đó. Với ngành du lịch của nước ta khẩu hiệu trên hẳn không phải là ngoại lệ. Bởi đối tượng phục vụ của du lịch là du khách và doanh thu của du lịch tùy thuộc vào lượng du khách.

- Theo ông Chang Quincy, một trong những người lãnh đạo của công ty du lịch Travel Planners (Mỹ) một công ty đã tồn tại và phát triển qua 26 năm cạnh tranh gay gắt, thì trong du lịch, quan trọng hàng đầu là khâu phục vụ (services), nhưng công việc này ở nước ta chỉ được thực hiện bằng trình độ thủ công, nên nếu lượng du khách tăng lên gấp 3-4 lần như hiện nay thì e rằng khu vực dịch vụ sẽ bị lúng túng có thể làm mất lòng khách. Do vậy, việc mở các lớp huấn luyện ngắn ngày cho một số nhân viên phục vụ du lịch chuyên ngành, theo các tiêu chuẩn công nghệ hóa đang là một đòi hỏi cấp bách đối với ngành du lịch nước ta.

- Về hải quan, theo ý kiến phần đông du khách thì tuy hải quan đã có nhiều cải tiến để thích nghi so với trước nhưng thủ tục vẫn còn rườm rà, và chưa đủ, như việc tịch thu hàng cá nhân mang theo người, du khách chưa hề được thông tin loại hàng nào được mang theo người loại hàng nào không được. Những vật kỷ niệm mà du khách vì không biết lỡ mang theo người thì chỉ nên tạm giữ để sau đó trả lại cho họ khi họ rời VN, chứ không nên tịch thu. Điều này đặt ra yêu cầu là ngành du lịch phải tìm cách thông tin đầy đủ cho du khách những hàng nào cấm mang vào và mang ra.

Ở đây cần lưu ý là để tránh sự vận dụng tùy tiện của cán bộ, nhân viên ngành chức năng và cũng để đơn giản hơn trong thực hiện luật định thì chỉ quy định hàng cấm mang vào, hàng cấm mang ra chứ không nên quy định những hàng được mang vào, hàng được mang ra.

- Gắn liền với việc hiện đại hóa cơ sở vật chất kỹ thuật, phương tiện quân

lý trong ngành du lịch là thực hiện bảo tồn, tu bổ những danh lam thắng cảnh, những di tích lịch sử, văn hóa của dân tộc. Việc làm này không chỉ thuần túy tôn tạo vẻ đẹp của đất nước hay là phương tiện, biện pháp giáo dục lòng tự hào dân tộc cho mọi thế hệ mà còn ở chỗ mỗi dân tộc có bản sắc văn minh, văn hóa riêng của mình. Lịch sử, bản sắc văn minh, văn hóa ấy được biểu hiện phản ánh tương đối cố định, đậm nét ở chính những di tích lịch sử, văn hóa của dân tộc. Và do vậy du khách bao giờ cũng muốn tham quan, chiêm ngưỡng những di tích lịch sử, những danh lam thắng cảnh của một đất nước mà họ tới.

- Không ít du khách đã kêu ca là ta lợi dụng độc quyền để thu tiền điện thoại, điện tín quá cao. Do đó việc bán hàng giá trần và duy trì kỷ luật giá điện



thoại, điện tín là yêu cầu để thực hiện phương châm "người tiêu dùng là vua" và để khỏi mất lòng du khách.

- Như người ta nói, mở rộng lòng đón gió bốn phương phải e cát bụi vào và thực tế trong ngành du lịch "cát bụi" đã tràn vào.

Trong thời đại hiểm họa sida này, bởi thế cần phải trong sạch hóa ngành du lịch. Vì khi chủ nhà rất hiếu khách nhưng mình bạch thì khách khó có thể làm điều cần quấy.

Chưa tính đến hậu quả tai hại nhiều mặt của căn bệnh sida, chỉ đứng trên góc độ của ngành du lịch và kinh tế mà xét, đã thấy, một mặt khi số người nhiễm virút HIV của một nước tăng lên thì du khách vào nước đó sẽ giảm xuống.

Mặt khác, số người nhiễm vi rút HIV luôn luôn tỷ lệ thuận với những chỉ phí của xã hội để ngăn chặn, chữa trị, giải quyết hậu quả của nó.

Do đó việc xử lý thích đáng, nghiêm minh những cán bộ, nhân viên, cơ sở du lịch môi giới, tổ chức mại dâm là đòi hỏi cấp bách để ngành du lịch hoạt động đạt hiệu quả cao.

- Theo một báo cáo của hội đồng

du lịch thế giới, ngành du lịch hiện nay chiếm khoảng 10,2% tổng sản lượng nội địa của các nước và 1/40 số làm việc với khoảng 200 triệu người lao động. Hội đồng cũng dự đoán rằng, năm 1994, tổng giá trị toàn ngành du lịch sẽ vào khoảng 3.400 tỉ đô-la, trong đó tiêu dùng của khách hàng sẽ là 1.900 tỉ đô-la. Cũng trong năm 1994, khoảng 684,5 tỉ đô-la sẽ được đầu tư vào các tiện nghi mới trong ngành du lịch và tổng số thuế mà ngành du lịch sẽ đóng góp là 654,7 tỉ đô-la.

Trước năm 2005, tổng giá trị trong toàn ngành sẽ tăng lên 7.900 tỉ đô-la, trong đó tiêu dùng của khách sẽ là 4.500 tỉ đô-la. Lúc đó ngành du lịch sẽ phải thuê mướn 350 triệu người trên khắp thế giới. Như vậy trong 10 năm tới ngành du lịch thế giới sẽ tăng gấp đôi. Những số liệu trên không chỉ minh

họa đóng góp tích cực của du lịch đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của mỗi nước mà còn là cơ sở để chúng ta hoạch định chính sách, chiến lược phát triển du lịch của đất nước. Nhằm đảm bảo những điều kiện cho ngành du lịch nước nhà phát triển và cạnh tranh có hiệu quả trong hệ thống du lịch thế giới.

- Lý thuyết về nền kinh tế "nhị nguyên" cho rằng để tạo ra sự tăng trưởng kinh tế phải thúc đẩy sự phát triển của khu vực sản xuất hiện đại (công nghiệp)

với tính chất như "cực tăng trưởng" "đầu tàu" của nền kinh tế quốc dân. Nhưng số liệu thống kê của một số nước lại cho thấy khu vực hiện đại của nền kinh tế lại là khu vực dịch vụ. Ví dụ, năm 1989 (tới nay cũng vậy) tỷ trọng dịch vụ trong tổng thu nhập quốc dân ở Singapore là 67,8%, Hồng Kông 73,8%, Đài Loan 52,4%, Cộng hòa Triều Tiên 46,2%, Philippines 40%, Indonesia 39%... Thực tế này gợi ý cho chúng ta là nhanh chóng có quy hoạch tổng thể liên kết các ngành dịch vụ khác với du lịch để sớm tham gia vào thị trường dịch vụ-du lịch thế giới.

- Gìn giữ phong cách dân tộc kết hợp với tiếp thu có chọn lọc phong cách hiện đại, tiên tiến của nhân loại cùng là tạo ra "sức hút" đối với du khách trong hoạt động du lịch ♣

Tài liệu tham khảo:

- Cục thống kê thành phố, Niên giám thống kê TP.HCM, 1992
- Cục thống kê thành phố, Con số và sự kiện 1992
- Thời báo kinh tế Sài Gòn, số 20-92 (72) trang 11
- Tuổi trẻ, 23.11.1993