

THỨC ĐẨY THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ ĐẾN VIỆT NAM SAU DỊCH COVID-19

Tổng cục Du lịch

Kính thưa đồng chí Nguyễn Văn Hùng, Ủy viên BCH TW Đảng, Bộ trưởng Bộ VHTTDL,

Kính thưa các đồng chí Thứ trưởng, các quý vị đại biểu,

Theo Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), 3 tháng đầu năm 2022 có 76 triệu lượt khách đi du lịch quốc tế, trong đó khu vực châu Âu chiếm tới 50 triệu lượt; tuy nhiên con số này vẫn thấp hơn 61% so với năm 2019. Việc mở rộng tiêm chủng vắc-xin, nới lỏng các quy định về đi lại, đặc biệt ở châu Âu và Mỹ, là những thị trường nguồn khách quan trọng đã góp phần thúc đẩy phục hồi du lịch quốc tế. Tuy vậy, việc phục hồi du lịch chưa đồng đều giữa các khu vực trên thế giới là do sự khác nhau trong chính sách, mức độ mở cửa đi lại, tỷ lệ tiêm vắc-xin COVID-19 và niềm tin của khách du lịch. Bên cạnh đó một số yếu tố cũng ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động du lịch bao gồm xung đột Nga - Ucraina, sự tăng giá dầu và khí đốt, lạm phát, sự đứt gãy chuỗi cung ứng, sự thiếu hụt nhân lực du lịch sau dịch COVID-19... UNWTO dự báo kịch bản phục hồi của năm 2022 của du lịch thế giới sẽ đạt từ 55-70%.

Đại dịch COVID-19 cũng làm thay đổi đáng kể xu hướng, hành vi du lịch. Nhu cầu trải nghiệm của du khách trên toàn cầu hướng tới những giá trị văn hóa truyền thống, giá trị tự nhiên, sáng tạo và công nghệ cao. Khách du lịch có xu hướng lựa chọn các điểm đến an toàn, du lịch xanh và nghỉ dưỡng cách biệt, chăm sóc sức khỏe. Nhận thức của khách du lịch về hành vi du lịch có trách nhiệm, bảo vệ môi trường được nâng cao.

Thưa quý vị đại biểu,

Sau 2 năm gần như đóng băng hoàn toàn do COVID-19, du lịch Việt Nam đã có những dấu hiệu khởi sắc khi Chính phủ cho phép mở lại hoạt động du lịch từ ngày 15/3/2022 và nhiều đường bay quốc tế được khôi phục. Theo Tổng cục Thống kê, trong 6 tháng đầu năm 2022, khách quốc tế đến Việt Nam đạt khoảng 413 nghìn lượt. Khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 5 tăng gấp đôi so với tháng 4; tháng 6 tăng gấp 4 lần so với tháng 5. Đa số khách từ các quốc gia được miễn thị thực (Hàn Quốc, Anh, Pháp, Đức, Singapore, Malaysia, Thái Lan, Campuchia), khách sử dụng thị thực điện tử (Mỹ, Úc, Ấn Độ).

Mặc dù vậy, thời gian qua lượng khách du lịch quốc tế trở lại Việt Nam còn hạn chế. Khả năng cao là các thị trường khách hàng đầu trước dịch COVID-19 như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Nga khó sớm phục hồi và tăng trưởng mạnh trở lại trong ngắn hạn. Nguyên nhân chủ yếu gồm: (1) một số nước vẫn đang áp dụng các chính sách phòng chống dịch chặt chẽ. Trung Quốc thực hiện chính sách “không COVID-19”, chưa mở cửa du lịch quốc tế. Hàn Quốc, Nhật Bản còn thận trọng trong việc mở cửa đi lại, du lịch, (2) xung đột Nga - Ucraina và những hệ lụy của nó dẫn đến sự sụt giảm lượng khách Nga và ảnh hưởng tiêu cực đối với các khách du lịch ra nước ngoài của châu Âu, (3)

thời điểm này chưa phải là mùa cao điểm đón khách quốc tế, hơn nữa du khách quốc tế thường cần thời gian từ vài tháng đến 1 năm để lên kế hoạch trước chuyến đi du lịch.

Thưa quý vị đại biểu,

Để thực hiện mục tiêu đón 5 triệu khách du lịch quốc tế năm 2022 trong bối cảnh còn nhiều khó khăn, thách thức; cũng như để bù đắp cho sự sụt giảm của thị trường khách Trung Quốc và Nga, Tổng cục Du lịch đề xuất một số giải pháp, cụ thể như sau:

(1) Giai đoạn ngắn hạn:

- *Định hướng thị trường:* Khai thác tốt các thị trường đã có kết nối lại hàng không, đã cho phép công dân đi du lịch nước ngoài, người Việt Nam ở nước ngoài về thăm quê hương sau dịch COVID-19. Trong đó tập trung thị trường Hàn Quốc, Nhật Bản, Tây Âu, Úc, ASEAN; linh hoạt, chuyển hướng khai thác thị trường mới, có khả năng tăng trưởng Ấn Độ, Mỹ, Trung Đông; thị trường nổi tiếng Nga (khách từ Nga đi du lịch qua nước thứ 3), Uzbekistan, Azerbaijan...

- *Các hoạt động xúc tiến, quảng bá:* Tổng cục Du lịch sẽ kết nối, phối hợp với các địa phương, doanh nghiệp, hàng không và Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch triển khai Chương trình “Live fully in Vietnam, cụ thể: (1) tổ chức chương trình giới thiệu du lịch Việt Nam tại ASEAN, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Tây Âu, Úc và New Zeland, (2) tham gia tổ chức gian hàng du lịch Việt Nam và các hoạt động xúc tiến tại hội chợ du lịch JATA (tại Nhật Bản vào tháng 9) và Hội chợ WTM (tại London vào tháng 11), (3) phối hợp với các hãng hàng không triển khai các gói kích cầu, áp dụng cho các đường bay để cùng thu hút nhanh khách vào Việt Nam; tổ chức chương trình khảo sát tại Việt Nam cho hãng lữ hành, báo chí từ châu Âu, Hàn Quốc, Mỹ, (4) phát huy vai trò Cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài hỗ trợ kết nối lại doanh nghiệp du lịch Việt Nam với các đối tác nước ngoài sau khi bị gián đoạn bởi COVID-19, (5) đẩy mạnh hoạt động e-marketing, chuyển đổi số và tăng cường ứng dụng công nghệ để tiếp cận thị trường hiệu quả hơn.

(2) Giai đoạn trung hạn

- *Định hướng thị trường:* Tập trung nguồn lực đẩy mạnh công tác phát triển các thị trường trọng điểm. Xúc tiến các thị trường khách mới tiềm năng hoặc còn đang chiếm thị phần nhỏ nhưng có cơ hội mở rộng thị phần để đa dạng hóa, tạo thế cân bằng, ổn định các thị trường khách. Tập trung khai các thị trường gần, truyền thống, có mức tăng trưởng cao như Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan) và Đông Nam Á. Mở rộng thêm thị trường có nguồn khách lớn, mức chi tiêu cao, lưu trú dài ngày như Úc, Bắc Mỹ, Tây Âu, Bắc Âu; thị trường mới, có tiềm năng tăng trưởng: Ấn Độ, Trung Đông, Đông Âu.

Bên cạnh sản phẩm chủ đạo là nghỉ dưỡng biển cao cấp, du lịch khám phá di sản, văn hóa, thiên nhiên, đẩy mạnh thu hút một số phân khúc khách theo các loại hình chuyên đề như du lịch golf, MICE, chăm sóc sức khỏe, mạo hiểm.

- *Giải pháp xúc tiến, quảng bá du lịch:*

+ Tăng cường vai trò định hướng và điều phối công tác quảng bá, xúc tiến du lịch của cơ quan quản lý du lịch quốc gia.

+ Tập trung, huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực phục vụ quảng bá, xúc tiến du lịch, phát huy vai trò của Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch. Tăng cường kết nối và hợp tác công tư, thu hút tham gia của các địa phương, cộng đồng doanh nghiệp du lịch, các hãng hàng không triển khai đồng bộ các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch.

+ Đổi mới, đa dạng hóa các phương thức quảng bá, xúc tiến du lịch; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch.

+ Tạo thuận lợi cho khách du lịch về tiếp cận điểm đến, kết nối hàng không, thị thực, thủ tục xuất nhập cảnh; đẩy mạnh hợp tác, kết nối quốc tế trong các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch; tăng cường nghiên cứu, dự báo, định hướng phát triển thị trường...

+ Xây dựng, triển khai có hiệu quả Chiến lược Marketing du lịch Việt Nam đến năm 2030 phù hợp với bối cảnh mới sau dịch COVID-19. Xem xét, điều chỉnh định vị thương hiệu du lịch quốc gia Việt Nam.

+ Có phương án tháo gỡ khó khăn để hình thành văn phòng xúc tiến ở một số thị trường tiềm năng, tạo thuận lợi triển khai xúc tiến du lịch ở nước ngoài.

Cuối cùng, nhân dịp kỷ niệm 62 năm ngày truyền thống ngành Du lịch sắp đến, chúng ta hy vọng rằng ngành Du lịch sớm phục hồi, lấy lại đà tăng trưởng, phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn như kỳ vọng của Đảng, Quốc hội, Chính phủ và nhân dân.

Xin chúc quý vị đại biểu sức khỏe, hạnh phúc. Chúc Hội nghị thành công tốt đẹp. Xin trân trọng cảm ơn./.