

BÁO CÁO TÓM TẮT

**QUY HOẠCH HỆ THỐNG DU LỊCH VIỆT NAM
THỜI KỲ 2021 - 2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045**

ĐẠI DIỆN CHỦ ĐẦU TƯ

**TỔNG CỤC DU LỊCH
- BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH**

ĐƠN VỊ TƯ VẤN

**VIỆN QUY HOẠCH ĐÔ THỊ
VÀ NÔNG THÔN QUỐC GIA**

**CÔNG TY CỔ PHẦN
QUY HOẠCH HÀ NỘI**

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Sự cần thiết lập quy hoạch	1
2. Căn cứ lập quy hoạch	2
3. Phạm vi lập quy hoạch	2
4. Phương pháp lập quy hoạch	3
PHẦN I. HIỆN TRẠNG VÀ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM	5
I. HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2013-2020	5
1. Bối cảnh KT-XH thế giới và trong nước tác động đến du lịch.....	5
2. Vị trí, vai trò của ngành du lịch.....	6
3. Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu.....	9
4. Thị trường và sản phẩm du lịch	13
5. Xúc tiến, quảng bá du lịch.....	17
6. Hệ thống doanh nghiệp du lịch	18
7. Thực trạng sử dụng không gian của hệ thống du lịch quốc gia	19
8. Đầu tư phát triển du lịch.....	27
9. Tổ chức, quản lý hoạt động du lịch.....	27
10. Liên kết phát triển du lịch	28
11. Liên kết quốc tế du lịch.....	30
12. Đào tạo nhân lực du lịch	32
13. Ứng dụng khoa học và công nghệ trong phát triển du lịch.....	34
14. Bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch và ứng phó với BĐKH.....	35
15. Đánh giá chung.....	38
II. ĐÁNH GIÁ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	40
1. Tài nguyên du lịch.....	40
2. Hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch	49
3. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch.....	50
4. Nguồn lực về lao động	53
5. Nguồn lực về đầu tư du lịch.....	53
6. Các nguồn lực khác	55
III. CƠ HỘI, THÁCH THỨC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	58
1. Điểm yếu	58
2. Điểm mạnh	59
3. Cơ hội	59
4. Thách thức	59
5. Đánh giá chung.....	60
PHẦN II. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG DU LỊCH VIỆT NAM THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045	64
I. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG DU LỊCH TRONG THỜI KỲ QUY HOẠCH.....	64
1. Xu thế phát triển du lịch trên thế giới và khu vực	64
2. Sự phát triển của khoa học công nghệ	64

3. Xu thế toàn cầu hóa, liên kết kinh tế	65
4. Khả năng phục hồi du lịch và các bài học kinh nghiệm	65
5. Những định hướng lớn về phát triển KT-XH và các ngành, lĩnh vực có liên quan ở Việt Nam	70
6. Ảnh hưởng của BĐKH.....	72
II. QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG DU LỊCH VIỆT NAM THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045.....	73
1. Quan điểm phát triển	73
2. Mục tiêu phát triển	74
3. Tầm nhìn phát triển du lịch đến năm 2045	75
III. DỰ BÁO PHÁT TRIỂN DU LỊCH	75
1. Căn cứ, phương pháp và nguồn số liệu dự báo	75
2. Luận chứng các phương án phát triển	76
3. So sánh, lựa chọn kịch bản phát triển	78
4. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch theo phương án lựa chọn	79
IV. CÁC ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN	81
1. Thị trường, sản phẩm du lịch	81
2. Định hướng phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch	93
3. Định hướng phát triển hệ thống kết cấu HTKT	95
4. Tổ chức không gian phát triển du lịch	100
5. Đầu tư phát triển du lịch.....	127
5.1. Tổng nhu cầu đầu tư và cơ cấu nguồn vốn đầu tư	127
6. Tổ chức, phát triển hệ thống doanh nghiệp du lịch.....	136
7. Định hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch	136
8. Định hướng bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch.....	137
PHẦN III. GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH HỆ THỐNG DU LỊCH THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045	140
1. Giải pháp về cơ chế, chính sách.....	140
2. Giải pháp tổ chức quản lý các hoạt động du lịch	143
3. Giải pháp về quy hoạch và quản lý quy hoạch	144
4. Giải pháp phối hợp liên ngành, liên địa phương.....	144
5. Giải pháp về đầu tư thu hút nguồn lực phát triển du lịch.....	145
6. Một số nhiệm vụ, giải pháp hỗ trợ phục hồi du lịch sau dịch COVID-19 trong dài hạn:	146
7. Giải pháp về phát triển sản phẩm - thị trường du lịch	147
8. Giải pháp về xúc tiến quảng bá du lịch	151
9. Giải pháp về phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao	153
10. Giải pháp liên kết và hợp tác trong phát triển du lịch.....	155
11. Giải pháp ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển du lịch.....	156

DANH MỤC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

<i>Biểu đồ 1: Số lượng khách du lịch Việt Nam giai đoạn 2011 - 2021</i>	<i>9</i>
<i>Biểu đồ 2: Tỷ trọng khách quốc tế và khách nội địa trong tổng số khách giai đoạn 2011 - 2021.....</i>	<i>10</i>
<i>Biểu đồ 3: Tổng thu từ du lịch, đóng góp của du lịch vào GDP Việt Nam giai đoạn 2013 - 2021.....</i>	<i>11</i>
<i>Biểu đồ 4: Hiện trạng Lao động du lịch giai đoạn 2013 - 2021.....</i>	<i>12</i>
<i>Biểu đồ 5: Cơ cấu thị trường khách du lịch quốc tế chính đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2019.....</i>	<i>13</i>
<i>Biểu đồ 6: Biểu đồ tỷ trọng 10 thị trường khách du lịch quốc tế chính tại Việt Nam giai đoạn 2013 - 2019.....</i>	<i>14</i>
<i>Biểu đồ 7: Biểu phục hồi du lịch toàn cầu từ 2021 đến tháng 5/2022</i>	<i>66</i>
<i>Biểu đồ 8: Khách quốc tế toàn cầu phục hồi, tháng 5/2022 so với 2021</i>	<i>66</i>
<i>Biểu đồ 9: Dự báo phục hồi du lịch toàn cầu năm 2022 và khu vực Châu Á - Thái Bình Dương đến năm 2025</i>	<i>67</i>
 <i>Sơ đồ 1: Vị trí du lịch Việt Nam trong khu vực và thế giới.....</i>	 <i>7</i>

DANH MỤC VIẾT TẮT

- Tiếng Việt

Viết tắt	Thuật ngữ
BĐKH	Biến đổi khí hậu
Bộ VH TTDL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
Chiến lược 2020	Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030
CSLT	Cơ sở lưu trú
HTKT	Hạ tầng kỹ thuật
Khu BTTN	Khu Bảo tồn thiên nhiên
Khu DLQG	Khu du lịch quốc gia
KT-XH	Kinh tế - xã hội
NSNN	Ngân sách Nhà nước
QHTT 2013	Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030
Sở VH TT và DL	Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch
TP.	Thành phố
UBND	Ủy ban nhân dân
VCGT	Vui chơi giải trí
VQG	Vườn Quốc gia

- Tiếng Anh

Viết tắt	Thuật ngữ
ACMECS	Tổ chức Chiến lược hợp tác kinh tế Ayeyarwady - Chao Phraya - Mê Kông (Ayeyawady – Chao Phraya – Mekong Economic Cooperation Strategy)
APEC	Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (Asia-Pacific Economic Cooperation)
ASEAN	Hiệp hội các nước Đông Nam Á
ATF	Diễn đàn Du lịch ASEAN (ASEAN Tourism Forum)
CLMV Sumit	Hội nghị cấp cao Campuchia - Lào - Myanmar - Việt Nam (Cambodia - Laos - Myanmar - Vietnam Sumit)
FDI	Đầu tư nước ngoài trực tiếp
GDP	Gross Domestic Product - tổng sản phẩm nội địa hoặc tổng sản phẩm quốc nội
GMS	Tiểu vùng sông Mekong mở rộng (Greater Mekong Subregion)
ITE	Triển lãm du lịch quốc tế (International Travel Expo)
ITB	Hội chợ du lịch Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin)
MITT	Hội chợ du lịch quốc tế Moscow (Moscow International Travel & Tourism Trade)
MICE	Meeting Incentive Conference Event - là loại hình du lịch kết hợp hội nghị, hội thảo, triển lãm, tổ chức sự kiện, du lịch

Viết tắt	Thuật ngữ
	khen thưởng của các công ty cho nhân viên, đối tác.
OCOP	Chương trình mỗi xã một sản phẩm (One Commune One Product)
PATA	Hiệp hội lữ hành Châu Á - Thái Bình Dương (Pacific Asia Travel Association)
PPP	Đối tác công tư
UNWTO	Tổ chức du lịch thế giới
VITM	Hội chợ du lịch quốc tế Việt Nam (Vietnam International Travel Mart)
WEC	Hành lang Đông Tây (West - East Economic Corridor)
WTM	Hội chợ du lịch thế giới (World Travel Market)
WTTC	Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết lập quy hoạch

Giai đoạn từ 2013 đến nay, Việt Nam đã lập được Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030¹ (QHTT 2013) và Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030² (Chiến lược 2020), trong đó đã xác định các định hướng phát triển các vùng du lịch, các Khu du lịch quốc gia (Khu DLQG)... làm cơ sở cho việc hoạch định các kế hoạch phát triển 5 năm và hàng năm, là căn cứ để xây dựng các dự án kêu gọi đầu tư trong nước và nước ngoài... Tất cả đã góp phần đáng kể vào sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch. Trong giai đoạn 2013-2019, khách du lịch tăng trưởng trung bình 15,9%/năm; doanh thu du lịch tăng trưởng 24,78%/năm; đến 2019, tỷ lệ đóng góp vào GDP cả nước của ngành du lịch lên đến 9,2%. Với những kết quả đó, du lịch luôn được quan tâm phát triển từ trung ương tới địa phương.

Tuy nhiên, những kết quả đạt được thời gian qua so với định hướng và tiềm năng còn bộc lộ những hạn chế, bất cập nhất định. Du lịch chưa thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chưa có bước phát triển đột phá và chưa phát huy hết tiềm năng, lợi thế. Thực tiễn phát triển du lịch ở nhiều nơi không diễn ra theo đúng quy hoạch...

Giai đoạn 10 năm tới, ngành du lịch có nhiều thuận lợi nhưng cũng sẽ phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức trong quá trình phát triển. Việt Nam đã, đang và sẽ tiếp tục hội nhập quốc tế sâu rộng, toàn diện tạo điều kiện thuận lợi cho kinh tế đối ngoại, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ có tác động sâu - rộng đến mọi lĩnh vực... Bên cạnh đó, tình hình trên thế giới cũng có nhiều biến động phức tạp dịch bệnh, xung đột vũ trang, những nguy cơ từ biến đổi khí hậu (BĐKH) đối với phát triển du lịch bền vững.

Tất cả những thách thức trên yêu cầu ngành du lịch cần có các định hướng phát triển mới, phù hợp với bối cảnh mới cũng như vai trò của du lịch trong nền kinh tế - xã hội (KT-XH). Đặc biệt, trong bối cảnh thực hiện Luật Quy hoạch và Quyết định số 995/QĐ-TTg ngày 09/8/2018 của Thủ tướng Chính phủ giao nhiệm vụ cho các Bộ tổ chức lập Quy hoạch ngành quốc gia, ***Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045*** là quy hoạch quan trọng và có tính cấp thiết. Đây là quy hoạch góp phần phát huy hiệu quả tiềm năng, các lợi thế du lịch của đất nước, là căn cứ khoa học và thực tiễn cho việc tổ chức không gian phát triển du lịch phù hợp; xây dựng các kế hoạch phát triển 5 năm và hàng năm, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

¹ Được phê duyệt tại Quyết định 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013

² Được phê duyệt tại Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020

2. Căn cứ lập quy hoạch

- Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng;
- Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;
- Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09/6/2014 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.
- Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về Chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045;
- Các Nghị quyết của Bộ Chính trị về phát triển vùng;
- Luật Quy hoạch và các văn bản pháp luật liên quan;
- Luật Du lịch và các văn bản pháp luật liên quan;
- Nghị quyết số 103/NQ-CP ngày 06/10/2017 của Chính phủ Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn;
- Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030;
- Chỉ thị 10/CT-TTg ngày 31/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ về công tác bảo vệ an ninh quốc gia, đảm bảo trật tự an toàn xã hội trong lĩnh vực du lịch trong tình hình mới;
- Quyết định số 995/QĐ-TTg ngày 09/8/2018 của Thủ tướng Chính phủ giao nhiệm vụ cho các Bộ tổ chức lập Quy hoạch ngành quốc gia thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.
- Quyết định số 933/QĐ-TTg ngày 14/6/2021 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt Nhiệm vụ lập Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045.
- Các chiến lược, quy hoạch tổng thể quốc gia, quy hoạch ngành, lĩnh vực quốc gia, quy hoạch vùng đã được phê duyệt và đang được triển khai xây dựng.

3. Phạm vi lập quy hoạch

Tại mục IX, Phụ lục II, Nghị định 37 hướng dẫn Luật quy hoạch và khoản c, Điều 1, Quyết định 933/QĐ-TTg ngày 14/6/2021 phê duyệt Nhiệm vụ Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến năm 2045 quy định Tính chất, đối tượng và phạm vi quy hoạch như sau:

- *Tính chất của quy hoạch: Quy hoạch hệ thống du lịch là quy hoạch ngành quốc gia.*
- *Đối tượng quy hoạch: Bao gồm sản phẩm du lịch, thị trường du lịch, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch, nguồn nhân lực du lịch, hệ thống*

cơ sở đào tạo du lịch, tổ chức không gian du lịch.

- Phạm vi quy hoạch: Toàn bộ lãnh thổ đất liền, ven biển và các đảo có tài nguyên du lịch của Việt Nam, có xét đến mối quan hệ quốc tế.

a. Về không gian: Phạm vi quy hoạch của hệ thống du lịch là toàn bộ lãnh thổ đất liền, ven biển và các đảo có tài nguyên du lịch của Việt Nam, có xét đến mối quan hệ quốc tế.

b. Về đối tượng: Đối tượng lập quy hoạch bao gồm các thành phần của hệ thống du lịch quốc gia, bao gồm:

- Sản phẩm du lịch;
- Thị trường du lịch;
- Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngành du lịch (hệ thống cơ sở lưu trú, phương tiện vận chuyển khách du lịch, cơ sở vui chơi giải trí, ăn uống ...);
- Nguồn nhân lực du lịch và hệ thống cơ sở đào tạo du lịch;
- Tổ chức không gian du lịch (vùng du lịch, khu vực trọng điểm phát triển du lịch, tuyến du lịch quốc gia, khu du lịch quốc gia).

c. Về phạm vi nghiên cứu: Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến năm 2045 là quy hoạch cấp quốc gia, được thực hiện ở cấp quốc gia, cấp vùng, thể hiện tính chiến lược, có sự so sánh và đặt trong mối quan hệ tương quan với khu vực và quốc tế.

4. Phương pháp lập quy hoạch

* Các phương pháp lập quy hoạch:

- Phương pháp phân tích hệ thống.
- Phương pháp sơ đồ, bản đồ.
- Phương pháp điều tra thực địa.
- Phương pháp chuyên gia.
- Phương pháp thống kê.
- Phương pháp phân tích SWOT.
- Phương pháp thu thập, xử lý số liệu phục vụ lập quy hoạch.

* Điều tra khảo sát thực địa: Thực hiện tại các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch, các khu vực có tiềm năng phát triển du lịch, các công trình đầu mối hạ tầng giao thông nhằm đánh giá thực tế:

- Hà Nội - Ninh Bình - Hải Phòng - Quảng Ninh
- Sơn La - Điện Biên - Lào Cai - Tuyên Quang - Cao Bằng
- Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam
- Bình Định - Phú Yên - Khánh Hòa - Ninh Thuận

-Lâm Đồng - Đắk Lắk

-TP Hồ Chí Minh - Bà Rịa -Vũng Tàu - Bình Thuận

-Cà Mau - Cần Thơ - Kiên Giang (Phú Quốc).

* Hệ thống số liệu được tập trung thống kê, phân tích trong giai đoạn 2013-2020, giai đoạn 2015-2019 là trọng tâm.

PHẦN I. HIỆN TRẠNG VÀ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM

I. HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2013-2020

1. Bối cảnh KT-XH thế giới và trong nước tác động đến du lịch

QHTT 2013 được triển khai thực hiện trong thời kỳ 2013-2020 (sau đây gọi là thời kỳ thực hiện Quy hoạch) trong bối cảnh, tình hình thế giới, trong nước diễn biến phức tạp, với những thời cơ, vận hội và khó khăn, thách thức đan xen.

Tình hình chính trị - xã hội thế giới trong vòng 10 năm qua chuyển biến không ngừng, bên cạnh xu thế chủ đạo là “hoà bình, ổn định, hợp tác và thịnh vượng chung”, quan hệ chính trị ở một số quốc gia, khu vực cũng diễn biến hết sức phức tạp, khó lường. Phức tạp về chính trị, bất ổn về an ninh thế giới cũng tác động không nhỏ đối với hoạt động du lịch toàn cầu, ảnh hưởng đến tâm lý, khả năng di chuyển và an toàn tính mạng của khách du lịch quốc tế. Kinh tế thế giới gần một thập niên qua chứng kiến sự chuyển động phức tạp, thăng trầm ở cả ba cung bậc: phục hồi - phát triển - suy thoái. Sau khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu (2008), kinh tế thế giới bước vào giai đoạn phục hồi, tăng trưởng chậm (bình quân khoảng 3,3%/năm), đạt đỉnh vào năm 2017 (3,7%) trước khi bước vào giai đoạn suy thoái năm 2018 (3,1%), 2019 (2,9%) do tác động của cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung Quốc và suy thoái trầm trọng vào các năm 2020-2022 do tác động của đại dịch COVID-19.

Trong thời kỳ thực hiện Quy hoạch, tình hình chính trị - xã hội trong nước tương đối ổn định, được cộng đồng quốc tế đánh giá cao, vị thế đất nước ngày càng được nâng lên trên trường quốc tế. Điều này đã tác động tích cực đối với việc xây dựng, quảng bá hình ảnh về một “Việt Nam hòa bình, thân thiện, mến khách”, qua đó góp phần tích cực thu hút khách quốc tế đến với Việt Nam.

Tựu chung lại, những cơ hội lớn nhất mà Việt Nam có thể được thụ hưởng từ bối cảnh trong nước, quốc tế cho phát triển du lịch gồm (04 cơ hội):

- *Cơ hội xúc tiến, quảng bá, thu hút khách du lịch quốc tế* thông qua hình ảnh: “Một Việt Nam hòa bình, thân thiện, mến khách”, “du lịch Việt Nam - điểm đến an toàn”, du lịch Việt Nam độc đáo, đặc sắc, đầy tiềm năng với “vẻ đẹp bất tận” (Vietnam Timeless Charm).

- *Cơ hội thu hút đầu tư*, đặc biệt là các nhà đầu tư lớn, nhà đầu tư chiến lược, có kinh nghiệm, tiềm lực tài chính và công nghệ hiện đại trong nước cũng như quốc tế cho phát triển du lịch.

- *Cơ hội liên kết, hợp tác phát triển du lịch* dựa trên một nền tảng ngoại giao “đa phương hóa, đa dạng hóa”, “là bạn, đối tác tin cậy và là thành viên tích cực, có trách nhiệm trong cộng đồng quốc tế”.

- *Cơ hội hiện đại hóa ngành du lịch*, dựa trên những thành tựu công nghệ hiện đại của cuộc CMCN 4.0 để thực hiện chuyển đổi số toàn diện ngành du lịch, ứng dụng công nghệ phục vụ công tác quản lý, kinh doanh du lịch, phục vụ khách du lịch.

Bên cạnh đó, những thách thức lớn nhất mà Việt Nam phải đối diện trước bối cảnh tình hình thế giới và trong nước đặt ra với phát triển du lịch gồm (4 thách thức):

- *Thách thức về ổn định kinh tế vĩ mô, phát triển du lịch bền vững.*
- *Thách thức cạnh tranh điểm đến với các quốc gia trong khu vực.*
- *Thách thức về ứng phó với BĐKH và các vấn đề toàn cầu khác như môi trường, thiên tai, dịch bệnh với phát triển du lịch.*
- *Thách thức về phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và ứng dụng KHCN với phát triển du lịch.*

2. Vị trí, vai trò của ngành du lịch

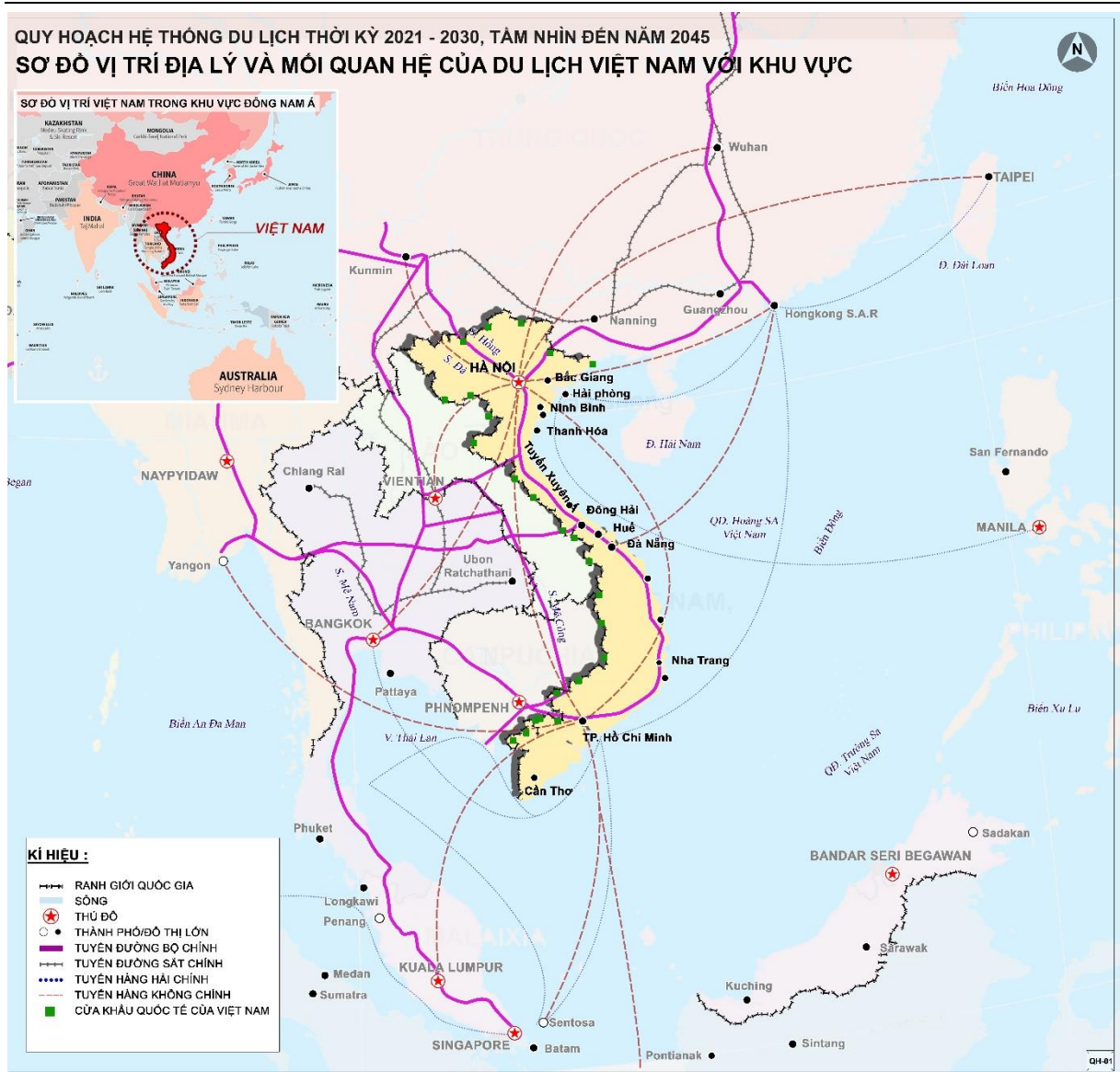
2.1. Vị trí du lịch Việt Nam trong mối liên hệ du lịch khu vực

Nằm ở trung tâm khu vực Đông Nam Á và Châu Á - Thái Bình Dương, có điều kiện thuận lợi để trở thành điểm trung chuyển, tiếp đón và luân chuyển các luồng khách quốc tế đến/đi các thị trường lớn, đồng thời kết nối trực tiếp với những tuyến hàng hải huyết mạch của khu vực.

Trong thời kỳ thực hiện Quy hoạch, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng 2,3 lần (không rõ tăng so với mốc thời gian nào hay đây là tốc độ tăng trưởng trong thời kỳ thực hiện quy hoạch), Việt Nam giành được nhiều giải thưởng du lịch của khu vực và thế giới tạo dựng hình ảnh, thương hiệu của Việt Nam trên bản đồ du lịch khu vực và thế giới.

Nhiều sự kiện quan trọng được tổ chức thành công như Tuần lễ Cấp cao Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) lần thứ 25; Hội nghị Thượng đỉnh Mỹ - Triều; Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF 2019); tổ chức các hội chợ Du lịch quốc tế (VITM Hà Nội 2019, ITE HCMC 2019, VITM Cần Thơ 2019, Diễn đàn du lịch cấp cao lần thứ II - 2019, Năm Du lịch Quốc gia 2019 - Sắc màu của biển và tạo điểm nhấn ấn tượng trong công tác xúc tiến, quảng bá ở các hội chợ du lịch quốc tế ITB (Đức), WTM (Anh), MITT (Nga)...

Việt Nam tham gia tích cực nhiều tổ chức quốc tế như APEC, ACMECS, Hội nghị cấp cao Campuchia - Lào - Myanmar - Việt Nam (CLMV Summit), Hiệp hội lữ hành Châu Á - Thái Bình Dương (PATA)... các chương trình/dự án phát triển du lịch trong khuôn khổ các tổ chức khu vực như dự án du lịch Tiểu vùng sông Mê Kông mở rộng GMS, dự án du lịch tuyến hành lang Đông Tây WEC, dự án du lịch 3 quốc gia - một điểm đến; Tuyến du lịch Di sản Đông Dương... qua đó góp phần tích cực vào sự phát triển du lịch chung của khu vực.



Sơ đồ 1: Vị trí du lịch Việt Nam trong khu vực và thế giới

2.2. Vai trò của du lịch Việt Nam đối với sự phát triển KT-XH của đất nước

Trong thời kỳ thực hiện Quy hoạch, du lịch Việt Nam ngày càng phát triển, đạt được những thành tựu quan trọng, từng bước khẳng định vị trí, vai trò đối với sự phát triển KT-XH của đất nước.

Các tác động tích cực đối với kinh tế của du lịch bao gồm:

- Tỷ trọng đóng góp của du lịch vào GDP đang tăng lên nhanh chóng. Năm 2013, tỷ trọng trong GDP của du lịch mới đạt 3,9%, đến năm 2019 tăng lên 9,2%; Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực, tăng dần tỷ trọng các ngành thương mại - dịch vụ: Năm 2013, khu vực thương mại dịch vụ chiếm 38,74% đến năm 2019 đã tăng lên 41,64%³. Hiệu quả sử dụng vốn đầu tư (hệ số ICOR) trong hoạt động du lịch (lưu trú, ăn uống, nghệ thuật, vui chơi giải

³ Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam các năm 2013, 2016, 2019

trí (VCGT)... tương đối hiệu quả so với toàn ngành kinh tế - ICOR du lịch giai đoạn 2016-2019 đạt 1,0 (toàn ngành kinh tế 6,13);

- Tăng thu nhập quốc dân và thúc đẩy xuất khẩu tại chỗ, đồng thời thu hút đầu tư nước ngoài, đã xuất hiện nhiều tập đoàn lớn về du lịch như Mandarin Oriental, Banyan Tree Holding & Limited; Intecontinental Hotels Group; Hotel Properties Limited; ASB Development Limited...;

- Thúc đẩy sự phát triển của các ngành, lĩnh vực liên quan như giao thông vận tải (phát triển vận tải đường bộ, đường thủy, đường sắt, đường không); nông nghiệp (phát triển du lịch gắn với các Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP), du lịch nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới), công nghiệp (phát triển các làng nghề truyền thống; hàng thủ công mỹ nghệ, đồ lưu niệm); thương mại (tiêu thụ hàng hoá bán lẻ, du lịch kết hợp mua sắm), y tế (du lịch kết hợp chữa bệnh), ...

- Tạo sinh kế bền vững, tăng thu nhập, từng bước nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân, lan tỏa các lợi ích kinh tế cho các khu vực khó khăn: nông thôn, miền núi, hải đảo...

Các tác động tích cực đối với văn hóa của du lịch bao gồm:

- Bảo tồn, phát huy giá trị di sản thiên nhiên và văn hóa. Du lịch chính là phương thức tiếp cận bền vững để phát huy và bảo tồn các giá trị di sản, là cầu nối giữa các dân tộc, giữa các nền văn hóa trên thế giới. Đây cũng là hoạt động tăng cường nhận thức của cộng đồng đối với bảo vệ tài nguyên và môi trường, xây dựng nếp sống văn minh, văn hoá ứng xử thân thiện, mến khách.

- Tham gia vào quá trình phát triển con người toàn diện về trí - thể - mỹ (phục hồi sức khỏe cả về thể chất và tinh thần, tái tạo năng lượng, gia tăng kiến thức, vốn hiểu biết).

- Tạo ra việc làm, nhiều loại hình việc làm mới phù hợp với đa dạng các đối tượng, đặc biệt là những đối tượng yếu thế (đồng bào dân tộc thiểu số, phụ nữ, lao động trình độ thấp, mùa vụ...).

2.3. Yêu cầu đặt ra đối với ngành du lịch trong thời kỳ mới

- Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trở thành một trong những trụ cột và động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển của đất nước;

- Phát triển bền vững và hiệu quả du lịch theo mô hình tăng trưởng xanh, đảm bảo vừa đáp ứng mục tiêu tăng trưởng mà không gây tổn hại đối với tài nguyên, môi trường, giảm thiểu tác động tiêu cực và thích ứng với BĐKH.

- Phát triển đồng bộ hệ thống kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch để nâng cao khả năng cạnh tranh.

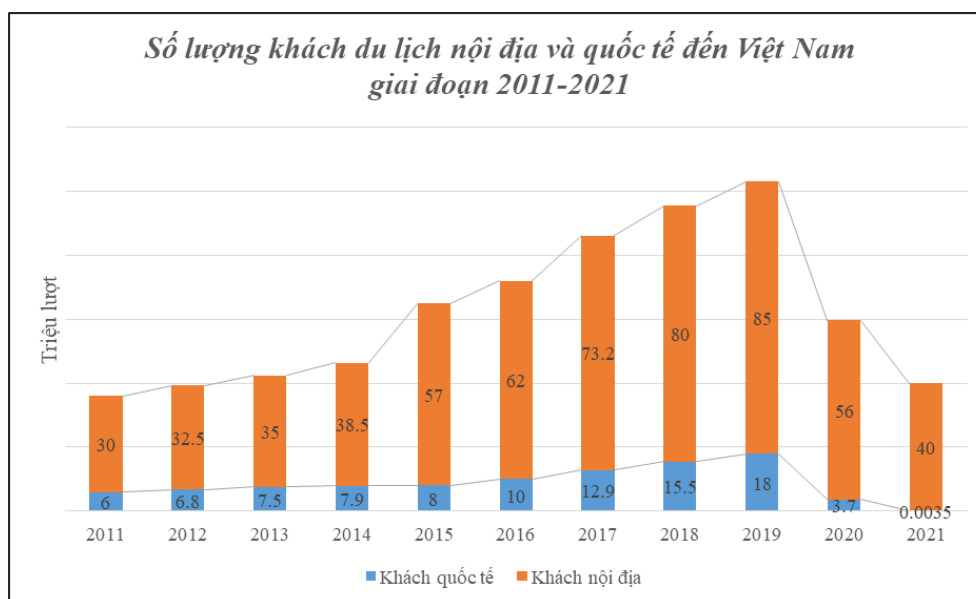
- Hoàn thiện thể chế, chính sách, cơ chế quản lý tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho phát triển du lịch.

- Đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ không chỉ trong các hoạt động kinh doanh, xúc tiến quảng bá mà trong cả lĩnh vực quản lý tài nguyên, phát triển nguồn nhân lực, ứng phó BĐKH, quản lý rủi ro....

3. Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu

3.1. Khách du lịch

Giai đoạn 2013-2019, khách du lịch đã tăng trưởng mạnh mẽ, từ mức 7,5 triệu lượt khách quốc tế và 35 triệu lượt khách nội địa (năm 2013) tăng lên hơn 18 triệu lượt khách quốc tế và 85 triệu lượt khách nội địa (năm 2019). Đặc biệt, giai đoạn 2016-2019 ngành du lịch đã có bước bứt phá với tốc độ tăng trưởng 22,8%/năm (khách quốc tế) và 11,1%/năm (khách nội địa) thuộc nhóm những nước có tốc độ tăng trưởng khách quốc tế cao nhất thế giới.



Biểu đồ 1: Số lượng khách du lịch Việt Nam giai đoạn 2011 - 2021

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của Tổng cục Du lịch, 2022

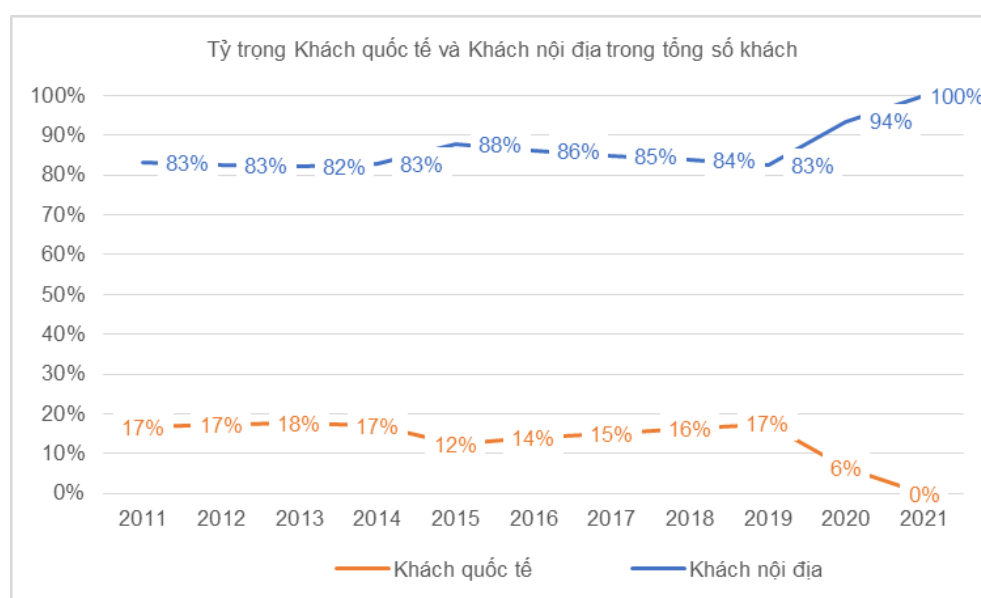
So sánh với các chỉ tiêu của QHTT 2013, năm 2015, du lịch Việt Nam đã thu hút lượng khách du lịch vượt chỉ tiêu dự báo, 6,67% đối với khách quốc tế và 54,05% đối với khách nội địa. Đặc biệt, năm 2019 du lịch Việt Nam đã vượt chỉ tiêu về khách du lịch quốc tế (71,43%) và khách du lịch nội địa (78,95%) đặt ra cho năm 2020.

Tuy nhiên, trong 02 năm 2020 và 2021, đại dịch COVID-19 gây ra những tác động nghiêm trọng đối với ngành du lịch trên toàn thế giới và Việt Nam. Năm 2020, cả nước đón được 3,7 triệu lượt khách quốc tế (chỉ có trong 3 tháng đầu năm) và 56 triệu lượt khách nội địa, giảm gần 80% đối với khách quốc tế và gần 35% đối với khách nội địa so với năm 2019. Từ tháng 11/2021, Việt Nam đã bước đầu thí điểm đón khách du lịch quốc tế, lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong cả năm 2021 đạt khoảng 3.500 người; khách nội địa có tín hiệu khả quan hơn khi đón 40 triệu lượt khách.

Từ tháng 3/2022, Việt Nam đã bắt đầu mở cửa trở lại đối với hoạt động du lịch, kết quả 6 tháng đầu năm 2022, tổng số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam

ước đạt 413.400 lượt khách, khách du lịch nội địa đạt 60,8 triệu. Tổng lượng khách tăng 1,9 lần so với cùng kỳ năm 2021 và tăng 1,3 lần so với cùng kỳ năm 2019, thời điểm trước khi xảy ra dịch COVID-19, cho thấy những tín hiệu tích cực của ngành du lịch năm 2022.

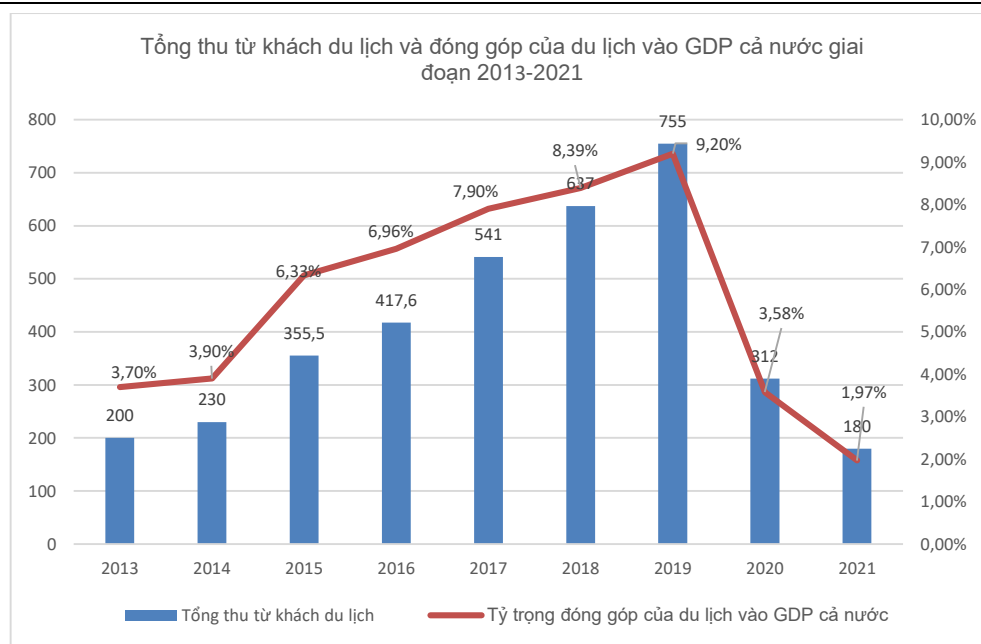
Về cơ cấu khách, giai đoạn 2013-2019, không có nhiều sự thay đổi, khách quốc tế chiếm tỷ lệ dao động trong khoảng 12% - 18% trong tổng số khách. Năm 2019, khách quốc tế chiếm 17,48% và khách nội địa chiếm 82,52% trong tổng số khách.



Biểu đồ 2: Tỷ trọng khách quốc tế và khách nội địa trong tổng số khách giai đoạn 2011 - 2021

3.2. Tổng thu từ du lịch và đóng góp vào GDP

Giai đoạn 2013-2019, tổng thu từ du lịch tăng lên từ mức 200.000 tỷ đồng vào 2013 đã tăng lên 755.000 tỷ đồng vào năm 2019, tốc độ tăng trưởng trung bình 21,9%/năm. Đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP cả nước năm 2013 đạt 3,7%; năm 2019 đạt trên 9,2%.



Biểu đồ 3: Tổng thu từ du lịch, đóng góp của du lịch vào GDP Việt Nam giai đoạn 2013 - 2021

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của Tổng cục Du lịch, 2022

Giai đoạn ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, tổng thu từ du lịch năm 2020 đạt 312.200 tỷ đồng, giảm 58% toàn ngành thiệt hại khoảng 440.000 tỷ đồng, đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP cả nước là 3,58%. Năm 2021, do không có hoạt động du lịch quốc tế, tổng thu từ du lịch chỉ đạt 180.000 tỷ đồng, giảm 42,3% so với năm 2020, tỷ trọng đóng góp của du lịch vào GDP cả nước là 1,97%.

So sánh với các chỉ tiêu của QHTT 2013, năm 2015, tổng thu từ du lịch vượt chỉ tiêu dự báo là 71,74%, tỷ lệ đóng góp của du lịch vào GDP của cả nước cũng vượt dự báo là 5,5%. Đặc biệt, năm 2019 tổng thu từ du lịch đã vượt chỉ tiêu đặt ra cho năm 2020 là 102,96%.

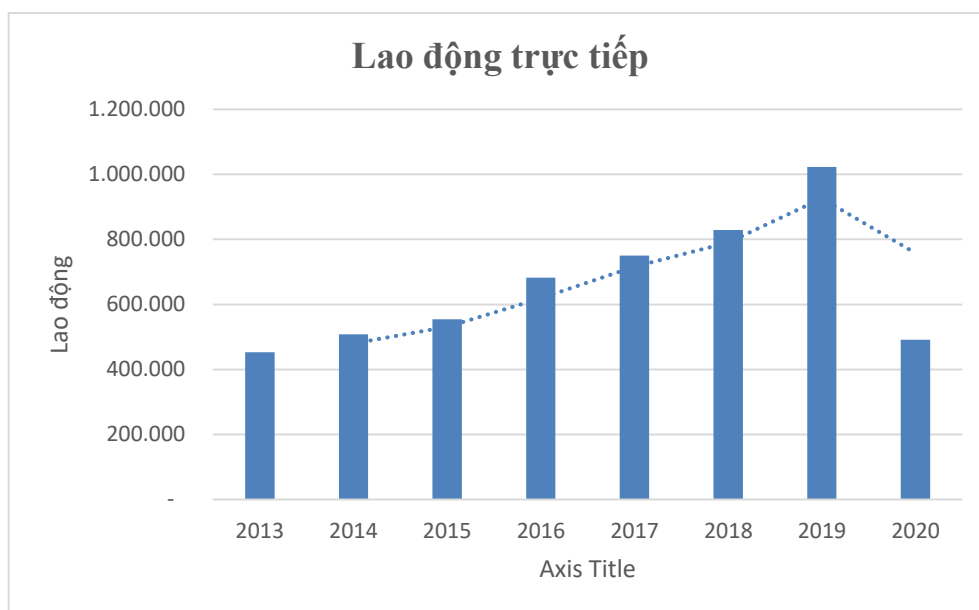
3.3. Chỉ tiêu bù đắp lưu trú du lịch

Giai đoạn 2013-2019, số lượng buồng lưu trú du lịch tăng lên nhanh chóng, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2013-2019 đạt khoảng 12,5%/năm, từ 218.611 buồng (năm 2013) tăng lên 650.000 buồng (năm 2019). Trong năm 2020, đã phát triển được thêm khoảng 130.000 buồng, đưa tổng số buồng đạt 780.000 buồng. Năm 2021, số lượng buồng không tăng thêm so với năm 2020. Nguyên nhân do ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19, số lượng buồng tăng thêm chủ yếu do các dự án thực hiện từ trước đại dịch COVID-19 được hoàn thiện.

Công suất buồng phòng bình quân cả nước năm 2019 đạt khoảng 52%. Tuy nhiên, công suất buồng lưu trú bình quân trong giai đoạn 2020-2021 giảm mạnh bởi tác động của đại dịch. Năm 2020, công suất buồng bình quân cả nước chỉ đạt 20%, đến năm 2021, sau nhiều đợt giãn cách xã hội trên cả nước, công suất buồng bình quân ước chỉ đạt khoảng 5%.

3.4. Lao động du lịch

Giai đoạn 2013-2019, số lao động ngành du lịch tăng trưởng khá nhanh, tốc độ đạt mức khoảng 14,5%/năm, từ 453.070 lao động (năm 2013) lên 1.023.000 (năm 2019).



Biểu đồ 4: Hiện trạng Lao động du lịch giai đoạn 2013 - 2021

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo Tổng cục Du lịch, 2021

Về cơ cấu ngành nghề, lao động trong ngành du lịch chủ yếu làm việc tại các cơ sở lưu trú (CSLT) du lịch (70%), lữ hành (10%) và dịch vụ khác (20%). Trong các CSLT du lịch có 502.759 lao động (lao động ở vị trí lễ tân chiếm tỷ trọng bình quân là 12,57%; lao động vị trí nhà hàng chiếm tỷ trọng bình quân là 18,34%; lao động ở vị trí buồng phòng chiếm tỷ trọng bình quân là 31,96%; còn lại là các vị trí khác trong khách sạn 37,13%).

Đội ngũ hướng dẫn viên du lịch ngày càng phát triển về số lượng và chất lượng. Tính đến hết năm 2019, cả nước có 27.683 hướng dẫn viên du lịch, tăng 15% so với năm 2018, trong đó có 17.825 hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 9.134 hướng dẫn viên du lịch nội địa và 724 hướng dẫn viên du lịch tại điểm. Đội ngũ hướng dẫn viên có trình độ từ đại học trở lên chiếm 71,3%, tốt nghiệp cao đẳng chiếm 18%, trình độ khác chiếm 10,7%.

Nhìn chung, giai đoạn 2013-2019, nguồn nhân lực du lịch có sự phát triển đáng kể, gia tăng ổn định về lượng và cải thiện đáng kể về chất. Tuy nhiên, phát triển nguồn nhân lực du lịch còn nhiều hạn chế, khó khăn, thách thức: sự phân bố lao động du lịch không đồng đều giữa các vùng, miền, địa phương trong cả nước dẫn đến tình trạng vừa thiếu vừa thừa giữa các vùng, miền và địa bàn trọng điểm du lịch; lao động chưa qua đào tạo chính quy và lao động trái ngành đang chiếm tỷ trọng lớn hơn số lao động được đào tạo chính quy về du lịch.

Năm 2020-2021, đại dịch COVID-19 đã gây ra những ảnh hưởng nặng nề đến khối doanh nghiệp du lịch và người lao động trong ngành. Theo Tổng cục Du lịch, năm 2020 đã có khoảng 52% lao động du lịch mất việc làm, năm 2021,

cũng chỉ có 25% lao động du lịch được tham gia công việc toàn thời gian. Đặc biệt, đáng ngại hơn là việc thiếu hụt các lao động chất lượng cao sau dịch COVID-19 do xu hướng chuyển sang ngành nghề khác ít bị ảnh hưởng như du lịch.

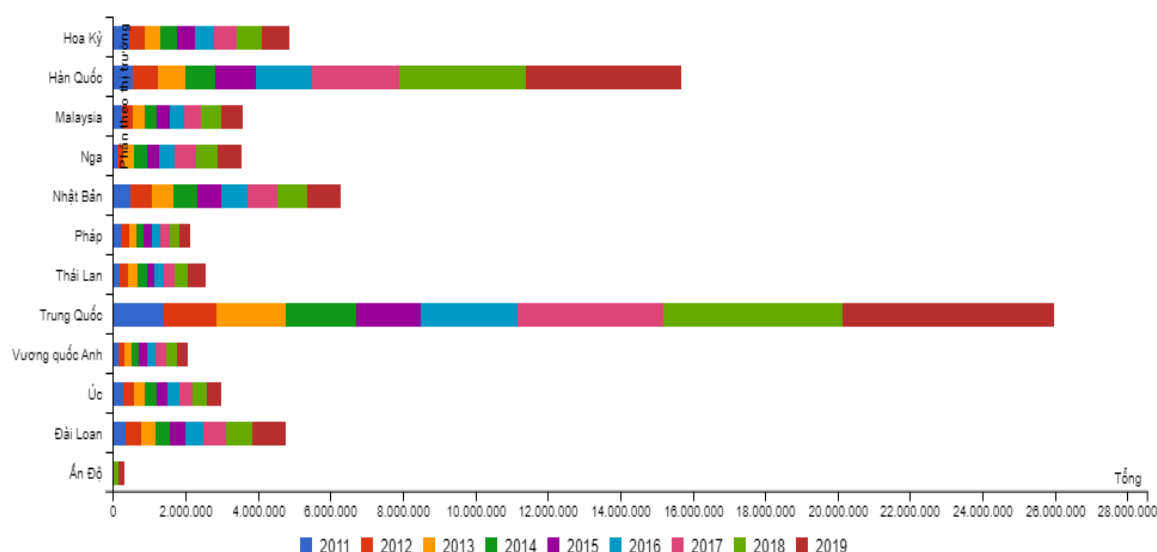
4. Thị trường và sản phẩm du lịch

4.1. Thị trường khách du lịch

4.1.1. Thị trường khách du lịch quốc tế

Thị trường khách du lịch quốc tế đến Việt Nam chủ yếu từ những thị trường gần trong khu vực như khách từ Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan), Đông Nam Á (Malaysia, Campuchia, Thái Lan), và những thị trường lớn như Hoa Kỳ, Châu Âu.

Thời điểm trước đại dịch COVID-19, 10 thị trường khách du lịch quốc tế chính đến Việt Nam gồm Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Hoa Kỳ, Nga, Malaysia, Thái Lan, Úc và Vương Quốc Anh. Khách du lịch từ châu Á hiện chiếm tới 80% thị trường khách quốc tế của Việt Nam. Do vị trí gần nên các thị trường Đông Bắc Á luôn giữ vị trí quan trọng nhất đối với du lịch Việt Nam, trong đó chỉ riêng Trung Quốc (32,2%) và Hàn Quốc (23,8%) đã chiếm trên 50% lượng khách quốc tế đến Việt Nam. Các thị trường Bắc Mỹ, Tây Âu mặc dù vẫn duy trì đà tăng trưởng nhưng số lượng tuyệt đối thấp nên chiếm tỷ trọng nhỏ.



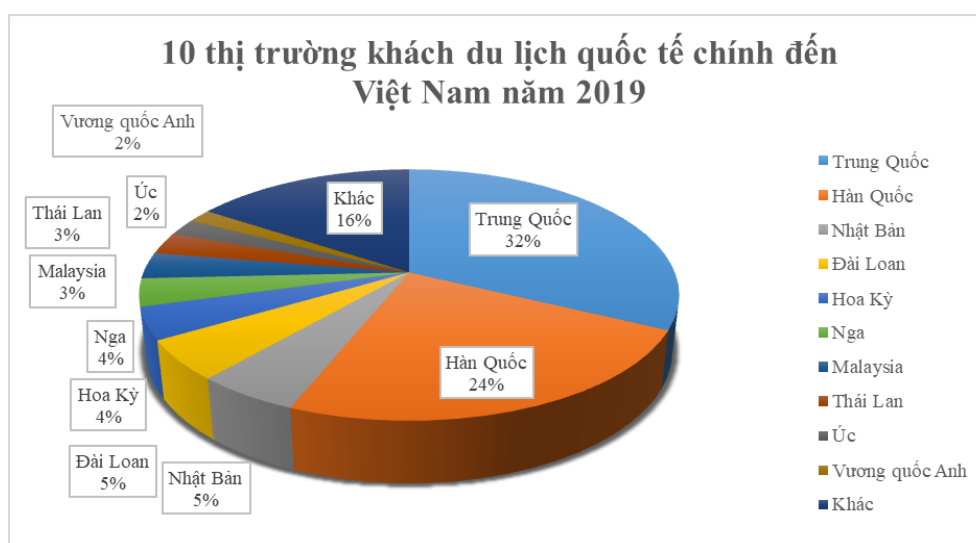
Biểu đồ 5: Cơ cấu thị trường khách du lịch quốc tế chính đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2019

Nguồn: Tổng cục Du lịch, 2021

Theo điều tra của Tổng cục Du lịch (năm 2018), khách du lịch quốc tế đến Việt Nam với mục đích tham quan, nghỉ dưỡng chiếm tỷ lệ cao nhất với 77,77%, tiếp đó là khách đi theo mục đích thương mại và thăm họ hàng, bạn bè. Khách đi theo mục đích hội nghị, hội thảo và chữa bệnh chiếm tỉ lệ nhỏ.

Về phương thức đi du lịch, khách quốc tế đến Việt Nam chủ yếu bằng đường hàng không, chiếm tới 79,8%, đường bộ chiếm 18,7%. Du lịch tàu biển

phát triển sau các loại hình khác nhưng có tốc độ tăng trưởng cao, hiện chiếm tỷ trọng 1,45% thị trường khách quốc tế.



Biểu đồ 6: Biểu đồ tỷ trọng 10 thị trường khách du lịch quốc tế chính tại Việt Nam giai đoạn 2013 - 2019

Nguồn: Tổng cục Du lịch, 2020

Về chi tiêu, theo điều tra năm 2019, khách du lịch quốc tế nghỉ đêm chi tiêu bình quân 1.074 USD/khách, thời gian trung bình 8,1 ngày, chi tiêu bình quân 132,6 USD/ngày. Khách trong ngày chi tiêu bình quân 99,86 USD/khách. Khách nghỉ đêm tại CSLT chi tiêu bình quân 1.083,36 USD/khách, thời gian trung bình của chuyến đi là 8,02 ngày, chi tiêu bình quân 135 USD/ngày⁴.

Đến nay, thị trường khách quốc tế đang dần phục hồi, tuy nhiên còn chậm. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, 7 tháng đầu năm 2022, tổng số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt 733.400 lượt khách, chủ yếu từ 15/3/2022 - thời điểm Việt Nam mở cửa trở lại. Khách phần lớn đến từ các khu vực, quốc gia Việt Nam miễn thị thực đơn phương (Hàn Quốc, Nhật Bản, Anh, Pháp, Đức...) chiếm 36%, miễn thị thực song phương (Singapore, Malaysia, Thái Lan) chiếm 32%, thị thực điện tử (Mỹ, Úc, Ấn Độ) chiếm 31% và một số nước, vùng lãnh thổ như Đài Loan, Campuchia, Lào...

Nhìn chung, khách quốc tế đến Việt Nam chi tiêu chưa cao, các thị trường khách có khả năng chi trả cao chưa chiếm tỷ trọng lớn. So sánh trong khu vực ASEAN, thu trung bình/khách quốc tế của Việt Nam thấp hơn nhiều so với Philippines, Thái Lan và Singapore.

4.1.2. Thị trường khách du lịch nội địa

Trong giai đoạn 2013-2019, tốc độ tăng trưởng trung bình của thị trường khách nội địa đạt khoảng 15,94%/năm. Thu nhập và chất lượng cuộc sống được nâng cao, hệ thống giao thông phát triển... là nguyên nhân tăng trưởng nhanh chóng của khách du lịch nội địa.

⁴ Nguồn: Kết quả điều tra Thông tin Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2019 do Tổng cục Du lịch Việt Nam thực hiện

Chi tiêu bình quân của khách du lịch nội địa năm 2019 là 1.112.800 đồng, trong đó 15,5% chi tiêu cho lưu trú, 26% cho ăn uống, 24,1% đi lại tại Việt Nam và 16,6% cho mua sắm. Mức chi tiêu bình quân này đã tăng so với năm 2011 là 977.700 đồng⁵.

Khách du lịch nội địa có xu hướng đi du lịch nhiều vào các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, du lịch tôn giáo - tín ngưỡng, các hình thức khác như du lịch cuối tuần và thăm thân cũng khá phổ biến. Những loại hình du lịch ưa thích nhất của khách du lịch nội địa khi đi du lịch tại Việt Nam là du lịch nghỉ dưỡng tắm biển, tìm hiểu, khám phá di sản, du lịch cộng đồng tìm hiểu văn hóa bản địa, du lịch tín ngưỡng, tham gia lễ hội văn hóa truyền thống, du lịch đô thị, tham quan làng nghề, du lịch nông nghiệp... Như vậy, có thể thấy các sản phẩm du lịch được khách ưa thích nhất tập trung vào du lịch biển, du lịch văn hóa và du lịch đô thị.

Năm 2020, do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, xu hướng tiêu dùng đã có những thay đổi như ưu tiên chi tiêu hơn cho các mặt hàng nhu yếu phẩm thiết yếu, chi phí nhà ở và tiện ích. Chi tiêu về dịch vụ giải trí và du lịch giảm từ 4% năm 2020 xuống 0,4% so với năm 2019⁶, do đó tác động nghiêm trọng đến ngành du lịch.

4.2. Hệ thống sản phẩm du lịch

* Các dòng sản phẩm chủ đạo:

- Du lịch biển, đảo: chủ yếu bao gồm các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng ở các khu vực biển, đảo, tham quan thắng cảnh, du lịch sinh thái biển, thể thao biển... được phát triển mạnh và nâng cao cạnh tranh của du lịch Việt Nam so với các nước trong khu vực. Các khu du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp, tích hợp giải trí, thể thao bước đầu mang lại thương hiệu và nhiều giải thưởng quốc tế cho Việt Nam.

- Du lịch văn hóa: chủ yếu tập trung vào các sản phẩm du lịch trải nghiệm văn hóa bản địa, gắn với di tích lịch sử, di sản, lễ hội, tham quan, tìm hiểu lối sống người dân địa phương, du lịch làng nghề, du lịch cộng đồng. Sản phẩm du lịch văn hóa đem lại sự khác biệt cho du lịch Việt Nam, làm nổi bật, khai thác, đẩy mạnh giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa của 54 dân tộc.

- Du lịch sinh thái: chủ yếu là các sản phẩm du lịch khám phá đa dạng sinh học, hang động, vùng núi, du lịch sinh thái nông nghiệp, nông thôn, du lịch sinh thái miệt vườn. Du lịch sinh thái khai thác, phát triển chủ yếu tại các khu bảo tồn thiên nhiên (Khu BTTN), vườn quốc gia (VQG) và các vùng sinh thái đặc trưng.

- Du lịch đô thị: du lịch khám phá văn hóa, lối sống sinh hoạt ở đô thị, VCGT, mua sắm, du lịch MICE...

Bên cạnh các sản phẩm truyền thống, nhiều sản phẩm mới được phát triển theo xu thế và đáp ứng nhu cầu của thị trường như du lịch giáo dục, du lịch du

⁵ Nguồn: Kết quả điều tra Thông tin Khách du lịch nội địa Việt Nam năm 2019 do Tổng cục Du lịch Việt Nam thực hiện

⁶ Deloitte. (2021). Khảo sát người tiêu dùng Việt Nam, Kiên cường trước khó khăn

thuyền, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch ẩm thực, du lịch thiện nguyện, du lịch văn hóa tín ngưỡng...

Các phương thức phát triển sản phẩm du lịch tại Việt Nam cũng được thay đổi để phù hợp với xu hướng như phát triển du lịch theo hướng tăng trưởng xanh, phát triển du lịch có trách nhiệm, du lịch thông minh, du lịch số...

Hệ thống sản phẩm du lịch đã có sự phát triển mạnh mẽ, đa dạng, nhiều sản phẩm du lịch đã được quốc tế công nhận. Tuy nhiên chất lượng, sản phẩm dịch vụ chưa đồng đều dẫn đến khả năng cạnh tranh quốc tế chưa cao. Nguyên nhân so sự trùng lặp sản phẩm giữa các vùng, chưa xây dựng được các sản phẩm du lịch đặc thù, khác biệt khiến cho việc thu hút khách quay trở lại còn khó khăn. Nhiều khu, điểm du lịch còn khai thác, phát triển tự phát, khiến cho việc quy hoạch và đầu tư chưa hợp lý, thiếu tính chuyên nghiệp và khó quản lý. Tính liên kết vùng, địa phương, doanh nghiệp, nhà đầu tư trong phát triển sản phẩm du lịch còn chưa hiệu quả.

*** Hệ thống sản phẩm du lịch theo vùng**

- *Vùng Trung du miền núi Bắc Bộ*: nổi bật với hệ thống các sản phẩm du lịch sinh thái, thể thao mạo hiểm; du lịch cộng đồng; du lịch về nguồn, tìm hiểu lịch sử cách mạng; du lịch tôn giáo – tín ngưỡng; du lịch vùng biên giới, cửa khẩu. Một số sản phẩm du lịch khác: Sinh thái nông nghiệp, du lịch kết hợp chăm sóc sức khỏe, du lịch cuối tuần...

- *Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc*: hệ thống sản phẩm chủ yếu là du lịch đô thị, du lịch biển đảo, du lịch văn hóa (làng nghề, lễ hội, tôn giáo - tín ngưỡng, di tích lịch sử), du lịch sinh thái nông nghiệp - nông thôn, du lịch cuối tuần.

- *Vùng Bắc Trung Bộ*: chủ yếu phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa, di sản, di tích lịch sử, du lịch sinh thái hang động, du lịch nghỉ dưỡng biển. Một số sản phẩm du lịch khác: du lịch biên giới; du lịch MICE; du lịch cộng đồng; du lịch kết hợp với chăm sóc sức khỏe.

- *Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ*: phát triển mạnh các loại hình du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo, du lịch sinh thái, thể thao biển, du lịch văn hóa, di sản, du lịch MICE, du lịch làm đẹp, chữa bệnh, du lịch cộng đồng, nông thôn.

- *Vùng Tây Nguyên*: nổi bật với các sản phẩm du lịch văn hóa dân tộc Tây Nguyên, du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch thể thao mạo hiểm.

- *Vùng Đông Nam Bộ*: chủ yếu phát triển sản phẩm du lịch đô thị, du lịch MICE, du lịch tôn giáo - tín ngưỡng, du lịch tìm hiểu văn hóa lịch sử cách mạng, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái.

- *Vùng Đồng bằng sông Cửu Long*: phát triển tập trung vào du lịch sông nước, du lịch sinh thái miệt vườn, du lịch cộng đồng, du lịch nghỉ dưỡng biển đảo, du lịch MICE.

5. Xúc tiến, quảng bá du lịch

Bộ VHTTDL là cơ quan xây dựng, tổ chức thực hiện chiến lược, kế hoạch, chương trình xúc tiến du lịch quốc gia trong nước và nước ngoài; điều phối các hoạt động xúc tiến du lịch liên vùng, liên địa phương. Hai đơn vị trực thuộc Bộ VHTTDL là Tổng cục Du lịch và Cục Hợp tác quốc tế trực tiếp thực hiện các hoạt động xúc tiến du lịch trong nước và quốc tế. Các cơ quan ngoại giao đại diện Việt Nam ở nước ngoài như Lãnh sự quán, Trung tâm văn hóa Việt Nam ở nước ngoài cũng thực hiện nhiều hoạt động quảng bá văn hóa, du lịch Việt Nam tại các nước. Năm 2020, Việt Nam đã khai trương văn phòng du lịch quốc tế đầu tiên tại Anh, là một thành tựu lớn trong xúc tiến quảng bá du lịch.

Về phía địa phương, các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Du lịch, Trung tâm xúc tiến du lịch, Trung tâm xúc tiến đầu tư thương mại và du lịch ở địa phương... thực hiện hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch địa phương trong nước, tham gia các sự kiện, hội chợ xúc tiến du lịch trong nước và quốc tế. Các địa phương cũng thực hiện liên kết, hợp tác để xúc tiến quảng bá du lịch theo vùng, theo tiểu vùng ở các thị trường trọng điểm trong nước và quốc tế.

Các hiệp hội như: Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hiệp hội lữ hành, Hiệp hội khách sạn, Hiệp hội du lịch tại các địa phương... thực hiện hoạt động xúc tiến du lịch thông qua huy động sự tham gia của doanh nghiệp du lịch, tổ chức các sự kiện, hội chợ du lịch quy mô địa phương, quốc gia, quốc tế, phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước trên địa bàn.

Doanh nghiệp du lịch chủ động thực hiện quảng bá sản phẩm, dịch vụ du lịch mình cung cấp, xây dựng thương hiệu riêng, tham gia cùng các hiệp hội, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trong các hoạt động xúc tiến du lịch trong nước và quốc tế, tham gia tài trợ các chương trình, hoạt động quảng bá du lịch quốc gia.

Đánh giá chung về hiệu quả xúc tiến quảng bá:

- Công tác xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam giai đoạn vừa qua không còn dừng lại ở hình thức tuyên truyền, giới thiệu chung chung hình ảnh quốc gia, mà đã từng bước nghiên cứu, định vị thị trường trọng điểm và các phân khúc, dòng sản phẩm chính phù hợp với từng phân khúc thị trường.

- Tuy nhiên, việc chưa có Văn phòng xúc tiến du lịch quốc gia tại nước ngoài là điểm bất lợi của du lịch Việt Nam so với các nước trong khu vực (Thái Lan có 29 văn phòng xúc tiến du lịch ở nước ngoài; Malaysia có 30 văn phòng ở nước ngoài; Singapore có 27 Văn phòng).

- Nguồn lực cho xúc tiến quảng bá du lịch còn hạn chế (giai đoạn 2013-2020, ngân sách nhà nước (NSNN) cấp cho Bộ VHTTDL để thực hiện xúc tiến quảng bá du lịch là 190 tỷ tương đương 8 triệu USD, trong khi đó riêng năm 2019, các nước trong khu vực dành ngân sách cho xúc tiến quảng bá du lịch là: Thái Lan 53,25 triệu USD; Malaysia 60,5 triệu USD; Singapore 162,8 triệu USD). Đến năm 2021-2022 không còn kinh phí từ Chương trình xúc tiến du lịch

quốc gia. Hiện nay, kinh phí được cấp qua Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch. Tuy nhiên đến tháng 7/2022, nguồn lực từ Quỹ chưa được khơi thông.

6. Hệ thống doanh nghiệp du lịch

Có thể khái quát sự phát triển của hệ thống doanh nghiệp du lịch như sau:

Loại doanh nghiệp	Giai đoạn đến 2019 ⁷	Giai đoạn chịu tác động của dịch bệnh ⁸	Giai đoạn phục hồi (7/2022) ⁹
Doanh nghiệp lữ hành quốc tế	2.656 ¹⁰	- 2020: 2.519 - 2021: 2.111 Trong đó phần lớn dừng hoạt động.	2.415
Doanh nghiệp kinh doanh lưu trú du lịch	30.000 Công suất phòng 52%.	- 2020: 30.000. Công suất phòng trung bình 20 - 25%. - 2021: 38.000. Tuy nhiên công suất phòng trung bình đạt 5%	330.000

Giai đoạn trước khi xuất hiện dịch COVID-19, hệ thống doanh nghiệp phát triển mạnh mẽ, nhanh về số lượng, đa dạng về dịch vụ để đáp ứng nhu cầu tăng nhanh về lượng khách du lịch. Trong giai đoạn này ghi nhận sự hình thành nhiều hệ thống doanh nghiệp cung ứng các chuỗi dịch vụ, có nhiều tổ hợp chất lượng cao mang đẳng cấp khu vực và quốc tế. Quá trình liên kết của các doanh nghiệp tham gia chuỗi kinh doanh phục vụ khách du lịch đã đóng góp tích cực vào GDP và sự phát triển của đất nước. Doanh nghiệp du lịch tích cực tham gia vào quá trình ứng dụng công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin để kịp thời đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, sự phát triển của bản thân doanh nghiệp và xu thế thời đại.

Đại dịch COVID-19 diễn ra làm hệ thống doanh nghiệp du lịch rơi vào tình trạng cực kỳ khó khăn, doanh nghiệp ngừng hoạt động hoặc buộc phải đóng cửa. Kết quả bước đầu của giai đoạn phục hồi bắt đầu được ghi nhận từ khi mở lại hoạt động du lịch (ngày 15/3/2022), đến nay đã đạt được nhiều thành tựu. “Trong 6 tháng đầu năm 2022, số doanh nghiệp đăng ký thành lập mới có liên quan đến lĩnh vực du lịch có sự gia tăng ấn tượng, trong đó: dịch vụ lưu trú và ăn uống đạt 3.065 doanh nghiệp, tăng 27,7%; dịch vụ việc làm, du lịch đạt 3.902 doanh nghiệp, tăng 23,4% so với cùng kỳ 2021. Triển vọng phục hồi của doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch cũng rõ ràng hơn khi số doanh nghiệp trong lĩnh vực này quay trở lại hoạt động tăng cao. Số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động 6 tháng đầu năm 2022 trong lĩnh vực dịch vụ lưu trú và ăn uống đạt 2.362

⁷ BC TCDL 2019

⁸ BC TCDL 2020, 2021

⁹ <https://dangcongsan.vn/kinh-te/du-lich-viet-nam-phuc-hoi-va-so-doanh-nghiep-dang-ky-moi-tang-nhanh-616400.html#:~:text=T%C3%ADnh%20C4%91%E1%BA%BFn%20h%E1%BA%BFt%20th%C3%A1ng%206,doanh%20l%E1%BB%AF%20h%C3%A0nh%20qu%E1%BB%91c%20t%E1%BA%BF> và <https://www.vietnamplus.vn/du-lich-viet-nam-lien-tuc-nam-trong-nhom-tang-truong-cao-nhat-the-gioi/808762.vnp>

¹⁰ Theo NGTK ngành VHTTDL năm 2019, con số này đầu kỳ 2019 là 2.022 và cuối kỳ là 2.693. Theo BC của TCDL năm 2019 là 2.656.

doanh nghiệp, tăng 63,5% so với cùng kỳ; dịch vụ việc làm và du lịch đạt 2.215 doanh nghiệp, tăng 50,5%"¹¹.

7. Thực trạng sử dụng không gian của hệ thống du lịch quốc gia

Theo QHTT 2013, cơ cấu tổ chức không gian của hệ thống du lịch quốc gia bao gồm: các vùng du lịch, các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch, các khu, điểm, đô thị du lịch và tuyến du lịch quốc gia. Tuy nhiên, theo Luật Du lịch 2017, các thuật ngữ điểm du lịch quốc gia, đô thị du lịch và tuyến du lịch không còn được sử dụng.

7.1. Các vùng du lịch:

Về cơ bản, du lịch Việt Nam đã hình thành tổ chức không gian theo QHTT 2013 gắn với sự phân chia 7 vùng kinh tế của cả nước. Mỗi một vùng đã hình thành được hệ thống sản phẩm, dịch vụ theo đặc trưng về tài nguyên du lịch, khách du lịch có sự tăng trưởng đều đặn từ 10 - 15,6%/năm trong giai đoạn 2013-2019. Cụ thể như sau:

7.1.1. Vùng Trung du miền núi Bắc Bộ

Gắn với việc khai thác cảnh quan núi, các giá trị sinh thái và văn hoá các dân tộc Đông và Tây Bắc. Đây là khu vực được khách du lịch châu Âu, Mỹ ưa thích, với tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2013-2019 xếp thứ 3 trong 7 vùng du lịch và khách du lịch năm 2019 xếp thứ 4. Tuy nhiên các dịch vụ du lịch còn nghèo nàn, kém đa dạng và chủ yếu tập trung ở các trung tâm đô thị, trung tâm du lịch lớn.

Vùng đã hình thành 02 tiểu vùng: Tây Bắc và Đông Bắc với đặc trưng sản phẩm du lịch khác nhau.

Du lịch phát triển mạnh mẽ tại Lào Cai, Hà Giang, Sơn La, Phú Thọ, Lạng Sơn, ... với các đại diện tiêu biểu là Sapa, Cao nguyên đá Đồng Văn, Mộc Châu, Việt Trì, ...

7.1.2. Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc

Gắn với văn minh lúa nước sông Hồng ở khu vực trung tâm và tài nguyên biển, đảo khu vực duyên hải Đông Bắc. Đây là khu vực thu hút khách du lịch quốc tế đa dạng nhất của cả nước, đặc biệt gắn với lợi thế từ khách Trung Quốc qua Móng Cái, Quảng Ninh. Vùng có lượng khách lớn (đứng đầu các vùng năm 2019). Đây là vùng có hệ thống sản phẩm và dịch vụ du lịch đa dạng, đầy đủ nhất cả nước.

Đã hình thành 03 địa bàn trọng điểm du lịch Hà Nội, Quảng Ninh - Hải Phòng và Ninh Bình gắn với 2 trung tâm Hà Nội, TP Hạ Long.

7.1.3. Vùng Bắc Trung Bộ

¹¹ <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/07/viet-nam-lac-quan-ve-so-doanh-nghiep-dang-ky-thanh-lap-moi-va-quay-tro-lai-hoat-dong-trong-linh-vuc-du-lich/>

Gắn với biển, đảo và văn hoá, lịch sử. Khu vực này chủ yếu thu hút khách nội địa và nhóm khách quốc tế ưa thích tìm hiểu văn hóa, lịch sử, khách khám phá thiên nhiên cao cấp (Quảng Bình). Vùng có sự tăng trưởng xếp thứ 4 và lượng khách du lịch xếp thứ 6 trên 7 vùng du lịch.

Sự phát triển sản phẩm và dịch vụ chủ yếu tập trung tại khu vực ven biển. Trong đó các khu vực phát triển mạnh mẽ là Thanh Hóa, Nghệ An, Quảng Bình và đặc biệt là Huế.

7.1.4. Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

Gắn với biển, đảo - đặc trưng khu vực tập trung hệ thống bãi tắm đẹp nhất cả nước và vườn tằm khu vực. Vùng thu hút khách du lịch nghỉ dưỡng, đặc biệt là nhóm khách Nga và Đông Âu; khu vực du lịch MICE tập trung của cả nước gắn với Đà Nẵng và các khu vực du lịch thể thao biển hấp dẫn như Phan Thiết, Ninh Chữ, ... Vùng xếp thứ 3 về lượng khách nhưng có tốc độ tăng trưởng hàng đầu cả nước.

Bước đầu đã hình thành 02 trung tâm du lịch lớn: TP. Đà Nẵng và TP. Nha Trang và trung bổ trợ: TP. Quy Nhơn.

7.1.5. Vùng Tây Nguyên

Gắn với cao nguyên và không gian văn hoá các dân tộc Tây Nguyên (cồng chiêng Tây Nguyên) và sinh thái cao nguyên với đại diện tiêu biểu là Đà Lạt. Tuy nhiên đây là khu vực có số lượng khách xếp thứ 7 và tăng trưởng xếp thứ 6, đến từ nhiều hạn chế về sản phẩm, dịch vụ, KT-XH, ...

Hình thành 02 trung tâm du lịch: TP. Đà Lạt, trung tâm du lịch không gian phía Đông; TP. Buôn Ma Thuột trung tâm du lịch không gian phía Tây.

7.1.6. Vùng Đông Nam Bộ

Gắn với biển Vũng Tàu và các giá trị di tích lịch sử, văn hoá liên quan đến vùng Sài Gòn - Gia Định. Vùng có số lượng khách cao thứ 2 trong 7 vùng và tập trung chủ yếu tại 2 địa điểm TP. Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng đứng thứ 7, có ưu thế mạnh về dịch vụ và hạ tầng kỹ thuật (HTKT).

TP. Hồ Chí Minh phát triển và khẳng định là trung tâm du lịch vùng. Ngoài ra các tỉnh đều hình thành các trung tâm du lịch tỉnh, gồm: TP. Vũng Tàu, TP. Biên Hòa, TP. Thủ Dầu Một, TP. Đồng Xoài và TP. Tây Ninh.

7.1.7. Vùng Đồng bằng sông Cửu Long

Gắn với hệ sinh thái miệt vườn và sông nước Đồng bằng sông Cửu Long, bên cạnh đó đang hình thành trung tâm Phú Quốc với nhiều sản phẩm du lịch biển cao cấp. Vùng có tốc độ tăng trưởng cao thứ 2 cả nước, tuy nhiên tổng lượng khách chưa cao (5/7), đồng thời thu hút chủ yếu nhóm khách quốc tế ưa thích tìm hiểu văn hóa lối sống đặc trưng, khách nghỉ dưỡng, VCGT Phú Quốc. Dịch vụ du lịch chưa thật sự đa dạng.

Bước đầu đã hình thành trung tâm du lịch vùng là TP. Cần Thơ.

7.2. Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch

Trong QHTT 2013, đã xác định khá nhiều địa bàn trọng điểm phát triển du lịch theo từng Vùng, bao gồm:

- Vùng Trung du miền núi Bắc bộ có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: Sơn La - Điện Biên; Lào Cai; Phú Thọ; Thái Nguyên - Lạng Sơn; Hà Giang;

- Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: Thủ đô Hà Nội; Quảng Ninh - Hải Phòng; Ninh Bình;

- Vùng Bắc Trung bộ có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: Thanh Hóa; Nam Nghệ An - Bắc Hà Tĩnh; Quảng Bình - Quảng Trị; Thừa Thiên Huế;

- Vùng Duyên hải Nam Trung bộ có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: Đà Nẵng - Quảng Nam; Bình Định - Phú Yên - Khánh Hòa; Bình Thuận;

- Vùng Tây nguyên có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: TP. Đà Lạt; Đắk Lắk; Gia Lai - Kon Tum;

- Vùng Đông Nam bộ có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: TP. Hồ Chí Minh; Tây Ninh; TP. Vũng Tàu;

- Vùng Đồng bằng Sông Cửu Long có các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch: Tiền Giang - Bến Tre; Cần Thơ - Kiên Giang; Đồng Tháp - An Giang.

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch chưa thực sự đóng vai trò nổi bật trong sự phát triển của du lịch Việt Nam thời gian qua, một số địa bàn được xác định song thực chất chỉ như một điểm tài nguyên hoặc một đô thị với quy mô nhỏ, sức ảnh hưởng, tác động đến du lịch của Vùng không nhiều.

Trong Chiến lược 2020 đã xác định 7 khu vực động lực phát triển du lịch, gồm: Sơn La - Điện Biên - Lào Cai - Hà Giang; Hà Nội - Quảng Ninh - Hải Phòng - Ninh Bình; Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên - Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam; Bình Định - Phú Yên - Khánh Hòa - Ninh Thuận; Lâm Đồng - Đắk Lắk; TP. Hồ Chí Minh - Bà Rịa - Vũng Tàu - Bình Thuận; Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau.

Tuy nhiên, các khu vực trọng điểm này chưa được hình thành ở cả mặt tổ chức, quản lý và chưa có những hoạt động chính thức trên cơ sở liên kết giữa các tỉnh trong khu vực động lực này để thúc đẩy du lịch. Việc đầu tư phát triển phụ thuộc vào nhu cầu thực tế của nhà đầu tư, chương trình của địa phương. Cũng như các Khu DLQG và các địa điểm có tiềm năng phát triển thành Khu DLQG, các khu vực động lực chưa có được những chính sách hỗ trợ đặc biệt từ trung ương.

Trên thực tế, về mặt không gian, đã bắt đầu hình thành một số hạt nhân - thực chất là các khu vực phát triển du lịch nổi trội, gồm:

- Khu vực Hải Phòng, Quảng Ninh, với hạt nhân du lịch là các khu du lịch Hạ Long - Cát Bà; Vân Đồn, Khu DLQG Trà Cổ, thành phố Móng Cái (Quảng Ninh); Đồ Sơn (Hải Phòng) và các khu, điểm du lịch khác ven biển duyên hải Đông Bắc;

- Khu vực Thủ đô Hà Nội, Hà Nam, Ninh Bình với hạt nhân là các khu, điểm du lịch ở Hà Nội, khu du lịch Tam Chúc (Hà Nam) và khu du lịch Tràng An (Ninh Bình);

- Khu vực Lào Cai, Hà Giang, Sơn La, Cao Bằng với hạt nhân là các Khu DLQG Sa Pa (Lào Cai), Cao nguyên đá Đồng Văn (Hà Giang) và gần đây là khu công viên địa chất Non nước Cao Bằng.

- Khu vực Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam với hạt nhân là di tích Cố đô Huế, các khu du lịch Lăng Cô - Cảnh Dương (Thừa Thiên Huế), Sơn Trà, Bà Nà (Đà Nẵng) và Hội An - Cù Lao Chàm (Quảng Nam);

- Khu vực Khánh Hòa, Lâm Đồng, Ninh Thuận với hạt nhân là các khu du lịch Vân Phong, Nha Trang, Bắc Cam Ranh (Khánh Hòa), Khu DLQG hồ Tuyền Lâm (Lâm Đồng), Ninh Chữ (Ninh Thuận).

- Khu vực TP. Hồ Chí Minh, Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Thuận với hạt nhân là các khu, điểm du lịch ở TP. Hồ Chí Minh, khu du lịch Long Hải, Côn Đảo, Bình Châu - Phước Bửu (Bà Rịa-Vũng Tàu) và Khu DLQG Mũi Né (Bình Thuận).

- Khu vực Kiên Giang - Cà Mau với hạt nhân là khu du lịch Phú Quốc (Kiên Giang), khu du lịch Mũi Cà Mau (Cà Mau) và một số điểm du lịch khác ở ven biển Cà Mau, Kiên Giang.

Bên cạnh các địa bàn trọng điểm du lịch, thực tế hình thành một số cụm du lịch với phạm vi nhỏ hơn nhưng có ý nghĩa quan trọng đối với các địa phương trong việc tạo dựng các liên kết phát triển du lịch như cụm Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên; cụm Thái Bình, Nam Định; cụm Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh; cụm Gia Lai, Kon Tum; cụm Bình Phước, Tây Ninh, cụm Long An, Đồng Tháp, An Giang... Đây là cơ sở nghiên cứu định hướng các cụm du lịch trong quy hoạch giai đoạn tiếp theo.

7.3. Các trung tâm du lịch quốc gia:

Mặc dù không được ghi nhận trong QHTT 2013 và các văn bản pháp luật, song trên thực tế, đã hình thành 03 trung tâm du lịch quan trọng, là các khu vực thu hút khách du lịch hàng đầu và tập trung hệ thống dịch vụ, HTKT cao nhất cả nước, gắn với các đô thị quan trọng:

- Thủ đô Hà Nội (Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc): Là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội... của cả nước, nơi tập trung các đầu mối về giao thông, đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường không. Hà Nội có cảng hàng không quốc tế Nội Bài. Hà Nội là nơi khách du lịch đến và từ đây là điểm xuất phát của các tuyến, các chương trình du lịch quốc gia. Ngoài ra, Hà Nội cũng là một trong những địa phương có ngành du lịch phát triển hàng đầu cả nước, năm 2019 số lượng khách quốc tế của Hà Nội xếp thứ 2/63 tỉnh thành. Trong không gian du lịch Việt Nam, Hà Nội là trung tâm (đầu mối) du lịch quan trọng, đóng vai trò quyết định đối với sự phát triển của du lịch Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc, Vùng Trung du miền núi Bắc bộ

và Vùng Bắc Trung bộ. Đặc biệt đối với Vùng Trung du miền núi Bắc bộ, Hà Nội chính là trung tâm cung cấp khách quốc tế chính theo đường hàng không.

- TP. Hồ Chí Minh (Vùng Đông Nam bộ): Là trung tâm kinh tế lớn nhất nước, nơi tập trung các đầu mối giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường không, có cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất lớn nhất cả nước. Chính vì vậy, TP. Hồ Chí Minh cũng là điểm đến và phân phối khách theo các tuyến, các chương trình du lịch quốc gia đến với các địa phương khu vực phía Nam. Theo đó, TP. Hồ Chí Minh giữ vai trò là trung tâm du lịch quốc gia và khu vực phía Nam, năm 2019 có số lượng khách quốc tế cao nhất trong 63 tỉnh thành. Trong không gian du lịch Việt Nam, TP. Hồ Chí Minh đóng vai trò rất quan trọng, là động lực phát triển du lịch có ảnh hưởng rất lớn đến các tỉnh khu vực phía nam, bao gồm Vùng Đông Nam bộ, Vùng Tây nguyên, phía nam của Vùng Duyên hải Nam Trung bộ.

- TP. Đà Nẵng (Vùng Duyên hải Nam Trung bộ): Là trung tâm vùng miền Trung, có hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường không đi qua, có cảng hàng không quốc tế và là cửa khẩu quốc tế, cảng biển quốc tế... Với vị thế là trung tâm kinh tế của khu vực miền Trung - Tây Nguyên, Đà Nẵng cũng giữ vai trò là trung tâm du lịch quốc gia và khu vực miền Trung - Tây Nguyên. Tuy nhiên, so với TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội, Đà Nẵng có tầm ảnh hưởng hạn chế hơn.

7.4. Hiện trạng hệ thống các Khu DLQG và khu vực tiềm năng phát triển thành Khu DLQG

Trong số 49 địa điểm có tiềm năng phát triển thành Khu DLQG được định hướng trong Quy hoạch đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 và Chiến lược 2020, một số địa điểm được khai thác và phát huy hiệu quả như Hạ Long - Cát Bà (Quảng Ninh, Hải Phòng), Mũi Né (Bình Thuận), Hồ Tuyền Lâm (Lâm Đồng), Phú Quốc (Kiên Giang)... Những địa điểm này tạo dựng được thương hiệu, ngày càng thu hút khách du lịch.

Đến nay trong số 49 điểm tiềm năng đã có 07 Khu DLQG được công nhận gồm:

- Khu DLQG Sa Pa, tỉnh Lào Cai, vùng Trung du và miền núi phía Bắc;
- Khu DLQG Đền Hùng, thành phố Việt Trì, tỉnh Phú Thọ, vùng Trung du và miền núi phía Bắc;
- Khu DLQG Trà Cổ, thành phố Móng Cái, tỉnh Quảng Ninh, vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc;
- Khu DLQG Tam Đảo, tỉnh Vĩnh Phúc, vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc;
- Khu DLQG Mũi Né, tỉnh Bình Thuận, vùng Duyên hải Nam Trung Bộ;
- Khu DLQG hồ Tuyền Lâm, tỉnh Lâm Đồng, vùng Tây Nguyên;
- Khu DLQG Núi Sam, tỉnh An Giang, vùng Đồng bằng sông Cửu Long;

Đa số các khu vực này đã được lập quy hoạch để phát triển và quản lý, chi tiết tại Phụ lục đính kèm.

Thực tế phát triển cho thấy, các Khu DLQG, kể cả các địa điểm chưa đủ điều kiện được công nhận hoặc chưa được quy hoạch đều đã có những đóng góp quan trọng trong phát triển du lịch cả nước, có vai trò động lực thúc đẩy phát triển du lịch các khu vực và vùng như Hạ Long - Cát Bà (Quảng Ninh, Hải Phòng); Cao nguyên đá Đồng Văn (Hà Giang), Mộc Châu (Sơn La), Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), Bắc Cam Ranh (Khánh Hòa), Phú Quốc (Kiên Giang)... Tại các khu du lịch này đều đã hình thành được sản phẩm du lịch chất lượng, có tính cạnh tranh cao và thu hút được lượng khách du lịch đáng kể.

Mô hình quản lý Khu DLQG rất đa dạng, nhiều khu đã thành lập Ban quản lý, trong đó, một số Ban Quản lý là các cơ quan thực hiện chức năng quản lý nhà nước trực thuộc Bộ VHTTDL hoặc UBND cấp tỉnh; một số khác là đơn vị sự nghiệp công lập trực thuộc UBND cấp tỉnh, các sở chuyên ngành hay UBND cấp huyện. Nhiều khu du lịch chưa thành lập Ban Quản lý, do UBND cấp huyện và cấp xã quản lý trực tiếp. Trong đó nhiều Ban Quản lý là đơn vị sự nghiệp có thu (như khu du lịch Sapa, Núi Sam,...), một số Ban Quản lý hoạt động dưới hình thức hợp tác công tư (như khu du lịch Trảng An)... Mỗi hình thức quản lý đều có những thuận lợi và khó khăn riêng. Có hình thức mang lại hiệu quả trong công tác quản lý hoạt động du lịch nhưng có hình thức chưa xác định được chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn hoặc bị chồng chéo trong quá trình quản lý, gây ra những khó khăn nhất định. Đặc biệt, Nghị định số 30/2022/NĐ-CP ngày 19/5/2022 về việc quy định mô hình quản lý Khu DLQG vừa được ban hành sẽ tạo điều kiện cho các khu du lịch, đặc biệt là nhóm các Khu DLQG, khu vực tiềm năng phát triển Khu DLQG kiện toàn lại bộ máy, tổ chức hoạt động hiệu quả.

Hiện nay, sự phát triển các Khu DLQG còn gặp nhiều khó khăn, nguyên nhân chủ yếu do chưa có sự hỗ trợ đáng kể của cấp trung ương, chưa có các chính sách phát triển riêng biệt cho các khu vực tiềm năng hay kể cả các Khu DLQG đã được công nhận. Do đó, nhiều địa phương còn thờ ơ với việc công nhận Khu DLQG, tập trung phát triển và quản lý gắn với thể mạnh sẵn có cũng như chủ động phân bổ vốn phát triển hạ tầng, thu hút đầu tư.

7.5. Các điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch

Trong QHTT 2013 đã xác định 40 điểm du lịch quốc gia và 12 đô thị du lịch¹², tuy nhiên trong Luật Du lịch 2017 không còn khái niệm điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch. Một số điểm du lịch quốc gia chính là các đô thị, còn lại đều là các điểm tài nguyên du lịch, có điểm có quy mô rất lớn (VQG Bạch Mã), có điểm có quy mô khá nhỏ (Thành cổ Quảng Trị). Về đô thị du lịch, chỉ có Đô thị du lịch Cửa Lò, thuộc tỉnh Nghệ An được công nhận¹³. Như vậy có thể

¹² Quyết định số 201/QĐ-TTg

¹³ Quyết định số 2355/QĐ-TTg, ngày 25/12/2014 của Thủ tướng Chính phủ công nhận thị xã Cửa Lò (tỉnh Nghệ An) là Đô thị Du lịch biển.

thấy, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch không có nhiều ý nghĩa đối với sự phát triển du lịch trên thực tế.

7.6. Hệ thống tuyến du lịch

Được xác định trong Luật Du lịch 2005 và QHTT 2013, tuy nhiên trong Luật Du lịch 2017 đã bãi bỏ. Trên thực tế, đã hình thành một số tuyến du lịch chính, song thực chất mới dừng lại ở việc kết nối giao thông giữa các điểm tài nguyên, chưa hình thành được các chuỗi giá trị.

Các tuyến du lịch theo trục Bắc Nam

- Tuyến du lịch xuyên Việt theo quốc lộ 1A: thu hút được đông đảo khách du lịch vì sự hấp dẫn của các điểm du lịch trên toàn tuyến, bên cạnh đó là sự cung cấp tương đối đầy đủ dịch vụ cần thiết bảo đảm an toàn, tiện lợi cho khách du lịch

- Tuyến du lịch theo đường sắt Bắc Nam: chưa phát triển tương xứng với tiềm năng do hạn chế về cơ sở hạ tầng, chất lượng dịch vụ.

- Tuyến du lịch theo đường Hồ Chí Minh: Phát triển tương đối mạnh nhờ sự hấp dẫn của tài nguyên du lịch vùng núi phía Tây gắn với dải Trường Sơn và các điểm du lịch lịch sử, văn hóa tín ngưỡng, ...

Các tuyến du lịch khác:

- Các tuyến du lịch vành đai biên giới theo quốc lộ 4 (A,B,C,D), quốc lộ 279 thuộc vùng Trung du và miền núi phía Bắc đã được hình thành và đã tạo tiền đề xây dựng được các chương trình du lịch hấp dẫn như du lịch về nguồn, du lịch vành đai biên giới, du lịch qua miền Tây Bắc...

- Các tuyến theo quốc lộ 60, quốc lộ 61, quốc lộ 63, quốc lộ 80...kết nối với các tuyến đường sông thuộc vùng Đồng bằng sông Cửu Long cũng ngày càng được hoàn thiện hơn giúp cho khách du lịch có được những trải nghiệm phong phú về du lịch sinh thái đất ngập nước và du lịch sinh thái sông nước miệt vườn ĐBSCL.

- Các tuyến khu vực miền Trung, Tây Nguyên kết nối với các tuyến thuộc hành lang Đông Tây, ngã ba Đông Dương.

- Các tuyến du lịch thuộc vùng Đông Nam Bộ kết nối với các tuyến du lịch xuyên Á qua cửa khẩu Mộc Bài và Hoa Lư.

- Một số tuyến du lịch đường sông cũng đã phát triển tại các trung tâm du lịch lớn và tạo dựng được thương hiệu như: Tuyến sông Hương (Thừa Thiên - Huế), tuyến sông Hàn (Đà Nẵng) tuyến sông Sài Gòn (TP.Hồ Chí Minh), các tuyến đường sông tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long,v.v...

- Tuyến “Con đường di sản miền Trung” kết nối các di sản thiên nhiên và văn hóa thế giới khu vực miền Trung-Tây Nguyên và tuyến “Con đường Hồ Chí Minh huyền thoại” kết nối hệ thống di tích chiến tranh dọc theo đường Hồ Chí Minh, Tuyến “Con đường xanh Tây Nguyên” kết nối các khu du lịch sinh thái, các VQG, Khu BTTN... vùng Tây Nguyên.

- Các tuyến du lịch kết nối với các tuyến quốc tế bằng đường bộ qua Trung Quốc, Lào và Campuchia thông quan các cửa khẩu quốc tế bằng đường bộ và đường sắt như Hữu Nghị, Đồng Đăng, Lào Cai, Lao Bảo, Bờ Y, Mộc Bài, v.v...

7.7. Hiện trạng sử dụng đất du lịch

Do pháp luật đất đai hiện hành chưa có quy định cụ thể riêng cho đất du lịch trong phân loại đất nên không có căn cứ pháp lý để giải thích và xác định thế nào là đất du lịch. Căn cứ vào tính chất, mục đích sử dụng đất vào mục đích kinh doanh dịch vụ du lịch, có thể phân chia đất du lịch làm 2 trường hợp.

Thứ nhất, những trường hợp sử dụng đất vào mục đích kinh doanh dịch vụ du lịch mang tính kết hợp. Đối với những trường hợp này, theo quy định của Luật Đất đai, mục đích sử dụng chủ yếu của đất có thể là đất nông nghiệp, đất làm nhà ở, đất có di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, đất xây dựng công trình công cộng... nhưng việc sử dụng đất đó có liên quan đến kinh doanh dịch vụ du lịch. Thứ hai, đất có mục đích sử dụng chủ yếu là kinh doanh dịch vụ du lịch.

Dựa trên 02 trường hợp kể trên, có thể phân định một số loại đất bao gồm:

- Đất để phát triển các khu du lịch - nghỉ dưỡng, khu VCGT, trong đó có các dạng bất động sản du lịch - nghỉ dưỡng mà mục đích du lịch là chính. Toàn quốc có khoảng 64.300 ha loại đất này. Đối với Khu DLQG đã được công nhận 07 khu với tổng diện tích tự nhiên khoảng 144.500ha, trong đó diện tích khu vực phát triển Khu DLQG khoảng 11.300ha.

- Các loại đất di tích, danh thắng diện tích khoảng 16.470ha; đất tôn giáo khoảng 20.300ha; cơ sở văn hóa khoảng 25.350ha; cơ sở TDTT 19.960ha; đều có thể là những điểm đến du lịch.

- Các loại đất lâm nghiệp (diện tích 03 loại rừng có khoảng 15.381.100ha), cùng một số loại đất nông nghiệp có thể kết hợp cung cấp dịch vụ du lịch trải nghiệm.

- Các loại đất ở, trong đó chủ yếu là các làng bản của đồng bào dân tộc thiểu số có thể kết hợp du lịch.

Qua đánh giá của các địa phương hiện trạng như sau: Một số địa phương đất phát triển du lịch tập trung ở các Khu du lịch quốc gia/địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG (Vùng Trung du và miền núi phía Bắc), một số địa phương đất phát triển du lịch tập trung ở khu vực gần kề đô thị trung tâm tỉnh (Vùng Đồng bằng sông Hồng, vùng Đông Nam Bộ); gắn với các tiềm năng du lịch sẵn có của địa phương. Đất sử dụng vào mục đích kinh doanh dịch vụ du lịch nhất là dịch vụ lưu trú, nghỉ dưỡng thường là những khu đất có giá trị cao về cảnh quan, về chất lượng môi trường; quy mô của các khu du lịch có thể lên đến hàng nghìn ha và thường lớn hơn nhiều so với quy mô của các khu công nghiệp, đa dạng về loại đất và chủ thể sử dụng đất nên nếu không có chế độ pháp lý riêng sẽ rất khó nâng cao hiệu quả quản lý, phát huy đối đa tiềm năng du lịch..

8. Đầu tư phát triển du lịch

Nguồn vốn đầu tư cho phát triển du lịch rất đa dạng: NSNN, đầu tư tư nhân trong nước, đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), các tổ chức chính phủ và phi chính phủ nước ngoài, các nguồn xã hội hóa khác... Hình thức đối tác công tư (PPP) cũng được triển khai, mang lại những hiệu quả tích cực cho du lịch.

Tuy nhiên, còn nhiều hạn chế, bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển:

Về chính sách, cơ chế đầu tư: chưa thật sự thu hút các nhà đầu tư, đặc biệt với các doanh nghiệp có vốn FDI. Chưa có chính sách ưu đãi, khuyến khích mạnh mẽ trong lĩnh vực du lịch. Du lịch chưa thuộc danh mục ngành nghề khuyến khích đầu tư theo Luật Đầu tư 2020, chưa thuộc danh mục lĩnh vực được thực hiện đầu tư theo phương thức PPP theo Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư năm 2020.

Thứ hai, về khả năng huy động vốn: không đáp ứng được nhu cầu phát triển du lịch. Vốn NSNN được xác định hỗ trợ phát triển hạ tầng khung cho các Khu DLQG, xúc tiến quảng bá, phát triển nguồn nhân lực, bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch... còn rất khó khăn và không đạt mục tiêu đề ra, chưa tạo được động lực lớn cho phát triển du lịch. Vốn huy động từ xã hội cũng thấp hơn nhiều so với nhu cầu phát triển. Tính trung bình hằng năm vốn cho phát triển du lịch chỉ đạt khoảng 1,75% tổng vốn đầu tư toàn xã hội. Đây là tỷ lệ thấp so với các nước trong khu vực (ví dụ ở Thái Lan con số này là 6-9%).

Thứ ba, về các lĩnh vực đầu tư: tập trung nhiều vào lĩnh vực CSLT, thực chất là bất động sản du lịch, ít quan tâm đầu tư phát triển sản phẩm du lịch. Một số dự án đầu tư phát triển sản phẩm du lịch tuy thu hút được lượng khách du lịch đông như cáp treo, sân golf, các loại hình VCGT hiện đại,... nhưng lại có ảnh hưởng không tốt đến cảnh quan, môi trường.

Thứ tư, các khu vực đầu tư: chủ yếu tập trung ở khu vực ven biển, trong khi đó, tại các khu vực vùng sâu, vùng xa, núi cao, biên giới mặc dù có tiềm năng nhưng do hạ tầng kém phát triển nên ít thu hút các được nhà đầu tư, ít dự án đầu tư có tầm cỡ. Nhiều khu vực được xác định phát triển thành Khu DLQG nhưng không thu hút được đầu tư.

Thứ năm, hình thức đầu tư: chưa thật sự đa dạng nên chưa huy động được mọi nguồn lực toàn xã hội đầu tư phát triển du lịch.

Thứ sáu, trách nhiệm của các nhà đầu tư: các dự án chủ yếu quan tâm đến lợi ích, ít chú trọng bảo vệ môi trường tự nhiên và cảnh quan, trong khi hệ thống pháp luật và việc thực thi pháp luật bảo vệ tài nguyên, môi trường chưa đáp ứng được đòi hỏi của thực tiễn. Một số nhà đầu tư thiếu năng lực.

9. Tổ chức, quản lý hoạt động du lịch

Nội dung quản lý nhà nước về du lịch được quy định cụ thể tại Luật Du lịch năm 2017 và các quy định thực hiện Luật (Nghị định, Thông tư).

- Trách nhiệm và tổ chức quản lý nhà nước về du lịch được quy định tại các văn bản pháp luật về du lịch, gồm: 1) Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước; 2)

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở trung ương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về du lịch; 3) Bộ, cơ quan ngang Bộ theo nhiệm vụ, quyền hạn và sự phân công của Chính phủ có trách nhiệm phối hợp thực hiện quản lý nhà nước về du lịch; 4) UBND tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn và theo sự phân cấp của Chính phủ có trách nhiệm thực hiện quản lý nhà nước về du lịch tại địa phương.

- Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương là Bộ VHTTDL. Tổng cục Du lịch là đơn vị trực thuộc, có chức năng tham mưu giúp Bộ trưởng và các đơn vị trực thuộc Bộ cùng có chức năng tham mưu thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn quản lý nhà nước về du lịch.

- Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương là UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Cơ quan tham mưu, giúp việc là các Sở quản lý du lịch. Thiết chế quản lý hoạt động du lịch chuyên trách chỉ đến cấp tỉnh, còn đến cấp huyện, xã thì được lồng ghép chức năng trong các phòng quản lý văn hóa, văn hóa - thông tin...

- Hiệp hội Du lịch Việt Nam là một tổ chức tự nguyện phi chính phủ của các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và công dân Việt Nam hoạt động hợp pháp trong lĩnh vực du lịch, được thành lập theo Quyết định số 18/2002/QĐ-BNV ngày 25/12/2002 của Bộ trưởng Bộ Nội vụ và có trụ sở tại Hà Nội. Một số tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch vbao gồm: 1) Hiệp hội Du lịch Việt Nam, Hội trực thuộc gồm 06 đơn vị: Hiệp hội Lữ hành Việt Nam, Hiệp hội Khách sạn Việt Nam, Hiệp hội Đào tạo du lịch Việt Nam, Hiệp hội Du lịch Golf Việt Nam, Hội Hướng dẫn viên Việt Nam, Hội Đầu bếp Việt Nam; 2) Trung tâm tư vấn và đào tạo du lịch Việt Nam; 3) Diễn đàn doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ Việt Nam (VTF); 4) Chi hội Du lịch Cộng đồng (VCTC); 5) Tạp chí Vietnam Traveller; 6) Liên đoàn Quần vợt Du lịch Việt Nam.

10. Liên kết phát triển du lịch

10.1. Liên kết với các ngành lĩnh vực quan trọng

Ngành du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp có tính liên ngành, liên vùng, xã hội hóa cao và có khả năng đóng góp lớn vào phát triển kinh tế, tạo nhiều việc làm, chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tạo động lực cho các ngành, lĩnh vực khác phát triển. Du lịch bước đầu tạo được sự liên kết khá chặt chẽ với các ngành: Giao thông vận tải, xây dựng, nông nghiệp, thông tin - truyền thông...

- *Liên kết, phối hợp giữa du lịch với phát triển kết cấu hạ tầng giao thông vận tải:* các nội dung liên kết phối hợp giữa du lịch với phát triển kết cấu hạ tầng giao thông vận tải tập trung vào các nội dung: Phát triển, hoàn thiện mạng lưới giao thông (đường bộ, đường sắt, cảng biển và cảng thủy nổi địa), phát triển các tuyến đường bay mới kết nối với những thị trường trọng điểm; Phát triển các loại hình dịch vụ mới kết hợp với các sản phẩm du lịch; Phối hợp liên ngành để xây dựng, hoàn thiện chính sách, pháp luật, quy định quản lý liên quan đến hoạt động kinh doanh vận tải du lịch...

- *Liên kết, phối hợp giữa du lịch với hệ thống cung cấp năng lượng (chủ*

yếu là cung cấp điện): quy mô của hệ thống cung cấp điện Việt Nam được tăng cường (đứng thứ 2 khu vực Đông Nam Á, thứ 23 trên thế giới), hạ tầng điện được cải thiện, nâng cao năng lực... bảo đảm tương đối ổn định nguồn cung ứng điện, đáp ứng nhu cầu phát triển KT-XH trong đó có du lịch. Một số dự án năng lượng mới như điện gió, điện mặt trời trở thành một số điểm tham quan, du lịch hấp dẫn khách. Tuy nhiên, cũng tồn tại những hạn chế nhất định như tình trạng thiếu điện cục bộ, chất lượng cấp điện... đặc biệt là tại những vùng nông thôn, miền núi, hải đảo. Một số vùng sâu, vùng xa, hải đảo chưa được đảm bảo cung cấp 100% điện lưới.

- *Liên kết, phối hợp giữa du lịch với ngành tài nguyên và môi trường*: Nhiều hoạt động hợp tác, liên kết giữa ngành du lịch và môi trường đã được triển khai trong thời kỳ thực hiện quy hoạch, đặc biệt là các dự án phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường biển; giảm thiểu rác thải nhựa, hạn chế sử dụng túi ni-lông và sản phẩm nhựa dùng một lần; phát triển du lịch gần gũi với thiên nhiên, thân thiện với môi trường, du lịch xanh, du lịch sinh thái,... Tuy nhiên, vẫn tồn tại nhiều bất cập, đặc biệt kết cấu hạ tầng và công nghệ xử lý rác thải chưa đáp ứng được nhu cầu dân sinh và phát triển KT-XH, trong đó có du lịch. Một số địa bàn trọng điểm du lịch đang đối phó với nguy cơ ô nhiễm từ rác thải như Phú Quốc (Kiên Giang), Sapa (Lào Cai), Sầm Sơn (Thanh Hóa), Hạ Long (Quảng Ninh), Cát Bà (Hải Phòng)...

- *Liên kết, phối hợp giữa du lịch với ngành nông nghiệp*: Các hoạt động hợp tác diễn ra khá đa dạng, từ liên kết, hình thành và đảm bảo chuỗi cung ứng thực phẩm cho ngành du lịch (chuỗi nhà hàng, khách sạn, cơ sở kinh doanh ăn uống phục vụ khách du lịch) đến liên kết phát triển sản phẩm du lịch gắn với nông nghiệp, nông thôn như du lịch nông nghiệp hữu cơ, làng nghề truyền thống, du lịch cộng đồng. Tuy nhiên, nhiều Chương trình mục tiêu gắn với nông thôn, nông dân, dân tộc thiểu số, xóa đói giảm nghèo,... chưa có sự lồng ghép với phát triển du lịch, đặc biệt ở một số khu vực nông thôn có tiềm năng phát triển du lịch.

- *Liên kết, phối hợp giữa du lịch với ngành thông tin - truyền thông*: tập trung vào lĩnh vực truyền thông, quảng bá thông tin, hình ảnh du lịch Việt Nam. Việc phát triển hạ tầng thông tin, viễn thông, phủ sóng điện thoại, sóng 3G, 4G, mạng internet, truyền hình kỹ thuật số phục vụ du lịch; phát wifi miễn phí, chính sách giảm giá cước mạng dữ liệu 3G, 4G hỗ trợ khách du lịch tại các khu du lịch, điểm du lịch. Những hạn chế, khó khăn nhất định như tình trạng thông tin sai sự thật, ảnh hưởng đến hình ảnh du lịch Việt Nam chưa được phát hiện kịp thời và xử lý triệt để; an toàn và bảo mật thông tin còn nhiều hạn chế; hạ tầng thông tin chưa được phủ sóng 100% ở những vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh du lịch và khó khăn cho khách du lịch khi du lịch tại những địa bàn này.

- *Liên kết phối hợp giữa du lịch với văn hóa thể thao*: trong thời gian qua, mối quan hệ này là không thể tách rời và lồng ghép với nhau. Du lịch đã phát huy giá trị hệ thống di sản, các công trình văn hóa thể thao, đồng thời các sự

kiện văn hóa thể thao lớn được tổ chức trong thời gian qua như Sea Games (2003, 2022), Asian Indoor Games, Giải vô địch bóng đá Châu Á, AFF cup... là những cơ hội để quảng bá du lịch Việt Nam.

10.2. Liên kết vùng

Việc hợp tác giữa các vùng trong phát triển du lịch mới chỉ hình thành thông qua công cụ quản lý là các quy hoạch, chiến lược phát triển của Quốc gia. Hiện tại chưa có mô hình quản lý vùng để giải quyết bài toán vùng miền, điều phối nguồn lực hiệu quả. Giữa các tỉnh ở các vùng khác nhau cũng có những ký kết hợp tác phát triển du lịch, tuy nhiên hiệu quả đạt được trên thực tế mới dừng ở mức trao đổi kinh nghiệm, giới thiệu kết nối giữa các doanh nghiệp, chủ yếu trong lĩnh vực lữ hành....

Về hợp tác nội vùng, chủ yếu ở hình thức 1) Chia sẻ thông tin, kinh nghiệm quản lý Nhà nước về du lịch (lữ hành, khách sạn, vận chuyển khách du lịch, dịch vụ du lịch...), 2) Xây dựng các chương trình du lịch kết nối các địa phương, tạo chuỗi sản phẩm đặc thù; 3) Liên kết các cơ sở đào tạo nghề du lịch của các địa phương nhằm đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực; 4) Các chương trình khảo sát (famtrip và presstrip) để quảng bá sản phẩm du lịch, chương trình, tuyến điểm du lịch kết nối giữa các tỉnh, thành phố trong liên kết; 5) Tăng cường hợp tác giữa các Hiệp hội Du lịch, các doanh nghiệp du lịch để cung cấp hình ảnh, sản phẩm du lịch đặc sắc, thông tin điểm đến cho du khách. Một số địa phương có mức độ liên kết mạnh như: Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam; TP. Hồ Chí Minh và 13 tỉnh đồng bằng sông Cửu Long; 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng; Quảng Ninh - Hà Nội - Hải Phòng.

Nhìn chung:

- Liên kết giữa các vùng, địa phương hầu như mới chỉ dừng lại ở hình thức, dưới dạng tổ chức các hội nghị, hội thảo, tọa đàm trao đổi kinh nghiệm, hiệu quả liên kết mang lại chưa cao.

- Nhiều chương trình hợp tác phát triển sản phẩm du lịch, kết nối tour, tuyến được ký kết trên giấy tờ, thực tế chưa được triển khai hoặc triển khai thiếu hiệu quả. Trong khi đó, các hoạt động liên kết xúc tiến quảng bá du lịch, hợp tác phát triển nguồn nhân lực còn khá mờ nhạt.

- Thiếu cơ chế liên kết, điều phối, vai trò của “nhạc trưởng” và sự ràng buộc trách nhiệm giữa các vùng, địa phương dẫn đến mức độ liên kết ở một số vùng, địa phương còn lỏng lẻo. Một số vùng chưa có Ban chỉ đạo (hoặc Ban điều phối), một số vùng có Ban chỉ đạo (hoặc Ban điều phối) nhưng hoạt động thiếu hiệu quả.

- Vai trò của các Hiệp hội Du lịch ở địa phương chưa được phát huy hiệu quả; chưa thu hút được sự tham gia mạnh mẽ của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lữ hành trong liên kết tour, tuyến giữa các vùng, địa phương.

11. Liên kết quốc tế du lịch

11.1. Hợp tác quốc tế về du lịch

Hoạt động hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch ngày càng được coi trọng. Trong các văn bản của Nhà nước như nghị quyết, luật... đều thể hiện rõ những quan điểm, chủ trương về liên kết, hợp tác quốc tế về du lịch trong đó đều xác định cần đẩy mạnh việc hợp tác phát triển du lịch trên phạm vi quốc tế, điều này cũng phù hợp với chính sách ngoại giao của Việt Nam.

Các chính sách hợp tác quốc tế về du lịch và có liên quan đã tạo điều kiện, hành lang pháp lý quan trọng thúc đẩy liên kết, hợp tác giữa Việt Nam với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới, đặc biệt trong các lĩnh vực: hải quan, xuất nhập cảnh, xuất nhập khẩu, quản lý phương tiện giao thông quá cảnh, quản lý khách du lịch. Sự liên kết, hợp tác giữa Việt Nam và các quốc gia trên thế giới đối với các lĩnh vực nêu trên chủ yếu được thực hiện thông qua các điều khoản ký kết tại các Hiệp định thương mại tự do, thỏa thuận thương mại song phương và đa phương.

Trong thời kỳ thực hiện Quy hoạch, ngành du lịch đã phát triển quan hệ hợp tác với cơ quan du lịch của nhiều quốc gia trên thế giới và trong khu vực, một số quốc gia là thị trường trọng điểm của Việt Nam như: Pháp, Hoa Kỳ, Nga, Úc, Niu-Di-lân, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Lào - Campuchia - Myanmar,...

Việt Nam tích cực tham gia các tổ chức du lịch quốc tế như: Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), PATA, Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC),... Hợp tác quốc tế với các cơ quan, tổ chức quốc tế đạt được một số kết quả đáng chú ý trong các lĩnh vực: *Xây dựng văn bản quy phạm pháp luật và quy hoạch du lịch; Phát triển sản phẩm du lịch; Hỗ trợ xúc tiến quảng bá du lịch; Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực; Đầu tư phát triển hạ tầng du lịch; Thúc đẩy bình đẳng giới...*

Một trong những dự án lớn nhất du lịch Việt Nam tiếp nhận từ các tổ chức quốc tế trong thời gian qua là dự án hỗ trợ kỹ thuật của Liên minh châu Âu về “Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam” và “Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội”, với mục đích đáp ứng nhu cầu về nguồn nhân lực có chất lượng của Du lịch Việt Nam. EU đã hỗ trợ xây dựng Bộ Tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam và tổ chức nhiều hoạt động đào tạo, xây dựng tài liệu, tạo tiền đề cho việc triển khai thực hiện Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về lao động nghề du lịch trong ASEAN. Có thể khẳng định, các dự án của các tổ chức quốc tế thời gian qua đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ phát triển du lịch Việt Nam theo hướng đa dạng, bền vững, chất lượng và nâng cao năng lực cạnh tranh toàn ngành.

11.2. Kết nối, đồng bộ giữa hạ tầng du lịch Việt Nam với quốc tế

Trong thời kỳ thực hiện Quy hoạch, hạ tầng du lịch của Việt Nam nhìn chung phát triển nhanh cả về số lượng và chất lượng, qua đó tăng cường khả năng kết nối đồng bộ với hạ tầng khu vực và thế giới.

- *Hạ tầng đường bộ*: Một số tuyến giao thông đường bộ của Việt Nam đã được kết nối với các Lào, Campuchia và Trung Quốc. Trong đó, các tuyến

đường Xuyên Á AH13, AH14, AH15, AH16 và AH17 (chạy qua Việt Nam với tổng chiều dài 2.265 km).

- *Hạ tầng đường sắt*: Đường sắt Việt Nam đã kết nối được với hệ thống đường sắt quốc tế thông qua đường sắt Trung Quốc tại 2 ga biên giới Lào Cai và Đồng Đăng. Tuy nhiên nhìn chung hạ tầng đường sắt chưa được nâng cấp, phát triển, đang tụt hậu so với thế giới và khu vực. Do đó khả năng kết nối của đường sắt Việt Nam với các nước khá hạn chế, cần phải được chú trọng nâng cấp.

- *Hạ tầng đường thủy (hàng hải)*: Khu vực Châu Á có 288 điểm dừng chân của các hãng du thuyền trên thế giới, trong đó, Việt Nam đứng thứ 4 sau Nhật Bản, Trung Quốc, Thái Lan về số du thuyền ghé thăm. Việt Nam có lợi thế kết nối với hầu hết các tuyến hàng hải huyết mạch nối liền Thái Bình Dương - Ấn Độ Dương, châu Âu - châu Á, châu Phi - châu Á, Tây Nam Á - Đông Bắc Á. Tuy nhiên, hiện Việt Nam mới chỉ có một số cảng tàu du lịch chuyên dụng như: cảng tàu khách quốc tế Tuần Châu, cảng tàu khách quốc tế Hạ Long, cảng tàu khách quốc tế Hòn Gai (Quảng Ninh), cảng quốc tế Cam Ranh, cảng Nha Trang (Khánh Hòa), cảng Tiên Sa (Đà Nẵng), cảng Chân Mây (Thừa Thiên Huế), cảng hàng không quốc tế Phú Quốc. Hầu hết các cảng đón tàu du lịch của Việt Nam là cảng hỗn hợp.

- *Hạ tầng đường không*: Việt Nam có 13 cảng nội địa và 9 cảng quốc tế; hệ thống đường bay đã kết nối trực tiếp với hầu hết các thị trường trọng điểm như: Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, các nước ASEAN, Úc, Nga, Anh, Pháp, Đức và một số quốc gia châu Âu khác. Trong thời kỳ thực hiện Quy hoạch, chưa có đường bay thẳng kết nối với một số thị trường tiềm năng, thị trường xa như: Mỹ¹⁴, Canada, Mexico và các nước Nam Mỹ.

12. Đào tạo nhân lực du lịch

12.1. Hệ thống cơ sở đào tạo nhân lực du lịch

Cả nước hiện có 156 cơ sở tham gia đào tạo du lịch ở trình độ đại học, cao đẳng, trung cấp và đào tạo ngắn hạn. Loại hình sở hữu cũng rất đa dạng: công lập và ngoài công lập, trong nước và có vốn đầu tư nước ngoài. Hình thức tổ chức đào tạo chính quy và không chính quy, các hệ ngắn hạn và dài hạn. Ngành nghề đào tạo cũng phủ kín các lĩnh vực của hoạt động du lịch từ Quản lý cho đến Khách sạn, nhà hàng, Lữ hành, vận chuyển du lịch...

Năng lực đào tạo chính quy hàng năm khoảng 22.000 người với số lượng tốt nghiệp khoảng 20.000 người/năm¹⁵, với từ 70-80% tìm được việc làm.

Chất lượng đào tạo cơ bản đáp ứng ở mức trung bình, điểm yếu là thiếu trải nghiệm thực tế, thiếu kỹ năng mềm, kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin, kỹ năng giao tiếp,... hầu như đều phải đào tạo lại sau tuyển dụng¹⁶.

¹⁴ Năm 2022 đã có tuyến đường bay thẳng đến Mỹ

¹⁵ Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Du lịch thời kỳ 2011-2020 ; Báo cáo công tác đào tạo văn hóa, thể thao và du lịch của Bộ VH-TT-DL giai đoạn 2015-2020, định hướng giai đoạn 2021-2025; Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2020), "Kỷ yếu Hội thảo đánh giá chất lượng lao động ngành du lịch của Việt Nam".

Cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ đào tạo từng bước được nâng cấp nhờ đầu tư của nhà nước, xã hội hóa và tài trợ quốc tế, nhưng còn thiếu và chưa đồng bộ. Nhiều cơ sở chưa có xưởng thực hành, khách sạn thực hành đặc biệt là các khoa đào tạo du lịch thuộc các trường đại học, các trường không chuyên về du lịch nhưng vẫn được phép đào tạo du lịch.

12.2. Đánh giá chung về công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch

12.2.1. Những thành công

- Cơ sở đào tạo du lịch phân bố theo 3 khu vực lớn trên phạm vi cả nước và tương đối hợp lý theo vùng miền, cơ cấu ngành nghề đào tạo. Số cơ sở đào tạo, quy mô, ngành nghề, cơ cấu đào tạo du lịch về cơ bản tiếp cận nhu cầu xã hội.

- Trình độ của đội ngũ cán bộ quản lý và giảng viên, giáo viên dần được nâng cao, chuẩn hóa. Cán bộ, giáo viên, giảng viên được bồi dưỡng trình độ chuyên môn, tỷ lệ có trình độ sau đại học tăng dần.

- Chương trình, giáo trình dần được hoàn thiện nhằm đảm bảo xây dựng hệ thống chương trình đào tạo du lịch áp dụng thống nhất trên toàn quốc.

- Đầu tư tài chính, cơ sở vật chất, phương tiện dạy và học ngày càng được chú trọng, tăng cường.

- Kết quả đào tạo và chất lượng sinh viên tốt nghiệp của các trường du lịch về cơ bản có khả năng đáp ứng các yêu cầu công việc.

12.2.2. Hạn chế

- Quy mô đào tạo chưa đáp ứng được nhu cầu của xã hội, ngành nghề chủ yếu là các nghiệp vụ cơ bản (hướng dẫn viên, khách sạn - buồng, bàn, bar, bếp...), thiếu những ngành nghề mới phục vụ trong lĩnh vực du lịch mà các cơ sở đào tạo hiện chưa có như: Chăm sóc sức khỏe, chăm sóc sắc đẹp, quản trị rủi ro, Digital Marketing..... Cơ sở đào tạo du lịch chủ yếu phân bố ở các tỉnh, thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng, Bà Rịa-Vũng Tàu trong khi nhu cầu nhân lực du lịch ở các vùng Đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên, Trung du Miền núi phía Bắc ngày một tăng.

- Tỷ lệ giảng viên, giáo viên có trình độ cao trong các cơ sở đào tạo du lịch còn thấp so với yêu cầu và so với mặt bằng chung các ngành đào tạo khác. Chương trình đào tạo còn chậm đổi mới, giáo trình một số nghề còn thiếu hoặc chưa hoàn chỉnh. Nhiều giáo trình không còn phù hợp, chưa chỉnh sửa, cập nhật, ảnh hưởng đến tính thống nhất, chuẩn mực trong hệ thống đào tạo.

- Cơ sở vật chất, phương tiện dạy và học chưa đồng bộ. Ngân sách sự nghiệp cho lĩnh vực đào tạo du lịch có tăng nhưng vẫn ở mức rất nhỏ so với yêu cầu phát triển, gây rất nhiều khó khăn cho các cơ sở đào tạo trong việc cân đối

¹⁶ Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2020), "Kỷ yếu Hội thảo đánh giá chất lượng lao động nghề du lịch của Việt Nam" & Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch & Đại học Thương Mại (2020), Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia "Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh CMCN 4.0".

các nguồn kinh phí, vừa để bảo đảm bù đắp chi phí, vừa đảm bảo nâng cao chất lượng đào tạo để từng bước theo kịp các nước trong khu vực.

- Thiếu sự quan tâm đúng mức về đào tạo ngoại ngữ, các kỹ năng mềm cho học sinh, sinh viên. Chưa có sự gắn kết và mối quan hệ thường xuyên, chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo với nhau, giữa cơ sở đào tạo và cơ sở sử dụng nhân lực.

13. Ứng dụng khoa học và công nghệ trong phát triển du lịch

13.1. Ứng dụng khoa học và công nghệ trong công tác quản lý nhà nước về du lịch

Chỉ số xếp hạng về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển CNTT-TT của Bộ VHTTDL trong những năm gần đây khá cao, luôn đứng trong top 10 Bộ, ngành có chỉ số cao nhất, liên tục thăng hạng và có những chỉ số xếp vị trí số 1.

Hệ thống kết nối mạng nội bộ giữa Bộ VHTTDL với các Sở Du lịch/Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Sở VHTTDL) địa phương đạt 100%, Dịch vụ công trực tuyến mức độ 1 đạt 85%, mức độ 2 đạt 52%, mức độ 3 đạt 63%, mức độ 4 đạt 34,4%, xếp thứ 6/17 Bộ, ngành (năm 2020).

Ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ các hoạt động quản lý, điều hành du lịch như: xây dựng cơ sở dữ liệu chuyên ngành, số hóa tài nguyên du lịch; thực hiện marketing điện tử (e-marketing) trong công tác xúc tiến, quảng bá du lịch; thực hiện thông kê du lịch qua tài khoản vệ tinh du lịch; phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, xây dựng hệ thống website, cổng thông tin điện tử cung cấp thông tin cho người dân, doanh nghiệp và khách du lịch.

13.2. Ứng dụng khoa học và công nghệ trong kinh doanh du lịch, phát triển sản phẩm du lịch và phục vụ khách du lịch

Ứng dụng công nghệ trong kinh doanh du lịch, phát triển sản phẩm du lịch và phục vụ khách du lịch tập trung vào các lĩnh vực:

- Kết nối internet và sử dụng công nghệ tin học trong quản lý doanh nghiệp; xây dựng website để quảng cáo, cung cấp thông tin. Hầu hết các doanh nghiệp đều trang bị máy tính kết nối internet phục vụ nhân viên kinh doanh; 100% doanh nghiệp lớn và đa số doanh nghiệp nhỏ và vừa có sử dụng phần mềm quản lý doanh nghiệp nội bộ.

- Kinh doanh du lịch trực tuyến thông qua các nền tảng kinh tế chia sẻ, các đại lý du lịch trực tuyến... tỷ lệ các giao dịch giữa khách du lịch và doanh nghiệp trên các nền tảng chia sẻ chiếm tỷ trọng 30% - 40%. Một số nền tảng công nghệ chia sẻ trực tuyến phổ biến tại Việt Nam gồm: Booking.com, Agoda.com, Traveloka.com, iVIVU.com, VnTrip.vn, Mytour.vn,...

- Ứng dụng AI (trí tuệ nhân tạo) và IoT (Internet kết nối vạn vật), hệ thống cảm biến, hệ thống định vị,... trong kinh doanh nhằm nâng cao chất lượng, tăng tiện lợi và trải nghiệm cho khách du lịch.

- Ứng dụng công nghệ công nghệ xanh, công nghệ sạch, công nghệ sinh học... trong kinh doanh du lịch như một cách nâng cao chất lượng trải nghiệm

và xây dựng hình ảnh, thương hiệu doanh nghiệp có trách nhiệm - một trong những yếu tố ngày càng quan trọng trong lựa chọn của khách du lịch ở các thị trường cao cấp.

- Ứng dụng các sản phẩm thực tế ảo (VR-Tourism), thực tế tăng cường (AR) trong kinh doanh du lịch: Khai thác các sản phẩm giải trí công nghệ như một phần của sản phẩm du lịch; hỗ trợ trải nghiệm của khách du lịch. Đặc biệt giúp các điểm du lịch giữ được kết nối với khách du lịch trong thời kỳ cách ly do đại dịch COVID-19.

- Các phần mềm trợ lý ảo, thuyết minh tự động, hướng dẫn viên tự động, QR code,... cũng đã được nghiên cứu, đưa vào sử dụng hỗ trợ khách du lịch trong thời kỳ này.

13.3. Mức độ ứng dụng khoa học công nghệ theo lãnh thổ, địa phương, khu, điểm du lịch

Trong 7 vùng du lịch thì vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên Hải Đông Bắc được đánh giá có mức độ ứng dụng công nghệ cho phát triển KT-XH và du lịch cao nhất. Tiếp theo là vùng Đông Nam Bộ, Vùng duyên hải Nam Trung Bộ, Đồng bằng sông Cửu Long. Bắc Trung Bộ và Tây Nguyên có mức độ phát triển và ứng dụng công nghệ tương đối thấp. Vùng Trung du và miền núi phía Bắc có mức độ sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thấp nhất, có đến 9/14 tỉnh của vùng nằm trong nhóm 20 địa phương có mức độ phát triển và ứng dụng công nghệ thấp nhất.

Hệ sinh thái du lịch thông minh, dần hình thành và ngày càng phát triển, những trung tâm du lịch lớn là những địa bàn đi đầu, tiêu biểu là Đà Nẵng, Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Quảng Ninh... với nhiều ứng dụng du lịch thông minh đã được tạo ra và đưa vào sử dụng như: DaNang Fantastcity, DaNang Tourism, inDaNang, Vibrant Ho Chi Minh city, Sai Gon Bus, Ho Chi Minh City Travel Guide, Du lịch Hà Nội, Hanoi Offline Map and Travel Guide, Hanoi Bus,...

Tại các thành phố lớn hệ thống wifi miễn phí được triển khai tại các khu vực trung tâm, các khu du lịch, điểm du lịch, điểm VCGT, công viên nhằm phục vụ khách du lịch và cộng đồng, tăng tính tương tác và trải nghiệm cho khách du lịch.

Việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý kinh doanh du lịch thường tập trung ở các doanh nghiệp lớn. Đối với các cơ sở kinh doanh dịch vụ nhỏ lẻ và các điểm du lịch cộng đồng, mức độ ứng dụng công nghệ cho các hoạt động du lịch còn rất hạn chế, chủ yếu sử dụng những sản phẩm, nền tảng công nghệ miễn phí (như mạng xã hội) hỗ trợ hoạt động quảng bá và kinh doanh du lịch.

14. Bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch và ứng phó với BĐKH

14.1. Thực trạng công tác bảo vệ tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch rất đa dạng, chính sách bảo vệ tài nguyên du lịch được thể hiện trong nhiều quy định của pháp luật và liên quan đến nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội.

Về tài nguyên du lịch tự nhiên, chủ yếu tập trung vào các quy định về khai thác phát triển du lịch trong 3 loại rừng: rừng sản xuất, rừng đặc dụng (chủ yếu các VQG, Khu BTTN; Khu bảo vệ cảnh quan - những khu vực có tiềm năng phát triển du lịch sinh thái tốt nhất thuộc loại rừng này) và rừng phòng hộ¹⁷. Về nguyên tắc, các hoạt động du lịch đều được phép phát triển trong các loại rừng tuy nhiên phải tuân thủ các quy định nghiêm ngặt đồng thời khi kinh doanh dịch vụ du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, giải trí phải chi trả tiền để bảo vệ, duy trì vẻ đẹp cảnh quan tự nhiên, bảo tồn đa dạng sinh học hệ sinh thái rừng.

Về tài nguyên văn hóa, chủ yếu liên quan đến lĩnh vực bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể (di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh...); phi vật thể (tín ngưỡng, nghệ thuật truyền thống...) và phát huy giá trị văn hóa, nghệ thuật. Các quy định này được thể hiện trong các quy định liên quan trong lĩnh vực di sản và luật du lịch. Trong công tác lập Quy hoạch bảo tồn di tích có quy định phải xây dựng "Định hướng phát huy giá trị di tích gắn với phát triển du lịch bền vững"¹⁸.

14.2. Thực trạng hoạt động bảo vệ môi trường du lịch

Theo điều 3, Luật Du lịch 2017, *Môi trường du lịch là môi trường tự nhiên và môi trường xã hội nơi diễn ra các hoạt động du lịch*.

Các quy định về bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch được quan tâm và thể hiện trong rất nhiều văn bản pháp luật liên quan như: Luật Bảo vệ môi trường, Luật Du lịch 2017, Luật Tài nguyên nước... cho đến các Chiến lược quốc gia như Chiến lược bảo vệ môi trường đến năm 2030 định hướng đến 2045, Chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045...

Về phía Bộ VH-TT-DL đã ban hành rất nhiều văn bản quy định cụ thể như: Quy chế Bảo vệ môi trường trong lĩnh vực du lịch (Quyết định 02/2003/QĐ-BTNMT ngày 29/7/2003); Thông tư liên tịch hướng dẫn bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch, tổ chức lễ hội, bảo vệ và phát huy giá trị di tích (Thông tư 19/2013/TTLT-BVHTTDL-BTNMT ngày 30/12/2013); Bộ tiêu chí hướng dẫn bảo vệ môi trường đối với các cơ sở du lịch và dịch vụ tại các khu, điểm du lịch (Quyết định 1066/QĐ-BVHTTDL ngày 28/3/2018); Quy tắc ứng xử về bảo vệ môi trường trong hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch (Quyết định số 4216/QĐ-BVHTTDL ngày 25/12/2020); Bộ tiêu chí đánh giá điểm đến du lịch (Quyết định số 4640/QĐ-BVHTTDL ngày 28/12/2016).

Đánh giá tình hình thực hiện các biện pháp bảo vệ môi trường du lịch

¹⁷ Các quy định về khai thác phát triển du lịch trong các loại rừng ở Việt Nam được quy định rõ tại các điều 14, 15, 23, 24 và 32 Nghị định 156/2018/NĐ-CP

¹⁸ Điều 9. Nội dung quy hoạch di tích, Nghị định 166/2018/NĐ-CP

- Bước đầu các quy định nêu trên đã được triển khai thực thi trong thực tế, bên cạnh việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục. Một số địa phương áp dụng biện pháp hành chính¹⁹, một số địa phương thực hiện biện pháp tuyên truyền, nhắc nhở²⁰... Những biện pháp này bước đầu đã phát huy tác dụng, tuy nhiên, mới chỉ dừng lại ở phạm vi hẹp, tại nhiều địa phương, công tác tuyên truyền, ngăn chặn và xử lý những hành vi thiếu ý thức của du khách vẫn chưa được quan tâm đúng mức.

- Còn những tồn tại trong hoạt động bảo vệ môi trường du lịch: việc phát triển du lịch tại một số khu vực trọng điểm đang phát sinh những vấn đề môi trường lớn gây ra những tác động xấu với hình ảnh Việt Nam; ý thức du khách và nhận thức của một số cơ quan nhà nước về bảo vệ môi trường du lịch cần được nâng cao.

- Nhiều điểm du lịch lớn của Việt Nam đang gặp thách thức lớn về môi trường, chủ yếu là các vấn đề xử lý rác thải, nước thải; tệ nạn xã hội; ô nhiễm môi trường không khí²¹... làm giảm sức hấp dẫn, chất lượng của các dịch vụ và năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam.

- Chất thải rắn và nước thải chưa được xử lý kịp thời, đảm bảo an toàn môi trường là một trong những vấn đề tồn tại chưa được giải quyết. Công nghệ xử lý và năng lực xử lý là hai vấn đề cốt lõi.

- Phá hủy cảnh quan tự nhiên hoặc cảnh quan ở các đô thị di sản, một số điểm đến như phố cổ Hà Nội, Hội An, làng cổ Đường Lâm... hay những khu vực như Phú Quốc, Mũi Né, Nha Trang, Đồng Văn (Hà Giang)... đều đứng trước nguy cơ cảnh quan bị biến đổi không mong muốn khi du lịch phát triển. Tuy đã được cảnh báo từ lâu, nhưng do nhiều nguyên nhân (chủ yếu là nguyên nhân chủ quan) những vấn đề này ngày càng trở nên trầm trọng hơn.

14.3. Các hoạt động ứng phó với BĐKH

BĐKH là hiện tượng rất đặc thù, khó có thể đánh giá trực quan và khó đo lường được các con số cụ thể, đặc biệt đối với du lịch vốn là một hoạt động phức tạp, liên quan tới nhiều ngành, nhiều lĩnh vực.

Các quy định liên quan đến việc ứng phó BĐKH rất nhiều, từ các quy định pháp luật, cho đến các chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch... Tuy nhiên, kết quả thực hiện cũng còn nhiều tồn tại, hạn chế.

- Việc triển khai ứng phó BĐKH trong lĩnh vực du lịch đạt được một số kết quả quan trọng góp phần tăng cường khả năng chống chịu và nâng cao năng lực

¹⁹ TP. Đà Nẵng đã ban hành kế hoạch kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính đối với các trường hợp xả rác ra bãi biển, các khu nhà tắm nước ngọt và bãi tắm công cộng trên địa bàn, với mức tiền phạt từ 50.000 đến 500.000 đồng/người/lần

²⁰ Tỉnh Ninh Thuận ban hành bộ quy tắc ứng xử trong hoạt động du lịch, trong đó có nội dung yêu cầu du khách khi tới địa phương du lịch phải có ý thức giữ gìn, bảo vệ môi trường; không vứt rác, khạc nhổ bừa bãi; đi vệ sinh đúng nơi quy định; không hái hoa, bẻ cành, dẫm đạp lên cỏ, chọc phá thú nuôi tại các khu, điểm du lịch và nơi công cộng; không viết, vẽ, khắc lên tường, tượng, cây xanh. Tỉnh Lâm Đồng kêu gọi du khách khi tới địa phương tham quan “không để lại gì ngoài những dấu chân” và tổ chức tour du lịch vì môi trường “Trồng cây lưu dấu, góp xanh đại ngàn”

²¹ Theo điều tra sơ bộ, nguy cơ môi trường đối với các điểm du lịch ở Việt Nam: 63,33% người cho rằng là rác thải; 43,33% là nước thải; 10% là vấn đề tệ nạn xã hội và 3,33% vấn đề ô nhiễm môi trường không khí

thích ứng của cộng đồng, tài nguyên, cơ sở hạ tầng cũng như sản phẩm du lịch theo hướng chủ động, sẵn sàng ứng phó với thiên tai, giảm nhẹ rủi ro và thiệt hại đối với các lĩnh vực thuộc ngành du lịch.

- Còn nhiều hạn chế, bất cập do khai thác tài nguyên du lịch thiếu bền vững, hiệu quả chưa cao.

- Một số địa phương chưa cân đối được nguồn lực đầu tư, hạ tầng chưa đáp ứng yêu cầu ứng phó BĐKH trong phát triển du lịch.

15. Đánh giá chung

15.1. Những thành tựu đạt được

- Ngành Du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, đạt được nhiều thành tựu quan trọng cả về tốc độ tăng trưởng lượng khách du lịch và các chỉ số phát triển khác cùng với các khuôn khổ pháp lý tương đối đồng bộ. Nhận thức về ngành du lịch trong xã hội đã có những bước chuyển biến tích cực quan trọng; thu hút nguồn lực xã hội đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật chuyên ngành, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tăng cường xuất khẩu tại chỗ; bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa, tài nguyên thiên nhiên; tạo nhiều công ăn việc làm, nâng cao đời sống nhân dân, đẩy mạnh quá trình hội nhập quốc tế, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam. Một số kết quả đạt được đã vượt xa mục tiêu đặt ra của QHTT 2013 như (Mục tiêu của Quy hoạch, năm 2020 Việt Nam đón 10 -10,5 triệu lượt khách quốc tế và 47-48 triệu lượt khách nội địa; đóng góp 6,5 -7% GDP cả nước thì đến năm 2019 Việt Nam đã đón 18 triệu lượt khách quốc tế và 85 triệu lượt khách nội địa; đóng góp 9,2% GDP cả nước).

- Vị thế của ngành Du lịch đối với sự phát triển KT-XH đã được định hình. Du lịch đứng thứ 6 trong 10 nước có tốc độ tăng trưởng du lịch cao nhất thế giới, đứng đầu châu Á về tốc độ phát triển du lịch, đạt được nhiều danh hiệu cao quý, với nhiều điểm đến vươn tầm khu vực, quốc tế, trở thành nước có thứ hạng cao trong đánh giá năng lực cạnh tranh du lịch trên phạm vi toàn cầu.

- Thu hút được đầu tư từ nhiều thành phần, đặc biệt là nguồn vốn đầu tư từ các tập đoàn kinh tế lớn trong và ngoài nước, xây dựng được hệ thống sản phẩm và dịch vụ đa dạng, hấp dẫn. Ngành du lịch Việt Nam đã kết nối được với thị trường khách, thị trường lao động, thị trường đầu tư khu vực và thế giới.

- Mặc dù chịu ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19, ngành du lịch ở giai đoạn 2020-2021 cũng đã có những bước phục hồi đáng kể, chủ yếu đến từ thị trường trong nước. Đồng thời ngành cũng đã xây dựng được các kế hoạch, các chính sách phục vụ cho việc mở cửa trở lại, đi cùng vị thế ngày càng cao của đất nước sau dịch bệnh, gắn với ý nghĩa là điểm đến an toàn đối với khách du lịch quốc tế.

15.2. Những hạn chế và nguyên nhân

- Hạn chế về hệ thống sản phẩm và dịch vụ: Tài nguyên cả tự nhiên và văn hóa đều không kém cạnh so với các nước trong khu vực ASEAN, có nhiều điểm

vượt trội (ví dụ tài nguyên du lịch biển đảo). Song thiếu các sản phẩm có thể cạnh tranh được trên thị trường quốc tế. Nguyên nhân do: Chưa có các định hướng, quy hoạch tốt; đầu tư và xây dựng HTKT chưa đồng bộ; tổ chức sản phẩm và dịch vụ kém chuyên nghiệp..; Việc tổ chức khai thác sản phẩm, dịch vụ gắn với giá trị tài nguyên văn hóa - lịch sử còn hạn chế, chủ yếu là tham quan, ít trải nghiệm và tìm hiểu sâu; Các dịch vụ hỗ trợ như mua sắm và VCGT còn thiếu đa dạng ...

- Khách quốc tế đang có tốc độ tăng trưởng nhanh (năm 2019 Tăng trưởng khách quốc tế đến Việt Nam đạt 16,2%; cao hơn đáng kể so với các nước trong khu vực như Thái Lan, In-đô-nê-xi-a, Xin-ga-po; tổng lượng khách du lịch xếp thứ 4 ASEAN) song thu từ du lịch chưa tương xứng.

- Chính sách về visa còn thiếu tính cạnh tranh, thời gian miễn thị thực còn ngắn so với nhu cầu lưu trú của du khách ²².

- Thiếu nguồn lực và chính sách, chiến lược quảng bá xúc tiến chuyên nghiệp²³. Việt Nam chưa có Văn phòng xúc tiến du lịch quốc gia tại nước ngoài²⁴.

- Chỉ số năng lực phát triển của du lịch Việt Nam tăng cao nhất thế giới song một số chỉ số quan trọng về hạ tầng dịch vụ du lịch, y tế và vệ sinh, hạ tầng mặt đất và cảng, tính bền vững về môi trường... còn thấp.

- Nguồn lao động chất lượng còn hạn chế, trình độ thấp, tỷ lệ lao động qua đào tạo dưới 50%.

15.3. Một số bài học rút ra từ thực hiện QHTT 2013

- Phát triển du lịch bền vững là con đường tất yếu, chú trọng tôn tạo, bảo vệ và khai thác tài nguyên bền vững;

- Tạo môi trường du lịch hấp dẫn cho khách du lịch trong nước và quốc tế, phát huy được vị thế của Việt Nam - điểm đến của hòa bình và các giá trị nhân văn, đặc biệt là sau dịch COVID-19;

- Chủ động ứng phó với dịch bệnh, khủng hoảng, các xung đột quốc tế, thiên tai và BDKH...

- Phát triển du lịch đảm bảo sự linh hoạt và chủ động cho hệ thống kinh doanh du lịch, đáp ứng nhu cầu thị trường. Nhà nước tập trung vào quản lý và ban hành các cơ chế, chính sách thúc đẩy sự phát triển của du lịch.

- Tiếp tục bố trí nguồn vốn và các chương trình hỗ trợ cộng đồng trong phát

²² Năm 2022, Việt Nam miễn thị thực nhập cảnh cho công dân 25 nước, trong khi từ năm 2017, các nước trong khu vực: Indonesia miễn cho 169 nước và vùng lãnh thổ; Singapore là 158, Philippines 157, Malaysia 155 và Thái Lan là 61 nước và vùng lãnh thổ.

²³ Giai đoạn 2013 - 2020, ngân sách nhà nước cấp cho Bộ VH-TT-DL để thực hiện XTQBDL là 190 tỷ tương đương 8 triệu USD, trong khi đó riêng năm 2019, các nước trong khu vực dành ngân sách cho XTQBDL là: Thái Lan 53,25 triệu USD; Malaysia 60,5 triệu USD; Singapore 162,8 triệu USD

²⁴ Thái Lan có 29 văn phòng XTDL ở nước ngoài; Malaysia có 30 văn phòng ở nước ngoài; Singapore (STB) có 27 Văn phòng

triển du lịch, đặc biệt là các khu vực dân tộc thiểu số, vùng cao, vùng sâu vùng xa, các vùng nông thôn, ...

- Tạo hành lang pháp lý, chính sách từ cấp trung ương tới địa phương cho phát triển du lịch, các cơ chế hấp dẫn để thu hút các nhà đầu tư. Chú trọng đặc biệt đến hệ thống pháp luật đất đai để tạo thuận lợi cho du lịch phát triển, phù hợp với đặc thù và bản chất của hoạt động du lịch.

- Tiếp tục nâng cao chất lượng cơ sở vật chất ngành, kết cấu hạ tầng kỹ thuật; đặc biệt là các đầu mối kết nối với khách quốc tế.

II. ĐÁNH GIÁ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Tài nguyên du lịch

1.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên

a. Cảnh quan thiên nhiên

Các vùng cảnh quan có giá trị về du lịch, bao gồm:

- *Cảnh quan thiên nhiên vùng núi cao*: Sa Pa, Bắc Hà (Lào Cai), Mẫu Sơn (Lạng Sơn), Cao nguyên đá Đồng Văn (Hà Giang); Non nước Cao Bằng (Cao Bằng); Mộc Châu (Sơn La); Tam Đảo (Vĩnh Phúc); Ba Vì (Hà Nội); Măng Đen (Kon Tum), Đà Lạt (Lâm Đồng), Núi Bà Đen (Tây Ninh), núi Sam (An Giang)...

- *Cảnh quan hang động, thác nước*: Hang Pác Pó, động Ngườm Ngao, thác Bản Giốc (Cao Bằng); Động Nhị Thanh, Tam Thanh (Lạng Sơn); Động Hương Tích (Hà Nội); Tam Cốc - Bích Động (Ninh Bình); Động Phong Nha, hang Sơn Đoòng, động Thiên Đường (Quảng Bình); Thác Đray Nur, Đray Sáp (Đắk Lắk - Đắk Nông)...

- *Cảnh quan thiên nhiên gắn với hệ thống sông, hồ*: hồ Hoà Bình (Hoà Bình); hồ Thác Bà (Yên Bái); hồ Ba Bể (Bắc Kạn); hồ Núi Cốc (Thái Nguyên); hồ Pá Khoang (Điện Biên); Hồ Tam Chúc (Hà Nam); Biển Hồ (Gia Lai); hồ Tuyên Lâm; hồ Dankia (Lâm Đồng); Hồ Dầu Tiếng (Tây Ninh)...

- *Cảnh quan thiên nhiên vùng biển, đảo*: Trà Cổ, Bái Tử Long, Vân Đồn, Hạ Long, (Quảng Ninh); Đồ Sơn, Cát Bà (Hải Phòng); Sầm Sơn (Thanh Hóa); Cửa Lò (Nghệ An); Thiên Cầm (Hà Tĩnh); Cửa Tùng - Cửa Việt (Quảng Trị), Cảnh Dương; Lăng Cô (Thừa Thiên- Huế), bán đảo Sơn Trà, vịnh Đà Nẵng (Đà Nẵng); đảo Lý Sơn (Quảng Ngãi); vịnh Xuân Đài (Phú Yên); vịnh Nha Trang, vịnh Cam Ranh (Khánh Hòa); Mũi Né (Bình Thuận); Côn Đảo (Bà Rịa - Vũng Tàu); vịnh Hà Tiên, đảo Phú Quốc (Kiên Giang)...

Nhiều tài nguyên du lịch có giá trị đặc biệt, gắn với di sản thiên nhiên, văn hóa thế giới, di tích cấp quốc gia đặc biệt, khu dự trữ sinh quyển, VQG và Khu BTTN có đa dạng sinh học cao hoặc đã được vinh danh là khu vực cảnh quan hấp dẫn như: vịnh Hạ Long, đảo Phú Quốc; Côn Đảo; vịnh Cam Ranh, hệ thống hang động Phong Nha - Kẻ Bàng và hang Sơn Đoòng, quần thể danh thắng Tràng An, công viên địa chất toàn cầu cao nguyên đá Đồng Văn, công viên địa chất Non Nước Cao Bằng và Công viên địa chất Đắk Nông; Hồ Đan Kia - Suối

Vàng... đã được tập trung khai thác nhằm phát huy tối đa các giá trị, phục vụ khách du lịch.

Bên cạnh đó, còn có những tài nguyên du lịch là các cảnh quan thiên nhiên gắn liền với các sự tích và truyền thuyết tạo thành các di tích danh thắng nổi tiếng như thác Bản Giốc, Mẫu Sơn, hồ Ba Bể, hang Tù Thúc, hòn Phụ Tử, núi Vọng Phu, hòn Trống Mái, hòn Đá Chông, hồ Lắc, hồ Tơ Nung... Những điểm tài nguyên này đều được khai thác kết hợp các giá trị văn hoá góp phần làm tăng thêm tính hấp dẫn và khả năng trải nghiệm cho các hoạt động du lịch.

Các tài nguyên du lịch về cảnh quan thiên nhiên trải đều trên cả nước, đặc biệt, một số khu vực cảnh quan đã trở thành thương hiệu du lịch của Việt Nam như Sa Pa (Lào Cai), vịnh Hạ Long (Quảng Ninh), Tràng An (Ninh Bình), Bà Nà (Đà Nẵng), Phú Quốc (Kiên Giang)...

b. Địa hình, địa chất

* *Địa hình*: các dạng địa hình đã và đang được khai thác phát triển du lịch bao gồm:

+ *Địa hình núi cao và trung du*: tập trung ở khu vực Tây Bắc, Đông Bắc, vùng núi Trường Sơn và Tây Nguyên... gắn với các hoạt động tham quan, nghỉ mát, khám phá, thể thao mạo hiểm v.v... Nhiều địa điểm khí hậu mát mẻ, không khí trong lành... mang nhiều sắc thái của thiên nhiên vùng ôn đới đã được xây dựng thành điểm du lịch tham quan nghỉ mát, VCGT tạo dựng được thương hiệu và khả năng cạnh tranh như Phan xi phăng (Lào Cai), Mẫu Sơn (Lạng Sơn), Đồng Văn (Hà Giang), Tam Đảo (Vĩnh Phúc), Ba Vì (Hà Nội), Bà Nà (Đà Nẵng), Langbiang (Lâm Đồng)... Các địa điểm cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, độc đáo như ruộng bậc thang, đồi chè, thung mây... như ruộng bậc thang Mù Cang Chải (Yên Bái), đồi chè Mộc Châu (Sơn La), sân mây Tà Xùa... đang được khai thác dần trở thành những địa điểm du lịch hấp dẫn.

+ *Đồng bằng ven biển*: trải dài từ bắc xuống nam với những đặc điểm khác biệt như Đồng bằng châu thổ sông Hồng, ven biển Bắc Trung Bộ, duyên hải Nam Trung Bộ và vùng Đồng bằng sông Cửu Long đều trở thành những nguồn tài nguyên du lịch giá trị là cơ sở phát triển sản phẩm du lịch sinh thái biển gắn với nền văn minh lúa nước; sản phẩm du lịch gắn với cảnh quan nông thôn...

+ *Các bãi biển*: có khoảng 125 bãi biển có khả năng khai thác phục vụ du lịch. Các bãi biển có độ dốc vừa phải, mịn, nước trong, có chứa khoáng chất, có điều kiện tiếp cận khá thuận lợi để khai thác du lịch. Một số bãi biển có giá trị du lịch cao, nằm tại các đô thị như Hạ Long, Đồ Sơn, Sầm Sơn, Cửa Lò, Đà Nẵng, Nha Trang, Phan Thiết, Vũng Tàu... đã phát huy được các giá trị tài nguyên để hình thành các sản phẩm du lịch hấp dẫn, có thương hiệu và khả năng cạnh tranh khu vực và quốc tế.

+ *Các đảo và quần đảo ven bờ*: với khoảng 3.000 hòn đảo lớn, nhỏ trong đó nhiều hòn đảo hoang sơ, môi trường trong lành thuận lợi để phát triển các loại hình du lịch biển. Hầu hết các đảo ven bờ đều đã được định hướng đầu tư khai thác phát triển thành những điểm du lịch hấp dẫn, thu hút đông đảo khách

du lịch cho các địa phương. Đặc biệt, các đảo Cát Bà, Côn Cỏ, Cù Lao Chàm, Lý Sơn, Phú Quý, Côn Đảo, Phú Quốc đã được đầu tư, khai thác phát triển thành các điểm đến có thương hiệu và có sức cạnh tranh cao.

- *Địa chất*: có 3 công viên địa chất được UNESCO công nhận là Công viên địa chất toàn cầu, bao gồm: Cao nguyên đá Đồng Văn (Hà Giang), Non nước Cao Bằng (Cao Bằng) và Đắc Nông (Đắc Nông). Trong đó, Cao nguyên đá Đồng Văn đã được định hướng phát triển thành Khu DLQG. Bên cạnh đó, các giá trị địa chất nổi bật như Hạ Long (Quảng Ninh), Gành Đá Đĩa (Phú Yên)... dấu tích núi lửa ở Lý Sơn (Quảng Ngãi), Biển Hồ - Chư Đăng Ya (Gia Lai)... cũng đã được khai thác phục vụ khách du lịch tham quan, nghiên cứu.

- *Hang động*: Đặc sắc nhất phải kể đến động Phong Nha nằm trong VQG Phong Nha - Kẻ Bàng được UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên thế giới năm 2003 và được định hướng phát triển thành Khu DLQG. Hang Sơn Đòng (nằm trong vùng lõi của VQG Phong Nha - Kẻ Bàng, tỉnh Quảng Bình) là một hang động mới được Hiệp hội nghiên cứu hang động Hoàng gia Anh khám phá và công bố là hang động lớn nhất thế giới, từ năm 2013 được khai thác theo hình thức du lịch khám phá mạo hiểm. Bên cạnh đó còn có các đại diện tiêu biểu như quần thể hang động thuộc danh thắng Tràng An (hàng loạt các hang động lớn và độc đáo như hang Địa Linh, hang Tỏi, hang Nấu rượu ...) đã được công nhận là di sản hỗn hợp thế giới.

c. Khí hậu

Việt Nam có sự đa dạng về khí hậu. Có điều kiện thuận lợi nhất để phát triển du lịch là những vùng núi cao trên 1.000 m, khí hậu mát mẻ, có những hiện tượng thời tiết độc đáo (băng tuyết, mây...) là những ưu thế phát triển du lịch. Hiện ở Việt Nam, những địa điểm như Sa Pa, Mẫu Sơn, Tam Đảo, Mộc Châu, Măng Đen, Đà Lạt... là những điểm đến rất hấp dẫn khách du lịch.

Khu vực ven biển Nam Trung Bộ và Nam Bộ là những khu vực có điều kiện khí hậu nhiệt đới quanh năm cùng với tiềm năng du lịch biển là yếu tố thuận lợi để phát triển loại hình du lịch biển. Các khu vực như Sơn Trà, Lăng Cô, Mỹ Khê, Cam Ranh, Vũng Tàu, Phú Quốc, Mũi Né... là những khu vực phát triển du lịch biển quanh năm nổi tiếng của Việt Nam.

d. Thủy văn

- *Hệ thống sông, hồ*: những hồ tự nhiên, hồ nhân tạo như Ba Bể (Bắc Kạn), Thác Bà (Yên Bái), Hòa Bình (Hoà Bình), Sơn La (Sơn La), Kẻ Gỗ (Hà Tĩnh), Phú Ninh (Quảng Nam), Trị An (Đồng Nai), Dầu Tiếng (Tây Ninh)... cùng những sông lớn như sông Hồng, sông Đà, sông Mã, sông Lam, sông Hương, sông Hàn, sông Đồng Nai, hệ thống sông Mê Kông... đều là những nguồn tài nguyên du lịch có giá trị và được khai thác phục vụ du lịch với các sản phẩm du thuyền, thể thao, khám phá.

Bên cạnh đó, hệ thống kênh, rạch dày đặc tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long đặc biệt vào mùa nước nổi đã hình thành nên nhiều sản phẩm du lịch hấp dẫn như chợ nổi, tham quan rừng ngập mặn...

- *Hệ thống suối, thác nước*: nhiều suối, thác nước được đánh giá là nguồn tài nguyên có giá trị khai thác phục vụ phát triển du lịch. Nhiều thác nổi tiếng như thác Bản Giốc (Cao Bằng); thác Bạc, thác Tình Yêu (Lào Cai); thác Đray Nur, thác Thủy Tiên (Đắk Lắk); thác Đray Sáp (Đắk Nông); thác Phú Cường (Gia Lai); thác Datala, thác Voi, thác Bảo Đại, thác Pourour, thác Cam Ly (Lâm Đồng); thác Yang Bay (Khánh Hòa)... thu hút đông đảo khách du lịch trong và ngoài nước.

- *Nước khoáng nóng*: nhiều nguồn nước khoáng nổi tiếng như Mỹ Lâm (Tuyên Quang), Thanh Thủy (Phú Thọ), Kim Bôi (Hoà Bình), Kênh Gà (Ninh Bình), Quang Hanh (Quảng Ninh), Nước Sốt (Hà Tĩnh), Bang (Quảng Bình), Mỹ An (Thừa Thiên - Huế), Phú Ninh (Quảng Nam), Thạch Bích (Quảng Ngãi), Đảnh Thanh (Khánh Hòa), Vĩnh Hảo (Bình Thuận)... đã được các khai thác phục vụ khách du lịch và trở thành các điểm đến hấp dẫn.

- *Hệ thống đầm, phá*: Những đầm nước nổi tiếng như Phá Tam Giang (Thừa Thiên - Huế), Đầm Vân Long (Ninh Bình), Đầm Nha Phu (Khánh Hòa), Đầm Thị Nại (Bình Định), Đầm Ô Loan (Phú Yên) là nơi lưu giữ nguồn giống sinh vật thủy sinh và đa dạng hệ sinh thái nên tính đa dạng sinh học cao. Tiêu biểu phải kể đến Đầm Vân Long nằm trong Khu BTTN đất ngập nước Vân Long được Ban thư ký Công ước Ramsar công nhận là khu Ramsar số 2.360 của thế giới và là khu Ramsar thứ 9 của Việt Nam trong đó có hệ đầm, phá Tam Giang - Cầu Hai là vùng đầm phá nước lợ lớn nhất Đông Nam Á.

e. Tài nguyên sinh vật

Việt Nam có 176 khu rừng đặc dụng với diện tích khoảng 2,4 triệu ha, đại diện cho hầu hết các hệ sinh thái quan trọng trên cạn, trên biển và đất ngập nước, trong đó phần lớn là rừng nguyên sinh với hầu hết các loài động, thực vật quý, hiếm. Bên cạnh hệ thống các VQG, Khu BTTN... có nhiều khu đạt các tiêu chí quốc tế bao gồm 9 khu Ramsar²⁵, 11 khu dự trữ sinh quyển thế giới được UNESCO công nhận²⁶, 10 vườn di sản ASEAN²⁷.

Diễn hình là các VQG Ba Bể (Bắc Kạn), Cát Bà (Hải Phòng), Cúc Phương (Ninh Bình), Bến En (Thanh Hoá), Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), Yok Đôn (Đắk Lắk), Cát Tiên (Lâm Đồng), Côn Đảo (Bà Rịa-Vũng Tàu), Phú Quốc (Kiên Giang)... các Khu BTTN Cồn Cỏ, Cù Lao Chàm, vịnh Nha Trang, Núi Chúa, Hòn Cau, Côn Đảo và Phú Quốc. Trong đó, VQG Phong Nha - Kẻ Bàng đã được UNESCO công nhận là di sản tự nhiên thế giới, VQG Cát Bà, Cát Tiên là các khu dự trữ sinh quyển và VQG Ba Bể đang hoàn tất hồ sơ đề nghị

²⁵ Xuân Thủy (Nam Định), Ba Bể (Bắc Kạn), Bàu Sấu - Cát Tiên (Đồng Nai), Tràm Chim (Đồng Tháp), Mũi Cà Mau (Cà Mau), Láng Sen (Long An), Côn Đảo (Bà Rịa - Vũng Tàu), U Minh Thượng (Kiên Giang), Vân Long (Ninh Bình)

²⁶ Rừng ngập mặn Cần Giờ; Đồng Nai; Châu thổ sông Hồng; Cát Bà, Kiên Giang, Tây Nghệ An; Cù Lao Chàm, Mũi Cà Mau, Lang Biang, Núi Chúa, Kon Hà Nừng

²⁷ VQG Chư Mom Ray (Kon Tum), VQG Kon Ka Kinh (Gia Lai), VQG Hoàng Liên (Lào Cai), VQG U Minh Thượng (Kiên Giang), VQG Ba Bể (Bắc Kạn), VQG Bái Tử Long (Quảng Ninh), Lò Gò - Xa Mát (Tây Ninh), Bidoup - Núi Bà (Lâm Đồng), KBT Ngọc Linh (Kon Tum), VQG Vũ Quang (Hà Tĩnh)

UNESCO công nhận di sản thiên nhiên thế giới đã và đang thu hút lượng lớn khách du lịch đến tham quan, nghiên cứu, trải nghiệm.

1.2. Tài nguyên du lịch văn hóa

1.2.1. Hệ thống các di tích lịch sử - văn hóa

Hiện nay, Việt Nam có hơn 40.000 di tích, thắng cảnh đã được Chủ tịch UBND 63 tỉnh/thành phố trực thuộc Trung ương đưa vào Danh mục kiểm kê. Trong đó có 8 di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới (5 di sản văn hoá, 2 di sản tự nhiên và 1 di sản hỗn hợp)²⁸, 14 di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO ghi danh²⁹. 07 Di sản Tư liệu được UNESCO ghi danh (gồm 03 Di sản Tư liệu Thế giới và 04 Di sản Tư liệu Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương)³⁰. Có 123 di tích được xếp hạng di tích quốc gia đặc biệt (trong đó có 31 di tích lịch sử cách mạng); 3.598 di tích được xếp hạng di tích quốc gia (trong đó có 539 di tích lịch sử cách mạng); có trên 10.000 di tích được xếp hạng di tích cấp tỉnh. Mật độ và số lượng di tích tập trung chủ yếu tại vùng đồng bằng sông Hồng (chiếm 56% số di tích quốc gia và 46% tổng số di tích). Các tỉnh có số lượng di tích lớn gồm: Hà Nội; Thái Bình, Bắc Giang, Ninh Bình; Bắc Ninh; Đồng Nai; Hà Nam; Nam Định; Thanh Hóa. Các tỉnh có mật độ gồm: Hà Nam; Bắc Ninh; Hà Nội; Ninh Bình và Hưng Yên.

Hầu hết các di tích cấp quốc gia đặc biệt đã được quy hoạch định hướng phát triển thành khu, điểm du lịch cấp quốc gia với sản phẩm du lịch tham quan, nghiên cứu, giáo dục... như Pác Bó (Cao Bằng), Tân Trào (Tuyên Quang), Điện Biên Phủ (Điện Biên), Kim Liên (Nghệ An) v.v...

Đặc biệt, các di sản thế giới như Hoàng thành Thăng Long (Hà Nội); Tràng An (Ninh Bình); Thành nhà Hồ (Thanh Hoá), Cố đô Huế (Thừa Thiên - Huế); Đô thị cổ Hội An, Đền tháp Mỹ Sơn (Quảng Nam).... đã được quy hoạch định hướng phát triển thành các khu, điểm du lịch quốc gia và đang được các cấp, các ngành, địa phương quản lý khai thác xây dựng thành những sản phẩm du lịch độc đáo của Việt Nam, có sức cạnh tranh cao trong khu vực.

Hiện nay, hệ thống di tích lịch sử - văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, khảo cổ, di tích cách mạng vẫn đang được tiếp tục đánh giá, xếp hạng bổ sung để bảo tồn và phát huy giá trị phục vụ tham quan, trải nghiệm du lịch làm giàu thêm nguồn tài nguyên du lịch văn hoá của Việt Nam.

1.2.2. Các giá trị văn hóa truyền thống

Bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam bao gồm những giá trị bền vững, những tinh hoa của cộng đồng các dân tộc Việt Nam được vun đắp nên qua lịch sử hàng nghìn năm đấu tranh dựng nước và giữ nước, đó là truyền thống lao động

28 Vịnh Hạ Long; VQG Phong Nha - Kẻ Bàng; Quần thể Cố đô Huế; Phố cổ Hội An; Thánh địa Mỹ Sơn; Hoàng thành Thăng Long; Thành nhà Hồ; Quần thể danh thắng Tràng An.

29 Nhã nhạc cung đình Huế; Không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên; Dân ca quan họ Bắc Ninh; Ca trù; Hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc; Hát Xoan; Tín ngưỡng thờ Hùng Vương; Đờn ca tài tử Nam Bộ; Dân ca ví, giặm Nghệ Tĩnh; Nghi lễ và trò chơi kéo co; Thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu tam phủ của người Việt; Nghệ thuật Bài chòi; Thực hành Then của người Tày, Nùng, Thái; Nghệ thuật xòe Thái

30 Mộc bản triều Nguyễn; Bia Tiến sỹ Văn Miếu - Quốc Tử Giám; Mộc bản Chùa Vĩnh Nghiêm; Châu bản Triều Nguyễn; Văn thơ trên kiến trúc cung đình Huế; Mộc bản trường Phúc Giang; Hoàng hoa sứ trình đồ

cần cù, sáng tạo với nhiều ngành nghề cổ truyền, nhiều kỹ năng độc đáo và các hoạt động văn hoá - văn nghệ đặc sắc.

Nước ta có 54 dân tộc anh em, mỗi một dân tộc có những đặc sắc riêng biệt về văn hóa, kiến trúc nhà ở, làng bản, trang phục truyền thống, ẩm thực, ... Các giá trị văn hoá các dân tộc đặc trưng của 54 dân tộc anh em, đặc biệt là cộng đồng dân tộc ít người như Thái, Mường, Dao, H'Mông... ở vùng núi Tây Bắc; Tày, Nùng, Mông... ở vùng núi Đông Bắc, hay các dân tộc Ba Na, Jrai, Êđê, Cơ Ho, Mạ, Xơ Đăng, Mơ Nông....ở Tây Nguyên,v.v... đã thu hút đông đảo lượng khách du lịch đặc biệt là khách du lịch quốc tế góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa đồng thời tăng thu nhập, giảm nghèo cho đồng bào vùng sâu, vùng xa.

1.2.3. Lễ hội

Các lễ hội truyền thống tiêu biểu như lễ hội Đền Hùng (Phú Thọ), lễ hội Chùa Hương (Hà Nội), lễ hội Yên Tử (Quảng Ninh), lễ hội Chọi Trâu Đồ Sơn (Hải Phòng), lễ hội Bà Chúa Xứ (An Giang); các lễ hội đương đại như Festival Huế, lễ hội bắn pháo hoa Đà Nẵng, lễ hội hoa Đà Lạt, lễ hội cà phê Buôn Mê Thuột... các lễ hội đã trở thành tài nguyên du lịch đặc sắc hấp dẫn khách du lịch trong nước và quốc tế.

Trong những năm qua, nhiều lễ hội trở thành những sự kiện văn hóa, du lịch của quốc gia, của vùng và của địa phương. Hệ thống các lễ hội đang được lồng ghép trong các sản phẩm du lịch và trở thành yếu tố đặc sắc để quảng bá hình ảnh về đất nước, con người, văn hóa và du lịch Việt Nam.

1.2.4. Làng nghề

Du lịch làng nghề gắn với nông thôn đang là hướng đi đầy triển vọng của du lịch Việt Nam nói chung và các địa phương nói riêng. Theo thống kê của Hiệp hội Làng nghề Việt Nam, cả nước hiện có khoảng hơn 5.400 làng nghề, trong đó có khoảng gần 2.000 làng nghề truyền thống, với 115 nghề truyền thống đã được công nhận. Các nghề nổi tiếng của Việt Nam có giá trị khai thác du lịch như: Nghề gốm ở Bát Tràng (Hà Nội), Hương Canh (Vĩnh Phúc), Thổ Hà (Bắc Giang), Chu Đậu (Hải Dương), Phước Tích (Huế); Biên Hoà (Đồng Nai); làng lụa Vạn Phúc (Hà Nội)...; làng rau Trà Quế (Quảng Nam), khai thác tốt để phục vụ khách du lịch tham quan, trải nghiệm, đồng thời sản xuất hàng lưu niệm phục vụ khách du lịch.

1.2.5. Ẩm thực

Mỗi vùng miền, mỗi dân tộc ở Việt Nam có các món ăn đặc trưng riêng. Các món ăn nổi tiếng như Phở, Nem, Giò, Chả, Cao Lầu, Hủ Tiếu... trở thành không thể thiếu trong các thực đơn phục vụ khách của các chương trình du lịch. Với những giá trị trên, ẩm thực Việt Nam đã trở thành tài nguyên du lịch thu hút khách, đồng thời đã được quy hoạch định hướng khai thác phát triển, quảng bá trở thành thương hiệu mạnh cho du lịch Việt Nam.

1.2.6. Nghệ thuật diễn xướng dân gian

Mỗi vùng miền lại có những làn điệu diễn xướng dân gian đặc trưng riêng biệt mang đặc trưng văn hóa của vùng miền đó. Mỗi làn điệu lại có những đặc điểm riêng, những kỹ thuật riêng tạo nên những nét tinh túy của văn hóa dân gian Việt Nam và trở thành nguồn tài nguyên du lịch văn hoá hết sức giá trị.

Các loại hình diễn xướng dân gian phổ biến của Việt Nam hiện nay đã và đang được khai thác tốt để phục vụ phát triển du lịch bao gồm: Châu văn (Đồng bằng Bắc bộ và Thừa Thiên - Huế), Chèo (Đồng bằng Bắc bộ, Trung du miền núi phía Bắc và Bắc trung bộ), Cải lương (đồng bằng sông Cửu Long), Dân ca Quan họ (Bắc Ninh và Bắc Giang), Xẩm (Trung du miền núi phía Bắc), Ca Trù (Bắc bộ và Bắc trung bộ), Tuồng, Múa rối nước, Hát bài chòi (Nam trung bộ), Hát xoan (Phú Thọ), hát Then, đàn Tính (vùng núi phía Bắc)...

1.2.7. Các công trình lao động sáng tạo

Một số công trình đã và đang được khai thác tốt để phục vụ phát triển du lịch bao gồm: Thủy điện Sơn La (Sơn La), Thủy điện Hòa Bình (Hòa Bình), Thủy điện Yaly (Gia Lai - Kon Tum); các hầm đào Hải Vân, Cù Mông; các công trình kiến trúc nghệ thuật như Cầu Rồng (Đà Nẵng), Cầu Cần Thơ (Cần Thơ), Cầu Mỹ Thuận (Tiền Giang - Vĩnh Long), Cầu Rồng, Cầu Vàng (Đà Nẵng)... các công trình này phần nào đã tạo được sự nổi bật, ấn tượng, điểm nhấn thu hút khách du lịch đến Việt Nam.

1.3. Thực trạng khai thác tài nguyên du lịch

1.3.1. Những kết quả đạt được

** Đối với tài nguyên du lịch tự nhiên*

- Các bãi biển được khai thác và sử dụng để phát triển các khu du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp dọc ven biển duyên hải Nam Trung Bộ và Phú Quốc.

- Các di sản thiên nhiên thế giới như vịnh Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng đã và đang được khai thác tốt các loại hình tham quan nghỉ dưỡng, nghiên cứu, khám phá.

- Các Khu BTTN được khai thác các loại hình du lịch sinh thái và trở thành các sản phẩm hấp dẫn như du lịch mạo hiểm, du lịch tham quan thắng cảnh, du lịch khám phá...

** Đối với tài nguyên du lịch văn hóa*

- Tài nguyên du lịch văn hóa đã và đang được khai thác và phát huy giá trị tạo nền tảng, sự khác biệt, đậm đà bản sắc cho du lịch Việt Nam. Trong giai đoạn 2013 – 2019, việc phát huy giá trị văn hóa phục vụ cho du lịch đã có nhiều bước tiến mới nổi bật và hiệu quả, đặc biệt phục dựng được nhiều giá trị văn hóa đang dần mai một, đồng thời phát triển được nhiều giá trị mới như lễ hội (caravan Huế, Hạ Long, ...) tạo nhiều điểm nhấn hấp dẫn. Những đại diện nổi bật phải kể đến là: Cụm di tích núi Sam – hiện đã trở thành Khu du lịch quốc gia Núi Sam; Đền Hùng và lễ hội đền Hùng – đại diện của văn hóa và lịch sử, cội nguồn dân tộc Việt Nam – đã được công nhận là Khu du lịch quốc gia, ... Điều này đã thúc đẩy sự phát triển du lịch của cả nước, góp phần tích cực vào sự chuyển dịch cơ cấu

kinh tế, phát triển kinh tế - xã hội.

- Các tài nguyên du lịch là di tích cấp quốc gia đã được các địa phương ưu tiên lập quy hoạch bảo tồn, tu bổ, phục hồi di tích và thống nhất với quy hoạch phát triển du lịch, tạo điều kiện cho việc bảo vệ khai thác và phát huy giá trị phục vụ du lịch. Nhiều di tích cấp quốc gia đặc biệt đã trở thành điểm đến và sản phẩm du lịch hấp dẫn.

- Các di sản văn hóa đã tạo động lực cho phát triển du lịch mang lại nhiều lợi ích về thu nhập, việc làm và phát triển KT-XH địa phương. Hệ thống các lễ hội, làng nghề, ẩm thực... với nét đặc trưng riêng đã được khai thác hiệu quả góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, đồng thời cũng tạo nên sự khác biệt cho hệ thống điểm đến và sản phẩm du lịch của Việt Nam.

1.3.2. Những tồn tại, khó khăn

Bên cạnh những kết quả tích cực đã đạt được, quá trình khai thác, sử dụng tài nguyên du lịch còn gặp phải những khó khăn và tồn tại nhất định.

- Hệ thống tài nguyên du lịch Việt Nam chưa được điều tra, phân loại do vậy ảnh hưởng đến quá trình quản lý, khai thác phục vụ du lịch.

- Nhiều tài nguyên được quản lý bởi các bên khác nhau gây ra sự chồng chéo, làm giảm hiệu quả khai thác, phát huy giá trị cũng như tạo sức mạnh, sức hấp dẫn cho tài nguyên để phát triển du lịch.

- Khai thác tài nguyên du lịch còn chưa gắn với nghiên cứu đánh giá thị trường, vì vậy chưa xây dựng được chiến lược khai thác tài nguyên du lịch hợp lý, dẫn đến hệ thống sản phẩm du lịch chưa phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của du khách.

** Đối với tài nguyên du lịch tự nhiên*

- Tại nhiều khu vực cảnh quan đang diễn ra tình trạng khai thác quá mức đặc biệt tại một số khu vực cảnh quan thiên nhiên có điều kiện giao thông thuận tiện.

- Đối với tài nguyên du lịch biển - đảo, việc quản lý còn thiếu sự quan tâm đến quyền lợi của dân cư địa phương, hình thành các dự án bất động sản du lịch... đã làm ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển bền vững trong quá trình khai thác. Việc khai thác tài nguyên du lịch biển đảo chịu nhiều ảnh hưởng bởi tính thời vụ, đặc biệt là khu vực miền Bắc và Bắc trung bộ.

- Một số tài nguyên tự nhiên, đặc biệt hệ thống hang động chưa được khai thác phát triển du lịch do điều kiện tiếp cận khó khăn, đầu tư còn hạn chế. Hầu hết các hang động đều chỉ dừng lại ở mức độ khai thác cho khách du lịch tham quan, một số trường hợp khai thác thiếu bền vững.

- Việc khai thác tài nguyên du lịch sông, hồ còn hạn chế, chưa tương xứng tiềm năng, do vậy chưa phát huy hết các giá trị của loại tài nguyên du lịch này.

- Một số trường hợp việc phát triển các công trình dịch vụ, hạ tầng nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch đã ảnh hưởng tiêu cực đến cảnh quan thiên

nhiên, các hệ sinh thái và đa dạng sinh học.

** Đối với tài nguyên du lịch văn hóa*

- Đảm bảo sự hài hòa giữa “khai thác” và “bảo tồn” là những vấn đề chưa thực sự được giải quyết thấu đáo, được thể hiện rõ nét qua việc khai thác quá mức dẫn đến làm giảm tính hấp dẫn của tài nguyên, nhiều di tích lịch sử văn hóa có giá trị bị xâm phạm, xuống cấp nghiêm trọng.

- Nhiều tài nguyên du lịch văn hóa có giá trị vẫn chưa được đầu tư khai thác tương xứng với tiềm năng để trở thành các sản phẩm thu hút khách du lịch. Nhiều di tích chưa được quan tâm đúng mức.

- Các yếu tố truyền thông chưa được bảo tồn, phục dựng đúng quy cách làm mai một và suy giảm giá trị của tài nguyên.

** Tóm lại, bên cạnh những tài nguyên du lịch được đánh giá là khai thác hiệu quả và phát huy tốt các giá trị trong thời gian qua, Việt Nam còn rất nhiều dạng tài nguyên có giá trị khác. Tuy nhiên, phần lớn chưa được tận dụng để khai thác hiệu quả và phát huy giá trị, đặc biệt là các hòn đảo xa bờ, hệ thống hang động sâu trong núi, các vùng sông, hồ, suối, thác nước khó tiếp cận, hệ thống di tích, di sản gắn với các khu vực văn hóa cộng đồng độc đáo, ... Trong thời gian tới, ngành du lịch cần thực hiện phân loại và đánh giá tài nguyên du lịch để đưa ra những định hướng đầu tư, bảo tồn cũng như khai thác tốt các giá trị của tài nguyên phục vụ phát triển du lịch.*

1.4. Đánh giá khả năng cạnh tranh với các điểm đến trong khu vực

So với các nước ASEAN, tốc độ tăng trưởng khách quốc tế Việt Nam đứng hàng đầu, tuy nhiên, số lượt khách quốc tế mới chỉ xếp thứ 4 sau Thái Lan (40 triệu lượt), Malaysia (30 triệu lượt), và Singapore (19,1 triệu lượt).

Xếp hạng chung về chỉ số năng lực phát triển du lịch: năm 2019, Việt Nam xếp thứ 60/140 nền kinh tế về năng lực phát triển du lịch; năm 2021, xếp thứ 52/117 nền kinh tế, tăng 8 bậc so với năm 2019. Mức tăng cao thứ 3 thế giới, sau Indonesia (tăng 12 bậc) và Ả Rập Xê út (tăng 10 bậc). Trong nhóm các chỉ số chính phản ánh năng lực phát triển du lịch, Việt Nam có điểm mạnh về Giá cả, Tài nguyên du lịch, An toàn xã hội... trong khi điểm yếu nằm ở Hạ tầng dịch vụ, Y tế và vệ sinh, Mức độ ưu tiên cho ngành du lịch và Môi trường³¹.

Như vậy, có thể thấy giai đoạn vừa qua, với nỗ lực rất lớn của ngành du lịch nói riêng và sự chung tay, vào cuộc của hệ thống chính trị, du lịch Việt Nam

³¹ Trong số 17 chỉ số trụ cột phản ánh năng lực phát triển du lịch: Việt Nam có 6 chỉ số thuộc nhóm dẫn đầu (hạng 1 - 35), bao gồm: (i) Sức cạnh tranh về giá, xếp hạng 15, tăng 20 bậc; (ii) Tài nguyên tự nhiên, xếp hạng 24, tăng 1 bậc; (iii) Tài nguyên văn hóa xếp hạng 25, bằng năm 2019; (iv) Hạ tầng hàng không: xếp hạng 27, tăng 15 bậc; (v) Tài nguyên phi giải trí xếp hạng 29, tăng 2 bậc; (vi) An toàn, an ninh xếp hạng 33, tăng 16 bậc. Việt Nam có 7 chỉ số hạng trung bình cao của thế giới (hạng 36-70), bao gồm: (i) Môi trường kinh doanh xếp hạng 42, tăng 30 bậc; (ii) Nhân lực và thị trường lao động xếp hạng 49, tăng 27 bậc; (iii) Hạ tầng mặt đất và cảng xếp hạng 50, tăng 15 bậc; (iv) Mức độ sẵn sàng về công nghệ thông tin và truyền thông xếp hạng 54, giảm 2 bậc; (v) Sức chống chịu kinh tế-xã hội xếp hạng 61, tăng 1 bậc (vi) Sức ép và tác động của nhu cầu du lịch xếp hạng 66, tăng 2 bậc; (vii) Mức độ mở cửa quốc tế xếp hạng 69, tăng 6 bậc. Việt Nam có 4 chỉ số hạng trung bình thấp và thấp của thế giới (hạng 71-117), bao gồm: (i) Y tế và vệ sinh xếp hạng 73, tăng 3 bậc; (ii) Hạ tầng dịch vụ du lịch xếp hạng 86, giảm 1 bậc. (iii) Mức độ ưu tiên cho ngành du lịch xếp hạng 87, giảm 3 bậc; (iv) Sự bền vững về môi trường xếp hạng 94, giảm 2 bậc.

đã có những bước tiến mạnh mẽ và nâng cao được khả năng cạnh tranh trên trường quốc tế. Tuy nhiên, trong đó còn một số các chỉ tiêu liên quan đến môi trường, hạ tầng cần được quan tâm, cải thiện.

2. Hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch

2.1. Hệ thống giao thông:

Hệ thống giao thông của Việt Nam những năm qua đều đã được cải thiện rõ rệt cả về hạ tầng và phương tiện vận chuyển, đặc biệt là việc nâng cấp, mở rộng các sân bay, cảng biển, hệ thống đường bộ, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch. Hiện có 1.214 km đường cao tốc hiện trạng và 865 km đang xây dựng, 24.321 km đường quốc lộ, mật độ hệ thống quốc lộ nói chung của cả nước đã tiệm cận đến mật độ phù hợp theo khuyến cáo của JICA. Có 3.315km đường sắt; 286 bến cảng/96 km bến thủy nội địa; 278 bến cảng biển trong đó có 03 cảng trung chuyển và cửa ngõ quốc tế; 22 cảng hàng không, gồm 13 Cảng hàng không quốc nội và 9 Cảng hàng không quốc tế,...

Tuy nhiên, giao thông đường thủy và đường sắt còn chậm thay đổi, không theo kịp yêu cầu phát triển du lịch. Điển hình là sự phát triển các cảng biển chuyên dụng về du lịch còn chậm, cản trở đến loại hình du lịch tàu biển là một trong những xu thế phát triển du lịch hiện nay, giao thông đường sắt chậm đổi mới nên chưa theo kịp yêu cầu của phát triển du lịch.

Chất lượng giao thông chưa đồng bộ, các khu vực miền núi, vùng cao, vùng sâu vùng xa còn nhiều tuyến đường chưa đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật, gây mất an toàn cho khách du lịch khi tham gia giao thông, đồng thời gia tăng thời gian di chuyển tới điểm đến do chất lượng đường giao thông xấu. Dịch vụ trên tuyến chưa đồng bộ (trạm dừng, nghỉ, cung cấp xăng dầu, bảo dưỡng sửa chữa...).

Trong giai đoạn phát triển mới với những định hướng phát triển mới về đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường hàng không đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, hạ tầng giao thông sẽ đáp ứng đầy đủ nhu cầu phát triển ngày càng cao của du lịch.

2.2. Hệ thống cấp điện, cấp và thoát nước và xử lý chất thải:

Hệ thống cấp điện được nâng cấp cả về quy mô và mạng lưới, cơ bản đáp ứng nhu cầu phát triển KT-XH và du lịch. Xu hướng năng lượng tái tạo, năng lượng sạch cũng đang phát triển mạnh theo xu hướng phát triển xanh.

Hệ thống cấp nước đang phát triển triển song chưa theo kịp sự phát triển của KT-XH, là thách thức lớn đối với phát triển du lịch. Tiêu chuẩn cấp nước vẫn còn thấp chưa đáp ứng nhu cầu của du lịch. Một số khu vực vùng sâu, vùng xa, núi cao, hải đảo hay vùng Đồng bằng Sông Cửu Long khả năng cung cấp nước sạch còn khó khăn, gây cản trở đối với hoạt động du lịch nói chung, đặc biệt là du lịch cộng đồng, nông nghiệp nông thôn.

Hệ thống thoát nước và xử lý chất thải, nước thải chưa được đầu tư đồng bộ, hiện đại...nhiều khu vực nước thải trực tiếp ra môi trường mà chưa được xử

lý. Do đó, hệ thống thoát nước và xử lý chất thải, nước thải chưa đáp ứng yêu cầu phát triển KT-XH nói chung và du lịch nói riêng.

2.3. Hệ thống Thông tin truyền thông:

Thông tin tuyến thông ngày càng được mở rộng và nâng cấp đáp ứng nhu cầu ngày phát triển du lịch trước mắt cũng như lâu dài;

Tuy nhiên, mức độ ứng dụng chuyển đổi số trong lĩnh vực thông tin, truyền thông còn chưa cao, chưa đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch.

2.4. Hệ thống đô thị

Hệ thống đô thị được phát triển theo diện rộng và nâng cao chất lượng đã ngày càng cung cấp nhiều dịch vụ, tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch. Những đô thị có nhiều tài nguyên du lịch cũng được đầu tư phát triển theo hướng khai thác sản phẩm du lịch đô thị;

Tuy nhiên, hạ tầng đô thị còn yếu kém, công trình xây dựng bừa bãi ảnh hưởng đến cảnh quan, môi trường đô thị, đặc biệt đối với những đô thị tập trung tài nguyên du lịch.

2.5. Hệ thống hạ tầng xã hội:

Hệ thống hạ tầng xã hội được các cấp, các ngành các địa phương quan tâm đầu tư phát triển, góp phần phục vụ nhu cầu của du khách trong thời gian đi du lịch.

Nhìn chung, hệ thống kết cấu hạ tầng trong những năm vừa qua đã được quan tâm đầu tư, đặc biệt là hệ thống giao thông, thông tin truyền thông đã có đóng góp không nhỏ vào phát triển du lịch. Hệ thống đô thị phát triển mạnh, rộng, tuy nhiên không nhiều đô thị tạo được bản sắc và hình ảnh để trở thành những sản phẩm du lịch thực sự. Cấp điện bước đầu đáp ứng được nhu cầu cơ bản, tuy nhiên cần nâng cấp chất lượng và phân bố rộng hơn, đảm bảo khả năng cấp điện cho các vùng sâu, vùng xa, hải đảo...; Kết cấu hạ tầng khác như cấp thoát nước, xử lý nước thải, rác thải... chưa đáp ứng nhu cầu phát triển cả về mạng lưới, công nghệ và năng lực xử lý đang là những nguy cơ thách thức không nhỏ với phát triển du lịch.

3. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

3.1. Hệ thống CSLT du lịch

Giai đoạn 2013-2019, hệ thống CSLT của cả nước tăng từ 9.970 CSLT với 218.611 buồng vào năm 2013 lên tới 30.000 CSLT với 650.000 buồng vào năm 2019, trong đó bao gồm 178 khách sạn 5 sao được công nhận với 59.446 buồng, 306 khách sạn 4 sao với 40.835 buồng. Cũng trong năm 2019, có 306 khách sạn 4 sao với 40.836 buồng, 446 khách sạn 3 sao với 37.841 buồng; ngoài ra còn có các biệt thự du lịch và căn hộ du lịch cao cấp, ... Giai đoạn 2015-2019, chứng kiến sự phát triển sôi động của thị trường với sự ra đời hàng loạt khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp, hiện đại nhờ sự tham gia của nhiều tập đoàn lớn, các nhà đầu tư chiến lược.

Các loại hình lưu trú ngày càng đa dạng, từ hệ thống CSLT cao cấp (khách sạn 4-5 sao, căn hộ du lịch cao cấp, biệt thự du lịch, làng du lịch) đến hệ thống khách sạn xếp hạng từ 1-3 sao, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (homestay), làng du lịch, tàu thủy lưu trú du lịch, condotel... Bên cạnh những tập đoàn khách sạn lớn có thương hiệu trên thế giới từ nhiều năm như Accor, Intercontinental, IHG, đã có những thương hiệu Việt Nam nổi tiếng được thị trường đánh giá cao như Vinpearl, Mường Thanh, Flamingo, Thành Công, FLC với sự lớn mạnh của các tập đoàn khách sạn do người Việt đầu tư và quản lý.

Tuy nhiên, phân bố cơ sở lưu trú, đặc biệt là các cơ sở lưu trú cao sao chưa đồng đều, tập trung chủ yếu ở các trung tâm du lịch lớn và khu vực ven biển. Theo thống kê năm 2019 (Báo cáo du lịch thường niên 2019), trên cả nước còn 17 địa phương chưa có cơ sở lưu trú từ 4 sao trở lên, trong đó có nhiều địa phương là điểm đến quen thuộc của khách du lịch như Điện Biên, Cao Bằng, ... Hiện trạng này mang tới nhiều bất cập, hạn chế trong phục vụ du khách.

Nhiều loại hình lưu trú mới đã được phát triển như tàu thủy lưu trú du lịch; nhóm nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê cũng tăng trưởng nhanh chóng về cả chất lượng và số lượng,...

3.2. Nhà hàng ăn uống du lịch

Cả nước hiện có hơn 550.000 cơ sở kinh doanh dịch vụ nhà hàng, ăn uống, trong đó có khoảng 430.000 cơ sở kinh doanh truyền thống, hơn 82.000 nhà hàng phục vụ thức ăn nhanh, hơn 22.000 cửa hàng cà phê, quán bar và hơn 16.000 cơ sở dịch vụ ăn uống khác (theo Hiệp hội Văn hóa ẩm thực Việt Nam)³².

Hình thức nhà hàng, quán cà phê kinh doanh trực tuyến (online) cũng đang thịnh hành trong những năm gần đây, đặc biệt trong bối cảnh tác động của đại dịch COVID-19, tạo sự tiện lợi cho khách hàng, kể cả khách du lịch.

3.3. Phương tiện và dịch vụ vận chuyển khách du lịch

Về hàng không, tính đến năm 2020, Việt Nam có 5 hãng hàng không nội địa là Vietnam Airlines, Jetstar Pacific, Vietjet Air, Bamboo Airways và Vietravel Airlines, khai thác 49 đường bay trong nước và nhiều đường bay quốc tế bay tới các nước ở khu vực như châu Á, châu Âu, châu Mỹ, châu Úc và châu Phi. Năm 2019, tổng số chuyến bay của là 326.680 chuyến, tuy nhiên do COVID-19, số lượng các chuyến bay giảm sút rõ rệt chỉ đạt 216.597 chuyến (2020) giảm 34% so với 2019 và 126.280 chuyến (2021) giảm 61% so với năm 2019.

Về vận chuyển đường bộ, năm 2021, cả nước có 5.428 đơn vị kinh doanh vận tải vận chuyển hành khách, với hơn 50 nghìn phương tiện (trong đó có 6.302 phương tiện vận chuyển hành khách liên tỉnh theo tuyến cố định, 42.017 phương tiện hợp đồng, 1.521 xe buýt, 1.078 xe du lịch) (theo Tổng cục Đường

³² <https://babuki.vn/tong-quan-thi-truong-nha-hang-cafe-viet-nam-2020-va-q1-2021>

bộ). Chất lượng dịch vụ của các loại xe ô tô phục vụ khách du lịch được cải thiện đáng kể, loại hình xe đa dạng từ cao cấp (xe riêng, xe Limousin, xe giường nằm), trung cấp... đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách du lịch.

Về đường sắt, bên cạnh hệ thống đường sắt truyền thống, đã phát triển một số tuyến tàu du lịch 5 sao: Hà Nội - Sài Gòn (SE3/4), Sài Gòn - Nha Trang (STN2), Hà Nội - Sapa (Victoria Express). Về vận chuyển quốc tế, hiện từ Việt Nam, chỉ có tuyến vận chuyển hành khách trực tiếp sang Trung Quốc (đến Nam Ninh) và ngược lại. Chưa thể kết nối trực tiếp từ Việt Nam vào các tuyến đường sắt quốc tế khác như Mông Cổ, Triều Tiên, Nga³³.

Về đường thủy, hiện có 45 cảng biển với tổng số 251 bến cảng³⁴ đang hoạt động. Du lịch tàu biển đang phát triển ở Việt Nam, tuy nhiên, cơ sở hạ tầng cảng biển phục vụ du lịch của Việt Nam chưa đáp ứng được với yêu cầu thực tế, hiện chưa có cảng biển du lịch chuyên dụng. Một số cảng đón tàu khách du lịch quốc tế đã nâng cao chất lượng dịch vụ, chăm sóc khách hàng, bảo đảm an ninh trật tự, cảnh quan môi trường. Tuy nhiên, một số bến cảng vẫn không cung cấp được đầy đủ các dịch vụ du lịch đối với khách hàng, đặc biệt là khách du lịch quốc tế.

Hiện nay, ngoại trừ cảng du thuyền Mỹ Tho (khai thác tuyến du lịch đường sông quốc tế theo sông Mekong) đã đi vào hoạt động, các dự án cảng biển du lịch chuyên dụng tại Hòn Gai (Quảng Ninh) và Phú Quốc (Kiên Giang) đang được triển khai đầu tư.

3.4. Cơ sở dịch vụ tại khu, điểm du lịch

Dịch vụ VCGT: Việt Nam đã xây dựng được khá nhiều khu VCGT mang tầm cỡ quốc tế thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Phần lớn các khu VCGT tập trung ở các đô thị lớn, trung tâm du lịch lớn của cả nước như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Nha Trang, Phú Quốc, Quảng Ninh... Các khu VCGT ở khu vực ven biển cũng đã thu hút được khách quốc tế, nhưng thị trường khách nội địa vẫn là đối tượng chính.

Các chương trình nghệ thuật quy mô, chất lượng cao phục vụ khách du lịch cũng được nhiều đơn vị kinh doanh văn hóa nghệ thuật tổ chức, kết hợp khai thác với các doanh nghiệp lữ hành như một phần trong tour du lịch. Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam (Hội An), Khánh Hòa (Nha Trang), TP. Hồ Chí Minh và Kiên Giang (Phú Quốc) là những địa phương có nhiều chương trình nghệ thuật phục vụ khách du lịch nhất.

Casino cũng là một hoạt động VCGT cao cấp được khách du lịch quốc tế ưa thích khi đến Việt Nam. Hiện nay, có 09 casino³⁵ ở Việt Nam tại các địa

³³ <https://logistics.gov.vn/ha-tang/duong-sat-viet-nam-ket-noi-van-tai-voi-duong-sat-cac-nuoc-the-nao>

³⁴ <http://vasi.gov.vn/pages/day-manh-phat-trien-he-thong-cang-bien-viet-nam-tr-870d.aspx>

³⁵ Casino Aristo Lào Cai, Casino Đồ Sơn (Hải Phòng), Casino Lợi Lai Móng Cái (Quảng Ninh), Casino Royal Hạ Long (Quảng Ninh), Casino Hồng Vân (Quảng Ninh), Crowne International Casino Đà Nẵng (Đà Nẵng), Casino Nam Hội An (Hoiana) (Quảng Nam), Casino Hồ Tràm Strip (Bà Rịa – Vũng Tàu), Conora Casino Phú Quốc (Kiên Giang)

phương: Lào Cai, Hải Phòng, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Quảng Nam, Bà Rịa - Vũng Tàu và Kiên Giang.

Dịch vụ mua sắm: Hệ thống trung tâm thương mại, siêu thị, chợ của Việt Nam khá đa dạng, hầu hết các thành phố lớn đều có các trung tâm thương mại lớn, hiện đại. Tuy nhiên, Việt Nam chưa có các Trung tâm mua sắm tầm quốc tế để có thể phát triển các sản phẩm du lịch mua sắm.

Các cơ sở dịch vụ xã hội khác như ngân hàng, bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe... được mở rộng phục vụ khách du lịch. Dịch vụ ngân hàng, thương mại điện tử phát triển nhanh mấy năm gần đây đã tạo thuận lợi cho khách du lịch thanh toán thuận tiện hơn. Tại các thành phố lớn trung tâm của các vùng, các loại hình dịch vụ này được cung cấp đầy đủ và tiện lợi cho việc tiếp cận cho khách du lịch hơn.

4. Nguồn lực về lao động

Về quy mô nguồn lao động: Việt Nam là nước có dân số lớn thứ 14 trên thế giới, với mật độ dân cư cao gấp trên 5 lần mức trung bình của thế giới, quy mô lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên là 54,84 triệu người. Nhìn chung, lực lượng lao động của Việt Nam tương đối trẻ, dân số Việt Nam đang trong thời kỳ cơ cấu dân số vàng với lực lượng lao động dồi dào. Đây được đánh giá là nguồn lực quan trọng cho phát triển KT-XH trong đó có du lịch. Các vùng có mật độ dân số cao như Đồng bằng sông Hồng, Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long là các trung tâm kinh tế lớn cũng đồng thời là trung tâm dịch vụ du lịch.

Về chất lượng nguồn lao động: Công tác đào tạo nguồn nhân lực của Việt Nam đã và đang được quan tâm, chú trọng, thể hiện qua chất lượng nguồn nhân lực đã từng bước được nâng lên đây là yếu tố quan trọng để nhiều doanh nghiệp tuyển dụng. Đặc biệt trong giai đoạn mới, với trên 70% dân số sử dụng internet là điều kiện thuận lợi để ngành du lịch Việt Nam có thể tham gia và bắt kịp về thương mại điện tử, quản lý và phân tích dữ liệu lớn, thiết lập các nền tảng kết nối trong cung ứng dịch vụ, giao dịch... So với yêu cầu phát triển ngành, lực lượng lao động chưa đáp ứng cả về số lượng, chất lượng. Tỷ lệ lao động được đào tạo đúng chuyên môn còn thấp, chỉ đạt 24% năm 2020. Nhiều lao động chưa được trang bị đủ kiến thức, kỹ năng, kỹ thuật nghiệp vụ, chuyên môn, đặc biệt là kỹ năng giao tiếp, văn hóa ứng xử, tinh thần và thái độ phục vụ và khả năng ngoại ngữ... những điều này ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của ngành du lịch.

5. Nguồn lực về đầu tư du lịch

Các nguồn lực tham gia vào đầu tư du lịch bao gồm:

- Vốn đầu tư:

+ Vốn ngân sách Nhà nước: Là nguồn lực chiếm tỷ lệ nhỏ trong cơ cấu nguồn lực đầu tư, bao gồm có hỗ trợ trực tiếp qua quảng bá xúc tiến, hỗ trợ cộng đồng phát triển du lịch, quy hoạch các dự án du lịch và hỗ trợ gián tiếp thông qua các lĩnh vực văn hóa (tu bổ, tôn tạo di tích); hạ tầng (giao thông, cấp điện,

cấp nước, ...). Nguồn vốn xúc tiến quảng bá so với các quốc gia cạnh tranh trong khu vực còn rất hạn chế (cụ thể tại Phần I, mục 5 – xúc tiến quảng bá du lịch).

+ Vốn đầu tư từ nước ngoài: Chủ yếu ở hai lĩnh vực: Dịch vụ lưu trú, ăn uống và Nghệ thuật, vui chơi và giải trí. Tính đến hết năm 2019, tổng số vốn đầu tư vào hai lĩnh vực nêu trên là 15,4 tỷ USD, bằng 4,2% tổng số 362,6 tỷ USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Con số này còn khá hạn chế so với tiềm năng của du lịch cũng như định hướng du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn.

+ Vốn đầu tư trong nước:

Từ các nhà đầu tư: Đến nay, đã có trên 1.000 dự án du lịch do các nhà đầu tư trong nước đầu tư với nhiều hình thức, quy mô khác nhau, trong đó có các khu du lịch nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí đẳng cấp khu vực và quốc tế tại Lào Cai, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Phú Quốc được các tổ chức uy tín quốc tế vinh danh... góp phần nâng cao chất lượng hệ thống cơ sở vật chất du lịch, nâng cao hình ảnh, thương hiệu và sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam.

Từ cộng đồng dân cư: Là đối tượng tham gia du lịch đông đảo nhất, sở hữu các mô hình kinh doanh siêu nhỏ, cơ sở nhỏ, ... điển hình như nhà nghỉ, nhà ở có phòng cho thuê, nhà hàng, ... rất đa dạng và phong phú. Đây là nguồn lực đầu tư chính tại vùng sâu vùng xa, vùng dân tộc thiểu số; góp phần phát triển du lịch cho các địa phương xa xôi.

- Chính sách ưu đãi đầu tư:

+ Cấp quốc gia: Còn nhiều hạn chế. Du lịch chưa thuộc danh mục ngành nghề khuyến khích đầu tư theo Luật Đầu tư 2020, chưa thuộc danh mục lĩnh vực được thực hiện đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP) theo Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư năm 2020; việc thực hiện các chính sách phát triển kinh tế Đêm gắn với thu hút khách du lịch còn vướng các quy định của pháp luật về an ninh trật tự, bảo vệ môi trường, lao động...

+ Cấp địa phương: Nhiều địa phương cũng đã ban hành các chính sách riêng để thúc đẩy thu hút xã hội hóa phát triển du lịch như: hỗ trợ, khuyến khích đầu tư phát triển cơ sở lưu trú, phát triển du lịch cộng đồng; hỗ trợ hạ tầng đến chân công trình cho các nhà đầu tư, ...

- Chính sách miễn thị thực đơn phương, cấp visa điện tử đã triển khai nhưng tính cạnh tranh còn thấp ; việc chưa có Văn phòng xúc tiến du lịch quốc gia tại nước ngoài là điểm bất lợi của du lịch Việt Nam so với các nước trong khu vực (hiện đang thí điểm vận hành Văn phòng xúc tiến du lịch tại Anh, tại Hàn Quốc do doanh nghiệp tài trợ) (Thái Lan có 29 văn phòng XTDL ở nước ngoài; Malaysia có 30 văn phòng ở nước ngoài; Singapore (STB) có 27 Văn phòng).

Như vậy, có thể thấy nguồn lực đầu tư của du lịch khá mạnh mẽ, chủ yếu đến từ các nhà đầu tư trong, ngoài nước và cộng đồng dân cư. Nhà nước đóng

vai trò hỗ trợ đầu tư, đặc biệt trong xúc tiến quảng bá du lịch, quy hoạch du lịch, ... Tuy nhiên, nguồn lực đầu tư hiện tại, đặc biệt là nguồn lực từ quốc gia, là chưa tương xứng với tiềm năng và vai trò của ngành du lịch. Đặc biệt, mặc dù được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn nhưng du lịch chưa được hưởng các ưu đãi đầu tư. Nguồn lực cho xúc tiến quảng bá du lịch còn hạn chế³⁶, dàn trải, sự phối hợp giữa các địa phương, doanh nghiệp trong xúc tiến hình ảnh du lịch quốc gia còn chưa chặt chẽ.

6. Các nguồn lực khác

6.1. Cơ chế, chính sách đối với phát triển du lịch

Giai đoạn 2013-2020, các chủ trương, đường lối chính đồng nhất của Đảng và nhà nước cho thời kỳ mới đã định hướng và tạo thuận lợi cho phát triển du lịch du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2030, giúp thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của ngành, lĩnh vực khác. Một số chủ trương, chính sách tiêu biểu, quan trọng đã ban hành trong thời gian qua bao gồm:

Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị ban hành về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nghị quyết này mang tính lịch sử đối với sự phát triển của ngành du lịch.

Nghị quyết số 128/NQ-CP ngày 11/10/2021 về ban hành quy định tạm thời “thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19” đã mở ra đột phá mới cho việc trở lại cuộc sống bình thường mới và cơ hội mở cửa, phục hồi của ngành du lịch.

Luật Du lịch 2017 và các văn bản hướng dẫn Luật tạo thuận lợi cho du lịch phát triển phù hợp với bối cảnh phát triển mới.

Như vậy, có thể thấy, trong thời gian vừa qua ngành du lịch luôn nhận được sự quan tâm và chỉ đạo sâu sát của lãnh đạo Đảng, Nhà nước. Trên cơ sở đường lối của Đảng, Quốc hội và Chính phủ đã thể chế hóa bằng luật, chiến lược, quy hoạch, nhằm tạo hành lang pháp lý cho sự phát triển của ngành. Trong bối cảnh mới với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, với mục tiêu trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngành du lịch cần phải thực hiện đồng bộ các giải pháp để phát triển du lịch tương xứng với tiềm năng và lợi thế.

6.2. Nguồn lực mềm

6.2.1. Quan hệ ngoại giao song phương, đa phương

Vị thế Việt Nam trên trường quốc tế đã và đang dần được khẳng định. Hiện nay, Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với 190 quốc gia và là thành viên của nhiều tổ chức và diễn đàn quốc tế trên toàn thế giới; thiết lập khuôn khổ quan hệ ổn định, lâu dài với 30 đối tác chiến lược và toàn diện, tạo nền tảng

³⁶ Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch tới Quý II/2022 mới đi vào hoạt động, nguồn lực cho xúc tiến du lịch chưa được khơi thông.

vững chắc để Việt Nam cùng các nước nâng tầm hợp tác vì lợi ích của mỗi nước và vì hòa bình, hợp tác và phát triển ở khu vực và trên thế giới.

Việt Nam đã có quan hệ kinh tế, thương mại, đầu tư với khoảng 230 quốc gia và vùng lãnh thổ; đã ký kết FTA và thiết lập quan hệ đối tác chiến lược, đối tác toàn diện với tất cả các cường quốc trên thế giới. Đồng thời, Việt Nam đã trở thành thành viên của hầu hết các tổ chức quốc tế lớn như Liên hợp quốc, APEC, ASEM, ASEAN, Diễn đàn hợp tác Á - Âu, Diễn đàn Nghị viện Châu Á - Thái Bình Dương - APF... Ngoài ra, Việt Nam là thành viên của nhiều định chế tài chính quốc tế như Ngân hàng Thế giới, Quỹ Tiền tệ quốc tế, Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB), Ngân hàng Đầu tư Cơ sở hạ tầng Châu Á (AIIB)...

Việt Nam đang hội nhập quốc tế sâu rộng, đặc biệt việc tham gia vào các Hiệp định thương mại tự do như CPTPP, EVFTA, RCEP, UKVFTA..., tạo ra nhiều cơ hội tiếp cận thị trường rộng lớn hơn, tham gia vào các chuỗi giá trị khu vực, toàn cầu. Hội nhập kinh tế quốc tế tạo thêm nhiều cơ hội tiếp cận công nghệ, vốn tín dụng và nhân lực từ bên ngoài, đặc biệt nhân lực kỹ thuật cao, học hỏi các mô hình kinh doanh mới. Tham gia vào các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA thúc đẩy đổi mới thể chế, nâng cao chất lượng quản lý, điều hành, đảm bảo công bằng, bình đẳng, minh bạch giữa các thành phần kinh tế, các loại hình doanh nghiệp, giúp Việt Nam trở thành một nền kinh tế có khả năng cạnh tranh và đổi mới, sáng tạo mạnh mẽ hơn. Hội nhập quốc tế sâu rộng sẽ thúc đẩy những thay đổi cơ bản về cơ cấu kinh tế, tạo cơ hội thu hút đầu tư, công nghệ, hình thành các khu kinh tế, khu công nghiệp, khu du lịch, khu đô thị... quy mô lớn, hiện đại, đóng góp lớn vào tăng trưởng kinh tế.

6.2.2. Quan hệ hợp tác phát triển du lịch

Du lịch Việt Nam tham gia ngày càng tích cực hơn vào các hoạt động, sự kiện du lịch quốc tế do UNWTO, ASEAN, APEC... tổ chức, mang lại nhiều lợi ích thiết thực, hỗ trợ kết nối hợp tác, thu hút đầu tư và quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam tới cộng đồng quốc tế.

Các cơ chế hợp tác tiểu vùng trong khu vực Đông Nam Á và các nước lân cận được triển khai đa dạng ở nhiều cấp độ, góp phần quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam, đồng thời thu hút hỗ trợ kỹ thuật của nhiều quốc gia, tổ chức quốc tế để phát triển hạ tầng, điểm đến và sản phẩm du lịch Việt Nam.

Hợp tác song phương với các quốc gia, vùng lãnh thổ đã mang lại nhiều cơ hội, lợi ích cho du lịch Việt Nam, đặc biệt với các thị trường nguồn có ngành du lịch phát triển như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Singapore, Đài Loan... Hợp tác du lịch tàu biển với Philippines và Singapore, hợp tác du lịch qua các hành lang đường bộ và hành lang biển với Campuchia, Lào, Myanmar và Thái Lan được quan tâm thúc đẩy.

Tuy nhiên, với nền kinh tế mở, hội nhập sâu rộng, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với cạnh tranh quyết liệt và gay gắt hơn. Đối với thị trường trong nước, việc mở cửa hội nhập, thực hiện các hiệp định thương mại tự do làm gia tăng nhập khẩu và sự hiện diện của các doanh nghiệp nước ngoài, tạo sức ép

cạnh tranh gay gắt đối với doanh nghiệp Việt Nam. Trong khi đó, khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam chủ yếu có quy mô nhỏ, năng lực, nguồn lực hạn chế, ít kinh nghiệm thương trường, trình độ công nghệ thấp, trình độ quản trị kinh doanh và hiểu biết về pháp luật quốc tế còn thấp, vì vậy doanh nghiệp trong nước sẽ gặp nhiều khó khăn trong cạnh tranh, trong hội nhập kinh tế quốc tế. Thời gian tới, việc tiếp cận thị trường các nền kinh tế lớn trở nên sẽ khó khăn hơn do các nước tăng cường bảo vệ trong nước với nhiều tiêu chuẩn cao đối với hàng hóa, dịch vụ.

6.2.3. Hình ảnh, thương hiệu du lịch, đất nước, con người Việt Nam

Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có mức độ ổn định chính trị - xã hội và là điểm đến an toàn, đây là điểm mạnh, tạo nền tảng quan trọng cho phát triển KT-XH Việt Nam nói chung và du lịch nói riêng. Hình ảnh, thương hiệu du lịch, đất nước con người Việt Nam đã và đang được định vị tốt là nguồn lực quan trọng để phát triển du lịch trong thời gian tới.

Việt Nam luôn nằm trong danh sách những điểm đến thân thiện với người nước ngoài của InterNations và nhiều trang đánh giá uy tín khác như CNN, CNTraveller,... khảo sát của Expat Insider (2021) cũng đã bình chọn Việt Nam trong danh sách 10 nơi trên thế giới sống tốt nhất đối với người nước ngoài.

Các điểm đến du lịch của Việt Nam đã khẳng định thương hiệu bao gồm: Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Hạ Long, Nha Trang, Đà Nẵng,... Bên cạnh đó, nhiều điểm đến mới đang dần khẳng định vị trí và vai trò mạnh mẽ trên bản đồ du lịch như: Hội An được trao tặng danh hiệu “Điểm đến thành phố văn hóa hàng đầu châu Á 2019.”; Đảo Ngọc - Phú Quốc, sở hữu nhiều bãi biển đẹp đã được xếp hạng những bãi biển quyến rũ nổi tiếng thế giới; Quảng Ninh đã trở thành một trong những điểm đến hiện đại, đẳng cấp với sự xuất hiện của những dự án quy mô lớn...

6.2.4. Nhận thức cộng đồng về phát triển du lịch

Nhận thức về du lịch của toàn xã hội đã có bước chuyển biến rõ rệt. Hầu hết người dân đã nhận thức được du lịch là ngành kinh tế đã và đang từng bước giữ vị trí quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội của đất nước, phù hợp với yêu cầu và xu thế phát triển của thời đại.

Nhận thức về quản lý phát triển du lịch ở tầm vĩ mô được nâng cao, tư duy phát triển du lịch được đổi mới. Giai đoạn vừa qua, đã có nhiều chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước quan trọng về phát triển du lịch được ban hành, tiếp tục khẳng định "du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp ngày càng lớn cho nền kinh tế của đất nước". Hầu hết các tỉnh/thành phố đã có nghị quyết, chỉ thị về phát triển du lịch, coi du lịch là ngành kinh tế quan trọng hoặc mũi nhọn.

Ngoài ra, nhận thức về tôn giáo, chủng tộc, bình đẳng giới của xã hội hiện đại, đặc biệt là giới trẻ hiện nay, cũng thay đổi hành vi của khách du lịch đối với điểm đến, cộng đồng bản địa... mang tới tín hiệu tích cực.

Tuy nhiên, còn những hạn chế và yếu kém nhất định: hiện tượng ép giá, chèn ép khách du lịch; hiện tượng ăn xin, trộm cắp, cướp giật; vệ sinh an toàn thực phẩm; xả rác gây ô nhiễm môi trường, thiếu an toàn cho du khách... vẫn xảy ra ở hầu hết các địa phương trên cả nước. Đặc biệt, việc nhiều nhà đầu tư vẫn chạy theo lợi nhuận trước mắt, thiếu trách nhiệm với môi trường thể hiện nhận thức, ý thức về du lịch còn nhiều bất cập làm ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển bền vững của du lịch Việt Nam và ảnh hưởng đến hình của du lịch Việt Nam trên bản đồ du lịch thế giới.

III. CƠ HỘI, THÁCH THỨC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Điểm yếu

W₁: Sản phẩm du lịch còn đơn điệu, trùng lặp và giá trị gia tăng thấp, chất lượng dịch vụ chưa đồng đều. Sản phẩm có thương hiệu mang tầm cỡ quốc gia và khu vực chưa nhiều.

W₂: Thị trường du lịch lệ thuộc vào một số thị trường nguồn; phân khúc thị trường khách có khả năng chi tiêu cao, lưu trú dài ngày chiếm tỷ trọng thấp;

W₃: Xúc tiến quảng bá du lịch chưa tạo được nhiều đột phá. Ngân sách còn eo hẹp, hiệu quả còn hạn chế, thiếu tính chuyên nghiệp, hạn chế trong ứng dụng công nghệ.

W₄: Nguồn nhân lực thiếu về số lượng và yếu về chất lượng, cơ cấu bất hợp lý, chưa đáp ứng sự phát triển của khoa học công nghệ, chuyển đổi số. Bên cạnh đó, nhiều lao động du lịch đã bỏ, chuyển đổi nghề sang lĩnh vực khác trong 2 năm vừa qua là vấn đề lớn ngành du lịch phải giải quyết trong cả ngắn hạn và dài hạn.

W₅: Cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phát triển nhanh nhưng số CSLT chất lượng cao còn ít, đặc biệt ở một số địa bàn trọng điểm; thiếu các cơ sở VCGT hiện đại, quy mô lớn; chưa hình thành được hệ thống các Khu DLQG với thương hiệu nổi bật.

W₆: Cơ chế, chính sách, pháp luật về du lịch thiếu đồng bộ, chưa thật thông thoáng so với yêu cầu phát triển và hội nhập quốc tế, chưa giải quyết tốt mối quan hệ giữa quản lý và phát triển³⁷.

W₇: Bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch còn nhiều bất cập, suy giảm do khai thác, sử dụng thiếu hợp lý. Ô nhiễm môi trường do hoạt động du lịch có chiều hướng gia tăng.

W₈: Bộ máy quản lý nhà nước về du lịch chưa đáp ứng yêu cầu phát triển, chưa tương xứng với vai trò ngành kinh tế mũi nhọn. Năng lực quản lý điểm đến ở cả cấp quốc gia và địa phương còn nhiều hạn chế. Liên kết vùng, liên kết

³⁷ Theo Báo cáo năng lực cạnh tranh ngành du lịch năm 2017 của WEF, Việt Nam xếp hạng thấp nhất ASEAN về mức độ ưu tiên cho ngành du lịch, hạ tầng dịch vụ du lịch và mức độ mở cửa quốc tế.

ngành chưa có hiệu quả. Hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật chuyên ngành chưa được hình thành đầy đủ gây khó khăn trong quản lý chất lượng.

2. Điểm mạnh

S₁: Có những lợi thế đặc biệt về vị trí địa lý kinh tế và chính trị là tiền đề rất quan trọng trong việc mở rộng và phát triển du lịch quốc tế.

S₂: Tài nguyên du lịch tự nhiên phong phú và đa dạng.

S₃: Tài nguyên du lịch văn hoá phong phú, độc đáo, có chiều sâu và bản sắc.

S₄: Du lịch tăng trưởng nhanh chóng, chỉ số năng lực phát triển du lịch xếp thứ 52/117 (năm 2021), tăng 8 bậc so với năm 2019.

S₅: Những kinh nghiệm được đúc rút trong quản lý phát triển du lịch giai đoạn vừa qua trở thành bài học tốt cho giai đoạn phát triển mới.

3. Cơ hội

O₁: Du lịch được định hướng phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn, nhận được sự quan tâm của cả hệ thống chính trị - xã hội.

O₂: Du lịch ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế, góp phần giảm nghèo, bảo tồn và phát huy di sản văn hóa... là cơ hội cho ngành du lịch Việt Nam phát triển trong giai đoạn tới.

O₃: Xu hướng đi du lịch có sự thay đổi đáng kể sau đại dịch COVID-19 là cơ hội của du lịch Việt Nam.

O₄: Tình hình chính trị xã hội ổn định, kinh tế tăng trưởng, Việt Nam luôn được coi là điểm đến an toàn.

O₅: Hội nhập quốc tế ngày sâu, rộng tạo cơ hội để du lịch Việt Nam mở rộng thị trường, thu hút đầu tư, công nghệ, hiện đại hóa du lịch.

O₆: Đời sống, thu nhập và điều kiện làm việc của nhân dân được cải thiện và nâng cao.

O₇: Hệ thống pháp luật được hoàn thiện dần tạo cơ sở pháp lý trực tiếp, toàn diện hơn cho hoạt động du lịch phát triển.

O₈: Kết cấu hạ tầng KT-XH của đất nước được đầu tư xây dựng mới và nâng cấp.

O₉: Sự phát triển nhanh của KHCN, đặc biệt là các thành tựu của CMCN 4.0 sẽ được triển khai trong lĩnh vực du lịch tạo cơ hội bứt phá cho du lịch Việt Nam.

4. Thách thức

T₁: Đang trong giai đoạn tác động nghiêm trọng của đại dịch COVID-19, trong đó, du lịch chịu ảnh hưởng tiêu cực lớn nhất.

T₂: Cạnh tranh du lịch trong khu vực và thế giới ngày càng gay gắt, đặc biệt sau đại dịch COVID-19.

T₃: Xu hướng quan tâm nhiều đến an toàn, vệ sinh và chất lượng môi trường điểm đến là thách thức lớn đối với du lịch Việt Nam.

T₄: Hệ thống cơ sở hạ tầng (đường bộ, đường không, đường biển) còn yếu kém, chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu phát triển.

T₅: Hệ thống các chính sách, quy định pháp luật thiếu đồng bộ, chưa thật thông thoáng.

T₆: Ô nhiễm môi trường.

T₇: Tính thời vụ, thời tiết khắc nghiệt, đặc biệt ở miền Bắc và miền Trung.

T₈: Sự phát triển của KHCN, đặc biệt là CMCN4.0 vừa là cơ hội song cũng là thách thức đối với du lịch Việt Nam.

5. Đánh giá chung

5.1. Đánh giá tổng hợp từ SWOT

Từ những phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của du lịch Việt Nam, có thể rút ra một số định hướng chính nhằm tận dụng tối đa lợi thế để tạo ra cơ hội, khắc phục điểm yếu để phát huy thế mạnh...như sau:

- Tận dụng cơ hội để phát huy điểm mạnh (O-S):

+ O₁O₂O₃/ S₁S₂S₃: Phát triển mạnh các sản phẩm du lịch chủ đạo, có lợi thế của du lịch Việt Nam: Ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo; Phát triển sản phẩm du lịch văn hóa gắn với phát huy giá trị các di sản văn hóa, lịch sử, thế mạnh ẩm thực của các vùng, miền để hình thành sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt, có lợi thế cạnh tranh, góp phần tạo dựng thương hiệu nổi bật của du lịch Việt Nam.

+ O₃/ S₁S₂S₃: Đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp và nông thôn, du lịch sinh thái, du lịch thể thao mạo hiểm để thu hút khách du lịch, đáp ứng với xu thế mới của khách du lịch. Ưu tiên phát triển du lịch sinh thái, du lịch xanh và các sản phẩm du lịch thân thiện môi trường trên cơ sở những nguyên tắc và tiêu chí cụ thể.

+ O₅/ S₁S₂S₃: Phát triển các sản phẩm hợp tác quốc tế. Đẩy mạnh phát triển sản phẩm hợp tác với các nước trong khu vực như các nước tiểu vùng sông Mekong mở rộng (GMS), Campuchia - Lào - Myanmar - Việt Nam (CLMV), Việt Nam - Lào - Thái Lan... tập trung vào lợi thế biển đảo của Việt Nam và nhóm di sản nổi bật.

+ O₇O₈/ S₁S₂S₃: Phát triển hạ tầng kết nối các khu điểm du lịch, đặc biệt các Khu DLQG để tạo sức lan tỏa phát triển du lịch; Thực hiện liên kết phát triển du lịch giữa các vùng, địa phương để phát huy tối đa lợi thế của từng địa phương, vùng trong phát triển du lịch.

+ O₄O₅O₆O₈/ S₁S₂S₃: Đẩy mạnh khai thác thị trường khách du lịch nội địa và khách du lịch người Việt Nam đi du lịch nước ngoài, đặc biệt trong giai đoạn phục hồi du lịch.

+ O_9/S_2S_3 : Ứng dụng công nghệ nói chung và công nghệ thực tế ảo nói riêng trong việc tái hiện di tích lịch sử hay các danh lam thắng cảnh của đất nước, vừa giúp bảo tồn, phát huy giá trị di sản, vừa tạo ra sản phẩm du lịch mới.

- Tận dụng điểm mạnh để hạn chế thách thức (T-S):

+ T_1T_2/S_2S_3 : Tăng cường quảng bá Việt Nam là điểm đến an toàn để thu hút khách du lịch đến Việt Nam trong bối cảnh sự bất ổn an ninh, an toàn, dịch bệnh.. ngày càng gia tăng ở nhiều quốc gia, vùng lãnh thổ trên toàn thế giới.

+ $T_1T_2T_3/S_2S_3$: Phát triển và quảng bá các sản phẩm du lịch nông nghiệp, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng là các sản phẩm có thế mạnh của Việt Nam để đón dòng khách du lịch quan tâm nhiều hơn đến các điểm đến còn hoang sơ, nguyên bản với chất lượng môi trường tốt.

+ T_6T_7/S_2S_3 : Phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch trên cơ sở khai thác các giá trị tự nhiên và văn hóa để thích ứng với BĐKH.

- Nắm bắt cơ hội để khắc phục điểm yếu (O-W):

+ $O_1O_2O_3/W_1W_2$: Phát triển và đa dạng hoá sản phẩm du lịch để đáp ứng nhu cầu khác nhau của khách du lịch, thu hút nhiều thị trường và phân khúc du lịch để giảm bị lệ thuộc vào một số thị trường nguồn. Chú trọng phát triển các sản phẩm mà du lịch Việt Nam có lợi thế (nghỉ dưỡng biển cao cấp, du lịch di sản...) để thu hút phân đoạn thị trường khách có khả năng chi trả cao, lưu trú dài ngày.

+ $O_1O_2/W_1W_2W_5$: Tập trung nguồn lực đầu tư phát triển một số cụm du lịch, trung tâm nghỉ dưỡng biển cao cấp, tiện nghi, hiện đại, đồng bộ và có thương hiệu mạnh trên thị trường du lịch quốc tế.

+ $O_1O_2O_5O_9/W_3$: Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong xúc tiến, quảng bá du lịch: Phát triển ứng dụng thông minh trong quảng bá điểm đến, giới thiệu sản phẩm và hướng dẫn du lịch trên thiết bị di động phục vụ khách du lịch; Phát triển, đồng bộ các công cụ xúc tiến du lịch qua website, tổ chức các chiến dịch quảng bá kỹ thuật số, xây dựng ấn phẩm xúc tiến du lịch điện tử phù hợp với nhu cầu của khách tại thị trường du lịch trọng điểm.

+ $O_1O_2O_4O_6/W_4$: Đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch theo cơ cấu hợp lý, bảo đảm số lượng, chất lượng, cân đối về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh, hội nhập;

+ O_9/W_7 : Nghiên cứu, phát triển, ứng dụng công nghệ cao trong quy hoạch, bảo vệ và khai thác tối ưu các nguồn tài nguyên du lịch. Đồng thời, ứng dụng công nghệ cao trong bảo vệ môi trường du lịch, ứng phó với BĐKH; xây dựng các hệ thống giám sát môi trường tại các khu điểm du lịch trọng điểm; Áp dụng các công nghệ và vật liệu mới chống xói lở, sạt lở và bảo vệ các bãi biển, các khu du lịch biển do BĐKH.

+ O_9/W_4W_8 : Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong thực hiện chính phủ điện tử nói chung và trong quản lý nhà nước, trong đào tạo nguồn

nhân lực du lịch để nâng cao hiệu quả quản lý, cung cấp thông tin hỗ trợ doanh nghiệp du lịch.

- Giảm các điểm yếu để ngăn chặn thách thức (T-W):

+ T_1T_2/W_4W_8 : Tăng cường năng lực xử lý khủng hoảng, rủi ro cho các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp du lịch để ứng phó với những biến động về kinh tế, thiên tai, dịch bệnh... tác động đến du lịch Việt Nam;

+ $T_2/W_1W_2W_3W_4W_5$: Nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, chất lượng nguồn nhân lực, hợp tác, liên kết phát triển du lịch, kêu gọi nguồn vốn đầu tư của nhà nước và các doanh nghiệp trong phát triển cơ sở hạ tầng du lịch, bổ sung mới các dịch vụ du lịch sinh thái; đầu tư nghiên cứu sản phẩm, dịch vụ du lịch dựa trên các nguồn tài nguyên cốt lõi để xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, khác biệt, có khả năng cạnh tranh cao.

+ T_5T_7/W_7 : Chú trọng các hoạt động nhằm thích ứng và giảm nhẹ tác động của BĐKH đến du lịch Việt Nam: Xây dựng các chính sách, hoạt động và các sản phẩm du lịch phù hợp, thích ứng với BĐKH. Khuyến khích phát triển các loại hình/sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường như du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm; Khuyến khích áp dụng mô hình 3R (Reduce - Reuse - Recycle; có nghĩa Tiết giảm - Tái sử dụng - Tái chế) trong hoạt động phát triển du lịch, theo đó du lịch sẽ đóng góp tích cực vào bảo vệ môi trường, giảm mức độ sử dụng các dạng tài nguyên thiên nhiên.

+ $T_7/W_1W_3W_4W_8$: Tăng cường công tác xúc tiến quảng bá du lịch, đa dạng hóa các loại hình sản phẩm du lịch; phát triển các sản phẩm du lịch MICE để khai thác vào mùa thấp điểm; tăng cường công tác nghiên cứu thị trường để xây dựng sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu mới; sử dụng các công cụ kinh tế như giảm giá, thuế, hỗ trợ đổi mới sản phẩm phù hợp với mùa thấp điểm, tăng cường dịch vụ VCGT đêm để kéo dài thời gian lưu trú.

5.2. Những “điểm nghẽn” cần tháo gỡ

- Công tác quy hoạch xây dựng, chuyển đổi mục đích sử dụng đất, bố trí các nguồn lực hỗ trợ từ NSNN và nguồn lực khác đầu tư cho hạ tầng... nhằm phát triển du lịch còn một số bất cập, thủ tục phê duyệt rườm rà dẫn đến việc đầu tư, nâng cấp tạo sản phẩm du lịch mới còn hạn chế, thiếu sức hút cạnh tranh.

- Chất lượng HTKT ở mức trung bình thấp, các khu vực trọng điểm phát triển du lịch thường xuyên xuất hiện tình trạng quá tải, đặc biệt là môi trường, hàng không. Sự liên kết giữa hạ tầng, đặc biệt giao thông, với du lịch mới dừng lại ở việc "thực hiện đúng chức năng HTKT với chất lượng chưa đảm bảo".

- Chất lượng các sản phẩm du lịch chưa thực sự tốt, còn thua kém nhiều so với các quốc gia trong khu vực như Malaysia, Thái Lan, Singapore, ... Điểm nghẽn này đến từ nhiều nguyên nhân: Chính sách, quy hoạch, quản lý đầu tư, tư duy kinh doanh du lịch, ... và hoàn toàn có thể giải quyết cũng như phải giải quyết triệt để mới có thể nâng cao hơn nữa sức cạnh tranh trong khu vực trước khi vươn tầm quốc tế.

- Việc duy trì số lượng và chất lượng nhân lực để bảo đảm cho CSLT du lịch hoạt động hết công suất sau đại dịch gặp nhiều khó khăn : Tình trạng thiếu nhân sự hiện nay gây ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ do nhiều người có kỹ năng, thạo nghề, kinh nghiệm làm việc lâu năm đã chuyển sang công việc khác không quay lại làm, nhân sự mới tuyển dụng khó khăn.

- Việc thành lập văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam ở nước ngoài để chủ động nghiên cứu, định hướng thị trường, hỗ trợ kết nối, xúc tiến quảng bá du lịch quốc tế còn chưa được thực hiện dẫn đến việc chất lượng tổ chức chương trình xúc tiến du lịch Việt Nam ở nước ngoài bị ảnh hưởng.

- Nguồn lực quảng bá, xúc tiến du lịch chưa phát huy hiệu quả. Tại các địa phương, đơn vị có trách nhiệm triển khai các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch (trung tâm xúc tiến du lịch) được tổ chức theo nhiều mô hình, trực thuộc nhiều đơn vị chủ quản khác nhau (UBND cấp tỉnh, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở VHTTDL ...) dẫn đến nội dung xúc tiến, quảng bá du lịch chưa thống nhất, hiệu quả hoạt động chưa tập trung, thiếu đồng bộ, chưa phát huy được sức mạnh tổng hợp trong hoạt động xúc tiến du lịch.

- Chính sách visa tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam còn hạn chế: Việc mở rộng các quốc gia được miễn thị thực sau ngày 15/3 chưa được khôi phục như trước thời điểm xuất hiện dịch COVID-19; Thủ tục cấp thị thực điện tử còn chưa được đơn giản hóa để thu hút khách du lịch. Thời hạn miễn thị thực 15 ngày chưa phù hợp với nhu cầu du lịch dài ngày của khách du lịch quốc tế, đặc biệt là các thị trường xa như châu Âu, thường đi du lịch 3-4 tuần.

PHẦN II.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG DU LỊCH VIỆT NAM THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045

I. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG DU LỊCH TRONG THỜI KỲ QUY HOẠCH

1. Xu thế phát triển du lịch trên thế giới và khu vực

- Ngay sau khi đại dịch COVID-19 được kiểm soát, nhu cầu du lịch tăng cao và phục hồi nhanh chóng. Dự kiến giai đoạn 2026-2030 sẽ bứt tốc nhanh chóng và có thể đạt khoảng 1,8 tỷ lượt khách vào năm 2030³⁸. Du lịch tiếp tục được xác định là ngành kinh tế chủ lực, với những ưu tiên quan trọng trong chiến lược phát triển KT-XH nhiều quốc gia;

- Nhu cầu du lịch có những thay đổi: Xu hướng đi du lịch ngắn ngày, đến những thị trường gần sẽ tăng mạnh; du lịch nội địa ở mỗi quốc gia cũng sẽ tăng cao; các sản phẩm du lịch gắn gũi với thiên nhiên, thân thiện với môi trường, có lợi cho sức khỏe (du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, du lịch thể thao) sẽ được ưu tiên lựa chọn.

- Xu thế đầu tư du lịch tập trung mạnh với lĩnh vực lưu trú, nghỉ dưỡng, đặc biệt là nghỉ dưỡng biển cao cấp. Bên cạnh đó, các loại hình du lịch sinh thái, du lịch xanh cũng sẽ được chú trọng do chính sách ưu tiên, khuyến khích của chính phủ các quốc gia hướng tới mục tiêu phát triển bền vững. Các loại hình VCGT, đặc biệt là giải trí công nghệ cao, công viên chủ đề, tổ hợp mua sắm - giải trí, các sản phẩm công nghệ ứng dụng trong du lịch (robot, chatbots, tự động hóa, du lịch ảo, nền tảng chia sẻ trực tuyến) cũng thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư.

- Xu thế hợp tác phát triển du lịch tiếp tục được tăng cường ở cả cấp độ song phương và đa phương. Một số trào lưu du lịch mới được hình thành, phát triển, trở thành xu thế mới thu hút khách du lịch như: du lịch một mình (solo tourism), du lịch cắm trại cao cấp, sang trọng (glamping), du lịch tàu biển cao cấp (du thuyền), du lịch gắn với khoa học, nghệ thuật, tình nguyện và giáo dục (SAVE tourism).

2. Sự phát triển của khoa học công nghệ

- CMCN 4.0 tiếp tục tác động sâu, rộng đối với mọi lĩnh vực của đời sống, KT-XH, trong đó có du lịch. Sự phát triển của nhóm khoa học và công nghệ liên quan trực tiếp đến du lịch, ngày càng có nhiều ứng dụng công nghệ tiên tiến được tạo ra, hỗ trợ và phục vụ du lịch;

- Hình thành các hệ sinh thái du lịch thông minh ở cả cấp độ doanh nghiệp, điểm đến và cấp độ quản lý ngành, địa phương. Hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch thông minh, du lịch thực tế ảo, thực tế tăng cường và các loại hình du

³⁸ Theo Báo Pháp luật Việt Nam online, website: <https://baophapluat.vn/xu-huong-phat-trien-cua-du-lich-the-gioi-den-nam-2030-post222056.html>, truy cập ngày 15/5/2022

lich công nghệ khác, các sản phẩm hỗ trợ và tăng trải nghiệm cho khách du lịch.

- Đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch theo mô hình tăng trưởng xanh, công nghệ xanh, công nghệ sạch được tăng cường nghiên cứu, ứng dụng tại các cơ sở kinh doanh du lịch.

3. Xu thế toàn cầu hóa, liên kết kinh tế

- Xu thế toàn cầu hóa vẫn là xu thế của thời đại. Tuy nhiên, sẽ có sự chững lại bởi hai nguyên nhân chính:

+ Sự trỗi dậy của chủ nghĩa bảo hộ, chủ nghĩa dân tộc ở một số quốc gia, chiến tranh thương mại, bao vây kinh tế, chính sách bảo hộ mậu dịch, tăng cường áp dụng các rào cản kỹ thuật trong thương mại quốc tế;

+ Các vấn đề toàn cầu ngày càng gia tăng, tính chất phức tạp, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến ô nhiễm môi trường, BĐKH, nhập cư trái phép, khủng bố quốc tế, đại dịch toàn cầu,...;

- Đại dịch COVID-19 được kiểm soát, các quốc gia sẽ tăng cường nguồn lực để phục hồi, phát triển kinh tế và du lịch, nhu cầu mở cửa, liên kết, hợp tác kinh tế, thương mại giữa các quốc gia, khu vực sẽ được tăng cường.

- Sự suy giảm vai trò của một số nước lớn trong xu thế chung của toàn cầu hóa, tuy nhiên, liên kết kinh tế đa phương trong khu vực, tiểu vùng vẫn tiếp tục được tăng cường, đặc biệt ở Đông Nam Á, Nam Mỹ, Châu Á-Thái Bình Dương.

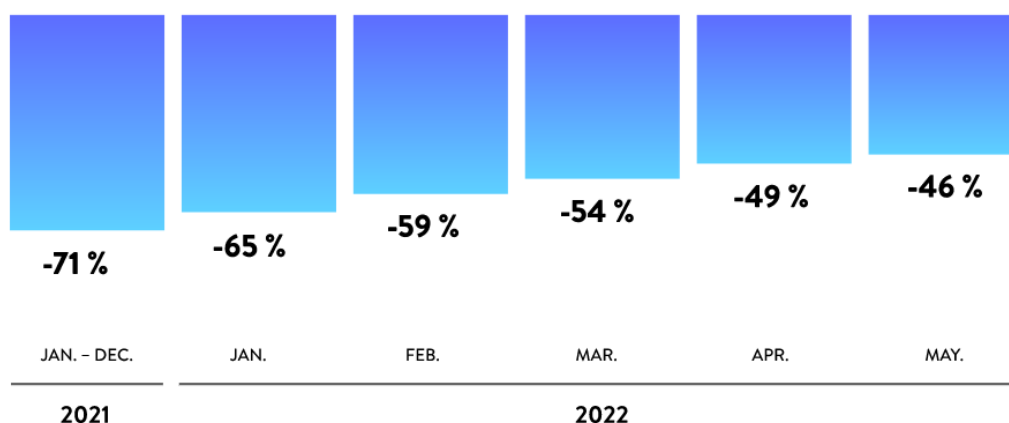
- Hợp tác kinh tế song phương giữa các quốc gia tiếp tục được đẩy mạnh, tạo cơ hội cho các nước nhỏ, gia tăng liên kết nhằm giảm thiểu thiệt hại do chiến tranh thương mại gây ra.

- Liên kết giữa du lịch và các ngành, lĩnh vực khác ngày càng gia tăng do xu hướng phát triển của du lịch toàn cầu cũng như tính chất liên ngành, liên vùng, tính xã hội hóa cao của du lịch.

4. Khả năng phục hồi du lịch và các bài học kinh nghiệm

4.1. Khả năng phục hồi du lịch của thế giới và khu vực

Theo UNWTO, du lịch toàn cầu đã và đang phục hồi mạnh mẽ. Trong 5 tháng đầu năm 2022, tổng lượng khách quốc tế đã đạt gần 250 triệu lượt, tăng 3,2 lần so với cùng kỳ năm 2021 (77 triệu lượt), mức độ phục hồi đạt gần một nửa (46%) so với mức trước đại dịch (năm 2019).

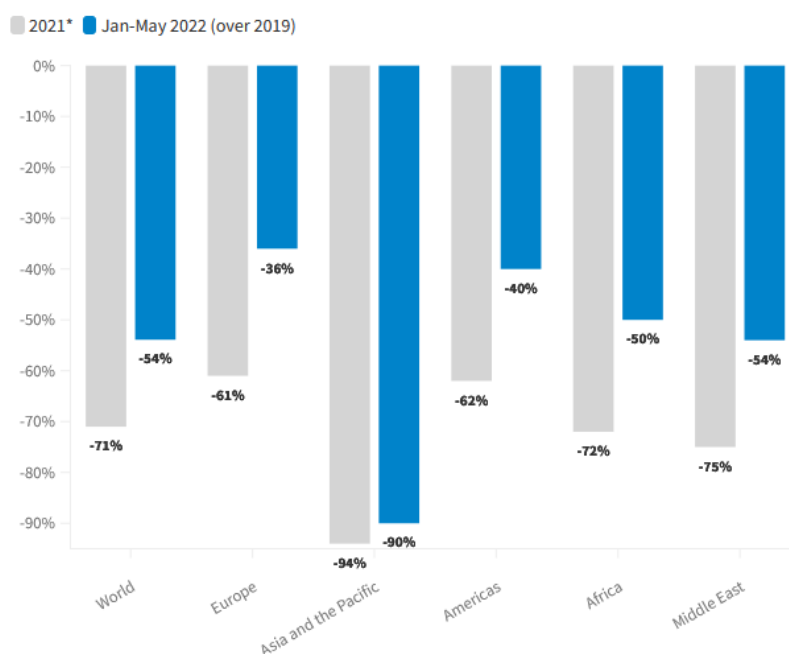


Biểu đồ 7: Biểu phục hồi du lịch toàn cầu từ 2021 đến tháng 5/2022

Nguồn: UNWTO, 2022

Khu vực Châu Á và Thái Bình Dương mặc dù phục hồi chậm nhất nhưng cũng đang có những tín hiệu tích cực. Tính đến hết tháng 5/2022, tổng lượng khách quốc tế đến khu vực này đã phục hồi được 90% so với cùng kỳ năm 2019 (tăng 6% so năm 2021).

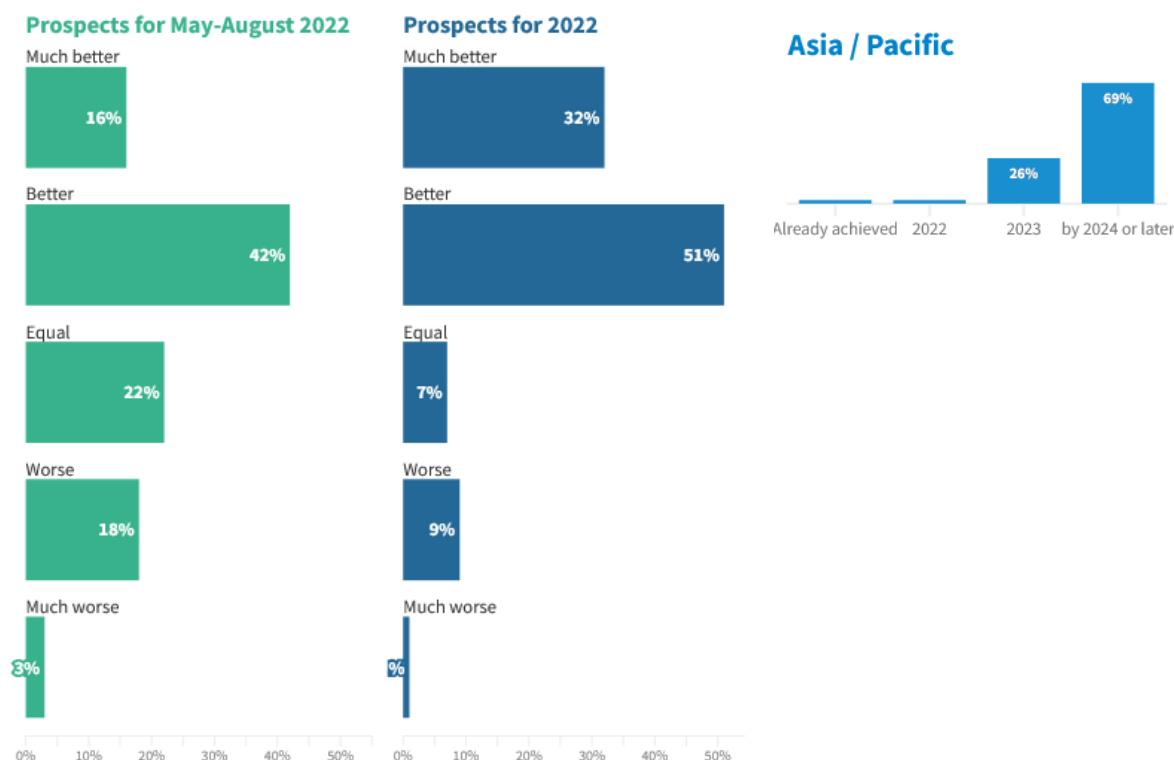
UNWTO dự báo, du lịch có thể phục hồi từ 50-70% trong năm 2022. Theo khảo sát của UNWTO, khoảng 50% các chuyên gia du lịch nhận định thế giới sẽ phục hồi (với mức 2019) trong năm 2023, trong đó, châu Âu và châu Mỹ là hai khu vực có khả năng phục hồi nhanh nhất; phục hồi của khu vực châu Á - Thái Bình Dương dự kiến sẽ chậm hơn, trong năm 2024 hoặc 2025³⁹.



Biểu đồ 8: Khách quốc tế toàn cầu phục hồi, tháng 5/2022 so với 2021

Nguồn: UNWTO, 2022

³⁹Theo Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, tại: <https://dangcongsan.vn/kinh-te/tat-ca-cac-thi-truong-du-lich-tren-the-gioi-deu-co-dau-hieu-phuc-hoi-613785.html> truy cập ngày 17/8/2022.



Biểu đồ 9: Dự báo phục hồi du lịch toàn cầu năm 2022 và khu vực Châu Á - Thái Bình Dương đến năm 2025

Nguồn: UNWTO, năm 2022

Đông Nam Á là tiểu vùng có du lịch phát triển năng động của khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn ở nhiều quốc gia như Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Singapore, Việt Nam. Hầu hết các quốc gia trong khu vực đều nỗ lực thực hiện các biện pháp vừa đảm bảo phòng chống dịch an toàn vừa thúc đẩy phục hồi, phát triển du lịch hiệu quả. Sáu tháng đầu năm 2022, lượng khách quốc tế đến một số quốc gia Đông Nam Á gia tăng mạnh, các quốc gia này đã đặt mục tiêu khả quan cho khả năng phục hồi du lịch trong năm 2022:

- Malaysia: Tính đến hết tháng 6, Malaysia đã tiếp đón khoảng 2 triệu lượt khách quốc tế và quốc gia này đặt mục tiêu đạt 4,5 triệu lượt khách quốc tế cho cả năm 2022.

- Thái Lan: Sáu tháng đầu năm 2022, lượng khách quốc tế đến Thái Lan đã đạt 2,03 triệu lượt. Thái Lan đặt mục tiêu thậm trọng là thu hút 7,5 triệu lượt khách trong năm 2022⁴⁰.

- Singapore: Trong 6 tháng đầu năm 2022, Singapore đã tiếp đón khoảng 1,5 triệu khách quốc tế. Singapore đặt mục tiêu từ 4 - 6 triệu khách quốc tế năm 2022⁴¹.

⁴⁰ Theo Báo Quốc tế online, tại: <https://baoquocte.vn/phuc-hoi-du-lich-dong-nam-a-nhung-diem-sang-dau-tien-189980.html>, truy cập ngày 17/8/2022

- Indonesia: Trong 4 tháng đầu năm 2022, Indonesia đã tiếp đón 111.000 lượt khách du lịch quốc tế (tăng 500% so với năm 2021). Quốc gia này đặt mục tiêu sẽ tiếp đón khoảng 3,6 triệu lượt khách trong năm 2022.

- Việt Nam: Theo số liệu của Tổng cục Du lịch, trong 6 tháng đầu năm 2022, khách quốc tế đến Việt Nam đã đạt 413.400 lượt. Việt Nam đặt mục tiêu sẽ tiếp đón khoảng 5 triệu lượt khách quốc tế trong năm 2022⁴².

4.2. Các bài học kinh nghiệm từ phục hồi du lịch sau COVID-19

Trước những diễn biến phức tạp của tình chính trị, kinh tế thế giới, trong bối cảnh đại dịch COVID-19 chưa được kiểm soát trên phạm vi toàn cầu, để phục hồi và phát triển du lịch, các quốc gia Đông Nam Á đã thực thi nhiều chính sách để gia tăng sức cạnh tranh du lịch trong khu vực.

- Thái Lan:

+ Thái Lan là một trong những nước dẫn đầu quá trình phục hồi du lịch tại Đông Nam Á, sau mô hình *Hộp cát Phuket (Phuket Sandbox)* hay *Xét nghiệm và Đi (Test&Go)*, từ ngày 1/7/2021, Thái Lan đã từng bước nới lỏng hầu hết các quy tắc để đón khách quốc tế vào nước.

+ Theo Tổng cục Du lịch Thái Lan (TAT), kể từ ngày 1/7, khách du lịch chỉ cần xuất trình giấy tờ liên quan đến bằng chứng tiêm chủng COVID-19 để nhập cảnh như giấy chứng nhận tiêm chủng COVID-19 hoặc PCR âm tính hoặc xét nghiệm kháng nguyên; giấy xác nhận ở dạng in và kỹ thuật số đều được chấp nhận; yêu cầu đeo khẩu trang sẽ không còn bị bắt buộc đối với khách quốc tế khi vào Thái Lan.

+ Tháng 6/2022, Thái Lan đã ban hành Chiến lược mới nhằm phục hồi và phát triển du lịch với tên gọi “SMILE”, có nghĩa là “nụ cười” nhưng cũng có hàm nghĩa sâu xa hơn với 5 chữ cái: “S” là bền vững về mọi khía cạnh; “M” là nhân lực: Nâng cao kỹ năng của lực lượng lao động du lịch lên tiêu chuẩn quốc tế; “I” là nền kinh tế bao trùm: Đảm bảo tất cả các khu vực kinh tế đều được đưa vào ngành du lịch; “L” là bản địa hóa: Thúc đẩy tính độc đáo của các cộng đồng như là điểm thu hút du lịch; và “E” là hệ sinh thái: Thúc đẩy du lịch sinh thái và môi trường địa phương.

+ Các văn phòng đại diện của TAT ở nước ngoài đã được yêu cầu thảo luận và hợp tác với các hãng hàng không để tăng khả năng chuyên chở tới Thái Lan, đặc biệt là bằng máy bay cỡ lớn. TAT cũng thảo luận với Thai Airways và thực hiện các cuộc khảo sát tiếp thị để triển khai các dịch vụ thuê bao với các hãng hàng không khác để hỗ trợ các thị trường cụ thể. Nếu TAT đạt được thỏa thuận với các hãng hàng không thì sẽ có nhiều chuyến bay quốc tế đến Thái Lan, sớm nhất vào tháng 8/2022.

⁴¹ Theo Báo điện tử Tuổi trẻ Thủ đô, tại <https://tuoitrethudo.com.vn/singapore-uoc-tinh-thu-hut-khoang-6-trieu-du-khach-quoc-te-trong-nam-2022-202139.html>, truy cập ngày 17/8/2022

⁴² Theo Báo Lao động, tại <https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/muc-tieu-don-5-trieu-khach-du-lich-quoc-te-nam-2022-co-kha-thi-1075300.ldo>, truy cập ngày 17/8/2022.

+ TAT cũng đã lập một khoản ngân sách hơn 100 triệu baht (khoảng 2,88 triệu USD) để chi cho các hoạt động phục hồi và phát triển du lịch với kỳ vọng đến năm 2023 sẽ phục hồi được khoảng 50% lượng khách quốc tế như thời điểm trước đại dịch (năm 2019)⁴³.

- *Malaysia:*

+ Kể từ tháng 9/2021, Malaysia đã vận hành thử nghiệm chương trình “bong bóng du lịch” dành cho du khách nội địa tới quần đảo nổi tiếng Langkawi. Chỉ sau 2 tuần triển khai, Langkawi đã đón 38.748 lượt du khách (vượt 29% so với mục tiêu ban đầu), đạt doanh thu khoảng 15,97 triệu RM (3,82 triệu USD). Chương trình “bong bóng du lịch” của Malaysia đã mang lại hiệu quả tích cực trong nỗ lực phục hồi du lịch của quốc gia này trong năm 2021 khi dịch bệnh vẫn còn diễn biến phức tạp.

+ Đầu năm 2022, Malaysia công nhận COVID-19 như một bệnh đặc hữu và bắt đầu thực thi các biện pháp nới lỏng chính sách, mở cửa biên giới, cho phép khách quốc tế nhập cảnh. Bắt đầu từ 01/04/2022, khách quốc tế đã tiêm chủng đầy đủ vắc-xin COVID-19 không cần phải cách ly bắt buộc; từ ngày 1/8, Chính phủ Malaysia dừng áp dụng quy định xét nghiệm COVID-19 trước khi lên máy bay và xét nghiệm nhanh khi đến sân bay đối với khách nhập cảnh.

+ Cơ quan du lịch quốc gia Malaysia đề nghị Bộ Nội vụ xem xét cấp thị thực nhập cảnh với thời hạn lên đến 90 ngày cho khách du lịch. Hiện tại đã có 63 quốc gia được miễn thị thực nhập cảnh Malaysia trong 90 ngày, công dân từ 95 quốc gia khác được cấp thị thực trong 30 ngày, hai quốc gia được cấp thị thực trong 14 ngày.

+ Mở rộng thị trường theo hướng tăng cường tiếp cận các thị trường mới, thị trường ngách cũng là một trong những điểm nhấn chiến lược phục hồi du lịch của Malaysia. Là một quốc gia với đa số dân số theo đạo Hồi, Malaysia đang nỗ lực quảng bá và nhắm tới những du khách thuộc thế hệ trẻ (Gen Z và Gen Y) từ thị trường Trung Đông - là những đối tượng khách giàu có, ưa thích “phiêu lưu”. Malaysia triển khai các hình thức quảng bá các sản phẩm du lịch thích hợp như du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch văn hóa, du lịch gắn với các lễ hội của người dân đạo Hồi bản địa, du lịch gắn với các hoạt động tình nguyện và các sản phẩm khác phù hợp với xu hướng của khách giới trẻ Trung Đông⁴⁴.

- *Indonesia:*

+ Kể từ tháng 3/2022, Indonesia đã quyết định dỡ bỏ yêu cầu cách ly đối với du khách quốc tế đến quốc gia này (trước đây, quy định này chỉ áp dụng cho các hòn đảo phụ thuộc vào du lịch như Bali, Batam và Bintan). Đồng thời,

⁴³ Tổng hợp thông tin từ Thông tấn xã Việt Nam tại website: <https://ncov.vnnet.vn/tin-tuc/thai-lan-no-luc-phuc-hoi-nganh-du-lich-sau-dai-dich-covid-19/038d35d3-732d-45ec-81c7-61fccf847ea2>; và thông tin từ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tại website: <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-thai-lan-hanh-trinh-hoi-phuc-voi-nhung-sang-kien-moi-20220706080944613.htm>, truy cập ngày 27/8/2022.

⁴⁴ Tổng hợp thông tin từ Vietnamplus và Báo Quốc tế tại website: <https://www.vietnamplus.vn/chinh-phu-malaysia-tiep-tuc-noi-long-quy-dinh-nhap-can/809024.vnp> và <https://baoquocte.vn/hoi-sinh-nganh-du-lich-malaysia-chinh-phuc-the-he-khach-gen-z-trung-dong-giau-co-bang-cach-nao-190777.html>, truy cập 27/8/2022

Indonesia cũng đã thực thi loạt chính sách mở cửa, khôi phục chính sách cấp thị thực khi nhập cảnh đối với du khách từ 23 quốc gia đến Bali; mở rộng chính sách cấp visa khi nhập cảnh đối với các quốc gia có nhiều tiềm năng về khách du lịch cũng như các quốc gia G20.

+ Năm 2021, Chính phủ Indonesia công bố Chiến lược phục hồi ngành du lịch của Quốc gia này với 03 giai đoạn: (1) Giai đoạn 2021-2022: Thúc đẩy chuyển đổi số, đảm bảo các giao thức CHSE (vệ sinh, sức khỏe, an toàn, bền vững môi trường) phải được triển khai tại tất cả các điểm đến. (2) Giai đoạn 2022-2024: Thúc đẩy du lịch cộng đồng bằng cách đẩy mạnh quảng bá các làng du lịch. (3) Giai đoạn 2024-2029: Là giai đoạn tăng trưởng và tăng tốc ngành du lịch, tăng phục hồi, tăng tiếp thị, tăng chuyển đổi số cũng như tăng cường chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng của ngành.

+ Kể từ khi chịu tác động bởi đại dịch, Indonesia cũng đã có những thay đổi trong tư duy, chiến lược phát triển du lịch. Indonesia đang chú trọng vào du lịch bền vững và dòng khách lưu trú dài ngày, chi tiêu cao. Theo cơ quan Quản lý du lịch Indonesia, ngành du lịch nước này đang chuyển đổi chiến lược phát triển du lịch từ 3S "*Sun, Sea, Sand*" (*mặt trời, biển và cát*) sang "*Serenity, Spirituality, Sustainability*" (*thanh thản, tinh thần và bền vững*) với hi vọng sẽ giúp cải thiện chất lượng du lịch và tác động tốt hơn đến kinh tế địa phương⁴⁵.

5. Những định hướng lớn về phát triển KT-XH và các ngành, lĩnh vực có liên quan ở Việt Nam

5.1. Các mục tiêu phát triển KT-XH của đất nước

Các mục tiêu KT-XH quan trọng của đất nước trong giai đoạn tới được xác định trong các *Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng, Nghị quyết của Quốc hội (số 16/2021/QH15 ngày 27/7/2021)* đã đề ra những định hướng, mục tiêu quan trọng trong phát triển KT-XH của đất nước:

- Về kinh tế: Tốc độ tăng trưởng (GDP) bình quân 5 năm đạt khoảng 6,5 - 7%/năm. Đến năm 2025, GDP bình quân đầu người khoảng 4.700 - 5.000 USD; đóng góp của năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP) vào tăng trưởng đạt khoảng 45%; tốc độ tăng năng suất lao động xã hội bình quân trên 6,5%/năm; tỉ lệ đô thị hóa khoảng 45%; tỉ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP đạt trên 25%; kinh tế số đạt khoảng 20% GDP.

- Về xã hội: Đến năm 2025, tỉ trọng lao động nông nghiệp trong tổng lao động xã hội khoảng 25%; tỉ lệ lao động qua đào tạo là 70%; tỉ lệ thất nghiệp ở khu vực thành thị năm 2025 dưới 4%; tỉ lệ nghèo đa chiều duy trì mức giảm 1 - 1,5% hằng năm; có 10 bác sĩ và 30 giường bệnh/1 vạn dân; tỉ lệ tham gia bảo hiểm y tế đạt 95% dân số; tuổi thọ trung bình đạt khoảng 74,5 tuổi; tỉ lệ xã đạt tiêu chuẩn nông thôn mới tối thiểu 80%, trong đó ít nhất 10% đạt chuẩn nông thôn mới kiểu mẫu.

⁴⁵ Tổng hợp thông tin từ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tổng cục Du lịch và Tạp chí Quản lý và Kinh doanh điểm đến, tại website: <https://destination-review.com/indonesia-cong-bo-ke-hoach-phuc-hoi-du-lich/>, truy cập ngày 27/8/2022.

- Về môi trường: Đến năm 2025, tỉ lệ sử dụng nước sạch, nước hợp vệ sinh của dân cư thành thị là 95 - 100%, nông thôn là 93 - 95%; tỉ lệ thu gom và xử lý chất thải rắn sinh hoạt đô thị bảo đảm tiêu chuẩn, quy chuẩn đạt 90%; tỉ lệ khu công nghiệp, khu chế xuất đang hoạt động có hệ thống xử lý nước thải tập trung đạt tiêu chuẩn môi trường là 92%; tỉ lệ cơ sở gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng được xử lý đạt 100%; giữ tỉ lệ che phủ rừng ổn định 42%.

5.2. Định hướng, cơ cấu ngành dịch vụ và vị trí, vai trò của du lịch:

Vị trí, vai trò của du lịch trong khối ngành dịch vụ: Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu kinh tế nói chung và khối ngành dịch vụ nói riêng. Định hướng đến năm 2030, du lịch chiếm từ 12 - 15% trong cơ cấu GDP cả nước và chiếm tỷ trọng khoảng 22 - 25% trong khối ngành dịch vụ.

Các cơ chế chính sách phát triển ngành dịch vụ:

- Đẩy mạnh cải cách thể chế, nâng cao tính minh bạch, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của các ngành dịch vụ trong bối cảnh CMCN 4.0 và Việt Nam hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.

- Rà soát, điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện hệ thống luật và văn bản hướng dẫn liên quan đến hoạt động kinh doanh các ngành, nghề thuộc khối ngành dịch vụ; rà soát, điều chỉnh chính sách, cơ chế, quy trình, thủ tục kinh doanh và doanh nghiệp khối ngành dịch vụ theo hướng đơn giản, thuận tiện.

- Tiếp tục xây dựng Chính phủ điện tử hướng tới Chính phủ số, cung cấp dịch vụ công trực tuyến mức độ 4; đầu tư, phát triển các ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ quản lý và để cắt giảm chi phí hành chính công và nâng cao chất lượng phục vụ người dân, doanh nghiệp.

Phương hướng phát triển ngành du lịch: Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn; có kết cấu hạ tầng hiện đại, đồng bộ; sản phẩm du lịch chất lượng; đa dạng hóa thị trường quốc tế, đồng thời chú trọng phát triển thị trường khách du lịch nội địa; thúc đẩy chuyển đổi số; phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao.

5.3. Các chương trình, dự án phát triển KT-XH liên quan đến du lịch

Các chương trình, dự án phát triển KT-XH đã phê duyệt và dự kiến triển khai trong giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030⁴⁶:

5.3.1. Các chương trình quốc gia:

- Chương trình trọng điểm điều tra cơ bản tài nguyên, môi trường biển và hải đảo đến năm 2030.

- Chương trình tăng cường năng lực và hiện đại hóa cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ quản lý tài nguyên, môi trường biển, hải đảo đến năm 2030.

⁴⁶ Căn cứ: Nghị quyết của Quốc hội về Kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021 - 2025 (số 29/2021/QH15); Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Danh mục quốc gia các dự án kêu gọi đầu tư nước ngoài giai đoạn 2021 - 2025 (số 1831/QĐ-TTg ngày 01/11/2021); các Chiến lược quốc gia và chiến lược ngành, các Chương trình hành động quốc gia và cấp ngành có liên quan đến du lịch.

- Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.
- Chương trình hỗ trợ phát triển thị trường lao động đến năm 2030.
- Chương trình số hóa Di sản văn hóa Việt Nam giai đoạn 2021-2030.
- Chương trình quốc gia hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa giai đoạn 2021-2030.
- Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển KT-XH vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2030.
- Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững giai đoạn 2021-2025.
- Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025
- Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030.

5.3.2. Các dự án quốc gia:

- Dự án đường bộ cao tốc Bắc - Nam tuyến phía Đông.
- Một số dự án đường bộ cao tốc, dự án trọng điểm khác dự kiến thực hiện trong giai đoạn 2021-2025: cao tốc Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng; cao tốc Khánh Hòa - Buôn Ma Thuột; đường vành đai 4 Hà Nội; đường vành đai 3 TP. Hồ Chí Minh; dự án mở rộng cao tốc TP. Hồ Chí Minh - Long Thành - Dầu Giây.
- Tiếp tục triển khai dự án cảng hàng không quốc tế Long Thành; các dự án nâng cấp, cải tạo một số sân bay, cảng hàng không khác.
- Dự án bến tàu du lịch cảng Chân Mây (Thừa Thiên Huế) và khu hậu cần bến cảng phục vụ khách du lịch.
- Dự án sản xuất các sản phẩm, thiết bị ứng dụng công nghệ AI, Robot, IoT, Smart-City, Pin thế hệ mới.
- Dự án phát triển sản xuất nông, lâm nghiệp bền vững, phát huy tiềm năng, thế mạnh của các vùng miền để sản xuất hàng hóa theo chuỗi giá trị.
- Các dự án phát triển hạ tầng môi trường, xây dựng hệ thống xử lý rác thải, nước thải tại các tỉnh, thành phố bằng nguồn vốn NSNN và kêu gọi xã hội hóa.

6. Ảnh hưởng của BĐKH

Các tác động đến tài nguyên du lịch, gồm:

- BĐKH làm thay đổi các yếu tố tự nhiên (khí hậu, địa chất, địa hình, địa mạo, thủy văn...) theo hướng tiêu cực: Thiên tai, các hiện tượng thời tiết cực đoan gia tăng...
- Tác động đến hệ sinh thái, đa dạng sinh học và cảnh quan thiên nhiên. Đây là một trong những nguyên nhân chính gây suy giảm đa dạng sinh học nghiêm trọng ở Việt Nam trong những năm gần đây.

- Tác động đến các di sản thiên nhiên, có thể sẽ phá hủy các di sản nếu không có những biện pháp bảo vệ và thích ứng BĐKH.

- Các tài nguyên du lịch văn hóa như các công trình văn hóa, các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể... đều chịu ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp từ BĐKH

Các tác động đến cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch

- Giao thông và các hệ thống HTKT khác đều chịu ảnh hưởng không nhỏ của BĐKH. Đặc biệt, với giao thông, tác động từ BĐKH có thể làm gián đoạn, đồng nghĩa với sự ngừng trệ hoạt động du lịch.

- Hậu quả của BĐKH, sẽ ảnh hưởng đến độ bền, đến công năng và thời gian sử dụng của các công trình, gây hư hại, thậm chí trong nhiều trường hợp sẽ là hư hỏng hoặc mất đi các công trình dịch vụ du lịch.

- Nước biển dâng sẽ làm cho các khu du lịch ven biển đối diện với nguy cơ phải di dời hoặc biến mất gây tổn hại lớn cho các nhà đầu tư cũng như ngành du lịch, ngoài ra ảnh hưởng đến đời sống dân cư và làm giảm tính hấp dẫn của các khu du lịch trên vùng núi cao.

Mức độ dễ bị tổn thương do tác động của BĐKH đối với các đối tượng ngành du lịch:

- Tài nguyên du lịch: Là đối tượng dễ bị tác động do BĐKH nhất, mức độ tổn thất lớn và khả năng thích ứng và phục hồi thấp.

- Hoạt động lữ hành và các chương trình du lịch: Là đối tượng bị ảnh hưởng tương đối bởi BĐKH. Vì một trong những điều kiện quan trọng để tổ chức thực hiện các chương trình du lịch là điều kiện thời tiết, khí hậu. Và khả năng thích ứng để tổ chức các chương trình du lịch trong điều kiện thời tiết khí hậu, bất lợi là không cao.

- Cơ sở vật chất hạ tầng du lịch: Là đối tượng ít bị tổn thương nhất do BĐKH, cũng là đối tượng dễ phục hồi và thích nghi nhất với các tác động của BĐKH dựa trên sự tiến bộ của khoa học công nghệ hiện nay. Tuy nhiên các khu vực ngoài trời, khu vực chịu tác động của bão lũ, thiên tai, ... cũng luôn đối mặt với đe dọa tác động lớn từ thiên nhiên.

II. QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG DU LỊCH VIỆT NAM THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045

1. Quan điểm phát triển

- Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác;

- Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và đi vào chiều sâu, chất lượng và khả năng cạnh tranh;

- Phát triển du lịch quốc tế đồng thời với tăng cường khai thác có hiệu quả du lịch nội địa;

- Phát triển du lịch trên cơ sở phát huy hiệu quả tiềm năng, lợi thế quốc gia; gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc; phát huy hiệu quả vai trò động lực của doanh nghiệp và cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch; gắn kết chặt chẽ với các ngành, lĩnh vực và liên kết giữa các vùng, các địa phương và với quốc tế;

- Phát triển du lịch gắn với chuyển đổi số, tận dụng thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp (CMCN) lần thứ tư;

- Phát triển du lịch bền vững, sáng tạo; phát huy yếu tố con người, lấy giá trị văn hóa Việt Nam làm nền tảng; bảo vệ môi trường, ứng phó linh hoạt và hiệu quả với rủi ro, biến đổi khí hậu; Bảo đảm an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội.

2. Mục tiêu phát triển

2.1. Mục tiêu tổng quát

- Đến năm 2025, du lịch phục hồi hoàn toàn như trước đại dịch. Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn, có năng lực phát triển du lịch cao trên toàn cầu.

- Đến năm 2030, Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp từ 13% GDP, phát triển theo hướng tăng trưởng xanh. Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn, có năng lực phát triển du lịch hàng đầu thế giới, đáp ứng về cơ bản các yêu cầu và mục tiêu phát triển bền vững.

2.2. Mục tiêu cụ thể

2.2.1. Mục tiêu phát triển ngành

- Đầu tư cho các địa điểm có tiềm năng phát triển thành Khu DLQG, các vùng động lực du lịch để tạo sự lan toả phát triển du lịch cho các vùng và địa phương.

- Phát triển một số thương hiệu du lịch và vùng du lịch nổi bật để định vị điểm đến Việt Nam theo hướng chất lượng cao, cạnh tranh với các thương hiệu điểm đến du lịch đã định hình trong khu vực.

Các chỉ tiêu cụ thể:

- Khách du lịch

+ Đến năm 2025: Phần đầu đón được ít nhất 18 triệu lượt khách quốc tế và 90 triệu lượt khách nội địa, duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 36 - 38%/năm và khách nội địa từ 8 - 10%/năm.

+ Đến năm 2030: Phần đầu đón được ít nhất 35 triệu lượt khách quốc tế và 150 triệu lượt khách nội địa; duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 13 - 15%/năm và khách nội địa từ 8 - 10%/năm.

- Đóng góp của du lịch trong GDP

+ Đến năm 2025 đóng góp trực tiếp 6 - 7,0% vào GDP.

+ Đến năm 2030 đóng góp 13 - 14% vào GDP.

2.2.2. Về xã hội:

- Du lịch trở thành công cụ quan trọng góp phần bảo tồn văn hoá, cải thiện sinh kế; nâng cao dân trí và đời sống tinh thần của người dân.
- Phấn đấu đến năm 2025, phát triển du lịch góp phần tạo ra khoảng 3,6 triệu việc làm. Đến năm 2030, phát triển du lịch tạo ra khoảng 6,5 triệu việc làm.

2.2.3. Về môi trường:

Môi trường du lịch được cải thiện và bảo vệ. BĐKH được ứng phó có hiệu quả trong lĩnh vực du lịch. Đến năm 2030, 100% các khu, điểm du lịch; các CSLT du lịch và các cơ sở kinh doanh dịch vụ khác ven biển không sử dụng sản phẩm nhựa dùng một lần và túi nilon khó phân huỷ.

2.2.4. Về an ninh, quốc phòng:

Góp phần khẳng định và bảo vệ chủ quyền lãnh thổ quốc gia, giữ vững an ninh, trật tự và an toàn xã hội.

3. Tầm nhìn phát triển du lịch đến năm 2045

Du lịch khẳng định vai trò động lực của nền kinh tế với đóng góp cao vào GDP quốc gia. Việt Nam trở thành điểm đến có giá trị nổi bật toàn cầu, thuộc nhóm quốc gia phát triển du lịch hàng đầu khu vực Châu Á - Thái Bình Dương.

III. DỰ BÁO PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Căn cứ, phương pháp và nguồn số liệu dự báo

Các kịch bản phát triển giai đoạn 2022-2030, tầm nhìn đến năm 2045 được dựa trên những căn cứ cụ thể sau:

Vai trò "ngành kinh tế mũi nhọn" của du lịch được xác định trong Luật Du lịch số 2017 và Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị; Chiến lược 2020;

- Các văn bản khác liên quan: Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 22/10/2018 của Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về Chiến lược phát triển bền vững kinh tế biển Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045; Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam; Chiến lược Quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050; Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; Chương trình hành động phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2021-2025;

Ngoài ra, còn được dựa vào những yếu tố sau:

- Tình hình KT-XH của Việt Nam;
- Chiến lược đầu tư của Nhà nước từ nguồn “Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch” vào chương trình quảng bá, xúc tiến du lịch; xây dựng sản phẩm và thương hiệu du lịch; bảo tồn, tôn tạo tài nguyên du lịch và bảo vệ môi trường...;
- Tiềm năng, lợi thế du lịch của Việt Nam;

- Các mốc lịch sử quan trọng trong quá trình phát triển của Đất nước sẽ diễn ra trong giai đoạn 2022-2030 và các sự kiện chính trị, văn hóa - thể thao quốc tế có thể sẽ diễn ra ở Việt Nam... sẽ là những cơ hội lớn cho ngành du lịch.

- Xu hướng của các thị trường khách du lịch quốc tế đến khu vực Đông Nam Á và Việt Nam.

- Nhu cầu đi du lịch tăng trưởng trở lại sau đại dịch COVID-19.

2. Luận chứng các phương án phát triển

2.1. Kịch bản 1 (kịch bản tăng trưởng thấp)

Kịch bản này được xác định, tính toán trong bối cảnh tình hình chính trị, quan hệ ngoại giao, kinh tế, văn hóa, xã hội trên thế giới và trong nước tiếp tục gặp nhiều khó khăn, kinh tế tăng trưởng thấp, thu nhập của người dân giảm và mang tâm lý lo ngại sau đại dịch COVID-19; những vấn đề toàn cầu như thiên tai, dịch bệnh, chiến tranh xung đột... diễn biến phức tạp, khó lường. Ngành du lịch thế giới nói chung và du lịch Việt Nam nói riêng còn gặp nhiều bất lợi cho sự phát triển, các chỉ tiêu tăng trưởng đều thấp.

- Trong năm 2022: Thế giới vẫn chưa kiểm soát được dịch bệnh COVID-19, chưa có thuốc đặc trị hiệu quả, dịch bệnh vẫn tiếp tục lây lan, các biến chủng mới có thể xuất hiện; cuộc chiến tranh xung đột Nga - Ucraina chưa chấm dứt, Nga tiếp tục bị cấm vận kinh tế; một số thị trường du lịch chính của Việt Nam (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nga...) vẫn tiếp tục bị hạn chế đi lại. Tuy nhiên, trong bối cảnh khó khăn đó hầu hết các quốc gia trên thế giới đã tiêm phủ vắc xin cho người dân, các luồng khách du lịch quốc tế trên thế giới và hàng không quốc tế đã trở lại hoạt động bình thường; Việt Nam đã mở cửa trở lại để đón khách du lịch quốc tế, các chính sách về visa được khôi phục như trước đây khi chưa có đại dịch COVID-19... Mặc dù cơ hội cho các luồng khách du lịch quốc tế đã đến, việc đi lại rất thuận lợi, nhưng sau hơn 2 năm đại dịch xuất hiện, kinh tế thế giới có nhiều khủng hoảng, thu nhập của người dân bị ảnh hưởng, đặc biệt tâm lý e ngại dịch bệnh vẫn còn..., nên khả năng đi du lịch của người dân vẫn còn hạn chế. Bên cạnh đó, cạnh tranh điểm đến ngày càng diễn ra khốc liệt giữa các quốc gia trong khu vực, đặc biệt trong bối cảnh một số nước đang có những chính sách bảo hộ du lịch nội địa đối với thương mại, dịch vụ và du lịch (khuyến khích đi du lịch trong nước, hỗ trợ tiêu dung du lịch trong nước...).

- Năm 2023-2025: Đến hết năm 2022, đại dịch COVID-19 cơ bản được không chế và chấm dứt, mọi rào cản được dỡ bỏ. Năm 2023 và những năm tiếp theo, các hoạt động du lịch trên thế giới và trong nước dần phục hồi và phát triển trở lại. Do đó, số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong những năm này mới bắt đầu phục hồi, nhưng tăng trưởng không cao, số lượng khách quốc tế đến còn hạn chế.

Theo kịch bản này thì giai đoạn trước mắt 2022-2023, số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam sẽ gia tăng và dần dần phục hồi; đến năm 2026 có khả năng phục hồi và đạt được các chỉ tiêu như thời điểm năm 2019. Tuy nhiên, kịch bản này chưa phù hợp với dự báo của UNWTO về khả năng phục hồi của

du lịch thế giới, cũng như chưa đáp ứng được kỳ vọng ngành du lịch sẽ thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn... Do vậy, kịch bản này được đưa ra để so sánh với các kịch bản khác.

Theo phân tích bối cảnh trong nước và quốc tế như trên, đến năm 2025 Việt Nam mới có thể đón được 14 triệu lượt khách quốc tế; khách du lịch nội địa đạt 100 triệu lượt; tổng thu du lịch đạt khoảng 784 nghìn tỷ đồng.

2.2. Kịch bản 2 (kịch bản tăng trưởng trung bình)

Kịch bản này được xác định, tính toán trong điều kiện bối cảnh, tình hình kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội thế giới và trong nước diễn biến theo chiều hướng tích cực. Đại dịch COVID-19 sớm được đẩy lùi, chiến tranh xung đột Nga - Ucraina kết thúc, nhu cầu du lịch của người dân tăng cao sau một thời gian dài bị kìm nén. Du lịch Việt Nam có nhiều cơ hội thuận lợi để phục hồi nhanh, tăng trưởng và bứt phá. Đặc biệt, theo Thông báo số 43/TB-VPCP ngày 16/2/2022, kết luận của Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam tại cuộc họp bàn về phương án mở cửa lại hoạt động du lịch, theo đó Phó Thủ tướng đồng ý với đề xuất của Bộ VHTT và DL và ý kiến các Bộ, cơ quan tại cuộc họp về thời gian mở cửa lại hoạt động du lịch trong điều kiện bình thường mới theo đúng tinh thần chỉ đạo của Chính phủ, của Thủ tướng Chính phủ về "Thích ứng linh hoạt, an toàn, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh COVID-19" từ ngày 15/3/2022.

- Trong năm 2022: Thế giới cơ bản kiểm soát được dịch bệnh COVID-19, phần lớn các quốc gia đã tiêm chủng mở rộng vắc xin cho người dân; cuộc chiến tranh xung đột Nga - Ucraina chấm dứt; lệnh cấm vận nền kinh tế Nga của các nước Phương Tây được dỡ bỏ từng phần... Các quốc gia trên thế giới đã bắt đầu mở cửa và kích hoạt các hoạt động du lịch trở lại bình thường, mọi rào cản được dỡ bỏ như "Hộ chiếu vắc xin", "Combo du lịch vắc xin"; các luồng khách du lịch quốc tế trên thế giới được gỡ bỏ phong tỏa, hàng không quốc tế được hoạt động trở lại bình thường. Việt Nam kiểm soát tốt dịch bệnh trong nước, hoạt động du lịch nội địa trở lại bình thường như trước đây.

- Năm 2023-2025: Năm 2023, khách quốc tế và khách nội địa của Việt Nam đều có sự gia tăng, thậm chí tốc độ tăng trưởng có thể sẽ rất cao, nhưng số lượng khách chưa thể phục hồi và đạt được ngưỡng như năm 2019. Bước sang giai đoạn 2024-2025, khi đại dịch COVID-19 được đẩy lùi và trở thành căn bệnh thông thường thì khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch nội địa sẽ "bùng nổ" và tăng trưởng mạnh trở lại sau một thời gian dài bị kìm nén; và du lịch Việt Nam có khả năng hoàn toàn phục hồi như thời điểm 2019 vào năm 2025.

Riêng đối với khách du lịch nội địa: Việt Nam đã và đang có nhiều giải pháp để kiểm soát dịch bệnh COVID-19, cả nước đã phủ kín việc tiêm vắc xin COVID-19 cho toàn dân. Ngành Du lịch đang có nhiều chương trình kích cầu du lịch nội địa để các hoạt động du lịch trong nước tăng trưởng trở lại, nên đây sẽ là cơ hội, là điều kiện quan trọng để các địa phương, các doanh nghiệp du lịch thu hút hàng chục triệu người dân đi du lịch trong nước. Trong bối cảnh hiện nay,

chắc chắn trong năm 2022 và những năm tiếp theo, du lịch nội địa sẽ tăng trưởng trở lại và phục hồi nhanh chóng.

Theo phân tích bối cảnh trong nước và quốc tế như trên và theo kịch bản này thì đến năm 2025 Việt Nam có thể sẽ đón được 18 triệu lượt khách quốc tế (bằng chỉ tiêu năm 2019, nhưng chỉ bằng 51,4% so với chỉ tiêu của Chiến lược); khách du lịch nội địa đạt 116 triệu lượt (bằng 96,7,0% so với chỉ tiêu của Chiến lược); tổng thu du lịch đạt khoảng 1.020,8 nghìn tỷ đồng (bằng 57% so với chỉ tiêu của Chiến lược).

2.3. Kịch bản 3 (kịch bản tăng trưởng cao)

Được tính toán với tốc độ phát triển cao hơn kịch bản 2 trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19 đã được kiểm soát hoàn toàn trên phạm vi toàn thế giới và trong điều kiện thuận lợi của mối quan hệ quốc tế, đặc biệt chiến tranh xung đột Nga - Ucraina kết thúc, lệnh cấm vận với Nga được hủy bỏ hoàn toàn, các luồng khách thuộc các thị trường trọng điểm của Việt Nam (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Nga...) được đi lại bình thường; và khả năng đảm bảo cho việc đầu tư đồng bộ về kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật chuyên ngành, đặc biệt đầu tư vào những khu, điểm du lịch lớn; các khu du lịch trọng điểm của cả nước với những sản phẩm du lịch có chất lượng cao đã được xác định trong Chiến lược 2020.

Theo kịch bản này thì du lịch Việt Nam có khả năng hoàn toàn phục hồi như thời điểm 2019 vào năm 2024 đối với khách quốc tế và vào năm 2023 đối với khách nội địa. Theo đó, đến năm 2025 Việt Nam sẽ đón được 22 triệu lượt khách quốc tế (bằng 62,9% so với chỉ tiêu của Chiến lược); khách du lịch nội địa đạt 130 triệu lượt; tổng thu du lịch đạt khoảng 1.152 nghìn tỷ đồng.

3. So sánh, lựa chọn kịch bản phát triển

Lựa chọn kịch bản phát triển dựa trên việc phân tích tình hình khôi phục của du lịch thế giới và khu vực, cũng như các điều kiện cho phát triển du lịch của Việt Nam thời kỳ mới. Bên cạnh đó, Thái Lan sẽ là quốc gia được lựa chọn trở thành đối trọng so sánh về các chính sách phục hồi, các chỉ tiêu cụ thể.

Theo Tổng cục Du lịch Thái Lan, ngành du lịch của quốc gia này đặt mục tiêu sẽ đón 7 - 10 triệu lượt khách du lịch quốc tế trong năm 2022 (mục tiêu khiêm tốn là 7,5 triệu lượt), con số này sẽ tăng lên 20 triệu vào năm 2023 (tức sẽ phục hồi 50% so với thời điểm trước đại dịch năm 2019). Năm 2024, Thái Lan đặt mục tiêu sẽ tiếp đón 25 - 30 triệu lượt khách quốc tế và hoàn thành mục tiêu phục hồi 35 - 40 triệu lượt vào năm 2025⁴⁷.

Theo nghiên cứu, dự báo của Liên danh tư vấn xây dựng Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045: trong năm 2022 Việt Nam có thể phục hồi khoảng 3,5 - 4 triệu lượt khách quốc tế; đến năm 2025 lượng khách quốc tế đến Việt Nam sẽ đạt 18 triệu lượt - đánh dấu sự phục

⁴⁷ Theo Thông tấn xã Việt Nam, tại <https://ncov.vnnet.vn/tin-tuc/thai-lan-no-luc-phuc-hoi-nganh-du-lich-sau-dai-dich-covid-19/038d35d3-732d-45ec-81c7-61fccf847ea2>, truy cập ngày 17/8/2022

hồi hoàn toàn như thời điểm trước đại dịch (2019). Đến năm 2030 Việt Nam có thể tiếp đón 35 - 40 triệu lượt khách quốc tế, bằng với lượng khách quốc tế đến Thái Lan tại thời điểm phục hồi (năm 2025) và bằng với thời điểm trước đại dịch (năm 2019).

So sánh tốc độ tăng trưởng (tốc độ phục hồi) khách quốc tế giữa Việt Nam và Thái Lan giai đoạn 2022-2025 như sau:

						Đơn vị: triệu lượt
Quốc gia	2019 (*)	2022	2023	2024	2025	TTBQ giai đoạn 2022-2025
Thái Lan	40	7,5	20	30	40	74,7%
Việt Nam	18	3,5	6	10,4	18	72,6%

(*) Số liệu hiện trạng

Như vậy, về thời điểm phục hồi, cả Việt Nam và Thái Lan đều đặt mục tiêu đến năm 2025 ngành du lịch mới phục hồi hoàn toàn. Về tốc độ phục hồi (tốc độ tăng trưởng) khách quốc tế giai đoạn 2022-2025 của Việt Nam và Thái Lan là khá tương đồng, Thái Lan đặt mục tiêu tăng trưởng bình quân khách quốc tế đạt khoảng 74,7%/năm, còn Việt Nam đạt khoảng 72,6%/năm.

Qua phân tích bối cảnh và khả năng phục hồi, cạnh tranh với một số quốc gia trong khu vực - đặc biệt là Thái Lan; kịch bản 2 được ưu tiên lựa chọn.

Mặc dù, theo kịch bản này các chỉ tiêu du lịch chủ yếu chưa đạt so với Chiến lược đã được phê duyệt, nhưng sự đóng góp của ngành du lịch trong cơ cấu kinh tế cả nước đã đạt được kỳ vọng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Theo đó, đến năm 2030 ngành du lịch sẽ đóng góp khoảng 13,0 - 13,5% vào tổng GDP cả nước; và đến năm 2045 chiếm khoảng 15,0 - 15,5%. Do vậy, kịch bản này sẽ được lựa chọn để tính toán chi tiết các chỉ tiêu phát triển du lịch giai đoạn 2022-2030, tầm nhìn đến năm 2045. Các kịch bản 1 và 3 cũng sẽ được tính toán chi tiết các chỉ tiêu phát triển để so sánh với kịch bản 2.

4. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch theo phương án lựa chọn

4.1. Khách du lịch

Loại khách	Hạng mục	2019 (*)	2022	2025	2030	2045
Khách quốc tế	Tổng số lượt khách (triệu)	18,0	5	18,0	35,0	70,0
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	8,0	6,0	8,0	8,6	9,5
	Tổng số ngày khách (triệu)	144,0	21,0	144,0	301,0	665,0
Khách nội địa	Tổng số lượt khách (triệu)	85,0	108,0	116,0	150,0	260,0
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,0	2,4	3,0	3,6	4,5
	Tổng số ngày khách (triệu)	255,0	240,0	350,0	540,0	1.170,0

4.2. Tổng thu từ du lịch và GDP du lịch

Chỉ tiêu trung bình/ngày của khách du lịch

								Đơn vị tính: Nghìn tỷ đồng
Năm	2019 (*)	2022	2025	2026	2027	2030	2045	
Khách quốc tế	3.100	2.900	3.200	3.400	3.600	4.000	5.000	
Khách nội địa	1.200	1.200	1.600	1.800	2.000	2.500	3.500	

Tổng thu từ du lịch

Đơn vị tính: Nghìn tỷ đồng

Nguồn thu	2019 (*)	2022	2025	2030	2045
Từ khách quốc tế	446,4	60,9	460,8	1.204	3.325
Từ khách nội địa	308,6	288,0	560,0	1.350	4.095
Tổng cộng	755,0	348,9	1.020,8	2.554,0	7.420,0

Nguồn: (*) Số liệu hiện trạng

Chỉ tiêu GDP và nhu cầu vốn đầu tư du lịch

(Tính theo tỷ giá 2019: 1USD = 22.800 đồng)

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2019 (*)	2022	2025	2030	2045
1. Tổng giá trị GDP cả nước ⁽¹⁾	Nghìn tỷ đồng	6.037,3	7.410,0	9.120,0	12.540,0	30.100,0
	Tỷ USD	264,8	325,0	400,0	550,0	1.320,0
Tốc độ tăng trưởng GDP cả nước ⁽¹⁾	%/năm	8,9	7,0	6,8	6,5	6,0
2. Tổng thu từ du lịch cả nước ⁽²⁾	Nghìn tỷ đồng	755,0	348,9	1.020,8	2.554,0	7.420,0
	Tỷ USD	33,1	15,3	44,8	112,0	325,0
3. Tổng giá trị GDP du lịch cả nước	Nghìn tỷ đồng	555,4	246,2	695,4	1.664,4	4.670,0
	Tỷ USD	24,4	10,8	30,5	73,0	205,0
4. Tỷ lệ GDP du lịch so với tổng GDP cả nước ⁽²⁾	%	9,2	3,32	7,63	13,27	15,53
5. Tốc độ tăng trưởng GDP du lịch cả nước	%/năm	-	-23,7	41,3	20,5	7,1
6. Hệ số ICOR du lịch cả nước		-	3,5	3,2	3,0	2,5
7. Nhu cầu đầu tư du lịch cả nước	Nghìn tỷ đồng	-	-	1.437,4	2.907,0	7.524,0
	Tỷ USD	-	-	63,0	127,5	330,0

Nguồn: - (*), (1): Số liệu hiện trạng trong Niên giám thống kê năm 2020 (trang 195).

- (*), (2): Số liệu hiện trạng trong Báo cáo Thường niên 2019 (trang 12).

4.3. Dự báo nhu cầu lưu trú du lịch

Đơn vị tính: Buồng

Nhu cầu cho đối tượng khách du lịch	2019 (*)	2025	2030
Nhu cầu của khách du lịch quốc tế	-	318.200	630.000
Nhu cầu cho khách du lịch nội địa	-	431.800	670.000
Tổng cộng	650.000	750.000	1.300.000
Công suất sử dụng buồng trung bình (%/năm)	-	62	65

Nguồn: (*) Số liệu hiện trạng

4.4. Lao động ngành du lịch

Đơn vị tính: Người

Đối tượng lao động	2019(*)	2025	2030
Lao động trực tiếp trong du lịch	1.040.000	1.200.000	2.210.000
Lao động gián tiếp ngoài xã hội	2.080.000	2.400.000	4.420.000
Tổng cộng	3.120.000	3.600.000	6.630.000
Lao động trực tiếp bình quân/buồng lưu trú	1,6	1,6	1,7

Đối tượng lao động (người/buồng)	2019 ^(*)	2025	2030
-------------------------------------	---------------------	------	------

Nguồn: - (*) Số liệu hiện trạng

IV. CÁC ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Thị trường, sản phẩm du lịch

1.1. Định hướng phát triển thị trường khách du lịch

1.1.1. Nguyên tắc định hướng phát triển thị trường khách du lịch.

- Phải phát triển đồng thời cả thị trường khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa;

- Phát triển thị trường phải dựa trên cơ sở kết quả nghiên cứu thị trường, đồng thời chú trọng các thị trường có nhu cầu sử dụng các sản phẩm du lịch mà Việt Nam có lợi thế.

- Đa dạng hóa thị trường, giảm phụ thuộc vào một số thị trường nhất định để hạn chế rủi ro trước những biến cố trong khu vực và thế giới.

1.1.2. Định hướng phát triển thị trường khách du lịch

* Phát triển thị trường khách du lịch nội địa

- Định hướng chung

+ Đến năm 2025: Giai đoạn 2021-2025: Xác định thị trường du lịch nội địa là trọng tâm. Tập trung khai thác thị trường khách nội địa theo hướng thích ứng linh hoạt, an toàn.

+ Giai đoạn 2026-2030 và tầm nhìn 2045: Tiếp tục đẩy mạnh khai thác thị trường khách nội địa, chú trọng phân đoạn thị trường khách có khả năng chi trả cao, lưu trú dài ngày.

- Định hướng cụ thể

+ **Nhóm thị trường ưu tiên phát triển:** Thu hút phân đoạn thị trường khách có khả năng chi trả cao, lưu trú dài ngày với các nhóm chính sau:

. Nghỉ dưỡng: Phân đoạn ưu tiên thu hút là nghỉ hè cùng gia đình (gia đình có con cái, cán bộ công chức); nghỉ dưỡng trong các dịp nghỉ lễ (Gia đình có con cái, nhóm bạn bè); nghỉ phép (gia đình có con cái, đi đôi).

. MICE: Các phân đoạn ưu tiên thu hút, gồm người lao động thuộc các cơ quan, doanh nghiệp; nhóm học sinh, sinh viên; Nhóm hưu trí, cao tuổi, nhóm nghề nghiệp; Nhóm tham quan triển lãm, sự kiện văn hóa, thể thao; Nhóm tham dự hội nghị.

. Cuối tuần: Phân đoạn ưu tiên thu hút là khách gia đình, khách đi theo hội nhóm nghề nghiệp hoặc sở thích, giới trẻ thích khám phá tự do và có thói quen sử dụng internet và mạng xã hội.

+ **Nhóm thị trường mở rộng:**

. Thị trường khách du lịch lễ hội, tâm linh theo hướng kết hợp với các mục đích khác như tham quan, nghỉ dưỡng để kéo dài thời gian du lịch và phân bổ đồng đều hơn trong năm với các phân khúc khách đi theo hội nhóm, khách gia đình, khách trung niên, cao tuổi và khách nữ.

. Thị trường khách du lịch với mục đích giáo dục, tìm hiểu, trải nghiệm văn hóa, lịch sử và truyền thống với phân khúc chủ yếu là học sinh, sinh viên, thanh niên gắn với hoạt động giáo dục của nhà trường.

. Thị trường khách kết hợp công vụ: Phân đoạn ưu tiên thu hút là các khách từ địa phương hoặc đô thị nhỏ tới các thành phố, đô thị lớn: (trong tuổi lao động, kết hợp du lịch đô thị, VCGT, mua sắm hàng hóa); Luồng khách từ các thành phố, đô thị lớn tới các địa phương (trong tuổi lao động, kết hợp tham quan, mua sắm sản vật địa phương).

. Thị trường khách đi du lịch dã ngoại: Chủ yếu là giới trẻ đi du lịch để đánh dấu những nơi mình đến (check in) bằng chụp hình, quay video tại những nơi có phong cảnh đẹp, những dịch vụ được trang trí bắt mắt, độc đáo...

* Phát triển thị trường khách du lịch quốc tế

- Định hướng chung

+ Giai đoạn 2021-2025: Tập trung khai thác thị trường đã mở cửa, các thị trường du lịch đã phục hồi kết nối hàng không. Bên cạnh đó, đầu tư mạnh mẽ thu hút các thị trường mới nổi, nhiều tiềm năng, triển vọng như Ấn Độ, Trung Đông, đồng thời đề xuất miễn thị thực cho các nước phát triển ở châu Âu, Úc, New Zealand, Canada, Mỹ; kéo dài thời hạn lưu trú cho các đối tượng khách du lịch được miễn thị thực lên 30 ngày.

+ Giai đoạn 2026-2030 và tầm nhìn 2045: Duy trì khai thác tốt thị trường du lịch đang phát triển mạnh, thị trường gần (Đông Bắc Á: Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc; Đông Nam Á: Singapore, Malaysia, Indônêxia, Thái Lan) và chú trọng khai thác thị trường khách cao cấp (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan, Bắc Âu, Mỹ, Canada Nga, Ukraina, Úc, Niudilân). Mở rộng các thị trường mới để đa dạng hóa các thị trường khách du lịch.

- Định hướng cụ thể: Các thị trường khách quốc tế phân theo nguồn khách/địa lý:

+ Nhóm thị trường trọng điểm cần ưu tiên phát triển: Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan), Đông Nam Á (Thái Lan, Malaysia, Indonexia, Singapore, Campuchia).

. Thị trường Đông Bắc Á: Các thị trường khách Đông Bắc Á (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan) là những thị trường nguồn gửi khách chiếm thị phần lớn của du lịch Việt Nam những năm qua và dự kiến vẫn sẽ là các thị trường trọng điểm cần ưu tiên phát triển trong những năm tới. Đối với các thị trường này, cần tập trung thu hút những dòng khách có khả năng thanh toán cao, lưu trú dài ngày và sử dụng dịch vụ đa dạng.

. Thị trường Đông Nam Á: Thị trường các nước láng giềng có vai trò quan trọng. Các thị trường này hiện cũng đang có đà tăng trưởng đến Việt Nam. Cùng các chính sách phát triển phù hợp hiện nay, hợp tác khu vực gia tăng, khả năng thu hút luồng khách này sang Việt Nam khá lớn, đặc biệt theo hành lang Đông Tây.

+ Nhóm thị trường cần duy trì phát triển: Tây Âu, Bắc Mỹ, Châu Đại Dương, Đông Âu, Bắc Âu.

+ Nhóm thị trường cần mở rộng phát triển: Ấn Độ, Trung Đông

1.2. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch

1.2.1. Định hướng sản phẩm du lịch cả nước

** Phát triển 4 dòng sản phẩm chính theo thứ tự ưu tiên:*

- *Du lịch biển, đảo:* Phát triển mạnh hệ thống sản phẩm du lịch biển, đảo cạnh tranh khu vực về nghỉ dưỡng biển, tham quan thắng cảnh biển, du lịch tàu biển. Tập trung nguồn lực đầu tư phát triển một số trung tâm nghỉ dưỡng biển cao cấp, có thương hiệu mạnh trên thị trường quốc tế: Hạ Long, Bái Tử Long, Lăng Cô, Vĩnh Hy, Nha Trang, Cam Ranh, Vân Phong và các đảo: Phú Quốc, Côn Đảo, Cát Bà, Cù Lao Chàm, Lý Sơn, Phú Quý, trong đó ưu tiên huy động nguồn lực xây dựng vịnh Hạ Long - Bái Tử Long, vịnh Vân Phong - Nha Trang - Cam Ranh và đảo Phú Quốc trở thành 3 trung tâm du lịch nghỉ dưỡng biển đẳng cấp hàng đầu thế giới để tạo dựng thương hiệu và vị thế cạnh tranh quốc tế mạnh của du lịch Việt Nam. Nghiên cứu thí điểm phát triển du lịch ra các vùng biển và đảo xa bờ;

- *Du lịch văn hoá:* Phát triển các sản phẩm du lịch văn hoá gắn với di sản, lễ hội, tham quan và du lịch cộng đồng kết hợp nghỉ tại nhà dân, tìm hiểu văn hoá, lối sống địa phương, ẩm thực và phát triển du lịch làng nghề, du lịch về nguồn gắn với hệ thống di tích lịch sử, cách mạng; du lịch tín ngưỡng gắn với hệ thống chùa, đền, Đẩy mạnh phát triển du lịch dựa trên công nghiệp văn hoá, trong đó chú trọng các sản phẩm du lịch gắn với trình diễn âm nhạc hiện đại, gắn với các phim trường...

- *Du lịch sinh thái:* Phát triển du lịch sinh thái dựa trên lợi thế về tài nguyên tự nhiên, đặc biệt là tại các khu dự trữ sinh quyển thế giới, VQG, Khu BTTN...; coi trọng phát triển du lịch sinh thái rừng ngập mặn, sinh thái miệt vườn, sinh thái hang động, sông hồ,...; tập trung phát triển loại hình sản phẩm du lịch sinh thái, tìm hiểu đa dạng sinh học kết hợp nghỉ dưỡng núi, nghỉ dưỡng biển, đảo và du lịch sinh thái nông nghiệp.

- *Du lịch đô thị:* Phát triển du lịch đô thị, chú trọng khai thác các giá trị văn hóa truyền thống, lối sống, sinh hoạt đô thị, KT-XH đô thị; du lịch MICE, du lịch kết hợp mua sắm, các loại hình VCGT, công viên chuyên đề, dịch vụ giải trí về đêm. Đối với đô thị di sản (Huế, Hội An, Sapa, Đà Lạt...), phát triển du lịch cần chú ý khai thác các giá trị văn hóa truyền thống, lối sống đô thị; đồng thời, chú trọng công tác bảo tồn, phát huy giá trị di sản trong phát triển du lịch. Đối

với đô thị biển (Hạ Long, Sầm Sơn, Nha Trang...), bên cạnh việc khai thác các giá trị tài nguyên biển cùng với kinh tế đêm, việc phát triển du lịch cần phải chú trọng vấn đề bảo vệ môi trường biển và thích ứng với BĐKH.

** Phát triển các loại hình du lịch mới:*

- *Du lịch kết hợp chăm sóc sức khỏe:* Phát triển các sản phẩm du lịch chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe trên cơ sở kết hợp các tài nguyên tự nhiên thích hợp (khu vực có khí hậu mát mẻ, có nguồn nước khoáng nóng...) và các bài thuốc, liệu pháp y học cổ truyền Việt Nam.

- *Du lịch nông nghiệp, nông thôn:* Phát triển du lịch nông nghiệp nông thôn gắn với chương trình nông thôn mới, đặc biệt gắn với các làng nghề và chương trình OCOP; phát triển du lịch nông nghiệp công nghệ cao tại một số khu vực có lợi thế.

- *Du lịch công nghiệp:* Phát triển du lịch công nghiệp gắn với ngành công nghiệp truyền thống, các di sản công nghiệp như nhà máy, công xưởng sản xuất, phòng trưng bày sản phẩm của doanh nghiệp kết hợp với sản phẩm du lịch tạo nên những điểm du lịch tổng hợp, hấp dẫn nhằm đa dạng hoá sản phẩm du lịch.

- *Du lịch thể thao:* Phát triển các sản phẩm du lịch gắn với thể thao như thể thao biển, thể thao mạo hiểm, đặc biệt phát triển loại hình du lịch golf nhằm thu hút nhóm khách có khả năng chi trả cao, góp phần tăng tỷ trọng du lịch cao cấp của Việt Nam.

1.2.2. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch đặc thù theo vùng

** Vùng Trung du miền núi phía Bắc*

- Sản phẩm du lịch đặc thù

+ Thể thao mạo hiểm, chinh phục thiên nhiên: Đi bộ, leo núi; Trải nghiệm, thử thách bản thân; Thể thao mạo hiểm... gắn với các khu vực vùng cao núi Tây Bắc (Hà Giang, Cao Bằng, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên...)

+ Tìm hiểu, trải nghiệm cuộc sống cộng đồng dân tộc thiểu số: Tìm hiểu văn hóa, ẩm thực, cộng đồng...

+ Du lịch sinh thái - Trải nghiệm thiên nhiên hùng vĩ: Tại các VQG, Khu BTTN; nghỉ dưỡng núi cao; cảnh đẹp thiên nhiên và theo mùa nông nghiệp...

+ thưởng thức ẩm thực địa phương.

- Sản phẩm du lịch chính

+ Du lịch về nguồn: Lễ hội Giỗ tổ Hùng Vương; Tham quan, tìm hiểu di tích cách mạng, giáo dục truyền thống cách mạng gắn với chiến khu Việt Bắc (Bắc Kạn, Thái Nguyên, Tuyên Quang), di tích lịch sử Chiến thắng Điện Biên Phủ;

+ Du lịch sinh thái nông nghiệp: Gắn với các vùng sinh thái nông nghiệp đặc sắc như Mộc Châu (Sơn La), Suối Giàng (Yên Bái), Lục Ngạn (Bắc Giang)... tham quan, tìm hiểu nông trại, ruộng đồng; các quy trình sản xuất các

sản phẩm nông nghiệp như các trang trại chè, trang trại hoa, trang trại dược liệu...

- Sản phẩm du lịch hỗ trợ

+ Du lịch văn hóa tín ngưỡng: Tham quan, tìm hiểu văn hóa tâm linh.

+ Du lịch vùng biên: Tham quan, mua sắm tại các cửa khẩu quốc tế.

+ Du lịch chữa bệnh: Suối khoáng nóng tại Phú Thọ, Hòa Bình; dược liệu của các dân tộc vùng núi.

+ Du lịch cuối tuần: Chủ yếu phát triển ở vùng trung du với các hoạt động giải trí, thưởng ngoạn, du lịch nông trại.

+ Du lịch sông nước vùng Trung du miền núi phía Bắc: Tham quan tìm hiểu lịch sử, văn hóa, cảnh quan... gắn với du thuyền trên những dòng sông lớn nổi tiếng như sông Hồng, sông Đà, sông Chảy... kết nối với Vùng Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc.

* *Vùng Đồng bằng sông Hồng:*

- Sản phẩm du lịch đặc thù

+ Du lịch tham quan thắng cảnh biển: Tập trung chủ yếu tại Khu vực Hạ Long - Cát Bà gắn với di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long, hệ sinh thái biển Cát Bà...

+ Du lịch làng nghề, lễ hội: Các lễ hội của cộng đồng dân cư và các lễ hội tôn giáo lớn như Chùa Hương, Yên Tử, Bái Đính, Phủ Dầy, Cổ Lễ, Chợ Viềng...; các làng nghề thủ công truyền thống...

+ Du lịch nông thôn: Du lịch trải nghiệm cuộc sống và văn hóa làng quê vùng nông thôn đồng bằng sông Hồng

+ Du lịch văn hóa sông Hồng: Tham quan tìm hiểu lịch sử, văn hóa, cảnh quan... gắn với du thuyền trên Sông Hồng và kết nối với các sản phẩm sông nước ở Vùng Trung du miền núi Bắc bộ.

- Sản phẩm du lịch chính

+ Du lịch đô thị: Gắn với các đô thị lớn trong vùng, tập trung phát triển các hoạt động tham quan đô thị, du lịch MICE và du lịch mua sắm cao cấp.

+ Du lịch văn hóa tín ngưỡng: Gắn với các địa điểm văn hóa tâm linh lớn như Chùa Hương, Yên Tử, Bái Đính, Tam Chúc...

+ Du lịch tìm hiểu văn hóa - lịch sử: Tham quan Hoàng Thành Thăng Long, Văn Miếu, Thành cổ Loa, cố đô Hoa Lư; Tham quan các di tích văn hóa, nghệ thuật, kiến trúc, danh lam, thắng cảnh; Du lịch văn hóa lịch sử (thăm đền Nhà Trần; Thưởng thức dân ca quan họ, ca trù).

+ Du lịch sinh thái: Tại hệ thống VQG, Khu BTTN, trọng điểm là di sản thế giới Tràng An.

- Sản phẩm du lịch hỗ trợ

+ Du lịch cuối tuần: Gắn với sinh thái vùng núi, hồ và VCGT cuối tuần tại các khu vực lân cận thủ đô Hà Nội.

+ Du lịch văn hoá gắn với di sản, lễ hội, tham quan và tìm hiểu văn hoá, lối sống địa phương; phát triển du lịch làng nghề và du lịch cộng đồng kết hợp nghỉ tại nhà dân.

** Vùng Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung*

- Sản phẩm du lịch đặc thù

+ Du lịch nghỉ dưỡng biển

+ Du lịch di sản văn hóa: Gắn kết các di sản thế giới tạo thành sản phẩm du lịch theo tuyến di sản như thành Nhà Hồ ở Thanh Hóa, cố đô Huế, phố cổ Hội An, di tích Mỹ Sơn...; Tìm hiểu, nghiên cứu các di sản phi vật thể như Nhã nhạc cung đình, văn hóa Chăm...

+ Du lịch sinh thái hang động: Khu vực phía tây Trường Sơn với trọng điểm là Quảng Bình: hang Sơn Đoòng, động Thiên Đường, hang động Phong Nha - Kẻ Bàng.

- Sản phẩm du lịch chính

+ Du lịch tham quan di tích, văn hóa - lịch sử: Gắn với các di sản văn hóa, lịch sử và các di tích tưởng niệm danh nhân (khu di tích lịch sử Lam Kinh, Khu du lịch văn hoá - lịch sử Kim Liên, Nam Đàn, khu lưu niệm Đại thi hào Nguyễn Du...)

+ Tham quan, tìm hiểu các di tích lịch sử Cách mạng

+ Du lịch tìm hiểu văn hóa-lối sống, thưởng thức ẩm thực;

+ Du lịch lễ hội, làng nghề: Đặc biệt là Festival Huế và hệ thống các làng nghề...

- Sản phẩm du lịch bổ trợ

+ Du lịch sinh thái, du lịch gắn với thiên nhiên: tại các VQG, Khu BTTN...

+ Du lịch biên giới: Các cửa khẩu quốc tế trên tuyến hành lang Đông - Tây, tìm hiểu và mua sắm tại các khu kinh tế cửa khẩu, chợ vùng biên...

+ Du lịch MICE: Chủ yếu ở các đô thị lớn như Huế, Đồng Hới, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang...

+ Du lịch đô thị: VCGT, tìm hiểu văn hóa (bảo tàng, kiến trúc, nghệ thuật, nghệ thuật biểu diễn...), tham quan thành phố... gắn với các đô thị lớn trong vùng: Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Quy Nhơn....

+ Du lịch cộng đồng: Gắn với Huế, các địa bàn dân tộc vùng cao; Tìm hiểu di sản văn hoá các dân tộc ít người ở các huyện vùng cao như: A Lưới, Hiên, Giăng, Hương Hoá, khu công giáo La Vang (Hải Lăng, Quảng Trị) và một số khu vực ở Quảng Nam.

+ Du lịch chữa bệnh: Nghỉ dưỡng, chữa bệnh suối nước nóng Bang (Quảng Bình), suối nước nóng Mỹ An (Huế), suối nước nóng Sơn Kim (Nghệ An); các mỏ khoáng nóng và bùn ở Nha Trang (Khánh Hòa).

** Vùng Tây Nguyên*

- Sản phẩm du lịch đặc thù

+ Du lịch tìm hiểu văn hóa dân tộc Tây Nguyên: Các sản phẩm du lịch từ lối sống, bản sắc văn hóa như kiến trúc truyền thống, tôn giáo, tập tục, truyền thống, trang phục, lễ hội, đạo cụ... của các dân tộc Tây Nguyên; không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên.

+ Du lịch sinh thái: Các VQG, Khu BTTN, công viên địa chất toàn cầu...

+ Du lịch nghỉ dưỡng núi, VCGT

- Sản phẩm du lịch chính

+ Du lịch dựa vào thiên nhiên: Dã ngoại, tham quan thắng cảnh Biển Hồ, thác Phú Cường, Hồ Ayun, Hồ Ialy (Gia Lai), hệ thống hồ, thung lũng, đồi, thác nước (Lâm Đồng), tham quan thắng cảnh thác nước, sông Serepok, hồ Lắk (Đắk Lắk)...

+ Du lịch lễ hội: Tham gia các lễ hội hiện đại như Festival hoa (Đà Lạt), Festival Cà phê (Buôn Ma Thuột), Festival Cồng chiêng Quốc tế (Gia Lai), lễ hội văn hóa trà (Đà Lạt); các lễ hội truyền thống như lễ hội mừng Nhà Rông (Gia Rai), lễ hội ăn trâu (dân tộc Jê Triêng), lễ hội voi, lễ hội cầu mưa, lễ cúng cơm mùa mới...

+ Du lịch tìm hiểu văn hóa, đời sống, sản vật địa phương- sinh thái nông nghiệp

- Sản phẩm du lịch bổ trợ

+ Du lịch MICE: Tổ chức du lịch MICE tại Đà Lạt, Buôn Ma Thuột, kết hợp và thúc đẩy các hoạt động du lịch khác

+ Du lịch nghiên cứu hệ sinh thái: Nghiên cứu các hệ sinh thái điển hình VQG Yokdon, VQG Kon Ka Kinh, Kong Ja Răng, rừng đặc dụng, sinh thái sông Serepok, sinh thái hồ Lắk,

+ Du lịch nghiên cứu văn hóa: Các sản phẩm dành cho thị trường khách tìm hiểu sâu và chuyên biệt về văn hóa các dân tộc ít người, truyền thống, tập tục, lễ hội...

+ Du lịch thể thao mạo hiểm: Khám phá thiên nhiên, đi bộ trong rừng, leo núi, trèo đèo, vượt sông, vượt gành thác, đi thuyền, thám hiểm rừng trên lưng voi...

+ Du lịch tìm lại chiến trường xưa: Thăm các địa danh gắn với những chiến thắng lịch sử của hai cuộc kháng chiến trên địa bàn Đắk Lắk, Dak Tô, Tân Cảnh (Kon Tum); Đèo Chuối, Giang Sơn, Dak Tua, Thuận Mẫn, Buôn Hồ (Đắk Lắk)...

+ Du lịch biên giới, cửa khẩu: Giao lưu, thương mại cửa khẩu, tham quan cửa khẩu Bờ Y, cửa khẩu Lệ Thanh.

** Vùng Đông Nam Bộ*

- Sản phẩm du lịch đặc thù

+ Du lịch văn hóa, tín ngưỡng tại núi Bà (Tây Ninh) nằm trong nhóm sản phẩm du lịch tâm linh khá đa dạng trong cả nước, tuy nhiên hành hương núi Bà cũng khác biệt và có sức hấp dẫn cao ở khu vực các tỉnh phía Nam. Song thực tế du lịch tâm linh thu hút thị trường khách với nhu cầu cá biệt và các sản phẩm hình thành không đa dạng và có sức mua như các sản phẩm du lịch khác và chỉ thu hút thị trường khách trong nước.

+ Tìm hiểu di tích lịch sử - cách mạng tại khu di tích địa đạo Củ Chi là một trong những sản phẩm du lịch đặc thù tiêu biểu của Vùng, phục vụ cho khách trong nước và quốc tế.

+ Du lịch đường sông khai thác các giá trị trên tuyến đường sông từ TP. Hồ Chí Minh: Khai thác nhịp sống và văn hóa đô thị và nối dài ra các vùng sinh thái ven đô.

+ Tìm hiểu văn hóa tâm linh là sản phẩm tham quan, tìm hiểu Tòa thánh Cao Đài (Tây Ninh), một công trình kiến trúc đặc biệt, độc đáo của một tôn giáo đặc thù với những nghi thức cũng rất đặc biệt, thu hút sự quan tâm tìm hiểu của du khách mà nơi khác không có được. Sản phẩm này thu hút sự quan tâm của khách trong nước và quốc tế.

- Sản phẩm du lịch chính

+ Du lịch MICE có thể coi là thế mạnh của Vùng với hai trung tâm hội nghị, hội thảo quan trọng là TP. Hồ Chí Minh và Bà Rịa - Vũng Tàu. Với quy mô phát triển kinh tế như hiện nay, khu vực này sẽ tiếp tục thu hút và phát triển tốt về sản phẩm du lịch MICE. Sản phẩm này sẽ tạo ra nguồn thu nhập lớn cho du lịch thành phố, các dịch vụ và các ngành liên quan. Sản phẩm này của Vùng có thể coi là sản phẩm quan trọng của Việt Nam trong mối quan hệ cạnh tranh khu vực về loại hình du lịch MICE.

+ Du lịch đô thị với sức hấp dẫn của các hoạt động đô thị ở TP. Hồ Chí Minh thu hút số lượng lớn khách du lịch trong nước và quốc tế. Với sức sôi động của thành phố thì đây là một trong những sản phẩm quan trọng của Vùng và có vị trí cao trong du lịch cả nước.

+ Du lịch nghỉ dưỡng biển với các sản phẩm liên quan tại khu vực TP. Vũng Tàu và Côn Đảo là những sản phẩm du lịch quan trọng thu hút đông đảo lượng khách cuối tuần từ TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh trong vùng.

- Sản phẩm du lịch bổ trợ

+ Du lịch sinh thái đến VQG Cát Tiên, khu dự trữ sinh quyển Cần Giờ và các khu bảo tồn khác phục vụ các đối tượng khách du lịch sinh thái và ưa thích thiên nhiên.

+ Du lịch sinh thái hồ là sản phẩm du lịch trên cơ sở khai thác hai hồ lớn của vùng là hồ Dầu Tiếng và hồ Trị An. Các sản phẩm này không có lượng khách lớn như các sản phẩm khác nhưng cung cấp sự đa dạng cho sản phẩm du lịch Vùng.

+ Các sản phẩm du lịch làng nghề, thưởng thức và tìm hiểu ẩm thực là những sản phẩm mà vùng có thể khai thác làm đa dạng hóa các sản phẩm cung cấp cho thị trường.

+ Tìm hiểu văn hóa lịch sử cách mạng thông qua nhiều địa bàn và nhiều chiến tích có khả năng thu hút lượng khách du lịch nội địa và có thể kết hợp tốt với các sản phẩm đặc thù hoặc sản phẩm du lịch chính khác.

** Vùng Đồng bằng sông Cửu Long*

- Sản phẩm du lịch đặc thù

+ Du lịch sông nước: Đi thuyền, thưởng ngoạn cảnh quan sông nước trên các Cù lao Phụng, bờ bắc sông Tiền (Bến Tre), Cù lao Thới Sơn, làng cổ Cái Bè (Tiền Giang); Tìm hiểu, trải nghiệm cuộc sống gắn với sông nước, tham quan chợ nổi trên sông - Chợ nổi Cái Răng (Cần Thơ); Tìm hiểu sinh kế, thưởng thức ẩm thực; Trải nghiệm cảnh quan và cuộc sống người dân trong mùa nước nổi tại Vùng trũng Đồng Tháp Mười (Đồng Tháp và Long An); Tìm hiểu cuộc sống cộng đồng: trên ghe, thuyền (homestay trên nhà bè, nhà ven sông, cù lao) tại Vĩnh Long, Tiền Giang.

+ Du lịch sinh thái: Tìm hiểu hệ sinh thái đất ngập nước nội địa vùng Đồng Tháp Mười, Láng Sen; Tham quan, tìm hiểu hệ sinh thái nước nội địa trên than bùn khu vực VQG U Minh Thượng, U Minh Hạ; Tham quan, tìm hiểu hệ sinh thái đất ngập nước ven biển Cà Mau, Bạc Liêu.

+ Tìm hiểu di sản văn hóa: Tìm hiểu, thưởng thức đờn ca tài tử tại các tỉnh và tại không gian gốc tại Bạc Liêu; Tìm hiểu giá trị, tham quan các di tích gắn liền với văn hoá Khmer; Tìm hiểu văn hóa tâm linh, tham gia lễ hội miếu Bà Chúa Xứ, Lễ hội đua bò Bảy Núi (An Giang).

- Sản phẩm du lịch chính

+ Du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo: Nghỉ biển, VCGT đảo Phú Quốc

+ VCGT: Tổ hợp giải trí tổng hợp Long An

- Sản phẩm du lịch bổ trợ

+ Du lịch MICE tại các đô thị lớn Cần Thơ, Phú Quốc

+ Du lịch cộng đồng, nông thôn: Tham gia, tìm hiểu các hoạt động nông thôn gắn với nền nông nghiệp đồng bằng sông Cửu Long, gắn với thu hoạch cây trái và đánh bắt thủy hải sản.

1.2.3. Định hướng sản phẩm du lịch theo hướng liên kết phát triển

Liên kết tạo sản phẩm du lịch vùng, liên kết theo loại hình chuyên đề; liên kết khu vực gắn với các hành lang kinh tế; liên kết giữa du lịch với các ngành hàng không, đường sắt, tàu biển để tạo sản phẩm đa dạng.

- Đẩy mạnh liên kết giữa các địa phương, doanh nghiệp để thực hiện định hướng phát triển sản phẩm du lịch theo vùng; liên kết trong và ngoài vùng cũng như liên kết để phát triển các dòng sản phẩm chính và theo chuyên đề nhằm tạo ra những sản phẩm đặc trưng. Những sản phẩm chuyên đề có quy mô thị trường không lớn nhưng đòi hỏi các dịch vụ có chất lượng cao nên cần thiết có sự phối hợp và liên kết chặt chẽ. Gắn kết các hoạt động du lịch với các hoạt động thương mại, đầu tư phát triển khác để xúc tiến đầu tư phát triển sản phẩm du lịch, chú trọng phát triển kinh tế đêm gắn với du lịch, phát triển các mô hình kinh tế chia sẻ.

- Liên kết các ngành đường sắt, hàng không, tàu biển tạo ra sự đa dạng của sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch trong chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch. Phối hợp tổ chức các chiến dịch về các gói sản phẩm để thúc đẩy sự phát triển chung, phát triển cùng có lợi, đảm bảo tính liên tục và bền vững trong chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch cho khách du lịch.

- Phát huy các lợi thế là trung tâm kinh tế và văn hóa của cả nước, tạo dựng các liên kết trong phát triển sản phẩm. Nhiều loại kết hợp có thể được phát huy theo các liên kết theo ngành nghề, liên kết theo tổ chức quản lý, liên kết dọc, liên kết giữa các vùng... các liên kết được hình thành trên cơ sở các lợi ích chung, riêng và trên cơ sở sắp xếp phát triển theo hướng hiệu quả và bền vững tạo ra khả năng cạnh tranh cao hơn. Các mô hình liên kết cần có sự định hướng của Nhà nước, trong quá trình hoạt động các mô hình phát huy các liên kết nhà nước và tư nhân.

- Các sản phẩm du lịch đặc thù của từng địa phương là cơ sở xây dựng hình ảnh vùng, các sản phẩm đơn lẻ bổ trợ, gắn kết sẽ tạo thành những chuỗi sản phẩm du lịch có tính tổng thể mang nét đặc trưng cao cho toàn vùng. Tạo thành nét đặc trưng riêng được xây dựng trên cơ sở các sản phẩm đặc thù, nổi trội cùng các sản phẩm bổ trợ tạo thành sản phẩm du lịch tổng hợp thu hút khách lưu trú dài ngày và tăng thu nhập du lịch cho mỗi địa phương, đem lại lợi ích chung cho toàn vùng trong phát triển du lịch.

- Đẩy mạnh đầu tư phát triển các dòng sản phẩm, tuyến du lịch theo định hướng liên kết vùng, liên kết các điểm đến trong vùng và liên kết ngoài vùng tạo sự đa dạng, độc đáo, khác biệt và mới lạ, khai thác triệt để yếu tố văn hóa - lịch sử và sinh thái địa phương.

Để đảm bảo phát huy tối đa tính liên ngành, liên vùng của hoạt động du lịch, phù hợp các quan điểm và mục tiêu phát triển cũng như nhằm đáp ứng phục vụ nhu cầu thị trường, phát triển các sản phẩm du lịch mạnh, hấp dẫn, có tính cạnh tranh cao, có tính bền vững, phải phát huy nhiều hình thức liên kết trong việc phát triển sản phẩm du lịch:

- Thúc đẩy sự liên kết giữa các địa phương, doanh nghiệp để thực hiện định hướng phát triển sản phẩm du lịch theo vùng và liên vùng cũng như liên kết để phát triển các dòng sản phẩm chính và theo chuyên đề nhằm tạo ra những sản phẩm mạnh, thương hiệu mạnh. Những sản phẩm chuyên đề có quy mô thị trường không lớn nhưng đòi hỏi các dịch vụ có chất lượng cao nên cần thiết có sự phối hợp và liên kết chặt chẽ. Gắn kết các hoạt động du lịch với các hoạt động thương mại, đầu tư phát triển khác để xúc tiến đầu tư phát triển sản phẩm du lịch.

- Phát huy các thế mạnh liên vùng, tạo dựng các liên kết trong phát triển sản phẩm, liên kết theo ngành nghề, liên kết theo tổ chức quản lý, liên kết dọc, liên kết theo hành lang...

- Liên kết theo các hành lang kinh tế: tận dụng các liên kết hợp tác phát triển thuộc khu vực Tiểu vùng sông Mekong, hành lang kinh tế Đông Tây, hành lang kinh tế phía nam (R10), các trục xuyên Á để phát triển các sản phẩm, tuyến du lịch liên kết giữa các vùng, điểm đến của Việt Nam với các vùng, điểm đến trong khu vực.

1.3. Định hướng xúc tiến, quảng bá du lịch

a) Định hướng chung

- Tổ chức hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng tập trung vào các điểm đến, sản phẩm có thế mạnh và thị trường khách du lịch trọng điểm.

- Phát huy sức mạnh tổng hợp của các địa phương, doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước; đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cho xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tiên tiến, khai thác bản sắc văn hóa Việt Nam trong xúc tiến, quảng bá và phát triển thương hiệu du lịch.

- Định hướng theo giai đoạn

+ Giai đoạn 2021-2025: Triển khai chiến dịch truyền thông kích cầu du lịch nội địa; định hướng truyền thông giới thiệu, mở cửa điểm đến, quy trình du lịch an toàn, cập nhật thông tin các chương trình du lịch mới, có ưu đãi; đa dạng các kênh truyền thông và xúc tiến, quảng bá... Tăng cường hiệu quả các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch thúc đẩy phục hồi thị trường khách du lịch quốc tế.

+ Giai đoạn 2026-2030: Triển khai các chiến dịch xúc tiến, quảng bá du lịch tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng, phù hợp với xu hướng mới của thị trường. Tăng cường phối hợp, tận dụng vai trò của các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong công tác xúc tiến, quảng bá du lịch; vận động, phát huy vai trò, nguồn lực của cộng đồng, doanh nghiệp người Việt Nam ở nước ngoài hỗ trợ phát triển du lịch Việt Nam. Đổi mới công tác thông tin tuyên truyền về du lịch, đẩy mạnh truyền thông về du lịch trên các phương tiện truyền thông mới, đặc biệt là trên các nền tảng công nghệ số.

b) Định hướng cụ thể

- Xúc tiến quảng bá đối với thị trường:

+ Thị trường quốc tế: Tổ chức các chiến dịch xúc tiến du lịch quốc gia nhằm hướng đến các thị trường mục tiêu, trong đó tập trung hướng mạnh vào phân khúc thị trường khách quốc tế có khả năng chi tiêu cao và lưu trú dài ngày; Xúc tiến quảng bá phù hợp với từng thị trường.

+ Thị trường nội địa: Hướng đến thị trường khách ở các đô thị lớn, khách có khả năng chi tiêu cao.

- Hình thức quảng bá xúc tiến: Triển khai phối hợp nhiều hình thức quảng bá, xúc tiến, trong đó, chú trọng quảng bá qua Website, mạng xã hội và các phương tiện số.

+ Tham gia hội chợ: Tập trung nguồn lực tổ chức có quy mô các hoạt động xúc tiến du lịch Việt Nam tại các hội chợ du lịch quốc tế lớn như ITB'Berlin, WTM (Anh), JATA (Nhật Bản),... và sự kiện ATF, TRAVEX hàng năm. Quy mô và cách thức tham gia hội chợ phải phù hợp và chuyên nghiệp.

+ Website, mạng xã hội và các phương tiện số khác

+ Quảng bá bằng các ấn phẩm du lịch điện tử

+ Quảng bá tại các sự kiện văn hóa, thể thao

- Nguồn lực: Tăng nguồn lực cho xúc tiến quảng bá du lịch quốc gia, đồng thời, đẩy mạnh xã hội hóa để huy động mọi nguồn lực cho xúc tiến, quảng bá du lịch. Sử dụng có hiệu quả Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch trong xúc tiến du lịch. Khuyến khích doanh nghiệp du lịch chủ động tiếp cận, thâm nhập thị trường. Phát huy vai trò của cơ quan đại diện ngoại giao Việt Nam và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch.

- Tổ chức xúc tiến quảng bá:

+ Tổ chức hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng tập trung vào thị trường khách du lịch trọng điểm đã được xác định trong định hướng về thị trường du lịch: Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan), Đông Nam Á (Thái Lan, Malaysia, Indonexia, Singapore, Campuchia). Tập trung các điểm đến nổi bật của du lịch Việt Nam: Thủ đô Hà Nội, Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh), Tràng An (Ninh Bình), Cố đô Huế, Hội An,... và các sản phẩm có thế mạnh là du lịch biển, du lịch văn hóa.

+ Tổng cục Du lịch chịu trách nhiệm chính, là đầu mối tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch quốc gia, huy động hiệu quả các địa phương, cộng đồng doanh nghiệp và tổ chức xã hội nghề nghiệp tham gia xúc tiến du lịch. Thực hiện vai trò định hướng, điều phối trong công tác xúc tiến, quảng bá; định hướng thị trường, sản phẩm du lịch Việt Nam; xây dựng và triển khai các chương trình, kế hoạch xúc tiến, quảng bá điểm đến vùng, quốc gia.

+ Nghiên cứu lập văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam ở nước ngoài, trước mắt, thí điểm lập văn phòng này tại một số thị trường mục tiêu có nguồn khách lớn đến Việt Nam để tham gia quảng bá xúc tiến du lịch Việt Nam.

- Theo dõi, đánh giá hiệu quả của các hoạt động xúc tiến quảng bá: Thực hiện qua điều tra xã hội học (điều tra trực tuyến, điều tra trực tiếp hoặc phối hợp cả hai hình thức) hoặc thông qua phân tích các dữ liệu lớn (Big Data) lưu trữ các hành vi, các phản hồi của khách du lịch từ các nền tảng số về sản phẩm, dịch vụ du lịch mà khách sử dụng.

2. Định hướng phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

Trong thời gian qua, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch từng bước phát triển và đa dạng hóa các loại hình; đặc biệt hệ thống CSLT phát triển nhanh ở hầu hết các địa phương cả về số lượng và chất lượng. Sự phát triển của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch trước mắt đã đáp ứng được nhu cầu cho khách du lịch. Tuy nhiên, trong xu thế phát triển và hội nhập toàn cầu, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật cần chưa đáp ứng được nhu cầu, đặc biệt là về chất cho khách du lịch. Ngoài trừ hệ thống CSLT và hệ thống các nhà hàng, còn phần lớn các cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch khác ở hầu hết các tỉnh, thành phố trong cả nước còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng. Vì vậy, để tăng cường thu hút khách du lịch cũng như gia tăng thời gian lưu trú và khả năng chi tiêu của họ trong thời gian tới cần tập trung đầu tư phát triển cả về số lượng và nâng cao chất lượng đồng bộ hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

2.1. Định hướng phát triển hệ thống CSLT du lịch

Phát triển cả về số lượng và nâng cao chất lượng hệ thống CSLT du lịch, đặc biệt tại các trung tâm du lịch, các vùng động lực, Khu DLQG.

- Về số lượng: Phát triển đáp ứng số lượng buồng lưu trú theo dự báo nhu cầu (năm 2025 nhu cầu 750.000 buồng, cần phát triển thêm 100.000 buồng; đến năm 2030 nhu cầu 1.300.000 buồng, cần phát triển thêm 550.000 buồng).

- Đa dạng hóa các loại hình CSLT, khuyến khích các loại hình mới bên cạnh các loại hình truyền thống như: khách sạn và khu resort nghỉ dưỡng, homestay, bungalow, nhà nghỉ sinh thái, camping...; Phát triển loại hình CSLT phù hợp với đặc điểm của điểm đến, như khách sạn ưu tiên ở các trung tâm du lịch, các thành phố, các đô thị của các tỉnh, thành phố; các khu resort nghỉ dưỡng ưu tiên phát triển ở các Khu DLQG; các nhà nghỉ du lịch sinh thái ưu tiên phát triển tại các VQG và các Khu BTTN; các nhà nghỉ cộng đồng, homestay ưu tiên phát triển ở các bản cộng đồng các dân tộc, vùng sâu, vùng xa...

- Về chất lượng: Ưu tiên phát triển các CSLT cao cấp như khách sạn, khu nghỉ dưỡng cao cấp 4 - 5 sao. Theo tính toán, CSLT cao cấp tiêu chuẩn 4 sao trở lên sẽ tỷ lệ khoảng 18% vào năm 2025 (tương đương 135.000 buồng); và chiếm 25% vào năm 2030 (tương đương 325.000 buồng). Các khách sạn cao cấp 4 - 5 sao định hướng phát triển tập trung chủ yếu ở các trung tâm du lịch lớn, các thành phố lớn, ở các Khu DLQG và các khu nghỉ dưỡng cao cấp.

2.2. Định hướng phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch

Tăng cường về số lượng và nâng cao chất lượng hệ thống cơ sở dịch vụ du lịch: nhà hàng du lịch, các trung tâm tổ chức sự kiện (khu hội nghị, hội thảo, hội chợ), các cơ sở dịch vụ du lịch bổ trợ khác.

Định hướng ưu tiên trong thời gian tới:

- Đầu tư các khu du lịch quy mô lớn với dịch vụ đa dạng, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch từ lưu trú, ăn uống, VCGT, thể thao, mua sắm... theo mô hình các khu phức hợp bất động sản kết hợp du lịch. Bất động sản tạo nguồn lực đầu tư và du lịch ngược lại tạo sức sống và nâng cao giá trị cho bất động sản.

- Đầu tư xây dựng các công trình văn hóa, thể thao, hội chợ triển lãm, hội nghị hội thảo... kết hợp với phát triển du lịch. Ưu tiên đầu tư tại các trung tâm của đô thị lớn, gắn với các Khu DLQG, các vùng động lực phát triển du lịch...

- Hệ thống các cơ sở dịch vụ chăm sóc sức khỏe (điều dưỡng, phục hồi chức năng, thẩm mỹ...) gắn với hệ thống khu nghỉ dưỡng tại các khu vực có điều kiện khí hậu ôn đới, các nguồn nước khoáng nổi tiếng (Mỹ Lâm - Tuyên Quang, U Va - Điện Biên, Bản Mòng - Sơn La, Quang Hanh - Quảng Ninh, Tiên Lãng - Hải Phòng, Kim Bôi - Hòa Bình, Thanh Thủy - Phú Thọ, Kênh Gà - Ninh Bình, Sơn Kim - Hà Tĩnh, Bang - Quảng Bình, Thần Tài - Đà Nẵng, Hội Vân - Bình Định, Tháp Bà - Nha Trang, Trường Xuân - Khánh Hòa, Bưng Thị - Bình Thuận, Bình Châu - Bà Rịa Vũng Tàu, Đam Rông - Lâm Đồng...);

- Hệ thống các cơ sở dịch vụ giáo dục môi trường, giáo dục hướng nghiệp gắn với các khu du lịch sinh thái nông nghiệp tại các vùng nông, lâm nghiệp đặc thù về dược liệu, cây ăn quả, chè (Tân Cương - Thái Nguyên, Suối Giang - Yên Bái, Hải Hà - Quảng Ninh, Bảo Lộc - Lâm Đồng, Thanh Hà - Bắc Giang...).

2.3. Định hướng phát triển các công trình VCGT, các phương tiện vận chuyển du lịch chuyên dùng

- Phát triển các công trình VCGT để tăng sức hấp dẫn cho điểm đến và kéo dài thời gian lưu trú của khách du lịch. Mô hình phát triển các khu VCGT tổng hợp (công viên chuyên đề, tổ hợp giải trí kết hợp mua sắm...), các khu thể thao cao cấp (golf, thể thao biển, thể thao nước, thể thao mạo hiểm...) cần được ưu tiên phát triển, đặc biệt tại các đô thị vừa thu hút khách du lịch vừa đáp ứng nhu cầu của dân cư.

- Lồng ghép các giá trị văn hóa truyền thống: Trò chơi dân gian, lễ hội, nghệ thuật cổ truyền (dân ca, quan họ, tuồng, chèo, cải lương...) vào các khu VCGT.

- Các khu VCGT gắn với thiên nhiên như các khu dã ngoại, leo núi, khám phá, thể thao mạo hiểm...

- Hệ thống sân golf là một trong những công trình VCGT du lịch cao cấp. Hiện nay, cả nước đã có 78 sân golf đang hoạt động và 43 sân golf đang trong giai đoạn đầu tư phát triển, trong đó có 32 sân golf đạt tiêu chuẩn quốc tế. Như vậy, với hệ thống sân golf của cả nước hiện nay đủ để đáp ứng nhu cầu cho

khách du lịch người dân địa phương.

- Đối với các phương tiện vận chuyển du lịch chuyên dùng chủ yếu là do các doanh nghiệp đầu tư phát triển theo nhu cầu của thị trường. Khuyến khích phát triển các loại hình vận chuyển cao cấp, mới có tiềm năng tạo thành sản phẩm du lịch như máy bay trực thăng, thủy phi cơ, air taxi, tàu ngầm, khinh khí cầu...

2.4. Định hướng phát triển các trung tâm thương mại, các cơ sở mua sắm phục vụ khách du lịch

Phát triển các trung tâm thương mại, cơ sở mua sắm phục vụ khách du lịch để tăng thu từ du lịch, khuyến khích phát triển sản xuất trong nước, đảm bảo tăng khả năng “xuất khẩu tại chỗ”...

Việc định hướng đầu tư phát triển các trung tâm thương mại, các trung tâm mua sắm du lịch cần chú trọng đến một số yếu tố sau đây:

- Các trung tâm thương mại cần phát triển ở các đô thị lớn - nơi tập trung đông dân cư để vừa phục vụ người dân địa phương vừa phục vụ khách du lịch.

- Các trung tâm mua sắm du lịch cần phát triển ở các điểm đến du lịch, các khu du lịch, các điểm dừng chân du lịch - những nơi tập trung số lượng lớn khách du lịch.

- Đối với các trung tâm mua sắm du lịch cần kết hợp với chức năng trải nghiệm ẩm thực vùng miền để tăng tính hấp dẫn cho khách du lịch; đồng thời đa dạng hóa các mặt hàng, các sản phẩm đặc trưng của các địa phương, các vùng miền.

- Gắn kết du lịch với các chương trình OCOP, khuyến khích các địa phương đầu tư cơ sở hạ tầng (mặt bằng và HTKT...) cho các Trung tâm bán và giới thiệu sản phẩm địa phương. Chú trọng phát triển các sản phẩm thủ công mỹ nghệ để hướng đến thị trường khách quốc tế; các sản phẩm nông nghiệp ưu tiên hướng đến thị trường nội địa.

3. Định hướng phát triển hệ thống kết cấu HTKT

3.1. Hệ thống giao thông và cửa khẩu

3.1.1. Giao thông đường bộ và cửa khẩu đường bộ :

* Các tuyến cao tốc quốc gia cần được khẩn trương xây dựng phù hợp nhu cầu phát triển du lịch:

- Tuyến cao tốc Bắc - Nam phía Đông từ cửa khẩu Hữu Nghị, huyện Cao Lộc, tỉnh Lạng Sơn đến TP. Cà Mau, tỉnh Cà Mau.

- Tuyến cao tốc Bắc - Nam phía Tây từ TP. Tuyên Quang, tỉnh Tuyên Quang đến TP. Rạch Giá, tỉnh Kiên Giang.

Trong đó, nhu cầu phát triển du lịch đến trước năm 2030 hoàn thành cơ bản tuyến cao tốc phía Đông.

- Ngoài hai hành lang du lịch Bắc - Nam phía Đông và Tây tại mỗi vùng đều cần thiết phát triển các tuyến cao tốc kết nối các địa phương trong vùng và các vùng với nhau theo quy hoạch ngành đang được triển khai.

* Hệ thống cửa khẩu: Mở rộng, nâng cấp các cửa khẩu quốc tế đường bộ với Trung Quốc, CHDCND Lào và Campuchia để kết nối các tuyến du lịch quốc tế trên các hành lang du lịch Bắc - Nam và Đông - Tây và phát triển sản phẩm du lịch thương mại cửa khẩu biên giới gắn với các khu kinh tế cửa khẩu, gồm:

- Vùng Trung du miền núi phía Bắc: Tây Trang (AH13, Điện Biên), Ma Lù Thàng (QL 12, Lai Châu), Kim Thành (Cao tốc Hà Nội-Lào Cai, AH14, Lào Cai), Thanh Thủy (QL 2, Hà Giang), Tà Lùng (QL3, Cao Bằng), Hữu Nghị (QL1, Lạng Sơn);

- Vùng Đồng bằng sông Hồng: Cửa khẩu Móng Cái (QL18, cao tốc Hạ Long - Vân Đồn, Quảng Ninh);

- Vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung và vùng Tây Nguyên: Nà Mèo (QL 217, Thanh Hóa), Nậm Cắn (QL 7, Nghệ An), Cầu Treo (QL 8, Hà Tĩnh), Cha Lo (QL 12 A, Quảng Bình), Lao Bảo (QL 9, Quảng Trị), Bờ Y (QL 40, Kon Tum), Lệ Thanh (QL 19, Gia Lai);

- Vùng Đông Nam Bộ: Hoa Lư (QL 13, Bình Phước); Mộc Bài, Xa Mát (QL 22, 22B, Tây Ninh);

- Vùng Đồng bằng sông Cửu Long: Hồng Ngự (QL 30, Đồng Tháp), Châu Đốc (QL 91, An Giang), Hà Tiên (QL 80, Kiên Giang).

3.1.2. Giao thông đường sắt :

- Đến năm 2030:

+ Cần thiết nâng cấp, cải tạo 07 tuyến đường sắt hiện có; triển khai đầu tư hai đoạn ưu tiên của tuyến đường sắt tốc độ cao Bắc - Nam (Hà Nội - Vinh, Nha Trang - TP. Hồ Chí Minh); ưu tiên xây dựng một số tuyến đường sắt kết nối cảng biển cửa ngõ quốc tế đặc biệt khu vực Hải Phòng và Bà Rịa - Vũng Tàu; kết nối TP. Hồ Chí Minh với Cần Thơ, kết nối quốc tế với Trung Quốc và Campuchia;

+ Cải tạo nâng cấp tuyến đường sắt răng cưa Phan Rang-Tháp Chàm;

- Tầm nhìn 2050: Hoàn thành tuyến đường sắt tốc độ cao Bắc - Nam;

3.1.3. Giao thông đường thủy :

- Các tuyến đường thủy nội địa:

Phát triển hệ thống cảng, bến thủy nội địa đáp ứng nhu cầu vận tải hàng hóa và hành khách nói chung và khách du lịch theo đường sông nói riêng trên các hành lang vận tải thủy; hiện đại hóa hạ tầng công nghệ thông tin phục vụ quản lý, khai thác kết cấu hạ tầng đường thủy nội địa.

Mở rộng các hành lang vận tải thủy gồm: 01 hành lang ven biển từ Quảng Ninh đến Kiên Giang (khu vực miền Trung thuộc hành lang ven biển), 04 hành

lang khu vực miền Bắc (Quảng Ninh - Hải Phòng - Hà Nội, Quảng Ninh - Hải Phòng - Ninh Bình, Hà Nội - Nam Định - Ninh Bình và Hà Nội - Việt Trì - Lào Cai) và 04 hành lang khu vực miền Nam (TP. Hồ Chí Minh - Cần Thơ - Cà Mau, TP. Hồ Chí Minh - An Giang - Kiên Giang, Bà Rịa - Vũng Tàu - Tây Ninh - TP. Hồ Chí Minh và hành lang vận tải thủy kết nối với Campuchia qua sông Tiền, sông Hậu). Trên hành lang bao gồm các tuyến vận tải chính và một số tuyến vận tải nhánh để khách du lịch có thể tiếp cận các khu, điểm du lịch bằng đường thủy.

Tầm nhìn đến năm 2050; Hoàn chỉnh kết cấu hạ tầng đường thủy nội địa hiện đại, đồng bộ, an toàn, có chất lượng dịch vụ vận tải cao.

- Cảng biển:

Ưu tiên phát triển các khu bến cảng chuyên dụng về du lịch hiện đại tại Hạ Long, Hải Phòng, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Vũng Tàu, Phú Quốc.

Chú trọng phát triển các bến cảng khách quốc tế gắn với các vùng động lực phát triển du lịch; các bến cảng tại các huyện đảo phục vụ phát triển KT-XH gắn với quốc phòng - an ninh và chủ quyền biển đảo nói chung và du lịch nói riêng.

3.1.4. Giao thông đường không :

Giai đoạn năm 2021-2030: Tập trung đầu tư một số cảng hàng không lớn, đóng vai trò đầu mối tại vùng thủ đô Hà Nội (cảng hàng không Nội Bài) và vùng TP. Hồ Chí Minh (cảng hàng không Tân Sơn Nhất và Long Thành);

Từng bước nâng cấp và khai thác có hiệu quả 22 cảng hàng không hiện có;

Đầu tư 06 cảng hàng không mới Long Thành, Lai Châu, Sa Pa, Quảng Trị, Phan Thiết và Nà Sản.

Tầm nhìn đến năm 2050: Hình thành 29 cảng hàng không, bao gồm 14 cảng quốc tế và 15 cảng quốc nội.

3.2. Hệ thống cung cấp điện và cấp, thoát nước

- Cấp điện: Theo số liệu dự báo, nhu cầu cùng điện của khách du lịch khoảng 3.456 triệu kWh năm 2030 và 7.541 triệu kWh năm 2045. Khối lượng điện năng này cần tính toán, bổ sung trong tính toán sản lượng điện tiêu thụ của quốc gia để đảm bảo nhu cầu dùng điện của khách trong quá trình du lịch. Bên cạnh nhu cầu dùng điện cho khách du lịch, ngành du lịch yêu cầu mở rộng sử dụng năng lượng sạch để góp phần bảo vệ môi trường.

- Cấp thoát nước:

+ Cấp nước: Tổng nhu cầu khoảng 100 triệu m³ năm 2030 và 220 triệu m³ năm 2045. Lượng cung cấp nước sạch cần được tính toán bổ sung trong tổng nhu cầu dùng nước sạch trên phạm vi quốc gia để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

+ Thoát nước: Tổng nhu cầu khoảng 80 triệu m³ năm 2030 và 198 triệu m³ năm 2045. Lượng nước thoát nước trên đây cần được tính toán bổ sung trong

tổng nhu cầu thoát nước trên phạm vi quốc gia để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.

+ Chất thải rắn: Tổng nhu cầu khoảng 756.000 tấn/năm đến 2030 và 1.651.500 tấn/năm đến 2045.

+ Nâng cấp phát triển hệ thống cấp thoát nước, vệ sinh môi trường cụ thể đối với từng khu vực du lịch, đặc biệt là các đô thị, khu du lịch, ... làm cơ sở cho việc triển khai xây dựng hệ thống này đảm bảo các nhu cầu của sinh hoạt, kinh doanh và du lịch.

3.3. Hệ thống bưu chính viễn thông

Phát triển hạ tầng bưu chính - viễn thông đảm bảo đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch.

Đến năm 2025, yêu cầu kết nối với hệ thống hạ tầng viễn thông quốc gia các khu vực được định hướng phát triển thành khu du lịch cấp quốc gia, cấp tỉnh. Đến năm 2030 phủ cập đến các điểm du lịch.

Hạ tầng mạng viễn thông di động phủ sóng 100% trên địa bàn các khu vực được định hướng phát triển thành khu du lịch quốc gia, khu du lịch cấp tỉnh. Hạ tầng mạng internet, 3G, 4G, cáp truyền hình phủ cập 100% kết nối tới các xã vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, những nơi được xác định có khả năng phát triển du lịch.

Mức độ phủ sóng thông tin viễn thông đạt 100% kể cả các bản vùng sâu, vùng xa tạo điều kiện để phát triển du lịch cộng đồng.

Đẩy mạnh sản xuất, kinh doanh trên cơ sở tuân thủ pháp luật, đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh, nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng mạng lưới đến các vùng khó khăn; nâng cao hiệu quả hoạt động Điểm Bưu điện Văn hóa xã tại các khu du lịch cộng đồng.

Đẩy mạnh việc phát triển HTKT viễn thông phục vụ phát triển khu du lịch thông minh cho các khu du lịch trong điểm quốc gia; các đô thị dịch vụ du lịch; tăng cường sử dụng chung cơ sở hạ tầng viễn thông.

Đẩy mạnh chuyển đổi hạ tầng viễn thông thành hạ tầng số, Hạ tầng số với thành phần cốt lõi là hạ tầng viễn thông băng rộng Đến năm 2025, hạ tầng mạng băng rộng cáp quang phủ tới 100% xã tiềm năng du lịch trên phạm vi cả nước

3.4. Kiến nghị, đề xuất

Để đáp ứng tốt hơn nhu cầu phát triển du lịch ngày càng cao theo xu thế phát triển chung và dự báo phát triển của ngành, đề xuất một số kiến nghị đối với hệ thống hạ tầng như sau:

a) Về Giao thông:

- Đối với hệ thống đường cao tốc: Đẩy nhanh tiến độ phát triển hệ thống trục cao tốc Bắc Nam; Triển khai các tuyến cao tốc tại vùng ĐBSCL và vùng Trung du miền núi phía Bắc là những khu vực hiện tại hầu như chưa có hệ thống giao thông này;

- Đối với hệ thống quốc lộ: Tập trung cải tạo, nâng cấp hệ thống tuyến quốc lộ, đặc biệt tại các khu vực động lực phát triển du lịch; các tuyến quốc lộ vành đai biên giới phía Bắc (QL 4A,B,C,D); quốc lộ 279; các tuyến trên địa bàn vùng ĐBSCL;

- Các tuyến đường khác: Chú trọng phát triển các tuyến giao thông kết nối giữa các tuyến cao tốc, quốc lộ với các Khu QDLQG, các điểm du lịch quan trọng, đặc biệt là các khu điểm tại các khu vực động lực phát triển du lịch, các Khu QDLQG trọng điểm;

- Hạ tầng hàng không: đẩy nhanh tiến độ xây dựng sân bay quốc tế Long Thành, sân bay Sa Pa, sân bay Lai Châu, sân bay Quảng Trị, sân bay Nà Sản, sân bay Phan Thiết, và mở rộng các sân bay quốc tế Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Đà Nẵng, Cam Ranh và Phú Quốc;

- Hạ tầng cảng biển du lịch: Đầu tư xây dựng mới và nâng cấp hệ thống cảng biển chuyên dụng du lịch, đặc biệt tại các trọng điểm: Hạ Long, Hải Phòng, Đà Nẵng, Nha Trang, Cam Ranh, Vũng Tàu và Phú Quốc;

- Phát triển hệ thống điểm dừng chân dọc các tuyến cao tốc, quốc lộ và hoàn thiện hệ thống biển báo trên các tuyến giao thông phù hợp với yêu cầu phát triển và thống nhất với các tiêu chuẩn quốc tế.

- Tích cực ứng dụng và phát triển hệ thống giao thông thông minh (Intelligent Transport System - ITS) phục vụ KT-XH nói chung và du lịch nói riêng;

b) Hệ thống cấp điện, cấp, thoát nước, xử lý rác thải:

- Nghiên cứu chiến lược cung cấp điện tại chỗ cho một số khu du lịch quốc gia trọng điểm kết hợp với nguồn điện lưới; Tăng cường ứng dụng năng lượng sạch cho phát triển du lịch.

- Tiếp tục đầu tư nâng cao năng lực cung cấp nước để đáp ứng nhu cầu dùng nước ngày càng cao của khách du lịch;

- Phát triển hệ thống thoát nước thải đồng bộ trong hệ thống hạ tầng môi trường, trước mắt tập trung cho các khu vực động lực phát triển du lịch;

- Đảm bảo xử lý rác thải tập trung, công nghệ xử lý hiện đại nhằm giảm thiểu tác động môi trường, cảnh quan du lịch.

c) Thông tin truyền thông: Đẩy nhanh việc chuyển dịch từ dịch vụ bưu chính truyền thống sang dịch vụ bưu chính số; hạ tầng viễn thông thành hạ tầng số; phát triển các nền tảng số để cung cấp dịch vụ theo nhu cầu, ứng dụng công nghệ mới để cung cấp dịch vụ mới cho người dân nói chung và khách du lịch nói riêng.

d) Hệ thống đô thị: Đẩy nhanh việc phát triển đô thị thông minh đặc biệt đối với các khu vực động lực, các đô thị phát triển mạnh về du lịch.

e) Hạ tầng xã hội: Phát triển mạnh các công trình văn hóa, VCGT, chăm sóc sức khỏe, thể thao...tại các đô thị lớn gắn với phát triển du lịch, đặc biệt

những đô thị thuộc khu vực động lực, những đô thị có thể mạnh phát triển du lịch MICE, du lịch đêm...

4. Tổ chức không gian phát triển du lịch

Tổ chức không gian du lịch Việt Nam thời kỳ 2021 - 2030 và tầm nhìn đến năm 2045 được xây dựng trên cơ sở quán triệt các quan điểm phát triển từ QHTT 2013 cho đến Chiến lược 2020; các chủ trương chính sách phát triển của Đảng và Nhà nước và các định hướng phát triển không gian quốc gia⁴⁸. Tổ chức không gian du lịch Việt Nam được xây dựng đảm bảo quán triệt các nguyên tắc:

- Đảm bảo không gian du lịch quốc gia như một thể thống nhất, khắc phục tình trạng địa giới hành chính cản trở sự phát triển, thúc đẩy liên kết giữa các vùng, địa phương để mở rộng không gian phát triển du lịch nhằm huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực hướng đến mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh toàn cầu của quốc gia.

- Tổ chức không gian theo hướng có trọng tâm, trọng điểm, tập trung nguồn lực đầu tư phát triển các khu vực có tiềm năng, lợi thế để phát triển thành các động lực du lịch có ý nghĩa thúc đẩy du lịch cả nước và các địa phương phát triển du lịch nhanh, hiệu quả.

- Hình thành hệ thống kết cấu hạ tầng du lịch đồng bộ, hiện đại, tạo bộ khung tổ chức không gian phát triển các vùng, các khu vực động lực phát triển du lịch, các hành lang, các Khu DLQG... đáp ứng yêu cầu phát triển dài hạn.

- Gắn kết phát triển du lịch với các định hướng phát triển không gian biển, kết nối với các hành lang kinh tế, du lịch quan trọng trong khu vực; phát triển không gian du lịch gắn với không gian kinh tế - xã hội các dải biên giới góp phần bảo vệ chủ quyền và bảo đảm quốc phòng, an ninh.

- Trên cơ sở các nguyên tắc trên, tổ chức không gian du lịch Việt Nam được xác định gồm: 06 Vùng du lịch (Trung du Miền núi phía Bắc, Đồng bằng Sông Hồng, Bắc Trung bộ và Duyên hải Miền trung, Tây Nguyên, Đông Nam bộ và Đồng bằng Sông Cửu Long); 07 khu vực động lực phát triển du lịch (Lào Cai - Hà Giang, Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An, Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam, Lâm Đồng - Khánh Hòa - Ninh Thuận - Bình Thuận, TP.Hồ Chí Minh - Bà Rịa - Vũng Tàu và Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau); 03 hệ thống hành lang (Hành lang Bắc Nam Phía Đông, Hành lang Bắc Nam Phía Tây và Các Hành lang Đông Tây); 72 Khu DLQG và địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG; 07 Khu DLQG trọng điểm.

4.1. Tổ chức không gian du lịch theo vùng

Trên cơ sở phân vùng không gian của quốc gia, các định hướng du lịch được xây dựng theo các vùng kinh tế - xã hội đảm bảo khai thác hiệu quả các lợi thế của vùng, kết hợp các dạng tài nguyên du lịch, phát triển kết cấu hạ tầng và

⁴⁸ QHTT quốc gia đang triển khai lập.

cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch... xây dựng các sản phẩm du lịch có bản sắc riêng, có tính chuyên môn hóa cao. Đồng thời, phát triển các mối liên hệ nội vùng và giữa các vùng với nhau.

4.1.1. Vùng Trung du miền núi Bắc Bộ

- Vùng Trung du miền núi Bắc Bộ (hay Trung du miền núi phía Bắc) gồm 14 tỉnh: Lạng Sơn, Cao Bằng, Hà Giang, Lào Cai, Lai Châu, Điện Biên, Sơn La, Bắc Giang, Thái Nguyên, Bắc Cạn, Tuyên Quang, Phú Thọ, Yên Bái, Hòa Bình, có thể phân thành 02 tiểu vùng với các đặc điểm sinh thái, tự nhiên và KT-XH tương đối khác biệt. Tiểu vùng Tây bắc gắn với đặc trưng văn hóa Thái, Mường; hệ sinh thái núi cao Hoàng Liên Sơn; biên giới Tây Bắc với địa hình chia cắt mạnh và Tiểu vùng Đông bắc gắn với đặc trưng văn hóa Mông vùng cao nguyên đá vôi, Tày, Nùng, Dao vùng trung du và núi thấp, với 5 cánh cung đón gió tỏa về Đông Bắc.

- Xét liên hệ về du lịch trong khu vực, vùng giữ vị trí là cửa ngõ phía Bắc của du lịch Việt Nam với Trung Quốc và CHDCND Lào thông qua hệ thống cửa khẩu biên giới. Du lịch đóng vai trò quan trọng đối với hầu hết các tỉnh trong vùng, đồng thời là sinh kế bền vững cho cộng đồng các dân tộc thiểu số. Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái: trong đó nổi bật là du lịch khám phá, mạo hiểm, nghỉ dưỡng, sinh thái nông nghiệp...; du lịch văn hóa, trong đó nổi bật là du lịch cộng đồng, du lịch về nguồn... Vùng liên kết với Vùng Đồng bằng sông Hồng để phát triển các sản phẩm du lịch khai thác các giá trị về văn hóa, tín ngưỡng, lịch sử, sinh thái theo những dòng sông như sông Đà, sông Hồng, sông Lô...

- Các cụm du lịch:

+ Khu vực Sơn La, Điện Biên với hạt nhân là Mộc Châu và lòng hồ Sơn La, khu di tích Điện Biên Phủ - Pá Khoang;

+ Khu vực Phú Thọ, Yên Bái với hạt nhân là khu du lịch Đền Hùng;

+ Khu vực Cao Bằng, Lạng Sơn hạt nhân là Công viên địa chất Non nước Cao Bằng và TP. Lạng Sơn, cửa khẩu.

+ Khu vực Thái Nguyên, Tuyên Quang hạt nhân là hồ Núi Cốc và Nà Hang - Lâm Bình.

+ Khu vực Sơn La, Yên Bái với hạt nhân là danh thắng Mù Cang Chải và lòng hồ Sơn La

- Các hành lang du lịch: Phát triển các trung tâm du lịch, các công trình dịch vụ, khu du lịch theo hành lang để là tiền đề phát triển chương trình du lịch xuyên Việt, về nguồn...

+ Lào Cai - Yên Bái - Phú Thọ kết nối vùng Trung du, miền núi phía Bắc với các trung tâm kinh tế lớn của cả nước (Hà Nội, Hải Phòng) và là tuyến kết nối ra biển của vùng Tây Nam Trung Quốc.

+ Lạng Sơn - Bắc Giang phát triển chương trình du lịch xuyên Việt, về nguồn...

+ Hà Nội - Hòa Bình - Sơn La - Điện Biên kết nối tiểu vùng Tây Bắc với vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, liên kết với hành lang kinh tế Bắc - Nam và kết nối với khu vực phía Bắc Lào, có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển KT-XH tiểu vùng Tây Bắc.

- Các vành đai du lịch: Vành đai du lịch biên giới, theo tuyến quốc lộ 4 A,D,C,D kết nối du lịch Lai Châu, Lào Cai, Hà Giang, Cao Bằng, Lạng Sơn với Quảng Ninh; Vành đai du lịch trung tâm vùng, theo tuyến quốc lộ 279 kết nối các tỉnh Điện Biên, Lai Châu, Sơn La, Lào Cai, Tuyên Quang, Hà Giang, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Bắc Giang với Quảng Ninh.

- Các đô thị trung tâm dịch vụ du lịch: Các thành phố tỉnh lỵ với vai trò là các trung tâm du lịch cho từng địa phương, gồm: Hòa Bình (tỉnh Hòa Bình); Sơn La (tỉnh Sơn La), Điện Biên Phủ (tỉnh Điện Biên), Lai Châu (tỉnh Lai Châu), Yên Bái (tỉnh Yên Bái), Việt Trì (tỉnh Phú Thọ), Lào Cai (tỉnh Lào Cai), Bắc Kạn (tỉnh Bắc Kạn), Tuyên Quang (tỉnh Tuyên Quang), Hà Giang (tỉnh Hà Giang), Cao Bằng (tỉnh Cao Bằng), Lạng Sơn (Tỉnh Lạng Sơn), Bắc Giang (tỉnh Bắc Giang). Các đô thị trung tâm du lịch trên là vừa là các điểm tiếp đón vừa là đầu mối phân phối khách du lịch. Vì vậy tại đây tập trung phát triển các cơ sở dịch vụ lưu trú, thông tin du lịch, dịch vụ du lịch đêm. Trong số các đô thị trên, các đô thị được xác định có vai trò, ý nghĩa vùng gồm TP. Sơn La, TP. Lào Cai thuộc tiểu vùng Tây Bắc và TP. Thái Nguyên, TP. Lạng Sơn thuộc tiểu vùng Đông Bắc.

4.1.2. Vùng Đồng bằng sông Hồng:

- Gồm: TP.Hà Nội, TP.Hải Phòng và 09 tỉnh: Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Quảng Ninh, Hải Dương, Hưng Yên, Thái Bình, Hà Nam, Nam Định, Ninh Bình. Có thể phân thành 2 tiểu vùng:

+ Tiểu vùng Bắc Đồng bằng sông Hồng (gắn với không gian vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ), gồm Hà Nội, các tỉnh Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Dương, Hưng Yên, Quảng Ninh và Hải Phòng.

+ Tiểu vùng Nam Đồng bằng sông Hồng gồm các tỉnh Hà Nam, Thái Bình, Ninh Bình và Nam Định.

- Vùng Đồng bằng sông Hồng là một trong 02 vùng (cùng với vùng Đông Nam bộ) gắn với cực tăng trưởng quốc gia - Hà Nội, đồng thời vừa chi phối vừa là động lực phát triển du lịch cho toàn vùng Trung du Miền núi phía Bắc và tiểu vùng Bắc trung bộ thuộc vùng Bắc Trung bộ và Duyên hải Miền trung. Vùng liên kết với Vùng Trung du Miền núi phía Bắc để phát triển các sản phẩm du lịch khai thác các giá trị về văn hóa, tín ngưỡng, lịch sử, sinh thái theo những dòng sông như sông Đà, sông Hồng, sông Lô...

- Các cụm du lịch:

- + Khu vực Vĩnh Phúc với hạt nhân là Khu DLQG Tam Đảo, hồ Đại Lải;
- + Khu vực Hải Dương với hạt nhân là Côn Sơn-Kiếp Bạc;
- + Khu vực ven biển Thái Bình, Nam Định với hạt nhân là vườn quốc gia Xuân Thủy, các khu dự trữ sinh quyển Châu thổ sông Hồng;
- Các hành lang du lịch:
 - + Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh gắn với tuyến cao tốc Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh.
 - + Ven biển vịnh Bắc Bộ từ Móng Cái (Quảng Ninh) đến Kim Sơn (Ninh Bình) gắn với đường bộ ven biển và đường biển.
 - + QL 1 Bắc Ninh - Hà Nội - Hà Nam - Ninh Bình.
 - + QL 18 Hà Nội - Hải Dương - Quảng Ninh (Hạ Long - Móng Cái).
 - + Hành lang du lịch đường sông: phát triển 02 tuyến sông: sông Đà và sông Hồng để liên kết phát triển du lịch với vùng Trung du Miền núi phía Bắc.
 - + Hệ thống đường vành đai của vùng thủ đô Hà Nội đóng vai trò là vành đai liên kết các tỉnh của vùng Đồng bằng Sông Hồng và một số tỉnh vùng Trung du Miền núi phía Bắc⁴⁹.
- Các đô thị trung tâm dịch vụ du lịch: Các thành phố tỉnh lỵ với vai trò là các trung tâm du lịch cho từng địa phương, gồm: Thủ đô Hà Nội, Vĩnh Yên (tỉnh Vĩnh Phúc), Bắc Ninh (tỉnh Bắc Ninh), Hải Dương (tỉnh Hải Dương), Hải Phòng (Hải Phòng), Hạ Long (tỉnh Quảng Ninh), Hưng Yên (tỉnh Hưng Yên), Thái Bình (tỉnh Thái Bình), Nam Định (tỉnh Nam Định), Ninh Bình (tỉnh Ninh Bình) và Hà Nam (tỉnh Hà Nam). Trong đó Thủ đô Hà Nội là trung tâm du lịch của vùng và cả nước. Các đô thị trung tâm du lịch trên là vừa là các điểm tiếp đón vừa là đầu mối phân phối khách du lịch. Vì vậy, tại đây tập trung phát triển các cơ sở dịch vụ lưu trú, thông tin du lịch, dịch vụ du lịch đêm, du lịch đô thị....

4.1.3. Vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung:

- Gồm TP.Đà Nẵng và 13 tỉnh: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận, có thể phân thành 02 tiểu vùng.
 - + Tiểu vùng Bắc Trung Bộ: Từ Thanh Hóa đến Thừa Thiên Huế gắn với đặc trưng tự nhiên của vùng núi Trường Sơn Bắc, dải đồng bằng ven biển tương đối rộng và hẹp dần về phía Nam. Khu vực gắn với tài nguyên du lịch biển, văn hóa lịch sử với 2 di sản nổi bật là Phong Nha - Kẻ Bàng và Cố đô Huế. Toàn bộ các tỉnh trong tiểu vùng đều tiếp giáp với Lào.
 - + Tiểu vùng Duyên hải Nam Trung Bộ: Từ Đà Nẵng đến Bình Thuận, gắn với đặc trưng dãy Trường Sơn Nam với các mạch núi lan ra sát biển, thêm lục

⁴⁹ Đường Vành đai 5 thủ đô Hà Nội dài khoảng 331,5 km, đi qua 8 tỉnh, thành phố: Hà Nội, Hòa Bình, Hà Nam, Thái Bình, Hải Dương, Bắc Giang, Thái Nguyên, Vĩnh Phúc.

địa dốc và ngăn, tập trung hệ thống bãi biển đẹp nhất cả nước, vươn tầm khu vực, quốc tế và văn hóa Chăm.

- Đây là vùng tập trung phát triển du lịch biển quan trọng nhất của du lịch Việt Nam, gắn liền với Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và hệ thống Hành lang Đông - Tây (EWEC) và tiểu hành lang phía bắc thuộc hành lang phía nam của tiểu vùng sông Mekong⁵⁰.

- Các cụm du lịch: Đây là khu vực có sự tương đồng trong tiềm năng phát triển du lịch - gắn với ưu thế tất cả các tỉnh đều giáp biển. Các cụm du lịch tập trung tiềm năng là:

+ Khu vực ven biển Thanh - Nghệ - Tĩnh với hạt nhân là Sầm Sơn, Cửa Lò, Thiên Cầm;

+ Khu vực Quảng Bình - ven biển Quảng Trị với hạt nhân là Phong Nha-Kẻ Bàng, biển Nhật Lệ, Cửa Tùng, Cửa Việt, đảo Cồn Cỏ.

+ Khu vực ven biển Quảng Ngãi - Phú Yên - Bình Định hạt nhân là Mỹ Khê, đảo Lý Sơn, Vịnh Xuân Đài, Vịnh Quy Nhơn.

+ Khu vực Khánh Hòa - Ninh Thuận - Bình Thuận gắn với vịnh Nha Trang, Vĩnh Hy, Phan Thiết.

- Các hành lang du lịch:

+ Hành lang du lịch Bắc Nam phía Đông theo quốc lộ 1A và cao tốc Bắc Nam và đường sắt Bắc Nam gắn với ưu thế du lịch biển, du lịch đô thị.

+ Hành lang du lịch Bắc Nam phía Tây theo đường Hồ Chí Minh: Du lịch sinh thái, văn hóa, về nguồn, ...

+ Hành lang theo quốc lộ 8 gắn với cửa khẩu quốc tế Cầu Treo; Hành lang theo quốc lộ 9 gắn với cửa khẩu Lao Bảo; hành lang quốc lộ 19 gắn với cửa khẩu Bờ Y: Phát triển du lịch liên quốc gia, khai thác lợi thế cửa ngõ ra biển của nước bạn Lào.

- Các đô thị trung tâm dịch vụ du lịch: Các thành phố tỉnh lỵ với vai trò là các trung tâm du lịch cho từng địa phương, gồm: Thanh Hóa (tỉnh Thanh Hóa), Vinh (tỉnh Nghệ An), Hà Tĩnh (tỉnh Hà Tĩnh), Đồng Hới (tỉnh Quảng Bình), Đông Hà (tỉnh Quảng Trị), Huế (tỉnh Thừa Thiên -Huế), Đà Nẵng, Tam Kỳ (tỉnh Quảng Nam), Quảng Ngãi (tỉnh Quảng Ngãi), Quy Nhơn (tỉnh Bình Định), Tuy Hòa (tỉnh Phú Yên), Nha Trang (tỉnh Khánh Hòa), Phan Rang Tháp Chàm (tỉnh Ninh Thuận) và Phan Thiết (tỉnh Bình Thuận). Trong đó Đà Nẵng là trung tâm du lịch của khu vực miền Trung và cả nước. Các đô thị trung tâm du lịch trên là vừa là các điểm tiếp đón vừa là đầu mối phân phối khách du lịch. Vì vậy tại đây tập trung phát triển các cơ sở dịch vụ lưu trú, thông tin du lịch, dịch vụ du lịch đêm, du lịch đô thị....

⁵⁰ Tiểu hành lang phía bắc thuộc hành lang phía nam của tiểu vùng sông Mekong từ Bangkok đến Quy Nhơn (The Northern Subcorridor: Bangkok-Siem Reap-Stung Treng-Rattanakiri-O Yadov-Pleiku-Quy Nhơn).

Nguồn: <https://www.greatermekong.org/content/economic-corridors-in-the-greater-mekong-subregion>.

4.1.4. Vùng Tây Nguyên:

- Gồm 05 tỉnh: Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng, là khu vực “ngã ba Đông Dương” gắn với hệ sinh thái cao nguyên xếp tầng độc đáo, địa chất núi lửa và văn hóa các dân tộc ít người Tây Trường Sơn.

- Liên kết liên vùng phát triển các sản phẩm kết hợp giữa du lịch biển và nghỉ dưỡng, văn hóa Tây nguyên (cồng chiêng, sử thi...) để kéo dài thời gian lưu trú và đa dạng hóa sản phẩm như sản phẩm khai thác giá trị lịch sử, văn hóa từ phong trào Tây Sơn và Anh hùng dân tộc Nguyễn Huệ (gắn kết giữa Bình Định với Gia Lai).

- Các cụm du lịch:

+ Khu vực Bắc Gia Lai-Nam Kon Tum với hạt nhân là Măng Đen và Biển Hồ Tơ Nung.

+ Khu vực Lâm Đồng với hạt nhân hồ Tuyền Lâm và hồ Đan Kia - Suối Vàng;

+ Khu vực Đắk Lắk - Đắk Nông với hạt nhân là VQG Yok Đôn và Công viên địa chất toàn cầu Đắk Nông.

- Các hành lang du lịch:

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 14, đường Hồ Chí Minh kết nối du lịch các địa phương phía Tây của vùng (Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông) và với các vùng khác.

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 19 và quốc lộ 40: Kết nối phát triển du lịch, KT-XH và bảo đảm quốc phòng, an ninh của vùng Tây Nguyên và các tỉnh khu vực Nam Trung Bộ. Hành lang là cửa ngõ ra du lịch biển của khu vực Tam giác phát triển Campuchia - Lào - Việt Nam.

- Các đô thị trung tâm dịch vụ du lịch: Các thành phố tỉnh lỵ với vai trò là các trung tâm du lịch cho từng địa phương, gồm: Đà Lạt (tỉnh Lâm Đồng), Buôn Mê Thuột (tỉnh Đắk Lắk), Kon Tum (tỉnh Kon Tum), Pleiku (tỉnh Gia Lai) và Đắk Nông (tỉnh Đắk Nông). Trong đó Đà Lạt và Buôn Mê Thuột có vai trò là trung tâm du lịch của vùng. Các đô thị trung tâm du lịch giữ vai trò là vừa là các điểm tiếp đón vừa là đầu mối phân phối khách du lịch. Vì vậy, tại đây tập trung phát triển các cơ sở dịch vụ lưu trú, thông tin du lịch, dịch vụ du lịch đêm, du lịch đô thị...

4.1.5. Vùng Đông Nam Bộ:

- Gồm các tỉnh: TP. Hồ Chí Minh và 05 tỉnh: Đồng Nai, Bình Dương, Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Phước và Tây Ninh. Đây là khu vực có tiềm năng lớn trong phát triển du lịch đô thị, VCGT, du lịch biển (gắn với Vũng Tàu) và văn hóa lịch sử, về nguồn.

- Cùng với vùng Đồng bằng sông Hồng, Đông Nam Bộ là một trong 02 vùng được xác định là động lực du lịch của cả nước.

- Các cụm du lịch:

+ Không gian Tây Bắc Đồng Nai với hạt nhân là hồ Trị An và VQG Cát Tiên: Phát triển du lịch sinh thái.

+ Không gian Bắc Bình Phước và Tây Ninh với hạt nhân là Bà Rá - Thác Mơ, núi Bà Đen: Phát triển du lịch sinh thái, du lịch văn hóa lịch sử, du lịch tâm linh và du lịch biên giới.

+ Không gian Bà Rịa - Vũng Tàu: Du lịch biển đảo, văn hóa lịch sử, về nguồn gắn với biển Vũng Tàu và Côn đảo.

+ Hạt nhân TP HCM: Du lịch đô thị, VCGT, MICE, văn hóa lịch sử, ...

- Các hành lang du lịch:

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 1A và cao tốc Bắc Nam phía Đông- cầu nối du lịch giữa vùng Đông Nam Bộ với khu vực Duyên hải Nam Trung Bộ và vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 22 và quốc lộ 51 gắn với hành lang kinh tế Mộc Bài - TP. Hồ Chí Minh - Vũng Tàu.

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 13: Phát triển du lịch từ TP. Hồ Chí Minh với Bình Dương, Bình Phước và hướng sang Campuchia qua cửa khẩu Hoa Lư.

+ Hệ thống Vành đai vùng TP. Hồ Chí Minh là vành đai liên kết các tỉnh trong vùng Đông Nam bộ và Long An thuộc vùng Đồng bằng Sông Cửu Long⁵¹.

- Các đô thị trung tâm dịch vụ du lịch: Các thành phố tỉnh lỵ với vai trò là các trung tâm du lịch cho từng địa phương, gồm: Hồ Chí Minh, Vũng Tàu (tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu), Biên Hòa (tỉnh Đồng Nai), Đồng Xoài (tỉnh Bình Phước), Thủ Dầu Một (tỉnh Bình Dương) và Tây Ninh (tỉnh Tây Ninh). Trong đó TP. Hồ Chí Minh có vai trò là trung tâm du lịch của vùng và trung tâm du lịch cả nước, động lực phát triển du lịch khu vực phía nam.

4.1.6. Vùng Đồng bằng sông Cửu Long:

- Gồm: TP. Cần Thơ và 12 tỉnh: Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Đồng Tháp, Vĩnh Long, Trà Vinh, Hậu Giang, An Giang, Sóc Trăng, Kiên Giang, Bạc Liêu, Cà Mau. Đây là khu vực đồng bằng thấp, trũng gắn với hệ sinh thái ngập nước điển hình nhất cả nước (mặn, lợ, ngọt) và văn hóa miệt vườn đặc trưng. Ngoài ra còn có lợi thế nổi bật về du lịch biển của Kiên Giang với trọng tâm là Phú Quốc.

- Các cụm du lịch:

+ Cụm du lịch phía Bắc: An Giang, Đồng Tháp, Long An với hạt nhân là hồ VQG Tràm Chim, khu du lịch quốc gia Núi Sam: Phát triển du lịch sinh thái và văn hóa lễ hội.

⁵¹ Đường Vành Đai 4 TPHCM có tổng chiều dài 197,6 km, đi qua 5 tỉnh, thành là: Bà Rịa-Vũng Tàu, Đồng Nai, Bình Dương, Thành phố Hồ Chí Minh, Long An.

+ Cụm du lịch Đông Nam: Dải ven biển Tiền Giang, Bến Tre, Trà Vinh, Sóc Trăng: Phát triển du lịch biển kết hợp du lịch sinh thái sông nước miệt vườn. Định hướng phát triển du lịch biển trên toàn tuyến, hướng mở phía Đông của vùng ĐBSCL.

- Các hành lang du lịch:

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 1A kết nối nội vùng với trung tâm Cần Thơ tới Đông Nam Bộ - thị trường khách lớn nhất của vùng.

+ Hành lang du lịch theo đường Hồ Chí Minh kết nối du lịch Long An - Đồng Tháp - Kiên Giang - Cà Mau.

+ Hành lang du lịch ven biển phía Tây theo quốc lộ 80, 63 và kết nối quốc lộ 1A kết nối các tỉnh ven biển ở cực Tây Nam của quốc gia gần với vùng vịnh Thái Lan.

+ Hành lang du lịch theo quốc lộ 91 và 91C kết nối 4 tỉnh An Giang, Cần Thơ, Hậu Giang và Sóc Trăng, có vị trí nằm ở trung tâm vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

+ Hành lang du lịch ven biển phía Đông kết nối không gian ven biển các tỉnh Tiền Giang, Bến Tre, Trà Vinh, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau, Kiên Giang.

+ Tuyến đường sông Mekong (sông Tiền và sông Hậu) liên kết giữa vùng Đồng bằng Sông Cửu Long với Campuchia. Tạo thành sự kết nối độc đáo giữa du lịch đường sông với du lịch đường biển.

- Các đô thị trung tâm dịch vụ du lịch: Bao gồm hệ thống đô thị tỉnh lỵ và TP. Phú Quốc, trong đó trung tâm du lịch - dịch vụ quan trọng nhất là Cần Thơ, Phú Quốc. Phát triển Cần Thơ và Phú Quốc trở thành hai trung tâm du lịch quốc tế, là cửa ngõ đón khách của toàn vùng.

4.2. Cực tăng trưởng quốc gia

Bên cạnh các khu vực động lực phát triển du lịch, vai trò của TP.Hồ Chí Minh và Thủ đô Hà Nội trong vai trò là 02 cực tăng trưởng quốc gia rất quan trọng đối với sự phát triển du lịch của Việt Nam. Đây là 02 đô thị lớn nhất, là hạt nhân của các vùng động lực quan trọng trong phát triển KT-XH quốc gia và hội nhập quốc tế (02 vùng kinh tế trọng điểm ở phía bắc và phía nam). Đây là 02 địa bàn hội tụ đủ các chỉ số phát triển dẫn đầu quốc gia như lưu lượng giao thông, các điểm kết nối kinh tế (khoa học - công nghệ, công nghiệp, dịch vụ/đào tạo, y tế, nông nghiệp...).

Đối với du lịch, TP.Hồ Chí Minh và thủ đô Hà Nội thực sự phát huy vai trò của các cực tăng trưởng chủ đạo trong hệ thống du lịch Việt Nam.

Thủ đô Hà Nội là trung tâm kinh tế của khu vực phía Bắc và cả nước, hạt nhân của vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ. Thủ đô Hà Nội là vừa là điểm đến du lịch hấp dẫn du khách với những sản phẩm du lịch đô thị, văn hóa truyền thống, mua sắm... vừa đóng vai trò trung tâm phân phối khách cho các tỉnh trong vùng Đồng bằng Sông Hồng và cả vùng Trung du Miền núi phía Bắc.

Ngoài ra với tiềm năng về kinh tế, quy mô dân số, đầu mối giao thông... Hà Nội là thị trường khách du lịch rất lớn và là động lực phát triển du lịch cho các tỉnh trong cả nước.

TP.Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế, tài chính và du lịch của quốc gia và được xác định sẽ phát triển nâng tầm quốc tế trong tương lai gần. Tương tự Hà Nội, TP.Hồ Chí Minh cũng đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong phát triển du lịch không chỉ của các vùng mà còn cả quốc gia. TP.Hồ Chí Minh là cửa ngõ thu hút khách quốc tế lớn nhất Việt Nam, lan tỏa và dẫn dắt du lịch toàn bộ vùng Đồng bằng Sông Cửu Long, Tây Nguyên và tiểu vùng Duyên hải Nam trung bộ thuộc vùng Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung.

4.3. Phát triển các khu vực động lực

Là các khu vực tập trung nguồn lực ưu tiên để khai thác các khu vực có tiềm năng và sự đa dạng về tài nguyên du lịch, trong đó có tài nguyên đặc biệt hấp dẫn (di sản thiên nhiên và văn hóa thế giới hoặc tương đương, di tích cấp quốc gia đặc biệt, VQG có đa dạng sinh học cao hoặc đã được vinh danh là khu vực cảnh quan hấp dẫn...) và hội tụ đầy đủ các điều kiện để có thể phát triển du lịch trở thành động lực thúc đẩy, lan tỏa sự phát triển du lịch của vùng và cả nước; góp phần lôi kéo các ngành kinh tế khác trên địa bàn cùng phát triển tạo tiền đề thuận lợi để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Chiến lược 2020 xác định 07 khu vực động lực phát triển du lịch, bao gồm

- Sơn La - Điện Biên - Lào Cai - Hà Giang
- Hà Nội - Ninh Bình - Hải Phòng - Quảng Ninh
- Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam
- Bình Định - Phú Yên - Khánh Hòa - Ninh Thuận - Bình Thuận
- TP.Hồ Chí Minh - Bà Rịa, Vũng Tàu
- Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau
- Lâm Đồng - Đắk Lắk

Trong đó, 02 Khu vực động lực có ý nghĩa quốc gia là: Hà Nội - Ninh Bình - Hải Phòng - Quảng Ninh và TP.Hồ Chí Minh - Bà Rịa, Vũng Tàu - Bình Thuận.

Với các luận cứ trên, trong điều kiện phát triển du lịch mới, du lịch Việt Nam định hướng các khu vực động lực phát triển du lịch theo địa bàn các vùng, bao gồm:

4.3.1. Khu vực động lực phát triển du lịch Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh:

- Chiến lược 2020 xác định khu vực động lực phát triển du lịch Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh - Ninh Bình. Tuy nhiên, đề xuất điều chỉnh theo hướng

tách Ninh Bình để tạo thành hạt nhân hình thành khu vực động lực phát triển du lịch Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An.

- Khu vực động lực phát triển du lịch Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh phát triển trên cơ sở tam giác động lực phát triển của vùng Đồng bằng Sông Hồng, gắn liền với Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và Hành lang kinh tế Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Đây là khu vực động lực phát triển du lịch đặc biệt quan trọng với nhiệm vụ thúc đẩy phát triển du lịch vùng đồng bằng sông Hồng, rộng hơn là cả khu vực miền Bắc. Hà Nội là trung tâm kết nối, trung chuyển khách tới các điểm du lịch trong nước, trong khu vực và quốc tế.

- Tổ chức không gian :

+ Các trung tâm lưu trú và dịch vụ: Hà Nội, Hải Phòng và Hạ Long.

+ Trục động lực của khu vực: Trục Hà Nội – Hà Nam, theo quốc lộ 1A và cao tốc Bắc Nam phía Đông; Trục Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh, theo cao tốc Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, quốc lộ 5 kết nối cửa khẩu Móng Cái theo hành lang du lịch liên vận quốc tế; Trục Hải Phòng –Quảng Ninh, theo quốc lộ 10. Cả ba trục động lực trên tạo thành tam giác động lực phát triển hình thành chuỗi giá trị sản phẩm đặc trưng cho toàn vùng.

4.3.2. Khu vực động lực phát triển du lịch Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An

- Hình thành mới so với Chiến lược 2020 trên cơ sở tách Ninh Bình từ khu vực động lực phát triển du lịch Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh - Ninh Bình để tạo thành hạt nhân hình thành khu vực động lực phát triển du lịch Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An.

- Khu vực động lực phát triển du lịch Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An có ý nghĩa là sự kết nối phát triển liên vùng giữa vùng Đồng bằng Sông Hồng và vùng Bắc Trung bộ và Duyên hải Miền trung, đồng thời tạo thành sự hỗ trợ theo hướng đa dạng và bổ trợ về sản phẩm du lịch giữa du lịch sinh thái và văn hóa tín ngưỡng (Ninh Bình) với du lịch biển, du lịch về nguồn, du lịch cộng đồng gắn với các dân tộc thiểu số vùng núi (Thanh Hóa, Nghệ An)...

- Tổ chức không gian:

+ Các trung tâm du lịch dịch vụ: Ninh Bình (du lịch văn hóa, lịch sử kết hợp tín ngưỡng, lễ hội); Sầm Sơn và Cửa Lò (du lịch biển)...

+ Các trục động lực chính: Hệ thống các Hành lang bắc nam phía đông (Quốc lộ 1A) và phía tây (Đường Hồ Chí Minh); Tuyến đường ven biển; Quốc lộ 7 kết nối với Lào thông qua cửa khẩu quốc tế Na Mèo.

4.3.3. Khu vực động lực phát triển du lịch Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Đà Nẵng - Quảng Nam:

- Đã được xác định trong Chiến lược 2020, trong giai đoạn tiếp theo tiếp tục giữ theo định hướng của Chiến lược 2020.

- Khu vực động lực phát triển du lịch gắn với Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và Hành lang kinh tế Đông Tây: Lao Bảo - Đông Hà - Đà Nẵng, Hành lang kinh tế Bắc Nam, thúc đẩy phát triển du lịch khu vực Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung.

- Tổ chức không gian:

+ Các trung tâm lưu trú và điều phối khách: Đồng Hới, TP. Huế, TP. Đà Nẵng, TP. Hội An.

+ Trục động lực của khu vực: Định hướng phát triển 02 trục động lực, gồm: Trục động lực theo quốc lộ 1 và đường Hồ Chí Minh theo Hành lang kinh tế Bắc Nam phía Đông và phía Tây, hỗ trợ là tuyến giao thông ven biển; Trục theo quốc lộ 9 theo Hành lang du lịch Đông Tây, gắn với cửa khẩu Lao Bảo (Quảng Trị) trong hành lang du lịch liên vận quốc tế.

4.3.4. Khu vực động lực phát triển du lịch Khánh Hòa - Lâm Đồng - Ninh Thuận - Bình Thuận:

- Đây là khu vực được điều chỉnh, kết hợp giữa 02 khu vực động lực phát triển du lịch được xác định trong Chiến lược 2020 (Khu vực động lực phát triển du lịch Bình Định – Phú Yên – Khánh Hòa – Ninh Thuận và Khu vực động lực phát triển du lịch Lâm Đồng – Đắk Lắk). Việc điều chỉnh này nhằm tăng tính liên kết vùng theo hướng tạo các tuyến liên kết đông tây (liên kết ngang) giữa Tây Nguyên và vùng Bắc Trung bộ và Duyên hải Miền trung với sự đa dạng sản phẩm du lịch theo hướng bổ trợ giữa du lịch nghỉ dưỡng núi cao (Lâm Đồng) và nghỉ dưỡng biển (Phú Yên, Ninh Thuận, Khánh Hòa, Bình Thuận). Đây cũng là khu vực có sự gắn kết giữa văn hóa Tây Nguyên (không gian văn hóa công chiêng) và văn hóa Chăm.

- Tổ chức không gian:

+ Các trung tâm điều phối khách: Nha Trang, Đà Lạt, Ninh Chữ, Phan Thiết.

+ Trục động lực của khu vực này là tam giác phát triển Nha Trang – Đà Lạt – Ninh Chữ. Bao gồm: Trục theo quốc lộ 1A, gắn liền với Hành Lang kinh tế Bắc Nam phía Đông để kết nối và lan tỏa du lịch cho toàn vùng; Trục theo quốc lộ 27 kết nối quốc lộ 20: Đây là trục Đông Tây, kết nối tạo thành chuỗi giá trị sản phẩm đặc trưng của khu vực: Biển, đảo – núi, cao nguyên. Các trục động lực hình thành tam giác phát triển Nha Trang, Ninh Chữ Đà Lạt có tính lan tỏa khu vực miền Trung Tây Nguyên.

4.3.5. Khu vực động lực phát triển du lịch TP.Hồ Chí Minh - Bà Rịa Vũng Tàu:

- Trong Chiến lược 2020 xác định khu vực động lực phát triển du lịch TP.Hồ Chí Minh - Bà Rịa - Vũng Tàu - Bình Thuận. Trong quy hoạch thời gian tới, điều chỉnh tách Bình Thuận đưa về Khu vực động lực phát triển du lịch Khánh Hòa - Lâm Đồng - Ninh Thuận - Bình Thuận.

- Đây là khu vực gắn với khu kinh tế trọng điểm Đông Nam Bộ, Hành lang kinh tế Mộc Bài - TP. Hồ Chí Minh - Vũng Tàu và Hành lang kinh tế Bắc - Nam phía Đông. Đây là khu vực động lực phát triển du lịch hết sức quan trọng với nhiệm vụ thúc đẩy phát triển du lịch toàn bộ vùng Đông Nam Bộ và có ảnh hưởng lớn tới dòng khách tới đồng bằng sông Cửu Long, đặc biệt là các tỉnh cửa ngõ như Long An, Tiền Giang...

- Tổ chức không gian:

+ Các trung tâm lưu trú chính: TP. Hồ Chí Minh, TP. Vũng Tàu. Trong đó thành phố Hồ Chí Minh là đầu mối phân phối khách của khu vực động lực phát triển du lịch.

+ Các trục động lực: Hình thành 02 trục động lực chính của khu vực động lực phát triển du lịch này là: Trục đường cao tốc Dầu Giây - Quốc lộ 51 - Quốc lộ 22 và trục quốc lộ 1 A. Gồm: Trục Long Thành - Dầu Giây - Quốc lộ 51 - Quốc lộ 22 nằm trên Hành lang xuyên Á của quốc gia. Các địa phương như Tây Ninh, Bình Phước và các cửa khẩu quốc tế Mộc Bài, Hoa Lư có vai trò quan trọng đối với trục động lực này. Trục theo quốc lộ 1A có ảnh hưởng lan tỏa đến các địa phương Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long Cần Thơ, Cà Mau, v.v... của vùng Đồng bằng sông Cửu Long

4.3.6. Khu vực động lực phát triển du lịch Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau:

- Khu vực đã được xác định trong Chiến lược 2020, trong giai đoạn tiếp theo tiếp tục giữ theo định hướng của Chiến lược 2020. Khu vực động lực phát triển du lịch Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau có vị trí gắn liền với Vùng Kinh tế trọng điểm Đồng bằng sông Cửu Long và Khu vực kinh tế động lực Cần Thơ - Kiên Giang - An Giang, Hành lang kinh tế Hà Tiên - Rạch Giá - Cà Mau.

- Tổ chức không gian

+ Các trung tâm lưu trú chính: Các trung tâm lưu trú chính của khu vực động lực phát triển du lịch gồm TP. Cần Thơ, TP. Rạch Giá, TP. Phú quốc và TP. Cà Mau.

+ Trục động lực du lịch: Các trục động lực của khu vực này tạo thành tam giác phát triển Cần Thơ - Phú Quốc - Mũi Cà Mau. Gồm : Trục Cần Thơ – Cà Mau theo quốc lộ 1A, thuộc hành lang du lịch Bắc Nam của vùng ĐBSCL; Trục Cần Thơ - Rạch Giá theo quốc lộ 80, thuộc hành lang du lịch Đông Tây của vùng ĐBSCL; Trục Rạch Giá - Cà Mau theo quốc lộ 80 và 63, hành lang du lịch ven biển phía Tây của vùng ĐBSCL.

4.3.7. Khu vực động lực phát triển du lịch Lào Cai - Hà Giang:

- Điều chỉnh so với Chiến lược 2020 thu hẹp khu vực Sơn La - Điện Biên - Lào Cai - Hà Giang để tập trung nguồn lực đầu tư tốt hơn, tính khả thi cao

hơn⁵². Khu vực động lực phát triển du lịch Lào Cai - Hà Giang có vị trí gắn với: Hành lang kinh tế Đông Tây: Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng với các cửa khẩu đường bộ Lào Cai; Hành lang kinh tế Bắc Nam phía Tây. Đây là khu vực được định hướng phát triển cho giai đoạn sau năm 2030, khi sân bay Sa Pa - Lào Cai hoàn thành và đưa vào sử dụng.

- Việc hình thành khu vực động lực phát triển du lịch Lào Cai - Hà Giang có tác dụng thúc đẩy phát triển du lịch toàn bộ vùng Trung du miền núi phía Bắc kết nối với thị trường khách du lịch ở Vân Nam (Trung Quốc)

- Tổ chức không gian:

+ Các trung tâm lưu trú chính: TP. Lào Cai, TP. Hà Giang và thị xã Sa Pa là các trung tâm lưu trú chính đồng thời là các trung tâm điều phối khách của khu vực động lực phát triển du lịch này.

+ Các trục động lực: Trục Sa Pa - TP. Lào Cai - TP. Hà Giang - Cao nguyên đá Đồng Văn theo tuyến quốc lộ vành đai biên giới ; Trục Sa Pa - TP. Lào Cai - Hà Nội theo cao tốc Hà Nội Lào Cai; Trục TP. Hà Giang - Hà Nội theo quốc lộ 2. Các trục không gian của khu vực động lực phát triển du lịch này là các trục đường bộ: Quốc lộ 279, quốc lộ 4 và các trục kết nối với Hà Nội: Cao tốc Nội Bài - Lào Cai, AH14, quốc lộ 2.

4.4. Các hành lang du lịch

Các hành lang du lịch được định hướng dựa trên sự phân bố của hệ thống giao thông đường bộ gắn với các cửa khẩu quốc tế biên giới đường bộ, vị trí, đặc điểm tính chất của tài nguyên du lịch; tổ chức không gian các hành lang kinh tế quốc gia. Theo đó, trong giai đoạn phát triển du lịch đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, các hành lang du lịch được định hướng như sau :

4.4.1. Hành lang du lịch Bắc - Nam phía Đông (Lạng Sơn - Hà Nội - TP. Hồ Chí Minh - Cà Mau) :

- Hình thành dựa trên trục giao thông kết nối là đường bộ cao tốc Bắc - Nam phía Đông và Quốc lộ 1A từ Lạng Sơn đến Cà Mau đi qua địa bàn 32 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và nằm trong không gian Hành lang kinh tế Bắc - Nam của quốc gia.

- Là hành lang du lịch có vị trí đặc biệt quan trọng, có ảnh hưởng và đóng góp lớn cho phát triển du lịch đất nước, là hành lang du lịch kết nối liên vùng, kết nối hầu hết các trung tâm du lịch trên phạm vi quốc gia.

- Tập trung phát triển các khu vực được định hướng thành khu du lịch quốc gia dọc theo hành lang du lịch.

- Phát triển các đô thị trung tâm dịch vụ; các trạm dừng nghỉ, các công trình dịch vụ trên toàn tuyến: Nâng cấp, mở rộng các tuyến quốc lộ, cao tốc gắn với

⁵² Trên thực tế khả năng liên kết giữa Điện Biên, Sơn La với Lào Cai và Hà Giang không thuận lợi do điều kiện tự nhiên, kết cấu hạ tầng và cả định hướng phát triển của vùng.

cải tạo cảnh quan môi trường ; Xây dựng các trạm dừng nghỉ với dịch vụ đầy đủ, cần thiết phục vụ khách du lịch.

- Hỗ trợ cho Hành lang kinh tế Bắc - Nam phía Đông là dải ven biển từ Quảng Ninh đến Cà Mau. Với việc hình thành tuyến giao thông đường bộ ven biển, hành lang này có tính chất kết nối các khu vực phát triển du lịch năng động như: các khu vực động lực phát triển du lịch Hải Phòng-Quảng Ninh, Thừa Thiên Huế-Đà Nẵng-Quảng Nam ; Khánh Hòa-Ninh Thuận; Bình Thuận-Bà Rịa Vũng Tàu...nhằm khai thác có hiệu quả các tiềm năng và lợi thế về du lịch biển và các đảo ven bờ.

4.4.2. Hành lang du lịch Bắc - Nam phía Tây :

- Hình thành gắn với tuyến đường Hồ Chí Minh và cao tốc Bắc - Nam phía Tây từ Cao Bằng đến Kiên Giang đi qua 25 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, nhằm khai thác, phát triển du lịch các khu vực còn khó khăn ở phía Tây đất nước, gắn với tăng cường quốc phòng, an ninh biên giới. Hành lang này gắn với Hành lang kinh tế Bắc - Nam phía Tây của quốc gia.

- Tập trung phát triển các khu vực được định hướng thành khu du lịch quốc gia dọc theo hành lang du lịch. Phát triển các điểm tham quan du lịch gắn với di tích lịch sử văn hóa, di tích chiến tranh gắn với đường mòn Hồ Chí Minh huyền thoại. Bên cạnh đó, phát triển du lịch xanh gắn với các VQG, khu dự trữ sinh quyển trên toàn hành lang.

- Phát triển các đô thị trung tâm dịch vụ; các trạm dừng nghỉ, các công trình dịch vụ trên toàn tuyến: Nâng cấp, mở rộng các tuyến quốc lộ, cao tốc gắn với cải tạo cảnh quan môi trường ; Xây dựng các trạm dừng nghỉ với dịch vụ đầy đủ, cần thiết phục vụ khách du lịch. Đây là hành lang có ít các đô thị lớn, đặc biệt khu vực miền Trung, vì vậy cần chú trọng xây dựng các trạm dừng nghỉ với dịch vụ đầy đủ, cần thiết phục vụ khách du lịch.

4.4.3. Các hành lang du lịch Đông - Tây :

- Hành lang du lịch Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Đây là tuyến hành lang du lịch kết nối vùng Trung du, miền núi phía Bắc với các trung tâm du lịch lớn của cả nước (Hà Nội, Hải Phòng, Hạ Long) và là tuyến hướng biển của vùng Tây Nam Trung Quốc. Cần tăng cường hợp tác giữa các địa phương trên tuyến hành lang, khai thác và mở rộng lợi thế, tiềm năng quan hệ thương mại, du lịch giữa Việt Nam và Trung Quốc (trọng tâm là các tỉnh phía Tây Nam Trung Quốc); đảm bảo kết nối giữa đầu mối cửa khẩu Lào Cai và các địa phương trên toàn tuyến với cửa khẩu Móng Cái.

- Hành lang du lịch Lao Bảo - Đông Hà - Đà Nẵng phát triển dựa trên các tuyến đường bộ quốc lộ 1A, quốc lộ 9 gắn liền với cửa khẩu quốc tế Lao Bảo. Đây là một trong những hành lang quan trọng, cửa ngõ ra biển của du lịch các nước ASEAN. Cần tăng cường hợp tác giữa các địa phương trên tuyến hành lang, khai thác và mở rộng lợi thế, tiềm năng quan hệ thương mại, du lịch giữa

Việt Nam và Các nước ASEAN (trọng tâm là Lào, Thái Lan và Myanma; đảm bảo kết nối qua cửa khẩu Lao Bảo đến với các khu du lịch biển thuộc vùng động lực phát triển du lịch Thừa Thiên Huế-Đà Nẵng-Quảng Nam và mở rộng hơn là không gian biển miền Trung.

- Hành lang du lịch Mộc Bài - TP. Hồ Chí Minh - Vũng Tàu bắt đầu từ cửa khẩu Mộc Bài (Tây Ninh) qua TP. Hồ Chí Minh và kết thúc tại cảng biển Bà Rịa - Vũng Tàu theo quốc lộ 22 (A, B) và quốc lộ 51. Hỗ trợ cho hành lang du lịch này là hành lang du lịch theo quốc lộ 13 : TP. Hồ Chí Minh-Bình Dương-Bình Phước qua cửa khẩu Hoa Lư kết nối du lịch Campuchia. Cần tăng cường hợp tác giữa các địa phương trên tuyến hành lang, khai thác và mở rộng lợi thế, tiềm năng quan hệ thương mại, du lịch giữa Việt Nam và Các nước ASEAN thông qua hành lang xuyên Á.

- Ngoài ra, các hành lang Đông Tây: Hành lang du lịch Điện Biên - Sơn La - Hòa Bình - Hà Nội, theo quốc lộ 6 (AH13), cửa khẩu Tây Trang sang Lào; Hành lang du lịch Cầu Treo - TP. Hà Tĩnh và các tỉnh Bắc Trung Bộ, theo quốc lộ 8, cửa khẩu Cầu Treo sang Lào; Hành lang du lịch Bờ Y - Pleiku - Quy Nhơn theo quốc lộ 40 và 19, cửa khẩu Bờ Y (Ngã ba Đông Dương); Hành lang du lịch Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng, theo tuyến cao tốc Châu Đốc - An Giang - Sóc Trăng hoặc quốc lộ 91C, cửa khẩu Châu Đốc sang Campuchia; Hành lang du lịch Hà Tiên - Rạch Giá - Cà Mau, theo quốc lộ 80, quốc lộ 63, cửa khẩu Hà Tiên sang Campuchia. Các hành lang này đã được định hướng trong không gian các vùng.

4.4.4. Các hành lang du lịch có ý nghĩa nội vùng;

- Lào Cai - Yên Bái - Phú Thọ (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây)
- Lạng Sơn - Bắc Giang (thuộc hệ thống hành lang Bắc - Nam phía đông)
- Hà Nội - Hòa Bình - Sơn La - Điện Biên (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây).
- Các vành đai du lịch: Vành đai du lịch biên giới theo các quốc lộ 4 A,D,C,D; Vành đai du lịch trung tâm vùng theo tuyến quốc lộ 279;
- Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây).
- Ven biển vịnh Bắc Bộ (dải ven biển từ Quảng Ninh đến Cà Mau).
- Bắc Ninh - Hà Nội - Hà Nam - Ninh Bình (thuộc hệ thống hành lang Bắc - Nam phía đông).
- Hà Nội (Nội Bài) - Hải Dương - Quảng Ninh (Hạ Long - Móng Cái).
- Hành lang theo quốc lộ 8 (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây);
- Hành lang theo quốc lộ 9 (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây);
- Hành lang quốc lộ 19 (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây)

- Hành lang du lịch theo quốc lộ 22 và quốc lộ 51 gắn với hành lang kinh tế Mộc Bài - TP. Hồ Chí Minh - Vũng Tàu (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây).

- Hành lang du lịch ven biển phía Tây theo quốc lộ 80, 63 và kết nối quốc lộ 1A kết nối các tỉnh ven biển ở cực Tây Nam của quốc gia gắn với vùng vịnh Thái Lan (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây).

- Hành lang du lịch theo quốc lộ 91 và 91C kết nối 4 tỉnh An Giang, Cần Thơ, Hậu Giang và Sóc Trăng, có vị trí nằm ở trung tâm vùng Đồng bằng sông Cửu Long (thuộc hệ thống hành lang Đông - Tây).

4.5. Hệ thống các Khu DLQG

4.5.1. Xác định vị trí, vai trò của Khu DLQG

Xác định các địa điểm, khu vực có tiềm năng phát triển thành các Khu DLQG trong tương lai, có ý nghĩa rất quan trọng:

- Hình thành các địa điểm, khu vực có tiềm năng, có quy mô đủ lớn để việc đầu tư hệ thống cơ sở vật chất và dịch vụ có tính khả thi;

- Việc hình thành các Khu DLQG gồm rất nhiều các thành phần (điểm đến, tài nguyên, cơ sở vật chất, dịch vụ du lịch...) phải tạo thành các chuỗi sản phẩm mang lại giá trị tổng thể lớn hơn so với tổng các giá trị từ các thành phần tạo thành;

- Góp phần đa dạng hóa sản phẩm, xây dựng các định hướng/chiến lược quảng bá tập trung, hướng đến các phân khúc thị trường khác nhau. Tạo điều kiện xây dựng thương hiệu tốt hơn.

- Cung cấp những ưu đãi tốt hơn cho phát triển du lịch từ các nguồn lực của quốc gia.

Một trong những yếu tố quan trọng nhất trong việc quy hoạch không gian du lịch chính là việc thông qua việc phát triển các sản phẩm du lịch là sự tích hợp, liên kết của tổng thể các điểm đến/tài nguyên, cơ sở vật chất... trong Khu DLQG và liên kết với các Khu DLQG khác.

4.5.2. Phương án phát triển Khu DLQG

Xác định các Khu DLQG là những động lực về du lịch cần được mở rộng phát triển theo chiều rộng tại các Vùng du lịch theo nguyên tắc:

- Duy trì và nâng cao chất lượng các Khu DLQG đã được công nhận;

- Rà soát danh mục các địa điểm tiềm năng hiện hữu để loại bỏ các khu không có khả năng phát triển thành Khu DLQG;

- Tiếp tục hoàn thiện đầu tư để công nhận thêm các khu trong danh sách của QHTT 2013;

- Bổ sung thêm một số khu vực có tiềm năng, từ các cơ sở:

+ Nghiên cứu khảo sát thực địa trong quá trình lập Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam;

+ Đề xuất của địa phương trong các phương án đề xuất quy hoạch tỉnh và trong văn bản đề xuất các tỉnh đưa vào Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam;

+ Nguyên tắc xác định các địa điểm tiềm năng đưa vào danh mục phát triển các Khu DLQG dựa trên hệ thống chấm điểm từ các tiêu chí:

Stt	Tiêu chí
	TỔNG ĐIỂM
1	Tiềm năng và tài nguyên du lịch
	<i>Tài nguyên du lịch có giá trị lớn</i>
	<i>Khả năng khai thác du lịch của tài nguyên, ưu tiên các tài nguyên hướng đến khai thác khách du lịch quốc tế.</i>
2	Quỹ đất phát triển
	(Quỹ đất/không gian để đầu tư xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng (HTKT và Cơ sở vật chất kỹ thuật) không tính những khu vực nằm trong các khu vực hạn chế/ bảo tồn)
3	Kết nối đô thị và giao thông
	<i>Kết nối với các đô thị/trung tâm kinh tế lớn</i>
	<i>Kết nối với hệ thống giao thông quốc gia</i>
4	Điều kiện phát triển du lịch của địa phương
	<i>Số lượng khách hiện tại của tỉnh</i>
	<i>Vị trí và vai trò của du lịch trong chính sách phát triển du lịch của địa phương</i>
	<i>Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh theo công bố của quốc gia</i>
5	Tầm ảnh hưởng và khả năng đáp ứng thị trường
	<i>Có khả năng làm thay đổi cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại</i>
	<i>Nằm trong các khu vực động lực du lịch</i>
	<i>Có khả năng tác động tích cực cho các đối tượng yếu thế (người dân tộc thiểu số, phụ nữ nghèo, người khuyết tật, ...)</i>
	<i>Khả năng bảo tồn và phát huy giá trị sinh thái, cảnh quan, môi trường và văn hóa truyền thống</i>
	<i>Có khả năng xây dựng được các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của 1 trong các các thị trường quốc tế truyền thống (top 10 thị trường quốc tế chiếm tỷ trọng lớn nhất trong 3 năm gần nhất)</i>

(Chi tiết cụ thể các tiêu chí và điểm xác định tại Phụ lục đính kèm)

4.5.3. Đề xuất phát triển hệ thống các Khu DLQG theo các Vùng du lịch

Trên cơ sở:

- Nghiên cứu khảo sát thực địa trong quá trình lập Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam;

- Đề xuất của địa phương trong các phương án đề xuất quy hoạch tỉnh và trong văn bản đề xuất các tỉnh đưa vào Quy hoạch hệ thống du lịch Việt Nam;

Đề xuất phát triển hệ thống các Khu DLQG như sau:

Vùng	Khu DLQG đã được công nhận	Địa điểm theo QHTT 2013 và QHTT PTDL Vùng	Địa điểm đề xuất bổ sung	Cộng địa điểm
A	B	C	D	E = C+D

Vùng	Khu DLQG đã được công nhận	Địa điểm theo QHTT 2013 và QHTT PTDL Vùng	Địa điểm đề xuất bổ sung	Cộng địa điểm
Trung du Miền núi phía Bắc	02	11	05	16
Đồng bằng Sông Hồng	02	08	05	13
Bắc Trung bộ và Duyên hải Miền trung	01	12	06	18
Tây nguyên	01	04	01	05
Đông Nam bộ		04	03	07
Đồng bằng Sông Cửu Long	01	04	02	06
TỔNG CỘNG	7	43	22	65

a) Vùng Trung du và miền núi phía Bắc (Trung du miền núi Bắc Bộ)

16 địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG, trong đó:

- Hiện trạng: 13 địa điểm tiềm năng trong đó có 02 Khu DLQG đã được công nhận (theo QHTT 2013), do đó còn 11 khu vực tiềm năng.

- Phương án: Đề xuất thêm 05 khu vực tiềm năng

+ Khu vực lòng hồ Thủy điện Sơn La (Sơn La);

+ Khu vực hồ Na Hang - Lâm Bình (Tuyên Quang);

+ Khu vực Mù Cang Chải (Yên Bái);

+ Khu vực cao nguyên Bắc Hà (Lào Cai);

+ Khu vực Công viên địa chất Lạng Sơn (Lạng Sơn);

Bên cạnh đó khu vực thác Bản Giốc mở rộng gắn với Công viên địa chất Non nước Cao Bằng (Cao Bằng).

b) Vùng Đồng bằng sông Hồng:

13 địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG:

- Hiện trạng 9 khu theo QHTT 2013 có 1 khu được đề xuất tách, nâng tổng số lên 10 khu và có 2 khu đã được công nhận, do đó còn lại 08 khu vực tiềm năng (*tách khu vực Hạ Long - Cát Bà thành 2 khu vực Hạ Long và Cát Bà*).

- Phương án: Đề xuất thêm 05 khu vực tiềm năng

+ Khu vực Yên Tử (Quảng Ninh, Hải Dương, Bắc Giang)

+ Khu vực Hương Sơn - Quan Sơn (Hà Nội)

+ Khu vực Kênh Gà - Vân Trình (Ninh Bình).

+ Hồ Đại Lải (Vĩnh Phúc)

+ Núi Dạm – Nam Sơn (Bắc Ninh)

Bên cạnh đó khu vực Làng văn hóa các dân tộc Việt Nam (Hà Nội) mở rộng và đổi tên thành Đồng Mô.

c) Vùng Bắc Trung bộ và Duyên hải Nam trung bộ:

18 địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG:

- Hiện trạng 13 khu theo QHTT 2013 có 1 khu đã được công nhận, do đó còn lại 12 khu vực tiềm năng.

- Phương án: Đề xuất thêm 06 khu vực tiềm năng

+ Khu vực Hải Tiến - Sầm Sơn (Thanh Hóa);

+ Khu vực Cửa Lò – Diễn Châu (Nghệ An);

+ Khu vực Nhật Lệ (Quảng Bình);

+ Khu vực Cửa Việt - Cửa Tùng - Cồn Cỏ (Quảng Trị);

+ Khu vực Lý Sơn (Quảng Ngãi);

+ Khu vực Bắc vịnh Vân Phong (Khánh Hòa).

Ngoài ra mở rộng khu vực Cù lao Chàm thành Hội An - Cù Lao Chàm.

d) Vùng Tây Nguyên

05 địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG:

- Hiện trạng 05 khu theo QHTT 2013 có 1 khu đã được công nhận, do đó còn lại 4 khu vực tiềm năng.

- Phương án: Đề xuất thêm 01 khu vực tiềm năng

+ Khu vực Công viên địa chất toàn cầu Đắk Nông (Đắk Nông);

e) Vùng Đông Nam Bộ

07 địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG:

- Hiện trạng 04 khu theo QHTT 2013.

- Phương án: Đề xuất thêm 03 khu vực tiềm năng

+ Khu vực hồ Trị An (Đồng Nai);

+ Khu vực Bà Rá - Thác Mơ (Bình Phước);

+ Khu vực Hồ Tràm - Bình Châu (Bà Rịa - Vũng Tàu);

f) Vùng Đồng bằng sông Cửu Long

05 địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu DLQG:

- Hiện trạng 05 khu theo QHTT 2013 có 1 khu đã được công nhận, có 01 khu được đề xuất đưa ra khỏi danh mục (khu du lịch Happy Land); khu vực Tràm Chim - Láng Sen được đề xuất mới theo Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến 2020. *Như vậy có 04 khu vực tiềm năng, 01 khu đã được công nhận.*

- Phương án: Đề xuất thêm 01 khu vực tiềm năng

+ Khu vực Hà Tiên;

+ Khu vực Lung Ngọc Hoàng;

4.6. Các khu du lịch quốc gia trọng điểm

4.6.1. Căn cứ lựa chọn

Căn cứ để lựa chọn định hướng phát triển các khu du lịch quốc gia trọng điểm được dựa trên các tiêu chí sau:

- Nằm trong danh mục hệ thống khu du lịch quốc gia được định hướng phát triển theo không gian vùng du lịch;
- Tài nguyên du lịch thực sự hấp dẫn: Gắn với di sản thiên nhiên, văn hóa thế giới, khu dự trữ sinh quyển, di tích cấp quốc gia đặc biệt, VQG có đa dạng sinh học cao hoặc đã được vinh danh là khu vực cảnh quan hấp dẫn...;
- Hội tụ đầy đủ các điều kiện để phát triển du lịch mang tính lan tỏa, thúc đẩy phát triển du lịch ra khu vực xung quanh;
- Ngành du lịch ở đó đã thực sự được phát triển, có vai trò quan trọng đối với ngành du lịch quốc gia cũng như KT-XH địa phương (có khu du lịch quốc gia);

4.6.2. Định hướng phát triển

Dựa vào những tiêu chí lựa chọn nêu trên, trong giai đoạn phát triển từ nay đến năm 2030, tầm nhìn 2045 ngành Du lịch Việt Nam định hướng phát triển 07 khu du lịch quốc gia trọng điểm sau:

1) Khu DLQG Sa Pa, tỉnh Lào Cai thuộc vùng Trung du và miền núi phía Bắc và khu vực động lực phát triển du lịch Lào Cai - Hà Giang - Cao Bằng. Tính chất: Nghỉ dưỡng núi kết hợp du lịch sinh thái, VCGT thể thao, khám phá; du lịch văn hóa cộng đồng, lễ hội tâm linh. Diện tích vùng lõi tập trung phát triển Khu DLQG là 1.500 ha. Bao gồm: Đô thị du lịch Sa Pa; Bản Khoang - Tả Giàng Phình (thuộc xã Bản Khoang và Tả Giàng Phình); Tả Phìn (thuộc xã Tả Phìn); Tả Van - Sáo Mý Tỷ (thuộc xã Tả Van) và Thanh Kim (thuộc xã Thanh Kim). Phát triển khu du lịch Sa Pa không những thúc đẩy, lôi kéo và lan tỏa phát triển du lịch đối với khu vực động lực Lào Cai - Hà Giang - Cao Bằng mà còn đối với các tỉnh vùng núi phía Bắc.

2) Khu DLQG Vân Đồn, tỉnh Quảng Ninh thuộc vùng Đồng bằng sông Hồng và khu vực động lực phát triển du lịch Hà Nội - Ninh Bình - Hải Phòng - Quảng Ninh. Tính chất: Tham quan, trải nghiệm cảnh quan vịnh, đảo kết hợp với nghỉ mát, tắm biển, VCGT và du lịch sinh thái. Giới hạn không gian: Bao gồm dải ven biển TP. Cẩm Phả, vịnh Bái Tử Long và các đảo của huyện Vân Đồn; Điểm vệt tinh là huyện đảo Cô Tô.

3) Khu DLQG Tràng An, tỉnh Ninh Bình thuộc vùng Đồng bằng sông Hồng và khu vực động lực phát triển du lịch Hà Nội - Ninh Bình - Hải Phòng - Quảng Ninh. Tính chất: Tham quan, trải nghiệm cảnh quan thiên nhiên, nghiên cứu tìm hiểu sinh thái kết hợp các giá trị văn hóa lịch sử Cố đô. Quy mô Khu DLQG: 12.252 ha; Vùng lõi Tràng An có diện tích hơn 6.172 ha, chủ yếu thuộc 2 xã Trường Yên và Ninh Hải (huyện Hoa Lư): Trung tâm cố đô Hoa Lư: 314 ha; Khu Tam Cốc - Bích Động: 350 ha; Khu sinh thái Tràng An: 2.133 ha; Rừng đặc dụng Hoa Lư: 3.375 ha.

4) Khu DLQG Phong Nha - Kẻ Bàng, tỉnh Quảng Bình thuộc vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung. Tính chất: Khu du lịch sinh thái hang động và cảnh quan vùng Bắc Trường Sơn. Khu DLQG Phong Nha - Kẻ Bàng thuộc địa bàn các xã Xuân Trạch, Phúc Trạch, Sơn Trạch, Hưng Trạch, Thượng Trạch và Tân Trạch thuộc huyện Bố Trạch, tỉnh Quảng Bình. Diện tích khu vực tập trung phát triển Khu du lịch là 2.500 ha.

5) Khu DLQG Hội An - Cù Lao Chàm, tỉnh Quảng Nam thuộc vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung và khu vực động lực phát triển du lịch Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam. Tính chất: Khu du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái biển, đảo kết hợp tham quan phố cổ Hội An. Quy mô khu du lịch: Bao gồm địa giới hành chính các phường Cẩm An, Cửa Đại thuộc khu ven ven biển TP. Hội An và xã đảo Tân Hiệp (đảo Cù Lao Chàm).

6) Khu DLQG Bắc vịnh Vân Phong, tỉnh Khánh Hòa thuộc vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung và khu vực động lực phát triển du lịch Khánh Hòa - Lâm Đồng - Ninh Thuận. Tính chất: Khu du lịch biển, nghỉ mát chất lượng cao; VCGT cao cấp, trung tâm dịch vụ văn hóa, thương mại, hội thảo, du lịch vùng, quốc gia và quốc tế. Diện tích khoảng 4.000 ha, trong không gian của Khu kinh tế vịnh Vân Phong.

7) Khu DLQG Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang thuộc vùng Đồng bằng sông Cửu Long và khu vực động lực phát triển du lịch Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau. Tính chất: Trung tâm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, VCGT đẳng cấp quốc gia và quốc tế. Quy mô: Lấy theo ranh giới TP. Phú Quốc. bao gồm đảo lớn Phú Quốc và các đảo nhỏ, diện tích khoảng 58.923 ha.

4.7. Định hướng phát triển không gian du lịch biển

4.7.1. Căn cứ định hướng

Tổ chức không gian du lịch biển Việt Nam giai đoạn 2021-2030 và tầm nhìn đến năm 2045 được dựa trên các căn cứ sau:

- Kết quả đánh giá hệ thống tài nguyên du lịch Việt Nam, đặc biệt đối với các tỉnh có biển;
- Điều kiện cơ sở hạ tầng vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch dọc hành lang ven biển;
- Định hướng phát triển vùng du lịch giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045;
- Tổ chức không gian biển của quy hoạch tổng thể quốc gia và quy hoạch không gian biển Việt Nam giai đoạn 2021-2030 và tầm nhìn đến năm 2050

4.7.2. Định hướng phát triển

4.7.2.1. Định hướng chung

Bố trí không gian du lịch biển quốc gia trên bình diện thống nhất, không chia cắt bởi ranh giới hành chính, bảo đảm khai thác có hiệu quả cao các tài nguyên du lịch biển, đảo và ven biển;

Tập trung xây dựng và nhân rộng các mô hình khu du lịch biển quốc gia, cấp tỉnh gắn với hình thành phát triển hệ thống đô thị dịch vụ ven biển và phát triển các khu vực động lực phát triển du lịch ven biển.

Đẩy mạnh phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, vật chất kỹ thuật du lịch biển trong đó chú trọng tuyến giao thông đường bộ ven biển, các các biển chuyên dụng cho du lịch.

Phát triển các không gian du lịch biển dựa trên lợi thế về điều kiện tự nhiên, hài hoà giữa bảo tồn và phát triển, phát huy tối đa lợi thế so sánh về điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý, bản sắc văn hoá, tính đa dạng của hệ sinh thái, bảo đảm tính liên kết vùng.

Bảo vệ môi trường, bảo tồn, phát triển bền vững đa dạng sinh học biển; chủ động ứng phó với BĐKH, nước biển dâng và phòng, chống thiên tai.

4.7.2.2. Định hướng cụ thể

Phát triển không gian biển theo 04 vùng gắn với các vùng du lịch Việt Nam:

- Không gian du lịch biển và ven biển phía Bắc (Quảng Ninh - Ninh Bình);
- Không gian du lịch biển và ven biển Bắc Trung Bộ, Duyên hải Nam Trung Bộ (Thanh Hoá - Bình Thuận);
- Không gian du lịch biển và ven biển Đông Nam Bộ (Bà Rịa - Vũng Tàu - TP. Hồ Chí Minh);
- Không gian du lịch biển và ven biển Tây Nam Bộ (Tiền Giang - Cà Mau - Kiên Giang);

a) Không gian du lịch biển và ven biển phía Bắc:

* *Giới hạn phạm vi không gian*: Không gian du lịch biển này bao gồm không gian biển thuộc các tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng (Quảng Ninh, Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định và Ninh Bình). Đường bờ biển dài khoảng 513km.

Không gian du lịch biển này gắn với không gian kinh tế biển phía Bắc và vành đai kinh tế vịnh Bắc Bộ.

* *Tổ chức không gian du lịch*:

- Phát triển theo 02 không gian:

+ Không gian biển Hải Phòng - Quảng Ninh: Định hướng phát triển thành khu vực động lực phát du lịch biển; Quảng Ninh trở thành trung tâm du lịch quốc gia kết nối với các trung tâm du lịch quốc tế lớn của khu vực và thế giới.

+ Không gian biển Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình phát triển du lịch sinh thái biển hỗ trợ cho du lịch khu vực trung tâm vùng ĐBSH.

- Phát triển các khu du lịch quốc gia: Trà Cổ, Hạ Long - Bái Trữ Long-Vân Đồn (Quảng Ninh); Cát Bà - Đồ Sơn (Hải Phòng); Tràng An (Ninh Bình) và các khu du lịch cấp tỉnh ven biển theo các địa phương.

- Phát triển các trung tâm đô thị dịch vụ du lịch biển: TP. Móng Cái, TP. Cẩm Phả, TP. Hạ Long, TP. Hải Phòng, TP. Thái Bình, TP. Nam Định, TP. Ninh Bình. Trong đó Hạ Long và Hải Phòng là trung tâm của không gian du lịch biển.

- Phát triển hệ thống cảng tàu du lịch tại Hạ Long, Móng Cái, Cẩm Phả, Hải Phòng...để kết nối du lịch biển quốc gia và quốc tế.

b) Không gian du lịch biển và ven biển Bắc Trung Bộ, Duyên hải Nam Trung Bộ

* *Giới hạn phạm vi không gian*: Bao gồm không gian biển các tỉnh Bắc Trung Bộ và Duyên hải Nam Trung Bộ: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, TP. Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận và Bình Thuận. Đường bờ biển dài 1.920 km.

Không gian du lịch này gắn liền với không gian du lịch vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung; không gian biển Bắc Trung Bộ, Duyên hải Trung Bộ của quốc gia; không gian khu kinh tế trọng điểm miền Trung và các hành lang Đông - Tây.

Với đường bờ biển dài, không gian du lịch biển này giữ vị trí quan trọng nhất về du lịch biển quốc gia.

* *Tổ chức không gian du lịch*:

- Phát triển theo 02 không gian:

+ Không gian du lịch biển Bắc Trung Bộ: Từ Thanh Hóa đến Thừa Thiên - Huế.

Xây dựng khu vực ven biển ba tỉnh Thanh Hóa - Nghệ An - Hà Tĩnh- Quảng Bình trở thành trọng điểm phát triển du lịch biển của Bắc Trung Bộ; Thừa Thiên Huế khu vực động lực phát triển du lịch trong vùng

+ Không gian du lịch biển Duyên hải Nam Trung Bộ: Từ Đà Nẵng đến Bình Thuận.

Xây dựng khu vực ven biển Duyên hải Nam Trung Bộ thành trọng điểm du lịch biển, đảo của quốc gia. Trong đó Đà Nẵng - Quảng Nam và Khánh Hòa - Ninh Thuận là các khu vực động lực phát triển du lịch.

- Tập trung phát triển các Khu DLQG: Sầm Sơn-Hải Tiến (Thanh Hóa); Kim Liên, Vinh – Diễn Châu (Nghệ An); Thiên Cầm (Hà Tĩnh); Phong Nha-Kẻ Bàng, Nhật Lệ (Quảng Bình); Cửa Tùng-Cửa Việt (Quảng Trị); Lang Cô-Cảnh Dương (Thừa Thiên-Huế); Sơn Trà, Bà Nà (Đà Nẵng); Hội An-Cù Lao Chàm (Quảng Nam); Mỹ Khê, Lý Sơn (Quảng Ngãi); Phương Mai (Bình Định); Xuân

Đài (Phú Yên); Bắc Vân Phong, Bắc Cam Ranh (Khánh Hòa); Ninh Chữ (Ninh Thuận); Phan Thiết-Mũi Né (Bình Thuận);

- Đẩy mạnh phát triển các khu du lịch cấp tỉnh, các điểm du lịch gắn với tài nguyên biển, đảo để tăng cường thu hút khách du lịch cho các địa phương trong không gian biển.

- Tập trung nguồn lực đầu tư hạ tầng giao thông tại các cụm du lịch, khu vực động lực phát triển du lịch đã được định hướng phát triển theo các vùng du lịch;

- Phát triển các trung tâm đô thị dịch vụ du lịch biển: TP. Thanh Hóa, TP. Sầm Sơn, TP. Vinh, TX. Cửa Lò, TP. Hà Tĩnh, TP. Đồng Hới, TP. Đông Hà, TP. Huế, TP. Đà Nẵng, TP. Hội An, TP. Tam Kỳ, TP. Quảng Ngãi, TP. Quy Nhơn, TP. Tuy Hòa, TP. Nha Trang, TP. Phan Rang, TP. Phan Thiết và một số đô thị ven biển khác. Trong đó, TP. Vinh, TP. Huế, TP. Đà Nẵng, TP. Quy Nhơn, TP. Nha Trang là các trung tâm du lịch biển của không gian.

- Phát triển các cảng biển gắn với du lịch: Nghi Sơn, Cửa Lò, Vũng Áng, Hòn La, Cửa Việt, Chân Mây, Tiên Sa, Hội An, Sa Kỳ, Vũng Rô, Quy Nhơn, Vân Phong, Nha Trang, Cam Ranh, Vĩnh Hy, Phan Thiết.

c) Không gian du lịch biển và ven biển Đông Nam Bộ:

- * Giới hạn phạm vi không gian: Không gian du lịch biển Đông Nam Bộ gồm không gian biển của TP. Hồ Chí Minh và tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu. Đường bờ biển dài khoảng 89km.

Không gian biển Đông Nam Bộ có vị trí quan trọng là cửa ngõ ra biển Đông của TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh vùng Đông Nam Bộ, gắn liền với vùng KTTĐ phía Nam và hành lang du lịch Xuyên Á.

* *Tổ chức không gian du lịch:*

- Xây dựng khu vực ven biển Đông Nam Bộ thành trọng điểm du lịch biển, đảo vùng. Trong đó Bà Rịa - Vũng Tàu là các khu vực động lực phát triển du lịch biển.

- Tập trung nguồn lực đầu tư hạ tầng giao thông tại các cụm du lịch, khu vực động lực phát triển du lịch đã được định hướng phát triển theo các vùng du lịch;

- Tập trung phát triển các Khu DLQG Cần Giờ, Long Hải - Phước Hải, Côn Đảo, Hồ Tràm - Bình Châu.

- Đẩy mạnh phát triển các khu du lịch cấp tỉnh, các điểm du lịch gắn với tài nguyên biển, đảo để tăng cường thu hút khách du lịch cho các địa phương trong không gian biển và vùng.

- Phát triển các trung tâm đô thị dịch vụ du lịch biển: TP. Vũng Tàu.

- Nâng cấp hệ thống cảng du lịch tại TP. Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, Côn Đảo để tạo kết nối hành lang du lịch biển vùng và liên vùng.

d) Không gian du lịch biển và ven biển Tây Nam Bộ:

* *Giới hạn phạm vi không gian*: Bao gồm không gian biển của các tỉnh: Tiền Giang, Bến Tre, Trà Vinh, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau và Kiên Giang thuộc vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Chiều dài bờ biển gần 740 km. Đây là không gian biển lớn với biển Đông ở phía Đông và vịnh Thái Lan ở phía Tây.

* *Tổ chức không gian du lịch*:

- Định hướng phát triển theo 02 không gian:

+ Không gian du lịch biển phía Tây: Du lịch biển, đảo cao cấp; Kiên Giang-Cà Mau là khu vực động lực phát triển du lịch (gắn với Cần Thơ);

+ Không gian du lịch biển phía Đông; Du lịch biển, kết hợp hệ sinh thái ven bờ và du lịch sinh thái sông nước miệt vườn...

- Phát triển các Khu DLQG: Thới Sơn (Tiền Giang), Mũi Cà Mau (Cà Mau), Hà Tiên, Phú Quốc (Kiên Giang). Trong đó, Phú Quốc thành Khu du lịch quốc gia trọng điểm; trung tâm dịch vụ, du lịch sinh thái biển mạnh mang tầm quốc tế.

- Đẩy mạnh phát triển các khu du lịch cấp tỉnh, các điểm du lịch gắn với tài nguyên biển, đảo để tăng cường thu hút khách du lịch cho các địa phương trong không gian biển.

- Tập trung nguồn lực đầu tư hạ tầng giao thông tại các cụm du lịch, khu vực động lực phát triển du lịch đã được định hướng phát triển theo các vùng du lịch;

- Phát triển các trung tâm đô thị dịch vụ du lịch biển: TP. Mỹ Tho, TP. Bến Tre, TP. Trà Vinh, TP. Sóc Trăng, TP. Bạc Liêu, TP. Cà Mau, TP. Rạch Giá, TP. Phú Quốc.

- Mở rộng, nâng cấp hệ thống cảng du lịch tại Trần Đề, Cà Mau, Rạch Giá, Phú Quốc để tạo kết nối hành lang du lịch biển vùng và liên vùng.

4.8. Định hướng sử dụng đất du lịch

4.8.1. Nguyên tắc xác định:

- Dựa trên dự báo quy mô khách du lịch của từng vùng theo kỳ quy hoạch:

Quy mô khách lưu trú được tính toán theo công thức:

$$(\text{Số lượt khách}) \times (\text{Số ngày lưu trú trung bình})$$

$$\text{Số khách lưu trú/ngày} = \frac{\text{Số lượt khách} \times (\text{Số ngày lưu trú trung bình})}{\text{Số ngày hoạt động trong năm}}$$

$$(365 \text{ ngày} \times \text{hệ số hoạt động trong năm})$$

TT	Danh mục	Số khách lưu trú/ năm (1000 khách)		Số khách trung bình ngày (1000 khách)	
		Năm 2030	Năm 2045	Năm 2030	Năm 2045
1	Vùng Trung du và miền núi	94.050	225.000	258	616

TT	Danh mục	Số khách lưu trú/ năm (1000 khách)		Số khách trung bình ngày (1000 khách)	
		Năm 2030	Năm 2045	Năm 2030	Năm 2045
	phía Bắc				
2	Vùng Đồng bằng sông Hồng	205.000	423.000	562	1.159
3	Vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải Miền Trung	237.200	518.000	650	1.419
4	Vùng Tây Nguyên	41.100	99.000	113	271
5	Vùng Đông Nam Bộ	169.400	349.800	464	958
6	Vùng Đồng bằng sông Cửu Long	94.250	220.200	258	603
	Tổng	841.000	1.835.000	2.304	5.027

- Các chỉ tiêu, nhu cầu sử dụng đất được xác định dựa theo Tiêu chuẩn TCVN 7801:2008 Quy hoạch phát triển khu du lịch - Tiêu chuẩn thiết kế. Trong đó:

+ Tỷ lệ (%) các loại đất trong khu du lịch.

TT	Khu chức năng	Vị trí khu du lịch, %		
		Vùng núi cao	Vùng trung du	Vùng đồng bằng, ven biển
1	Khu đón tiếp và điều hành	2 - 3	3 - 5	6 - 8
2	Khu lưu trú	5 - 7	8 - 10	15 - 20
3	Khu VCGT gắn với tài nguyên du lịch	15 - 18	20 - 25	25 - 30
4	Khu cây xanh công viên, cảnh quan	55 - 60	45 - 50	25 - 30
5	Khu phụ trợ	1	1	1
6	Đất giao thông chính (liên hệ các khu chức năng)	1,5-2	3-4	5-8
7	Khu dự trữ phát triển	10	10	10
	Tổng cộng	100	100	100

+ Nhu cầu diện tích đất xây dựng khu lưu trú.

TT	Khu chức năng	Đơn vị tính (m ² /khách)	Tỷ lệ chiếm đất (%)
1	Đất xây dựng nhà nghỉ	50 - 60	50
2	Đất thể thao VCGT, công trình dịch vụ	15 - 20	15 - 20
3	Đất cây xanh	20 - 25	20 - 25
4	Đường	10 - 12	10
	Tổng cộng	100 - 120	100

Dựa theo bảng chỉ tiêu trên, có thể xác định chỉ tiêu đất (tối thiểu) dành cho phát triển du lịch khoảng 600 - 1.200m²/ khách du lịch lưu trú (những nơi có

điều kiện quỹ đất hạn chế lấy mức thấp nhất), trong đó có các thành phần cụ thể sau:

- Đất dành cho các CSLT du lịch: 100m²/ khách du lịch.
- Đất dành cho các cơ sở VCGT: 200 - 300m²/khách du lịch.
- Đất dành cho các cơ sở dịch vụ, phụ trợ: 100 - 200m²/ khách du lịch.

4.8.2. Dự báo nhu cầu sử dụng đất phát triển du lịch:

TT	Vùng	Đất phát triển du lịch (ha)		
		Năm 2022	Năm 2030	Năm 2045
1	Vùng Trung du và miền núi phía Bắc	6.947	25.767	61.644
2	Vùng Đồng bằng sông Hồng	20.562	40.438	69.534
3	Vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải Miền Trung	21.341	46.790	85.151
4	Vùng Tây Nguyên	4.661	13.512	32.548
5	Vùng Đông Nam Bộ	6.705	33.416	57.501
6	Vùng Đồng bằng sông Cửu Long	4.112	18.592	36.197
	Tổng	64.328	178.516	342.575

Nhu cầu diện tích đất dành cho phát triển du lịch (kể cả diện tích phát triển du lịch trong các Khu DLQG) đến năm 2030 tăng khoảng 114.000ha so với thời điểm năm 2022.

4.8.3. Tổng hợp nhu cầu đất phát triển du lịch của các Khu DLQG/địa điểm tiềm năng phát triển thành khu du lịch quốc gia đến năm 2030:

TT	Vùng	Số khu/ địa điểm	Diện tích tự nhiên (ha)	Diện tích vùng lõi/khu vực phát triển Khu DLQG (ha)
1	Vùng Trung du và miền núi phía Bắc	18	1.640.492	38.345
2	Vùng Đồng bằng sông Hồng	15	308.312	30.390
3	Vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải Nam Trung bộ	19	132.797	17.543
4	Vùng Tây Nguyên	6	741.805	9.500
5	Vùng Đông Nam Bộ	7	56.785	9.470
6	Vùng Đồng bằng sông Cửu Long	7	126.647	12.737
	Tổng diện tích tự nhiên	72	3.006.837	117.985

Ghi chú: Số liệu diện tích được tổng hợp trên cơ sở các số liệu diện tích đã được xác định tại các Quyết định phê duyệt quy hoạch.

4.8.4. Tổng hợp nhu cầu đất phát triển du lịch của các khu vực động lực đến năm 2030:

- Khu vực Lào Cai - Hà Giang: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 5.000ha.

- Khu vực Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 20.200ha.

- Khu vực Ninh Bình - Thanh Hóa - Nghệ An: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 8.800ha.

- Khu vực Quảng Bình - Quảng Trị - Thừa Thiên - Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 16.900ha.

- Khu vực Lâm Đồng - Khánh Hòa - Ninh Thuận - Bình Thuận: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 15.800ha.

- Khu vực Thành phố Hồ Chí Minh - Bà Rịa - Vũng Tàu: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 14.800ha.

- Khu vực Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau: Diện tích đất dành cho phát triển du lịch khoảng 8.800ha.

5. Đầu tư phát triển du lịch

5.1. Tổng nhu cầu đầu tư và cơ cấu nguồn vốn đầu tư

Đầu tư phát triển nhằm tạo đủ điều kiện cần thiết để thực hiện mục tiêu *Phát triển Du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển KT-XH; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và quốc tế.*

Tổng nhu cầu đầu tư phát triển của toàn ngành du lịch Việt Nam ước cần 4.344,4 nghìn tỷ VND, tương đương với khoảng 190,5 tỷ USD (theo giá 1 USD = 22.800 DVN). Trong đó:

- Nguồn vốn từ NSNN ước chiếm khoảng 10% (tương đương khoảng 434,5 nghìn tỷ đồng), bao gồm cả vốn ODA;

- Nguồn vốn từ khu vực tư nhân ước chiếm khoảng 90% (tương đương khoảng 3.910 nghìn tỷ đồng), bao gồm cả vốn FDI.

Nhu cầu đầu tư trên đây không bao gồm đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng ngoài xã hội (tức hệ thống giao thông, cấp điện, cấp thoát nước, v.v... đến các khu, điểm du lịch; các công trình phúc lợi xã hội như công viên, bảo tàng, nhà hát, các cơ sở thể thao... nằm ngoài ranh giới các khu du lịch)

Cơ cấu các nguồn vốn đầu tư phát triển hệ thống du lịch Việt Nam giai đoạn 2022-2030

TT	Nguồn vốn	Đơn vị tính: Nghìn tỷ đồng	
		Kịch bản chọn	
		2022-2025	2026- 2030
1	Vốn từ ngân sách (TW và địa phương) đầu tư cho CSHT du lịch, đào tạo, quảng bá, bảo vệ môi trường, nghiên cứu tiền khai... (10%)	143,740	290,700
2	Vốn tích lũy của các doanh nghiệp du lịch để tái	287,480	581,400

TT	Nguồn vốn	Kịch bản chọn	
	đầu tư (20%)		
3	Vốn vay ngân hàng và các nguồn khác (15%)	215,610	436,050
4	Vốn tư nhân (15%)	215,610	436,050
5	Vốn liên doanh trong nước (30%)	431,220	872,100
6	Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI hoặc liên doanh với nước ngoài (10%)	143,740	290,700
Tổng cộng 100%		1.437,400	2.907,000

Nguồn: Dự báo của chuyên gia Liên danh tư vấn.

Nhà nước tập trung đầu tư hoặc hỗ trợ đầu tư cho các hạng mục kết cấu hạ tầng trong các khu, điểm du lịch; xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu; phát triển nguồn nhân lực; bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch và nghiên cứu ứng dụng công nghệ. Trong 10% vốn huy động từ ngân sách, chia theo lĩnh vực như sau:

- Hỗ trợ phát triển hạ tầng khung tại các khu du lịch (chủ yếu là hệ thống giao thông): Khoảng 8%;

- Hỗ trợ xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu; phát triển nguồn nhân lực: Khoảng 1%;

- Hỗ trợ công tác bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch và nghiên cứu, triển khai ứng dụng công nghệ: Khoảng 1%.

Nhà nước chỉ hỗ trợ một phần trong nguồn vốn đầu tư thuộc lĩnh vực xúc tiến quảng bá và phát triển thương hiệu ở tầm quốc gia và cấp vùng. Phát triển sản phẩm mới cũng được Nhà nước quan tâm hỗ trợ đầu tư. Các lĩnh vực đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực và nghiên cứu triển khai, Nhà nước cũng chỉ cơ bản hỗ trợ còn lại phần lớn phát huy vai trò chủ động của khu vực tư nhân và nguồn lực xã hội hóa. Tuy nhiên, việc bảo tồn, giữ gìn tài nguyên môi trường sẽ do Nhà nước tập trung nguồn lực để đầu tư trong đó có các nguồn ODA tài trợ không hoàn lại.

Khu vực tư nhân là nguồn lực chính tập trung đầu tư cho phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật, phát triển sản phẩm, xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu và các công trình hạ tầng chức năng thuộc các khu, điểm du lịch.

5.2. Các lĩnh vực ưu tiên đầu tư

Theo quan điểm đầu tư tập trung có trọng tâm, trọng điểm, ngành du lịch Việt Nam từ nay đến năm 2030 xác định các lĩnh vực then chốt để tập trung đầu tư, bao gồm:

Bảng 1: Cơ cấu vốn đầu tư phát triển du lịch theo lĩnh vực (2022 - 2030)

Đơn vị: Nghìn tỷ VND			
Lĩnh vực đầu tư	Tỷ trọng	2022-2025	2026 - 2030
Tổng mức đầu tư	100%	1.437,400	2.907,000
Đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch (Hạ tầng khung trong các khu du lịch)	28%	402,5	814,0

Lĩnh vực đầu tư	Tỷ trọng	2022-2025	2026 - 2030
Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển sản phẩm du lịch (Chủ yếu trong các khu, điểm du lịch)	35%	503,1	1.017,5
Đầu tư xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch	15%	215,6	436,0
Đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch	7%	100,6	203,5
Đầu tư nghiên cứu, triển khai (R&D) trong lĩnh vực du lịch	7%	100,6	203,5
Đầu tư bảo tồn phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch	6%	86,2	174,4
Đầu tư vào các lĩnh vực khác	2%	28,7	58,1

Nguồn: Dự báo của chuyên gia Liên danh tư vấn & Dự thảo Hợp phần phương án phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 thuộc Quy hoạch tổng thể quốc gia

5.2.1. Phát triển đồng bộ hệ thống hạ tầng và vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch

a) Đối với hệ thống hạ tầng kết nối các khu, điểm du lịch:

- Hệ thống giao thông: Dành nguồn lực thích hợp từ NSNN đầu tư phát triển hạ tầng giao thông quốc gia (đường bộ, đường không, đường thủy và đường sắt), nhất là tại các khu vực động lực phát triển du lịch, các Khu DLQG trọng điểm để nâng cao khả năng kết nối giao thông tới các khu, điểm du lịch, kiểm soát chất lượng dịch vụ và đảm bảo an toàn giao thông cho khách du lịch.

- HTKT khác như cấp, thoát nước, xử lý chất thải, cung cấp điện... tại các đô thị, các khu vực động lực phát triển du lịch được tập trung đầu tư góp phần tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch;

- Đầu tư nâng cấp phát triển hệ thống hạ tầng xã hội về văn hóa, thể thao, y tế, giáo dục (bảo tàng, nhà hát, nhà thi đấu, sân vận động, cơ sở VCGT, cơ sở khám chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe, cơ sở đào tạo...) đặc biệt tại các đô thị có tiềm năng phát triển du lịch vừa đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa xã hội của người dân, vừa tạo thành cơ sở vật chất để phát triển du lịch (du lịch MICE, du lịch đô thị...)

- Hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin được đầu tư để đảm bảo đáp ứng nhu cầu chuyển đổi số trong ngành du lịch hướng đến hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh.

b) Đối với hệ thống hạ tầng trong các khu, điểm du lịch:

Dành nguồn lực thích hợp từ NSNN hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng giao thông, trong các khu du lịch tiềm năng được định hướng phát triển thành Khu DLQG để tạo sự đồng bộ, thống nhất trong và ngoài khu du lịch và làm tiền đề huy động các nguồn vốn khác phát triển hoàn thiện cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch (Khoảng 8% tổng nhu cầu đầu tư cho phát triển hệ thống du lịch quốc gia đã được dự báo ở trên).

c) Đối với hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch:

Đi đôi với phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng cần tăng cường thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch. Khuyến khích các nhà đầu tư chiến lược đầu tư hình thành các khu dịch vụ du lịch phức hợp, dự án dịch vụ du lịch quy mô lớn, các trung tâm mua sắm, giải trí chất lượng cao tại các địa bàn trọng điểm.

Thực hiện xã hội hóa toàn diện để huy động nguồn lực trong dân phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

5.2.2. Đầu tư phát triển sản phẩm du lịch và xây dựng thương hiệu du lịch quốc gia

- Nhà nước tập trung đầu tư phát triển hệ thống thương hiệu du lịch Việt Nam, trong đó coi trọng thương hiệu du lịch quốc gia và các thương hiệu du lịch quan trọng có ý nghĩa quyết định đến hình ảnh du lịch Việt Nam;

- Đầu tư phát triển hệ thống sản phẩm du lịch đồng bộ, đa dạng; ưu tiên các sản phẩm du lịch mới, độc đáo, đặc sắc theo vùng, miền và dựa trên bản sắc văn hóa Việt Nam và thế mạnh về sinh thái, văn hóa các vùng miền. Đầu tư thích đáng vào phát triển mạnh các loại hình du lịch biển; du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch giải trí, nghỉ dưỡng cao cấp.

- Đầu tư phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch gắn với các loại hình du lịch tạo sự đồng bộ, hiện đại, tiện nghi trong các khu du lịch, điểm du lịch. Tập trung đầu tư hệ thống cơ sở dịch vụ lưu trú, ăn uống, giải trí đạt chuẩn quốc tế và khu vực, trong đó coi trọng cơ sở dịch vụ giải trí cao cấp, giải trí tổng hợp mang lại hiệu quả giá trị gia tăng cao, mang tầm quốc tế và có sức cạnh tranh cao.

5.2.3. Đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch

- Đầu tư chiều sâu với trọng tâm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò then chốt, vì vậy từ nay đến năm 2030 du lịch Việt Nam cần xem đây là một trong những hướng để ưu tiên đầu tư.

- Nhà nước đầu tư và tạo điều kiện xã hội hoá trong đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch, tăng cường đầu tư cho cơ sở đào tạo du lịch, xây dựng các chuẩn kỹ năng và đào tạo theo chuẩn trình độ, nâng cao chất lượng giáo viên, đầu tư cho đào tạo nhân lực bậc cao, nhân lực quản lý.

- Ưu tiên đầu tư phát triển nhân lực du lịch vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc thiểu số để từng bước tăng cường năng lực tham gia của cộng đồng dân cư địa phương cho phát triển du lịch.

5.2.4. Đầu tư cho công tác xúc tiến quảng bá

- Đầu tư tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam tại nước ngoài dưới nhiều hình thức: tham gia các sự kiện quốc tế về du lịch đặc biệt là gia tăng tần suất tham gia các hội chợ du lịch quốc tế thường niên ở nước ngoài, tập trung vào các thị trường mục tiêu: Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản; Trung Quốc... bên cạnh việc sử dụng các sự kiện quốc tế khác để xúc tiến du lịch Việt

Nam như các triển lãm thương mại quốc tế, lễ hội, sự kiện văn hóa, thể thao... để giới thiệu về điểm đến Việt Nam;

- Đầu tư tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch liên vùng, liên địa phương ở trong nước thông qua: Tăng cường tổ chức các sự kiện, chương trình, chiến dịch du lịch lớn, các sự kiện chính trị, ngoại giao, văn hóa, thể thao; Tổ chức hội nghị, hội thảo chuyên đề về xúc tiến, quảng bá du lịch nhằm tăng cường sự liên kết giữa các vùng, miền, địa phương trong nước; Tổ chức các chương trình khảo sát, hội thảo, lấy ý kiến chuyên gia, doanh nghiệp du lịch, khách du lịch phục vụ phát triển thị trường và sản phẩm du lịch;

- Tuyên truyền, quảng bá du lịch trên các phương tiện truyền thông như báo, tạp chí, hệ thống biển tấm lớn... tại các khu du lịch, điểm du lịch, cửa khẩu quốc tế, tại một số sân ga có lưu lượng khách du lịch lớn, các nút giao thông chính trong các thành phố lớn.

- Đầu tư phát triển marketing điện tử phục vụ xúc tiến, quảng bá du lịch: Hỗ trợ xây dựng và duy trì cổng thông tin quảng bá và giao dịch điện tử trong lĩnh vực du lịch; Xây dựng cơ sở dữ liệu, phát triển các ứng dụng cho thiết bị di động thông minh; Quảng bá du lịch trên các trang mạng xã hội và các ứng dụng tìm kiếm.

- Đầu tư tổ chức sản xuất ấn phẩm, vật phẩm phục vụ xúc tiến, quảng bá du lịch như ấn phẩm điện tử, sản phẩm lưu niệm; các chương trình quảng cáo, phim ngắn... với chất lượng và ngôn ngữ phù hợp. Xây dựng, phát triển, truyền thông thương hiệu du lịch Việt Nam.

5.2.5. Đầu tư phát triển tài nguyên và bảo vệ môi trường du lịch

- Đầu tư tôn tạo tài nguyên du lịch tự nhiên, bảo tồn, phát huy giá trị danh lam thắng cảnh phục vụ phát triển du lịch; Đẩy mạnh thực hiện trồng cây xanh cải thiện cảnh quan, bảo vệ môi trường; Mở rộng phát triển sản xuất nông nghiệp phục vụ cho phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn; đầu tư điều tra, đánh giá, phân loại tài nguyên du lịch và hình thành hệ thống cơ sở dữ liệu về tài nguyên du lịch.

- Đầu tư bảo tồn, tôn tạo, nâng cấp các di tích, di sản văn hóa để phát huy giá trị khai thác phục vụ du lịch hiệu quả; quy hoạch phục hồi những công trình kiến trúc có giá trị, phát triển các bảo tàng và các công trình văn hoá lớn phục vụ tham quan du lịch.

- Khôi phục nghề thủ công truyền thống của các dân tộc như nghề dệt thổ cẩm, nghề làm gốm, nghề nhuộm chàm... của người Thái, hỗ trợ phát triển mẫu mã sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách du lịch và liên kết tiêu thụ sản phẩm.

- Đầu tư vào việc bảo vệ môi trường du lịch, giữ gìn cảnh quan, vệ sinh, trật tự và văn minh du lịch tại các khu, điểm du lịch; đầu tư tăng cường năng lực của các cơ sở dịch vụ du lịch thích ứng với BĐKH; năng lực phát triển du lịch xanh...

- Tăng cường phối hợp với các Bộ, Ngành Trung ương và địa phương liên quan trong việc lồng ghép các chương trình dự án đầu tư bảo vệ, tôn tạo di tích, môi trường đặc biệt là các dự án phát triển làng nghề, trồng rừng, nuôi trồng thủy hải sản...

5.3. Các khu vực tập trung đầu tư

5.3.1. Đầu tư các dự án tại các khu vực động lực phát triển du lịch

- Tập trung nguồn lực đầu tư phát triển hệ thống du lịch tại các khu vực động lực phát triển du lịch đã được xác định: Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh; Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam; Khánh Hòa - Lâm Đồng - Ninh Thuận; TP. Hồ Chí Minh - Bà Rịa Vũng Tàu - Bình Thuận; Cần Thơ - Kiên Giang - Cà Mau và Lào Cai - Hà Giang;

- Nhà nước đầu tư đồng bộ hệ thống cơ sở hạ tầng, đặc biệt là hệ thống giao thông tạo sự kết nối thuận lợi giữa các khu, điểm du lịch thuộc khu vực động lực và hỗ trợ phát triển hạ tầng khung trong các khu du lịch được định hướng phát triển thành Khu DLQG thuộc các khu vực động lực phát triển du lịch trên.

- Tăng cường huy động các nguồn lực từ lĩnh vực tư nhân đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, sản phẩm du lịch tại các khu vực động lực phát triển du lịch để lôi kéo, lan tỏa phát triển du lịch cho toàn vùng và quốc gia cũng như thúc đẩy sự phát triển kinh tế cho các địa phương thuộc khu vực động lực phát triển du lịch.

5.3.2. Đầu tư tại các khu du lịch được định hướng phát triển thành Khu DLQG và khu, điểm du lịch khác

- Đối với khu, điểm quy hoạch là Khu DLQG sẽ tập trung đầu tư vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đảm bảo đồng bộ, hiện đại, tiện nghi có tầm cỡ quốc gia đủ sức cạnh tranh quốc tế, đồng thời đầu tư phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, quảng bá, xúc tiến và phát triển thương hiệu cho Khu DLQG

- Vốn đầu tư vào phát triển các Khu DLQG được huy động từ nhiều nguồn khác nhau. Trong đó, vốn ngân sách Trung ương được ưu tiên hỗ trợ đầu tư hạ tầng khung (chủ yếu là giao thông) tại các Khu DLQG. Nguồn ngân sách địa phương ưu tiên hỗ trợ đầu tư hạ tầng giao thông ở các khu du lịch địa phương và điểm du lịch.

- Trong hệ thống các khu vực tiềm năng được định hướng phát triển thành Khu DLQG cần thiết ưu tiên đầu tư hình thành, phát triển các khu du lịch trọng điểm của quốc gia, của vùng và của địa phương. Các khu du lịch được xác định trọng điểm sẽ là các dự án được ưu tiên đầu tư để tạo điều kiện thu hút đầu tư vào cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở dịch vụ du lịch trong các khu du lịch tạo thành các khu du lịch đủ mạnh làm điểm nhấn cho hệ thống du lịch quốc gia.

- Tại các khu vực vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới, hải đảo...nơi có tiềm năng phát triển du lịch nhưng khả năng tiếp cận điểm đến còn nhiều khó khăn, nhà nước cần đầu tư phát triển hệ thống giao thông để tạo điều kiện tiếp cận tốt

hơn cho khách du lịch.

5.4. Phân kỳ đầu tư và các dự án ưu tiên đầu tư

5.4.1. Phân kỳ đầu tư:

- Giai đoạn 2022-2025: Được định hướng là giai đoạn đầu để phục hồi ngành du lịch sau đại dịch với mục tiêu đến năm 2025 ngành du lịch Việt Nam đạt được các chỉ tiêu phát triển tương đương năm 2019. Tổng nhu cầu đầu tư cho giai đoạn khoảng 1.145,6 nghìn tỷ VND (tương đương 50,2 tỷ USD).

- Giai đoạn 2026-2030: Là giai đoạn tập trung đầu tư phát triển để ngành du lịch Việt Nam đạt được mục tiêu trở thành ngành kế mũi nhọn. Tổng nhu cầu đầu tư được dự báo khoảng 3.198,8 nghìn tỷ VND (tương đương 152 tỷ USD).

5.4.2. Các chương trình ưu tiên đầu tư đầu tư:

Tập trung vào các chương trình lớn theo lĩnh vực sau:

- Chương trình đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật;
- Chương trình đầu tư phát triển hệ thống sản phẩm du lịch;
- Chương trình đầu tư xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch;
- Chương trình đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch;
- Chương trình đầu tư bảo tồn tài nguyên, bảo vệ môi trường;
- Chương trình đầu tư nghiên cứu, triển khai (R&D);

5.4.3. Các chương trình, dự án ưu tiên đầu tư cụ thể:

a) Xây dựng đề án, chương trình, kế hoạch:

Tiếp tục triển khai thực hiện có hiệu quả các chiến lược, chương trình, đề án, kế hoạch đã được TTCP & Bộ VHTTDL phê duyệt:

- Về phát triển du lịch:

+ Chương trình hành động quốc gia về du lịch giai đoạn 2013 - 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 321/QĐ-TTg, ngày 18/02/2013.

+ Chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2016 - 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1861/QĐ-TTg, ngày 23/11/2017.

+ Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 147/QĐ-TTg, ngày 22/01/2020.

+ Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 922/QĐ-TTg, ngày 02/8/2022.

+ Chương trình hành động phát triển du lịch giai đoạn 2021 - 2025 đã được Bộ VHTT&DL phê duyệt tại Quyết định số 2292/QĐ-BVHTTDL ngày 13/8/2021.

- Về bảo tồn phát huy giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc thiểu số gắn với phát triển du lịch:

+ Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030, giai đoạn 1 từ 2021 - 2025.

+ Chương trình hành động thực hiện Chiến lược công tác dân tộc đến năm 2020 được TTCP phê duyệt tại Quyết định số 2356/QĐ-TTg ngày 04/12/2013.

+ Đề án "Bảo tồn, phát triển văn hóa các dân tộc thiểu số Việt Nam đến năm 2020" được TTCP phê duyệt tại Quyết định số 1270/QĐ-TTg ngày 27/7/2011.

+ Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030, giai đoạn 1 từ 2021 - 2025 được TTCP phê duyệt tại Quyết định số 1719/QĐ-TTg ngày 14/10/2021.

+ Kế hoạch triển khai Nghị quyết số 120/2020/QH14 ngày 19/6/2020 của Quốc hội về phê duyệt chủ trương đầu tư Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030 được TTCP phê duyệt tại Quyết định số 1409/QĐ-TTg ngày 15/9/2020.

+ Dự án số 6 "Bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của các dân tộc thiểu số gắn với phát triển du lịch" thuộc Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế-xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030, giai đoạn 1 từ 2021 - 2025.

- Xây dựng các dự án về phát triển nguồn nhân lực, kế hoạch hành động gắn với các chiến lược, chương trình, đề án, kế hoạch của quốc gia:

+ Xây dựng, triển khai Chương trình điều tra, đánh giá tổng thể nguồn nhân lực du lịch Việt Nam và Đề án phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao của Việt Nam đến năm 2025 gắn với Chương trình “Đào tạo, đào tạo lại nâng cao kỹ năng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư” đã được TTCP phê duyệt tại Quyết định số 1446/QĐ-TTg, ngày 30/8/2021.

+ Xây dựng dự án chuyển đổi số ngành du lịch gắn với Chương trình “Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” đã được TTCP phê duyệt tại Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020.

+ Xây dựng Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh trong lĩnh vực du lịch giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

- Triển khai các nhiệm vụ trọng tâm đã được xác định trong Chương trình hành động phát triển du lịch giai đoạn 2021 - 2025 đã được Bộ VHTT&DL phê duyệt tại Quyết định số 2292/QĐ-BVHTTDL ngày 13/8/2021.

+ Thể chế hóa quan điểm, chủ trương của Đảng về phát triển du lịch trong Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng bằng các quy hoạch, kế hoạch, chính sách,...

+ Ứng dụng khoa học và công nghệ hiện đại, công nghệ số trong ngành du lịch bằng các đề án, dự án phát triển du lịch thông minh, mô hình quản lý điểm đến du lịch thông minh; ứng dụng công nghệ hiện đại ,...

+ Tập trung đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch

+ Phát triển sản phẩm du lịch và quản lý chất lượng dịch vụ du lịch

+ Đề xuất ban hành và triển khai kịp thời các giải pháp về cơ chế, chính sách tài chính, tín dụng Hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi, phát triển trong bối cảnh tác động của đại dịch

+ Xây dựng Chiến lược marketing du lịch Việt Nam đến năm 2030; triển khai các chiến dịch xúc tiến, quảng bá du lịch tại các thị trường trọng điểm phù hợp với xu hướng mới của thị trường.

b) Lập, thẩm định, phê duyệt các đề án Quy hoạch chung xây dựng/Điều chỉnh Quy hoạch chung xây dựng các khu du lịch quốc gia:

Với tổng số 67 khu & địa điểm tiềm năng phát triển thành Khu du lịch quốc gia, đã có 25 khu, địa điểm được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển, trong đó có 8 khu được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch chung xây dựng để làm cơ sở lập các quy hoạch phân khu & chi tiết tiếp theo; ngoài ra còn có 04 khu đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch chung xây dựng.

Theo tinh thần của Luật Quy hoạch, sau khi Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 & các quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh được phê duyệt; để có công cụ quản lý, thu hút đầu tư xây dựng & phát triển các khu du lịch/ địa điểm tiềm năng trở thành khu du lịch quốc gia, UBND các tỉnh cần phối hợp với Tổng cục du lịch triển khai các đề án Quy hoạch chung xây dựng/ Điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng Khu du lịch quốc gia theo danh mục được duyệt.

Tổng kinh phí cho việc lập các đề án Quy hoạch chung ước tính khoảng 400 tỷ đồng (theo Thông tư số 20/2019/TT-BXD ngày 31/12/2019 của Bộ Xây dựng hướng dẫn xác định, quản lý chi phí quy hoạch xây dựng & quy hoạch đô thị; mục 3, phụ lục số 1, Quy hoạch xây dựng khu chức năng).

- Lập đề án Điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng cho 12 khu/ địa điểm tiềm năng trở thành khu du lịch Quốc gia.

- Lập đề án Quy hoạch chung xây dựng cho 55 khu/ địa điểm tiềm năng trở thành khu du lịch Quốc gia.

c) Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch

Đề xuất Chính phủ ưu tiên nguồn lực đầu tư, chú trọng đầu tư: Phát triển hạ tầng giao thông kết nối của một số khu du lịch quốc gia tại các khu vực động lực phát triển du lịch; phát triển hệ thống hạ tầng kết nối giữa các vùng và hạ tầng của một số vùng khó khăn như miền núi phía Bắc, miền Trung - Tây Nguyên, đồng bằng sông Cửu Long, tạo thuận lợi cho phát triển du lịch.

Các tỉnh/thành phố nằm trong khu vực động lực phát triển du lịch có khu du lịch quốc gia chủ động đề xuất, bố trí nguồn lực đầu tư, đáp ứng yêu cầu phát triển khu du lịch quốc gia.

6. Tổ chức, phát triển hệ thống doanh nghiệp du lịch

Đẩy mạnh phát triển hệ thống doanh nghiệp du lịch bằng các cơ chế, chính sách phù hợp nhằm phát huy tối đa nội lực, tận dụng thời cơ, dư địa để chủ động thu hút và đáp ứng tốt nhu cầu của khách du lịch, nhanh chóng khẳng định vị thế của hệ thống doanh nghiệp du lịch Việt Nam có năng lực cạnh tranh quốc tế và đưa du lịch phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

6.1. Định hướng hoạt động kinh doanh lữ hành

- Giai đoạn đến 2025: tập trung khôi phục hoạt động, tăng cường liên doanh, liên kết mở rộng mạng lưới doanh nghiệp lữ hành quốc tế tại các địa phương có tiềm năng thu hút khách quốc tế; Đẩy mạnh kết nối với các thị trường mới có tiềm lực, tiềm năng như Mỹ, Nam Mỹ, Ấn Độ, Trung Đông...; Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, công nghệ AI trong du lịch.

- Giai đoạn 2026-2030: hình thành các hiệp hội, câu lạc bộ theo thị trường, phân khúc sản phẩm... để điều phối, tăng cường giá trị gia tăng của chuỗi dịch vụ và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp; bảo đảm cung cấp đầy đủ, đúng chất lượng cam kết các dịch vụ lữ hành cho khách du lịch.

6.2. Định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú

- Giai đoạn đến 2025: Tập trung đẩy mạnh đào tạo nhân lực đáp ứng yêu cầu phục hồi hoạt động; Đẩy mạnh liên kết để chủ động nguồn khách; các chuỗi khách sạn thương hiệu Việt, đẩy mạnh giá trị thương hiệu và mở rộng thị phần; Ứng dụng tiêu chuẩn dịch vụ và đào tạo nhân lực hội nhập quốc tế.

- Giai đoạn 2026-2030: đáp ứng tốt, đúng yêu cầu về chất lượng cho khách du lịch; hệ thống khách sạn thương hiệu Việt khẳng định được giá trị thương hiệu trong chuỗi liên kết quốc tế cung cấp dịch vụ du lịch tại Việt Nam; nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu chuẩn hóa trong hội nhập quốc tế.

6.3. Định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ hỗ trợ

- Giai đoạn đến 2025: Đẩy mạnh liên kết để tăng cường đa dạng, thị trường; Ứng dụng công nghệ mới, hiện đại để tăng tính hấp dẫn, nét riêng biệt của dịch vụ phục vụ khách du lịch tại từng điểm đến du lịch.

- Giai đoạn 2026-2030: đáp ứng yêu cầu của lượng khách du lịch ngày càng tăng, ngày càng đa dạng thị trường trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch; có nhiều sản phẩm dịch vụ đặc trưng mang bản sắc Việt Nam, đặc trưng văn hóa bản địa của từng điểm đến du lịch, chất lượng dịch vụ ngày càng cao, ứng dụng công nghệ hiện đại và chứa nhiều hàm lượng giá trị gia tăng.

7. Định hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch

- Định hướng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch:

+ Đào tạo theo định hướng nghề nghiệp và phù hợp nhu cầu xã hội, tăng cường các nội dung ứng dụng, thực tế và cập nhật kiến thức, rèn luyện các kỹ năng đảm bảo sau khi ra trường có thể làm việc được ngay tại các doanh nghiệp/công ty du lịch ở trong nước và có thể cả các công ty ngoài nước.

+ Áp dụng mô hình đào tạo theo hệ thống tín chỉ, đảm bảo tính liên thông với các cấp đào tạo và các trường đại học trong nước và thế giới. Áp dụng phương pháp giảng dạy tiên tiến, nguồn học liệu mở, tạo môi trường tự nghiên cứu và lấy người học làm trung tâm.

+ Học viên tốt nghiệp phải được cấp bằng do cơ sở đào tạo cấp; do cơ sở đào tạo nước ngoài và cơ sở đào tạo trong nước đồng cấp, hoặc do cơ sở đào tạo nước ngoài cấp theo các chương trình liên kết. Việc cấp bằng tốt nghiệp và chứng chỉ được thực hiện theo các quy định của Bộ GD&ĐT. Đảm bảo học viên đào tạo ra đáp ứng chuẩn đầu ra được xây dựng và ban hành.

+ Đào tạo bổ sung, ngắn hạn, ...:

. Tổ chức đào tạo bổ sung kết hợp với đào tạo mới nhân lực du lịch đảm bảo yêu cầu bổ sung đủ số lượng nhân lực đáp ứng nhu cầu phục hồi và phát triển du lịch trong cả nước.

. Chú trọng đào tạo bổ sung kiến thức, kỹ năng mới liên quan đến kinh tế thị trường, thích ứng đối với thay đổi sau đại dịch covid-19 và sự thay đổi dưới tác động của CMCN 4.0.

. Xây dựng chương trình đào tạo, nội dung đào tạo, giáo trình/tài liệu phù hợp cho từng đối tượng. Nghiên cứu mở rộng hình thức đào tạo, kể cả đào tạo trực tuyến, để phù hợp với các đối tượng khác nhau.

. Đối với đào tạo cộng đồng: Chú trọng các nội dung liên quan đến hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về du lịch; nâng cao nhận thức về vai trò của du lịch trong nền kinh tế. Nội dung này cần được tiến hành thường xuyên.

- Định hướng phát triển hệ thống các cơ sở đào tạo du lịch:

+ Đối với các cơ sở đào tạo thuộc Bộ VHTTDL: Đầu tư về mọi mặt. Đẩy mạnh hoạt động của 3 trường cao đẳng nghề du lịch chất lượng cao tại Hải Phòng, Thừa Thiên - Huế và Bà Rịa - Vũng Tàu. Nâng cấp Trường cao đẳng Du lịch Hà Nội lên đại học. Nghiên cứu thành lập trường nghề hoặc bộ phận đào tạo du lịch ở các trường nghề tại vùng Tây Nguyên, Tây Bắc. Đảm bảo quy mô đào tạo khoảng 6.500-7.500 học viên/năm với chất lượng đầu ra đảm bảo theo Tiêu chuẩn kỹ năng nghề/tiêu chuẩn năng lực của lao động nghề quốc gia. Phát triển loại hình đào tạo trực tuyến.

+ Đối với các cơ sở khác: Nâng cao năng lực; Khuyến khích các địa phương tự đào tạo lao động nghề du lịch. Khuyến khích mở các cơ sở đào tạo du lịch ở các doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo ngoài công lập và các cơ sở có vốn đầu tư của nước ngoài. Tiếp tục đẩy mạnh đa dạng hoá các loại hình đào tạo du lịch.

8. Định hướng bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch

8.1. Định hướng bảo vệ môi trường:

8.1.1. Định hướng bảo vệ môi trường tự nhiên:

- Hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp quy về quản lý tài nguyên môi trường; xây dựng và ban hành tiêu chuẩn ngành về thiết kế và xây dựng các công trình du lịch phù hợp với cảnh quan, môi trường.

- Tăng cường biện pháp quản lý trong xây dựng, phát triển và kinh doanh du lịch; chú trọng xử lý nước thải, chất thải ở các CSLT, các điểm du lịch, khu du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các công nghệ thân thiện môi trường. Áp dụng chế độ xử phạt rõ ràng với doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường.

- Đa dạng hóa phương thức quản lý tài nguyên môi trường hướng tới phát triển bền vững.

- Nghiên cứu xác định mức chịu tải của các khu du lịch. Thiết lập được các tiêu chuẩn cho các chỉ số giới hạn cho các thay đổi có thể chấp nhận được. Nghiên cứu các kỹ thuật duy trì, phục hồi và bảo vệ các tài nguyên du lịch.

- Xây dựng mạng lưới giám sát quan trắc, đánh giá tài nguyên. Thực hiện đánh giá thường xuyên về số lượng, chất lượng tài nguyên dựa trên sự giám sát tài nguyên để có được những dự báo về sự biến đổi tài nguyên nhằm đưa ra các giải pháp kịp thời.

- Xây dựng kế hoạch và bảo tồn hệ thống tài nguyên du lịch trên địa bàn cả nước, từng vùng và từng địa phương.

8.1.2. Định hướng bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch nhân văn:

- Nâng cao ý thức của người dân về ý nghĩa của việc bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch văn hoá thông qua các chương trình giáo dục môi trường, tìm hiểu về cội nguồn và các tuyến truyền mang tính xã hội sâu rộng.

- Tăng cường phát triển và đổi mới hoạt động bảo tàng; bảo quản, tu bổ, phục hồi di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh; thực thi các chính sách về bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa gắn kết với phát triển du lịch.

- Phát triển các làng nghề thủ công - mỹ nghệ gắn với phát triển du lịch..

8.2. Định hướng ứng phó với BĐKH:

8.2.1. Nâng cao nhận thức về tác động của BĐKH:

- Nâng cao nhận thức xã hội về tác động của BĐKH đối với hoạt động phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch biển.

- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch phối hợp với Bộ Tài nguyên và Môi trường và các cơ quan truyền thông quốc gia xây dựng chương trình truyền thông chuyên biệt về BĐKH và tác động của BĐKH đối với hoạt động du lịch để phổ biến liên tục và rộng rãi trong xã hội.

- Thường xuyên tổ chức hội thảo khoa học, các lớp tập huấn cho từng đối tượng cụ thể về BĐKH và tác động của BĐKH đối với hoạt động du lịch.

- Xây dựng phim tài liệu tuyên truyền về tác động của BĐKH đối với hoạt động phát triển du lịch.

8.2.2. Tăng cường khả năng thích ứng với BĐKH trong lĩnh vực du lịch:

- Hoàn thành nhiệm vụ “Xây dựng kế hoạch ứng phó với BĐKH trong lĩnh vực du lịch” trong khuôn khổ Chương trình mục tiêu quốc gia về ứng phó với BĐKH; tiến tới thực hiện, lồng ghép các phương án thích ứng với BĐKH trong các quy hoạch cấp vùng và địa phương. Điều chỉnh quy hoạch và các mục tiêu phát triển phù hợp với mức độ tác động của BĐKH đối với hoạt động du lịch ở từng khu vực lãnh thổ cụ thể.

- Việc xây dựng hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở những khu vực được dự báo sẽ chịu ảnh hưởng mạnh của BĐKH theo kịch bản do Bộ Tài nguyên và Môi trường công bố cần được tính toán kỹ lưỡng để hạn chế tới mức thấp nhất tác động của BĐKH, đặc biệt ở vùng ven biển, đảo.

- Đối với hoạt động lữ hành ở những khu vực chịu tác động mạnh của BĐKH, cần xây dựng các phương án ứng phó trong trường hợp chương trình du lịch đang thực hiện bị ảnh hưởng mạnh bởi tác động bất thường của các hiện tượng thời tiết cực đoan.

8.2.3. Tăng cường năng lực giảm nhẹ tác động tiêu cực của BĐKH trong lĩnh vực du lịch:

- Khuyến khích phát triển du lịch sinh thái và các loại hình du lịch thân thiện với môi trường phù hợp với lý luận và thực tiễn.

- Khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng góp phần tích cực vào nỗ lực giảm nhẹ tác động của BĐKH đến phát triển KT-XH và du lịch.

- Khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo: năng lượng mặt trời, năng lượng gió, năng lượng sóng - thủy triều thông qua các hoạt động xếp hạng “thân thiện với môi trường”, phát triển tiêu chuẩn “Nhân sinh thái” cho các cơ sở dịch vụ du lịch, trong đó tiêu chí sử dụng năng lượng thay thế sẽ được xem là một trong những tiêu chí quan trọng hàng đầu.

- Khuyến khích các doanh nghiệp triển khai áp dụng mô hình “3R”, có chính sách ưu đãi tín dụng, hỗ trợ từ ngân sách hoặc giảm thuế cho các doanh nghiệp đặc ký sử dụng mô hình “3R”, coi đây là tiêu chí xếp hạng “thân thiện với môi trường” với tiêu chuẩn “Nhân sinh thái”.

- Tăng cường quản lý hoạt động du lịch theo “sức chứa” nhằm hạn chế tác động của hoạt động du lịch đến tài nguyên, môi trường tự nhiên.

PHẦN III.

GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH HỆ THỐNG

DU LỊCH THỜI KỲ 2021-2030, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2045

1. Giải pháp về cơ chế, chính sách

1.1. Cơ chế, chính sách đầu tư phát triển du lịch

Hoàn thiện hệ thống cơ chế chính sách để tạo điều kiện cho du lịch phát triển như: Chính sách đất đai, thuế, thu hút đầu tư, ... Cụ thể là:

- Tạo cơ chế thông thoáng, đơn giản hóa các thủ tục hành chính và phát triển các dịch vụ hỗ trợ đầu tư về đầu tư phát triển du lịch; Có chính sách và cơ chế thích hợp thu hút các thành phần kinh tế, các nhà đầu tư lớn trong nước, cộng đồng doanh nghiệp là người Việt Nam ở nước ngoài tham gia đầu tư phát triển du lịch; ưu tiên cho các dự án đầu tư hình thành các khu du lịch, cụm du lịch đồng bộ, chất lượng, có quy mô, đẳng cấp quốc tế;

- Xây dựng chính sách ưu đãi đầu tư đặc biệt đối với các khu du lịch mới, còn nhiều khó khăn về điều kiện hạ tầng nhưng được xác định là Khu DLQG, có tiềm năng to lớn để phát triển du lịch; ưu đãi đầu tư vào những vùng sâu, vùng xa nhưng có tiềm năng phát triển mạnh, đặc biệt đầu tư vào khai thác văn hóa bản địa cho phát triển du lịch cộng đồng.

- Áp dụng biện pháp ưu đãi (về thuế, lệ phí, tiền sử dụng đất, cho vay vốn...) đối với các dự án, lĩnh vực ngành nghề thuộc danh mục các dự án trọng điểm ưu tiên đầu tư đã được xác định trong quy hoạch.

- Ưu tiên nguồn vốn từ NSNN ở trung ương và địa phương đầu tư phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch tại các khu vực đã được định hướng là Khu DLQG, đặc biệt tại các khu vực động lực phát triển du lịch.

- Ưu tiên đầu tư phát triển hệ thống phương tiện giao thông công cộng kết nối các trung tâm đô thị, nhà ga, bến cảng với các khu du lịch, điểm du lịch; khuyến khích phát triển đa dạng phương tiện chuyên chở khách du lịch như tàu thủy du lịch cao cấp, tàu hỏa du lịch 5 sao, “air taxi”, xe buýt đường sông,... đáp ứng nhu cầu đi lại và trải nghiệm của khách du lịch.

- Kiến nghị Bộ VHTTDL đề xuất Quốc hội sửa đổi các Luật liên quan đến du lịch, đồng thời phối hợp với các Bộ liên quan trong sửa đổi, dự thảo chi tiết các điều luật liên quan đến du lịch, gồm:

- + Luật Đất đai: Bổ sung các nội dung quy định về đất du lịch làm cơ sở cho quản lý và khai thác phát triển du lịch.

- + Luật Đầu tư: Các dự án phát triển khu, điểm, cơ sở vật chất ngành du lịch (khách sạn, resort, ...) được đưa vào Luật đầu tư, được hưởng các chính sách phù hợp với quy mô vốn đầu tư và quy mô diện tích.

1.2. Cơ chế, chính sách về thuế

- Vận dụng quy định ưu tiên cao nhất trong các quy định hiện hành về ưu đãi đầu tư đối với các dự án du lịch: (1) đầu tư vào các khu vực có tài nguyên nhưng chưa được khai thác phát triển, đầu tư phát triển các loại hình du lịch và các hình thức kinh doanh du lịch mới có khả năng làm tăng thời gian lưu trú của khách, tăng khả năng tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch; (2) Các dự án ưu tiên đã được xác định trong quy hoạch tại các vùng trọng điểm phát triển du lịch, Khu DLQG.

- Xác định các trang thiết bị khách sạn, cơ sở VCGT, phương tiện vận chuyển khách chuyên dụng... là tư liệu sản xuất được hưởng ưu tiên thuế nhập khẩu; khuyến khích nhập khẩu dây truyền công nghệ và các thiết bị sản xuất năng lượng thay thế; công nghệ tiết kiệm năng lượng, nước; tái sử dụng chất thải trong hoạt động du lịch.

- Có chế độ hợp lý về thuế, đặc biệt đối với thuế thuê đất đối với những không gian cảnh quan mở rộng; về giá điện, nước trong kinh doanh khách sạn. Miễn giảm thuế đối với ngành sản xuất hàng lưu niệm cho khách và cho phép kinh doanh du lịch quốc tế được hưởng các chế độ ưu đãi, khuyến khích của các ngành hàng xuất khẩu.

- Rà soát, điều chỉnh phương pháp tính thuế, các loại phí, lệ phí, các hình thức thu liên quan đến du lịch; áp dụng thống nhất chính sách một giá.

1.3. Cơ chế, chính sách về thị trường

- Hỗ trợ từ ngân sách đối với các hoạt động nghiên cứu thị trường để có căn cứ cho hoạch định chính sách ngắn hạn và dài hạn.

- Đẩy mạnh nghiên cứu đề xuất chính sách phát triển du lịch, trong đó quan tâm nghiên cứu chính sách phù hợp đối với du lịch ra nước ngoài.

- Hoàn thiện cơ chế, chính sách về dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng... tạo môi trường thuận lợi nhất đối với khách du lịch quốc tế khi vào Việt Nam.

- Thông qua chính sách và cơ chế phù hợp với giá cả và các điều kiện kèm theo để khai thác tốt thị trường lớn khách du lịch nội địa tại các trung tâm đô thị và tiến tới ở các vùng nông thôn.

- Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tham gia các hệ thống đặt chỗ và phân phối quốc tế và khu vực; tham gia các mô hình kinh tế chia sẻ. Hình thành các hình thức phân phối hiệu quả và có tính hợp tác hơn trong nước. Kết hợp mạng lưới phân phối với các ngành liên quan để cùng kết hợp thu hút và tiếp cận thị trường khách.

1.4. Chính sách xuất nhập cảnh, hải quan

- Rà soát, hoàn thiện chính sách về miễn thị thực, cấp thị thực điện tử, kéo dài thời gian lưu trú đối với khách được miễn thị thực ở một số quốc gia, vùng lãnh thổ; nghiên cứu chính sách cạnh tranh về phí và giảm phí thị thực một cách hợp lý nhằm thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

- Tiếp tục cải tiến các thủ tục xuất nhập cảnh để tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho khách du lịch. Tăng cường trang thiết bị hiện đại ở các cửa khẩu quốc tế trong việc kiểm tra người và hành lý.

- Mở thêm các dịch vụ thuận tiện cho khách du lịch tại các cửa khẩu quốc tế như thu đổi ngoại tệ, cửa hàng miễn thuế, trung tâm hướng dẫn và cung cấp thông tin du lịch...

1.5. Chính sách xã hội hóa du lịch

- Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia hoạt động du lịch dưới các hình thức như: góp vốn cổ phần với doanh nghiệp nhà nước, hình thành công ty du lịch dựa trên sở hữu hỗn hợp giữa Nhà nước với tư nhân hoạt động kinh doanh theo đúng pháp luật.

- Khuyến khích thực hiện xã hội hóa đầu tư, bảo vệ, tôn tạo di tích, thắng cảnh; bảo tồn và phục dựng các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch.

1.6. Chính sách ưu tiên phát triển du lịch sinh thái, du lịch xanh; hỗ trợ về ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế ở các cơ sở dịch vụ du lịch

- Tiếp tục ưu tiên phát triển du lịch sinh thái, du lịch xanh và các sản phẩm du lịch thân thiện môi trường trên cơ sở những nguyên tắc và tiêu chí cụ thể. Vận dụng quy định ưu tiên cao nhất trong các quy định hiện hành về ưu đãi đầu tư đối với các dự án phát triển du lịch sinh thái, du lịch xanh tại thời điểm triển khai dự án.

- Ưu tiên đầu tư cho nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế; tiết kiệm năng lượng và nước; triển khai công nghệ “3R” trong hoạt động phát triển du lịch.

- Ưu tiên nguồn lực, đầu tư thích đáng cho chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ hiện đại trong ngành du lịch. Xây dựng cơ chế hợp tác công tư, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp công nghệ tham gia chuyển đổi số và phát triển các ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực du lịch.

- Hoàn thiện hệ thống pháp luật, quy định quản lý về các hoạt động kinh doanh du lịch và giao dịch trên không gian mạng, môi trường số; có cơ chế và công cụ kiểm soát hiệu quả các giao dịch thương mại điện tử trong lĩnh vực du lịch, đặc biệt là giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới nhằm hạn chế thất thu thuế, gian lận thương mại.

- Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch từng bước chuyển đổi sang kinh doanh số; áp dụng công nghệ xanh, sạch, công nghệ xử lý rác thải, công nghệ tái chế và các công nghệ tiên tiến trong hoạt động quản lý, kinh doanh du lịch.

1.7. Cơ chế, chính sách phát triển sản phẩm du lịch

- Ban hành cơ chế chính sách khuyến khích đầu tư, kinh doanh sản phẩm du lịch theo định hướng cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, nhà đầu tư

chiến lược của thành phố (cơ chế hỗ trợ về giá điện nước, thuế đất; tạo diễn đàn công-tư để tiếp nhận giải quyết các khó khăn, rào cản trong kinh doanh của doanh nghiệp...)

- Xây dựng cơ chế liên kết phát triển sản phẩm du lịch giữa ngành du lịch và các ngành liên quan (giao thông, văn hoá, nông nghiệp, truyền thông, thương mại; giữa các địa phương và giữa các vùng du lịch.

- Khuyến khích các địa phương, đặc biệt là các đô thị trung tâm du lịch và các khu vực du lịch tập trung, các lễ hội quy mô lớn chú trọng khai thác kinh tế đêm. Đưa kinh tế chia sẻ trở thành yếu tố ưu tiên và kết nối giữa các nhóm dịch vụ, các nhà đầu tư với cộng đồng, ...

2. Giải pháp tổ chức quản lý các hoạt động du lịch

2.1. Bổ sung, tiếp tục hoàn thiện quy định pháp luật

- Cho phép thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam tại một số thị trường du lịch trọng điểm. Theo quy định hiện hành, cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam ở nước ngoài thực hiện chức năng quảng bá hình ảnh, con người Việt Nam ở nước ngoài và kết nối, xúc tiến hoạt động thương mại, dịch vụ của doanh nghiệp. Để bảo đảm năng lực cạnh tranh, sự chuyên nghiệp trong hội nhập quốc tế, cần xem xét việc cho phép thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch ở nước ngoài và có cán bộ chuyên trách thực hiện chức năng này. Phát triển Văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam tại các thị trường trọng điểm trên cơ sở sử dụng nguồn lực của doanh nghiệp, nhà nước đóng vai trò kết nối, hỗ trợ, ...

- Thành lập Trung tâm xúc tiến du lịch trực thuộc các Sở quản lý du lịch tại địa phương để bảo đảm tính kết nối, tính kế thừa và liên tục trong hệ thống du lịch trên toàn quốc và kết nối quốc tế, qua đó huy động được sức mạnh tổng hợp của hệ thống và bảo đảm sự kết nối chuỗi dịch vụ liên tỉnh, liên vùng và quốc tế đang là xu thế hiện nay.

2.2. Kiện toàn, nâng cao hiệu quả tổ chức quản lý

- Xem xét kiện toàn Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch cả về chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu thành viên, theo hướng: (1) Chuyển đổi mô hình từ Ban Chỉ đạo (chỉ bao gồm đại diện các cơ quan quản lý) sang mô hình Ủy ban quốc gia (bao gồm cả cơ quan quản lý, nghiên cứu, đào tạo, chuyên gia hàng đầu...); (2) Bổ sung thêm thành viên từ các lĩnh vực quan trọng cho phát triển du lịch trong tình hình mới: Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội tham gia Ban Chỉ đạo.

- Kiện toàn chức năng, nhiệm vụ của Tổng cục Du lịch và các đơn vị tham mưu thuộc Bộ VHTTDL; thực hiện hiệu quả chức năng quản lý nhà nước của cơ quan du lịch quốc gia, thực hiện tốt vai trò kết nối quốc tế của cơ quan xúc tiến du lịch quốc gia, nhanh chóng đưa du lịch Việt Nam lên tầm cao mới trong khu vực và quốc tế.

- Kiện toàn bộ máy tổ chức quản lý của các phòng chuyên môn, nghiệp vụ tại các Sở quản lý du lịch theo hướng đủ chức trách nhưng bảo đảm hiệu quả

trong thực thi công vụ, thảo gỡ được tình trạng ít người lại được giao địa bàn quá rộng như hiện nay; có kế hoạch, quy hoạch cán bộ hợp lý và phân công, bổ nhiệm bảo đảm theo quy định nhưng đồng thời phải phát huy hiệu quả về năng lực, trình độ chuyên môn phù hợp của đội ngũ lãnh đạo ngành du lịch.

- Tiếp tục xây dựng các cơ chế sử dụng Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch hiệu quả.

2.3. Đào tạo, nâng cao trình độ nguồn nhân lực về du lịch

- Xem xét, cải tiến khung đào tạo và tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam để đảm bảo lao động Việt Nam được các nước ASEAN công nhận đạt chuẩn nghề.

- Đẩy mạnh đào tạo về du lịch cho đội ngũ nhân lực trong ngành, bằng nhiều hình thức (đào tạo, đào tạo lại, tập huấn, bồi dưỡng nghiệp vụ...), nhiều trình độ để nâng tầm tham mưu, hoạch định chính sách và quản lý theo đúng yêu cầu; Đồng thời cần trang bị các kỹ năng mềm khác để hội nhập quốc tế, theo kịp các yêu cầu kết nối chuỗi quốc tế của ngành du lịch.

3. Giải pháp về quy hoạch và quản lý quy hoạch

- Tiến hành lập quy hoạch các khu du lịch nằm trong danh mục các địa điểm có tiềm năng phát triển thành Khu DLQG đối với những khu du lịch chưa lập quy hoạch trong thời kỳ trước và những khu du lịch được đề xuất mới.

- Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý hướng dẫn chủ đầu tư về trình tự, thủ tục lập, thẩm định, phê duyệt nhiệm vụ, đồ án quy hoạch xây dựng và các nội dung liên quan đến công tác quản lý quy hoạch xây dựng, kiến trúc theo thẩm quyền.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động tổ chức lập, thẩm định, phê duyệt các đồ án quy hoạch bảo đảm đúng trình tự, thủ tục quy định; thực hiện nghiêm việc lấy ý kiến cộng đồng dân cư trong khu vực quy hoạch, bị ảnh hưởng tác động bởi quy hoạch.

- Tăng cường công tác quản lý, giám sát việc thực hiện, từ việc công bố, công khai quy hoạch, cắm mốc giới, cung cấp thông tin cho đến thanh tra, kiểm tra, kiểm soát thực hiện xây dựng theo quy hoạch.

- Điều tra, đánh giá lại nguồn tài nguyên du lịch trên phạm vi cả nước, hình thành cơ sở dữ liệu và phương pháp đánh giá và phát huy tài nguyên du lịch để có thể sử dụng lâu dài cho công tác lập và thực hiện quy hoạch, kế hoạch.

4. Giải pháp phối hợp liên ngành, liên địa phương

4.1. Phối hợp liên ngành

- Nghiên cứu, xây dựng các nội dung, lĩnh vực liên kết, phối hợp cụ thể giữa ngành du lịch với các ngành, lĩnh vực khác. Tập trung liên kết, phối hợp chặt chẽ với các lĩnh vực trọng yếu, có liên quan mật thiết với du lịch, như: hạ tầng giao thông, thông tin - viễn thông, năng lượng; tài nguyên và môi trường; nông nghiệp - nông thôn; thương mại - dịch vụ. Chú trọng gắn kết phát triển du lịch với đảm bảo quốc phòng, an ninh.

- Thường xuyên trao đổi đôi bên và đa bên giữa du lịch với các ngành, lĩnh vực liên quan dưới hình thức các cuộc họp, hội thảo, hội nghị, tọa đàm để xác định những vấn đề cần liên kết, phối hợp, những khó khăn, vướng mắc và đề ra phương hướng giải quyết, tháo gỡ, tăng hiệu quả liên kết, hợp tác.

- Phối hợp rà soát, điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật về du lịch và liên quan cho phù hợp với điều kiện thực tế và bối cảnh, tình hình mới; ban hành mới văn bản liên tịch giữa ngành du lịch và các ngành, lĩnh vực khác để đảm bảo thuận lợi cho công tác quản lý và phát triển du lịch.

4.2. Phối hợp liên vùng, liên địa phương

- Nghiên cứu xây dựng cơ chế điều phối du lịch vùng; xây dựng cơ chế điều phối, quy chế hoạt động, kế hoạch hành động, chương trình hành động hằng năm và giai đoạn của mỗi vùng và liên vùng, đảm bảo tạo lập cơ chế phối hợp chặt chẽ, liên kết hiệu quả.

- Phát huy vai trò “đầu tàu”, “nhạc trưởng” của các địa phương có du lịch phát triển trong phối hợp, liên kết vùng và địa phương.

- Xây dựng nội dung chương trình liên kết, hợp tác cụ thể, thiết thực, trọng tâm, trọng điểm. Tập trung vào các khía cạnh chính: liên kết phát triển sản phẩm, thị trường, xúc tiến quảng bá, xây dựng thương hiệu; kết nối tour, tuyến, điểm du lịch; đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật; đào tạo nhân lực.

- Phát huy vai trò của Hiệp hội du lịch ở địa phương, thu hút sự tham gia của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển khách du lịch.

5. Giải pháp về đầu tư thu hút nguồn lực phát triển du lịch

5.1. Tăng cường hỗ trợ đầu tư từ NSNN cho phát triển du lịch

- Sử dụng hiệu quả nguồn vốn đầu tư công trung hạn trong cơ cấu nguồn vốn đầu tư từ ngân sách cho phát triển du lịch, thông qua các dự án từ nguồn đầu tư công để tạo chất xúc tác, động lực thu hút các nguồn đầu tư ngoài ngân sách;

- Từng địa phương căn cứ lợi thế và điều kiện đặc thù của mình, chủ động rà soát, triển khai các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng, trong kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025 thuộc thẩm quyền quản lý. Cam kết hỗ trợ từ ngân sách địa phương trong đầu tư phát triển du lịch đặc biệt là cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, xúc tiến quảng bá và phát triển sản phẩm.

- Tăng cường huy động nguồn vốn ODA thông qua vay ưu đãi nước ngoài hoặc phát hành trái phiếu Chính phủ cho các công trình đầu tư HTKT lớn, có tác động thúc đẩy du lịch phát triển, đặc biệt ở các Khu DLQG, các khu vực động lực... như sân bay, đường cao tốc, cảng biển tổng hợp (cảng hoặc bến tàu du lịch);

- Tranh thủ sự hỗ trợ của quốc tế và các mối quan hệ song phương và đa phương để kêu gọi tài trợ không hoàn lại cho các chương trình phát triển nguồn

nhân lực, tăng cường năng lực phát triển du lịch có trách nhiệm, phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch và phát triển bền vững.

5.2. Huy động tối đa các nguồn vốn đảm bảo nhu cầu đầu tư phát triển du lịch

5.2.1. Đối với vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài:

- Hỗ trợ, giúp đỡ các địa phương tăng cường công tác xúc tiến, thu hút đầu tư nước ngoài như mở hội nghị, hội thảo; mở chuyên mục “Hợp tác xúc tiến đầu tư”; phát hành ấn phẩm bản tin kinh tế đầu tư; xây dựng phim quảng bá về xúc tiến đầu tư của địa phương; xây dựng Bộ Chỉ số đánh giá các sở, ban, ngành phục vụ công tác nâng cao Chỉ số đánh giá năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (Chỉ số DDCI), tổ chức chương trình đánh giá Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), v.v...

- Xây dựng và ban hành cơ chế, chính sách ưu đãi để thu hút FDI như tạo môi trường bình đẳng đầu tư trong và nước ngoài, ổn định lạm phát...;

- Kêu gọi, khuyến khích, ưu đãi thu hút nguồn vốn đầu tư từ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

- Giữ ổn định về chính sách và pháp luật để tạo sự được niềm tin để các nhà đầu tư yên tâm bỏ vốn cùng thực hiện.

5.2.2. Đối với vốn đầu tư từ các tổ chức, các nhân trong nước:

- Thực hiện xã hội hóa toàn diện, tạo cơ chế để các thành phần kinh tế có thể tham gia vào đầu tư du lịch.

- Đa dạng hóa các loại hình đầu tư, tạo cơ chế thuận lợi, áp dụng thông thoáng cho các dự án đầu tư vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cho các Khu DLQG thông qua mô hình BT, BOT.

- Đẩy nhanh việc hình thành và đưa vào hoạt động Quỹ phát triển khoa học công nghệ của doanh nghiệp du lịch; Nghiên cứu ban hành quy chế hoạt động của Quỹ đầu tư mạo hiểm cho các doanh nghiệp du lịch trên cơ sở nghiên cứu các mô hình trên thế giới và đang hoạt động tại Việt Nam.

- Khuyến khích (bằng nhiều hình thức thích hợp) doanh nghiệp du lịch đầu tư nghiên cứu, ứng dụng, đổi mới công nghệ, sản phẩm, hợp lý hóa sản xuất của doanh nghiệp để nâng cao sức cạnh tranh.

6. Một số nhiệm vụ, giải pháp hỗ trợ phục hồi du lịch sau dịch COVID-19 trong dài hạn:

- Hỗ trợ về thuế, phí: Gia hạn thời hạn nộp thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân và tiền thuê đất; Giảm tiền thuê đất năm 2020 và năm 2021; Giảm 30% mức thuế suất thuế VAT hoặc giảm 30% mức tỷ lệ % để tính thuế VAT đối với hàng hóa, dịch vụ: dịch vụ lưu trú; dịch vụ của các đại lý du lịch, kinh doanh tour du lịch và các dịch vụ hỗ trợ liên quan đến quảng bá và tổ chức tour du lịch... Giảm 30% số thuế thu nhập doanh

ng nghiệp; Giảm giá bán điện cho CSLT du lịch từ mức giá bán lẻ điện áp dụng cho kinh doanh bằng mức giá bán lẻ điện áp dụng cho các ngành sản xuất; Giảm 50% phí thẩm định cấp giấy phép kinh doanh lữ hành; Giảm 80% tiền ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành đến hết năm 2023; Lùi thời điểm đóng kinh phí công đoàn đến hết năm 2021.

- Hỗ trợ về tín dụng cho các doanh nghiệp: Miễn, giảm lãi vay đến hết tháng 6 năm 2022 (cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi phí và giữ nguyên nhóm nợ để tiếp tục hỗ trợ các khách hàng bị ảnh hưởng bởi COVID).

- Hỗ trợ giá điện cho CSLT du lịch; doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân đào tạo lại lao động về các nghiệp vụ du lịch liên quan,

- Xây dựng và hỗ trợ bảo hiểm COVID-19, chi phí xét nghiệm RT-PCR cho khách du lịch. Chính sách hỗ trợ thực hiện theo cơ chế bồi hoàn thông qua các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành,

- Thực hiện *Chính sách an sinh xã hội trong lĩnh vực du lịch*: Hỗ trợ người lao động, người sử dụng lao động gặp khó khăn trong lao động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ kỹ năng nghề để duy trì việc làm cho người lao động;

7. Giải pháp về phát triển sản phẩm - thị trường du lịch

7.1. Đầu tư phát triển sản phẩm du lịch

- Tập trung đầu tư phát triển các dòng sản phẩm du lịch được định hướng theo thứ tự ưu tiên. Phát triển các Khu DLQG để hình thành nên các hạt nhân phát triển sản phẩm du lịch, tạo sức lan tỏa để phát triển du lịch cho các địa phương, các vùng.

- Đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng du lịch và các tiện nghi phục vụ khách du lịch: phát triển hệ thống CSLT phù hợp với từng loại hình sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách; phát triển hệ thống nhà hàng chất lượng cao, đảm bảo tính đa dạng về loại hình ẩm thực vùng miền trong đó ưu tiên phát triển các nhà hàng phục vụ món thuần Việt, ẩm thực địa phương vừa hướng tới mục đích nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch vừa hướng tới hình thành, phát triển du lịch ẩm thực Việt Nam; phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đồng bộ phục vụ khách du lịch (hạ tầng viễn thông, điện, nước, y tế, ngân hàng...); xây dựng các công trình VCGT, nhà hát, trung tâm hội nghị triển lãm với quy mô và tầm cỡ quốc tế, quốc gia.

- Đầu tư nâng cấp hệ thống giao thông, hệ thống vận chuyển khách du lịch:

- + Đường sắt: nâng cấp hệ thống đường sắt, nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ khách du lịch, tạo điều kiện thuận tiện và dễ tiếp cận cho du khách; ứng dụng công nghệ để hỗ trợ khách du lịch trong và ngoài nước;

- + Đường không: Mở rộng, nâng cấp các sân bay quốc tế, nội địa; tạo điều kiện cho các hãng hàng không giá rẻ, các chuyến bay charter tăng chuyến tới các điểm đến nổi bật, điểm đến mới tại Việt Nam. Xây dựng hệ thống quầy cung cấp thông tin về các điểm đến, sản phẩm du lịch tại các sân bay trên cả nước

+ Đảm bảo kết nối thuận lợi giữa đường sắt, đường không, đường bộ qua hệ thống kết nối xe vận chuyển chuyên dụng, hệ thống giao thông công cộng (xe bus). Ứng dụng công nghệ, xây dựng hệ thống bản đồ, hệ thống cơ sở dữ liệu giao thông du lịch kết nối giao thông tới các địa bàn du lịch quan trọng trên cả nước.

+ Đường biển: đầu tư phát triển các cảng biển đón khách du lịch. Bổ sung các dịch vụ cho các cảng hàng hóa hiện đang đón khách du lịch tàu biển, xây dựng mới các cảng chuyên dụng để phát triển sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh cho du lịch Việt Nam đối với phân khúc thị trường này.

- Đầu tư phát triển sản phẩm bổ trợ

+ Đầu tư phát triển sản xuất các mặt hàng truyền thống, sản vật, quà lưu niệm đặc trưng của Du lịch Việt Nam, của từng địa phương/điểm đến tạo sản phẩm du lịch bổ trợ đồng thời đây cũng chính là những sản phẩm thể hiện những đặc trưng của đất nước và con người Việt Nam.

+ Xây dựng các hình tượng, biểu tượng và tìm kiếm chất liệu sản xuất quà lưu niệm đặc trưng cho du lịch Việt Nam, in đậm dấu ấn văn hóa địa phương, điểm đến du lịch.

+ Có kế hoạch hỗ trợ các làng nghề sản xuất mặt hàng thủ công truyền thống, phát triển các sản phẩm thương hiệu “made in Vietnam”

- Đầu tư cho công tác bảo tồn, tôn tạo các di tích văn hoá lịch sử; bảo vệ môi trường tự nhiên, đảm bảo vệ sinh môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm; tăng cường công tác an ninh an toàn cho khách du lịch và người dân, tăng cường hỗ trợ của đường dây điện thoại nóng cho khách du lịch.

7.2. Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch

- Xây dựng các bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng sản phẩm du lịch (quy định cho CSLT, điểm du lịch, cơ sở ăn uống, cơ sở kinh doanh lưu niệm, công ty lữ hành, vận chuyển khách du lịch, điểm dừng chân) và tổ chức triển khai áp dụng;

- Tăng cường các biện pháp liên ngành, liên vùng trong quản lý chất lượng các dịch vụ du lịch và liên quan, hỗ trợ cho việc quản lý điểm đến, từng bước hình thành môi trường du lịch an toàn, thân thiện, văn minh.

- Tăng cường truyền thông, phổ biến nâng cao nhận thức của doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong thực hiện, tham gia các quy chuẩn ngành về chất lượng sản phẩm du lịch; tăng cường vai trò của Hiệp hội du lịch và các Hiệp hội du lịch địa phương trong hỗ trợ doanh nghiệp, thúc đẩy áp dụng hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm du lịch.

- Tăng cường nâng cao nhận thức của cộng đồng đối với phát triển sản phẩm du lịch: tổ chức các chương trình tập huấn về kỹ năng phục vụ khách du lịch đối với các địa bàn phát triển du lịch cộng đồng; phát triển lực lượng thuyết minh viên tại điểm là người địa phương đối với các điểm du lịch văn hoá, làng nghề, làng cổ thông qua chương trình tập huấn, hỗ trợ người dân; tuyên truyền

phổ biến nâng cao nhận thức, đạo đức kinh doanh du lịch của các hộ kinh doanh cá thể dịch vụ du lịch trên địa bàn thành phố; phổ biến áp dụng bộ Quy tắc ứng xử với khách du lịch.

- Khuyến khích các địa phương, đặc biệt là các đô thị trung tâm du lịch và các khu vực du lịch tập trung, các lễ hội quy mô lớn chú trọng khai thác kinh tế đêm. Đưa kinh tế chia sẻ trở thành yếu tố ưu tiên và kết nối giữa các nhóm dịch vụ, các nhà đầu tư với cộng đồng, ...

7.3. Phát triển các sản phẩm hợp tác quốc tế và các chuỗi sản phẩm mạnh tạo động lực thúc đẩy phát triển sản phẩm du lịch

- Đẩy mạnh phát triển sản phẩm hợp tác với các nước trong khu vực như cá nước tiểu vùng sông Mekong mở rộng (GMS), Campuchia - Lào - Myanmar - Việt Nam (CLMV), Việt Nam - Lào - Thái Lan... với các sản phẩm du lịch Caravan tham quan hành trình các di sản thế giới, du lịch biển đảo; du lịch đường sông Mekong, du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch ẩm thực, du lịch lễ hội...

- Đẩy mạnh phát triển các chuỗi sản phẩm lữ hành, khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng thương hiệu mạnh như Saigontourist, Benthantourist, Vietravel... và gần đây là các sản phẩm của các tập đoàn đầu tư trong lĩnh vực du lịch như Mường Thanh với chuỗi khách sạn tiêu chuẩn 4, 5 sao, Vingroup, Sungroup với chuỗi các resort, khu VCGT, dịch vụ du lịch... hoặc các khách sạn của các tập đoàn khách sạn quốc tế với các thương hiệu Metropole, Sheraton, Hilton, Intercontinental... là những thương hiệu nổi bật với những sản phẩm du lịch đồng bộ, có chất lượng, được đặt tại nhiều vùng du lịch cần được khuyến khích để tạo động lực phát triển các dòng sản phẩm du lịch theo các định hướng cụ thể ở trên, tạo sức cạnh tranh cho sản phẩm du lịch Việt Nam. Các sản phẩm này cũng có sức kết nối quốc tế mạnh mẽ cũng như thúc đẩy các lĩnh vực dịch vụ khác.

7.4. Giải pháp về phát triển thị trường

7.4.1. Điều tra thị trường

- Thực hiện công tác nghiên cứu thị trường để nắm bắt sự thay đổi nhu cầu của khách du lịch sau đại dịch COVID-19.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về thị trường du lịch để phục vụ công tác nghiên cứu, dự báo, quảng bá xúc tiến du lịch...

- Thực hiện công tác nghiên cứu thị trường định kỳ hoặc theo yêu cầu đối với các thị trường khách du lịch nội địa và quốc tế đến Việt Nam.

- Quản lý cơ sở dữ liệu quốc gia về thị trường du lịch, đảm bảo dữ liệu luôn được cập nhật và có cơ chế chia sẻ, truy cập rộng rãi để phục vụ công tác nghiên cứu, dự báo, quảng bá xúc tiến du lịch...

- Xây dựng báo cáo đánh giá, dự báo thị trường hàng năm đối với các thị trường mục tiêu phục vụ xúc tiến, quảng bá du lịch.

7.4.2. *Phát triển thị trường*

7.4.2.1. *Đối với thị trường du lịch nội địa*

- Trên cơ sở nắm bắt sự thay đổi nhu cầu của khách du lịch sau đại dịch, cần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch hiện có, đưa ra các gói sản phẩm dịch vụ khác nhau để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách, kể cả khách có thu nhập thấp.

- Đẩy mạnh truyền thông về các sản phẩm du lịch an toàn, các chương trình du lịch gắn với tự nhiên, du lịch xanh để khai thác thị trường khách nội địa theo hướng thích ứng linh hoạt, an toàn.

- Kích cầu du lịch nội địa thông qua các gói sản phẩm khép kín, hấp dẫn, giá ưu đãi đảm bảo tính linh hoạt để đáp ứng nhu cầu thường xuyên thay đổi của du khách. Thực hiện liên kết giữa các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ, điềm đến để thực hiện các chương trình kích cầu hiệu quả.

- Xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển thị trường cụ thể theo từng giai đoạn và theo các phân khúc đã định hướng, trong đó, thị trường khách du lịch cao cấp cần được tiếp cận theo hướng thông qua doanh nghiệp lưu trú, lữ hành.

- Đối với nhóm thị trường ưu tiên: Đẩy mạnh truyền thông các sản phẩm du lịch chất lượng cao (nghỉ dưỡng biển, nghỉ dưỡng núi, chăm sóc sức khỏe, du lịch gắn với thiên nhiên), các sản phẩm du lịch cuối tuần để thu hút và tăng thị phần khách có khả năng chi trả cao (đặc biệt tại các khu đô thị, thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh...); Phát triển các cụm du lịch đồng bộ, tạo lập hệ sinh thái du lịch với vai trò của các doanh nghiệp lớn nhằm thu hút khách du lịch siêu sang trong nước.

- Đối với nhóm thị trường mở rộng: Đẩy mạnh quảng bá các sản phẩm du lịch kết hợp tham quan, nghỉ dưỡng với du lịch tâm linh, trong cả mùa lễ hội và mùa du lịch nội địa (mùa hè) với các phân khúc khách đi theo hội nhóm, khách gia đình, khách trung niên, cao tuổi và khách nữ.; Tăng cường phối hợp giữa nhà trường với các Ban quản lý các điểm du lịch, Ban Quản lý các di tích để phát triển các hoạt động ngoại khóa với mục đích giáo dục, tìm hiểu, trải nghiệm văn hóa, lịch sử và truyền thống.

7.4.2.2. *Đối với thị trường du lịch quốc tế*

- Thực hiện lộ trình mở cửa an toàn và kế hoạch khai thác khách du lịch hiệu quả. Xây dựng kế hoạch khai thác thị trường đối với các quốc gia vùng lãnh thổ đã được miễn thị thực cho công dân kết hợp với việc khai thông các đường bay quốc tế.

- Khôi phục chính sách xuất nhập cảnh của Việt Nam và các quy định có liên quan đảm bảo an toàn, thuận lợi trong việc mở cửa trở lại và tạo điều kiện cho người dân Việt Nam đi du lịch nước ngoài và người nước ngoài du lịch vào Việt Nam.

- Huy động nguồn lực để thu hút khách du lịch tại các thị trường đã được

định hướng theo thứ tự ưu tiên: phát triển thị trường trọng điểm, duy trì thị trường truyền thống và mở rộng thị trường tiềm năng. Việc thu hút khách du lịch phải theo các phân đoạn ưu tiên đã được xác định trong nội dung định hướng đối với từng thị trường.

- Tập trung thu hút khách có khả năng chi trả cao, không tập trung vào thị trường du lịch đại chúng với hiệu quả thấp: Tăng cường truyền thông các sản phẩm chất lượng cao thuộc các loại hình nghỉ dưỡng biển, sinh thái, du lịch gắn với trải nghiệm văn hóa và thiên nhiên để thu hút phân khúc khách du lịch có mức chi tiêu cao, lưu trú dài ngày; Tiếp thị và xúc tiến du lịch cần tập trung nhiều hơn vào thị trường nguồn khách chi tiêu cao như Tây Âu và Bắc Mỹ.

- Xúc tiến các thị trường khách mới tiềm năng hoặc còn đang chiếm thị phần nhỏ nhưng có cơ hội mở rộng thị phần để tạo thế tương đối cân bằng và ổn định giữa các thị trường khách, không phụ thuộc vào bất kỳ thị trường khách quốc tế nào. Quan tâm phát triển các thị trường mới, có tiềm năng: Trung Đông, Đông Âu, Nam Âu, Nam Mỹ, Nam Á (Ấn Độ); mở rộng phát triển các thị trường tiềm năng, có lượng khách du lịch ra nước ngoài hàng năm tăng nhanh. Đẩy mạnh thu hút một số phân khúc khách du lịch theo các loại hình du lịch chuyên đề như du lịch golf, du lịch MICE, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch mạo hiểm. Các thị trường ưu tiên bao gồm: thị trường khu vực Đông Bắc Á và Đông Nam Á.

- Tăng cường thu hút khách du lịch ưa thích tự trải nghiệm và khám phá Việt Nam. Các phân khúc ưu tiên gồm khách ở lứa tuổi thanh niên, sinh viên, người lao động tự do và người có thói quen sử dụng internet và mạng xã hội.

8. Giải pháp về xúc tiến quảng bá du lịch

8.1. Xúc tiến quảng bá du lịch ở trong nước

- Đẩy mạnh công tác truyền thông về điểm đến cũng như các sản phẩm, dịch vụ mới. Thúc đẩy truyền thông với thông điệp “Việt Nam: Đi để yêu!”. Các địa phương xây dựng đa dạng các kênh truyền thông về điểm đến với các điểm nhấn không gian du lịch nổi bật, chuỗi sự kiện lễ hội ẩm thực, các điểm du lịch sinh thái cộng đồng,...

- Phối hợp nhiều hình thức để quảng bá, đa dạng luồng thông tin đến khách du lịch như quảng bá trên các kênh mạng xã hội, những blogger, người nổi tiếng, những hội nhóm du lịch để nhanh chóng tiếp cận thông tin đến nhóm du khách trẻ. Chủ động và linh hoạt trong phương thức quảng bá du lịch. Phát huy vai trò của quỹ phát triển du lịch trong xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam giai đoạn mới.

- Xây dựng các chương trình kích cầu, tặng quà lưu niệm, khuyến khích du khách chia sẻ hình ảnh check-in và các trải nghiệm tốt về điểm đến. Phối hợp các bên liên quan (cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp du lịch, khách sạn, điểm đến, doanh nghiệp dịch vụ, địa phương... triển khai các chiến dịch truyền thông về sản phẩm phù hợp với đối tượng khách, phân khúc thị trường.

- Đa dạng hóa phương thức xúc tiến quảng bá và đẩy mạnh e-marketing: Nắm bắt và vận dụng linh hoạt xu hướng e-Marketing phù hợp để tăng cường khả năng tiếp cận và cung cấp thông tin cho đối tượng khách hàng mục tiêu.

- Kết hợp với các ngành, lĩnh vực để xúc tiến quảng bá: + Tăng cường kết hợp giữa du lịch với các sự kiện âm nhạc, mỹ thuật, điện ảnh...; Phối hợp xúc tiến quảng bá du lịch thông qua sản phẩm OCOP; Xây dựng thương hiệu điểm đến điển hình của một số địa phương;

8.2. Xúc tiến quảng bá du lịch ở ngoài nước

- Chủ động tổ chức các hoạt động xúc tiến tại các thị trường du lịch quốc tế, kích cầu du lịch với chính sách ưu đãi hấp dẫn.

- Duy trì hình thức truyền thông, quảng bá truyền thống qua các đối tác, các hệ thống thương mại điện tử (lữ hành điện tử); phát huy tính ưu việt của các phương tiện truyền thông số. Tiếp tục tổ chức các chương trình xúc tiến đa dạng hình thức tại các quốc gia tiềm năng, tham gia các hội chợ du lịch quốc tế để giới thiệu với đối tác về điểm đến.

- Cung cấp và phổ biến thông tin về chính sách mở cửa của Việt Nam, các quy trình thủ tục nhập cảnh, cập nhật các sản phẩm dịch vụ trên các website.

- Phát huy vai trò cơ quan đại diện Việt Nam và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài trong xúc tiến, quảng bá du lịch; Thành lập văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam tại một số thị trường trọng điểm để tăng cường hợp tác, phối hợp chặt chẽ với các hãng hàng không trong nước và quốc tế, các cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch để tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch Việt Nam ở nước ngoài và tổ chức các chương trình xúc tiến cho các hãng lữ hành, các nhà báo nước ngoài chuyên viết về du lịch

- Tăng cường năng lực xúc tiến, quảng bá du lịch, NSNN hỗ trợ cho quảng bá du lịch quốc gia, xây dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch quốc gia để đạt được trình độ cạnh tranh khu vực. Sử dụng hiệu quả nguồn tài chính từ Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch và nguồn hợp pháp khác cho các chương trình dự án xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Xã hội hoá hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch. Huy động các nguồn vốn trong và ngoài nước, tập thể và cá nhân trong việc tổ chức và thực hiện các hoạt động xúc tiến quảng bá.

- Ưu tiên tập trung nguồn lực tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch Việt Nam tại các hội chợ du lịch quốc tế lớn với quy mô và cách thức tham gia hội chợ chuyên nghiệp, ấn tượng và hiệu quả.

- Quảng bá qua các kênh truyền thông và các hội nghị, hội thảo quốc tế như: các hãng truyền thông quốc tế; các kênh truyền hình nổi tiếng về du lịch; tham gia các sự kiện quốc tế lớn về du lịch và các diễn đàn, hội nghị, hội thảo quốc tế.

- Xây dựng và thống nhất phương thức tổ chức triển khai xúc tiến, quảng bá du lịch hiệu quả: thống nhất theo 3 cấp độ: (1) Tổng cục Du lịch định hướng

về sản phẩm, hình ảnh, thị trường và kế hoạch, tổ chức xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch vùng, quốc gia; (2) Các địa phương tổ chức xúc tiến, quảng bá điểm đến địa phương và tham gia xúc tiến, quảng bá du lịch quốc gia; (3) Doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp xúc tiến, quảng bá các sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu cầu thị trường.

- Triển khai thí điểm mô hình hợp tác công-tư tổ chức hoạt động đại diện xúc tiến du lịch Việt Nam ở một số thị trường trọng điểm; Phát huy hiệu quả vai trò, ảnh hưởng của các đại sứ du lịch trong việc tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở nước ngoài. Sử dụng tư vấn chuyên nghiệp triển khai các hoạt động nghiên cứu, dự báo và tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá trong và ngoài nước.

- Tăng cường vai trò của các bên liên quan trong xúc tiến quảng bá như Quỹ phát triển du lịch hỗ trợ cho công tác xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam giai đoạn mới; các văn phòng đại diện xúc tiến quảng bá ở các thị trường tiềm năng; các địa phương; cơ quan quản lý nhà nước, Hiệp hội du lịch và doanh nghiệp trong việc xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam.

9. Giải pháp về phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao

9.1. Các giải pháp phát triển nhân lực du lịch giai đoạn ngắn hạn

- Có chính sách đãi ngộ khuyến khích, kêu gọi nhân lực du lịch đã có kinh nghiệm quay trở lại làm việc, đáp ứng yêu cầu tổ chức kinh doanh phục vụ khách du lịch.

- Xây dựng, triển khai Chương trình điều tra, đánh giá tổng thể nguồn nhân lực du lịch Việt Nam

- Tổ chức đào tạo lại, bồi dưỡng kết hợp với đào tạo mới nhân lực du lịch đảm bảo yêu cầu bổ sung đủ nhân lực đáp ứng nhu cầu phục hồi và phát triển du lịch trong cả nước. Việc đào tạo các cán chú trọng đến kiến thức, kỹ năng chuyên môn, năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm thích ứng với bối cảnh thế giới có nhiều biến đổi.

- Tăng cường nâng cao kỹ năng nghề và bổ sung hình thành các kỹ năng chuyển đổi, các kỹ năng mới, linh hoạt thích ứng với sự thay đổi của thế giới việc làm đối với nguồn nhân lực du lịch.

9.2. Các giải pháp phát triển nhân lực du lịch giai đoạn dài hạn

9.2.1. Hoàn thiện cơ chế chính sách, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về đào tạo trong lĩnh vực du lịch

- Rà soát, điều chỉnh, bổ sung, cụ thể hóa những ngành/ngành còn thiếu hoặc chưa có trong Danh mục giáo dục, đào tạo cấp 4 trình độ cao đẳng, đại học (đào tạo chuyên nghiệp) phù hợp thực tế trong bối cảnh hội nhập du lịch với khu vực và thế giới.

- Thống nhất xây dựng hệ thống tiêu chuẩn kỹ năng nghề quốc gia đối với các nghề trong lĩnh vực du lịch trên cơ sở thống nhất các bộ tiêu chuẩn kỹ năng

nghề hiện có, theo hướng tiếp cận đơn vị năng lực và hài hòa với bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề ASEAN.

- Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo và Tổng cục Dạy nghề (Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội) triển khai chỉ đạo thực hiện công bố chuẩn đầu ra trong đào tạo du lịch và kiểm tra chất lượng đào tạo nhân lực du lịch.

- Đề nghị xem xét ban hành Danh mục nghề nghiệp phải qua đào tạo đối với lĩnh vực du lịch: Tiếp tục đề xuất Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội xem xét ban hành Danh mục nghề nghiệp phải qua đào tạo đối với lĩnh vực du lịch.

9.2.2. Tăng cường quản lý nhà nước về đào tạo trong lĩnh vực du lịch

Tăng cường năng lực hoạch định chính sách, hình thành khung pháp lý và cơ chế cho đào tạo trong lĩnh vực du lịch, đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ sở đào tạo và các doanh nghiệp trong đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng nhân lực ngành Du lịch. Cụ thể:

- Xây dựng và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật, cơ chế chính sách và quy chế quản lý đào tạo, bồi dưỡng, sử dụng, đãi ngộ nhân lực ngành Du lịch.

- Tăng cường kiểm tra, thanh tra các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực ngành Du lịch theo nhu cầu xã hội trong toàn quốc.

9.2.3. Tăng cường năng lực của các cơ sở đào tạo du lịch

- Tăng cường đầu tư và quản lý sử dụng cơ sở vật chất, trang thiết bị
- Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ giáo viên, giảng viên
- Đổi mới chương trình, giáo trình đào tạo
- củng cố và hoàn thiện mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch
- Tăng cường đào tạo ngoại ngữ và các kỹ năng mềm

9.2.4. Tăng cường phối hợp, gắn kết giữa Nhà trường, doanh nghiệp, đặc biệt là nâng cao vai trò của doanh nghiệp trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch.

Để có được nguồn nhân lực du lịch, dịch vụ chất lượng và bắt kịp xu thế vận động của đất nước và khu vực, cần có cơ chế khuyến khích và tạo môi trường để gắn kết việc đào tạo nhân lực giữa các cơ sở đào tạo và các đơn vị sử dụng lao động. Việc gắn kết giữa nhà trường với doanh nghiệp cần được thực hiện ở cả hệ thống vĩ mô với các chính sách hỗ trợ, đảm bảo sự gắn kết chặt giữa nhà trường - doanh nghiệp và ở cả cấp cơ sở giữa bản thân nhà trường và doanh nghiệp. Nhà trường cần chủ động và doanh nghiệp cần xác định được những lợi ích tổng thể và lâu dài thì việc gắn kết mới bền chặt và hiệu quả.

Thúc đẩy phát triển các mô hình trường trong doanh nghiệp, mô hình doanh nghiệp trong các cơ sở đào tạo về du lịch

9.2.5. Xây dựng chuẩn kỹ năng nghề và dần thực hiện chuẩn hóa nhân lực

du lịch, phù hợp với các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế tạo để điều kiện cho hội nhập quốc tế về lao động trong du lịch

- Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn đối với các chức danh và cấp, bậc ngành nghề du lịch; Nghiên cứu và hài hoà hóa Chương trình đào tạo du lịch chung ASEAN trong điều kiện Việt Nam.

- Tham khảo quy định của Luật việc làm và các quy định hiện hành, củng cố và mở rộng phạm vi hoạt động của Hội đồng Cấp chứng chỉ Nghiệp vụ Du lịch quốc gia đối với các ngành, nghề du lịch đã được phê duyệt; Dàn thể chế hóa, quy định bắt buộc hành nghề phải có chứng chỉ nghề tương ứng.

- Thực hiện Tiêu chuẩn nghề du lịch ASEAN, cơ chế thừa nhận lẫn nhau và công nhận kỹ năng các nghề du lịch và các nghề liên quan nhằm đạt tới những tiêu chuẩn chung trong khu vực và quốc tế.

9.2.6. Giải pháp về khoa học công nghệ, hợp tác đào tạo lao động quốc tế

Từng bước hiện đại hóa công tác đào tạo nhân lực ngành Du lịch thông qua nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ đào tạo, gắn nghiên cứu khoa học công nghệ với đào tạo và với thực tiễn phát triển du lịch. Tăng cường nghiên cứu ứng dụng khoa học, công nghệ, phương pháp mới trong đào tạo du lịch. Mở rộng các hình thức đào tạo từ xa, đào tạo qua mạng (e-learning).

Đối với công tác hợp tác quốc tế trong phát triển nguồn nhân lực du lịch cần tập trung vào các nội dung chủ yếu như trao đổi chuyên gia, giáo viên, giảng viên; Trao đổi học sinh trong quá trình đào tạo, đặc biệt là đào tạo thực hành, thực tập nghề nghiệp; Liên kết tham gia từng khâu của quá trình đào tạo với cơ sở đào tạo của các nước trong khu vực; chương trình đào tạo được thừa nhận và sử dụng ở nhiều cơ sở đào tạo khác trong khu vực; Tham gia mạng lưới đào tạo du lịch trong khu vực, đảm bảo chiếm được vị thế và uy tín trong mạng lưới, hoạt động hiệu quả hơn...

Tập trung đào tạo bồi dưỡng nhân lực du lịch thích ứng với bối cảnh CMCN 4.0, đào tạo nguồn nhân lực thích ứng với chuyển đổi số; đảm bảo năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực trong bối cảnh đầy mạnh hội nhập quốc tế.

10. Giải pháp liên kết và hợp tác trong phát triển du lịch

- Đẩy mạnh liên kết hợp tác giữa các vùng, địa phương và liên kết với các ngành, lĩnh vực liên quan để thúc đẩy phát triển du lịch. Đa dạng hóa các hình thức liên kết, hợp tác, đối tượng liên kết, hợp tác và các cấp liên kết, hợp tác.

- Chú trọng liên kết, hợp tác trong 4 lĩnh vực: Cơ chế chính sách; Cơ sở vật chất - kỹ thuật; Xúc tiến quảng bá và Đào tạo nhân lực. Cần có sự liên kết liên ngành và liên vùng tạo thành 1 thể thống nhất dưới sự lãnh đạo của trung ương để có thể đạt được sự đồng bộ, thống nhất trong phát triển du lịch trên cả nước.

- Tăng cường liên kết, hợp tác quốc tế song phương và đa phương với cơ quan du lịch quốc gia của nước ngoài và các tổ chức quốc tế, đặc biệt các nước là thị trường trọng điểm của Việt Nam như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Nga, Anh, Úc,... các tổ chức du lịch cũng như các tổ chức hợp tác quốc tế

khác.

- Nghiên cứu thành lập văn phòng đại diện của cơ quan du lịch quốc gia Việt Nam ở một số thị trường trọng điểm; khuyến khích doanh nghiệp du lịch trong nước đặt văn phòng đại diện ở nước ngoài; liên kết, hợp tác với các hãng hàng không quốc tế, các cơ quan truyền thông quốc tế, các kênh truyền hình du lịch nổi tiếng như CNN, BBC, CNBC, National Geographic nhằm tăng cường công tác truyền thông, xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Đẩy mạnh liên kết, hợp tác phát triển du lịch trong khu vực ASEAN, xây dựng và hoàn thiện các cơ chế về “hành lang đi lại ASEAN”, triển khai các dự án hợp tác phát triển du lịch trong khu vực ASEAN

- Nâng cao vai trò tích cực, chủ động, trách nhiệm của Việt Nam tại các thể chế, diễn đàn khu vực và quốc tế về du lịch; tận dụng lợi thế các diễn đàn và hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam là thành viên để thúc đẩy liên kết, hợp tác quốc tế về du lịch.

11. Giải pháp ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển du lịch

- Đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng những công nghệ nền tảng như Big Datas, Blockchain, cloud, điện toán phân tán, công nghệ thực tế ảo, công nghệ in 3D, các công nghệ định vị hiện đại,... trong quy hoạch, quản lý tài nguyên du lịch, thống kê, phân loại tài nguyên du lịch phục vụ nhu cầu khai thác, phát huy hiệu quả các giá trị tài nguyên cho phát triển du lịch bền vững. Xây dựng 1 nền tảng sử dụng chung - nền tảng số du lịch quốc gia để tổng hợp và khai thác hệ thống dữ liệu này.

- Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện cơ sở dữ liệu và hệ thống quản trị cơ sở dữ liệu quốc gia về du lịch trên cơ sở thống nhất, liên thông với hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch ở địa phương và doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu quản lý, kinh doanh, đầu tư phát triển du lịch, phục vụ công tác thống kê du lịch.

- Nghiên cứu, phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh, hình thành các khu, điểm du lịch thông minh, thành phố du lịch thông minh, doanh nghiệp du lịch thông minh. Phát triển các phần mềm, ứng dụng, tiện ích du lịch thông minh phục vụ công tác quản lý, kinh doanh du lịch, hỗ trợ khách du lịch.

- Tiếp tục nghiên cứu, áp dụng công nghệ xanh, công nghệ sạch, sử dụng vật liệu mới, năng lượng tái tạo, nhiên liệu sinh học trong kinh doanh du lịch

- Đẩy mạnh thực hiện chuyển đổi số trong toàn ngành du lịch, số hoá tài nguyên du lịch; hình thành hệ thống thông tin số về khu, điểm du lịch, cơ sở dịch vụ du lịch; xây dựng hệ thống thông tin số về thị trường du lịch. Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, cộng đồng tiếp cận, sử dụng công nghệ số trong kinh doanh.