



BÁO CÁO TRUNG TÂM
“PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM
NHANH, BỀN VỮNG”

Hà Nội, tháng 11 năm 2023

MỤC LỤC

STT	Nội dung	Trang
1	Báo cáo trung tâm của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Định hướng, giải pháp phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững	3
2	Bảng 1: Số liệu về lượng khách quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2015 - 2023	15
3	Bảng 2: Số liệu về lượng khách du lịch nội địa Việt Nam giai đoạn 2015 - 2023	16
4	Bảng 3: Số liệu về tổng thu từ khách du lịch 2016 - 2023	17
5	Bảng 4: Số liệu về số lượng cơ sở lưu trú du lịch và số buồng giai đoạn 2015 - 2022	18
6	Bảng 5: 20 thị trường gửi khách quốc tế hàng đầu của Việt Nam giai đoạn 2015 - 2022	19
7	BẢNG 6: 20 thị trường gửi khách quốc tế hàng đầu của Việt Nam 10 tháng đầu năm 2023	21
8	BẢNG 7: Các giải thưởng du lịch của Việt Nam	22
9	Bảng 8: Danh sách Văn phòng đại diện xúc tiến du lịch ở nước ngoài của một số nước/vùng lãnh thổ	23
10	Phụ lục 9: Kinh nghiệm một số nước trong phục hồi và phát triển du lịch	26

Hà Nội, ngày 11 tháng 11 năm 2023

BÁO CÁO

Về định hướng, giải pháp phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững

Ngày 15/3/2023, Thủ tướng Chính phủ đã chủ trì Hội nghị toàn quốc về du lịch với chủ đề “**Đẩy nhanh phục hồi - Tăng tốc phát triển**”. Từ thời điểm đó đến nay, bối cảnh thị trường du lịch thế giới và trong nước có nhiều biến động, đã xuất hiện những khó khăn, thách thức cũng như thuận lợi và cơ hội mới. Để tiếp tục phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững theo tinh thần Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xin báo cáo về định hướng, giải pháp cần thực hiện trong thời gian tới, cụ thể như sau:

I. MỘT SỐ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

1. Mặt được: Với sự chỉ đạo sâu sát của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự phối hợp của các Bộ, ngành và nỗ lực toàn Ngành, hoạt động du lịch đã dần khôi phục trở lại, đặc biệt là du lịch nội địa. Việc phục hồi, phát triển du lịch từ đầu năm 2023 đến nay đạt được một số *kết quả tích cực*, cụ thể:

- Lượng khách du lịch quốc tế tính đến hết tháng 10/2023 đã vượt chỉ tiêu kế hoạch cả năm. Các hoạt động, sự kiện du lịch diễn ra sôi động tại các địa phương, nhận thức của toàn xã hội về tác động lan tỏa của ngành du lịch có chuyển biến tích cực. Sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, quyết tâm chính trị của nhiều địa phương, sự nỗ lực của các doanh nghiệp du lịch đã tạo ra nội lực tăng trưởng và phục hồi.

- Các vấn đề tạo thuận lợi cho khách du lịch quốc tế đã được nhận diện từ nhiều năm trước như quản lý xuất nhập cảnh, thị thực điện tử, thời hạn của thị thực miễn đơn phương... đã có những chuyển biến mạnh mẽ.

- Sản phẩm du lịch được làm mới, tăng sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh. Nhiều điểm đến mới được đầu tư, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch được cải thiện.

1.1. Về lượng khách và doanh thu du lịch

Ngày 15/3/2022, du lịch Việt Nam đã mở cửa hoàn toàn đón khách quốc tế trong điều kiện bình thường mới. Du lịch đã từng bước khôi phục trở lại, năm 2022, tổng thu từ khách du lịch ước đạt **495.000** tỷ đồng, **tăng 2,75 lần** so với cùng kỳ. Khách du lịch nội địa đạt **101,3 triệu** lượt, vượt chỉ tiêu phục vụ 60 triệu lượt đặt ra từ đầu năm. Số lượng doanh nghiệp lữ hành đăng ký mới và quay trở lại lĩnh vực du lịch tăng nhanh. Dữ liệu từ công cụ theo dõi xu hướng thị trường của Google cho thấy, lượng tìm kiếm quốc tế về du lịch Việt Nam

tăng trưởng khoảng 50% - 75%, mức **tăng cao thứ 4 thế giới**. Theo xếp hạng chỉ số năng lực cạnh tranh du lịch của Diễn đàn Kinh tế thế giới năm 2021, Việt Nam xếp thứ **52/117** nền kinh tế, tăng 8 bậc so với năm 2019. Với **6/17** chỉ số trụ cột được xếp vào nhóm dẫn đầu thế giới, Việt Nam là **01 trong 03 nước** có tốc độ tăng trưởng chỉ số xếp hạng này cao nhất.

Trong 10 tháng đầu năm 2023, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt hơn **9,97 triệu lượt, vượt kế hoạch năm 2023**; khách nội địa đạt **98,7 triệu** lượt khách; tổng thu từ khách du lịch đạt **582,6 nghìn tỷ đồng**. Theo báo cáo đánh giá của Bộ Kế hoạch và Đầu tư (Tổng cục Thống kê), du lịch là một điểm sáng trong phục hồi nền kinh tế, kết quả phục hồi du lịch có tác động lan tỏa tới nhiều lĩnh vực, góp phần cải thiện ba động lực tăng trưởng của nền kinh tế là đầu tư, xuất khẩu và tiêu dùng. Du lịch Việt Nam nhận **54 giải thưởng** tại Lễ trao Giải thưởng khu vực châu Á Thái Bình Dương năm 2023 của Giải thưởng World Travel Awards, tiếp tục khẳng định thương hiệu và vị thế của du lịch Việt Nam trên bản đồ du lịch thế giới.

1.2. Công tác chỉ đạo, định hướng của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

1.2.1. Công tác xây dựng văn bản, quản lý nhà nước

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã trình Chính phủ ban hành Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững.

- Nhằm cụ thể hóa Nghị quyết số 82/NQ-CP của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Kế hoạch hành động triển khai thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP, Chiến lược Marketing du lịch Việt Nam đến năm 2030 và Đề án một số mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm đến năm 2030. Tổ chức Hội nghị phổ biến Nghị quyết số 82/NQ-CP của Chính phủ và các văn bản liên quan tới địa phương, doanh nghiệp.

- Trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1072/QĐ-TTg về việc thành lập Hội đồng thẩm định Quy hoạch hệ thống du lịch thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

- Triển khai xây dựng ba Thông tư ban hành tiêu chí, tiêu chuẩn, định mức kinh tế - kỹ thuật và hướng dẫn cung cấp dịch vụ công trong lĩnh vực du lịch: (i) Xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong nước và ngoài nước; phát triển thương hiệu du lịch quốc gia và địa phương; tổ chức, tham gia các sự kiện du lịch quy mô liên vùng, quốc gia; (ii) Bảo vệ, tôn tạo, phát triển giá trị tài nguyên du lịch và tổ chức khảo sát, thu thập dữ liệu, tài liệu, điều tra tài nguyên du lịch, thị trường du lịch; (iii) Tổ chức thông tin hỗ trợ khách du lịch và phát triển du lịch cộng đồng và hai Đề án gồm: “Đề án Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch” và “Đề án phát triển du lịch cộng đồng Việt Nam”.

- Tổ chức các đoàn kiểm tra chất lượng cơ sở lưu trú du lịch và kiểm tra việc chấp hành quy định pháp luật của doanh nghiệp lữ hành tại các địa bàn trọng điểm về du lịch (Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Ninh Bình, Nghệ An, Thanh Hóa, Lâm Đồng...) và của đội ngũ hướng dẫn viên (Đà Nẵng, Quảng Ngãi, Phú

Yên, Bình Định...). Tổ chức Hội thảo “Nguồn nhân lực du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới - Thách thức và triển vọng”.

1.2.2. Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch

- Tổ chức hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch ở nước ngoài: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch đã huy động các doanh nghiệp du lịch, hàng không tổ chức không gian giới thiệu du lịch Việt Nam tại các hội chợ, sự kiện quốc tế như hội chợ du lịch Travex Indonesia (tháng 01/2023), các hội chợ du lịch hàng đầu thế giới như ITB Berlin tại Đức (tháng 3/2023) và hội chợ du lịch Trung Quốc - ASEAN 2023 (tháng 10/2023); tổ chức các Tuần Du lịch - Văn hóa thường niên tại Nhật Bản (tháng 6, 9/2023), Hàn Quốc (tháng 10/2023), kết hợp giới thiệu du lịch Việt Nam và kết nối doanh nghiệp.

- Chủ trì, phối hợp tổ chức các sự kiện trong nước: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng các địa phương, doanh nghiệp tổ chức hàng loạt sự kiện, chương trình kích cầu du lịch trên khắp cả nước. Tổ chức các hoạt động trong khuôn khổ hội chợ du lịch quốc tế VITM Hà Nội, hội chợ du lịch quốc tế ITE HCMC TP. Hồ Chí Minh - đặc biệt là Diễn đàn du lịch cấp cao 2023: Chuyển đổi số thúc đẩy phát triển du lịch. Tổ chức Lễ trao giải thưởng và khai mạc triển lãm cuộc thi ảnh xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2022 với chủ đề “Tỏa sáng Việt Nam - Amazing Vietnam”, Chương trình liên kết phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam qua điện ảnh năm 2023, Hội thảo xúc tiến du lịch kiều bào (phối hợp với Bộ Ngoại giao), Hội thảo về khả năng phục hồi điểm đến tại Hà Nội (phối hợp với PATA).

- Tham gia hỗ trợ tỉnh Bình Thuận chủ trì tổ chức thành công Lễ Khai mạc Năm Du lịch quốc gia 2023 với chủ đề “Bình Thuận - Hội tụ xanh”, tạo sự lan tỏa, hưởng ứng trong cả nước, cụ thể với 11 hoạt động cấp quốc gia và 194 hoạt động cấp địa phương được tổ chức tại 42 tỉnh, thành phố. Hỗ trợ địa phương tổ chức các sự kiện du lịch như Ngày hội Du lịch TP. Hồ Chí Minh, Lễ hội Văn hóa - Ẩm thực Việt Nam 2023 tại Quảng Trị, Lễ hội áo dài du lịch Hà Nội...

- Định hướng công tác xúc tiến quảng bá của các địa phương trọng điểm du lịch như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Ninh Bình, Quảng Bình, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Bình Thuận, Kiên Giang..., các cụm liên kết, liên kết theo vùng, liên kết liên vùng như 8 tỉnh Tây Bắc, 6 tỉnh Việt Bắc, Bắc Trung Bộ, duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên và duyên hải Nam Trung Bộ, Đông Nam Bộ, đồng bằng sông Cửu Long.

- Các địa phương trong cả nước cũng tích cực phát huy vai trò quảng bá điểm đến và du lịch thông qua tổ chức các sự kiện, lễ hội tại địa phương, điển hình như Festival Huế, Lễ hội Hoa Đà Lạt, Lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng, Lễ hội Hoa phượng đỏ... Một số sự kiện đã trở thành thương hiệu, thu hút đông đảo khách du lịch trong và ngoài nước.

1.2.3. Công tác chuyển đổi số trong du lịch

- Tập trung phát triển các nền tảng số du lịch ở tầm quốc gia, làm cơ sở hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh thống nhất, đồng bộ trên toàn quốc, gồm: Hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia, Nền tảng “Quản trị và kinh doanh du lịch, Thẻ Việt - Thẻ du lịch quốc gia, Ứng dụng du lịch quốc gia “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel”, các trang mạng du lịch quốc gia: đó là các trang web của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam gồm: <https://vietnamtourism.gov.vn> hỗ trợ công tác quản lý nhà nước; trang <https://vietnam.travel> quảng bá du lịch Việt Nam ra quốc tế; cùng với các trang mạng xã hội như Facebook, Zalo, Viber, YouTube, Instagram...

- Chuyên trang quảng bá du lịch <https://vietnam.travel> hiện nay xếp hạng #128 nghìn trên toàn cầu. So với các nước Đông Nam Á, chỉ xếp sau trang web du lịch Singapore (hạng #79 nghìn). So với thời điểm cuối năm 2021, trang <https://vietnam.travel> đã tăng hạng vượt bậc (tăng 447 nghìn bậc).

- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã phối hợp với Bộ Công an để kết nối dữ liệu trên cơ sở Đề án 06; chia sẻ dữ liệu để phát triển ngành du lịch trên nền tảng dữ liệu dân cư, căn cước công dân và định danh điện tử để thống kê chính xác về khách du lịch quốc tế, khách nội địa, khách lưu trú, khách tham quan điểm đến... làm cơ sở hoạch định các chính sách về phát triển du lịch.

2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

Thứ nhất, tỷ lệ phục hồi lượng khách du lịch quốc tế còn thấp so với năm 2019 và so với năng lực cung của Ngành. Một số nguyên nhân chính gồm:

- Nhiều doanh nghiệp du lịch Việt Nam vẫn còn phụ thuộc vào các thị trường truyền thống, trong khi đó các thị trường này phục hồi chậm (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản). Xung đột tại Ukraine đã khiến khách Nga và Đông Âu bị hạn chế đi lại, nhất là bằng đường hàng không. Xung đột Israel - Palestine ảnh hưởng đến một số đường bay từ châu Âu, Trung Đông sang châu Á. Việc kết nối, khai thác các thị trường mới, thị trường tiềm năng chưa chủ động, còn chậm; thiếu hỗ trợ kết nối hàng không đặc thù nhằm kích cầu du lịch.

- Xu hướng lựa chọn các điểm đến gần sau dịch thay vì lựa chọn điểm đến có khoảng cách xa của một số thị trường trọng điểm của Việt Nam; việc chậm kết nối, chậm khôi phục tần suất các đường bay quốc tế như trước dịch COVID-19, giá vé máy bay cao (do giá nhiên liệu tăng, tần suất bay hạn chế, số chuyến bay ít, chi phí khai thác và nhân công cao), lạm phát, tỷ giá tăng... đã ảnh hưởng đến lượng khách quốc tế đến Việt Nam thời gian qua.

- Thông tin, quảng bá còn hạn chế, thiếu kịp thời tại các thị trường nguồn quốc tế do thiếu hệ thống văn phòng xúc tiến du lịch quốc gia để hỗ trợ kết nối, trực tiếp triển khai các hoạt động thông tin, quảng bá xúc tiến tại thị trường sau thời gian gián đoạn do dịch COVID-19.

Thứ hai, các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch của Việt Nam chưa đảm bảo yêu cầu về tần suất, độ phủ tới các thị trường trọng điểm, chưa tổ chức được các hoạt động xúc tiến du lịch quy mô và tầm vóc quốc gia. Nguồn lực quảng bá, xúc tiến du lịch chưa phát huy được hiệu quả. Chưa có chính sách thị thực,

hỗ trợ kết nối hàng không đặc thù nhằm kích cầu du lịch trong bối cảnh mới sau dịch COVID-19.

Thứ ba, mặc dù chính sách thị thực đã có nhiều cải tiến, nhưng so với một số quốc gia và vùng lãnh thổ, Việt Nam vẫn còn thiếu chính sách thị thực có tính linh hoạt, cạnh tranh trong bối cảnh mới sau dịch COVID-19.

Thứ tư, sản phẩm du lịch chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh, giá trị gia tăng thấp, chưa thực sự đa dạng, hấp dẫn đối với một số thị trường khách du lịch trong bối cảnh mới. Hiệu quả liên kết giữa các vùng, các địa phương, các ngành còn thấp, nhiều hoạt động liên kết còn mang tính hình thức.

Thứ năm, nguồn nhân lực du lịch thiếu do trong thời gian dịch bệnh đã chuyển ngành, đặc biệt thiếu hụt lao động có chuyên môn và kinh nghiệm. Sự phục hồi du lịch, chất lượng du lịch còn có chênh lệch giữa các địa phương.

II. BỐI CẢNH, MỤC TIÊU VÀ CÁC NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP TRONG TÂM THỜI GIAN TỚI

1. Bối cảnh: Bối cảnh trong nước và thế giới vẫn còn đang diễn biến phức tạp, khó lường, với nhiều **khó khăn, thách thức**, cụ thể như:

- Nhu cầu của khách du lịch liên tục thay đổi, đòi hỏi ngày càng cao về cả chất lượng sản phẩm, sự trải nghiệm, tính đa dạng, độc đáo. Các nước trong khu vực đẩy mạnh đầu tư, phát triển và thu hút khách du lịch, tạo sức cạnh tranh lớn, trong khi nguồn lực đầu tư của Việt Nam còn hạn chế.

- Sau dịch COVID-19, tình hình quốc tế, khu vực tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường, khó khăn, thách thức nhiều hơn thời cơ, thuận lợi: hậu quả dịch COVID-19 kéo dài; xung đột tại Ukraine còn phức tạp, ảnh hưởng đến giá xăng dầu, chi phí vận tải, logistics, chuỗi cung ứng sản xuất, tiêu dùng; lạm phát vẫn neo ở mức cao, tăng trưởng kinh tế thấp, không đồng đều. Các thị trường trọng điểm, truyền thống phục hồi chậm, khó khăn.

- Do bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch nên các doanh nghiệp du lịch mất nhiều thời gian để phục hồi. Nguồn khách gặp khó khăn. Giá xăng dầu tăng cao làm tăng chi phí kinh doanh. Việc tiếp cận tín dụng, huy động vốn phục vụ kinh doanh vẫn là một trong những khó khăn lớn của doanh nghiệp.

Mặt khác, cũng có một số **thuận lợi, thời cơ** như:

- Việt Nam có vị trí địa lý thuận lợi, tài nguyên tự nhiên và văn hóa đa dạng, đặc sắc; người dân thân thiện, cởi mở, hiếu khách.

- Kết cấu hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng giao thông ngày càng được cải thiện và đang phát triển theo hướng liên kết nội tỉnh, liên tỉnh, nội vùng, liên vùng và mở rộng kết nối quốc tế. Hệ thống cơ sở lưu trú ngày càng được nâng cao cả về chất và lượng. Các cơ sở dịch vụ và thương mại ngày càng phát triển, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch.

- Ngành Du lịch đang nhận được sự quan tâm, kỳ vọng rất lớn của Đảng, Nhà nước và nhân dân; thể chế, chính sách về du lịch ngày càng hoàn thiện, với tư tưởng mới, độ cởi mở cao, tạo thuận lợi và mở đường cho du lịch phát triển.

- Tình hình kinh tế, chính trị, xã hội của đất nước ổn định; hợp tác và hội nhập quốc tế được đẩy mạnh; vị thế đất nước được nâng cao trên trường quốc tế.

- Kinh tế, du lịch thế giới đang từng bước phục hồi, Đông Nam Á là khu vực có tốc độ tăng trưởng du lịch cao, được coi là điểm đến hấp dẫn đối với du khách toàn cầu. Kinh tế số, kinh tế xanh đang tạo ra xu hướng tiêu dùng và du lịch mới, các mô hình kinh doanh mới, các sản phẩm mới, đem lại cơ hội lớn cho hoạt động kinh doanh du lịch.

2. Mục tiêu: Trong bối cảnh trên, ngành Du lịch đặt ra các mục tiêu phục hồi và phát triển như sau:

- Năm 2023: Khách du lịch quốc tế: đã đề xuất điều chỉnh mục tiêu tổng số khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2023 từ 12 triệu lượt đến 13 triệu lượt (so với mục tiêu đón 8 triệu lượt khách du lịch quốc tế trước đó); khách du lịch nội địa: 102 triệu lượt; tổng thu từ khách du lịch: khoảng 650 nghìn tỷ đồng.

- Đến năm 2025, ngành 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. Phấn đấu đón 18 triệu lượt khách quốc tế; 130 triệu lượt khách nội địa, duy trì tốc độ tăng trưởng khách nội địa từ 8 - 9%/năm. Đóng góp trực tiếp từ 6 - 8% trong GDP. Nhu cầu buồng lưu trú: khoảng 1,1 triệu buồng. Tạo việc làm: 5,5 triệu việc làm, trong đó khoảng 1,8 triệu việc làm trực tiếp.

- Đến năm 2030, du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, tăng tỷ trọng đóng góp trong 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. Đón 35 triệu lượt khách quốc tế, tốc độ tăng trưởng từ 13 - 15%/năm; đón 160 triệu lượt khách nội địa, tốc độ tăng trưởng khách nội địa từ 4 - 5%/năm. Đóng góp trực tiếp từ 10 - 13% trong GDP. Nhu cầu buồng lưu trú: khoảng 2,0 triệu buồng. Tạo việc làm: 10,1 triệu việc làm, trong đó khoảng 3,3 triệu việc làm trực tiếp.

3. Các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững: Trong bối cảnh thuận lợi, thời cơ và thách thức đan xen như trên, nhằm tranh thủ tốt thời cơ, hóa giải khó khăn, thách thức, tạo ra đột phá trong phục hồi và phát triển du lịch nhanh, bền vững, ngành Du lịch sẽ tập trung chỉ đạo quyết liệt thực hiện các giải pháp trọng tâm và định hướng lớn gồm:

Một là, thúc đẩy liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch, tạo môi trường kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh, chuyên nghiệp, nâng cao chất lượng dịch vụ trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch

- Tăng cường liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch và dịch vụ liên quan trong để kích cầu du lịch, đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các bên tham gia, hướng tới mục tiêu nâng cao khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam. Các

hãng hàng không cần duy trì chính sách giá vé máy bay linh hoạt, bình ổn, doanh nghiệp du lịch cần đa dạng trong cung ứng dịch vụ và chính sách giá linh hoạt, phù hợp, để hợp tác tạo ra các chương trình, gói sản phẩm du lịch hấp dẫn, cạnh tranh.

- Thúc đẩy phát triển các mô hình liên kết chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch như ăn uống, lưu trú, vận chuyển, giải trí, mua sắm... có tính kết nối chặt chẽ, vừa giúp tối ưu hóa chi phí, đa dạng hệ sinh thái chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế, vừa mang lại cho du khách những trải nghiệm chất lượng, chuyên nghiệp.

- Hiệp hội Du lịch Việt Nam và Hiệp hội du lịch các địa phương phát huy vai trò liên kết, giúp các doanh nghiệp cùng nhau vượt qua khó khăn, chủ động thích ứng, phục hồi nhanh và phát triển bền vững.

Hai là, đẩy mạnh phối hợp liên vùng, liên địa phương, hình thành chuỗi giá trị, sản phẩm du lịch và xây dựng môi trường du lịch văn minh, an toàn, thân thiện

- Đa dạng hóa các hình thức liên kết, hợp tác; thực hiện hiệu quả cơ chế điều phối, quy chế hoạt động, kế hoạch hành động vùng, liên vùng trong 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 nguồn nhân lực; nhân rộng mô hình hợp tác công - tư trong quản lý điểm đến cấp vùng, cấp địa phương.

- Phát huy vai trò của Hiệp hội du lịch các địa phương, thu hút sự tham gia của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển khách du lịch nhằm tăng khả năng điều phối, luân chuyển khách giữa các vùng, địa phương theo các tour du lịch, chương trình du lịch.

- Tăng cường liên kết giữa ngành du lịch với các ngành, lĩnh vực khác trong chuỗi giá trị, hình thành các sản phẩm du lịch đa dạng, độc đáo như du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch chữa bệnh, du lịch ẩm thực...

- Đẩy mạnh quản lý điểm đến, kiểm soát sức chứa tại khu, điểm du lịch, tạo dựng môi trường du lịch văn hóa, văn minh, thân thiện, mến khách.

Ba là, tiếp tục tăng cường phối hợp liên ngành, nghiên cứu, đề xuất cơ chế, chính sách tạo thuận lợi hơn nữa cho việc phục hồi, phát triển du lịch

- Đề xuất miễn thị thực ngắn hạn cho khách du lịch từ một số thị trường tiềm năng, quy mô lớn như Trung Quốc, Ấn Độ... nhằm kích cầu du lịch, đặc biệt là vào mùa thấp điểm. Mở rộng miễn thị thực đơn phương cho công dân các nước có trình độ phát triển cao hơn Việt Nam, chi tiêu du lịch lớn như Úc, Canada, Mỹ, các nước còn lại trong Liên minh châu Âu...

- Xem xét, thí điểm việc cấp thị thực tại cửa khẩu trên cơ sở xét duyệt nhân sự tại chỗ cho khách du lịch quốc tế. Thí điểm cấp thị thực dài hạn (3 năm, 5 năm) để thu hút các phân khúc thị trường khách du lịch cao cấp, khách nghỉ hưu.

- Tối ưu hóa, đơn giản hoá quy trình xin cấp thị thực điện tử, đảm bảo giao diện trang web đơn giản, dễ thao tác, hiển thị thông báo cụ thể về thời gian trả kết quả thị thực.

- Tiếp tục tăng cường hợp tác với các quốc gia, vùng lãnh thổ, các hãng hàng không quốc tế hàng đầu để xúc tiến mở các đường bay mới và tăng tần suất các chuyến bay thẳng hiện có giữa các địa bàn trọng điểm du lịch của Việt Nam và các thành phố cấp 1, cấp 2 của các thị trường khách du lịch mục tiêu.

- Thúc đẩy hợp tác giữa ngành hàng không và ngành du lịch theo tinh thần “lợi ích thì hài hòa, khó khăn thì chia sẻ”, mang lại lợi ích lâu dài cho tất cả các bên liên quan (về vấn đề giá vé máy bay).

(Bộ Giao thông vận tải, các cảng hàng không quốc tế, các hãng hàng không Việt Nam).

- Đề xuất sửa đổi Luật Cơ quan đại diện nước CHXHCN Việt Nam ở nước ngoài, trong đó cho phép lập văn phòng xúc tiến du lịch tại các thị trường trọng điểm trên thế giới *(Bộ Ngoại giao)*.

- Sớm thực hiện điều chỉnh giá điện áp dụng cho các cơ sở lưu trú du lịch ngang bằng với giá điện sản xuất những năm tới theo tinh thần Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, giúp các doanh nghiệp du lịch giảm chi phí đầu vào trong bối cảnh còn nhiều khó khăn hiện nay *(Bộ Công Thương)*.

- Cho phép kéo dài thời gian nộp thuế VAT thêm 12 - 24 tháng, hoãn thời gian nộp tiền thuê đất *(Bộ Tài chính)*.

- Xem xét, giảm lãi suất ngân hàng cho các khoản vay của doanh nghiệp du lịch theo nguyên tắc lãi suất cho vay không cao quá 3% so với lãi suất gửi. Nới lỏng quy định cho vay của các ngân hàng thương mại cho các khoản vay vốn lưu động. Gia hạn các khoản vay bị tác động trực tiếp bởi đại dịch COVID-19 *(Ngân hàng Nhà nước Việt Nam)*.

- Xem xét, tháo gỡ khó khăn đối với hoạt động kinh doanh du lịch trên đất nông nghiệp và đất trang trại *(Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Tài nguyên và Môi trường)*.

- Mở rộng danh sách các thành phố thực hiện thí điểm phát triển kinh tế về đêm *(Bộ Kế hoạch và Đầu tư)*.

- Sớm thành lập Hội đồng nghề du lịch quốc gia và Ủy ban chứng nhận nghề du lịch quốc gia để triển khai thỏa thuận lẫn nhau trong nghề du lịch ASEAN, chuẩn hóa đội ngũ lao động, tạo điều kiện lao động ngành du lịch có nhiều cơ hội việc làm và nâng cao trình độ *(Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội)*.

- Nghiên cứu, đề xuất các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch đêm, du lịch nông nghiệp nông thôn, du lịch cộng đồng, du lịch bền vững, du lịch MICE, du lịch gắn với công nghiệp văn hóa và công nghiệp sáng tạo.

- Đề xuất các chính sách hoàn thuế giá trị gia tăng cho khách du lịch quốc tế; chính sách thuế đất phù hợp đối với các khu du lịch; chính sách ưu tiên phát triển hạ tầng gắn với du lịch, khuyến khích hợp tác công - tư trong đầu tư và vận hành sân bay, bến cảng du lịch; các chính sách khuyến khích đầu tư xây dựng các công viên chủ đề, công trình văn hóa, tổ hợp vui chơi, giải trí, trung tâm thương mại, dịch vụ bán lẻ...

Bốn là, đẩy nhanh cơ cấu lại thị trường, tập trung triển khai quyết liệt các hoạt động xúc tiến du lịch, đẩy nhanh tốc độ phục hồi thị trường khách du lịch quốc tế

- Tăng cường khai thác các thị trường có khả năng chi trả cao, nghỉ dưỡng dài ngày, khách công vụ, khách MICE, các phân khúc khách theo các loại hình, sản phẩm du lịch chủ lực và sản phẩm ngách mà Việt Nam có thế mạnh. Đa dạng hóa các thị trường, hướng đến phát triển bền vững với quy mô, cơ cấu thị trường hợp lý, ổn định, bền vững và hiệu quả, gia tăng thị phần khách đến Việt Nam của các thị trường outbound hàng đầu khu vực, thế giới và các thị trường nguồn trọng điểm, tiềm năng của Việt Nam.

- Phục hồi, củng cố và mở rộng quy mô, khai thác hiệu quả các thị trường gần, các thị trường trọng điểm, truyền thống như Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Hồng Kông), Đông Nam Á, Tây Âu, Bắc Âu, Đông Âu và Nga, Bắc Mỹ, Úc. Thâm nhập, tạo đột phá mở rộng các thị trường mới, tiềm năng lớn như Ấn Độ, Trung Đông, Nam Mỹ.

- Đề chuẩn bị tốt các điều kiện phục vụ mùa cao điểm đón khách du lịch quốc tế vào cuối năm 2023 và đầu năm 2024, tận dụng hiệu quả các chính sách về thị thực, xuất nhập cảnh mới được ban hành, cần khẩn trương, tăng cường triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá, kích cầu để thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

Tăng cường các hoạt động quảng bá xúc tiến trực tiếp tại các thị trường quốc tế trọng điểm, truyền thống và các thị trường mới, tiềm năng, gồm Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Tây Âu, Bắc Mỹ, Úc, Ấn Độ, Trung Đông...

- Huy động và sử dụng hiệu quả nguồn lực quảng bá xúc tiến thông qua Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch. Thúc đẩy quan hệ đối tác công - tư, tranh thủ nguồn lực của các doanh nghiệp, hãng hàng không, các đối tác phân phối lớn cả ở trong và ngoài nước trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch, mở rộng khả năng vươn tới các thị trường trọng điểm và tiềm năng.

- Đẩy mạnh kích cầu dịch vụ du lịch dành cho khách quốc tế trên cơ sở liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp lữ hành, hàng không, lưu trú, các cơ sở cung ứng dịch vụ.

- Thúc đẩy các hoạt động marketing kỹ thuật số. Đầu tư mạnh mẽ thiết kế, xây dựng, tổ chức, vận hành một trang web quốc gia với nội dung, tiện ích phong phú, hấp dẫn, phục vụ quảng bá, xúc tiến du lịch. Đẩy mạnh marketing nội dung cho các trang mạng xã hội của cơ quan du lịch quốc gia.

- Phối hợp với Bộ Ngoại giao thúc đẩy các hoạt động quảng bá du lịch, đất nước, con người và văn hóa Việt Nam. Tăng cường công tác truyền thông các chính sách về thị thực, xuất nhập cảnh tạo thuận lợi cho khách quốc tế vừa được ban hành.

Năm là, phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch có thương hiệu, giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh cao, thúc đẩy chuyển đổi số và phát triển nguồn nhân lực du lịch

- Phát triển sản phẩm du lịch dựa trên lợi thế nổi trội về thiên nhiên và văn hóa của từng vùng, địa phương, đặc biệt là các giá trị về văn hóa, bản sắc dân tộc, phù hợp với nhu cầu của thị trường sau dịch COVID-19, thúc đẩy chuyển đổi xanh, phát triển bền vững trong ngành du lịch.

Tập trung phát triển, làm mới các sản phẩm du lịch chủ lực, gồm du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái và du lịch đô thị; Các sản phẩm du lịch chuyên đề (niche) gồm du lịch mạo hiểm, du lịch chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe và làm đẹp, du lịch golf, du lịch thể thao, giải trí, du lịch mua sắm, du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp nông thôn, du lịch đêm, du lịch gắn với công nghiệp văn hóa, sự kiện và công nghiệp sáng tạo. Củng cố cơ sở vật chất phục vụ các yêu cầu chuyên biệt của một số nhóm khách đang là thị trường tiềm năng.

- Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện hệ sinh thái du lịch thông minh, hỗ trợ công tác quản lý nhà nước, kinh doanh dịch vụ du lịch, nâng cao trải nghiệm du khách, bao gồm xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch quốc gia; phát triển trang mạng du lịch quốc gia, ứng dụng du lịch quốc gia “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel”, thẻ Việt - thẻ du lịch thông minh phục vụ khách du lịch; phát triển nền tảng số “Quản trị và kinh doanh du lịch”.

- Tiếp tục thực hiện Đề án “Phát triển nguồn nhân lực du lịch thích ứng với tác động của đại dịch COVID-19 giai đoạn 2021 - 2030”. Có chính sách thu hút nguồn nhân lực du lịch; tăng cường đào tạo tại chỗ, nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ của đội ngũ nhân lực Ngành. Xây dựng kế hoạch đào tạo bổ sung mới, đảm bảo đủ nguồn nhân lực thiếu hụt do việc chuyển việc, thôi việc thời gian qua. Tăng cường liên kết hợp tác giữa doanh nghiệp và các trường đào tạo trong đào tạo nhân lực du lịch.

III. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

Để phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững, thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, cần có các giải pháp **nhANH HƠN, CAO HƠN, MẠNH HƠN**, mục tiêu, yêu cầu đặt ra cho ngành Du lịch trong bối cảnh hiện nay thực sự đòi hỏi các giải pháp phi truyền thống, đặc biệt là cần có cơ chế toàn diện, đột phá thu hút mạnh mẽ khách quốc tế trở lại Việt Nam. Do đó, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch kiến nghị, đề xuất Chính phủ, các Bộ, ngành, địa phương, các hiệp hội, doanh nghiệp Việt Nam một số nội dung cụ thể như sau:

1. Đối với Chính phủ: Xem xét, chỉ đạo các Bộ, ngành và UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tiếp tục chủ động triển khai các giải pháp liên

quan nhằm hỗ trợ doanh nghiệp và người lao động trong ngành du lịch, thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam như nội dung Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ, với phương châm **“Sản phẩm đặc sắc - Dịch vụ chuyên nghiệp - Thủ tục thuận tiện, đơn giản - Giá cả cạnh tranh - Môi trường vệ sinh sạch đẹp - Điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện”**.

2. Đối với các Bộ, ngành

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương bố trí nguồn lực, đề xuất các cơ chế, chính sách để thực hiện khả thi, hiệu quả các mục tiêu phục hồi, phát triển du lịch, bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ với thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội từng ngành và địa phương.

- Tăng cường các giải pháp ứng dụng công nghệ thông tin nhằm cải tiến quy trình, thủ tục cấp thị thực điện tử. Cải tiến mạnh mẽ quy trình kiểm soát thủ tục nhập cảnh, xuất cảnh, hải quan tại cửa khẩu đường không, đường bộ, đường biển, bảo đảm nhanh chóng và tiện lợi nhất cho khách quốc tế đến Việt Nam.

- Phát huy vai trò cầu nối, nâng cao vai trò của cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong xúc tiến quảng bá du lịch, tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách quốc tế đến Việt Nam. Tăng cường cung cấp thông tin, tuyên truyền về chính sách thị thực, chính sách mở cửa du lịch của Việt Nam tới bạn bè quốc tế.

- Nghiên cứu, đề xuất sửa đổi Luật Cơ quan đại diện nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ở nước ngoài (2017) và văn bản quy phạm pháp luật có liên quan để tạo điều kiện thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam tại nước ngoài.

- Chỉ đạo triển khai các giải pháp thúc đẩy khai thác mở rộng các đường bay quốc tế đến Việt Nam; tăng thu hút khách du lịch quốc tế thông qua các phương thức vận tải quốc tế như đường không, đường biển.

- Nghiên cứu, đề xuất các chính sách về giảm giá, ưu đãi về giá điện hỗ trợ cho doanh nghiệp du lịch giảm chi phí vận hành, nâng cao khả năng cạnh tranh thu hút khách du lịch.

3. Đối với các địa phương

- Huy động nguồn lực, thu hút đầu tư cho phát triển du lịch, đặc biệt là đầu tư vào các khu, điểm du lịch theo quy hoạch và hệ thống kết cấu hạ tầng kết nối phù hợp, các sản phẩm du lịch đặc thù.

- Đẩy nhanh tiến độ, hiệu quả thực hiện Chương trình phục hồi, phát triển kinh tế - xã hội trong lĩnh vực du lịch của địa phương, các chương trình, đề án, dự án phát triển hạ tầng du lịch, sản phẩm và quảng bá, xúc tiến du lịch.

- Chủ động, tích cực tham gia có hiệu quả các hợp tác, liên kết liên địa phương, liên vùng thúc đẩy phát triển du lịch. Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp du lịch xây dựng, phát triển các sản phẩm mới. Đơn giản hóa quy trình, thủ tục hành chính tạo thuận lợi thúc đẩy du lịch.

- Tăng cường quản lý, bảo đảm an ninh, an toàn, vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, tạo dựng môi trường du lịch văn hóa, văn minh, thân thiện, mến khách.

4. Đối với doanh nghiệp, hiệp hội du lịch

- Phát huy tính năng động, sáng tạo và vai trò động lực của doanh nghiệp trong phục hồi du lịch. Các hiệp hội du lịch phát huy vai trò trong hỗ trợ doanh nghiệp thành viên, đặc biệt đẩy mạnh các hoạt động kết nối, giúp các doanh nghiệp cùng nhau vượt qua khó khăn, chủ động thích ứng, phục hồi nhanh và phát triển bền vững.

- Đổi mới mô hình kinh doanh, tái cấu trúc doanh nghiệp gắn với chuyển đổi số, đổi mới và sáng tạo; nâng cao năng lực cạnh tranh; đầu tư hơn nữa cho công nghệ, nguồn nhân lực chất lượng cao, trình độ quản lý và quản trị doanh nghiệp; mở rộng thị trường.

- Chủ động tổ chức các văn phòng đại diện xúc tiến du lịch tại các địa bàn thị trường trọng điểm./.

BẢNG 1: SỐ LIỆU VỀ LƯỢNG KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2015 - 2023*Đơn vị: Lượt khách*

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Tổng số	7.898.852	10.012.735	12.922.151	15.497.791	18.008.591	3.686.779	3.500	3.440.019	9.997.928
Tốc độ tăng trưởng (%)	0,15	26,76	29,06	19,93	16,2	-79,53	-99,91	98,18	

Phân theo phương tiện

Đường không	6.282.040	8.260.623	10.910.297	12.484.987	14.377.509			2.446.127	7.116.313
Đường biển	63.428	284.855	258.836	215.306	264.115			2.882	44.578
Đường bộ	1.553.384	1.467.257	1.753.018	2.797.498	3.366.967			257.652	966.602

Phân theo thị trường

Châu Á	5.345.830	7.263.374	9.762.661	12.075.466	14.386.318			1.957.512	7.754.167
Châu Mỹ	598.036	735.073	817.033	903.830	973.794			267.350	747.908
Châu Âu	1.186.530	1.617.432	1.885.670	2.037.915	2.168.152			365.519	1.121.186
Châu Úc	358.523	368.292	420.906	437.819	432.370			108.237	348.180
Châu Phi		28.564	35.881	42.761	47.957			8.043	23.198

2023*: số liệu 10 tháng đầu năm 2023

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

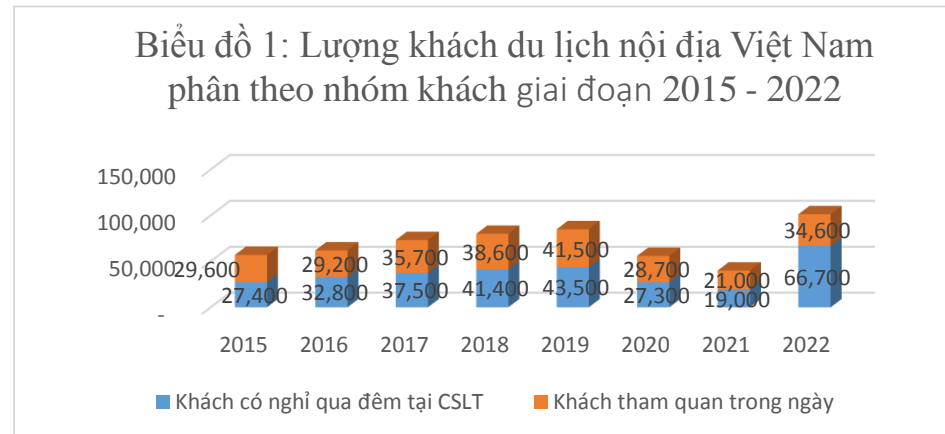
BẢNG 2: SỐ LIỆU VỀ LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2015 - 2023*Đơn vị: Nghìn lượt người*

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Lượt khách	57.000	62.000	73.200	80.000	85.000	56.000	40.000	101.300	98.700

Phân theo nhóm khách

Khách có nghỉ qua đêm tại CSLT	27.400	32.800	37.500	41.400	43.500	27.300	19.000	66.700	61.300
Khách tham quan trong ngày	29.600	29.200	35.700	38.600	41.500	28.700	21.000	34.600	37.400

2023*: 10 tháng đầu năm 2023;

*Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam*

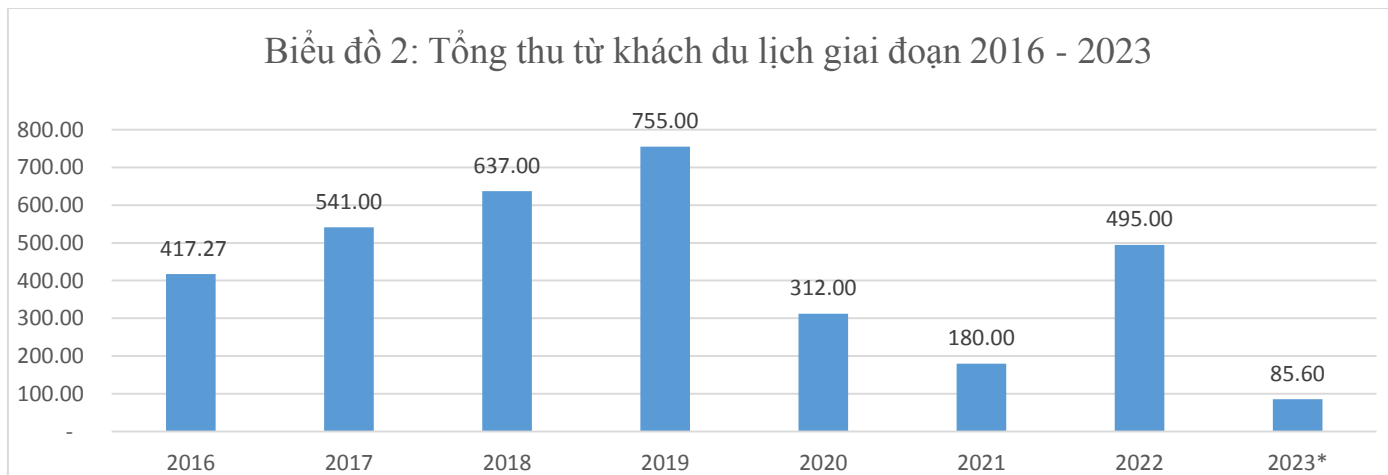
BẢNG 3: SỐ LIỆU VỀ TỔNG THU TỪ KHÁCH DU LỊCH*Đơn vị: Nghìn tỷ đồng*

Năm	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Tổng thu từ khách du lịch	417,27	541	637	755	312	180	495	582,60

Đơn vị: %

Tốc độ tăng trưởng	17,5	29,7	17,7	18,5	-58,7	-42,3		
Tỷ trọng đóng góp của du lịch vào GDP cả nước	6,96	7,9	8,39	9,2	3,58	1,97		

2023*: 10 tháng đầu năm 2023

*Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam*

BẢNG 4: SỐ LIỆU VỀ SỐ LƯỢNG CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH VÀ SỐ BUỒNG GIAI ĐOẠN 2015 - 2022

Năm	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
CSLTDL (cơ sở)	19.000	21.000	25.600	28.000	30.000	38.000	35.000
Buồng lưu trú (buồng)	370.000	420.000	508.000	550.000	650.000	780.000	700.000



Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

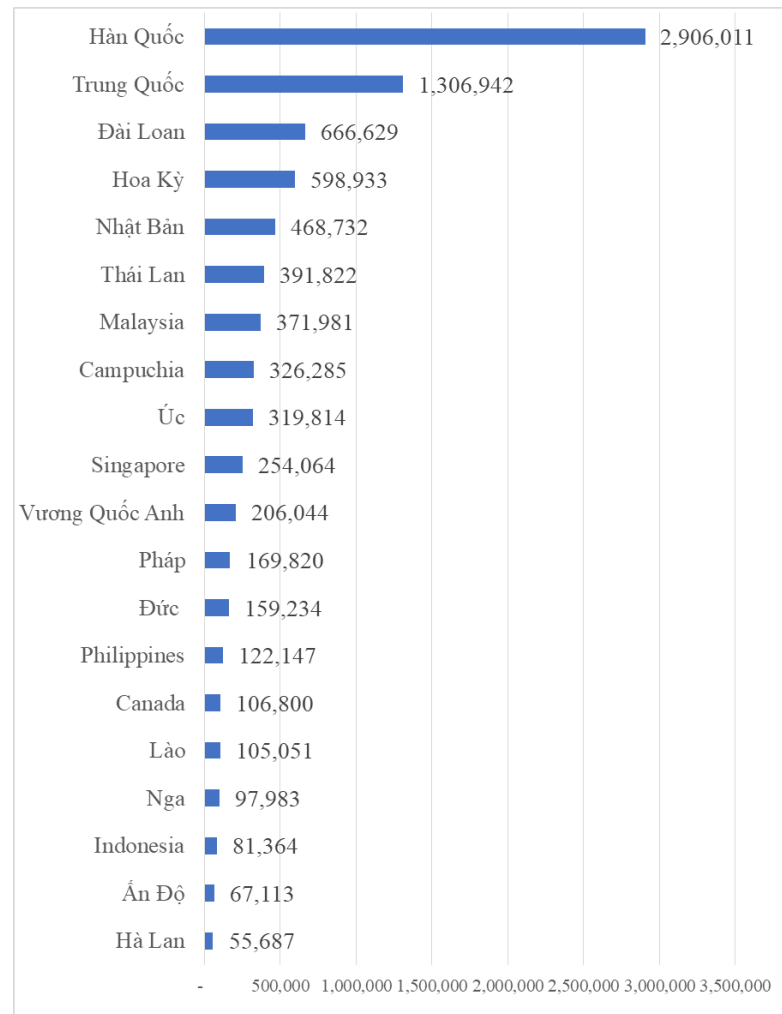
BẢNG 5: 20 THỊ TRƯỜNG GỬI KHÁCH QUỐC TẾ HÀNG ĐẦU GIAI ĐOẠN 2015 - 2022
(sắp xếp thứ tự theo số liệu năm 2019)

Đơn vị: Lượt khách

STT	Thị trường	2015	2016	2017	2018	2019	2022
1	Trung Quốc	1.771.654	2.696.848	4.008.253	4.966.468	5.806.425	71.862
2	Hàn Quốc	1.152.349	1.543.883	2.415.245	3.485.406	4.290.802	769.167
3	Nhật Bản	677.477	740.592	798.119	826.674	951.962	128.764
4	Đài Loan	425.060	507.301	616.232	714.112	926.744	89.463
5	Hoa Kỳ	492.847	552.644	614.117	687.226	746.171	215.274
6	Nga	339.270	433.987	574.164	606.637	646.524	28.056
7	Malaysia	341.125	407.574	480.456	540.119	606.206	135.007
8	Thái Lan	218.025	266.984	301.587	349.310	509.802	162.567
9	Úc	323.792	320.678	370.438	386.934	383.511	99.156
10	Vương quốc Anh	214.866	254.841	283.537	298.114	315.084	67.337
11	Singapore	237.496	257.041	277.658	286.246	308.969	128.399

STT	Thị trường	2015	2016	2017	2018	2019	2022
12	Pháp	211.780	240.808	255.369	279.659	87.655	58.107
13	Campuchia	220.449	211.949	222.614	202.954	27.910	140.461
14	Đức	134.784	176.015	199.872	213.986	26.792	59.975
15	Philippines	101.451	110.967	133.543	151.641	79.190	36.281
16	Canada	195.189	122.929	138.242	149.535	59.121	37.894
17	Indonesia	65.660	69.653	81.065	87.941	06.688	26.338
18	Lào	116.349	137.004	141.588	120.009	8.492	47.002
19	Tây Ban Nha	45.483	57.957	69.528	77.071	3.597	22.511
20	Hà Lan	48.862	64.712	72.277	77.300	1.092	19.756

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

BẢNG 6: 20 THỊ TRƯỜNG GỬI KHÁCH QUỐC TẾ HÀNG ĐẦU CỦA VIỆT NAM 10 THÁNG ĐẦU NĂM 2023

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

BẢNG 7: CÁC GIẢI THƯỞNG DU LỊCH CỦA VIỆT NAM

STT	Giải thưởng	Năm đạt giải
1	Điểm đến di sản hàng đầu thế giới	2019, 2020
2	Điểm đến golf hàng đầu thế giới	2019, 2021
3	Điểm đến golf hàng đầu châu Á	2017, 2018, 2019, 2020, 2021
4	Điểm đến hàng đầu châu Á	2018, 2019, 2021, 2022, 2023
5	Điểm đến di sản hàng đầu châu Á	2020
6	Điểm đến văn hóa hàng đầu châu Á	2019, 2020
7	Điểm đến ẩm thực hàng đầu châu Á	2019, 2020
8	Điểm đến du lịch bền vững hàng đầu châu Á	2021
9	Điểm đến thiên nhiên hàng đầu châu Á	2022, 2023
10	Cơ quan quản lý du lịch hàng đầu châu Á	2017, 2021, 2022, 2023

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

**BẢNG 8: DANH SÁCH VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN XÚC TIẾN DU LỊCH Ở NƯỚC NGOÀI
CỦA MỘT SỐ NƯỚC/VÙNG LÃNH THỔ**

STT	Tên thị trường	Thị trường đặt văn phòng		Tổng số văn phòng
1	Nhật Bản	Canada (1) Hoa Kỳ (2) Mexico (1) Pháp (1) Đức (1) Italy (1) Nga (1) Tây Ban Nha (1) Anh (1) UAE (1)	Úc (1) Trung Quốc (5) Ấn Độ (1) Indonesia (1) Hàn Quốc (1) Malaysia (1) Philippines (1) Singapore (1) Thái Lan (1) Việt Nam (1)	25
2	Hàn Quốc	Singapore (1) Thái Lan (1) Malaysia (1) UAE (1) Australia (2) Ấn Độ (1) Việt Nam (1) Philippines (1) Indonesia (1)	Hoa Kỳ (6) Nga (4) Trung Quốc và vùng lãnh thổ (9) Nhật Bản (3) Anh (1) Đức (1) Pháp (1) Thổ Nhĩ Kỳ (1) Kazakhstan (1) Mông Cổ (1)	38
3	Đài Loan	Singapore (1) Việt Nam (1) Thái Lan (1)	Trung Quốc và vùng lãnh thổ (4) Hàn Quốc (2) Anh (1)	17

STT	Tên thị trường	Thị trường đặt văn phòng		Tổng số văn phòng
		Malaysia (1) Nhật Bản (2)	Đức (1) Hoa Kỳ (3)	
4	Thái Lan	Malaysia (1) Indonesia (1) Singapore (1) Ấn Độ (2) Australia (1) Việt Nam (1) Trung Quốc và vùng lãnh thổ (7) Nhật Bản (3) Hàn Quốc (1)	Hoa Kỳ (2) Canada (1) Anh (1) Thụy Điển (1) Đức (1) Nga (1) Pháp (1) Italy (1) CH Séc (1) UAE (1)	29
5	Singapore	Hoa Kỳ (2) Malaysia (1) Brunei (1) Thái Lan (1) Việt Nam (1) Indonesia (2) Philippines (1) Ấn Độ (2) Hàn Quốc (1)	Úc (1) Anh (1) Đức (1) Italy (1) Bỉ (1) Pháp (1) Trung Quốc (6) Pháp (1)	25
6	Indonesia	Đức (1) Malaysia (1) Pháp (1) Liên bang Nga (1) Singapore (1)	Ả Rập Saudi (1) Úc (1) Hà Lan (1) Hồng Kông và Macao (1) Ấn Độ (1)	15

STT	Tên thị trường	Thị trường đặt văn phòng		Tổng số văn phòng
		Trung Đông (1) Trung Quốc (1)	Anh (1) Nhật Bản (1) Hàn Quốc (1)	
7	Philippines	Úc (1) Anh (1) Đức (1) Nga (1) Tây Ban Nha (1) Italy (1) Pháp (1) UAE (1) Hoa Kỳ (3)	Trung Quốc và vùng lãnh thổ (3) Ấn Độ (3) Indonesia (1) Nhật Bản (2) Hàn Quốc (1) Malaysia (1) Singapore (1) Thái Lan (1) Việt Nam (1)	25
8	Malaysia	Brunei (1) Indonesia (2) Philippines (1) Singapore (1) Thái Lan (1) Việt Nam (1) Úc (1) Trung Quốc (4) Ấn Độ (3) Nhật Bản (2) Hàn Quốc (1)	Kazakhstan (1) Hà Lan (1) New Zealand (1) Nga (1) Thổ Nhĩ Kỳ (1) Anh (1) Hoa Kỳ (1) Ả rập Saudi (1) Đài Loan (1) UAE (1) Pháp (1) Đức (1)	30

Nguồn: Website chính thức của cơ quan du lịch các thị trường

PHỤ LỤC 9: KINH NGHIỆM MỘT SỐ NƯỚC TRONG PHỤC HỒI VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Trung Quốc

Sau khi dỡ bỏ các hạn chế về COVID-19 vào tháng 12/2022, ngành du lịch Trung Quốc có sự phục hồi khá tích cực với sự bùng nổ của du lịch nội địa, du lịch ra nước ngoài phục hồi nhẹ.

Ngày 10/8/2023, Bộ Văn hóa và Du lịch Trung Quốc công bố đợt thứ ba danh sách các quốc gia, điểm đến mà Trung Quốc mở cửa trở lại các tour du lịch theo đoàn từ Trung Quốc, nâng tổng số lên 138 quốc gia.

Tuy nhiên, sự suy thoái liên tục của thị trường du lịch quốc tế đến Trung Quốc đã làm dấy lên mối lo ngại. Một số giải pháp đã được thực hiện như: Đại sứ quán Trung Quốc ở nhiều nước đã thông báo miễn lấy dấu vân tay đối với công dân đến từ một số quốc gia và chính quyền Trung ương đang cân nhắc việc tăng cường các chuyến bay quốc tế. Ngoài ra, việc nâng cấp WeChat Pay và Paypal gần đây sẽ cho phép người dùng nước ngoài liên kết thẻ quốc tế với điện thoại của họ và sử dụng hệ thống thanh toán di động ở Trung Quốc. Đồng thời chính quyền đã phê duyệt và đang quảng cáo logo gấu trúc mới để thu hút nhiều khách du lịch quốc tế hơn.

2. Nhật Bản

Từ ngày 11/10/2022, Nhật Bản gỡ bỏ các hạn chế kiểm soát biên giới đối với du khách. Đồng thời chính thức khôi phục các chính sách miễn thị thực cho du khách đến từ 68 quốc gia, vùng lãnh thổ với thời gian lưu trú 90 ngày như trước đây. Nhật Bản tiếp tục loại bỏ tất cả biện pháp kiểm soát còn lại vào tháng 5/2023. Ngoài việc nới lỏng các biện pháp kiểm soát biên giới, việc đồng Yên tiếp tục mất giá đã khiến người nước ngoài cảm thấy du lịch đến Nhật Bản có giá cả phải chăng hơn, điều này dường như đã thúc đẩy sự phục hồi nhanh chóng về số lượng khách du lịch.

Các thị trường châu Á như Hàn Quốc, Đài Loan (Trung Quốc) và Hồng Kông (Trung Quốc) là những thị trường chính góp phần phục hồi thị trường du lịch inbound Nhật Bản. Đáng chú ý là lượng khách quốc tế đến từ châu Âu, Úc và đặc biệt là Mỹ đang phục hồi nhanh chóng. Phản hồi từ thị trường Mỹ cho biết “Nhật Bản đứng đầu danh sách các điểm đến mà du khách muốn đến sớm”, và sức hấp dẫn của Nhật Bản giúp phục hồi lượng du khách Mỹ quay trở lại Nhật Bản ngay sau khi các biện pháp kiểm soát biên giới ở nhiều nước đã được nới lỏng.

Bên cạnh đó, Nhật Bản đã áp dụng đồng bộ các giải pháp sau nhằm thu hút khách du lịch quốc tế sau đại dịch COVID-19:

- Quảng bá du lịch Nhật Bản;
- Khuyến khích hỗ trợ tổ chức các hội nghị quốc tế và các sự kiện;

- Thúc đẩy chiến lược phát triển du lịch bền vững; Thúc đẩy các hoạt động thân thiện với môi trường của doanh nghiệp du lịch và khách du lịch;
- Khuyến khích, nâng cao lượng khách quay lại; Quảng bá sức hấp dẫn của địa phương đến các địa điểm khác ngoài các điểm du lịch nổi tiếng;
- Phát triển nguồn nhân lực du lịch;
- Cải thiện môi trường du lịch thông qua việc tăng cường thông tin du lịch đa ngôn ngữ, thiết lập dịch vụ Wi-Fi miễn phí, thúc đẩy hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt, thúc đẩy khả năng tiếp cận không rào cản...

3. Hàn Quốc

Trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch lần thứ 6 (giai đoạn 2023 - 2027), Chính phủ Hàn Quốc xác định tầm nhìn “Hàn Quốc, điểm đến du lịch hấp dẫn với văn hóa Hàn Quốc” nhằm khôi phục ngành du lịch vừa bị ảnh hưởng bởi đại dịch COVID-19.

Hàn Quốc sẽ thúc đẩy thị trường du lịch quốc tế (inbound) bằng cách kết hợp với văn hóa Hàn Quốc và cung cấp các dịch vụ du lịch thuận tiện, từ đó thu hút khách du lịch nước ngoài và thúc đẩy tiêu dùng.

Ngày 05/6/2023, Chính phủ Hàn Quốc đã công bố kế hoạch hỗ trợ đặc biệt cho các lĩnh vực xuất khẩu đầy hứa hẹn, trong đó có du lịch. Kế hoạch này tập trung vào phát triển sản phẩm du lịch hấp dẫn kết hợp với văn hóa Hàn Quốc và gia tăng trải nghiệm thuận tiện của khách quốc tế đến thăm Hàn Quốc.

4. Thái Lan

- Kéo dài thời gian lưu trú: Từ 30 ngày lên 45 ngày đối với khách du lịch từ các quốc gia, vùng lãnh thổ được miễn thị thực; Từ 15 ngày lên 30 ngày đối với khách du lịch đủ điều kiện nhận thị thực khi đến.

- Kế hoạch mở cửa du lịch quốc tế đã được Thái Lan triển khai theo lộ trình từng nhóm điểm đến: Phuket từ ngày 01/7/2021; Samui, Pha Ngan, Tao từ ngày 15/7/2021; 4 tỉnh Chiang Mai, Chon Buri, Prachuap Khiri Khan và Phetchaburi từ ngày 01/10/2021; 22 địa phương từ ngày 15/10/2021, thực hiện bong bóng du lịch một số địa phương với 4 nước chung biên giới từ tháng 01/2022.

- Trong suốt thời gian dịch bệnh COVID-19 kéo dài, Thái Lan đã từng bước nới lỏng các quy định rào cản nhập cảnh để đón khách quốc tế vào thông qua phát động ba chương trình đón khách quốc tế gồm:

+ Phuket Sandbox (Hộp cát Phuket): Khách du lịch nước ngoài từ 66 quốc gia và vùng lãnh thổ đã được tiêm phòng được phép đến Phuket mà không cần kiểm dịch y tế; Khách du lịch đến bắt buộc phải ở trên đảo 14 ngày trong một khách sạn trước khi xét nghiệm COVID-19.

+ Test&Go (Xét nghiệm và Đi): Yêu cầu du khách phải thực hiện xét nghiệm PCR trong 72 giờ trước chuyến bay khởi hành đến Thái Lan; Từ ngày đầu tiên đến ngày thứ 5, du khách bắt buộc phải ở trong khách sạn và thực hiện xét nghiệm PCR cũng như chờ kết quả; Bảo hiểm tối thiểu 50.000 USD.

+ Alternative Quarantine (Cách ly thay thế): Yêu cầu thẻ thông hành (Thailand pass), chứng nhận tiêm chủng và bảo hiểm tối thiểu 50.000 USD; Đặt phòng tại một khách sạn được chính phủ công nhận; Có xét nghiệm COVID-19 âm tính 72 giờ trước chuyến bay; Cách ly ít nhất 7 đến 10 ngày sau khi đến và làm 2 xét nghiệm RT-PCR.

- Thái Lan thực hiện mở cửa hoàn toàn du lịch quốc tế, không yêu cầu xuất trình các chứng nhận tiêm vaccine COVID-19 từ ngày 01/10/2022.

- Sau khi mở cửa, Thái Lan đã thực hiện một số chính sách, biện pháp thu hút khách du lịch nước ngoài:

+ Thái Lan đặt mục tiêu hướng tới nhóm khách hàng cao cấp nhằm thu hút phân đoạn khách du lịch có chi tiêu cao. Thái Lan đã khởi động chương trình thị thực dài hạn cho người nước ngoài có thu nhập cao và lao động có tay nghề cao, thị thực 1 năm cho khách lưu trú.

+ Chính phủ nước này nâng giá khách sạn lên như mức hai năm trước để hỗ trợ ngành du lịch Thái Lan phục hồi nhanh hơn. Bộ Du lịch và Thể thao Thái Lan yêu cầu các chủ khách sạn ngừng áp dụng chương trình giảm giá đối với khách quốc tế, nhưng vẫn áp dụng với khách nội địa.

+ Tổng cục Du lịch Thái Lan (TAT) phối hợp với các hãng hàng không trong khu vực tuyên truyền, triển khai nhiều chiến dịch, khuyến mãi đặc biệt nhằm thúc đẩy doanh số, tăng số lượng chuyến bay, tạo sự đồng hành chặt chẽ hàng không với mỗi chiến dịch của ngành du lịch.

+ Thái Lan đang từng bước thay đổi các dịch vụ du lịch, hướng du khách đến những tiện ích mới, đa dạng và mang đậm nét văn hóa Thái hơn từ nghệ thuật, ẩm thực đến nghỉ dưỡng. Những thay đổi đó nhằm đưa Thái Lan phục hồi ngành du lịch sau đại dịch, hướng đến những du khách trẻ và những người đi du lịch cùng gia đình. Bangkok, Pattaya, Chiang Mai và Phuket là những thành phố có sự đa dạng về sản phẩm, dịch vụ du lịch như cuộc sống về đêm (night life), khu mua sắm, ẩm thực đường phố, thắng cảnh thiên nhiên tươi đẹp. Tất cả những điều này tiếp tục đáp ứng nhu cầu của khách du lịch Việt Nam thế hệ mới và nhóm gia đình.

+ Thái Lan thực hiện truyền thông rộng mở chào đón cộng đồng đồng tính LGBT.

+ Thái Lan tiếp tục áp dụng chính sách thị thực thông thoáng như trước đại dịch COVID-19 và đưa ra một số chính sách mới phục vụ khôi phục phát triển du lịch: Kéo dài thời gian lưu trú lên 45 ngày cho khách đến từ các quốc gia, vùng lãnh thổ được miễn thị thực. Thời gian áp dụng chính sách mới từ ngày 01/10/2022 và kết thúc vào ngày 31/3/2023. Nếu ở quá 45 ngày du khách vẫn phải xin visa. Sau thời gian kê trên, du khách được miễn thị thực quay lại thời gian lưu trú là 30 ngày như hiện tại; Bổ sung danh sách miễn thị thực, áp dụng cho Saudi Arabia, nâng tổng số nước áp dụng miễn thị thực là 64.

+ Thái Lan đã miễn thị thực có thời hạn cho du khách đến từ Trung Quốc và Kazakhstan từ ngày 29/9/2023 đến ngày 29/02/2024 (5 tháng). Miễn thị thực cho khách Ấn Độ từ ngày 10/11/2023 đến ngày 10/5/2024 (6 tháng).

+ Triển khai các biện pháp bảo đảm an toàn cho khách du lịch.

+ Xây dựng video quảng cáo truyền hình: có sự xuất hiện của các diễn viên, ca sĩ và quan chức cao cấp của Trung Quốc quảng bá Thái Lan như một điểm đến tuyệt vời.

+ Tăng lượng chuyến bay tới các điểm du lịch thứ cấp tại các tỉnh có tiềm năng du lịch cao.

+ Phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch độc đáo, có chất lượng cao, tổ chức các sự kiện du lịch trong cả năm và đưa các lễ hội thả đèn hoa đăng Loy Krathong, Tết cổ truyền Songkran trở thành các lễ hội mang tầm cỡ quốc tế.

+ Đẩy mạnh quảng bá nước này như một trung tâm giải trí châu Á thông qua các công ty lữ hành, triển khai các chương trình khuyến mãi đặc biệt dành cho du khách.

+ Thành lập một nhóm “xử lý khủng hoảng trực tuyến” để ứng phó với mọi sự cố ảnh hưởng đến du lịch ở Thái Lan.

+ Triển khai dự án "Du lịch số" để tăng cường nhận thức và khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tăng cường sử dụng các nền tảng số. Trọng tâm là nền tảng kỹ thuật số về du lịch cấp quốc gia mang tên ThailandCONNEX.

+ Tập trung quảng bá 5F là Fight (Võ thuật), Food (Ẩm thực), Festival (Lễ hội), Fashion (Thời trang) và Film (Phim). Đây là những “sức mạnh mềm” của Thái Lan.

5. Indonesia

- Áp dụng chính sách miễn thị thực đối với 159 nước.

- Triển khai chiến lược phục hồi du lịch gồm các nội dung chính (1) Tập trung vào du khách; (2) Đẩy mạnh truyền thông phục hồi hiệu quả; (3) Thúc đẩy nhu cầu; (4) Tập trung các điểm đến chính; (5) Ưu tiên du lịch nội địa; (6) Tập trung vào kinh tế sáng tạo và ngành lưu trú.

- Ưu tiên du lịch nội địa: Phát động phong trào Tự hào quốc gia nhằm quảng bá các sản phẩm nội địa tại các điểm du lịch.

- Tập trung triển khai chiến dịch quảng bá du lịch tại thị trường nước ngoài cũng như trên các nền tảng kỹ thuật số, đặc biệt là quảng bá về “5 điểm đến siêu ưu tiên” gồm có: Đền Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Hồ Toba, Likupang.

- Tổ chức các sự kiện tầm cỡ quốc tế như: Đường đua xuống máy F1, Giải vô địch bóng đá thế giới U20, Đại hội thể thao bãi biển thế giới (ANOC), đua moto quốc tế (WSBK)...

6. Campuchia

- Chính phủ Campuchia đã phê chuẩn Lộ trình xúc tiến xu lịch và Kế hoạch phục hồi du lịch trong và sau COVID-19 giai đoạn 2020 - 2025, chia làm 03 giai đoạn:

+ Giai đoạn 1 (Tự cường & Khởi động lại) từ 2020 - 2021 bao gồm ba Chiến lược: Chiến lược 1: Hỗ trợ kinh tế cho khu vực tư nhân và tạo việc làm; Chiến lược 2: Khuyến khích du lịch nội địa và chuẩn bị đón khách du lịch quốc tế; Chiến lược 3: Phát triển các cơ chế quản trị du lịch;

+ Giai đoạn 2 (Phục hồi) từ 2022 - 2023 bao gồm ba Chiến lược: Chiến lược 1: Phục hồi kinh tế và việc làm trong ngành du lịch; Chiến lược 2: Phục hồi các thị trường quốc tế (khu vực) và tiếp tục khuyến khích du lịch nội địa; Chiến lược 3: Áp dụng các cơ chế quản lý du lịch mới;

+ Giai đoạn 3 (Tái khởi động) từ 2024 - 2025 bao gồm ba Chiến lược: Chiến lược 1: Thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và việc làm trong ngành du lịch Campuchia; Chiến lược 2: Nâng cao sức mạnh của du lịch nội địa, mở rộng du lịch Campuchia tại các thị trường quốc tế (kể từ năm 2023); Chiến lược 3: Quản trị du lịch tương lai.

- Tháng 11/2021, Campuchia đã mở cửa đón các du khách tiêm đầy đủ vaccine ngừa COVID-19. Khách du lịch đến Campuchia được yêu cầu xuất trình chứng nhận đã tiêm phòng, có kết quả xét nghiệm COVID-19 âm tính, sau đó test nhanh khi đến và chờ kết quả tại sân bay.

- Ngày 27/01/2022, Campuchia thông báo phát động chiến dịch mang tên "Campuchia: Điểm du lịch xanh và an toàn" nhằm phục hồi ngành du lịch sau dịch COVID-19.

- Campuchia đẩy mạnh truyền thông, xúc tiến quảng bá du lịch ở nước ngoài: Tổ chức Roadshow Campuchia tại Cần Thơ, Việt Nam vào tháng 7/2022; Tham gia gian hàng tại Hội chợ ASEAN - Trung Quốc tháng 9/2022 tại Trung Quốc...

- Campuchia mở rộng danh sách miễn thị thực, bổ sung thêm Maldives từ ngày 04/5/2023. Tất cả các quốc tịch không được miễn visa được áp dụng xin thị thực điện tử hoặc thị thực tại cửa khẩu. Thị thực điện tử và thị thực tại cửa khẩu đều cho phép khách du lịch lưu trú 30 ngày.

- Campuchia nỗ lực đẩy mạnh hoàn thiện cơ sở hạ tầng hàng không, đường bộ: Xây dựng sân bay quốc tế mới ở Phnompenh, xây dựng thêm nhiều cầu đường mới, tuyến đường cao tốc mới Phnompenh-Sihanoukville...

- Trong năm 2022, 2023, Campuchia đăng cai tổ chức SEA Games và Paragames và hàng loạt sự kiện du lịch quốc tế trong các khuôn khổ UNWTO, ASEAN, GMS...

7. Malaysia

- Malaysia mở cửa cho khách du lịch quốc tế từ ngày 01/4/2022 và từ ngày 01/5/2022 chính thức bỏ các yêu cầu về test COVID-19 đối với các khách đã tiêm phòng đầy đủ.

- Malaysia xây dựng và áp dụng “Khung phục hồi du lịch 2022”, đưa ra 5 phương hướng phục hồi bao gồm:

(1) Hỗ trợ phục hồi các doanh nghiệp du lịch và văn hoá;

(2) Áp dụng trở lại các cơ chế du lịch an toàn, không giới hạn liên vùng và quốc tế;

(3) Cải tiến các sản phẩm du lịch và văn hoá, dịch vụ để thúc đẩy khả năng cạnh tranh;

(4) Phát triển du lịch bền vững và bao trùm;

(5) Duy trì khả năng phục hồi và chuẩn bị sẵn sàng cho các khủng hoảng. Để phát triển các sản phẩm du lịch, Malaysia đưa ra các chiến lược về phát triển sản phẩm chủ đạo và hỗ trợ cho đối tượng khách quốc tế và trong nước; trong đó sản phẩm chủ đạo dành cho khách quốc tế là du lịch biển đảo, thiên nhiên, mạo hiểm, mua sắm, y tế và ẩm thực, sản phẩm hỗ trợ là du lịch đêm, di sản, thể thao và ẩm thực halal.

- Malaysia đang nỗ lực quảng bá và nhắm tới những du khách thuộc thế hệ trẻ từ Trung Đông, gồm Gen Z (người sinh từ cuối những năm 1990 đến 2000) và Gen Y (sinh từ đầu những năm 1980 đến giữa những năm 1990). Để phục vụ du khách Gen Z và Gen Y đến từ Trung Đông giàu có, Malaysia đang cố gắng quảng bá các sản phẩm du lịch thích hợp như du lịch sinh thái và du lịch mạo hiểm, các hoạt động tình nguyện cũng như các sản phẩm khác phù hợp với xu hướng du lịch bền vững. Các hoạt động du lịch đồng thời quan tâm tới vấn đề xã hội và bảo vệ môi trường, cũng như phúc lợi của cộng đồng dân cư bản địa.

- Malaysia tiếp tục áp dụng miễn thị thực cho công dân 166 nước và vùng lãnh thổ như trước khi diễn ra đại dịch COVID-19.

- Malaysia đã xây dựng và công bố Kế hoạch Marketing Du lịch giai đoạn 2022 - 2026 để phát triển phù hợp với tình hình hậu COVID-19.

8. Singapore

- Mở rộng chiến dịch quảng bá SingapoReimagine (SRI - Hình dung lại, Trải nghiệm mới) trên 17 thị trường. SingapoReimagine (SRI) là chiến dịch quy mô toàn cầu của Singapore nhằm kêu gọi cộng đồng trong nước và quốc tế tái thiết du lịch, đồng thời thúc đẩy mọi người lên kế hoạch ghé thăm Đảo quốc Sư tử khi du lịch dần phục hồi.

SRI bao gồm: Hình dung lại sự an toàn, Hình dung lại các sáng kiến công nghệ, Hình dung lại thiên nhiên và cảnh quan thành phố, Hình dung lại các điểm tham quan, Hình dung lại trải nghiệm mua sắm.

- Triển khai kế hoạch truyền thông theo định hướng “Đúng nội dung, Đúng đối tượng, Đúng thời điểm, Đúng kênh”

Kết hợp với các công ty truyền thông giải trí Warner Bros. Discovery và Studio Dragon để giới thiệu Singapore trên các nền tảng như Food Affair của

HBO với Mark Wiens và bộ phim truyền hình Hàn Quốc Little Women trên Netflix.

Hợp tác với những nhân vật toàn cầu như Billie Eilish, Charlie Puth và Jackson Wang, sử dụng cách kể chuyện cá nhân, chân thực và sáng tạo để giới thiệu Singapore./.

