

Du lịch Việt Nam: Tháo gỡ điểm nghẽn, nâng tầm giá trị

05:55 25/10/2026

Du lịch Việt Nam đang ghi nhận đà tăng trưởng tích cực, song để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, yêu cầu đặt ra không chỉ là thu hút thêm du khách mà còn phải gia tăng mức chi tiêu, kéo dài thời gian lưu trú và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Tăng lượng khách, nâng hiệu quả khai thác

Theo số liệu được công bố, tháng 9/2026, Việt Nam đón hơn 1,76 triệu lượt khách quốc tế, tăng 16,1% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 9 tháng, lượng khách quốc tế đạt hơn 17,68 triệu lượt, tăng 14,5%. Khách nội địa ước đạt 126 triệu lượt, trong khi tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 874 nghìn tỷ đồng, tăng 10%.

Trên thị trường quốc tế, Việt Nam tiếp tục được vinh danh tại Giải thưởng Du lịch thế giới. Trong bảng xếp hạng Chỉ số phát triển du lịch và lữ hành toàn cầu năm 2026 của Diễn đàn Kinh tế thế giới, Việt Nam tăng 7 bậc, lên vị trí 52/110 nền kinh tế.

Những kết quả này cho thấy sức hút của điểm đến Việt Nam được củng cố. Tuy nhiên, lượng khách tăng chưa đồng nghĩa với giá trị kinh tế được khai thác tương xứng. Nếu hành trình chủ yếu tập trung vào tham quan, lưu trú ngắn ngày và các dịch vụ cơ bản, dư địa gia tăng doanh thu vẫn chưa được tận dụng đầy đủ.



Tăng cường liên kết dịch vụ, phát triển sản phẩm đặc sắc và nâng cao trải nghiệm là những giải pháp giúp du lịch Việt Nam gia tăng giá trị kinh tế.

Vì vậy, phát triển sản phẩm đặc sắc gắn với văn hóa, ẩm thực, làng nghề, nghỉ dưỡng và giải trí ban đêm là hướng đi cần thiết để khuyến khích du khách kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu và quay trở lại.

Nghị quyết số 26-NQ/TW ngày 22/8/2026 của Bộ Chính trị đặt mục tiêu đến năm 2030, du lịch đóng góp trực tiếp 10–12% GDP, đón 45–50 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 160 triệu lượt khách nội địa và đạt tổng thu 80–90 tỷ USD. Để hiện thực hóa mục tiêu, tăng trưởng quy mô cần đi đôi với nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả khai thác tài nguyên.

Kết nối chuỗi giá trị, tạo sức bật dài hạn

Một trong những điểm nghẽn cần tháo gỡ là sự thiếu đồng bộ giữa các mắt xích trong chuỗi du lịch. Điểm đến hấp dẫn sẽ khó phát huy hết tiềm năng nếu giao thông bất tiện, dịch vụ chưa nhất quán hoặc sản phẩm thiếu khác biệt.

Việc kết nối hàng không, đường bộ, đường sắt với hệ thống lưu trú và lễ hành cần được cải thiện nhằm giảm thời gian di chuyển, chi phí phát sinh và nâng cao trải nghiệm. Cùng với đó, chất lượng nhân lực cần được chú trọng, đặc biệt về ngoại ngữ, kỹ năng nghề nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu của từng thị trường.

Liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, đơn vị vận chuyển, cơ sở sản xuất đặc sản, làng nghề và cộng đồng dân cư cũng cần được tăng cường. Khi các chủ thể cùng tham gia xây dựng sản phẩm, nguồn thu từ du lịch có thể lan tỏa rộng hơn, tạo thêm việc làm và thu nhập cho địa phương.

Bên cạnh đó, chuyển đổi số cần hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá đúng đối tượng, cá nhân hóa sản phẩm và đơn giản hóa quy trình đặt dịch vụ. Phát triển du lịch xanh, sử dụng hiệu quả tài nguyên và nâng cao chất lượng sản phẩm cũng là điều kiện để duy trì sức cạnh tranh lâu dài.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đang xây dựng dự thảo Nghị quyết của Quốc hội về một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển du lịch Việt Nam. Việc hoàn thiện chính sách cần gắn với những vướng mắc thực tế về hạ tầng, xúc tiến quảng bá và năng lực doanh nghiệp.

Trong giai đoạn tới, hiệu quả du lịch cần được đánh giá không chỉ qua lượng khách mà còn qua mức chi tiêu bình quân, thời gian lưu trú, mức độ hài lòng và đóng góp vào thu nhập địa phương. Khi mỗi hành trình tạo ra nhiều giá trị hơn, du lịch Việt Nam mới có thể phát huy lợi thế, nâng cao sức cạnh tranh và tiến gần mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Nam Sơn (t/h)