

VÀI NÉT VỀ DU LỊCH TÂY BAN NHA

Nguyễn Như Đền
Viện Nghiên cứu Châu Âu

Sau hơn ba thập kỷ, kể từ khi chuyển đổi từ chế độ độc tài sang thể chế dân chủ, kinh tế Tây Ban Nha đã có những chuyển biến rất đáng kể. Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Tây Ban Nha tăng 3,9% năm 2006, mức cao nhất kể từ năm 2001, khoảng 899 tỷ Euro. Tây Ban Nha đã trở thành nền kinh tế lớn thứ 7 trong Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD). Mức tăng trưởng GDP cao và duy trì liên tục trong những năm gần đây của Tây Ban Nha so với các nước trong EU là rất đáng chú ý trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động. Có được kết quả trên do nhiều nguyên nhân, trong đó phải kể đến vai trò của du lịch. Du lịch nội địa đã và đang là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy kinh tế Tây Ban Nha tăng trưởng. Bài viết sẽ giới thiệu vài nét về ngành kinh tế rất đáng chú ý này của Tây Ban Nha.

1. Đóng góp của du lịch đối với nền kinh tế

1.1 Du lịch góp phần đáng kể vào tăng trưởng kinh tế

Du lịch ở Tây Ban Nha được coi là một ngành kinh tế và bắt đầu phát triển mạnh từ những năm 1960 của thế kỷ trước. Vào giai

đoạn trước đó, du lịch cũng có những đóng góp quan trọng cho nền kinh tế, tuy nhiên, do bối cảnh đất nước Tây Ban Nha luôn có những bất ổn về kinh tế - chính trị nên du lịch chưa trở thành một ngành kinh tế trọng yếu như hiện nay.

Đất nước có khoảng 44,7 triệu người (dựa trên số liệu tại cơ quan đăng ký tạm trú tại các thành phố), nhưng hàng năm Tây Ban Nha thu hút khoảng trên 50 triệu lượt khách du lịch. Năm 2006, Tây Ban Nha đón hơn 58,5 triệu lượt khách du lịch, tăng 4,5% so với năm 2005¹. Đặc biệt, năm 2007 con số này là 59,2 triệu, tăng 1,2% so với năm 2006. Nếu tính theo con số thống kê trung bình, mỗi khách du lịch quốc tế đến Tây Ban Nha chi tiêu khoảng 830 Euro thì doanh thu xuất khẩu tại chỗ khoảng 50 tỷ Euro. Khoản thu từ du lịch là một trong những nguồn thu chính giúp Tây Ban Nha cân đối ngân sách nhà nước², và đóng góp khoảng 12% tổng sản phẩm quốc nội³. Tây Ban Nha cũng là

¹ <http://www.moi.gov.vn/news/Detail.asp?Sub=31&id=26863> tải ngày 19/04/2008.

² <http://www.vietnamtourism.com.vn/news/detail/92/10392/> tải ngày 19/04/2008.

³ <http://www.nld.com.vn/tintuc/the-gioi/63280.asp> tải ngày 19/04/2008.

nước đứng thứ hai trên thế giới về lĩnh vực du lịch.

1.2. Một số hình thức du lịch cơ bản ở Tây Ban Nha

Du lịch Tây Ban Nha đang có những bước phát triển rất mạnh mẽ trong những năm gần đây. Lượng khách du lịch đến Tây Ban Nha ngày càng tăng và Tây Ban Nha đang dần trở thành điểm đến phổ biến trong các kỳ nghỉ hè của các du khách, đặc biệt là du khách từ Anh, Pháp, Đức và khu vực Scandinavia. Du lịch ở Tây Ban Nha được xúc tiến dưới nhiều hình thức khác nhau, nhưng chủ yếu là tiếp thị và giới thiệu trực tuyến trên Internet và thông qua các hoạt động hội chợ và triển lãm. Tây Ban Nha chiếm 6% thị phần du lịch trực tuyến năm 2003, ước tính đạt 0,69 tỷ Euro⁴. Ngoài ra, còn có các hình thức khác như giới thiệu tour du lịch thông qua các đại lý du lịch hay quảng cáo, phát tờ rơi, thư điện tử... Các công ty, đại lý du lịch và siêu thị là những nhà phân phối quan trọng nhất các sản phẩm du lịch tại Tây Ban Nha với 6.000 điểm bán lẻ, tập trung chủ yếu tại Madrid và Barcelona (chiếm tới 40% tổng số điểm bán lẻ), khoảng 350 công ty (vừa bán buôn vừa bán lẻ) và 140 công ty chuyên kinh doanh du lịch. Trong số khoảng 140 công ty du lịch này có

5 tập đoàn hàng đầu kiểm soát hơn 50% thị trường du lịch⁵.

Du lịch tại Tây Ban Nha chủ yếu dưới các hình thức:

Nghỉ hè tại các resort hay trên các bãi biển. Các kỳ nghỉ hè ở châu Âu là tương đối giống nhau nên Tây Ban Nha thu hút một lượng khách du lịch không nhỏ đến từ các nước châu Âu như Anh, Đức... Điều kiện tự nhiên thuận lợi tạo cho Tây Nha rất nhiều bãi biển đẹp đã thu hút khách du lịch khắp nơi trên thế giới.

Du lịch văn hoá, du lịch kết hợp với kinh doanh. Nền văn hoá có nhiều nét độc đáo đã thu hút khách du lịch đến với Tây Ban Nha. Ngoài ra, Tây Ban Nha cũng là nơi tổ chức rất nhiều các hoạt động hội chợ, triển lãm, thu hút rất nhiều doanh nghiệp tham gia quảng bá sản phẩm và khách hàng tìm cơ hội kinh doanh. Đây cũng là một nguồn thu hút khách du lịch không nhỏ của Tây Ban Nha.

Một hình thức du lịch khá độc đáo của Tây Ban Nha đó là du lịch về đêm. Đây là một nét truyền thống lâu đời và là một trong những nguồn chính thu hút khách du lịch của Tây Ban Nha. Madrid và Barcelona là những thành phố dẫn đầu châu Âu về các hoạt động về đêm ở châu Âu. Các hoạt động âm nhạc nhảy múa,... trong các quán bar hay trên bãi biển được nhiều người tham gia.

⁴ www.crt.dk/ tháng 4/2004.

⁵ Báo cáo thị trường du lịch tại Tây Ban Nha năm 2005, Vietnam Trade Office in Spain.

Du lịch về mùa đông ở Tây Ban Nha cũng tương đối thịnh hành. Tây Ban Nha có nhiều khu nghỉ dưỡng trượt tuyết được du khách biết đến.

Du lịch tự nhiên và nông thôn. Thiên nhiên đã tạo cho Tây Ban Nha nhiều vùng núi với phong cảnh đẹp thu hút sự chú ý của khách du lịch⁶. Khách du lịch có thể đi về những vùng quê hoặc thám hiểm những nơi có nhiều nét văn hoá độc đáo, còn ít người biết đến.

Với việc không ngừng đầu tư vào cơ sở hạ tầng phục vụ cho phát triển du lịch nói riêng và kinh tế nói chung, Tây Ban Nha đang trở thành một trong những cường quốc về thu hút khách du lịch. Có được những kết quả rất đáng khích lệ trên là nhờ một số những thuận lợi:

Một là, điều kiện tự nhiên rất thuận lợi để phát triển du lịch. Tây Ban Nha nằm ở khu vực phía Nam của châu Âu, giáp với Bắc Đại Tây Dương và Địa Trung Hải, giữa Bồ Đào Nha và Pháp. Lãnh thổ chiếm phần lớn bán đảo Ibêria và một số quần đảo rải rác ở khu vực châu Phi. Tuy có sự khác biệt giữa các vùng miền, nhưng Tây Ban Nha vẫn có khí hậu địa trung hải đặc trưng. Ở khu vực phía bắc thuộc biển Đại Tây Dương và Vịnh Vizcaya khí hậu ôn hoà, nhiệt độ không quá cao vào mùa hè, không quá thấp vào mùa

đông. Đây cũng một trong những nguyên nhân làm cho Tây Ban Nha không chỉ hấp dẫn khách du lịch vào mùa hè mà còn thu hút khách du lịch vào cả mùa đông. Hoạt động du lịch ít bị phụ thuộc vào tính thời vụ nên càng có điều kiện để phát triển. Với khoảng 8.000 km bờ biển, thiên nhiên ưu đãi đã tạo ra những bãi tắm nổi tiếng như: Barcelone, Saint Sebastián, Valence, Marbella... Người dân Tây Ban Nha phần lớn theo Công giáo, chỉ có 1% theo các giáo phái khác. Tính cởi mở và hiếu khách là một trong những đặc trưng của người dân Tây Ban Nha.

Tây Ban Nha còn được coi là nơi giao lưu của một số nền văn minh như: Xentơ, La Mã, Ảrập, Do Thái, nền văn minh của người Visigodos... Tây Ban Nha còn là nơi diễn ra vô số sự kiện văn hoá xã hội, đa dạng về các di sản văn hoá. Nơi đây đã trở thành một trung tâm biểu diễn văn hoá nghệ thuật với các nhà văn nổi tiếng thế giới như: Enrique Vila-Matas, Javier Marias, Juan Goytisolo... Nền văn hoá dân gian đặc trưng với nhiều nét độc đáo trong đó có vũ điệu Flamenco nổi tiếng. Tây Ban Nha còn nổi tiếng về phong cách kiến trúc với những nét văn hoá đặc trưng đã tạo nên nét độc đáo trong những công trình kiến trúc kết hợp giữa truyền thống và hiện đại.

Du khách đến Tây Ban Nha luôn có cơ hội được vui chơi, tìm hiểu những địa điểm, công trình kỉ niệm mang tính lịch sử nghệ thuật được cả thế giới ghi nhận như Nhà thờ

⁶ Xem thêm www.en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Spain.

lớn Santiago, Alambra của Granada và thành phố Cuennca. Thực tế, tại Tây Ban Nha, con số các công trình được UNESCO công nhận là di sản văn hoá nhân loại là nhiều nhất.

Một trong những nét văn hoá nổi bật ở Tây Ban Nha là ẩm thực với những món ăn nổi tiếng vùng Địa Trung Hải. Sự khác nhau về thời tiết cũng như lối sống đã làm cho mỗi vùng sáng tạo cũng như duy trì các món ăn đặc trưng và truyền thống của mình. Món ăn vùng Địa Trung Hải có lợi cho sức khoẻ và hấp dẫn khách du lịch, bao gồm nhiều loại thực phẩm chất lượng cao, trong đó đặc trưng là cá và các loại hải sản. Các món tapas (các món ăn khác nhau và thường được phục vụ theo khẩu phần nhỏ) của Tây Ban Nha cũng rất nổi tiếng, được nhiều người ưa thích và đánh giá cao. Tapas là một biểu hiện về một nền ẩm thực lành mạnh, có lợi cho sức khoẻ với những khẩu phần ăn nhỏ dùng các thành phần khác nhau. Cũng vậy, rượu Tây Ban Nha rất có giá trị, nhất là rượu có nguồn gốc từ vùng Rioja, Ribera del Duero cũng như vùng Penedes hay của vùng Priorat ở xứ Catalãng.

Ngoài các yếu tố về văn hoá, Tây Ban Nha còn là nơi tổ chức rất nhiều sự kiện quan trọng, mang tầm cỡ quốc tế, đặc biệt là các hoạt động triển lãm và hội chợ. Việc tổ chức triển lãm, hội chợ kết hợp với các hoạt động du lịch đã giúp Tây Ban Nha hình thành một số hội chợ, triển lãm có chất lượng cao, quy tụ được nhiều doanh nghiệp

hàng đầu tham gia tìm đối tác. Trước hết phải kể đến các hội chợ về mốt. Hàng năm có hàng chục hội chợ, triển lãm quốc tế về xu hướng mốt, trong đó quan trọng nhất là: TEXTIL, MODA, PASARELA, SIMM, BARCELONA... Kế đến là hội trợ FITUR về du lịch. Tại hội trợ này, các sản phẩm du lịch được giới thiệu trên tất cả các kênh thương mại: qua mạng lưới văn phòng đại lý công ty du lịch, tại các siêu thị, các trung tâm thương mại lớn có nhiều người qua lại hay những website cho phép đặt tour trực tuyến. Các dịch vụ kèm theo như: khách sạn, nhà hàng, cho thuê xe, vận tải, bán đồ lưu niệm,... cũng được giới thiệu hết sức đa dạng. Đây là một hội trợ rất lớn, có số lượng doanh nghiệp tham gia kỷ lục (gần 12.500 doanh nghiệp trong năm 2006, đến từ hơn 170 quốc gia) và hơn 24.000 lượt khách thăm quan.

Quà tặng, đồ trang sức cũng là nhóm sản phẩm có sức tiêu thụ mạnh ở Tây Ban Nha, chủ yếu do số lượng du khách lớn. Theo thống kê của Bộ Công nghiệp, Du lịch và Thương mại, bình quân mỗi khách du lịch tiêu gần 800 Euro cho các nhu cầu ăn, chơi và mua sắm. Cộng thêm với số du khách trong nước với sức mua của hơn 43 triệu dân, rõ ràng nhu cầu của thị trường này là rất lớn. Một lĩnh vực cũng có khá nhiều hội chợ và triển lãm nổi tiếng tại Tây Ban Nha là đồ nội thất. Ngoài ra, còn có nhiều hội chợ lớn rất đáng chú ý như: MAQUITEC (Hội chợ

Công nghiệp Barcelona), FER INTERAZAR (Triển lãm Quốc tế về đồ chơi), EUROAGRO (Hội chợ Nông phẩm)...⁷ Việc tư nhân hoá các hoạt động dịch vụ khai thác trung tâm hội chợ khiến các khâu tổ chức càng chuyên nghiệp hơn. Các sự kiện văn hoá thể thao lớn mang tầm cỡ thế giới như Thế vận hội Barcelona,... góp phần không nhỏ nâng cao hình ảnh cũng như giới thiệu đất nước Tây Ban Nha tới du khách quốc tế.

Hai là, các yếu tố về cơ sở hạ tầng. Cơ sở hạ tầng của Tây Ban Nha cũng thuộc loại tốt nhất châu Âu. Tây Ban Nha có mạng lưới đường cao tốc không thu phí gần 11.000 km được đổi mới liên tục nhằm mục đích nâng cao hiệu suất và tính năng hoạt động. Hiện nay, chính phủ Tây Ban Nha đang có kế hoạch đầu tư mở rộng mạng lưới này với hơn 15.000 km đường cao tốc không thu phí, cho phép tất cả các thành phố của Tây Ban Nha có đường thông trực tiếp với mạng lưới đường cao tốc này và hơn 94% các khu dân cư sẽ có một con đường quốc lộ với khoảng cách chưa đầy 30 km tính từ khu dân cư tới đường. Tây Ban Nha có một mạng lưới đường sắt dài hơn 15.000 km. Việc xây dựng các tuyến đường cao tốc được ưu tiên trong các kế hoạch về cơ sở hạ tầng của chính phủ (Theo dự toán của chính phủ Tây Ban Nha, tính đến năm 2020 sẽ có khoảng 10.000 km

mạng lưới tàu cao tốc). Hiện đã có các tuyến tàu cao tốc sau: Madrid - Sevilla, Madrid - Lérida và Madrid - Tarragona. Khi hoàn thành xong kế hoạch xây dựng đường cao tốc, tất cả các thành phố của Tây Ban Nha sẽ có thể tiếp cận trực tiếp với mạng lưới tàu cao tốc và sẽ có một nhà ga tàu cao tốc ở khoảng cách dưới 50 km cho 90% dân số. Thủ đô Madrid cũng sẽ được nối với biên giới nước Pháp thông qua một đường cao tốc đi qua Zaragoza, Barcelona, Vitoria và Irún. Tây Ban Nha còn có một hệ thống giao thông đường biển vô cùng thuận lợi với hơn 53 cảng biển quốc tế dọc theo bờ biển Đại Tây Dương và Địa Trung Hải. Kế hoạch Chiến lược về Cơ sở hạ tầng và Giao thông vận tải sẽ tăng hiệu suất của các cảng biển này thêm 75%, củng cố hơn nữa vai trò là cảng đầu mối quốc tế trong năm 2020. Tây Ban Nha còn có hệ thống giao thông đường không rất phát triển. Giao thông đường không đã nối tất cả các thành phố chính của Tây Ban Nha. Khoảng 250 tuyến đường hàng không hoạt động tại 49 sân bay làm cho Tây Ban Nha dễ dàng kết nối với hầu hết các thành phố chính trên thế giới. Tây Ban Nha còn là một trong những sân ga đầu mối quan trọng đối với các tuyến đường không nối châu Mỹ và châu Phi với châu Âu. Sân bay quốc tế Sarajas tại Madrid có sức chứa khoảng 70 triệu người. Việc nâng cao đầu tư vào sân bay Barcelona trong tương lai sẽ cho

⁷ Xem thêm tại <http://www.ecvn.com/viewDetailNews/newsId/lang/812/1>.

phép 90 chuyến bay cùng vận hành trong một lúc và sức chứa của sân bay này có thể đón 40 triệu hành khách/năm⁸.

Thứ ba, Tây Ban Nha có một chiến lược đầu tư cho du lịch đúng đắn và dài hạn. Với địa giới hành chính gồm 17 cộng đồng tự trị chia thành 50 tỉnh, nhưng Bộ Công nghiệp, Du lịch và Thương mại là cơ quan quản lý nhà nước cao nhất có trách nhiệm xây dựng kế hoạch và thống nhất việc thực thi chiến lược về du lịch trên toàn lãnh thổ Tây Ban Nha. Việc thống nhất chính sách du lịch không làm mất đi tính đa dạng mà nó còn làm cho hoạt động xúc tiến du lịch đạt hiệu quả cao hơn so với việc mỗi vùng tự phát triển theo nhiều hướng khác nhau. Đồng thời, việc các tập đoàn lớn ở Tây Ban Nha chi phối thị trường du lịch đã làm cho các công ty du lịch có sức nặng hơn trong đàm phán giá các dịch vụ du lịch, hạ được giá thành, nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch.

Một số nghiên cứu của Tổ chức Du lịch thế giới cho rằng những yếu tố ảnh hưởng chính đến quyết định đi đến du lịch là: Tính chất chuyên du lịch; Điều kiện ăn ở tốt; Khí hậu tốt. Văn hoá đặc trưng; Đồ ăn ngon và các hoạt động sôi nổi. Theo những tiêu

chí này, rõ ràng Tây Ban Nha đang tận dụng rất tốt những lợi thế của mình để phát triển du lịch. Một chiến lược phát triển đúng đắn và đồng bộ, lại nằm ở châu Âu có mức thu nhập cao, du lịch Tây Ban Nha có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển. Du lịch ngày càng khẳng định là một ngành kinh tế quan trọng, là động lực chính thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế Tây Ban Nha.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo thị trường du lịch tại Tây Ban Nha năm 2005, Vietnam Trade Office in Spain.
2. Nguyễn Quang Thuần, *Vài nét về quá trình chuyển đổi thịnh vượng và dân chủ ở Tây Ban Nha*, Tạp chí Nghiên cứu Châu Âu, số 12(87)2007.
3. Xem thêm các trang web:
 - www.casaasia.es/documentos/guia_vietnam.pdf.
 - www.ecvn.com.
 - www.itpc.hochiminhcity.gov.vn.
 - www.crt.dk.
 - www.en.wikipedia.org.

⁸ Xem thêm http://www.casaasia.es/documentos/guia_vietnam.pdf