

DU LỊCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, NGUỒN LỢI C VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN

NGUYỄN LAN HỒNG NG

TÓM TẮT

Với những thuận lợi về vị trí địa lý, cơ sở hạ tầng, văn hóa và nhân lực, du lịch TP HCM đã có những đóng góp quan trọng trong sự phát triển của du lịch Việt Nam. Bài viết phân tích các nguồn lợi cần nên sự phát triển, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp để mở rộng sự phát triển bền vững của du lịch TP HCM.

TP HCM có những lợi thế về vị trí địa lý, khí hậu, là trung tâm văn hóa, giáo dục, thương mại, giao thông của các nước nên đã trở thành một trung tâm thành phố đi đầu trong du lịch Việt Nam. Trong giai đoạn 2006-2011, Thành phố đã đón khoảng 60% lượng khách quốc tế đến Việt Nam. Doanh thu du lịch của Thành phố chiếm 43% doanh thu du lịch của nước và đóng góp 11% vào GDP của Thành phố (Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, 2011).

1. THỰC TRẠNG CÁC NGUỒN LỢI C TỐ NÊN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

1.1. Tài nguyên du lịch

TP HCM nằm ở tọa độ địa lý 10°22'13"-11°22'17" vĩ độ Bắc và 106°01'25"-107°01'10" kinh độ Đông, phía Bắc giáp Tây Ninh, Bình Dương, phía đông giáp

Đồng Nai, phía Nam giáp biển Đông và Tiền Giang, phía Tây giáp Long An. Vị trí này là một trong những ưu thế giúp Thành phố trở thành trung tâm trung chuyển giữa các tỉnh trong vùng và kết nối vùng với thế giới.

Khí hậu Thành phố có hai mùa rõ rệt. Mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 11. Mùa khô từ tháng 12 đến tháng 4 năm sau. Thành phố thuộc vùng không có gió bão. Nhiệt độ trung bình năm 27,55°C. Đây là khí hậu lý tưởng để khai thác du lịch quanh năm.

Thành phố có hàng trăm sông ngòi, kênh rạch; có rừng ngập mặn Cần Giờ với 15km bờ biển và 69 cù lao lớn nhỏ chia thành các hệ sinh thái mang tính đa dạng sinh học cao; có vườn cò Thủ Đức mà lúc cao điểm lên tới 2.000 con, v.v. Tuy nhiên, có nhiều do đầu tư phát triển và quản lý bất hợp lý mà những tài nguyên thiên nhiên này vẫn chưa thực sự thu hút được du khách trong và ngoài nước.

Bên cạnh các địa điểm du lịch thiên nhiên, Thành phố đã kết hợp với các nhà đầu tư xây dựng những công viên, khu sinh thái như Thảo Cầm Viên, Suối Tiên, Công viên Văn hóa Đầm Sen, Khu Du lịch Bình Quới - Thanh Đa, Khu Du lịch Văn Thánh. Tuy số lượng công viên và khu sinh thái của Thành phố nhiều hơn nhiều nước nhưng do số cũ kỹ, thiếu đầu tư cải tạo nên theo xu hướng mới nên các công viên và khu sinh thái tuy vẫn hấp dẫn đối với du khách các tỉnh nhưng đã trở nên nhàm chán đối với

Nguyễn Lan Hồng. Thực sĩ. Trung tâm Nghiên cứu Kinh tế Viện Khoa học Xã hội vùng Nam Bộ. Nghiên cứu sinh Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

người dân Thành phố và cũng không hợp đồng đi với khách du lịch quốc tế.

Cùng với Địa đạo Củ Chi, hàng nghìn ngôi chùa, các công trình kiến trúc tôn giáo như nhà thờ Đức Bà và chùa Ngọc Hoàng, các kiến trúc công cộng trước thời điểm năm 1970 như Chợ Bến Thành, Ủy ban Nhân dân Thành phố, Dinh Độc Lập, và các công trình kiến trúc hiện đại như khu đô thị Phú Mỹ Hưng, hầm Thủ Thiêm, tháp Tài chính, v.v. đang là những điểm đến yêu thích của du khách trong và ngoài nước.

Biểu đồ 1 cho thấy trong 8 thành phố thì lượng khách trả lời “mất trong những lý do khiến khách nước ngoài đến du lịch TPHCM vì phong cảnh đẹp” chỉ chiếm 32,9%, cao hơn Đà Nẵng và thấp hơn 6 tỉnh thành đứng đầu nghiên cứu. Như vậy, cảnh quan không phải là một trong các du lịch Thành phố.

Bên cạnh việc thăm viếng cảnh quan thiên nhiên và các công trình văn hóa thì sở thích mua sắm các trung tâm mua sắm cao cấp như Vincom, Diamond Plaza, Parkson Plaza; hàng siêu thị như Coopmart, Big C; hàng chợ bình dân và khám phá các quận huyện; hàng các cửa hàng thời trang, đồ lưu niệm và trải nghiệm các cung đường; các

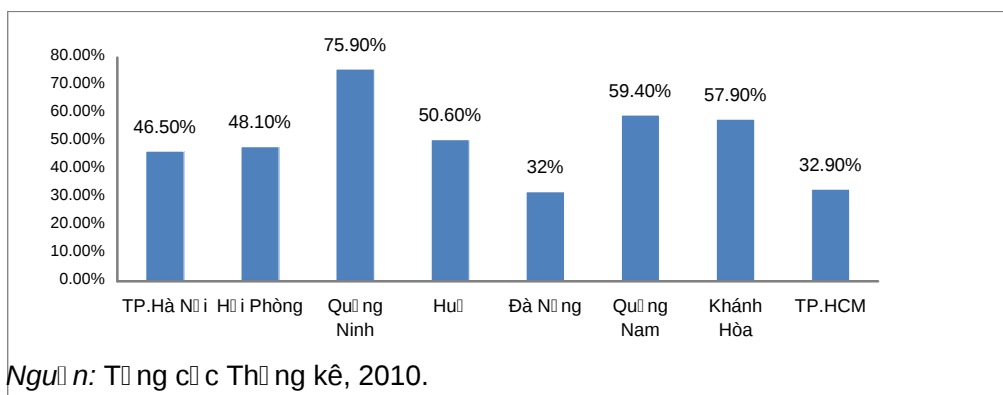
phòng trà ca nhạc, quán bar, vũ trường, sân khấu; hàng các nhà hàng, quán ăn... đã làm thỏa mãn nhu cầu mua sắm và vui chơi giải trí của khách du lịch đến Thành phố.

Đặc biệt thêm những điểm như văn hóa cho riêng mình, chính quyền Thành phố đã tổ chức các chương trình giao lưu văn hóa như Ngày hội Du lịch, Lễ hội Trái cây Nam Bộ, Liên hoan Món ngon các nước; Chương trình “Thành phố Hồ Chí Minh - 100 điểm thú vị”, Đường hoa Nguyễn Huệ. Điểm đáng tiếc đối với du lịch Thành phố là mức độ có 52/54 dân tộc của Việt Nam đang cư trú tại đây, hàng du lịch Thành phố vẫn chưa đầu tư, khai thác hiệu quả sự phong phú và đa dạng của các loại hình, cũng như các công trình kiến trúc, phong tục tập quán, văn hóa đặc trưng của các dân tộc.

1.2. Nhân lực du lịch

Theo hàng kê của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TPHCM, năm 2009, số cán bộ, nhân viên có trình độ đại học của du lịch Thành phố là 7.425 người, chiếm 21,63% lao động trong ngành du lịch của Thành phố. Trong đó có khoảng 825 người được đào tạo chuyên ngành du lịch.

Biểu đồ 1. Tỷ lệ khách quốc tế đánh giá tốt về phong cảnh đẹp tại địa phương



Đến cuối năm 2010, trong khi Hà Nội có 1.534 hộ kinh doanh đăng ký hoạt động thì Thành phố có 1.650 hộ kinh doanh đăng ký hoạt động. Tuy nhiên, theo điều tra mới đây của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP HCM thì hơn 70% các doanh nghiệp trong ngành du lịch của Thành phố thiếu hụt lao động chất lượng cao. 30% doanh nghiệp cho rằng nguồn nhân lực là nguyên nhân làm giảm sút tính cạnh tranh của ngành du lịch Thành phố.

1.3. Các số liệu tổng hợp du lịch

Năm 2001, toàn Thành phố có 187 doanh nghiệp đăng ký hoạt động thì đến năm 2010 đã tăng thêm thành 655 doanh nghiệp. Trong đó ngành du lịch là 337 doanh nghiệp (chiếm 42,1% so với tổng số) và ngành khác là 318 doanh nghiệp (chiếm 38%) (Nguyễn Cao Trí, 2011). Trong 20 doanh nghiệp đăng ký hoạt động du lịch tại Thành phố năm 2011 thì đã có đến 7 doanh nghiệp đăng ký hoạt động và 5 doanh nghiệp đăng ký hoạt động đóng tại Thành phố.

Việc Thành phố đến đầu tư các số liệu doanh nghiệp đăng ký hoạt động, đến với số doanh nghiệp đăng ký hoạt động hàng năm cũng với số lượng khách du lịch đến Thành phố hàng năm lên tới trên 60% lượng khách đến Việt Nam đã nói lên

chất lượng và khả năng phục vụ của các doanh nghiệp tại Thành phố.

Để phục vụ đến các khách du lịch đồng thời, các doanh nghiệp Thành phố đã đầu tư rất nhiều vào cơ sở lưu trú (Xem Bảng 1).

Số liệu thống kê cho thấy số cơ sở lưu trú và số buồng lưu trú của TP HCM luôn đến đầu tiên và là hơn 45% so với Hà Nội (Hà Nội là thành phố có năng lực lưu trú đến nhì các nước).

Để thỏa mãn nhu cầu lưu trú của mọi loại khách, các doanh nghiệp Thành phố đã xây dựng hệ thống khách sạn từ 1 đến 5 sao như một loạt các (Xem Bảng 2).

Mặc dù tình hình số lượng khách đến TP HCM đến sau Hà Nội nhưng khả năng cung cấp phòng tại các khách sạn đến Hà Nội từ 0,7 đến 10 lần. Trong danh sách khách sạn 4 và 5 sao được giới thiệu du lịch Việt Nam thì đã có trên 50% đóng tại TP HCM. Số liệu trên đã thể hiện sự đi đầu và chất lượng cũng như số lượng trong cơ sở vật chất du lịch của Thành phố.

Các khách sạn lớn như Renaissance Riverside, Ommi, Legend, Sofitel Plaza, Saigon Prince, New World, Sheraton, Hyatt Park... đều có hệ thống phòng toàn cầu, trang thiết bị hiện đại, dịch vụ phong phú, đa dạng, có khả năng tiếp cận nhiều loại hình, loại hình. Tuy nhiên, hạn chế

Bảng 1. Các số liệu lưu trú – Buồng lưu trú của Việt Nam và TP HCM giai đoạn 2005-2008

Năm	Các số liệu lưu trú			Buồng lưu trú của các nước		
	Các nước	TP HCM	Hà Nội	Các nước	TP HCM	Hà Nội
2005	7.603	641	352	150.105	18.323	10.281
2006	8.516	641	352	150.105	18.323	10.281
2007	9.633	980	643	189.436	25.000	13.392
2008	10.638	1.350	779	205.979	32.500	17.360

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, 2012.

Bảng 2. Khách sạn của TPHCM và các năm từ năm 2008

Hạng khách sạn	Số khách sạn			Số buồng khách sạn		
	Cấp 1 sao	TPHCM	Hà Nội	Cấp 1 sao	TPHCM	Hà Nội
Khách sạn 5 sao	31	13	9	8.196	3.972	2.829
Khách sạn 4 sao	90	8	6	10.950	1.260	113
Khách sạn 3 sao	175	32	21	12.524	2.466	1.782
Số khách sạn từ 3 đến 5 sao	296	53	36	31.670	7.698	4.724
Số khách sạn 1 đến 2 sao và chung cư phân lô	10.104	935	176	175.344	17.353	4.128
Tổng số	10.400	988	212	207.014	25.051	8.852

Nguồn: Viện Nghiên cứu phát triển du lịch, 2012; Tổng cục Du lịch, 2011.

các khách sạn này đều có vốn của các tập đoàn nội địa như Accor của Pháp, Metric của Singapore, Norfolk của Australia, v.v.

Đối với khách sạn từ 3 sao trở xuống, cách đây 4 đến 5 năm thì chủ đầu tư mới đầu tư, mở khách sạn có trang thiết bị lâu đời, dịch vụ và phong cách phục vụ chưa tốt. Tuy nhiên, vài năm trở lại đây khách sạn 3 sao của Thành phố đã có nhiều chuyển biến.

Bên cạnh hệ thống khách sạn được xếp loại thì hệ thống khách sạn chưa xếp loại hoạt động nhiều hơn nữa. Chủ đầu tư đầu tư phong phú, giá cả đa dạng. Tuy nhiên hệ thống đặt phòng qua mạng chưa thể phát triển.

1.4. Giao thông vận tải

Nhờ đầu tư kiên trì nên thu hút được và hệ thống sân bay, đường sắt, đường thủy, đường bộ phát triển nên Thành phố trở thành đầu mối giao thông của miền Nam và là một trong hai thành phố có lượng khách quốc tế trung chuyển lớn nhất nước.

Giao thông đường không. Thành phố có sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất là phi trường lớn nhất Việt Nam và có diện tích và công suất nhà ga. Tuy nhiên, so với các

sân bay quốc tế trong khu vực thì sân bay Tân Sơn Nhất vẫn còn nhiều yếu kém. Hệ thống cơ sở vật chất của sân bay tuy đã được đầu tư nâng cấp hiện đại hóa nhưng chưa đồng bộ và ngày càng xuống cấp; trình độ và tính kỹ thuật của bộ phận không còn yếu nên ảnh hưởng đến sự an toàn của các chuyến bay; số lượng nhân công tác nghiệp quá đông khách đã làm cho Sân bay Tân Sơn Nhất chưa tạo được ấn tượng tốt trong lòng du khách.

Giao thông đường sắt. Thành phố có hệ thống đường sắt kết nối giao thông từ Nam ra Bắc. Trong Thành phố có hai nhà ga chính là Sóng Thần, Sài Gòn và một số nhà ga nhỏ như Thủ Đức, Bình Triệu. Thời gian là vậy, nhưng do hệ thống đường sắt cũ kỹ, không được nâng cấp (không gian đường chẹt hẹp, trang thiết bị cũ kỹ, đầu tư kinh phí sinh hoạt nhỏ), thời gian di chuyển lâu, giá thành cao v.v. đã làm cho phương tiện đường sắt không thể thu hút khách du lịch. Hiện tại, giao thông đường sắt TPHCM chỉ chuyên chở khoảng 0,6% hành khách.

Giao thông đường bộ. Thành phố có 6 bến xe khách liên tỉnh được phân bố các cửa ngõ ra vào. Hiện nay, doanh thu vận

chuyên hành khách bằng đường bộ đang chiếm 99% lượng khách vận chuyển của các phương tiện. Tuy nhiên, cũng như nhiều tỉnh thành trong cả nước, số lượng phương tiện xe, tình trạng sang khách, đón khách bằng biển đang là vấn đề lớn của ngành giao thông vận tải.

Hệ thống đường bộ của Thành phố có nhiều cải tiến trong những năm gần đây. Ví dụ, hệ thống tín hiệu, bằng báo, camera và các chương trình điều tiết giao thông đang ngày càng phát huy tác dụng trong điều hành giao thông. Tuy nhiên với mặt đông dân số đông, số tầng tầng dân số nhanh, công tác quy hoạch yếu thì đường như hệ thống đường bộ đang phải chịu quá tải. Hiện tượng tắc nghẽn giao thông hàng giờ tại khu vực nội thành và các tuyến đường quốc lộ chính đang là vấn đề bức xúc không chỉ cho ngành du lịch mà còn người dân Thành phố. Để giải quyết vấn đề giao thông đô thị, Thành phố đang đầu tư cho hệ thống giao thông công cộng như mạng lưới xe buýt, đường sắt đô thị ngầm.

1.5. Vận

Theo Niên giám thống kê Việt Nam và TPHCM, trong khi tổng vận tải của cả nước năm 2010 là 830.278 tỷ tấn thì vận tải xây dựng của bên của Thành phố gần 142.101 tỷ tấn, bằng 17,1% cả nước. Trong khi cả nước có tỷ lệ huy động vận tải biển của các doanh nghiệp ngoài nhà nước là 35,2% thì Thành phố lại có tỷ lệ huy động đến 43,4%. Điều này với vận tải nước ngoài thì tỷ lệ huy động cũng xấp xỉ so với cả nước, hơn 18%.

Như vậy, lượng vận tải thu hút đầu tư nhiều nhất nước đã cho thấy tiềm năng và vị trí của Thành phố. Tỷ lệ vận tải của các

loại hình doanh nghiệp của Thành phố đã cho thấy thế cạnh tranh là kinh tế Thành phố không bị lệ thuộc bởi các nhà đầu tư nước ngoài và cũng không phụ thuộc nhiều vào ngân sách quốc gia. Tuy nhiên, đối với ngành du lịch thì đường như các nhà đầu tư nội địa cũng không thể hiện được rõ sức mạnh và vị trí của mình. Hơn hết các khách sạn 4 và 5 sao của Thành phố đầu tư các tập đoàn lớn của nước ngoài. Điều này tuy nói lên được sức hấp dẫn của du lịch Thành phố nhưng cũng thể hiện khả năng hạn chế của các doanh nghiệp nội địa. Các khách sạn 3 sao thì đa số có sự tham gia của phần của Nhà nước. Các doanh nghiệp ngoài nhà nước mới chỉ giữ vai trò nhỏ trong hệ thống nhà nghỉ và khách sạn từ 3 sao trở xuống.

Như vậy, phân tích nguồn lực phát triển du lịch TPHCM đã cho thấy Thành phố đang có rất nhiều lợi thế để phát triển du lịch. Tuy nhiên, hạn chế các lợi thế này đều dựa trên tính thiêu thốn định và chưa đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của du lịch trong tương lai.

2. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH CỦA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

2.1. Lượng khách đến TPHCM

Với những lợi thế được nêu, Thành phố hiện đang thu hút lượng khách quốc tế nhiều nhất nước (Xem Bảng 3).

Mặc dù số lượng khách vận tải tăng hàng năm và tình trạng khách quốc tế đến Thành phố luôn chiếm hơn 57% của cả nước, nhưng số tầng tầng lượng khách của Thành phố chậm hơn so với cả nước. Trong giai đoạn 2005-2011, du khách quốc tế của cả nước tăng trung bình 10,54% trong khi Thành phố chỉ tăng trung bình 10,09%. Như những năm

2009 lượng du khách đến TPHCM chiếm 70% của tổng khách đến năm 2011 chỉ chiếm 58,2% của tổng khách. Số suất giảm này báo hiệu sự sụt giảm về vị trí của TP HCM trong phát triển du lịch nhưng cũng là dấu hiệu của tình hình báo về sự mất dần vị trí của TP HCM nếu không tìm ra được cách “vượt hập độn du lịch” được thù (Xem Bảng 4).

Khách nội địa đến TPHCM chiếm 22,68% của tổng khách và mức tăng trưởng bình quân là 17,52% đã cho thấy sự hập độn của TP HCM. Tuy nhiên nếu so sánh với

lượng khách của Hà Nội và tốc độ tăng trưởng của Hà Nội thì khả năng thu hút khách nội địa của TP HCM có phần yếu hơn. Tuy nhiên, cũng phải lưu ý rằng với vai trò là Thủ đô, là trung tâm chính trị của đất nước, Hà Nội sẽ có nhiều lợi thế hơn TP HCM trong việc thu hút khách du lịch hập độn.

Lượng khách đa dạng, phong phú, cùng với lượng khách có thu nhập cao chiếm tỷ trọng lớn đã góp phần thúc ép các doanh nghiệp du lịch TP HCM nâng cao chất

Bảng 3. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam và TPHCM giai đoạn 2005-2011

Năm	Lượng khách đến Việt Nam (triệu người)	Tốc độ tăng trưởng khách đến Việt Nam (%)	Lượng khách đến TPHCM (triệu người)	Tốc độ tăng trưởng khách đến TPHCM (%)	Tốc độ khách đến TPHCM so với khách đến Việt Nam (%)
2005	3,48		2,00		57,51
2006	3,58	3,05	2,35	17,50	65,58
2007	4,23	18,03	2,70	14,89	63,84
2008	4,24	0,15	2,80	3,70	66,10
2009	3,77	-10,94	2,66	-5,00	70,51
2010	5,05	33,86	3,10	16,54	61,39
2011	6,01	19,09	3,50	12,90	58,20
Tăng trưởng bình quân (%)		10,54		10,09	

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2012) và tính toán của tác giả.

Bảng 4. Lượng khách nội địa của Việt Nam và TPHCM giai đoạn 2005-2009

Năm	Lượng khách đến Việt Nam (triệu người)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Lượng khách đến Hà Nội (triệu người)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Lượng khách đến TPHCM (triệu người)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Tốc độ lượng khách của TPHCM so với tổng khách (%)
2005	16,0		4,23		3,00		18,75
2006	17,5	9,38	4,90	15,83	3,80	26,67	21,71
2007	19,2	9,71	5,40	10,20	4,55	19,74	23,70
2008	20,5	6,77	7,67	42,03	5,40	18,68	26,34
2009	25,0	21,95	9,20	19,95	5,67	5,00	22,68
Tăng trưởng bình quân (%)		11,95		22,07		17,52	

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2012) và tính toán của tác giả.

lĩnh vực đáp ứng nhu cầu. Chất lượng dịch vụ của du lịch Thành phố luôn là điểm mạnh để so sánh với dịch vụ du lịch của các tỉnh thành. Có lẽ đó cũng là lý do mà trong 10 doanh nghiệp hành tốt nhất của Việt Nam thì đã có 7 doanh nghiệp thuộc về Thành phố.

2.2. Thu nhập du lịch của TPHCM

Hàng năm Thành phố đón trên 60% lượng khách quốc tế và 23% lượng khách nội địa của Việt Nam. Hà Nội chỉ đón gần 32% lượng khách quốc tế và 32% lượng khách nội địa. Tổng hợp năm 2009, thu nhập từ du lịch của Thành phố là 70.000 tỷ đồng sau Hà Nội và tiếp tục tăng trưởng bình quân của thu nhập từ du lịch Thành phố cũng thấp hơn Hà Nội và các nước. Phải chăng khả năng kích thích khách tiêu xài của Thành

phố kém hơn Hà Nội hay Thành phố đang bỏ quên mặt nguồn thu lớn từ nhu cầu đồng đô của du lịch nội địa?

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê năm 2010, nghiên cứu trên 9.287 lượt khách quốc tế tới 13 tỉnh thành có du lịch phát triển của Việt Nam, chi tiêu để thuê phòng bình quân mỗi ngày ở Thành phố rõ hơn Hà Nội, trong khi các khoản chi để mua sắm, vui chơi, tham quan, ăn uống trong mỗi ngày lại nhỉnh hơn Hà Nội. Điều đó chứng tỏ việc quản lý với khách quốc tế thì Thành phố vẫn có sự hấp dẫn chi tiêu hơn Hà Nội. Ngược lại, sự thua kém về thu nhập của Thành phố so với Hà Nội rất có thể bắt nguồn từ sự thua kém với lượng khách nội địa mặc dù chi tiêu bình quân của khách nội địa khá cao (Xem Bảng 5, Bảng 6).

Bảng 5. Thu nhập du lịch của Việt Nam và TPHCM giai đoạn 2005-2009, tỷ đồng

Năm	Thu nhập du lịch của Việt Nam	Tăng trưởng của Việt Nam (%)	Thu nhập du lịch của Hà Nội	Tăng trưởng của Hà Nội (%)	Thu nhập du lịch của TPHCM	Tăng trưởng của TPHCM (%)	Tỷ lệ thu nhập của TPHCM so với Việt Nam (%)
2005	30.000		11.248		13.350		44,50
2006	51.000	70,00	13.950	24,02	16.200	21,35	31,76
2007	56.000	9,80	15.000	7,53	24.000	48,15	42,86
2008	64.000	14,29	23.800	58,67	31.000	29,17	48,44
2009	70.000	9,38	31.000	30,25	30.000	-3,23	42,86
Tăng trưởng bình quân (%)		25,87		30,12		23,86	

Nguồn: Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2012) và tính toán của tác giả.

Bảng 6. Chi tiêu bình quân mỗi ngày khách du lịch quốc tế xếp theo khoản chi, USD

Bình quân chung	Tổng số	Thuê phòng	Ăn uống	Đi lại tại Việt Nam	Tham quan	Mua hàng	Vui chơi	Y tế	Chi khác
Hà Nội	155,8	57,1	28,5	27	8	25,7	5	0,3	4,4
Đà Nẵng	110,29	32,16	22,39	28,65	5,11	14,64	1,98	1,02	4,34
Quảng Nam	134,31	30,84	23,79	10,77	12,8	43,2	6,57	3,51	2,82
TPHCM	145,89	47,53	29,98	13,14	9,28	27,24	5,08	1,34	12,29

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2010.

Bên cạnh những kê chung đã cho thấy có nhiều do sự phong phú về chủng loại phòng mà chi phí cho thuê phòng ở TPHCM khá cao. Cho thấy hiện nay so với Hà Nội những loại hình hiện nay so với các tỉnh đồng bằng nghiên cứu. Chi phí đi lại ở Thành phố khá rẻ. Chi phí mua hàng tuy cao nhưng lại thấp hơn nhiều so với Quảng Nam. Thành phố cần tìm hiểu thêm hoạt động mua sắm của khách du lịch khi đến Quảng Nam để tìm ra bài học cho mình. Theo quan điểm của các chuyên gia du lịch, hoạt động mua hàng của khách không những đóng góp vào nguồn thu của quốc gia mà còn là công cụ tiếp thị hàng hóa, tiếp thị du lịch rất mạnh mẽ.

Như vậy, các phân tích trên đã cho thấy du lịch TPHCM đang giữ vai trò then chốt trong sự phát triển của du lịch Việt Nam. Tuy nhiên kết quả trên cũng cho thấy Thành phố đang mất dần lợi thế và đang dần bị quên nguồn thu lớn từ lợi nhuận khách nội địa, Thành phố cần xây dựng những sản phẩm du lịch đặc thù và tìm hiểu thêm về hoạt động mua sắm của khách du lịch tại các tỉnh thành.

KẾT LUẬN

Đặc biệt hơn bất kỳ những lợi thế về địa vị kinh tế nhiên, về nguồn nhân lực, về vốn và kết cấu hạ tầng, du lịch TPHCM đã và đang giữ vai trò then chốt trong sự phát triển của du lịch Việt Nam. Tuy nhiên để du lịch Thành phố phát triển bền vững thì Thành

phố phải quan tâm đến các vấn đề như đầu tư xây dựng mới và đầu tư nâng cấp các tài nguyên du lịch hiện có; xây dựng vật tư phục vụ du lịch đặc thù; nâng cao chất lượng và số lượng nhân lực du lịch; xây dựng cơ chế thu hút vốn đầu tư hiệu quả của môi trường thành phố kinh tế đặc biệt là kinh tế ngoài nhà nước; đầu tư, sắp xếp, nâng cấp cơ sở hạ tầng giao thông vận tải; hình thành các mô hình mua sắm hiệu quả. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh. 2012. *Niên giám thống kê*. www.pso.hochiminhcity.gov.vn.
2. Nguyễn Cao Trí. 2011. *Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch TPHCM đến năm 2020*. Trường Đại học Kinh tế.
3. Tổng cục Thống kê. 2010. *Kết quả điều tra chi tiêu của khách du lịch năm 2009*. www.gso.gov.vn.
4. Tổng cục Thống kê. 2012. *Niên giám thống kê*. www.gso.gov.vn.
5. Tổng cục Du lịch. 2011. *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*. www.itdr.org.vn.
6. Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch. 2012. <http://www.itdr.org.vn>.
7. World Economic Forum. 2011. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. www.weforum.org.
8. www.hochiminhcity.gov.vn/.