TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Du lịch từ con số 0 thành điểm đến hàng đầu thế giới

14:36 26/05/2021

Nhờ có những bước tiến dài cả về "lượng" và "chất", đạt được những kỳ tích về giải thưởng quốc tế, du lịch Việt Nam đã rút ngắn khoảng cách với thế giới. Từ con số 0 trên bản đồ du lịch quốc tế, Việt Nam giờ đây đã có thể đĩnh đạc sánh vai với các điểm đến hàng đầu châu Á và thế giới.

Kỳ tích khó tin

Cần phải nhắc đến sự thay đổi về cả lượng và chất để thấy đạt được vị thế như ngày hôm nay, du lịch Việt Nam đã trải qua những bước thăng trầm không hề đơn giản.



Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn.

Vào năm 1990, Việt Nam chỉ đón được 250 nghìn lượt khách quốc tế, 20 năm sau (năm 2010) mới đạt mốc 5 triệu lượt (dù cũng tăng 20 lần).

Trong khi Việt Nam vẫn còn lẹt đẹt đón vài trăm nghìn lượt khách quốc tế thì Thái Lan, quốc gia láng giềng vốn không có nhiều lợi thế về tài nguyên thiên nhiên nhưng đã vươn trở thành một cường quốc về du lịch trong khu vực và thế giới với hàng triệu lượt khách quốc tế. Năm 2010, dù phải chịu tổn thất do ảnh hưởng của những bất ổn trong nước, song ngành du lịch xứ sở chùa Vàng vẫn đón hơn 9,5 triệu lượt khách quốc tế, cao gần gấp đôi Việt Nam. Còn lượng khách quốc tế đến các quốc gia khác trong khu vực ở thời điểm đó cũng vẫn là con số trong mơ của ngành du lịch Việt Nam. Năm 2010, Singapore đón khoảng 6 triệu khách, Malaysia đón hơn 10,2 triệu khách....

Xét về năng lực cạnh tranh, Việt Nam luôn bị xem là "chiếu dưới" so với nhiều quốc gia trong khu vực. Năm 2008, Việt Nam xếp thứ 97 trên tổng số 113 nước, trong khi Singapore xếp thứ 7, Malaysia xếp thứ 32.

Tuy nhiên, chỉ 9-10 năm sau, du lịch Việt Nam đã tiến một bước lớn, khiến thế giới phải "ngước nhìn". Năm 2019, lượng khách quốc tế đến đã đạt con số kỷ lục 18 triệu lượt, tăng 72 lần so với năm 1990. Trong đó, tốc độ tăng trưởng hàng năm liên tục đạt mức 2 con số. Đặc biệt là giai đoạn 2015- 2019 đạt trung bình 22,7%/ năm và được Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO) xếp vào hàng tăng trưởng cao nhất trên thế giới.



Cau Vang Sun World Ba Na Hills.

Bên cạnh đó, du lịch nội địa cũng tăng trưởng chóng mặt. Nếu như lượng khách trong nước năm 1990 chỉ đạt 1 triệu lượt thì năm 2019 đã tăng lên 85 triệu lượt (gấp 85 lần).

Báo cáo năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu năm 2019 cũng cho thấy, năng lực cạnh tranh du lịch Việt Nam đã cải thiện đáng kể, từ hạng 97/113 lên hạng 63/140 so với năm 2008.

Đáng chú ý là trong khoảng 10 năm trở lại đây, các thương hiệu du lịch, bất động sản nghỉ dưỡng lớn của các nhà đầu tư trong nước như: Sun Group, Vingroup... đã làm thay đổi một cách rõ nét hình hài và vị thế du lịch Việt Nam.



InterContinental Đà Nẵng Sun Peninsula Resort.

Còn nhớ, năm 2014, lần đầu tiên Khu nghỉ dưỡng Intercontinental Danang Sun Peninsula được Tổ chức Du lịch thế giới (World Travel Awards) bình chọn là "Khu nghỉ dưỡng sang trọng hàng đầu thế giới". Lúc đó, chưa bao giờ Du lịch Việt Nam đạt được danh hiệu nào danh giá như thế. Lập tức, sự kiện này lọt vào danh sách đề cử 10 sự kiện Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2014 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

Thế nhưng những năm gần đây, các điểm đến, khách sạn, công ty lữ hành, hãng hàng không... của Việt Nam liên tiếp đạt những giải thưởng, danh hiệu danh giá của các tổ chức uy tín, nổi tiếng trên thế giới. Ngay cả khi đại dịch Covid-19 tấn công làm suy yếu du lịch toàn cầu, cái tên Việt Nam vẫn được thế giới vinh danh trên trường quốc tế.

Lợi thế thu hút khách quốc tế

Năm 2020 và đầu năm 2021, đại dịch Covid-19 đã làm cả thế giới điêu đứng, du lịch nhiều nơi gần như "đóng băng" nhưng du lịch Việt Nam vẫn đạt được những

kết quả nhất định nhờ khống chế dịch rất tốt. Chưa mở cửa du lịch quốc tế nhưng du lịch nội địa vẫn tăng trưởng trong điều kiện dịch hết sức khó khăn. Đặc biệt hơn, Việt Nam vẫn nhận hàng loạt giải thưởng và đứng đầu trong các bảng xếp hạng về du lịch. Việt Nam đã có một mùa bội thu tại Giải thưởng du lịch thế giới 2020: Năm thứ 2 liên tiếp Việt Nam là "Điểm đến di sản hàng đầu thế giới"; InterContinental Danang Sun Peninsula đạt giải thưởng "Khu nghỉ dưỡng thân thiện với môi trường hàng đầu Thế giới 2020", M-Gallery Sapa (Lào Cai) là "Khách sạn biểu tượng hàng đầu thế giới", Sun World Fansipan Legend (Lào Cai) là "Điểm du lịch văn hóa hàng đầu thế giới", Sân bay quốc tế Vân Đồn là "Sân bay khu vực hàng đầu thế giới". Hà Giang, Quảng Ninh, Ninh Bình, Quảng Bình và Bình Định cũng nằm trong danh sách 20 điểm đến hàng đầu thế giới 2020.



Sun World Fansipan Legend.

Vài năm trở lại đây, Việt Nam liên tục được cộng đồng quốc tế vinh danh vì sở hữu những công trình du lịch độc đáo nổi danh như: Cầu Vàng, Khu nghỉ dưỡng Intercontinental Danang Sun Peninsula (Đà Nẵng), JW Marriott Phu Quoc... Mới đây, hãng CNBC (Mỹ) bình chọn khu vực biển miền Trung của Việt Nam vào top 7 nơi an toàn đáng đến sau đại dịch Covid-19. Sự kiện Cầu Vàng của Khu du lịch Sun World Ba Na Hills (Đà Nẵng) được tờ The Daily Mail bình chọn là Kỳ quan mới của thế giới không chỉ là niềm tự hào lớn, mà còn là chỉ dấu rõ ràng cho thấy tên tuổi Việt Nam ngày càng rạng danh trên bản đồ du lịch quốc tế. Tháng 3 năm nay, Việt Nam lọt top 10 thị trường hàng không lớn nhất thế giới theo dữ liệu do Công ty phân tích Hàng không OAG (Anh) công bố.

Những danh hiệu quốc tế nói trên không những khẳng định vị thế hàng đầu của Du lịch Việt Nam trong khu vực, ngày nay đã sánh ngang với các cường quốc trong khu vực và thế giới, mà còn là lợi thế cạnh tranh trong cuộc đua hút khách quốc tế hậu Covid-19.

Đồng thời, những danh hiệu này cũng đã thêm một lần nữa cho thấy tầm nhìn và những nỗ lực sáng tạo của các nhà đầu tư chiến lược tiên phong như Sun Group trong việc kiến tạo những công trình biểu tượng, đem đến những trải nghiệm du lịch mới mẻ, ấn tượng cho du khách, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh cho du lịch Việt Nam trong giai đoạn hội nhập. Từ đó, tạo tiền đề vững chắc cho cho sự bứt tốc, thăng hoa, phát triển bền vững của Du lịch Việt Nam trong tương lai, trước mắt là đón đầu xu hướng phát triển trong trạng thái bình thường mới sau đại dịch Covid-19.

Thảo Phương