**TRĂN TRỞ TỪ MỘT CHUYẾN ĐI**

“Trong ba năm nữa, Thái Lan sẽ trở thành thủ đô về du lịch của châu Á. Chúng tôi đã xây dựng kế hoạch này từ 40 năm trước.” Ông Auggaphot Brickshawana, giám đốc Ban Kế hoạch và Chính sách du lịch Thái Lan, đã phát biểu như thế tại hội thảo quốc tế về du lịch tổ chức đầu tháng 12-2003, tại Đại học Chulalongkorn, Thái Lan.

Đã nhiều lần đặt chân đến Thái Lan, nhưng lần đến dự hội thảo này tôi không khỏi ngỡ ngàng bởi con người, cảnh quan và nhịp độ phát triển không ngừng của đô thị nơi đây. Bước chân xuống sân bay, chào đón tôi là một cô gái có khuôn mặt khả ái và nụ cười rạng rỡ, cô chắp tay trước ngực và cúi đầu chào một cách trân trọng. Cô là nhân viên lễ tân của khách sạn, chuyên đón khách tại sân bay. Trước đó, khi đến làm thủ tục nhập cảnh, tôi cũng đã vô cùng cảm kích trước thái độ nhã nhặn và thân thiện của anh nhân viên với câu chào và lời hỏi han bằng tiếng Anh lưu loát. Những ấn tượng ban đầu ấy khiến tôi có cảm giác tự tin và phấn chấn hơn, như trở về một nơi thân thuộc. Ngày sau đó, tôi được một người đàn ông lái xe đưa từ khách sạn đến trường Đại học Chulalongkornm nơi diễn ra hội thảo. Trong suốt quãng đường đi, ông say sưa giới thiệu với tôi về những công trình mới được xây dựng, về chính sách quy hoạch… rồi cả về việc tổ chức những hoạt động ở trường đại học – nơi tôi được mời đến dự hội thảo, cũng là nơi con gái ông đang làm việc.

Không biết tự khi nào, người dân Thái Lan đã nuôi dưỡng một ý thưc về văn hóa và môi trường cao như thế. Những người bán hàng dường như không biêt đến sự hăn học, chỉ mỉm cười và cảm ơn cả khi du khách không mua. Khi thấy tôi loay hoay mãi không tìm được taxi, anh bán hang lưu niệm đã rất vui lòng bỏ ra mười lăm phút để tất tả đi tìm giúp tôi. Một cô nhân viên siêu thị đã nhiệt tình đẩy một xe hàng hóa của tôi từ tầng năm xuống tầng trệt và ra đến tận cửa taxi, “Hầu hết những con người, những dịch vụ ở Thái Lan đều mang lại cho du khách một cảm giác an toàn, thiện cảm.” Tiến sĩ Mike Peters ở Trung tâm Kinh tế Dịch vụ và Du lịch, Đại học Innsbruck, Áo, đã nhận xét như thế.

Phố xá đâu đâu cũng thấy tấp nập, rộn ràng. Những khách sạn đầy ắp người, không chỉ khách quốc tế mà rất nhiều người dân Thái Lan cũng đi du lịch. Trên những mái nhà, những nóc xe chạy trên đường phố đều có cắm cờ vì Thái Lan đang chuẩn bị đón mừng sinh nhật của vua Thái, một vị vua có nhiều công lao trong việc xây dựng đất nước Thái Lan phồn thịnh.

Nếu như Thái Lan đã chuẩn bị cho sự phát triển về du lịch hôm nay và tương lai với một kế hoạch được xây dựng từ 40 năm trước và năm 2002 họ đã đạt 10.8 triệu du khách thì Việt Nam đã, đang và sẽ có những dự định gì cho mình khi số du khách chỉ bằng 21% của Thái Lan? Thiết nghĩ, phải bắt đầu từ việc giáo dục ý thức, thái độ của người dân để họ một lòng chăm lo cho sự phát triển. Nếu đâu đó vẫn còn có những người Việt Nam có thái độ khiếm nhã với khách du lịch, hạch sách và thiếu tôn trọng thì mọi nỗ lực chào đón khác cũng trở nên vô nghĩa.

Giáo sư tiến sĩ Klaus Weiermair, giám đốc Trung tâm Kinh tế Dịch vụ và Du lịch của Đại học Innbruck, là người tài trợ chính cho hội thảo nói với tôi: “Muốn phát triển du lịch mạnh mẽ ở Việt Nam, Chính phủ cần có những chính sách thông thoáng hơn, như việc bãi bỏ visa đối với khách du lịch, giảm cước phí viễn thông và vé máy bay quốc tế… các dịch vụ phải chuyên nghiệp hơn, thái độ phục vụ du khách phải ân cần, niềm nở hơn.”

Tôi trở về TPHCM ngay khi đội bóng đá Việt Nam giành chiến thắng trước đội Indonesia. Người ta cuồng nhiệt đổ ra đường như một ngày hội lớn. Tôi nhìn thấy trong biển người cuồn cuộn ấy tiềm tàng một sức mạnh lớn lao cần phát huy đúng hướng để tạo một nguồn năng lượng dồi dào cho một đất nước đang chuyển mình đổi mới.

*Trần Đình Lâm*

*Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TPHCM*

***Phản hồi:*** **CÁM ƠN MỘT TRĂN TRỞ!**

Cảm ơn anh, anh Trần Đình Lâm, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TPHCM, về bài viết của anh Trăn trở từ một chuyến đi trên TBKTSG số 53 – 2003, ngày 18/2/2003

Những ngày cuối năm 2003, Sở Thương mại chúng tôi và những tổ chức liên quan khác đang nhìn lại một năm qua và cụ thể hóa định hướng của thành phố cho năm tới trên lĩnh vưc thương mại - hàng hóa và dịch vụ. Đó là một công việc đòi hỏi công sức của nhiều người trong hoạch định, và nhất là trong thực hiện. Vì lẽ, giá trị gia tăng nội địa của lĩnh vực này chiếm đến 52% giá trị gia tăng nội địa ở thành phố: vì lẽ, cấu trúc nền kinh tế trong nhiều năm qua, do chúng ta thực hiện thành công định hướng kinh tế nhiều thành phần, đã ngày càng huy động năng lực, sự đóng góp rộng rãi toàn xã hội, sử dụng được cả những yếu tố do hội nhập mang lại.

Không cần phải nêu thêm ra những con số. Từ TPHCM – Sài Gòn, hoặc thông qua đó, ha àng hóa và dịch vụ xuất khẩu đến hầu khắp các thị trường. Sài Gòn, từ bao giờ hết, đã và đang là TRUNG TÂM MUA SẮM của cả nước, của Nam Bộ: đang trở thành một địa chỉ mua sắm hấp dẫn của du khách quốc tế. Vậy thì, có gì quá đáng đâu khi mong ước và nỗ lực vun bồi cho một TPHCM – Sài Gòn, trung tâm mua sắm của cả nước và khu vực!

Một Sài Gòn như vậy là cơ hội cho mọi người. Đó là cơ hội việc làm, du nhập trực tiếp và gián tiếp. Nhưng cơ hội đó không tự nhiên đến; mỗi người có phần, và mỗi người đều có lý do, có động lực để làm cho phần được chia sẻ ấy, ngày càng lớn hơn.

Anh Trần Đình Lâm, chúng ta sẽ còn nhiều điều để nói về năng lực tạo ra hàng hóa và dịch vụ, về chất lượng, về giá cả, về thời hạn giao hang… nhằm xây dựng TPHCM thành một trung tâm mua sắm. Nhưng chúng tôi cảm ơn anh vì anh đã thổi vào “cái hồn” cho trung tâm mua sắm ấy. Vâng, “cái hồn” do bàng bạc từ sân bay, bến cảng với thái độ của sĩ quan làm thủ tục xuất nhập cảnh, đến sự niềm nở tận đáy lòng của cô nhân viên khách sạn đón khách tại cửa khẩu, người bán hàng sẵn sàng phục vụ khách, bác tài xế hiểu biết và ân cần. Còn nhiều, nhiều chi tiết nữa bàng bạc ở chữ tín tại một cửa hang, ở nụ cười nhường khách đi trước tại một góc phố hay giao lộ. Tất cả những chi tiết ấy sẽ góp phần làm tăng thêm giá trị của cải vật chất trong hàng hóa và dịch vụ.

Chúng tôi cảm ơn anh vì đã trăn trở, nhưng cũng rất hợp lý ở phần kết thúc bài viết. Vâng, những người có trách nhiệm như chúng tôi, phải làm được phần việc của mình là tạo ra một khung cảnh để “sức mạnh lớn lao cần phát huy đúng hướng để tạo nguồn năng lượng dồi dào cho một đất nước đang chuyển mình đổi mới”, hay theo một cách nói nghe rất thuyết phục của Phó thủ tướng Vũ Khoan là để “thế và vận nước đi lên.”

Người Sài Gòn, vốn rất hào phóng từ cuộc sống nơi vùng đất mới và thừa hưởng từ cái nôi của đất nước sự sâu sắc, kín đáo, đậm đầy tình nhân văn trong ứng xử, sao lại không làm được điều mình phải làm?

*Nguyên Hương, Sở Thương mại TPHCM*