



**TÀI LIỆU HỘI NGHỊ**  
**“PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM**  
**NHANH, BỀN VỮNG”**

**Hà Nội, tháng 11 năm 2023**

A small, handwritten signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page.

## MỤC LỤC

| STT | Nội dung   | Trang |
|-----|--|-------|
| 1   | <b>Chương trình Hội nghị</b>   | 4     |
| 2   | <b>Tham luận của Bộ Quốc phòng:</b> Tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách du lịch quốc tế qua cửa khẩu đường bộ, đường biển  | 5     |
| 3   | <b>Tham luận của Bộ Giao thông vận tải:</b> Nâng cao khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam thông qua kết nối hàng không thuận lợi tại các thị trường trọng điểm; nâng cao chất lượng vận tải đường sắt, đường bộ nhằm thu hút khách du lịch | 9     |
| 4   | <b>Tham luận của UBND thành phố Đà Nẵng:</b> Tăng cường liên kết vùng, hợp tác công - tư nhằm xây dựng sản phẩm và xúc tiến quảng bá du lịch   | 17    |
| 5   | <b>Tham luận của UBND tỉnh Quảng Ninh:</b> Tranh thủ thời cơ, khắc phục yếu tố thời vụ, đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế qua cửa khẩu đường không, đường bộ, đường biển  | 21    |
| 6   | <b>Tham luận của UBND tỉnh Khánh Hòa:</b> Giải pháp thu hút khách du lịch quốc tế đến địa phương thông qua tăng cường kết nối, mở rộng đường bay   | 26    |
| 7   | <b>Tham luận của UBND tỉnh Kiên Giang:</b> Vai trò của địa phương và các chủ thể trong quản lý điểm đến và xúc tiến quảng bá   | 30    |
| 8   | <b>Tham luận của Hiệp hội Du lịch Việt Nam:</b> Doanh nghiệp du lịch Việt Nam khắc phục khó khăn, đẩy mạnh phục hồi và tăng tốc phát triển   | 34    |
| 9   | <b>Tham luận của Tập đoàn Sun Group</b>  | 40    |
| 10  | <b>Tham luận của Tập đoàn BRG:</b> Một số đề xuất, giải pháp cho ngành du lịch Việt Nam  | 45    |
| 11  | <b>Tham luận của Tập đoàn Vingroup:</b> Đề xuất thúc đẩy, thu hút khách du lịch tới các điểm đến tại Việt Nam  | 48    |
| 12  | <b>Tham luận của Vietravel Corp:</b> Thu hút khách du lịch, phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam   | 51    |

| <b>STT</b> | <b>Nội dung</b>  | <b>Trang</b> |
|------------|--|--------------|
| 13         | <b>Tham luận của Tập đoàn Liên Thái Bình Dương</b>   | 58           |
| 14         | <b>Tham luận của Tập đoàn SOVICO</b>   | 61           |
| 15         | <b>Tham luận của Tập đoàn NovaGroup: Đề xuất phát triển liên kết vùng, đóng góp vào sự phát triển du lịch quốc gia</b> | 63           |

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**CHƯƠNG TRÌNH HỘI NGHỊ**  
**“PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM NHANH, BỀN VỮNG”**  
*(Hà Nội, ngày 15 tháng 11 năm 2023)*

**Thời gian:** 08h00 - 12h00.

**Địa điểm:** Phòng Hội đàm, Trụ sở Chính phủ.

| <b>Thời gian</b> | <b>Nội dung/Thực hiện</b>   |
|------------------|---|
| 08h00 - 08h05    | <b>Lãnh đạo Văn phòng Chính phủ</b> báo cáo về thành phần đại biểu, chương trình, nội dung Hội nghị; mời Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính và Phó Thủ tướng Chính phủ Trần Hồng Hà chủ trì và điều hành Hội nghị  |
| 08h05 - 08h15    | <b>Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính</b> phát biểu khai mạc   |
| 08h15 - 08h30    | <b>Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</b> báo cáo về định hướng, giải pháp phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững   |
| 08h30 - 12h00    | <b>Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</b> điều hành tham luận của doanh nghiệp du lịch: Mời đại diện Lãnh đạo Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các doanh nghiệp du lịch, chuyên gia và đơn vị liên quan đến lĩnh vực du lịch phát biểu ý kiến ( <i>dự kiến không quá 5 phút/đại biểu</i> ) |
|                  | <i>Nghỉ giải lao (10h00 - 10h15)</i>  |
|                  | <b>Phó Thủ tướng Chính phủ Trần Hồng Hà</b> điều hành phiên thảo luận của các Bộ, địa phương: Mời đại diện Lãnh đạo các Bộ, địa phương phát biểu ý kiến ( <i>dự kiến không quá 7 phút/đại biểu</i> )  |
|                  | <b>Phó Thủ tướng Chính phủ Trần Hồng Hà</b> phát biểu ý kiến  |
|                  | <b>Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính</b> kết luận   |

## TẠO ĐIỀU KIỆN THUẬN LỢI THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUA CỬA KHẨU ĐƯỜNG BỘ, ĐƯỜNG BIỂN

---

Bộ Quốc phòng

### 1. Tình hình, kết quả triển khai liên quan đến du lịch, phát triển du lịch

Những năm qua Đảng, Nhà nước và Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách mở cửa hợp tác, hội nhập với thế giới và khu vực nhằm thu hút đầu tư, phát triển kinh tế - xã hội, trong đó có ngành du lịch.

Thành tựu được thể hiện rõ sau 35 năm đổi mới, thế và lực của đất nước được nâng lên, văn hóa - xã hội có bước phát triển mạnh mẽ; đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được cải thiện; quốc phòng, an ninh đối ngoại tăng cường, khẳng định vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế; là đất nước thân thiện và an toàn.

Xác định phát triển du lịch là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, của các cấp, các ngành và toàn xã hội, đặt dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo chặt chẽ của cấp ủy Đảng, sự quản lý thống nhất của Nhà nước; phát huy mạnh mẽ vai trò động lực của doanh nghiệp và cộng đồng dân cư.

Bộ Quốc phòng đã chỉ đạo các cơ quan, đơn vị nhất là Bộ Chỉ huy quân sự, Bộ Chỉ huy Bộ đội Biên phòng các tỉnh, thành phố làm tốt công tác tham mưu cho cấp ủy, chính quyền địa phương quản lý tốt công tác quân sự, quốc phòng; công tác quản lý, sử dụng đất được các cấp, ngành quan tâm thực hiện đúng luật định; việc cấp phép đầu tư cho từng khu kinh tế, dự án đầu tư du lịch bảo đảm thực hiện đúng quy trình, tổ chức rà soát, thẩm định, khảo sát thực địa đối chiếu, điều chỉnh quy hoạch tổng thể bố trí quốc phòng kết hợp phát triển kinh tế - xã hội theo Quyết định số 2412/QĐ-TTg ngày 19/12/2014 của Thủ tướng Chính phủ, không làm ảnh hưởng đến nhiệm vụ quốc phòng, an ninh.

Bộ đội Biên phòng tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách du lịch quốc tế qua cửa khẩu đường bộ, đường biển gắn với quản lý, bảo vệ biên giới quốc gia có ý nghĩa chiến lược đặc biệt quan trọng trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa; biên giới hòa bình, hữu nghị, ổn định lâu dài, phát triển bền vững và góp phần nâng cao tiềm lực về kinh tế - xã hội. Thực hiện chủ trương đổi mới, mở cửa, tăng cường phát triển kinh tế đối ngoại, thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội của đất nước, Việt Nam đã ký kết Hiệp định miễn thị thực với 93 nước trên thế giới và đơn phương miễn thị thực cho 13 nước nhằm thu hút khách du lịch vào Việt Nam tham quan, du lịch. Điều này, chúng tôi Việt Nam đã và đang mở rộng mối quan hệ đối ngoại với phương châm “*Việt Nam sẵn sàng là bạn, đối tác tin cậy, có trách nhiệm của cộng đồng quốc tế*”.

Phối hợp với các Bộ, ngành báo cáo, tham mưu cho Chính phủ việc miễn thị thực đối với nhiều quốc gia trên thế giới; công bố nâng cấp cửa khẩu quốc tế; cửa khẩu chính và đồng ý trên nguyên tắc cho phép mở các cặp cửa khẩu mới. Hiện nay, Bộ Quốc phòng được Nhà nước giao nhiệm vụ quản lý, kiểm soát 155 cửa khẩu đường bộ, cảng biển (*trong đó có 27 cửa khẩu quốc tế, 24 cửa khẩu chính, 66 cửa khẩu phụ, 38 cửa khẩu cảng*) tạo điều kiện thuận lợi cho người, phương tiện, hàng hóa lưu thông qua biên giới.

Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề xuất Chính phủ chỉ đạo các Bộ, ngành và chính quyền địa phương tạo mọi điều kiện và môi trường thông thoáng để thu hút, phát triển du lịch tới các địa điểm ở khu vực biên giới, hải đảo; quản lý chặt chẽ các hoạt động tham quan, du lịch tới các khu vực nhạy cảm liên quan đến quốc phòng, an ninh trên các khu vực biên giới, vùng biển địa bàn trọng điểm; tổ chức hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức, pháp luật cho các tổ chức, cá nhân trong ngành du lịch và nhân dân khu vực biên giới về ý thức trách nhiệm bảo vệ an ninh quốc gia, chấp hành các quy định về quy chế biên giới, pháp luật về xuất nhập cảnh, gắn nhiệm vụ phát triển du lịch với yêu cầu giữ vững an ninh biên giới quốc gia, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

Để tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách du lịch quốc tế qua cửa khẩu đường bộ, đường biển, Bộ Quốc phòng đã chỉ đạo Bộ đội Biên phòng đẩy mạnh công tác cải cách thủ tục hành chính; đầu tư trang bị phục vụ công tác kiểm soát xuất nhập cảnh tại các cửa khẩu, kết quả cụ thể:

*Tuyến cửa khẩu biên giới đất liền:* Đã triển khai 5/6 thủ tục Biên phòng điện tử trên Cổng thông tin một cửa quốc gia, 19 hệ thống cổng kiểm soát tự động tại các cửa khẩu quốc tế, cửa khẩu chính thuộc 09 tỉnh biên giới. Triển khai kiểm soát XNC bằng mã vạch, 10 ngày đóng dấu kiểm chứng một lần tại 18 cửa khẩu; đang chỉ đạo BĐBP Lạng Sơn phối hợp với các cơ quan, sở ngành tại địa phương triển khai thí điểm thực hiện nền tảng cửa khẩu số tại các cửa khẩu.

*Tuyến cửa khẩu cảng:* Triển khai 12/12 thủ tục Biên phòng điện tử (*trong đó có 02 thủ tục thuộc phạm vi chức năng quản lý của Bộ GTVT*) trên Cổng thông tin một cửa quốc gia; Thủ tục Biên phòng điện tử được triển khai thực hiện với tất cả các loại tàu biển (*bao gồm cả tàu hàng và tàu khách du lịch*) theo Cơ chế một cửa quốc gia tại tất cả các cửa khẩu cảng trên toàn quốc. Đối với tàu chở khách du lịch quốc tế đến cảng, các doanh nghiệp, công ty lữ hành du lịch khai báo và nhận kết quả hoàn thành thủ tục Biên phòng ở bất cứ nơi nào có mạng internet bằng máy tính, điện thoại thông minh. Việc khai báo, nhận kết quả được thực hiện thông qua Cổng thông tin một cửa quốc gia, hồ sơ giấy phải nộp được loại bỏ hoàn toàn; thủ tục Biên phòng điện tử đối với tàu, thuyền viên được hoàn thành trước khi tàu đến cảng; thủ tục nhập cảnh cho hành khách áp dụng khai báo thông tin trên Cổng thông tin một cửa quốc gia, thực hiện kiểm tra hộ chiếu, giấy tờ, cấp thị thực, kiểm chứng nhập cảnh cho khách trên đường tàu hành trình từ phao số 0 vào cảng. Do vậy, thuyền viên, hành khách được

phép rời tàu đi bờ tham quan, du lịch theo chương trình ngay sau khi tàu cập cảng mà không mất thời gian chờ làm thủ tục.

Dịch bệnh COVID-19 bùng phát đã tác động toàn diện đến đời sống kinh tế - xã hội của đất nước. Trong đó, ngành du lịch chịu tổn thất nghiêm trọng, số lượng khách quốc tế đến Việt Nam năm 2020 giảm 76,7% so với năm 2019 và năm 2021 giảm 95,9% so với năm 2020, nguồn doanh thu giảm sâu. Từ tháng 11/2021, Việt Nam đã thí điểm đón khách du lịch quốc tế và chính thức mở cửa hoàn toàn du lịch từ ngày 15/3/2022, là bước ngoặt quan trọng thúc đẩy du lịch phục hồi mạnh mẽ và sôi động trở lại cả về du lịch nội địa và quốc tế. Tuy nhiên, số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong năm 2022 chưa được như kỳ vọng, mới đạt khoảng 42% so với kế hoạch đề ra (*từ đầu năm 2022 đến nay, đã có 1.904.358 lượt khách du lịch/163 quốc tịch nhập cảnh Việt Nam qua các cửa khẩu đường bộ, đường biển*).

## 2. Đề xuất

Hiện nay, kinh tế thế giới đang dần được phục hồi mạnh mẽ, dự báo lượng khách du lịch quốc tế nhập cảnh Việt Nam sẽ gia tăng; để thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển du lịch, tạo điều kiện thông thoáng, thuận lợi cho người, phương tiện xuất nhập cảnh tại các cửa khẩu do Bộ Quốc phòng quản lý, nhằm thu hút khách du lịch đến Việt Nam nhiều hơn, cần có sự nỗ lực của tất cả các cấp, trong đó ngành du lịch là nòng cốt, chủ động phối hợp thực hiện tốt một số giải pháp cụ thể sau:

**Một là**, tăng cường vai trò lãnh đạo của các cấp ủy Đảng, hiệu lực, hiệu quả quản lý Nhà nước, vai trò làm chủ của nhân dân trong kết hợp phát triển du lịch gắn với đảm bảo quốc phòng, an ninh. Quá trình đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, sản phẩm du lịch theo hướng “*lưỡng dụng*” không làm ảnh hưởng đến thế trận khu vực phòng thủ trên địa bàn. Theo đó, có chính sách ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đến các điểm du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa nhiều tiềm năng ở vùng biên giới, miền núi, hải đảo.

**Hai là**, cần phối hợp chặt chẽ giữa các Bộ, ngành liên quan với chính quyền các cấp triển khai thực hiện chiến lược phát triển du lịch một cách hiệu quả; hoạch định chiến lược phát triển du lịch gắn với đảm bảo quốc phòng, an ninh, khẳng định chủ quyền quốc gia.

**Ba là**, các cơ quan quản lý du lịch, văn hóa cần phối hợp chặt chẽ với các cơ quan của Bộ Quốc phòng trong việc quảng bá, giới thiệu về các sản phẩm du lịch nhằm góp phần tìm hiểu thêm về chủ quyền, biên giới quốc gia của Việt Nam. Đồng thời, nghiên cứu, đề xuất cấp có thẩm quyền và các Bộ, ngành liên quan chú trọng đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng nơi có các tiềm năng du lịch ở khu

vực biên giới, vùng biển; ngoài yếu tố tự nhiên cần có những loại hình du lịch mới, hấp dẫn ở khu vực biên giới để thu hút khách du lịch đến và lưu lại.

**Bốn là**, tiếp tục hoàn thiện chính sách, tạo thuận lợi về nhập cảnh, xuất cảnh, đi lại cho khách du lịch quốc tế; đẩy mạnh công tác cải cách thủ tục hành chính gắn với chuyển đổi số theo chủ trương của Chính phủ; đầu tư trang thiết bị, phương tiện hiện đại, ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý cửa khẩu, kiểm soát xuất nhập cảnh tại các cửa khẩu do Bộ Quốc phòng quản lý. Bổ sung, hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật và các quy định về kết hợp phát triển du lịch với tăng cường quốc phòng, an ninh; đồng thời, nhất quán chủ trương trong việc tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách du lịch quốc tế qua cửa khẩu đường bộ, đường biển phải luôn trên cơ sở chấp hành đúng các quy định của pháp luật Việt Nam và điều ước quốc tế có liên quan; đảm bảo giữ vững chủ quyền an ninh biên giới quốc gia, trật tự an toàn xã hội.

**Năm là**, xây dựng môi trường hòa bình, thân thiện và an toàn, đảm bảo vững chắc quốc phòng, an ninh, giữ vững an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội, tạo điều kiện thuận lợi phát triển kinh tế, du lịch trở thành nền công nghiệp không khói. Thực hiện tốt “*Quy chế phối hợp đảm bảo an ninh trật tự*” trên các tuyến, điểm du lịch; đẩy mạnh phong trào toàn dân tham gia bảo vệ an ninh Tổ quốc, bảo vệ an ninh, trật tự khu du lịch. Tăng cường quản lý nhà nước đối với kinh tế du lịch, không để kẻ thù lợi dụng phá hoại các mục tiêu, công trình kinh tế, văn hóa, quốc phòng, an ninh hay thực hiện “*Diễn biến hòa bình*” bạo loạn lật đổ chống đối Đảng, chính quyền, phá hoại khối đại đoàn kết toàn dân.

**Sáu là**, phối hợp chặt chẽ với Bộ Quốc phòng, Bộ Công an và chính quyền địa phương triển khai đồng bộ các biện pháp phối hợp nhằm phát hiện, đấu tranh phòng, chống có hiệu quả âm mưu, phương thức, thủ đoạn hoạt động chống phá của các thế lực thù địch phản động chống phá Đảng, Nhà nước; những thách thức an ninh truyền thống và phi truyền thống, các yếu tố tác động đến nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, bảo vệ Tổ quốc; rà soát xây dựng, triển khai các phương án, kế hoạch bảo đảm an ninh, an toàn các dịp lễ, tết; các hoạt động văn hóa, chương trình mục tiêu du lịch quốc gia; thực hiện tốt Nghị định số 03/2019/NĐ-CP ngày 05/9/2019 của Chính phủ về phối hợp giữa Bộ Công an và Bộ Quốc phòng trong thực hiện nhiệm vụ bảo vệ an ninh quốc gia, giữ gìn trật tự, an toàn xã hội, đấu tranh phòng chống tội phạm và nhiệm vụ quốc phòng, bảo đảm cho phát triển du lịch bền vững, hiệu quả./.



## **NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA DU LỊCH VIỆT NAM THÔNG QUA KẾT NỐI HÀNG KHÔNG THUẬN LỢI TẠI CÁC THỊ TRƯỜNG TRỌNG ĐIỂM; NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG VẬN TẢI ĐƯỜNG SẮT, ĐƯỜNG BỘ NHẪM THU HÚT KHÁCH DU LỊCH**

---

### **Bộ Giao thông vận tải**

Thực hiện quyết liệt các chỉ đạo của Đảng, Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; sự phối hợp chặt chẽ của các Bộ, ban, ngành, địa phương; sự đồng thuận, chia sẻ của cộng đồng doanh nghiệp và người dân; ngành GTVT đã nỗ lực khắc phục khó khăn để phát triển vận tải và dịch vụ vận tải góp phần phát triển kinh tế xã hội nói chung và du lịch nói riêng, Bộ GTVT xin được nhấn mạnh một số kết quả đạt được nổi bật phát triển vận tải hàng không, đường sắt, đường bộ như sau:

#### **1. Về công tác xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản QPPL**

Nhằm quán triệt chủ trương, đường lối chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước trong đó có nhiệm vụ trọng tâm tháo gỡ điểm nghẽn về thể chế, tạo môi trường bình đẳng, lành mạnh hỗ trợ người dân, doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và thực hiện chủ trương đẩy mạnh phân cấp, phân quyền theo chỉ đạo của Chính phủ, Bộ GTVT đã và đang hoàn thành các dự thảo văn bản QPPL để trình Chính phủ ban hành tiến độ yêu cầu.

Bên cạnh đó, Bộ GTVT đã thực hiện tổng kết các Luật chuyên ngành theo đúng chương trình, kế hoạch đề ra. Bộ GTVT đang khẩn trương tiếp thu ý kiến thẩm tra của Ủy ban Quốc phòng và An ninh của Quốc hội về dự án Luật Đường bộ trước khi trình Quốc hội khóa XV xem xét cho ý kiến tại Kỳ họp thứ 6, Quốc hội khóa XV; đã tiếp thu ý kiến thẩm định của Bộ Tư pháp Hồ sơ xây dựng Luật Đường sắt Việt Nam (sửa đổi, bổ sung), Luật Hàng không dân dụng Việt Nam (sửa đổi); đồng thời cũng đang triển khai tổng kết Luật Giao thông đường thủy nội địa và Bộ Luật Hàng hải Việt Nam.

Trên cơ sở Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt 05 quy hoạch tổng thể của lĩnh vực (hàng không, hàng hải, đường sắt, đường bộ, đường thủy nội địa), Bộ GTVT đang tiếp tục triển khai lập các kế hoạch, chính sách, giải pháp thực hiện cũng như triển khai lập các quy hoạch kỹ thuật chuyên ngành, rà soát điều chỉnh các quy hoạch đã được phê duyệt cho phù hợp với quy hoạch tổng thể quốc gia, phối hợp, hỗ trợ, tham gia góp ý kịp thời nội dung quy hoạch của các Bộ, ngành, địa phương.

## **2. Về hoạt động vận tải lĩnh vực hàng không, đường bộ, đường sắt trong việc phát triển du lịch**

Sau ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, đến nay, hoạt động vận tải đã phục hồi trên cả 5 lĩnh vực, sản lượng các loại hình vận tải đều tăng trưởng ấn tượng. Đến hết ngày 31/12/2022, so với cùng kỳ, khối lượng hàng hóa tăng 23,7%; luân chuyển hàng hóa tăng 29,4%, khối lượng vận chuyển hành khách tăng 52,8%; luân chuyển hành khách tăng 78,3% so với cùng kỳ.

Sản lượng vận tải 10 tháng đầu năm 2023: Vận tải hàng hóa lũy kế 10 tháng ước đạt 1.888 triệu tấn, tăng 14,4% so với cùng kỳ năm 2022. Luân chuyển hàng hóa lũy kế 10 tháng ước đạt 402 tỷ tấn.km, tăng 11,4% so với cùng kỳ năm 2022. Vận chuyển hành khách lũy kế 10 tháng ước đạt 3.808 triệu lượt khách, tăng 12,5% so với cùng kỳ năm 2022. Luân chuyển hành khách lũy kế 10 tháng ước đạt 206,2 tỷ HK.km tăng 27,6% so với cùng kỳ năm 2022.

### **2.1. Lĩnh vực hàng không**

- Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ đối với việc chuẩn bị kế hoạch khai thác hậu COVID-19 khi dịch bệnh được kiểm soát vào nhiều thời điểm, Bộ Giao thông vận tải đã giao Cục HKVN chủ động đánh giá, tổ chức trao đổi với Nhà chức trách hàng không các đối tác để kết nối lại các chuyến bay quốc tế chở khách thường lệ với các thị trường đã có đường bay trực tiếp đến Việt Nam thời điểm trước dịch COVID-19, ngoài các thị trường đã được triển khai khai thác thường lệ trong tháng 01/2022 (Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Bắc (Trung Quốc), Singapore, Thái Lan, Cam-pu-chia, Lào, Hoa Kỳ, Pháp, Đức, Anh, Nga) với tần suất được tăng dần theo lộ trình ngay trong tháng 02/2022 và triển khai tới các hãng hàng không việc mở cửa hoàn toàn sau ngày 15/3/2022. Kết quả sản lượng vận tải hàng không năm 2022: thị trường vận tải hàng không đạt khoảng 55 triệu khách, tăng 3,7 lần so với năm 2021 và bằng 69,6% so với năm 2019. Trong đó, vận chuyển nội địa đạt 43,2 triệu khách, tăng 3,5 lần so với năm 2021 và tăng 15,6 lần so với năm 2019, vận chuyển quốc tế đạt 11 triệu khách, tăng 22 lần so với năm 2021 và bằng 27% so với năm 2019.

Đối với việc phát triển du lịch Việt Nam nhìn từ góc độ vận chuyển hành khách quốc tế qua đường hàng không, theo số liệu thống kê, tính riêng trong tháng 9 năm 2023, tổng lượng hành khách vận chuyển quốc tế đạt 2,65 triệu khách (tăng 98,3% so với cùng kỳ năm 2022 và bằng 83,3% so với cùng kỳ năm 2019); trong đó, thị trường Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông, Đài Loan, Macau) đạt 1,46 triệu hành khách, chiếm tỷ trọng 55,7% thị trường quốc tế (bằng 69,5% cùng kỳ năm 2019). Cộng dồn 9 tháng đầu năm

2023, tổng lượng hành khách vận chuyển trên các đường bay quốc tế đi, đến Việt Nam đạt xấp xỉ 23,4 triệu khách (tăng 2,5 lần so với cùng kỳ năm trước và bằng 75,4% so với cùng kỳ năm 2019).

Nhìn chung, thị trường vận chuyển hành khách quốc tế đang dần hồi phục với hơn 61 hãng hàng không thương lệ nước ngoài và 05 hãng hàng không Việt Nam khai thác (Vietnam Airlines, Vietjet Air, Bamboo Airways, Pacific Airlines và Vietravel Airlines), cùng với trên 147 đường bay quốc tế kết nối 28 quốc gia, vùng lãnh thổ đến 06 điểm của Việt Nam (Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cam Ranh/Khánh Hòa, Phú Quốc, Huế, Cần Thơ). Theo Lịch bay mùa đông năm 2023 (từ 29/10/2023 đến 30/3/2024), các hãng hàng không trong nước và quốc tế đều đã xây dựng kế hoạch khai thác gắn với các thị trường khách du lịch. Ngoài các điểm đến là Thủ đô Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, các điểm đến là các địa chỉ du lịch nổi tiếng của Việt Nam (Đà Nẵng, Cam Ranh, Phú Quốc, Đà Lạt) cũng nhận được sự quan tâm lớn từ các thị trường khách du lịch trọng điểm quốc tế với các hãng hàng không khai thác<sup>1</sup>. Trong thời gian tới, đường bay đến CHLB Nga sẽ được đưa vào khai thác trở lại, không chỉ góp phần vào sự gắn bó, phát triển của mối quan hệ văn hóa - kinh tế - xã hội, mà còn hứa hẹn sẽ tiếp tục thúc đẩy tăng cường kết nối hàng không - du lịch giữa hai quốc gia.

---

<sup>1</sup> Từ Hàn Quốc đã có 8 hãng hàng không khai thác 09 đường bay từ Incheon, Busan, Cheongju, Daegu đến Đà Nẵng, Cam Ranh, Phú Quốc, Đà Lạt với tổng tần suất lên tới 175 chuyến bay/tuần. Bên cạnh đó, còn có các hãng hàng không của Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Đài Loan, Hồng Kông, Singapore, Macau khai thác từ 16 đường bay quốc tế đến Đà Nẵng, Cam Ranh, Phú Quốc, Đà Lạt với tổng tần suất 212 chuyến/tuần.

Ở chiều ngược lại, hãng hàng không của Việt Nam cũng khai thác đường bay tương tự, phục vụ nhu cầu hành khách, trong đó:

- Vietnam Airlines khai thác các đường bay: Cam Ranh - Busan/Hàn Quốc (7 chuyến/tuần), Cam Ranh - Quảng Châu/Trung Quốc (7 chuyến/tuần), và một số chuyến charter từ Nha Trang, Đà Nẵng đến các điểm của Trung Quốc cụ thể Thành Đô, Tân Trịnh Trịnh Châu, Thái Bình Cáp Nhĩ Tân, Thượng Hải...

- Pacific Airlines khai thác với hình thức thuê chuyến các đường bay Cam Ranh - Hàng Châu/Trung Quốc (với tần suất 3 chuyến/tuần), Cam Ranh - Muan/Hàn Quốc (2 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Muan/Hàn Quốc (2 chuyến/tuần), Đà Lạt - Muan/Hàn Quốc (2 chuyến/tuần).

- Bamboo Airway khai thác các đường bay: Cam Ranh - MaCau (7 chuyến/tuần), Cam Ranh - Taipei/Đài Loan (3 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Cao Hùng/Đài Loan (3 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Taipei/Đài Loan (2 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Đài Trung/Đài Loan (2 chuyến/tuần).

- Vietjet Air khai thác các đường bay: Đà Nẵng - Incheon (21 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Busan (7 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Daegu (7 chuyến/tuần), Cam Ranh - Incheon (21 chuyến/tuần), Cam Ranh - Busan (7 chuyến/tuần), Phú Quốc - Incheon (14 chuyến/tuần), Cam Ranh - Almaty/ Kazakhstan (3 chuyến/tuần), Phú Quốc - Taipei (4 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Changi/Singapore (7 chuyến/tuần), Đà Nẵng - Hongkong (7 chuyến/tuần), Cam Ranh - Nursultan Nazarbayev/ Kazakhstan (2 chuyến/tuần), Phú Quốc - Hongkong (7 chuyến/tuần), Phú Quốc - Busan (7 chuyến/tuần).

- Vietravel Airlines khai thác đường bay Đà Nẵng - MaCau (3 chuyến/tuần).

Mới đây, ngày 02/11/2023, Hãng hàng không Vietjet đã công bố đường bay thẳng giữa Ulanbatar (Thủ đô Mông Cổ) và Nha Trang, đường bay sẽ chính thức khai thác từ 15/12/2023 với tần suất ban đầu là 2 chuyến/tuần, đáp ứng nhu cầu di chuyển của người dân và du khách Mông Cổ đến với Nha Trang, Việt Nam và ngược lại.

- Đối với việc xác định thị trường du lịch trọng điểm: về phía hàng không, Việt Nam đã ký 67 Hiệp định hàng không song phương và 09 Thỏa thuận hàng không đa phương với các quốc gia và vùng lãnh thổ. Các Hiệp định đã tạo các cơ sở pháp lý đầy đủ, tạo điều kiện thuận lợi cho các hàng không Việt Nam và nước ngoài khai thác các đường bay quốc tế đi/đến Việt Nam.

Việc xác định thị trường hàng không/du lịch trọng điểm được xây dựng và triển khai dựa trên các quyết định đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt: Quyết định số 2119/QĐ-TTg ngày 28/12/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Định hướng phát triển đường bay trực tiếp giữa Việt Nam và các quốc gia, địa bàn trọng điểm nhằm thúc đẩy đầu tư phát triển, tăng cường giao lưu, hội nhập quốc tế” và Quyết định số 105/QĐ-TTg ngày 22/01/2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tăng cường kết nối hàng không với các thị trường nguồn khách du lịch”.

Hiện nay, khi các thị trường du lịch trọng điểm đã được mở lại để đón khách du lịch như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Pháp, đặc biệt là các thị trường du lịch mới nổi như Ấn Độ, Úc, các hãng hàng không Việt Nam đã từng bước tăng tần suất khai thác đến các thị trường nêu trên, đáp ứng nhu cầu đi lại của du khách.

Đối với việc tăng cường tiếp thị, quảng bá điểm đến Việt Nam trên thị trường du lịch quốc tế, Bộ GTVT cho rằng cần chú trọng đến các yếu tố và các xu hướng như: (i) áp dụng ứng dụng e-marketing đối với quảng bá điểm đến ở hầu hết các thị trường trong thời đại mới; (ii) liên kết trong phát triển và quảng bá điểm đến du lịch thông qua các cơ quan du lịch quốc gia; (iii) tăng cường sự hiện diện tại thị trường mục tiêu thông qua hoạt động của các văn phòng đại diện du lịch quốc gia. Vai trò của các văn phòng đại diện du lịch là xây dựng, quản lý, phát triển hình ảnh, thương hiệu quốc gia về du lịch liên quan đến văn hóa, tự nhiên, xã hội... tại thị trường mục tiêu; (iv) phát triển sản phẩm du lịch theo hướng du lịch xanh, sản phẩm du lịch đặc thù đi liền với kiểm soát chất lượng dịch vụ; (v) tăng cường các biện pháp quản lý phát triển điểm đến theo hướng: đơn giản hóa thủ tục nhập cảnh, tạo thuận lợi cho khách du lịch.

## **2.2. Lĩnh vực đường bộ**

### **a) Về cơ chế chính sách nhằm nâng cao chất lượng**

Bộ GTVT đã chỉ đạo Cục Đường bộ Việt Nam rà soát các văn bản quy phạm pháp luật để phù hợp với tình hình thực tế và bảo đảm du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn cũng như hướng dẫn các đơn vị vận tải khách du lịch trong việc thực hiện các chính sách khuyến khích, ưu đãi đầu tư vào phát triển các

tuyến du lịch, nhất là các địa bàn trọng điểm, vùng sâu, vùng xa có tiềm năng phát triển du lịch; đẩy mạnh công tác cải cách thủ tục hành chính để tạo thuận lợi tối đa và đơn giản hóa, giảm thủ tục cho đơn vị vận tải khách du lịch; khuyến khích doanh nghiệp đổi mới, sáng tạo, đa dạng hóa các loại hình vận chuyển khách du lịch, tăng cường kết nối giữa đơn vị vận tải và đơn vị lữ hành trong hoạt động cung ứng chuỗi dịch vụ vận tải kết hợp tua du lịch<sup>2</sup>.

b) Tạo môi trường thuận lợi cho đơn vị kinh doanh vận tải khách du lịch: Thường xuyên theo dõi hoạt động vận tải và có các văn bản chỉ đạo, yêu cầu Sở GTVT các tỉnh, thành phố tháo gỡ khó khăn cho các đơn vị kinh doanh vận tải khách hợp đồng, vận tải khách du lịch nhằm tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, minh bạch, bình đẳng, thuận lợi cho doanh nghiệp kinh doanh vận tải khách du lịch, bảo đảm an ninh, an toàn.

c) Tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý nhà nước

Hàng tháng, Cục Đường bộ Việt Nam đều có văn bản gửi các Sở GTVT tăng cường theo dõi, kiểm tra và trích xuất dữ liệu trên Hệ thống xử lý dữ liệu từ thiết bị giám sát hành trình để phục vụ công tác quản lý, chấn chỉnh, xử lý các trường hợp vi phạm theo quy định.

- Thực hiện quy định tại Nghị định số 10/2020/NĐ-CP, qua theo dõi cho thấy đến nay, các đơn vị kinh doanh vận tải đã thực hiện việc lắp đặt xong đối với toàn bộ các phương tiện có tham gia hoạt động kinh doanh vận tải theo đúng quy định. Hệ thống đã tiếp nhận dữ liệu của khoảng 200.000 phương tiện kinh doanh vận tải chiếm khoảng 95% số lượng phương tiện thuộc đối tượng phải lắp camera theo quy định tại Nghị định số 10/2020/NĐ-CP và đưa ra cảnh báo đối với các hình ảnh có nghi ngờ vi phạm của lái xe khi tham gia giao thông như: Không thắt dây an toàn, sử dụng điện thoại trong lúc lái xe, không đeo khẩu trang trong thời gian dịch bệnh COVID-19, lái xe có biểu hiện mệt mỏi... bước đầu đem lại hiệu quả trong việc chấn chỉnh hành vi của người lái xe khi tham gia giao thông góp phần đảm bảo trật tự an toàn giao thông.

d) Triển khai cơ chế chính sách nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ

- Cụ thể hóa các chỉ đạo của Bộ GTVT tại Quyết định số 634/QĐ-BGTVT ngày 11/4/2019 của Bộ trưởng Bộ GTVT về việc ban hành Kế hoạch triển khai

---

<sup>2</sup> Luật Đường bộ, các Nghị định liên quan đến quản lý hoạt động vận tải bằng xe ô tô, đào tạo lái xe ô tô và dịch vụ sát hạch lái xe, Nghị định về danh mục hàng hóa nguy hiểm, vận chuyển hàng hóa nguy hiểm bằng phương tiện giao thông cơ giới đường bộ và vận chuyển hàng hóa nguy hiểm trên đường thủy nội địa; các Thông tư sửa đổi, bổ sung một số điều của các Thông tư liên quan đến lĩnh vực vận tải đường bộ, dịch vụ hỗ trợ vận tải đường bộ, phương tiện và người lái...

thực hiện Đề án kiểm soát chất lượng dịch vụ vận tải và đảm bảo an toàn giao thông, ngày 10/5/2019, Tổng cục trưởng Tổng cục ĐBVN (nay là Cục ĐBVN) đã ban hành kế hoạch triển khai thực hiện Đề án kiểm soát chất lượng dịch vụ vận tải và đảm bảo an toàn giao thông cho khách du lịch<sup>3</sup>, theo đó trong chỉ đạo các đơn vị trực thuộc Cục ĐBVN căn cứ theo chức năng nhiệm vụ, phối hợp xây dựng và triển khai Đề án để kết hợp phát triển cơ sở hạ tầng với các cơ sở du lịch để thúc đẩy phát triển du lịch trên toàn quốc, tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ vận tải, đảm bảo thuận tiện, an toàn trong hoạt động vận tải phục vụ khách du lịch nói riêng và nhu cầu đi lại của người dân nói chung.

- Triển khai Đề án Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong lĩnh vực đường bộ giai đoạn 2023 - 2025, định hướng đến năm 2030 được Bộ phê duyệt tại Quyết định số 965/QĐ-BGTVT ngày 07/8/2023, theo đó thực hiện xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung để phục vụ công tác quản lý nhà nước và chia sẻ, kết nối dữ liệu về kết cấu hạ tầng giao thông đường bộ; phương tiện, người lái xe và hoạt động kinh doanh vận tải với CSDL dùng chung của Bộ GTVT; xây dựng hệ thống thông tin quản lý hoạt động kinh doanh vận tải bằng xe ô tô thống nhất trên toàn quốc để phục vụ quản lý nhà nước, công tác kiểm tra, thanh tra, điều tra và xử lý vi phạm (xử phạt nguội), gồm các phân hệ: xử lý dữ liệu từ thiết bị giám sát hành trình, camera lắp trên xe ô tô; quản lý vận tải theo tuyến cố định, xe buýt, xe hợp đồng, xe du lịch, quản lý vận tải hàng hóa; quản lý phương tiện kinh doanh vận tải, lái xe kinh doanh vận tải; quản lý bến xe khách; quản lý vận tải đường bộ quốc tế.

### **2.3. Lĩnh vực đường sắt**

Ngành đường sắt đã nỗ lực đổi mới, nâng cao chất lượng dịch vụ vận tải, phục vụ hành khách. Tỷ lệ tàu Thống Nhất và tàu khu đoạn đi đúng giờ đạt hơn 99%, đến đúng giờ đạt từ 91 đến 93%. Tập trung khai thác vận chuyển các tuyến ngắn, đặc biệt, để chào đón sự trở lại của những chuyến du lịch chất lượng cao trên đoàn tàu hỏa 5 sao, phương tiện di chuyển được nhiều du khách lựa chọn từ Hà Nội, Ninh Bình đến Huế, Đà Nẵng, Công ty CP Vận tải đường sắt Hà Nội đã tổ chức thành công chạy lại đôi tàu du lịch chất lượng cao SE19/SE20 giữa Hà Nội - Đà Nẵng... đã góp phần không nhỏ trong việc nâng cao chất lượng vận tải đường sắt nhằm thu hút khách du lịch.

### **3. Một số giải pháp trong thời gian tới**

Trên cơ sở phát huy, kế thừa những kết quả đạt được, khắc phục các tồn tại, hạn chế trong thời gian vừa qua, Bộ GTVT bám sát các chủ trương, chỉ đạo của

<sup>3</sup> Quyết định số 1380/QĐ-TCĐBVN

Đảng, Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ nhằm triển khai có hiệu quả Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững. Bộ GTVT dự kiến triển khai các nội dung chủ yếu, như sau:

1. Tiếp tục nâng cao hơn nữa chất lượng xây dựng văn bản QPPL trong lĩnh vực GTVT, bảo đảm tính minh bạch, tính nhất quán, tính ổn định và tạo điều kiện thuận lợi cho người dân, doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

2. Về hoạt động vận tải: tiếp tục đẩy mạnh hiệu quả hoạt động vận tải trong nước, tập trung phục hồi vận tải quốc tế đặc biệt phục hồi các đường bay quốc tế, vận tải liên vận đường sắt, cụ thể:

- Tiếp tục chủ động nghiên cứu, theo dõi sát sao tình hình, nhu cầu thị trường, chủ động phối hợp với các hãng hàng không, các đơn vị trong ngành để có những giải pháp kịp thời, phù hợp với khả năng phục vụ và điều kiện hạ tầng cảng hàng không, bổ sung tải cung ứng trên các đường bay có nhu cầu cao, các đường bay đến các điểm du lịch theo các giai đoạn cụ thể.

- Có giải pháp hỗ trợ các hãng hàng không Việt Nam trong việc tăng cường lực lượng vận tải, bổ sung đội tàu bay để đáp ứng nhu cầu thị trường nói chung và phục hồi và phát triển thị trường quốc tế nói riêng.

- Đẩy mạnh việc trao đổi, làm việc với các nhà chức trách hàng không nước ngoài để tạo điều kiện cho hoạt động khai thác quốc tế của các hãng hàng không Việt Nam và nước ngoài; khuyến khích các hãng hàng không khai thác các đường bay quốc tế đến các cảng hàng không quốc tế khác ngoài Nội Bài và Tân Sơn Nhất như Đà Nẵng, Cam Ranh, Huế, Phú Quốc, Vân Đồn, Cát Bi và cả các cảng hàng không nội địa có thể khai thác quốc tế tại như Liên Khương (Đà Lạt), Phù Cát (Bình Định).

- Nâng cao năng lực điều hành, khai thác tại các cảng hàng không, quản lý hoạt động bay cũng như hoạt động của các hãng hàng không và các đơn vị cung cấp dịch vụ tại các cảng hàng không quốc tế, đặc biệt là các Cảng HKQT Nội Bài và Tân Sơn Nhất. Đẩy nhanh việc công bố Cảng HK Liên Khương (Đà Lạt) là Cảng HKQT. Chủ động phối hợp với các cơ quan chức năng trong trường hợp có nhu cầu khai thác các đường bay quốc tế đến các Cảng HK nội địa như Phù Cát (Bình Định), Vinh (Nghệ An), Chu Lai (Quảng Nam)... để thúc đẩy du lịch quốc tế đến các địa phương này.

- Tiếp tục chỉ đạo các hãng hàng không Việt Nam tăng cường công tác trong việc phối hợp với các doanh nghiệp lữ hành, các địa phương thực hiện các

chương trình kích cầu du lịch, đưa ra các sản phẩm trọn gói hàng không - du lịch và tăng cường khai thác các chuyến bay thuê chuyến từ các thị trường mới ở Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản... đến các điểm du lịch tại Việt Nam theo nhu cầu của khách du lịch.

### 3. Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý điều hành

- Tiếp tục tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, thúc đẩy chuyển đổi trong công tác quản lý nhà nước về lĩnh vực vận tải.

- Tiếp tục hoàn thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động của hệ thống thông tin, thực hiện cung cấp dịch vụ công trực tuyến toàn trình, đồng bộ dữ liệu để tiếp nhận, xử lý và trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính đúng thời gian quy định, giảm chi phí cho các doanh nghiệp.

### 4. Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra

- Định kỳ xây dựng kế hoạch và thực hiện phối hợp với lực lượng Cảnh sát giao thông và Công an các địa phương triển khai các giải pháp bảo đảm trật tự, an toàn giao thông. Thường xuyên rà soát, kiểm tra việc thực hiện các quy định về điều kiện an toàn giao thông của đơn vị kinh doanh vận tải bằng xe ô tô trên địa bàn, đặc biệt việc thực hiện các quy định về thời gian lái xe, tốc độ, điều kiện an toàn kỹ thuật của phương tiện, điều kiện của người lái xe kinh doanh vận tải, chở đúng số người quy định...

- Tiếp tục chỉ đạo các Sở GTVT tăng cường khai thác dữ liệu, phải bố trí cán bộ để thực hiện trích xuất dữ liệu hàng ngày, hàng tuần để chấn chỉnh, nhắc nhở ngay đối với các đơn vị kinh doanh vận tải có vi phạm và yêu cầu các đơn vị kinh doanh vận tải phải có biện pháp chấn chỉnh, xử lý kịp thời đối với lái xe vi phạm; thực hiện kiểm tra chuyên đề về khai thác, sử dụng dữ liệu từ thiết bị GSHT tại các đơn vị kinh doanh vận tải.

- Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động kinh doanh vận tải hành khách bằng xe ô tô trong đó tập trung sâu vào kiểm tra Quy trình đảm bảo an toàn giao thông công tác theo dõi, cập nhật, khai thác và xử lý phương tiện vi phạm thông qua thiết bị giám sát hành trình của đơn vị kinh doanh vận tải nhằm kiểm soát chất lượng dịch vụ vận tải và bảo đảm an toàn giao thông cho kinh doanh vận tải hành khách bằng xe ô tô./.



## **TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT VÙNG, HỢP TÁC CÔNG TƯ NHẪM XÂY DỰNG SẢN PHẨM VÀ XÚC TIẾN, QUẢNG BÁ DU LỊCH**

---

### **UBND thành phố Đà Nẵng**

Sở hữu giá trị tài nguyên thiên nhiên đa dạng, phong phú và đặc sắc, cùng với định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thời gian qua, thành phố Đà Nẵng đã chủ động triển khai đồng bộ nhiều giải pháp về đầu tư cơ sở hạ tầng; đa dạng hóa sản phẩm du lịch; đa dạng hóa thị trường; sáng tạo và đổi mới trong công tác xúc tiến, quảng bá, truyền thông hình ảnh du lịch Đà Nẵng. Tất cả những nỗ lực đó đã đạt được những kết quả và hiệu quả rất đáng khích lệ thông qua những danh hiệu mà du lịch Đà Nẵng đã đạt được như: Top 03 thành phố du lịch hàng đầu Đông Nam Á năm 2022, “Điểm đến sự kiện, lễ hội hàng đầu châu Á” năm 2016 và 2022 của World Travel Awards cùng với nhiều danh hiệu uy tín khác, lượng khách du lịch trong và ngoài nước tăng trưởng qua từng năm.

Một trong những giải pháp quan trọng góp phần tạo nên thành công của du lịch Đà Nẵng chính là việc triển khai hiệu quả công tác liên kết vùng và hợp tác công tư nhằm xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch, tăng cường đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, truyền thông quảng bá du lịch cụ thể như sau:

### **(1) Hợp tác liên kết vùng trong công tác xây dựng sản phẩm và xúc tiến quảng bá du lịch**

Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các “điểm đến” trong khu vực đang diễn ra gay gắt, liên kết xây dựng thương hiệu, tiếp thị điểm đến vùng sẽ góp phần phối hợp nguồn lực hiệu quả hơn, tạo điều kiện mở rộng không gian du lịch; đa dạng, kết nối các sản phẩm du lịch trong vùng, tạo điều kiện cho cộng đồng doanh nghiệp xây dựng và phát triển sản phẩm, du khách có nhiều sự lựa chọn, từ đó góp phần tăng sức hấp dẫn của điểm đến, hỗ trợ kết nối, khai thác hiệu quả các tài nguyên, sản phẩm du lịch.

Nằm trong vùng trọng điểm du lịch của miền Trung, nhận thấy việc liên kết, hợp tác đã trở thành xu thế mạnh mẽ, từ năm 2006, Thừa Thiên Huế - Đà Nẵng - Quảng Nam đã chủ động hợp tác để hình thành nên một thương hiệu chung “Ba địa phương, một điểm đến”. Thông qua cơ chế luân phiên, địa phương chủ trì đã chủ động xây dựng chương trình liên kết, có sự tham gia đóng góp ý kiến của hai địa phương còn lại để triển khai có hiệu quả các nội dung từ quản lý nhà nước về du lịch, xây dựng sản phẩm du lịch liên vùng, triển khai các hoạt động xúc tiến, quảng bá tới các thị trường du lịch trọng điểm của ba địa phương. Ngoài ra, được sự hỗ trợ của Dự án EU, 3 địa phương Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam đã xây dựng và lấy ý kiến về việc hình thành 3 nhóm sản

phẩm du lịch chung của 3 địa phương gồm: con đường di sản, nghỉ dưỡng biển, con đường sinh thái và du lịch cộng đồng.

Đến năm 2021, hệ thống liên kết phát triển du lịch vùng đã được mở rộng ra 05 địa phương gồm Đà Nẵng - Quảng Nam - Thừa Thiên Huế - Quảng Bình - Quảng Trị với chủ đề “Miền di sản diệu kỳ”. Mở rộng liên kết giữa các địa phương trong vùng sẽ giúp mở rộng thêm không gian du lịch, đa dạng thêm các sản phẩm đặc trưng của vùng miền. Bởi hiện nay, hạ tầng giao thông đi lại thuận lợi, xu hướng du khách cũng thường muốn tự đi, khám phá nhiều điểm đến trong chuyến đi.

Hoạt động liên kết về công tác xúc tiến, quảng bá du lịch chung của 05 địa phương có sự chuyển biến mạnh mẽ, đạt được những kết quả nhất định như in ấn và phát hành các tài liệu quảng bá chung, xây dựng fanpage du lịch 05 địa phương “Miền di sản diệu kỳ”, cùng nhau tham gia các hội chợ du lịch trong và ngoài nước, đón các đoàn báo chí và lễ hành khảo sát 05 địa phương... Sự liên kết, hợp tác giữa các địa phương cũng một phần giải quyết được bài toán về kinh phí trong các hoạt động xúc tiến quảng bá; với sự chung tay chia sẻ về kinh phí các địa phương đã cùng nhau liên kết, tham gia nhiều hội chợ du lịch quốc tế uy tín, tổ chức các chương trình quảng bá 05 địa phương tại các thị trường quốc tế trọng điểm, góp phần quảng bá hình ảnh du lịch địa phương ra thị trường khách quốc tế, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch trong nước kết nối với doanh nghiệp quốc tế xây dựng các sản phẩm du lịch phù hợp, thu hút lượng khách quốc tế về địa phương.

## **(2) Hợp tác công tư trong công tác xây dựng sản phẩm và xúc tiến quảng bá du lịch**

Trong thời gian qua, thành phố Đà Nẵng cũng đạt được thành tựu đáng kể trong việc tăng cường hợp tác công tư nhằm xây dựng sản phẩm và xúc tiến quảng bá du lịch Đà Nẵng.

Bên cạnh sự quan tâm, chỉ đạo sâu sát của các cấp lãnh đạo thành phố, phối hợp của các sở, ban, ngành, đơn vị liên quan, đặc biệt còn có sự đồng hành rất lớn của cộng đồng các doanh nghiệp du lịch trong việc tổ chức các sự kiện thu hút khách như: Sun Group tổ chức Lễ hội pháo hoa quốc tế Đà Nẵng 2023, Lễ hội tận hưởng mùa hè Đà Nẵng 2022, 2023; Tập đoàn BRG đăng cai tài trợ kinh phí và dịch vụ sân golf để Thành phố tổ chức giải golf châu Á trong 3 năm liên tiếp từ 2022, 2023 và 2024; Tập đoàn IPP tài trợ đăng cai tổ chức Diễn đàn phát triển đường bay châu Á 2022; Công ty Cổ phần khai thác nhà ga quốc tế (AHT) đăng cai tổ chức Lễ hội Khinh khí cầu... cùng với sự đồng hành của Hiệp hội Du lịch TP. Đà Nẵng, Quỹ Xúc tiến Phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng, một số doanh nghiệp trên địa bàn thành phố, công tác truyền thông quảng bá, xúc tiến thị trường, đường bay đã được tăng cường triển khai rất hiệu quả, chuyên nghiệp và trên phạm vi rộng trong nước, quốc tế với nhiều nỗ lực không ngừng đổi mới,

sáng tạo, cập nhật xu hướng thị hiếu khách du lịch, thích ứng linh hoạt với tình hình mới, góp phần quan trọng trong việc thu hút hơn 6,4 triệu lượt khách lưu trú, trong đó có khoảng 1,71 triệu lượt khách quốc tế, 4,69 triệu lượt khách nội địa đến Đà Nẵng trong 10 tháng đầu năm 2023.

Ngoài ra, để có thêm nguồn lực cho hoạt động xúc tiến quảng bá, từ năm 2020, UBND thành phố Đà Nẵng đã có quyết định thành lập Quỹ Xúc tiến Phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng từ nguồn đóng góp của các doanh nghiệp. Từ khi thành lập đến nay, Quỹ Xúc tiến Phát triển du lịch đồng hành cùng Sở Du lịch TP. Đà Nẵng, Hiệp hội Du lịch TP. Đà Nẵng phối hợp triển khai có hiệu quả các hoạt động xúc tiến quảng bá, tổ chức nghiên cứu thị trường, chương trình kích cầu du lịch... để góp phần khôi phục và phát triển du lịch thành phố Đà Nẵng.

Bên cạnh những thành công đã đạt được, hoạt động liên kết vùng và hợp tác công tư trong phát triển du lịch cũng gặp không ít khó khăn, thách thức như: Nguồn lực phân bổ cho hoạt động xây dựng sản phẩm, xúc tiến, quảng bá du lịch còn hạn chế, chưa đồng đều giữa các địa phương; hoạt động liên kết vùng chỉ ở mức độ trao đổi thông tin, phối hợp triển khai các hoạt động phát triển du lịch hiện có, chưa có sự đổi mới, nổi bật và chưa hình thành dấu ấn đặc trưng của vùng; các sản phẩm du lịch trong chuỗi liên kết còn trùng lặp, đơn điệu; chưa có quy chế điều phối, phân công rõ ràng giữa các địa phương trong vùng để giải quyết những vấn đề về phát triển du lịch...; doanh nghiệp du lịch còn khó khăn do ảnh hưởng COVID-19.

### **(3) Đề xuất, kiến nghị**

Để nâng cao hiệu quả và chất lượng công tác liên kết vùng, hợp tác công tư nhằm xây dựng phát triển sản phẩm và xúc tiến, quảng bá du lịch trong thời gian tới, UBND thành phố đề xuất, kiến nghị như sau:

- Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch dành nguồn lực tăng cường hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam nói chung và hỗ trợ quảng bá du lịch của các tỉnh miền Trung nói riêng trong thời gian tới.

- Đề phát huy lợi thế du lịch biển đảo của các tỉnh thành miền Trung, đề xuất Trung ương sớm có quy định, hướng dẫn về tổ chức du lịch trò chơi dưới nước, du lịch mạo hiểm...

- Về chính sách hỗ trợ mở đường bay: Xem xét điều chỉnh và cho phép Đà Nẵng được áp dụng chính sách như tại các cảng hàng không khác trong nước đang được áp dụng theo quy định tại điểm b mục 4, Điều 7, Chương I của Thông tư số 53/TT-BGTVT ngày 31/12/2019 của Bộ Giao thông vận tải. Cụ thể: Đề nghị cho phép áp dụng mức giá dịch vụ cất hạ cánh tàu bay đối với hãng hàng

không khai thác chuyến bay thường lệ đi, đến Việt Nam qua cảng hàng không quốc tế Đà Nẵng bằng 50% mức giá quy định; thời hạn áp dụng 24 tháng kể từ ngày bắt đầu khai thác. Nếu được cho phép, chính sách này sẽ tạo điều kiện rất quan trọng cho thành phố (cửa ngõ đến các điểm du lịch của miền Trung) thu hút và kích thích các hãng hàng không quốc tế mở đường bay trực tiếp đến Đà Nẵng, qua đó góp phần tạo động lực và sự hỗ trợ thiết thực khôi phục hoạt động du lịch, tăng trao đổi giao thương, phát triển kinh tế, thu hút đầu tư cho Đà Nẵng và các địa phương miền Trung.

- Đề xuất Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sớm ban hành cơ chế chính sách phát triển kinh tế ban đêm tại Việt Nam và các quy định hướng dẫn cụ thể quản lý các hoạt động kinh tế ban đêm để làm cơ sở triển khai tại địa phương./.

**TRANH THỦ THỜI CƠ, KHẮC PHỤC YẾU TỐ THỜI VỤ,  
ĐẨY MẠNH THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ  
QUA CỬA KHẨU ĐƯỜNG KHÔNG, ĐƯỜNG BỘ, ĐƯỜNG BIỂN**

---

**UBND tỉnh Quảng Ninh**

Được sự phân công của Ban Tổ chức, tỉnh Quảng Ninh xin báo cáo một số nội dung liên quan đến việc tranh thủ thời cơ, khắc phục yếu tố thời vụ, đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế cửa khẩu đường không, đường bộ, đường biển.

Các kỳ Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XIII, XIV, XV, từ việc nhận diện rõ những thách thức và thời cơ, Quảng Ninh đã xác định phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, từng bước chuyển đổi phương thức phát triển từ "nâu" sang "xanh", phấn đấu trở thành tỉnh dịch vụ, công nghiệp hiện đại. Tỉnh Quảng Ninh đã đi đầu trong việc xây dựng quy hoạch du lịch tỉnh một cách bài bản, mang tầm chiến lược. Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 là 1 trong 7 quy hoạch đầu tiên thuê tư vấn nước ngoài. Quy hoạch đã phân 4 vùng trung tâm du lịch của tỉnh dựa trên lợi thế, tiềm năng của từng vùng. Cùng với định hướng phát triển trên, tỉnh Quảng Ninh đã bám sát Quyết định số 80 ngày 11/02/2023 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tỉnh Quảng Ninh thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050, trong đó xác định đến năm 2030 “xây dựng, phát triển tỉnh Quảng Ninh là trung tâm du lịch quốc tế, trung tâm kinh tế biển, cửa ngõ của vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và cả nước...”. Ngay sau dịch COVID-19, tỉnh Quảng Ninh đã phê duyệt Đề án phục hồi và phát triển bền vững ngành du lịch Quảng Ninh đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 trong đó với mục tiêu phục hồi nhanh và đẩy mạnh phát triển du lịch, xây dựng Quảng Ninh trở thành trung tâm du lịch kết nối với khu vực và quốc tế, địa bàn trọng điểm du lịch hàng đầu quốc gia, trung tâm nghỉ dưỡng giải trí cao cấp, có hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại; có sản phẩm du lịch đa dạng, đặc sắc, chất lượng đẳng cấp, thương hiệu mạnh và sức hấp dẫn toàn cầu; có năng lực cạnh tranh cao, liên kết hiệu quả với các hãng hàng không, tàu biển, các tập đoàn du lịch hàng đầu quốc tế; du lịch Quảng Ninh tiếp tục là ngành kinh tế mũi nhọn, động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội nhanh, bền vững và góp phần bảo đảm quốc phòng an ninh.

Từ các mục tiêu và định hướng phát triển, trong thời gian qua, tỉnh Quảng Ninh đã tập trung và đẩy mạnh công tác thúc đẩy phát triển du lịch, trong đó tập trung vào một số công tác như: Đầu tư phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật để thúc đẩy kinh tế xã hội nói chung, du lịch nói riêng; công tác phát triển sản phẩm du lịch; công tác chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ thông tin; công tác quảng bá xúc tiến, hợp tác quốc tế; công tác đào tạo, đào tạo lại nguồn nhân lực du lịch và công tác quản lý môi trường kinh doanh du lịch.

Với quyết tâm triển khai các giải pháp thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, thời gian qua, tỉnh Quảng Ninh đã sớm có những bước chuẩn bị bài bản, tạo nền tảng để phát triển theo đúng định hướng, theo đó cơ sở hạ tầng trên địa bàn Tỉnh đã được hình thành, bước đầu đáp ứng được yêu cầu phát triển, trong đó rõ nét nhất chính là việc đầu tư đưa vào hoạt động các công trình giao thông chiến lược, hạ tầng phục vụ du lịch như: Cầu Bạch Đằng, đường cao tốc Hải Phòng - Hạ Long, Hạ Long - Vân Đồn - Móng Cái, Cảng hàng không quốc tế Vân Đồn, Cảng tàu khách quốc tế Hạ Long, Cảng tàu quốc tế Tuần Châu, Cảng quốc tế Ao Tiên... Cùng với cơ sở vật chất kỹ thuật và sản phẩm du lịch trên địa bàn tỉnh đã đầu tư và đa dạng hoá các loại hình theo hướng đồng bộ, hiện đại, hấp dẫn để tạo ra những bước phát triển đột phá mang đậm “chất” riêng, như: Khu nghỉ dưỡng Vinpearl Hạ Long, Khu nghỉ dưỡng Legacy Yên tử, Khu nghỉ dưỡng khoáng nóng cao cấp Quang Hanh, Bảo tàng - Thư viện tỉnh, Cung Quy hoạch, hội chợ và triển lãm tỉnh, Công viên hoa Hạ Long...

Đặc biệt, với mục tiêu phát triển du lịch bốn mùa trong năm, khắc phục yếu tố thời vụ, Quảng Ninh đã xây dựng, phát triển các sản phẩm du lịch mới. Theo đó mùa hè là các sản phẩm du lịch hướng tới đối tượng khách nội địa, mùa thu đông tập trung vào dòng khách quốc tế. Một loạt sản phẩm du lịch mới ấn tượng đã được ra mắt: Phố đêm du thuyền, Festival Áo dài, Yên Tử về miền đất Phật mùa thu - Tưởng nhớ Phật hoàng Trần Nhân Tông, Carnival mùa đông, Suối khoáng nóng Yoko Onsen Quang Hanh, Cẩm Phả... phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng, trải nghiệm văn hóa bản địa ở Cô Tô, Vân Đồn, Bình Liêu, Hạ Long...

Không gian du lịch của Quảng Ninh cũng được mở rộng với việc tăng cường liên kết vùng, kết nối 4 trung tâm du lịch trọng điểm của tỉnh, đảm bảo tính bền vững, gắn với các sản phẩm đặc thù và nổi trội, bao gồm: Vùng du lịch trung tâm tại TP. Hạ Long và vùng phụ cận; vùng du lịch văn hóa - lịch sử - tâm linh tại Uông Bí, Đông Triều, Quảng Yên; vùng du lịch biển đảo, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí cao cấp tại huyện Vân Đồn, Cô Tô và vùng du lịch biên giới tại khu vực Móng Cái và vùng lân cận. Đồng thời, phát triển không gian du lịch mới ở các địa bàn tiềm năng như: Hải Hà, Tiên Yên, Bình Liêu... Qua đó, từng bước khai thác được thế mạnh, giá trị nổi trội về cảnh quan thiên nhiên, giá trị văn hóa, lịch sử của địa phương. Khai thác hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại phục vụ phát triển dòng khách du lịch MICE, du lịch tàu biển. Tân dụng tối đa lợi thế của tỉnh vùng biên giới để khai thác khách du lịch quốc tế du lịch bằng đường không, đường biển, đường bộ, nâng cấp hệ thống cửa khẩu quốc tế Móng Cái, Hoành Mô, Bắc Phong Sinh phục vụ đón dòng khách sử dụng hộ chiếu, visa và khách du lịch Trung Quốc sử dụng giấy thông hành thực hiện xuất nhập cảnh vào Việt Nam.

Trong năm 2023, Quảng Ninh tập trung thu hút đầu tư, phát triển 41 sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển đảo cao cấp; chú trọng xây dựng các sản phẩm/dịch vụ

chuyên biệt, đẳng cấp, chất lượng cao gắn với những giá trị di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long, vịnh Bái Tử Long, Vân Đồn, Cô Tô thông qua các chương trình du lịch trên du thuyền, thưởng ngoạn cảnh đẹp thiên nhiên, nghỉ đêm trên Vịnh, chèo thuyền, lặn biển; phố đêm, chợ đêm...

Phát triển sản phẩm du lịch từ di sản văn hóa và khai thác chiều sâu các giá trị lịch sử, văn hóa tâm linh. Thúc đẩy đổi mới và tăng cường trải nghiệm, tương tác với du khách tại các điểm di tích, bảo tàng gắn với những giá trị văn hoá, lịch sử của điểm đến; khai thác chiều sâu các giá trị văn hoá, lịch sử, nghệ thuật từ 637 di tích lịch sử văn hóa, trong đó có 08 di tích cấp quốc gia đặc biệt, hơn 100 lễ hội truyền thống, các trò chơi, trò diễn dân gian gắn với đời sống và văn hoá của 43 dân tộc cộng đồng bản địa. Năm 2023, tỉnh Quảng Ninh tổ chức 136 sự kiện văn hóa, lễ hội, festival, thương mại, dịch vụ để thu hút du khách.

Phát triển du lịch nông nghiệp, du lịch dựa vào cộng đồng: Xây dựng và thúc đẩy phát triển các sản phẩm OCOP chất lượng, sản phẩm du lịch sinh thái gắn với núi rừng, hang động và hệ thống suối khoáng, đặc biệt là các hoạt động gắn với Rừng quốc gia Yên Tử, Vườn Quốc gia Bái Tử Long, Khu bảo tồn thiên nhiên Đòng Sơn - Kỳ Thượng, Vịnh Bái Tử Long, Vịnh Hạ Long và quần thể hang động... Tiếp tục xây dựng các sản phẩm du lịch cộng đồng khu vực vùng biển ở đảo Cô Tô, Minh Châu - Quan Lạn (Vân Đồn), Cái Chiên (Đầm Hà); Du lịch cộng đồng tại Bình Liêu; Du lịch cộng đồng kết hợp lễ hội: Ngày hội Kiêng gió, hội hát Soóng cọ, lễ hội đình Lục Nà, hội hoa sớ, hội mùa vàng, phiên chợ văn hóa vùng cao...

Bước sang giai đoạn mới, trước sự trở mình của du lịch Việt Nam, cũng như du lịch thế giới sau đại dịch COVID-19, để phát triển du lịch, dịch vụ nhanh, bền vững, tỉnh Quảng Ninh tiếp tục phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế khác biệt của tài nguyên du lịch, khai thác tối đa lợi thế kinh tế cửa khẩu thu hút khách quốc tế qua đường bộ, đường biển, đường không đưa ngành du lịch ngày càng giữ vai trò chủ đạo, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu GRDP của tỉnh. Theo đó, năm 2022 du lịch Quảng Ninh đã phục hồi mạnh mẽ với tổng lượt khách du lịch đạt **11,6** triệu lượt khách (tăng 164,6% so với cùng kỳ), trong đó khách quốc tế đạt 304,000 lượt; tổng thu đạt **22.599** tỷ (tăng 191,8% so với cùng kỳ); tạo ra 44.832 việc làm; trong đó có 25.308 việc làm trực tiếp và 19.524 việc làm gián tiếp. 10 tháng đầu năm 2023, tổng khách du lịch đạt trên **13,9** triệu lượt khách (đạt 144% cùng kỳ). Tổng thu từ khách du lịch ước đạt trên **29,1** tỷ đồng (đạt 163% so với cùng kỳ). Cả năm 2023, Quảng Ninh dự kiến đón từ 15 - 15,5 triệu khách, trong đó có 2 triệu khách quốc tế. Năm 2024, dự kiến Quảng Ninh sẽ đặt ra mục tiêu đón 16,5 - 17 triệu lượt khách, trong đó có 3 triệu lượt khách quốc tế.

Cùng với công tác đầu tư hạ tầng, phát triển sản phẩm là công tác hợp tác quốc tế, công tác đào tạo nguồn nhân lực đã được quan tâm chú trọng. Theo đó, Quảng Ninh đã đẩy mạnh việc hợp tác phát triển du lịch với một số địa phương

Trung Quốc và phát huy có hiệu quả việc hợp tác trong Diễn đàn du lịch Đông Bắc Á, gồm 10 tỉnh của các nước: Trung Quốc, Hàn Quốc, Malaysia, Philippin, Indonesia, Nhật Bản, Mông Cổ, Lào, Campuchia, trong đó Quảng Ninh là thành viên. Đồng thời tiếp tục đẩy mạnh việc hợp tác thúc đẩy thị trường mới như: Ấn Độ, Úc, châu Âu, Bắc Mỹ và các nước ở khu vực Trung Cận Đông.

Về công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch, theo đó Tỉnh không ngừng nâng cao công tác đào tạo nguồn nhân lực du lịch và tập trung đầu tư cho Trường Đại học Hạ Long qua đó đã tạo ra được đội ngũ lao động chất lượng cao đáp ứng yêu cầu hiện tại và tương lai.

Hội nghị về phát triển du lịch hôm nay là rất cần thiết và kịp thời, quan trọng. Để du lịch Quảng Ninh nói riêng và du lịch Việt Nam nói chung phát huy được các tiềm năng, thế mạnh, tận dụng cơ hội, khắc phục yếu tố mùa vụ, đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế cửa khẩu đường không, đường bộ, đường biển, tỉnh Quảng Ninh xin đề xuất một số giải pháp như sau:

(1) Tiếp tục cơ cấu lại ngành du lịch sau đại dịch COVID-19, chú trọng khai thác toàn diện cả thị trường nội địa và quốc tế, trong đó tập trung hướng tới các thị trường khách cao cấp, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững, chất lượng và hiệu quả vươn tầm đẳng cấp quốc tế, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh cao. Với thị trường du lịch trong nước tập trung liên kết với các tỉnh, thành trong Vùng Đồng bằng sông Hồng hợp tác với các trung tâm du lịch các vùng miền Trung, Tây Nguyên, Tây Bắc, Tây Nam Bộ, Đông Nam Bộ để đa dạng, kéo dài các hành trình du lịch cho du khách, kết nối du lịch hai chiều, đến được nhiều địa phương, nhiều sản phẩm trong hành trình.

(2) Tiếp tục triển khai có hiệu quả Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22 tháng 01 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.

(3) Về thị trường khách quốc tế và quảng bá xúc tiến: Tiếp tục đẩy mạnh việc thu hút một số thị trường khách quốc tế truyền thống từ các nước khu vực Đông Bắc Á, ASEAN, Tây Âu, Bắc Mỹ, Úc, mở rộng việc khai thác khách từ thị trường Ấn Độ và khu vực các nước vùng Trung Cận Đông.

(4) Về phát triển sản phẩm: Có cơ chế phù hợp để thúc đẩy việc phát triển loại hình sản phẩm gắn với bản sắc văn hóa, đặc biệt là bản sắc văn hóa của đồng bào các dân tộc thiểu số vùng cao; cơ chế cho việc phát triển du lịch cộng đồng.

(5) Về cơ chế chính sách: Đề nghị Chính phủ, các Bộ, ngành quan tâm xem xét điều chỉnh một số quy định:

(i) Quyết định số 06/2020/QĐ-TTg ngày 21/02/2020 của Thủ tướng Chính phủ về tổ chức và quản lý hội nghị, hội thảo quốc tế tại Việt Nam: Hiện nay, việc khai thác loại hình du lịch MICE đang được một số thị trường khách quốc tế quan



tâm để tổ chức đưa khách đến Việt Nam, tuy nhiên trong quá trình tổ chức thực hiện còn gặp một số khó khăn nhất định, đặc biệt là quy trình, thủ tục, thời gian xin phép tổ chức hội nghị hội thảo quốc tế. Ngoài ra, còn có các vướng mắc khi tổ chức các hoạt động kết hợp như: văn hóa, văn nghệ, thể thao...

(ii) Về Nghị định số 34/2014/NĐ-CP của Chính phủ ngày 29/4/2014 về Quy chế khu vực biên giới đất liền nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Theo quy định (*Điều 7, Nghị định số 34/2014/NĐ-CP của Chính phủ ngày 29/4/2014 về Quy chế khu vực biên giới đất liền nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam*), người nước ngoài có nhu cầu đến khu vực biên giới phải làm thủ tục và xin cấp phép. Mặt khác, cùng với hình thức tương tự, đối với khu vực biển, đảo, khi người nước ngoài đến các điểm khu du lịch (được cấp có thẩm quyền công nhận) thì không cần phải xin phép (*Điều 7, Nghị định số 71/2015/NĐ-CP ngày 03/9/2015 của Chính phủ về Quản lý hoạt động của người, phương tiện trong khu vực biên giới biển nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam*). Vì vậy, đề nghị xem xét có chính sách phù hợp để thu hút khách quốc tế đến một điểm du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số tại khu vực biên giới, cửa khẩu.

(6) Về công tác quảng bá xúc tiến: Đề nghị tiếp tục tập trung đẩy mạnh các hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch, xây dựng và định vị thương hiệu du lịch Việt Nam. Mặt khác, hiện nay hàng năm Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch có các chương trình quảng bá xúc tiến tại một số thị trường trọng điểm tại nước ngoài, nội dung này được các địa phương và doanh nghiệp đánh giá cao. Để tiếp tục thu hút được các doanh nghiệp và các địa phương tham gia các chương trình xúc tiến quảng bá tại nước ngoài, đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hàng năm có kế hoạch sớm để các địa phương và doanh nghiệp đăng ký tham gia.

(7) Về hàng không và khai thác cảng hàng không: đề nghị các hãng hàng không tiếp tục có cơ chế phù hợp hỗ trợ hoạt động du lịch; đề nghị Bộ Giao thông vận tải xem xét đề xuất có cơ chế thống nhất trong việc hỗ trợ việc mở tuyến bay mới cũng như việc hỗ trợ các cảng hàng không, đặc biệt là các cảng hàng không do các tập đoàn kinh tế tư nhân đầu tư, khai thác./.

## **GIẢI PHÁP THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ ĐẾN ĐỊA PHƯƠNG THÔNG QUА TĂNG CƯỜNG KẾT NỐI, MỞ RỘNG ĐƯỜNG BAY**

---

**UBND tỉnh Khánh Hòa**

### **1. Đánh giá chung về hoạt động thu hút khách du lịch quốc tế đến Khánh Hòa**

Năm 2023, là một năm mà ngành du lịch đứng trước cơ hội thuận lợi khôi phục tất cả các hoạt động du lịch sau đại dịch COVID-19 khi các nước trên thế giới mở cửa toàn bộ trở lại. Tuy nhiên, tình hình chiến sự ở một số nước và kinh tế thế giới gặp nhiều khó khăn đã gây ảnh hưởng đến mục tiêu đặt ra của ngành du lịch cũng như các ngành kinh tế trên phạm vi cả nước.

Trước những thời cơ, cơ hội thuận lợi, tỉnh Khánh Hòa đã chủ động nắm bắt cơ hội, vừa tập trung khôi phục, thu hút thị trường khách du lịch nội địa, vừa đẩy nhanh các hoạt động thu hút khách quốc tế, cụ thể:

Để nhanh chóng phục hồi thị trường khách quốc tế, Khánh Hòa đã chủ động đưa ra giải pháp tổ chức nhiều chương trình, sự kiện mang tầm quốc tế nhằm quảng bá hình ảnh du lịch với bạn bè thế giới, thu hút khách du lịch như: tổ chức Lễ kỷ niệm 370 năm xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa, Lễ hội Festival biển 2023, Lễ hội ánh sáng với 1.653 drone light, chương trình 8Wonder, đưa vào hoạt động nhà hát “Đó”... và tổ chức nhiều sự kiện thu hút khách du lịch trong năm 2023.

Bên cạnh đó, để chủ động trong việc khôi phục, mở rộng các đường bay quốc tế đến sân bay Cam Ranh, tỉnh Khánh Hòa đã tổ chức nhiều đoàn công tác do Lãnh đạo tỉnh làm trưởng đoàn đến thăm, làm việc tại các nước: Ấn Độ, Úc, Kazakhstan, Hàn Quốc, Trung Quốc, Canada, Nhật Bản để quảng bá xúc tiến đầu tư và xúc tiến du lịch; đồng thời thông qua chuyến công tác nhằm trao đổi, xúc tiến mở lại, tăng tần suất các đường bay quốc tế trước đây; cũng như kết nối mở các đường bay mới từ các nước đến sân bay quốc tế Cam Ranh thu hút khách quốc tế đến với Nha Trang - Khánh Hòa.

Nhờ đó, hiện nay bình quân sân bay quốc tế Cam Ranh đã đón trung bình 22 - 24 chuyến bay quốc tế đến/ngày. Trong đó, chặng bay Hàn Quốc có tần suất trung bình 13 - 14 chuyến đến/ngày; chặng bay Trung Quốc tần suất trung bình 4 - 5 chuyến đến/ngày; chặng bay Thái Lan tần suất trung bình 4 chuyến đến/tuần; chặng bay Malaysia tần suất trung bình 4 chuyến đến/tuần; chặng bay Kazakhstan 06 chuyến đến/tuần.

Nhờ sự chủ động trong công tác quảng bá xúc tiến, tổ chức nhiều chương trình sự kiện, ngành du lịch Khánh Hòa đã đạt được kết quả cao, cụ thể: Tính chung 10 tháng năm 2023, tổng lượt khách lưu trú ước đạt 6,2 triệu lượt, tăng 175% so với cùng kỳ. Trong đó, khách quốc tế ước đạt hơn 1,67 triệu lượt, gấp 8,9 lần so với cùng kỳ, khách nội địa ước đạt 4,53 triệu lượt khách, tăng 118,9% so với cùng kỳ. Doanh thu du lịch ước đạt 29.875,9 tỷ đồng, tăng 152,7% so với cùng kỳ.

Ngành du lịch Khánh Hòa có bước tăng trưởng cao, có đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, tạo động lực lan tỏa thúc đẩy nhiều ngành, lĩnh vực khác cùng phát triển trong năm 2023.

## **2. Thuận lợi**

Ngày 24 tháng 6 năm 2023, Quốc hội Việt Nam đã thông qua Luật sửa đổi bổ sung một số điều của "Luật Nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, cư trú của người nước ngoài tại Việt Nam", đánh dấu một bước tiến quan trọng trong việc thu hút khách du lịch và đẩy mạnh quan hệ đối ngoại.

Chính phủ đã 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. Đây là cơ sở để các Bộ, ngành, địa phương xây dựng các nhiệm vụ trọng tâm trong giai đoạn 2023 - 2025 để phát triển du lịch hiệu quả, bền vững, phù hợp với tình hình thực tiễn. Tạo sự đồng thuận, nhất trí cao trong nhận thức và hành động của toàn ngành du lịch, các ngành liên quan, địa phương, doanh nghiệp và người dân để du lịch phát triển trọng tâm, trọng điểm.

Bên cạnh đó, tỉnh Khánh Hòa đã được Bộ Chính trị thông qua và ban hành Nghị quyết số 09-NQ/TW ngày 28/01/2022 về xây dựng và phát triển tỉnh Khánh Hòa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, cùng với đó, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 42/NQ-CP ngày 21/3/2022 về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TW. Đồng thời, ngày 16/6/2022, Quốc hội đã thông qua Nghị quyết số 55/2022/QH15 cho phép thực hiện thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển tỉnh Khánh Hòa; xác định mục tiêu đến năm 2030, Khánh Hòa là thành phố trực thuộc Trung ương trên cơ sở phát huy cao độ tiềm năng và lợi thế về biển, là đô thị thông minh, bền vững, bản sắc và kết nối quốc tế; là trung tâm dịch vụ, du lịch biển quốc tế; là cực tăng trưởng, trung tâm của khu vực duyên hải Nam Trung Bộ, Tây Nguyên và cả nước về kinh tế biển. Hiện nay, tỉnh Khánh Hòa đang triển khai thực hiện quy hoạch tỉnh thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050, với tầm nhìn dài hạn, bảo đảm hiệu quả, phù hợp, thống nhất với quy hoạch tổng thể quốc gia, theo đúng chủ trương định hướng Nghị quyết số 09-NQ/TW nhằm điều chỉnh không gian đô thị hợp lý, gắn với phát huy hiệu quả tiềm năng, thế mạnh của từng vùng miền, địa phương, trong đó: thành phố Nha Trang là đô thị hạt nhân, thành phố Cam Ranh là đô thị

du lịch - logistics; huyện Cam Lâm trở thành đô thị sân bay hiện đại, sinh thái, đẳng cấp quốc tế; huyện Vạn Ninh trở thành đô thị du lịch biển cao cấp.

### 3. Khó khăn

- Nền kinh tế toàn cầu đang suy thoái, lạm phát tăng cao, người dân các nước trên thế giới có xu hướng thắt chặt chi tiêu, hạn chế đi du lịch. Tình hình chính trị căng thẳng ở một số nước có thị phần lớn khách du lịch đến Nha Trang - Khánh Hòa khiến công tác xúc tiến, thu hút khách du lịch tại một số thị trường quốc tế gặp khó khăn.

- Chính sách visa của Việt Nam chưa thông thoáng bằng các nước, công tác thực hiện giải quyết thủ tục e-visa còn chậm, chưa theo kịp thời đại công nghệ số hiện nay.

- Thiếu sản phẩm, dịch vụ du lịch mới, sản phẩm du lịch về đêm phục vụ du khách nhằm tăng khả năng thu hút, cạnh tranh và kéo dài thời gian lưu trú của khách.

### 4. Đề xuất

Xuất phát từ khó khăn trên, tỉnh Khánh Hòa kiến nghị Chính phủ, các Bộ, ngành một số nội dung hỗ trợ phát triển du lịch Khánh Hòa:

- Bộ Giao thông vận tải, Cục Hàng không quan tâm, thúc đẩy đàm phán với cơ quan hàng không các nước để khôi phục, mở rộng thị trường các đường bay quốc tế đến Khánh Hòa, cũng như các địa phương cả nước.

- Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch hỗ trợ cùng đồng hành xúc tiến quảng bá giới thiệu hình ảnh điểm đến Khánh Hòa, cũng như các tỉnh, thành có thể mạnh về du lịch trong các chuyến công tác, gặp gỡ ngoại giao trong và ngoài nước.

- Tổ chức những buổi gặp mặt, những hội nghị quy mô toàn quốc liên kết các công ty, doanh nghiệp lữ hành, hàng không, trao đổi thông tin, đề xuất phương hướng phát triển về các thị trường khách quốc tế trọng điểm cần hướng đến trong tương lai, cũng như có những chính sách giữ, thu hút khách du lịch quốc tế truyền thống của các địa phương.

- Tiếp tục nghiên cứu đơn giản hóa thủ tục visa, e-visa đồng thời có chính sách miễn visa cho các nước có tiềm năng, thị phần khách du lịch quốc tế lớn đối với Việt Nam, nhằm tạo sức hút cạnh tranh nhiều hơn nữa khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam nói chung và tỉnh Khánh Hòa nói riêng.

- Cần hỗ trợ thủ tục, tài chính trong giai đoạn đầu cho các hãng hàng không mới hoặc chặng bay mới bằng nhiều hình thức khác nhau như tặng quà, voucher;

hoặc hỗ trợ chi phí các hãng hàng không khi mở đường bay thẳng đến tỉnh Khánh Hòa, cũng như các tỉnh thành trên cả nước./.

## VAI TRÒ CỦA ĐỊA PHƯƠNG VÀ CÁC CHỦ THỂ TRONG QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN VÀ XÚC TIẾN QUẢNG BÁ

---

### UBND tỉnh Kiên Giang

Du lịch Kiên Giang trong những năm gần đây đã có những bước phát triển nhanh, trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng, đóng góp tích cực vào sự phát triển của Tỉnh. Du lịch Kiên Giang đã dần định vị được thương hiệu trên bản đồ du lịch Việt Nam và thế giới như là điểm đến an toàn, hấp dẫn và mến khách; khẳng định vị trí, thương hiệu du lịch xứng tầm khu vực và quốc tế với nhiều giải thưởng, danh hiệu quốc tế, trong đó Phú Quốc là điểm đến đạt những danh hiệu như: điểm đến hấp dẫn, điểm đến mới nổi ở châu Á và thế giới; Khu nghỉ dưỡng JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay đã được “Oscar của ngành du lịch thế giới” trao tặng hai giải thưởng đặc biệt: Khu nghỉ dưỡng và villa trên đảo sang trọng hàng thế giới năm 2018 (World’s Leading Luxury Island Resort & Villas 2018) và Khu nghỉ dưỡng chủ đề sang trọng bậc nhất thế giới (World’s Leading Luxury Themed 2018); top 14 bãi biển đẹp nhất châu Á của tạp chí Planet Ware, Phú Quốc được World Travel Awards trao giải “Hòn đảo có thiên nhiên hấp dẫn hàng đầu thế giới” năm 2022; Phú Quốc nằm trong top 10 hòn đảo du lịch hàng đầu châu Á năm 2023 được tạp chí Condé Nast Traveler của Mỹ trao giải thưởng Readers’ Choice Awards 2023...

Tỉnh Kiên Giang luôn xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Lượng khách tham quan, du lịch đến Kiên Giang giai đoạn 2018 - 2023 khoảng 37 triệu lượt khách, trong đó, khách quốc tế đón 2,06 triệu lượt; tổng doanh thu du lịch đạt 66 ngàn tỷ đồng; ngành du lịch Kiên Giang cũng tạo ra nhiều việc làm với 15.575 lao động trực tiếp và trên 30.000 lao động gián tiếp, qua đó góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, giải quyết việc làm cho người lao động, cải thiện đời sống của nhân dân, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Năm 2023, ước đạt 8,5 triệu lượt khách (102% kế hoạch), trong đó khách quốc tế 573 ngàn lượt khách (163% kế hoạch). Hiện nay, Phú Quốc đã có khách quốc tế đến từ 132 quốc gia/vùng lãnh thổ; 04 đường bay thường xuyên từ Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Đài Loan và các cảng hàng không quốc tế khác trong nước. Các đường bay nội địa đến một số địa bàn trọng điểm như TP.HCM, Hà Nội, Hải Phòng, Cần Thơ, Đà Nẵng, Thanh Hóa, Vinh, Nha Trang.

Từ đầu năm đến nay, du lịch Kiên Giang tiếp tục phục hồi tốt; các nhiệm vụ, mục tiêu, chỉ tiêu du lịch trong năm đến thời điểm này cơ bản đạt kế hoạch

đề ra, trong đó một số chỉ tiêu thực hiện vượt (năm 2023 ước đón trên 8,5 triệu lượt khách đến tham quan du lịch, tăng 15,3% so cùng kỳ, trong đó khách quốc tế ước đón trên 573 ngàn lượt khách, tăng hơn 2 lần so cùng kỳ; tổng thu từ du lịch ước đạt 17.479 tỷ đồng, tăng 65,1% so cùng kỳ).

Các đề án, dự án, nhiệm vụ theo kế hoạch, kết luận, chỉ đạo của Chính phủ, Bộ, ngành, Tỉnh ủy và Hội đồng nhân dân tỉnh đã cơ bản hoàn thành. Trong đó Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt và ban hành Kế hoạch thực hiện đối với 04 Đề án<sup>4</sup>, đặc biệt là Kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững.

Xác định vai trò, trách nhiệm của địa phương và các chủ thể trong công tác quản lý nhà nước về xây dựng và quản lý điểm đến nhằm tạo ra môi trường hoạt động du lịch lành mạnh, xây dựng hình ảnh thương hiệu, nâng cao năng lực cạnh tranh và sức hấp dẫn của điểm đến, trong những năm qua tỉnh Kiên Giang đã tập trung triển khai nhiều nhiệm vụ, biện pháp trong quản lý điểm đến du lịch, như: (1) Tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật được triển khai thường xuyên gắn với tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, đã kịp thời nhắc nhở và xử lý nghiêm các vi phạm, góp phần tích cực vào việc nâng cao ý thức chấp hành các quy định của pháp luật đối với việc kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh; (2) Đẩy mạnh thực hiện công tác cải cách hành chính, kiểm soát thủ tục hành chính, tạo môi trường thông thoáng, thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân tham gia đầu tư kinh doanh; (3) Tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch tại một số thị trường trọng điểm du lịch...

Tuy có nhiều nỗ lực và đạt được một số kết quả khá tích cực nhưng nghiêm túc đánh giá thì công tác xây dựng và quản lý điểm đến du lịch còn nhiều hạn chế, bất cập; tốc độ phục hồi chậm, giá cả dịch vụ tăng cao, chất lượng sản phẩm dịch vụ chưa đảm bảo, thiếu nhân lực có tay nghề, thời tiết luôn diễn biến phức tạp... làm giảm sức cạnh tranh so với các điểm đến khác. Trong đó, khó khăn lớn nhất vẫn là nguồn lực đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch, công tác quản lý quy hoạch và đầu tư phát triển, nâng cao năng lực quản lý điểm đến du lịch.

Công tác đảm bảo môi trường, vệ sinh an toàn, an ninh trật tự tại các điểm đến du lịch vẫn chưa bền vững. Đội ngũ cán bộ quản lý tại các điểm đến du lịch còn thiếu và yếu nên hiệu quả chưa cao; các chính sách liên quan đến hỗ trợ phát

---

<sup>4</sup>(1) Đề án “Cơ cấu lại ngành Du lịch tỉnh Kiên Giang đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn”; (2) Đề án phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030; (3) Đề án phát triển các sản phẩm ngành nghề truyền thống gắn với du lịch tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030; (4) Đề án phát triển du lịch nông thôn gắn với Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030.

triển điểm đến du lịch chưa đầy đủ. Một số doanh nghiệp vẫn còn vi phạm pháp luật, từ đầu năm đến nay các lực lượng chức năng của tỉnh đã tổ chức 12 cuộc kiểm tra, thanh tra đối với 127 cơ sở, qua đó lập biên bản xử phạt vi phạm hành chính 31 cơ sở.

Để thực hiện tốt công tác quản lý điểm đến, thời gian tới tỉnh Kiên Giang sẽ tiếp tục tập trung thực hiện một số giải pháp sau:

*Một là*, tiếp tục triển khai thực hiện có hiệu quả các nội dung, giải pháp của Nghị quyết số 03-NQ/TU của Tỉnh ủy về phát triển du lịch tỉnh Kiên Giang đến 2020 và định hướng đến năm 2030. Đẩy nhanh tiến độ triển khai Kế hoạch thực hiện các Đề án phát triển du lịch giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030<sup>5</sup>, bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển bền vững, theo quy luật của kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế.

*Hai là*, huy động có chọn lọc các nguồn lực tập trung đầu tư hạ tầng du lịch theo hướng đồng bộ, có trọng tâm, trọng điểm tại các khu/điểm du lịch trên địa bàn. Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, khác biệt, khai thác các lợi thế về danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, lăng tẩm, chùa chiền, sự kiện quốc gia, quốc tế để thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

*Ba là*, thực hiện chuyển đổi số trong ngành du lịch, ứng dụng công nghệ thông tin, thực hiện số hóa các thông tin dữ liệu phục vụ: (1) quản lý điểm đến du lịch, (2) nghiên cứu thị trường, (3) xúc tiến quảng bá du lịch, (4) quản lý hoạt động kinh doanh du lịch, (5) đào tạo nguồn nhân lực, (6) cải cách thủ tục hành chính...

*Bốn là*, tiếp tục thực hiện tốt Quy chế phối hợp quản lý hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh, huy động sự tham gia quản lý từ cộng đồng doanh nghiệp, người dân và cả du khách. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trực tiếp và gián tiếp phục vụ du lịch để đáp ứng nhu cầu phát triển trong tình hình mới. Trong đó, chú ý đào tạo về ngoại ngữ, văn hóa ứng xử, chuyên môn nghiệp vụ cho lao động trực tiếp phục vụ khách du lịch... nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách.

*Năm là*, đẩy mạnh công tác thanh tra, kiểm tra việc chấp hành các quy định của pháp luật trong hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại các khu/điểm du lịch

---

<sup>5</sup> Đề án “Cơ cấu lại ngành Du lịch tỉnh Kiên Giang đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn”; Đề án phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030; Đề án phát triển các sản phẩm ngành nghề truyền thống gắn với du lịch tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030; Đề án phát triển du lịch nông thôn gắn với Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030.



và có hình thức khen thưởng kịp thời các tổ chức, cá nhân có sáng kiến cải tiến chất lượng, cung cấp các dịch vụ chất lượng tốt, được dư luận và khách du lịch đánh giá cao.

Tại Hội nghị này, tỉnh Kiên Giang xin có đề xuất, kiến nghị như sau:

(1) Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật về du lịch và các lĩnh vực liên quan để tạo điều kiện cho phát triển du lịch bền vững (hiện nay chưa quy định việc quản lý Chi nhánh, Văn phòng đại diện của doanh nghiệp lữ hành; quản lý doanh nghiệp sau đăng ký thành lập đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành gặp khó khăn, nhiều doanh nghiệp không có giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành vẫn tổ chức đón khách, việc công nhận khu/điểm du lịch chưa cụ thể..).

(2) Có chính sách hỗ trợ, khuyến khích tạo điều kiện để các hãng hàng không mở các chuyến bay (trước mắt là thuê bao các chuyến) kết nối từ nước ngoài đến Phú Quốc và ngược lại./.

## **DOANH NGHIỆP DU LỊCH VIỆT NAM KHẮC PHỤC KHÓ KHĂN, ĐẨY MẠNH PHỤC HỒI VÀ TĂNG TỐC PHÁT TRIỂN**

---

### **Hiệp hội Du lịch Việt Nam**

Ngày 18/5/2023, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 82/NQ-CP về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc độ phát triển du lịch hiệu quả, bền vững. Nghị quyết đã nêu rõ các quyết sách của Chính phủ trong việc khôi phục nhanh du lịch, ngành kinh tế quan trọng của đất nước. Ngày 02/7/2023, Hiệp hội Du lịch Việt Nam đã ban hành và tổ chức triển khai Kế hoạch hành động thực hiện Nghị quyết quan trọng này. Ngay trong tháng 6/2023, Quốc hội đã thông qua việc sửa đổi hai Luật Xuất nhập cảnh, trong đó mở rộng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách quốc tế vào Việt Nam. Du lịch đã có nhiều điều kiện thuận lợi để phục hồi và phát triển. Kết quả của ngành Du lịch qua 10 tháng đầu năm 2023 đã ghi nhận những bước phục hồi quan trọng của Du lịch Việt Nam.

Kết quả vừa qua chưa đạt được như mong muốn của xã hội, của Chính phủ đối với ngành Du lịch. Khách quốc tế đến Việt Nam tăng vượt kế hoạch, nhưng số lượng tuyệt đối lại quá thấp so với các nước trong khu vực. Số lượng khách nội địa tăng nhẹ nhưng lại sụt giảm nghiêm trọng ở một số trung tâm du lịch lớn, nhiều cơ sở lưu trú cao cấp ở nhiều Trung tâm chưa mở cửa được vì ít khách và thiếu nhân lực. Nhiều dịch vụ như bán hàng, may mặc, chăm sóc sức khỏe, ẩm thực... còn chậm hồi phục.

### **I. MỘT SỐ KHÓ KHĂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH**

#### ***1. Không triển khai được chương trình khuyến mại, kích cầu du lịch***

- Giá dịch vụ du lịch không ổn định, luôn tăng cao, thậm chí rất cao vào mùa cao điểm như giá vé máy bay, giá phòng khách sạn, giá ăn uống, vận chuyển đường bộ... Sự biến động liên tục về giá cả dịch vụ đã làm cho các doanh nghiệp du lịch rất bị động trong việc xây dựng và cung cấp sản phẩm cho khách du lịch.

- Sự thiếu phối hợp giữa các đội ngũ cung ứng dịch vụ du lịch đã khiến cho giá dịch vụ du lịch Việt Nam cao, không thể cạnh tranh với các nước trong khu vực. Tình trạng việc ai người ấy làm đã khiến cho Du lịch Việt Nam không thể xây dựng được một chiến dịch kích cầu tầm cỡ quốc gia để nâng cao sức mạnh cạnh tranh với các nước khác. Đây vẫn là điểm yếu của Du lịch Việt Nam.

#### ***2. Thị trường quốc tế chưa mở rộng***

Do kinh tế suy thoái, tình hình chính trị thế giới không ổn định, hàng loạt các thị trường truyền thống của Du lịch Việt Nam (Trung Quốc, Nhật Bản, Tây Âu, Đài Loan...) mới mở cửa một phần cho Du lịch Việt Nam. Các thị trường tiềm năng đã bắt đầu khởi động (Tây Âu, Mỹ, Úc...) nhưng số lượng khách đến Việt Nam còn ít. Điều này cho thấy Du lịch Việt Nam phải triển khai các hoạt động xúc tiến mạnh mẽ mới có thể kích hoạt được thị trường này. Chúng ta không chỉ giới thiệu các chính sách mới rất thông thoáng về visa, mà còn phải giới thiệu nhiều hơn các sản phẩm du lịch mới, các dịch vụ mới phù hợp với nhu cầu của khách.

### ***3. Công tác xúc tiến du lịch triển khai còn chậm và rất ít hiệu quả***

- Việc triển khai xúc tiến ở nước ngoài để thu hút khách quốc tế vào Việt Nam triển khai quá ít, nhiều hội chợ quốc tế quan trọng hàng đầu thế giới bị bỏ qua (WTM Luân Đôn, JATA Tokyo Nhật Bản) hoặc tham gia cầm chừng (chỉ địa phương tham gia) khiến cho hình ảnh của Du lịch Việt Nam mờ nhạt đối với nhiều doanh nghiệp quốc tế.

- Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch được thành lập từ ngày 12/12/2018 cho đến nay chưa phát huy được hiệu quả, mặc dù đã được cấp vốn Điều lệ. Có sự lẫn lộn giữa chức năng cấp phát kinh phí với tổ chức triển khai là một trong những nguyên nhân làm cho Quỹ khó hoạt động được, không đáp ứng được nhu cầu của Ngành.

- Các tỉnh, thành phố tập trung quá nhiều cho việc tổ chức các hoạt động bề nổi ở trong nước như Lễ hội, các sự kiện chính trị, văn hóa, kinh tế gắn với Du lịch... Nhiều trường hợp Nhà nước làm thay cộng đồng, thay doanh nghiệp, thay cả tổ chức xã hội nghề nghiệp khi đứng ra tổ chức các hoạt động xã hội với mục tiêu du lịch. Điều đó không chỉ lãng phí rất lớn ngân sách mà đôi khi còn làm méo mó bản sắc văn hóa truyền thống của các Lễ hội, vốn được sinh ra từ phong tục tập quán dân tộc, từ đời sống tinh thần của cộng đồng dân cư. Và chắc chắn khách du lịch không mong muốn đi xem các Lễ khai mạc hoành tráng, các cuộc biểu diễn văn nghệ của hàng ngàn diễn viên không chuyên, những người phải bỏ hàng tháng để tập luyện. Những sự kiện được tổ chức từ ngân sách Nhà nước sẽ không thể trở thành sản phẩm du lịch văn hóa phục vụ cho du lịch, nó sẽ biến mất khi không còn ngân sách cấp, vì vậy làm thiếu tính bền vững của du lịch Việt Nam.

Nếu những kinh phí đó (dù là từ Nhà nước hay huy động đóng góp từ doanh nghiệp) dành cho xúc tiến quốc tế, nó sẽ góp phần thúc đẩy nhanh sự phục hồi du lịch quốc tế của Việt Nam.

### ***4. Nhân lực du lịch bị thiếu trầm trọng***

Đến nay, ngành Du lịch mới chỉ thu hút được khoảng 60% lao động. Nhiều lao động có nghiệp vụ cao đã chuyển sang các ngành khác và không quay trở lại Du lịch. Nhiều doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là cơ sở lưu trú du lịch phải sử dụng cả lao động chưa qua đào tạo để phục vụ khách du lịch. Việc thiếu lao động có chất lượng cao làm chậm quá trình phục hồi của nhiều cơ sở du lịch.

### ***5. Việc đầu tư cho nghiên cứu, xây dựng sản phẩm du lịch mới còn quá ít***

Sau đại dịch COVID-19, nhu cầu của cả khách nội địa và quốc tế đều thay đổi, do vậy họ sẽ chỉ chọn lựa các sản phẩm du lịch phù hợp. Trong thời gian qua, Nhà nước chưa tập trung nguồn lực đầu tư cho việc nghiên cứu nhu cầu mới, đa dạng của mỗi loại khách quốc tế, nội địa và từ đó xây dựng các sản phẩm du lịch mới phù hợp.

Về phía Hiệp hội Du lịch Việt Nam (HHDLVN) đã vận động các doanh nghiệp du lịch thành lập các Chi hội, Câu lạc bộ để tập trung triển khai xây dựng một số sản phẩm du lịch mới.

- + Du lịch Văn hóa;
- + Du lịch Thể thao (Golf, Marathon);
- + Du lịch Âm thực;
- + Du lịch MICE.

HHDLVN đã phối hợp với các địa phương tổ chức các Chi hội đầu bếp, Chi hội nhà hàng, Câu lạc bộ MICE, Liên Chi hội Du lịch golf để đáp ứng kịp thời sự đổi mới của du lịch sau COVID-19. Tuy vậy, đây mới chỉ là bước đầu, cần có đủ nguồn lực để hình thành một cách bền vững các sản phẩm này để trở thành các sản phẩm du lịch chủ lực trong tương lai gần.

## **II. KIẾN NGHỊ**

Để thực hiện chủ trương đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững của Chính phủ, HHDLVN xin đề nghị Chính phủ một số giải pháp sau:

### ***1. Đề nghị Chính phủ chỉ đạo các ngành tập trung thực hiện một số chính sách đã ban hành***

Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị ban hành ngày 16/7/2017 về phát triển Du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn quy định một số chính sách cụ thể cho phát triển du lịch:

a. Điều chỉnh giá điện áp dụng cho các cơ sở lưu trú du lịch ngang bằng với giá điện sản xuất. Chính phủ đã ban hành Chương trình Hành động của Chính

phủ thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW đã chỉ đạo Bộ Công Thương triển khai việc chuyển đổi giá điện nêu trên nhưng đến nay đã gần 6 năm, Bộ Công Thương chưa thực hiện.

b. Có chính sách phù hợp về thuế sử dụng đất và tiền thuê đất đối với các dự án du lịch có hệ số sử dụng đất cho xây dựng thấp và hạn chế chiều cao... Tuy nhiên cho đến nay nội dung này cơ bản chưa thực hiện, thuế sử dụng đất cho các công trình du lịch ở nhiều nơi còn tăng cao.

## ***2. Đề nghị điều chỉnh thời hạn triển khai một số chính sách trong ngành Du lịch***

a. Nghị quyết số 44/2023/NĐ-CP ngày 30/06/2023 của Chính phủ quy định chính sách giảm thuế giá trị gia tăng (giảm 2% đến 31/12/2023) và mới quyết định kéo dài đến 30/06/2024.

Tuy ngành Du lịch đang từng bước phục hồi, nhưng do tình hình phức tạp của chính trị thế giới và một số khó khăn kinh tế của nước ta, Du lịch Việt Nam phục hồi chậm, việc thu hút khách quốc tế rất khó khăn, nhiều khách sạn cao cấp còn chưa mở cửa, sự cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam còn yếu so với các nước trong khu vực, do vậy, nguyện vọng của các doanh nghiệp du lịch mong muốn Chính phủ cho giảm tiếp thuế giá trị gia tăng 2% đến hết tháng 12/2024.

b. Nghị định số 94/2021/NĐ-CP của Chính phủ ban hành ngày 28/10/2021 về sửa đổi, bổ sung Điều 14 của Nghị định số 168/2017/NĐ-CP ngày 31/02/2017 của Chính phủ quy định chi tiết một số Điều của Luật Du lịch về việc giảm mức ký quỹ kinh doanh dịch vụ lữ hành, có thời hạn thực hiện đến hết ngày 31/12/2023.

Theo nguyện vọng của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, Hiệp hội Du lịch Việt Nam xin đề nghị Chính phủ cho kéo dài thời gian thực hiện Nghị định số 94/2021/NĐ-CP đến hết ngày 31/12/2024.

c. Thông tư số 44/2023/TT-BTC của Bộ Tài chính ban hành ngày 29/06/2023 quy định mức thu một số khoản phí, lệ phí nhằm hỗ trợ người dân và doanh nghiệp:

Điều 1, Mục 6 có quy định giảm 50% phí thẩm định cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế, nội địa, cấp thẻ Hướng dẫn viên, Giấy phép thành lập Văn phòng đại diện tại Việt Nam của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành nước ngoài; thời hạn đến ngày 31/12/2023.

Hiệp hội Du lịch Việt Nam đề nghị Bộ Tài chính cho phép tăng thời hạn thực hiện Điều 1, Mục 6 nêu trên đến hết ngày 31/12/2024.

### ***3. Về Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch***

Theo quy định tại Điều 1 của Điều lệ, Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch là Quỹ tài chính nhà nước ngoài ngân sách, hoạt động theo mô hình công ty TNHH một thành viên do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ, do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là đại diện chủ sở hữu. Cho đến nay, mặc dù đã được cấp vốn điều lệ, về cơ bản Quỹ vẫn chưa thực sự hoạt động.

Quỹ là cơ quan quản lý tài chính phục vụ cho các nhiệm vụ phát triển Ngành, trong đó chủ yếu là xúc tiến du lịch, xây dựng sản phẩm du lịch và đào tạo bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch.

Để phát huy hiệu quả của Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch, Hiệp hội Du lịch Việt Nam đề nghị Chính phủ:

- Cho bổ sung vào Điều lệ của Quỹ việc Quỹ mở rộng Quỹ thành Quỹ tài chính xã hội. Nhà nước vẫn là cơ quan quản lý trực tiếp, nhưng Quỹ được huy động các nguồn lực khác từ xã hội. Quỹ có Hội đồng quản lý với các đại diện của Nhà nước, của Hiệp hội, của doanh nghiệp để việc chi phí các hoạt động được công khai, minh bạch.

- Quy định rõ Quỹ là cơ quan cấp phát, hỗ trợ tài chính cho các hoạt động thúc đẩy phát triển du lịch và không trực tiếp triển khai các hoạt động này. Quy định này sẽ tách hoạt động quản lý tài chính với việc thực hiện để tránh tình trạng “vừa đá bóng vừa thổi còi”. Đồng thời quy định rõ các cơ quan được hỗ trợ để thực hiện 3 nhiệm vụ chính đã nêu là xúc tiến, xây dựng sản phẩm và đào tạo nhân lực.

### ***4. Hỗ trợ trực tiếp cho doanh nghiệp du lịch để đẩy nhanh phục hồi và tăng tốc phát triển***

- Quy định cụ thể mức hỗ trợ trực tiếp cho doanh nghiệp tham gia các hoạt động xúc tiến du lịch ở các thị trường được khuyến khích (kinh phí gian hàng, vé máy bay...).

- Quy định cụ thể mức hỗ trợ đào tạo nhân lực cho doanh nghiệp du lịch.

### ***5. Cơ cấu lại thị trường du lịch quốc tế***

- a. Khôi phục các thị trường truyền thống (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, ASEAN, Tây Âu) bằng cách triển khai nhanh, hàng loạt các hoạt động giới thiệu quảng bá, tham gia các hội chợ, hội nghị du lịch để tranh thủ giới thiệu Du lịch Việt Nam với thế giới.

- b. Từng bước đầu tư mở các thị trường tiềm năng (Hoa Kỳ, Úc, Canada, Trung Đông, Ấn Độ...).

- Xây dựng kế hoạch cụ thể triển khai tiếp cận và khai thác các thị trường mới.

- Tổ chức xúc tiến trực tiếp và trực tuyến.

- Xây dựng các sản phẩm phù hợp với từng thị trường.

- Đào tạo nhân lực phù hợp (trước mắt là Hướng dẫn viên).

### ***6. Nhà nước hỗ trợ cho công tác xây dựng các sản phẩm du lịch mới***

- Cần có nguồn lực (có thể từ Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch) Nhà nước để hỗ trợ cho công tác nghiên cứu, xây dựng các sản phẩm du lịch mới, phục vụ các thị trường du lịch mục tiêu.

- + Sản phẩm cho du lịch nội địa.

- + Sản phẩm cho du lịch quốc tế.

- Lựa chọn các cơ quan có năng lực, kinh nghiệm để giao cho việc nghiên cứu, xây dựng sản phẩm du lịch mới

- Giao cho HHDLVN huy động các chuyên gia và doanh nghiệp phù hợp nghiệm thu các kết quả nghiên cứu, xây dựng sản phẩm du lịch mới. Vì chính họ là người ứng dụng các kết quả nghiên cứu, đưa sản phẩm xây dựng vào thực tế.

### ***7. Đào tạo nhân lực du lịch***

- Tập trung nguồn lực hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc bồi dưỡng nghiệp vụ, đào tạo ngắn hạn, bổ sung kiến thức cho lao động của các doanh nghiệp du lịch.

- Giao HHDLVN đề xuất các cơ sở đào tạo uy tín triển khai công tác này, tổ chức cho doanh nghiệp cử nhân lực tham gia đào tạo và tổ chức việc nghiệm thu, đánh giá kết quả đào tạo của các cơ sở đào tạo.

- Cần triển khai quyết liệt trong năm 2024, để giải quyết cơ bản tình trạng thiếu nhân lực trong quá trình phục hồi du lịch.

Với sự chỉ đạo, kiểm tra, hỗ trợ mạnh mẽ, quyết liệt của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự vào cuộc mạnh mẽ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, đặc biệt là sự triển khai tích cực, nghiêm túc của các tỉnh, thành phố cả nước, sự cố gắng của các doanh nghiệp du lịch, Du lịch Việt Nam sẽ đạt được kết quả tốt đẹp hơn trong năm 2023, tạo đà cho sự bùng nổ của Du lịch Việt Nam từ năm 2024./.

## THAM LUẬN CỦA TẬP ĐOÀN SUN GROUP

---

### 1. Đánh giá tình hình du lịch Việt Nam 10 tháng đầu năm 2023 và nhìn ra khu vực

Trong 10 tháng đầu năm 2023, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt gần **10 triệu lượt** (phục hồi 69% so với 2019), khách nội địa đạt hơn **98 triệu** lượt khách.

→ Du lịch là một điểm sáng trong phục hồi nền kinh tế và lan tỏa đến các ngành Kinh tế khác.

**Trong khi đó nhìn sang Thái Lan:** 9 tháng đầu năm 2023 đón hơn 19 triệu lượt khách quốc tế, Mục tiêu đón 30 triệu khách trong năm 2023. Để đạt mục tiêu này thì Thái lan đã hành động quyết liệt:

- Kể từ ngày 29/9/2023 đến ngày 29/02/2024, Thái Lan sẽ miễn thị thực cho du khách đến từ hai nước Trung Quốc và Kazakhstan. Ngay sau đó là Ấn Độ và Đài Loan từ tháng 11/2023 đến tháng 5/2024.

- Chính phủ Thái Lan cũng sẽ thực hiện các biện pháp khác như làm video quảng bá có sự tham dự của các diễn viên, ca sĩ và quan chức cấp cao... nhằm quảng bá xứ sở Chùa vàng là một điểm đến tuyệt vời. Đồng thời Thái lan cũng chi ngân sách **16,5 triệu USD** cho mùa cao điểm quốc tế quý IV/2023 và quý I/2024 để thu hút khách đến Thái Lan.

- Đích thân Thủ tướng Srettha Thavisin đã lên kế hoạch đến thăm một số quốc gia để thuyết phục công dân các nước này đến Thái Lan. Theo Hãng tin Bloomberg, ông Srettha đang lên kế hoạch **đi Ấn Độ trong năm nay** để gặp người đồng cấp Narendra Modi. Hai nhà lãnh đạo sẽ **thảo luận về việc tăng số chuyến bay** giữa hai nước.

### 2. Các điểm hạn chế, khó khăn/vướng mắc với doanh nghiệp và với ngành khiến du lịch Việt Nam chưa phục hồi nhanh trên đường đua quốc tế

#### 2.1. Các khó khăn, vướng mắc và đề xuất liên quan đến chính sách thuế và cơ chế ưu đãi tín dụng cho các Doanh nghiệp trong ngành Du lịch

| Hạn chế, khó khăn/<br>vướng mắc   | Đề xuất  |
|---|--|
| Việc tiếp cận nguồn vốn đối với các doanh nghiệp đầu tư trong lĩnh vực du lịch, dịch vụ còn | Cần có chính sách ưu đãi về điều kiện vay vốn (tài sản đảm bảo, lãi suất ưu đãi...)<br>Cần coi du lịch là ngành khuyến khích đầu tư, |



|   |   |
|---|---|
| hạn chế và chưa có những chính sách ưu đãi đặc biệt mặc dù đây là ngành cần phải có vốn đầu tư ban đầu lớn, dài hạn mà thu hồi vốn lại dài  | cho phép được hưởng các ưu đãi về thuế  |
| Chưa có chính sách ưu đãi cho lãi suất ngân hàng đối với các doanh nghiệp ngành du lịch, dịch vụ  | Đề xuất mức dưới 3%   |
| <p>Giá điện, nước cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ, du lịch còn rất cao</p> <p>Chưa có chính sách ưu đãi về thuế cho các doanh nghiệp đầu tư kinh doanh trong lĩnh vực du lịch</p> | <p><b>Giảm/miễn thêm tiền thuê đất, tiền thuê mặt nước</b> cho các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành du lịch (gồm vui chơi giải trí, lễ hành, khách sạn và lưu trú) - đối tượng đóng tiền thuê đất hàng năm.<br/>Đề xuất: Giảm 50% cho 2 năm liên tiếp 2024 và 2025 (Hiện đang giảm 30%).</p> <p><b>Tiếp tục gia hạn nộp thuế TNDN, TNCN và GTGT trong 2 năm</b><br/>Đề xuất: đối với toàn bộ số thuế phải nộp năm 2022, 2023, 2024 cho các loại thuế nêu trên đều được gia hạn thêm 2 năm tính từ thời điểm kê khai và nộp theo quy định.</p> <p><b>Tiếp tục giảm thuế GTGT</b><br/>Đề xuất: Giảm thuế GTGT cho ngành du lịch ở mức 5% - 8% trong 2 - 3 năm tới.</p> <p><b>Tiếp tục giảm tiền điện, tiền nước</b> cho các đơn vị ngành du lịch</p> |

## 2.2. Các hạn chế khiến du lịch quốc tế chưa phục hồi nhanh

- **Việc chậm kết nối hàng không quốc tế**, chậm khôi phục tần suất các đường bay quốc tế, giá vé máy bay cao... đã ảnh hưởng đến lượng khách quốc tế đến Việt Nam thời gian qua.

- **Công tác quảng bá xúc tiến** còn hạn chế, thiếu kịp thời tại các thị trường nguồn quốc tế đặc biệt ở các thị trường trọng yếu. Các hoạt động chưa có quy

mô và tầm vóc quốc gia cũng như các điểm đến chiến lược của Việt Nam chưa có độ phủ đủ với các thị trường quốc tế.

- **Công tác quản lý điểm đến** còn chưa đồng đều và chưa được quan tâm sâu sát, dễ xảy ra hiện tượng tăng giá dịch vụ, chất lượng dịch vụ chưa tương xứng, vấn đề rác thải, vệ sinh, an ninh an toàn, giao thông công cộng, vấn đề giá vé máy bay, nhất là trong các dịp lễ tết, cao điểm.

- **Ví dụ điển hình điểm đến Phú Quốc:** Dù đã có lợi thế cạnh tranh lớn nhất so với các điểm đến khác là miễn visa, cơ sở hạ tầng liên quan đến du lịch như các cơ sở lưu trú và vui chơi giải trí, thiên nhiên ưu đãi nhưng lại không thu hút được nhiều du khách quốc tế (do công tác xúc tiến quảng bá điểm đến không có) và mất điểm trong mắt du khách nội địa (công tác quản lý điểm đến chưa được chú trọng).

### **3. 05 đề xuất tạo lợi thế cạnh tranh điểm đến cho Việt Nam so với các quốc gia trong khu vực**

Tiếp tục nghiên cứu, đề xuất cơ chế, chính sách tạo thuận lợi hơn nữa cho việc phục hồi và phát triển du lịch (visa, xuất nhập cảnh, xúc tiến đường bay, xúc tiến quảng bá, quản lý điểm đến).

*Vừa qua, các chính sách thị thực đã có những điểm tiến bộ đáng kể, tuy nhiên, để có những đột phá hơn, có tính cạnh tranh hơn, chúng ta phải có những cải cách mạnh hơn nữa. **Cụ thể:***

#### **(1) VISA**

- Đề xuất 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 và thời gian lưu trú dài hạn như Úc, Canada, Mỹ, các nước còn lại thuộc Liên minh châu Âu (Hà Lan, Thụy Sĩ, Bỉ...), và một số nước khu vực Trung Đông như Các Tiểu vương quốc Ả rập thống nhất, Arab Saudi, Kuwait...

- Đề xuất thí điểm miễn thị thực trong thời gian ngắn hạn (từ 6 tháng đến 1 năm) cho khách du lịch từ một số thị trường tiềm năng, quy mô lớn như Trung Quốc, Ấn Độ... nhằm kích cầu du lịch, tạo đà phục hồi tăng trưởng, phát triển mạnh cho các thị trường lớn này.

- Thí điểm cấp thị thực dài hạn (1 - 3 năm) để thu hút các phân khúc thị trường khách du lịch cao cấp, khách nghỉ hưu với một số thị trường mục tiêu như Mỹ, Úc, Hàn Quốc.

- Nâng cấp và tăng cường hiệu quả cho thị thực online (Evisa): Trải nghiệm người dùng thân thiện và có tính quốc tế hơn (thuận lợi và tốc độ trong hướng dẫn, thanh toán, gửi kết quả...). Nên có một trang web duy nhất và thân thiện với du khách quốc tế hơn thay vì hai trang web như hiện tại, để gây nhầm lẫn (evisa.xuatnhapcanh.gov.vn và dichvucong.bocongan.gov.vn).

## (2) CẢI THIỆN THỦ TỤC XUẤT NHẬP CẢNH

- 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.

- Đề xuất nghiên cứu và áp dụng thủ tục xuất nhập cảnh online qua nhận diện khuôn mặt (FaceID) và E-Passport để tạo sự thuận lợi, nhanh chóng (Hiện có khoảng hơn 60% quốc gia dùng nhận diện khuôn mặt tại các sân bay).

## (3) HỖ TRỢ TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC HÀNG KHÔNG

- Tiếp tục tăng cường hợp tác với các quốc gia, 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. Đặc biệt là các thị trường như Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ, Úc...

- Đề xuất thúc đẩy song phương và mở lại các đường bay đón dòng khách du lịch từ Nga và các quốc gia Đông Âu.

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

## (4) THÚC ĐẨY XÚC TIẾN QUẢNG BÁ DU LỊCH

- Cần quan tâm đặc biệt đến công tác truyền thông, xúc tiến điểm đến, đặc biệt với thị trường quốc tế trọng điểm. **Ưu tiên ngân sách xúc tiến quảng bá thị trường quốc tế** và vào các thị trường trọng điểm như **Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Âu, Úc, Mỹ**.

- Đề xuất đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xúc tiến quảng bá thông qua các **kênh của Bộ Ngoại giao và các Đại sứ quán** trên toàn thế giới để quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam tại các thị trường trọng điểm - Là kênh hữu hiệu để truyền thông chính sách, tin tức, sự kiện quan trọng liên quan đến du lịch Việt Nam.

- Đề xuất các Đại sứ quán hỗ trợ kết nối cho ngành du lịch Việt Nam và các điểm đến trong việc thúc đẩy du lịch thông qua các Famtrip, Media Trip, kết nối B2B hai bên cùng các sự kiện điểm đến.

### **(5) CHÚ TRỌNG VÀ SÂU SÁT QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN**

- Đề xuất sự vào cuộc và nâng cao vai trò của quản lý nhà nước và địa phương cho sự điều tiết chung của thị trường là rất quan trọng. Các địa phương cần phải bình ổn về giá thực phẩm, ăn uống, phương tiện công cộng, vé máy bay và các dịch vụ liên quan. Quản lý đô thị, xử lý rác thải, nước thải, giao thông công cộng, bãi biển...

- Chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ để tương xứng với giá tiền của du khách theo tiêu chí “làm hài lòng du khách, ấm lòng chủ nhà”.

- Đề xuất Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch **triển khai Nhóm giám sát chuyên đề về quản lý điểm đến** theo tinh thần Nghị quyết số 82/NQ-CP để xây dựng điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện, môi trường vệ sinh xanh sạch đẹp (du lịch xanh, bền vững)./.

## MỘT SỐ ĐỀ XUẤT, GIẢI PHÁP CHO NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

---

### Tập đoàn BRG - CTCP

Tập đoàn BRG với hệ sinh thái doanh nghiệp đa ngành luôn làm việc với khát khao sáng tạo để cống hiến cho cộng đồng những giá trị tốt đẹp nhất. Tập đoàn có hai lĩnh vực cốt lõi là khách sạn và sân golf. Hệ thống khách sạn thương hiệu quốc tế như Intercontinental, Marriott, Hilton, Four Seasons và các khách sạn tự quản lý trải dài trên cả nước của Tập đoàn BRG kết hợp cùng những sân golf đẳng cấp đã góp phần tạo nên những sản phẩm du lịch mới và đặc sắc cho ngành du lịch Việt Nam. Trong 9 tháng đầu năm 2023, công suất phòng trung bình của các khách sạn của BRG đạt 52% chỉ cao hơn cùng kỳ năm trước 11% và chiếm 73% so với 2019, chứng tỏ các cơ quan liên quan vẫn cần tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp du lịch phục hồi phát triển hiệu quả trong thời gian tới.

Với mục đích đóng góp cho sự phát triển của ngành du lịch quốc gia, Tập đoàn BRG mạnh dạn đề xuất một số giải pháp tiếp cận các vấn đề đang gặp phải dưới đây:

**1. Đa dạng hóa thị trường:** Việc phụ thuộc nhiều vào một số thị trường nguồn chính sẽ gây ra rủi ro. Đa dạng hóa các quốc gia mà khách du lịch đến có thể giúp giảm thiểu rủi ro liên quan đến biến động địa chính trị hoặc kinh tế.

*Giải pháp đề xuất:* Tích cực tiếp thị Việt Nam tới nhiều thị trường khách quốc tế hơn, đẩy mạnh khai thác các thị trường khác như Ấn, Úc, Đông Bắc Á, châu Âu, Bắc Mỹ... không quá phụ thuộc vào thị trường khách Trung Quốc mới phục hồi 22% so với năm 2019.

**2. Khả năng kết nối quốc tế hạn chế:** Việt Nam phải đối mặt với những thách thức trong việc mở rộng kết nối hàng không, đặc biệt là với các thị trường mới nổi. Các chuyến bay trực tiếp từ các quốc gia có nguồn du lịch quan trọng bị hạn chế, khiến du khách tiềm năng khó tiếp cận hơn. (ví dụ như khách Nga chỉ phục hồi 2% so với năm 2019 vì không có chuyến bay).

*Giải pháp đề xuất:* Hợp tác với các hãng hàng không để thiết lập đường bay thẳng từ các thị trường trọng điểm và đầu tư vào các chiến dịch tiếp thị nhắm vào các khu vực này để nâng cao nhận thức và nhu cầu (ví dụ như Vũng Tàu cần có sân bay quốc tế). Hợp tác với các hãng hàng không và công ty lữ hành để thiết lập các tuyến và gói mới thu hút các nhóm nhân khẩu học khác nhau. Đồng thời cũng cần đẩy nhanh phát triển cơ sở hạ tầng bao gồm nâng cấp mạng lưới giao thông, mở rộng sân bay và cải thiện đường sá để tăng cường khả năng tiếp cận các khu vực ít người đến.

**3. Du lịch theo mùa:** Đất nước ta có sự biến động đáng kể về số lượng du khách do các yếu tố mùa vụ. Nhiều khách du lịch thích đến thăm vào những

tháng cụ thể, khiến những khoảng thời gian khác không được sử dụng hết công suất.

*Giải pháp đề xuất:* Quảng bá những điểm đến ít được biết đến hơn và tạo động lực cho du khách khám phá Việt Nam ngoài những địa điểm mang tính biểu tượng. Phát triển những loại hình du lịch trải nghiệm, về nguồn và tổ chức các sự kiện độc đáo trong mùa thấp điểm để phân bổ du lịch đồng đều hơn trong suốt cả năm.

**4. Phát triển du lịch golf:** Việt Nam đang có khoảng 100 sân golf đang hoạt động trong đó 32 sân đạt tiêu chuẩn 5 sao quốc tế. Hiện nay, khách nước ngoài vào Việt Nam chơi golf nhiều nhất là từ Mỹ, Canada, Úc, Hàn Quốc, Nhật Bản và thường mua tour theo ba hình thức: combo (vé máy bay + lưu trú + chơi golf), nghỉ dưỡng tại resort kết hợp tham gia giải golf và khách chơi golf kết hợp công việc. Xu hướng khách tham gia du lịch golf thường đến và quay lại nhiều lần, bên cạnh mức phí để chơi golf, họ còn chi trả cho các dịch vụ khách sạn, nhà hàng đẳng cấp...

*Giải pháp đề xuất:* Nên truyền thông mở rộng mảng du lịch golf bằng các hội nghị tuyên truyền và quảng bá du lịch golf để giới thiệu về tiềm năng du lịch golf và Chính phủ cần có định hướng hỗ trợ phát triển mạnh nền công nghiệp du lịch golf Việt Nam nhằm kết hợp với các doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và ẩm thực cùng thúc đẩy chung cho sự phát triển của toàn ngành du lịch.

**5. Du lịch về đêm:** Du lịch Việt Nam được đánh giá thiếu các hoạt động vui chơi, tham quan, giải trí cho du khách, nhất là các hoạt động về đêm nên không kéo dài được thời gian lưu trú của khách tại một điểm đến.

*Giải pháp đề xuất:* Tại các trung tâm du lịch có lượng khách du lịch cao nên xây dựng mô hình phát triển sản phẩm du lịch đêm như phố đi bộ, phố ẩm thực, chợ đêm, biểu diễn văn hóa nghệ thuật, giải trí đêm (ở nước ngoài vé xem các buổi biểu diễn tại các di tích lịch sử rất đắt và đông khách); tham quan du lịch đêm. Các điểm giải trí cần nói lỏng yêu cầu thủ tục cấp giấy phép (E-gaming) và các quy định thời gian hoạt động về đêm (đến 6h sáng thay vì 2h sáng).

**6. Xúc tiến và tiếp thị:** Một trong những thách thức lớn nhất là quảng bá Việt Nam trở thành điểm đến du lịch hàng đầu trong khu vực một cách hiệu quả. Với sự cạnh tranh ngày càng tăng, chúng ta cần một chiến lược tiếp thị mạnh mẽ và phối hợp hơn từ cấp quốc gia để thực sự nổi bật thu hút khách đến.

*Giải pháp đề xuất:* Hợp tác với các bên liên quan trong khu vực tư nhân để tạo ra các chiến dịch tiếp thị toàn diện nhằm vào các thị trường quốc tế đa dạng, làm nổi bật nền văn hóa độc đáo, vẻ đẹp thiên nhiên và lịch sử phong phú của đất nước. Tăng cường sự hiện diện kỹ thuật số của đất nước thông qua các trang

web và phương tiện truyền thông xã hội hấp dẫn và giàu thông tin để tiếp cận khán giả toàn cầu. Thu hút các hội nghị, sự kiện và lễ hội quốc tế đến Việt Nam để có thể kích thích du lịch, quảng bá văn hóa địa phương và giới thiệu đất nước ta như một điểm đến cho doanh nghiệp và giải trí.

**7. Thủ tục cấp thị thực:** Đơn giản hóa thủ tục cấp thị thực và làm cho thủ tục này dễ tiếp cận hơn sẽ khuyến khích nhiều khách du lịch chọn Việt Nam làm điểm đến.

*Giải pháp đề xuất:* Thực hiện quy trình xin thị thực hợp lý hơn, bao gồm các lựa chọn thị thực điện tử (hiện đã có nhưng chưa hoạt động) để thu hút du khách và thúc đẩy du lịch. Giới thiệu các lựa chọn thị thực điện tử và thị thực khi đến cho nhiều quốc gia hơn. Đơn giản hóa quy trình đăng ký để khuyến khích nhiều khách du lịch hơn.

**8. Tính bền vững:** Đảm bảo các hoạt động du lịch bền vững là một thách thức đang diễn ra. Cân bằng tăng trưởng kinh tế với bảo tồn môi trường và văn hóa là rất quan trọng cho sự thành công lâu dài của du lịch Việt Nam.

*Giải pháp đề xuất:* Thúc đẩy thực hiện du lịch có trách nhiệm và bền vững. Khuyến khích các sáng kiến thân thiện với môi trường, sự tham gia của cộng đồng và bảo tồn văn hóa. Các chứng nhận như Green Globe có thể giúp công nhận các doanh nghiệp có ý thức bảo vệ môi trường.

**9. Chính sách ưu đãi hỗ trợ doanh nghiệp:** tiếp tục đưa ra các ưu đãi, như giảm thuế, giãn thời gian nộp thuế GTGT, giá điện... để khuyến khích doanh nghiệp liên quan đến du lịch đầu tư vào hoạt động bền vững và có trách nhiệm.

**10. Nghiên cứu và phân tích:** Thu thập dữ liệu và tiến hành nghiên cứu thị trường thường xuyên để hiểu sở thích ngày càng tăng và đa dạng của khách du lịch. Thông tin này có thể hướng dẫn triển khai các chiến lược tiếp thị và phát triển sản phẩm du lịch tới khách hàng một cách phù hợp./.

**ĐỀ XUẤT THỨC ĐẨY, THU HÚT KHÁCH DU LỊCH  
TỚI CÁC ĐIỂM ĐẾN TẠI VIỆT NAM**

**Tập đoàn Vingroup**

| STT | Thực trạng  | Nội dung ý kiến/Đề xuất  |
|-----|---|--|
| 1   | <p>Hiện nay, du khách vẫn cần xin visa điện tử và có kết quả rất sát ngày đi, khách du lịch bị động khi kế hoạch và đồng thời phải huỷ phút cuối nếu không được cấp visa. Việc này làm du khách tốn khá nhiều chi phí nếu huỷ dịch vụ, dẫn đến không chọn Việt Nam là điểm đến ưa thích bằng Thái Lan</p> | <p>- Chính sách miễn visa linh hoạt, miễn visa một số thị trường chủ lực giai đoạn ngắn hạn (vào mùa thấp điểm) nhằm thu hút thị trường quốc tế, lấp đầy các điểm đến bước vào giai đoạn thấp điểm.</p> <p>- Đề xuất miễn thị thực 15 ngày cho khách Trung Quốc và xem xét thêm cho một số thị trường mới như Úc.</p>  |
| 2   | <p>Chưa có những chính sách khuyến khích, ưu đãi, thúc đẩy rõ nét tới các mô hình doanh nghiệp xanh, bền vững</p>   | <p>Du khách các nước phát triển như Tây Âu, Nhật Bản rất coi trọng du lịch xanh và bền vững, cần thúc đẩy mạnh mẽ việc chuyển đổi, đánh giá và cấp chứng chỉ du lịch bền vững (GSTC cho các cơ sở du lịch, khách sạn...).</p> <p>Cần xây dựng tiêu chuẩn cho nhóm doanh nghiệp này và có những ưu đãi về chính sách cho các doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn (ví dụ giảm thuế, ưu tiên trong các chiến dịch quảng bá của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam...).</p> |
| 3   | <p>- Các sân bay Đà Nẵng, Hà Nội, Hồ Chí Minh, Cam Ranh, Phú Quốc có chính sách không đồng bộ, còn nhiều khó khăn cho hãng hàng không.</p> <p>- Dịch vụ sân bay còn nghèo nàn, chưa được đánh giá cao, chưa có nhiều điểm check-in,</p>   | <p>- Đồng nhất quy trình, thủ tục và chính sách đáp ứng tại các sân bay của Việt Nam.</p> <p>- Đầu tư quảng bá sân bay hướng tới sân bay thân thiện, cởi mở, bản sắc gắn liền với trải nghiệm của điểm đến; ngoài thu hút khách du lịch, truyền thông, còn thu hút sự quan tâm của các hãng hàng</p>   |



|                 |  |  |
|-----------------|--|--|
|                 | <p>dịch vụ chưa phù hợp cho khách nội chuyến.</p> <p>- Chủ trương sân bay cũng là một điểm đến du lịch tương tự như Bangkok, Singapore...</p>  | <p>không để tăng lưu lượng chuyến bay.</p> <p>- Cần có các chính sách hấp dẫn để mở đường bay mới và ổn định giá vé máy bay tới các điểm đến du lịch.</p>  |
| <p><b>4</b></p> | <p>Nhà nước khuyến khích, tạo điều kiện thành lập quỹ hỗ trợ phát triển du lịch từ nguồn đóng góp của các chủ thể hưởng lợi từ hoạt động du lịch, nguồn đóng góp tự nguyện của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Chính phủ quy định cụ thể việc thành lập, quản lý và sử dụng Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch.</p> <p>Tuy nhiên, chưa có các dự án, chương trình xứng tầm để thúc đẩy các điểm đến du lịch quốc tế, điển hình là Phú Quốc.</p> | <p>Cần có chính sách khuyến khích, hỗ trợ cho các hoạt động sau đây:</p> <p>- Nghiên cứu, định hướng phát triển sản phẩm du lịch; cần định hướng sản phẩm du lịch theo đặc trưng địa phương và sản phẩm nổi bật cho từng năm.</p> <p>- Đầu tư phát triển sản phẩm du lịch mới có tác động tích cực tới môi trường, thu hút sự tham gia của cộng đồng dân cư; đầu tư phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa và sản phẩm du lịch đặc thù khác tại Phú Quốc.</p> <p>- Ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại phục vụ quản lý và phát triển du lịch.</p> <p>- Phát triển du lịch tại nơi có tiềm năng du lịch; sử dụng nhân lực du lịch tại địa phương.</p> <p>- Đầu tư hình thành khu dịch vụ du lịch phức hợp, có quy mô lớn; hệ thống cửa hàng miễn thuế, trung tâm mua sắm phục vụ khách du lịch.</p> |
| <p><b>5</b></p> | <p>Môi trường tự nhiên, môi trường xã hội cần được bảo vệ, tôn tạo và phát huy, phát triển nhằm bảo đảm môi trường du lịch xanh, sạch, đẹp, an ninh, an toàn, lành mạnh và văn minh.</p> <p>Tuy nhiên hệ thống xử lý rác thải chưa được đầu tư đúng</p>  | <p>Huy động nguồn vốn và kinh phí quốc gia để thúc đẩy du lịch biển đảo, du lịch xanh, qua việc:</p> <p>- Thúc đẩy dự án xây dựng nhà máy xử lý rác thải đầu tiên trên đảo Phú Quốc.</p> <p>- Tăng cường hỗ trợ về nhân lực và nguồn lực kinh phí cho các hiệp hội xanh, bảo vệ môi trường.</p>  |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>mức, các hội nhóm về môi trường chưa được tạo điều kiện và cấp quỹ để xử lý rác thải tại đảo Phú Quốc.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Xây dựng các tháng xanh, toàn dân và doanh nghiệp làm sạch môi trường và tạo nguồn vốn từ tổ chức, cá nhân không tham dự.</li> <li>- Thí điểm các chương trình bảo vệ môi trường để tạo hình ảnh du lịch xanh, du lịch biển đảo; song song hoạt động bảo vệ môi trường.</li> <li>- Cần xây dựng cơ chế và phương án kiểm soát, quản lý chất lượng và dịch vụ sản phẩm du lịch đồng bộ.</li> </ul>   |
| 6 | <p>Chính sách giảm thuế tiêu thụ đặc biệt</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thực hiện chính sách thúc đẩy xúc tiến quảng bá du lịch ra nước ngoài; áp dụng công nghệ cũng như tăng cường truyền thông hình ảnh quốc gia, giúp cho khách quốc tế dễ dàng tìm kiếm thông tin về du lịch Việt Nam ở bất kỳ đâu trên thế giới một cách thuận lợi nhất.</li> <li>- Chính sách khuyến khích đầu tư, hỗ trợ phát triển du lịch kinh tế ban đêm, kinh tế chia sẻ, công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo gắn với du lịch...</li> <li>- Thực hiện các khoá đào tạo, tăng cường truyền thông về những bài học từ các nước đã phát triển ngành du lịch nghỉ dưỡng và du lịch golf như Thái Lan, Singapore... tới người dân là những người làm du lịch trực tiếp để người dân hiểu được lợi ích cho cá nhân và quốc gia nếu ngành du lịch phát triển.</li> <li>- Cần làm mới các sản phẩm du lịch, các điểm đến và các dịch vụ phụ trợ để khuyến khích khách hàng quay lại nhiều lần.</li> </ul> |

## THU HÚT KHÁCH DU LỊCH, PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI VIỆT NAM

---

Vietravel Corp

### I. BÁT CẬP

#### 1. Mục tiêu đặt ra quá an toàn, vai trò của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch

- Việc đặt mục tiêu thấp từ đầu cũng gây ảnh hưởng đến việc thực hiện kế hoạch trong năm. Trên quan điểm của Vietravel, cần đặt mục tiêu cao hơn, để có những giải pháp mạnh hơn và quyết liệt hơn từ đầu, hướng đến việc đạt 18 triệu lượt khách quốc tế trong năm 2024 (ngang mức 2019) và đạt mức 25 - 28 triệu lượt khách trong năm 2025.

- Để đạt được mục tiêu thu hút khách du lịch nhanh và bền vững, việc đặt mục tiêu cao phải được thực hiện đồng bộ giữa các Bộ, ban, ngành, nhanh chóng đưa vai trò của du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, tái khởi động và nâng cao vai trò hơn nữa của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch (với đề xuất Thủ tướng Chính phủ là người trực tiếp điều hành và chỉ đạo).

#### 2. Kinh tế du lịch đêm, du lịch thể thao, du lịch sự kiện

- Tại Việt Nam, tháng 7/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1129/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam, trong đó, giai đoạn trước mắt tập trung vào phát triển du lịch. Có thể thấy, mặc dù đã có sự cởi mở hơn về chính sách nhưng mô hình này vẫn chưa thật sự mang lại hiệu quả kinh tế như kỳ vọng một phần do chưa có cơ chế, chính sách rõ ràng để thúc đẩy tiềm năng của loại hình kinh tế còn khá mới mẻ này.

- Du lịch kinh tế đêm cần được tập trung ở 2 nhóm: (1) nhóm sản phẩm gắn với văn hóa cộng đồng, vui chơi giải trí; (2) nhóm sản phẩm gắn với các chương trình văn hóa nghệ thuật. Khi nhóm (1) đã và đang được khai thác thì nhóm thứ (2) vẫn thiếu sự chú trọng đầu tư. Việt Nam nên có các chương trình nghệ thuật, show diễn về đêm có chất lượng, chiều sâu về văn hóa, vì văn hóa là linh hồn của các sản phẩm du lịch và là sự khác biệt mà du khách luôn hướng tới.

- Hiện nay Việt Nam đang thiếu các sự kiện thể thao tầm cỡ thế giới để thu hút khách inbound đến Việt Nam để tham gia sự kiện.

- Các sự kiện tại Việt Nam đang được tổ chức riêng lẻ, chưa có hệ thống và thông tin một cách rộng rãi và đồng bộ, các đơn vị lữ hành và du khách hiện nay đang thiếu kênh tìm kiếm và thông tin sự kiện trong năm.

### 3. Chính sách

#### 3.1. Tài chính

- Trong Nghị quyết, Chính phủ giao Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan nghiên cứu, đề xuất việc sửa đổi Nghị định số 132/2020/NĐ-CP về quản lý thuế đối với giao dịch có liên kết. Một trong những nút thắt đang khiến nhiều doanh nghiệp chìm vào khó khăn lớn là quy định khống chế mức trần của tổng chi phí lãi vay/EBITDA ở 30% (điểm a, khoản 3, Điều 16).

- Hiện tại, việc vay vốn tại các tổ chức tín dụng của doanh nghiệp lữ hành nói chung và Vietravel nói riêng chủ yếu thông qua hình thức vay vốn ngắn hạn, thường có thời hạn trong khoảng 6 tháng. Đối với các khoản vay dài hạn, ngoài việc có lãi suất cao thì các ngân hàng còn yêu cầu doanh nghiệp phải thế chấp tài sản để đảm bảo vay vốn. Tuy nhiên, phần lớn tài sản của các doanh nghiệp lữ hành chủ yếu là sản phẩm vô hình, giá trị không lớn nên rất khó thế chấp cho mục đích vay vốn, các ngân hàng lại có tâm lý ngại rủi ro nên gần như không thể tiếp cận vốn vay.

#### 3.2. Bất cập liên quan đến vấn đề khách du lịch trốn lại nước ngoài

- Ở góc độ quản lý nhà nước, Luật Du lịch và các văn bản hướng dẫn thi hành đã có những quy định về việc nghiêm cấm, xử lý các hành vi vi phạm của các doanh nghiệp lữ hành đối với vấn đề để khách du lịch trốn lại tại nước ngoài, cụ thể:

- Tại khoản 2 Điều 9 Luật Du lịch 2017 quy định về các hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động du lịch: “*Lợi dụng hoạt động du lịch để đưa người từ Việt Nam ra nước ngoài hoặc từ nước ngoài vào Việt Nam trái pháp luật*”;

- Tại điểm c khoản 13 Điều 7 Nghị định 45/2019/NĐ-CP quy định phạt tiền từ 80.000.000 đồng đến 90.000.000 đồng đối với hành vi sau đây: “*c) Để khách du lịch trốn ở lại nước ngoài hoặc trốn ở lại Việt Nam trái pháp luật*”;

- Tại điểm b khoản 15 Điều 7 Nghị định 45/2019/NĐ-CP quy định hình thức xử phạt bổ sung đối với hành vi “*Để khách du lịch trốn ở lại nước ngoài trái pháp luật*” như sau: “*b) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh dịch vụ lữ hành từ 12 tháng đến 18 tháng đối với hành vi quy định tại điểm b khoản 12, khoản 13 Điều này*”.

- Có thể thấy rằng, đối tượng mà các quy định trên đang hướng đến là doanh nghiệp lữ hành có khách hàng trốn lại ở nước ngoài. Tuy nhiên, nếu xem xét một cách toàn diện thì dường như các quy định tại Nghị định 45/2019/NĐ-CP chưa thật sự rõ ràng, dễ hiểu theo nhiều nghĩa dẫn đến việc áp dụng tùy tiện quy định pháp luật, gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp lữ hành.

- Như vậy, việc khách hàng trốn lại ở nước ngoài mà không có sự cầu kết, móc nối với doanh nghiệp lữ hành vẫn có thể xảy ra và đây phải được xem là sự việc bất khả kháng, nằm ngoài khả năng kiểm soát hợp lý của các doanh nghiệp lữ hành.

- Tuy nhiên, trên thực tế nếu có trường hợp khách hàng đi du lịch và trốn lại ở nước ngoài thì các cơ quan, ban ngành liên quan thường sẽ tập trung vào việc xử lý doanh nghiệp lữ hành hơn là tìm hiểu và xem xét các nguyên nhân trực tiếp dẫn đến sự việc. Điều này dẫn đến việc các doanh nghiệp lữ hành dù không biết, không mong muốn khách trốn lại nhưng vẫn bị phạt. Mặc dù các doanh nghiệp lữ hành đã cố gắng đưa ra các bằng chứng cụ thể thể hiện việc tuân thủ các quy định pháp luật trong việc tổ chức, điều hành tour cũng như phối hợp trong việc cung cấp đầy đủ các hồ sơ liên quan theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền. Tuy nhiên, các cơ quan chức năng cũng chỉ ghi nhận ý kiến mà không hề xem xét một cách toàn diện để làm cơ sở xử lý vi phạm. Cuối cùng, việc xử lý vụ việc vẫn diễn ra và đa số các trường hợp bị xử lý đều căn cứ vào Biên bản vi phạm hành chính được lập đối với doanh nghiệp lữ hành có nội dung vi phạm là: “*Để khách du lịch trốn ở lại nước ngoài trái pháp luật*” theo quy định tại điểm c khoản 13 Điều 7 Nghị định 45/2019/NĐ-CP.

#### **4. Nguồn nhân lực**

Lực lượng lao động trực tiếp trong các cơ sở lưu trú du lịch hiện nay sau dịch tại Việt Nam chỉ hơn 300.000 người, giảm mạnh so với thời điểm năm 2019. Những dịp cao điểm như nghỉ lễ, Tết, các cơ sở lưu trú du lịch sẽ đặc biệt thiếu nhân lực. Ngoài ra, cơ cấu nhân lực du lịch chưa đồng bộ, thiếu trầm trọng lao động có chuyên môn cao, đặc biệt là quản trị cấp cao, mất cân đối theo vùng/miền khiến nhiều khu vực tăng trưởng nóng về khách du lịch nhưng chất lượng dịch vụ thấp hơn khu vực khác và không ổn định, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển.

#### **5. Quản lý du lịch**

Ở góc độ quản lý du lịch, du lịch nhiều địa phương tiềm năng đang không có một chiến lược phát triển tổng thể cho toàn bộ điểm đến; trong đó xác định rõ định hướng phát triển sản phẩm, thương hiệu, truyền thông hay thị trường mục tiêu của địa phương mình. Thời gian qua, báo giới từng tôn không ít giấy mực phản ánh tình trạng kẹt xe, ngập lụt, ăn xin, bán hàng rong chèo kéo khách; lái xe xích-lô, tài xế taxi bắt chẹt khách; “nhà hàng bắt chẹt khách” với giá “trên trời”; ô nhiễm, rác thải không được xử lý ở những điểm di tích, di sản...

#### **6. Hàng không**

- Theo Cục Hàng không Việt Nam, tổng sản lượng hành khách 9 tháng thông qua các cảng hàng không đạt 89 triệu lượt, tăng 20%; trong đó khách quốc

tế đạt 23,7 triệu lượt, tăng 266,8%; khách nội địa 65,2 triệu lượt khách, tăng 3,6% so với cùng kỳ 2022. Ngược lại, vận tải hàng hóa giảm 15,3% khi đạt 887.500 tấn.

- Tại nội địa, 5 hãng hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines, Vietjet Air, Bamboo Airways, Vietravel Airlines và Jetstar Pacific Airlines) đang khai thác 67 đường bay với trên 650 chuyến bay mỗi ngày. Nhờ vậy, hàng loạt doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trong ngành hàng không cho biết hoạt động kinh doanh đã được khôi phục, lãi quý III và 9 tháng tăng mạnh so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 9 tháng, doanh thu thuần 1.887 tỷ đồng và lãi sau thuế 241 tỷ đồng, gấp đôi cùng kỳ năm trước.

- Nhìn chung, với sự phục hồi của ngành, đa phần các doanh nghiệp dịch vụ hàng không đều đã có lãi trở lại, tuy chưa trở lại trước dịch (2019) nhưng có sự tăng trưởng theo thời gian. Trong khi đó, các đơn vị trong nhóm vận tải hành khách hàng không gồm Vietnam Airlines, Bamboo Airways, Vietravel Airlines từ sau khi dịch bệnh được kiểm soát đến nay vẫn tiếp tục chìm trong khó khăn, thua lỗ.

- Các hãng hàng không hiện nay đang rơi vào tình trạng giá vé máy bay bán ra không đủ bù chi phí. Khác với các lĩnh vực khác, ngoài chi phí xăng dầu, các biến phí khác như kỹ thuật, dịch vụ điều hành bay đi, đến; hạ cất cánh tàu bay; phí đậu tàu bay (parking chargers); giá thuê quầy check in, mặt bằng, kho bãi... tại các cảng hàng không sân bay chiếm khoảng 65 - 80%. Phần định phí chiếm 20 - 35% và tùy theo mỗi hãng, vì vậy để tối ưu chi phí thì khả năng cắt giảm hoặc hiệu quả từ chi phí cũng không thay đổi được quá nhiều.

- Điều nghịch lý là các hãng vận tải hàng không là lõi trung tâm của ngành hàng không nhưng đang dễ bị tổn thương và thiếu ổn định, trong khi phần các doanh nghiệp khác trong hệ sinh thái như cảng hàng không, cửa hàng, dịch vụ suất ăn, dịch vụ phục vụ mặt đất,... là phục vụ cho các hãng thì hiệu quả hoạt động khá tốt do có các chính sách cơ chế đặc thù.

- Giá vé áp giá trần trong tình hình giá xăng dầu biến động mạnh nhưng bỏ giá sàn trong khi chi phí của hàng không là rất lớn do tính đặc thù cao

## **II. GIẢI PHÁP CỤ THỂ**

### **1. Về chính sách**

#### **Về việc du khách trốn lại nước ngoài**

- Với những khó khăn, thực trạng nêu trên, các doanh nghiệp lữ hành đang rất cần sự hỗ trợ, đồng hành từ các cơ quan có thẩm quyền để vừa có thể hạn chế hành vi bỏ trốn của du khách, vừa có thể yên tâm phát triển du lịch, góp phần chung vào việc phát triển kinh tế nước nhà. Vietravel mong rằng các cơ quan

chức năng có thể xem xét, rà soát và điều chỉnh các quy định pháp luật hiện tại để vừa có thể xử lý vi phạm mang tính răn đe, vừa có thể tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển, cụ thể:

+ Bổ sung các quy định bắt buộc doanh nghiệp lữ hành phải thực hiện các biện pháp phòng ngừa cụ thể để ngăn chặn việc khách du lịch trốn ở lại nước ngoài, làm cơ sở xác định, nếu doanh nghiệp không thực hiện hoặc thực hiện không đúng các quy định này thì bị xử phạt vi phạm hành chính theo các chế tài của Luật Du lịch.

+ Đối với quy định “*Để khách du lịch trốn ở lại nước ngoài trái pháp luật*” được quy định tại điểm c khoản 13 Điều 7 Nghị định 45/2019/NĐ-CP, đề nghị cơ quan chức năng có văn bản hướng dẫn và điều chỉnh theo hướng:

- Có văn bản điều chỉnh, hướng dẫn cụ thể quy định liên quan đến hành vi: “*Để khách du lịch trốn ở lại nước ngoài trái pháp luật*” theo quy định tại điểm c khoản 13 Điều 7 Nghị định 45/2019/NĐ-CP chỉ áp dụng xử phạt đối với các doanh nghiệp có hành vi cố ý để khách du lịch trốn ở lại nước ngoài trái pháp luật.

- Đưa ra các mức chế tài đối với từng trường hợp vô ý và cố ý vi phạm quy định tại điểm c khoản 13 Điều 7 Nghị định 45/2019/NĐ-CP...

- Bổ sung các trường hợp doanh nghiệp lữ hành được miễn trừ trách nhiệm, giảm nhẹ trách nhiệm khi xảy ra trường hợp vi phạm.

- Bổ sung quy trình hướng dẫn những việc cần làm cho doanh nghiệp lữ hành khi có khách bị mất liên lạc/trốn lại. Hiện nay, các doanh nghiệp hầu như tự chủ động thực hiện mà không có bất kỳ kênh thông tin hay hướng dẫn nào từ phía các cơ quan chức năng.

- Bổ sung hướng dẫn thống nhất cho Thanh tra và các Sở ban ngành liên quan trong quá trình tiếp nhận xử lý và đề xuất/quyết định xử lý vi phạm.

- Bổ sung quy định xử phạt cá nhân khách hàng có hành vi cố ý trốn ở lại nước ngoài trái pháp luật vi phạm thay vì chỉ hướng đến việc xử lý đối với doanh nghiệp lữ hành.

### ***Về vấn đề tài chính***

- Kính đề nghị các cơ quan có thẩm quyền xem xét và sớm ban hành các chính sách riêng, các gói vay ưu đãi để hỗ trợ cho doanh nghiệp trong ngành sớm có cơ hội tiếp cận nguồn và đầu tư, mở rộng hoạt động kinh doanh.

- Được phép áp dụng ưu đãi về chi phí điện nước như các đơn vị sản xuất kinh doanh.

### ***Về công tác xúc tiến***

- Du lịch và hàng không ví như 2 cánh cửa máy bay vì vậy cần những chính sách, cơ chế thật sự đột phá để giúp phục hồi và phát triển trở lại đúng nghĩa là ngành kinh tế mũi nhọn. Ngành du lịch cần có điều chỉnh lại chiến lược đến năm 2023 và tầm nhìn năm 2045.

- Sử dụng quỹ xúc tiến du lịch (ước 200 tỷ đồng) tập trung vào xúc tiến tại các thị trường trọng điểm.

### **2. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chất lượng đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch bền vững**

- Khảo sát, đánh giá, dự báo nhu cầu nhân lực du lịch cả trước mắt cũng như dài hạn; xây dựng và tổ chức thực hiện các quy hoạch, kế hoạch phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch phù hợp với quy hoạch chung, yêu cầu phát triển và các mục tiêu, định hướng phát triển du lịch.

- Bổ sung, hoàn thiện các cơ chế, chính sách trong tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ chuyên gia, cán bộ, lao động trong ngành du lịch, nhất là các chính sách về xã hội hóa công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch.

- Thu hút các chuyên gia giỏi, lao động có tay nghề cao từ bên ngoài vào những lĩnh vực ưu tiên hoặc lĩnh vực, công việc mà lực lượng tại chỗ còn mỏng và yếu.

- Hỗ trợ giáo dục cộng đồng, mở các lớp tập huấn kiến thức về du lịch cho người dân tham gia trực tiếp vào các hoạt động du lịch. Đặc biệt, nhấn mạnh nội dung giáo dục về bảo vệ tài nguyên, môi trường trong hệ thống chương trình của các cấp độ đào tạo du lịch.

- Hỗ trợ đào tạo và hướng dẫn các hộ gia đình, doanh nghiệp vừa và nhỏ làm du lịch; đào tạo tay nghề để khôi phục, phát triển nghề cổ truyền tạo điểm tham quan du lịch và sản xuất hàng lưu niệm phục vụ du lịch.

### **3. Đẩy mạnh du lịch, kinh tế ban đêm**

- Cần xác định đâu là sản phẩm đặc thù, thể hiện nét riêng, và có sự đầu tư đúng mức để thực sự đưa trải nghiệm về sản phẩm đến với du khách.

- Việt Nam nên có các chương trình nghệ thuật, show diễn về đêm có chất lượng, chiều sâu về văn hóa, vì văn hóa là linh hồn của các sản phẩm du lịch và là sự khác biệt mà du khách luôn hướng tới.

- Cần cải thiện và quy hoạch lại các khu ẩm thực, chợ đêm. Các khu ẩm thực, chợ đêm cần được đầu tư và quy hoạch bài bản, đảm bảo 3 yếu tố, vệ sinh thực phẩm, an toàn thân thiện và đặc biệt phải mang văn hóa của địa phương.



Các tuyến phố ẩm thực đang dần được hình thành nhưng vẫn còn thiếu tính địa phương, hầu hết vẫn mang tính đặc trưng của các quốc gia khác như Thái Lan, Nhật Bản, Hàn Quốc, mà thiếu đi nét đặc trưng vùng miền của Việt Nam.

#### **2.4. Hỗ trợ hàng không**

- Với thống kê của IATA, có đến 85% du khách di chuyển bằng đường hàng không.

- Với vấn đề này, hiện tất cả các hãng hàng không tại Việt Nam đều ghi nhận lỗ, phải cắt giảm đường bay, tàu bay để duy trì. Tình trạng bay gia công và phải sử dụng các công nghệ phần mềm và phần cứng từ nước ngoài do chưa có công nghệ lõi, dẫn đến việc chi phí tăng cao. Do hàng không là một phần không thể tách rời với du lịch, nên hiện nay các hãng hàng không đang mong muốn được hỗ trợ nhiều hơn từ Chính phủ (hỗ trợ bù lỗ nếu áp dụng mức giá trần, họp chuyên đề hàng không để tìm cách tháo gỡ khó khăn hiện tại và các giải pháp thiết thực hơn trong giai đoạn 2025 - 2030)/.

## THAM LUẬN CỦA TẬP ĐOÀN LIÊN THÁI BÌNH DƯƠNG

---

Trong 10 tháng đầu năm 2023, Việt Nam đón gần 10 triệu lượt khách quốc tế, đã hoàn thành và vượt qua mục tiêu xác định từ năm 2022 của Ngành du lịch. Kết quả này phản ánh sự thành công trong điều hành linh hoạt của Chính phủ thời gian qua. Tuy nhiên, nếu so với các nước trong khu vực thì số lượng khách du lịch nước ta còn khá khiêm tốn, ví dụ với cùng khoảng thời gian trên, Thái Lan đã đón 19 triệu lượt du khách quốc tế, đem lại doanh thu trên 22 tỷ USD.

Du lịch thường đi kèm với mua sắm, giá trị của sản phẩm du lịch sẽ góp phần làm tăng doanh thu ngành du lịch. Vì vậy, để du lịch phát triển theo hướng bền vững, chúng ta cần đa dạng hóa dịch vụ mua sắm bán lẻ theo hướng đột phá, có tính cạnh tranh khu vực. Tập đoàn IPPG với kinh nghiệm hơn 38 năm đầu tư phát triển hệ thống bán lẻ khắp cả nước, xin được trình bày **2 đề xuất** như sau:

### **THỨ NHẤT: Đề xuất mô hình Factory Outlet trong khu phi thuế quan**

Factory Outlet là TTTM giảm giá, gọi tắt là outlet. Là nơi có thể tìm mua những món hàng hiệu với giá bán thấp hơn từ 40 - 80% so với giá bán lẻ tại các cửa hàng trung tâm thành phố.

Trên thế giới, mô hình Outlet rất thành công, khẳng định được sức hút với du khách quốc tế và nội địa. Và tại sao outlet được đề xuất nằm trong khu phi thuế quan? Vì hiện nay các nước trong khu vực đều có các outlet với quy mô hiện đại, hấp dẫn du khách các nước đến mua sắm, kể cả người Việt Nam như Jeju Premium Outlet (Hàn Quốc), Siam Premium Outlet (Thái Lan)... Tuy nhiên, không phải outlet nào cũng thành công và hiệu quả mà còn tùy thuộc vào 03 yếu tố: sự đa dạng về thương hiệu, giá bán và sự tiện lợi. Việc đặt outlet nằm trong khu phi thuế quan sẽ giải quyết cơ bản được 3 yếu tố: (i) Các thủ tục xuất nhập khẩu hàng hóa được đơn giản hóa, có thể đưa rất nhiều thương hiệu vào kinh doanh; (ii) Hàng hóa cạnh tranh về giá do được miễn giảm về thuế; và (iii) Tạo thuận lợi cho khách du lịch khi không cần làm thủ tục hoàn thuế sau khi mua sắm. Khi đó, outlet của Việt Nam nằm trong khu phi thuế quan sẽ có tính ưu việt hơn so với các outlet khác và là mô hình đầu tiên trong khu vực có giá bán lẻ rẻ như ở Milan và ở Mỹ. Điều này sẽ trực tiếp thu hút được lượng khách lớn từ các nước Đông Nam Á và các nước trong khu vực đến mua sắm thay vì họ phải bay đi châu Âu và Mỹ.

Trong bối cảnh các nước trong khu vực đang chạy đua, quảng bá, ưu đãi để kích cầu du lịch, chúng tôi đề xuất Chính phủ xem xét ban hành các chính sách đột phá để chúng ta khác biệt và bứt tốc như chính sách mua hàng cho khách du lịch quốc tế và nội địa trong khu phi thuế quan. Khi nói đến chính sách này, đa số các ban ngành đều quan ngại thất thu thuế, nhưng chúng ta nên nhìn nhận một

cách đầy đủ và tổng thể về tác động kinh tế xã hội của chính sách miễn thuế này. Theo Boston Consultant Group - Công ty tư vấn của Mỹ, trên thế giới đang có nhiều khu thương mại tự do và phi thuế quan... Nổi bật và thành công nhất là Jeju (Hàn Quốc) và Hải Nam (Trung Quốc). Các chính sách ưu đãi đối với du khách trong nước đã chứng minh về tổng thể Chính phủ không thất thu thuế, mà còn được lợi, do tăng trưởng đầu tư, do du khách nội địa và quốc tế đến chữa trị y tế, giáo dục, vui chơi, mua sắm. Ngoài ra, các địa điểm này sẽ góp phần giảm thiểu việc “chảy máu ngoại tệ” khi du khách Việt Nam giảm nhu cầu đi sang các nước khác mua sắm. Điển hình là khi du khách nội địa Trung Quốc được mua 15 ngàn đô la miễn thuế/người/năm, trong năm 2022, Hải Nam tăng trưởng 80% về du lịch, đầu tư tăng gấp đôi, GDP tăng 4,2% (gấp 2 lần so với tăng trưởng của Trung Quốc). Cái lợi trước mắt là Trung Quốc đã giữ được nhiều tỷ USD ngoại tệ trong nước, do du khách nội địa có địa điểm mua sắm hàng hóa cao cấp tại Khu thương mại tự do Hải Nam, không đem tiền ra nước ngoài tiêu xài như trước kia. Và đây cũng là một trong những nguyên nhân tại sao khách du lịch Trung Quốc giảm hầu hết ở tất cả các nước trên thế giới từ đầu năm 2023 đến nay.

Hàng năm, chúng tôi phải chuyển trả lại cho các thương hiệu quốc tế hàng chục triệu USD hàng hóa qua mùa, để các thương hiệu bán tại outlet nước khác, và ngành du lịch của các nước này được hưởng lợi khi thu hút lượng lớn du khách đến mua sắm hàng hiệu giá rẻ.

Bằng uy tín trên 30 năm hợp tác và kinh doanh với hơn 138 thương hiệu cao cấp của thế giới, chúng tôi tự tin có thể mở được ngay một loạt các outlet phục vụ mua sắm du lịch nếu có các cơ chế chính sách mua hàng hợp lý - Điển hình như ở Phú Quốc, mặc dù quy hoạch khu phi thuế quan đã có hơn 10 năm, IPPG được chọn làm nhà đầu tư, tuy nhiên do chưa ban hành cơ chế chính sách vận hành và thương mại nên chúng tôi cũng không thể đầu tư được.

## **THỨ HAI: Đề xuất mô hình cửa hàng miễn thuế (CHMT) tại trung tâm thành phố**

Đặc thù của CHMT là hàng bán nguyên giá thuộc quản lý của các thương hiệu danh tiếng trên thế giới, họ có quyền chọn lọc, phân phối có giới hạn số lượng những mặt hàng hot, hoặc những mặt hàng có phiên bản giới hạn (limited edition) tại từng quốc gia. Ví dụ, có những chiếc túi hoặc những chai rượu quý hiếm được thiết kế, sản xuất đặc biệt giới hạn, mỗi CHMT mỗi nước chỉ có số lượng hạn chế, vì vậy khách du lịch cao cấp sẽ tìm đến những nước có những món hàng hiếm như thế để kết hợp du lịch nghỉ ngơi và mua sắm. Các CHMT sẽ giúp phát triển thương mại giá trị cao, sẽ tác động, cộng hưởng làm tăng các dịch vụ khác như khách sạn, ăn uống, thương mại, vận chuyển, đồng thời cũng là nơi quảng bá sản phẩm của địa phương đến thị trường quốc tế, tăng thu du lịch. Ở Hàn Quốc, ngành này đem lại doanh số 16 tỷ đô la/năm cho thành phố Seoul.

Các công ty du lịch, lữ hành Việt Nam được hưởng 10% hoa hồng trên doanh số từ việc bán hàng miễn thuế sẽ giúp giải quyết bài toán giảm giá tour/vé máy bay, giá khách sạn cho các công ty du lịch, lữ hành để có thể cạnh tranh giá tour trong khu vực.

IPPG với lợi thế phân phối hơn 138 thương hiệu, là đối tác của 4 tập đoàn kinh doanh CHMT lớn nhất thế giới là DFS/Dufry/Lotte/China DTF (mỗi tập đoàn đều có hàng triệu khách hàng thân thiết trong hệ thống mua sắm cao cấp), chúng tôi tự tin nếu được tạo điều kiện về mặt bằng ngay khu vực trung tâm thành phố, chúng tôi sẽ đầu tư hàng loạt các CHMT theo đúng tiêu chuẩn quốc tế, góp phần làm tăng khách du lịch từ hệ thống khách hàng của các đối tác của chúng tôi.

Cuối cùng, tôi rất mong Chính phủ sớm ban hành các chính sách đột phá và tiếp tục tạo điều kiện, hỗ trợ cho các nhà đầu tư du lịch chuyên nghiệp tham gia vào liên kết chuỗi du lịch Việt Nam. Như vậy, không chỉ du khách nội địa mà du khách quốc tế sẽ đem tiền vào và có nhiều lựa chọn chi tiêu thoải mái tại Việt Nam chứ không “đem tiền đến rồi lại mang về”. Tôi hoàn toàn tin tưởng với sự điều hành quyết liệt của Chính phủ, ngành du lịch Việt Nam sẽ nhanh chóng phục hồi, thúc đẩy tăng trưởng GDP, đóng góp vào sự lớn mạnh của nền kinh tế nước nhà./.

## MỘT SỐ Ý KIẾN ĐÓNG GÓP NHẪM THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM NHANH, BỀN VỮNG

### Công ty Cổ phần hàng không Vietjet (Tập đoàn SOVICO)

Hàng không đã và đang khai thác mạnh mẽ trở lại các đường bay quốc tế và thực hiện các chương trình khuyến mại trong thời gian qua, góp phần thúc đẩy du lịch quốc tế đến Việt Nam. Trong 10 tháng đầu năm 2023, lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt gần 10 triệu lượt khách, đạt khoảng 70% so với trước dịch. Sau khi khai thác và mở rộng mạng đường bay Việt Nam - Ấn Độ, Việt Nam - Indonesia trong năm 2022, sang năm 2023, Vietjet đã mở 03 đường bay giữa TP. Hồ Chí Minh và 03 thành phố lớn của Úc là Sydney, Melbourne, Brisbane với tần suất ban đầu 10 chuyến/tuần. Với chính sách giá hợp lý đã thu hút khách du lịch Úc đến Việt Nam, đóng góp cho thị trường đường bay giữa hai nước tăng trưởng khoảng 30%. Trong thời gian tới, Vietjet tiếp tục tăng tần suất trên đường bay giữa hai nước và mở thêm đường bay đến hai thành phố ở Tây Úc (Perth) và Nam Úc (Adelaide), nâng tổng số tần suất của hãng lên 24 chuyến/tuần từ lịch bay mùa Đông 2023/2024 sẽ tiếp tục góp phần thúc đẩy du lịch giữa hai nước. Vừa qua, hãng cũng đã mở đường bay mới TP. HCM - Jakarta với tần suất 07 chuyến/tuần và mở thêm 02 đường bay mới từ TP. HCM đi Kochi và Tiruchipalli của Ấn Độ. Tháng 11/2023, hãng sẽ mở thêm 11 đường bay quốc tế mới từ/đến các sân bay quốc tế của Việt Nam và sang tháng 12/2023 sẽ tiếp tục mở các đường bay Hà Nội - Jakarta (là hãng đầu tiên có đường bay kết nối trực tiếp thủ đô của hai nước), TP. HCM - Thượng Hải, Nha Trang - Mông Cổ... Như vậy, có thể nói, Vietjet đã tiên phong trong việc mở các đường bay quốc tế mới đi và đến Việt Nam, đóng góp lớn cho việc thúc đẩy du lịch quốc tế đến Việt Nam trong những năm qua.

Tuy nhiên, thị trường khách từ Trung Quốc và Nhật Bản đang gặp một số khó khăn nên chưa đạt được như kỳ vọng do người dân hạn chế du lịch nước ngoài bởi khó khăn kinh tế sau dịch bệnh, đồng tiền Yên mất giá mạnh. Đồng thời, trong thời gian tới, ngành hàng không và du lịch có thể sẽ bị ảnh hưởng bởi quy mô đội tàu bay của các hãng hàng không Việt Nam bị giảm bởi yếu tố khách quan.

**Nhằm thúc đẩy phát triển du lịch Việt Nam nhanh và bền vững, chúng ta cần thực hiện một số việc sau:**

1. Ấn Độ hiện đang áp dụng hạn chế số chuyến bay đi đến các thành phố lớn (Metrocities) với chỉ 28 chuyến/một tuần cho tất cả hãng hàng không của mỗi bên nên các hãng hàng không của Việt Nam vẫn chưa thể mở thêm các đường bay mới đến các thành phố lớn như Hyderabad, Bangalore - là những

thành phố có nguồn khách lớn, cũng như mở thêm đường bay kết nối từ các thành phố lớn của Ấn Độ đến các thành phố biển như Phú Quốc, Nha Trang, Đà Nẵng. Vì vậy, kính đề nghị Chính phủ tiếp tục đưa vào chương trình làm việc cấp cao với Chính phủ Ấn Độ nhằm cho phép tự do hóa vận chuyển hàng không giữa hai nước, gỡ bỏ hạn chế khai thác.

**2.** Tiếp tục rà soát và sửa đổi Hiệp định hàng không với các quốc gia nhằm tạo điều kiện cho hàng không Việt Nam tăng cường khai thác quốc tế đến các nước khu vực Nam Á như Bangladesh, Sri Lanka, Maldives...

**3.** Dự kiến số lượng máy bay khai thác của các hãng hàng không từ đầu năm 2024 sẽ bị giảm mạnh, khó tìm thuê trên thị trường, mặc dù các hãng sẽ cố gắng hết sức tuy nhiên có thể chưa bù đắp được số lượng máy bay phải dừng bay, điều này sẽ tác động đến năng lực vận chuyển của các hãng và khách du lịch bằng đường hàng không. Vì vậy, kính đề nghị các cơ quan quản lý nhà nước tạo mọi điều kiện thuận lợi trong việc thuê máy bay về đảm bảo năng lực khai thác (không vì năng lực hạ tầng - bãi đỗ máy bay mà hạn chế việc đưa máy bay về khai thác).

**4.** Hiện nay chúng ta đã mở rộng áp dụng e-visa với nhiều nước, tuy nhiên tốc độ xử lý còn chậm, chưa đáp ứng được việc xin visa gần ngày. Rất mong muốn việc xử lý xét cấp visa được nhanh hơn và khách du lịch có thể xin visa gần ngày bay.

**5.** Ngành du lịch, chính quyền địa phương tăng cường công tác quản lý điểm đến nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ, giá cả và vệ sinh môi trường, cũng như làm mới dịch vụ du lịch để khách du lịch thoải mái, hài lòng về dịch vụ.

**6.** Tăng cường công tác phối hợp giữa ngành vận tải với ngành du lịch để kịp thời giải quyết các vướng mắc, khó khăn và tìm giải pháp trong từng giai đoạn phù hợp với điều kiện thực tế.

**7.** Ngành hàng không cũng đang hết sức khó khăn, vì vậy kính đề nghị Chính phủ tiếp tục chỉ đạo và có các chính sách hỗ trợ về thuế, phí tốt nhất có thể cho các hãng hàng không.

**8.** Vietjet cam kết đồng hành cùng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong việc xây dựng Quỹ quảng bá và xúc tiến du lịch Việt Nam để thực hiện quảng bá Du lịch Việt Nam tại các thị trường quốc tế./.

## **ĐỀ XUẤT PHÁT TRIỂN LIÊN KẾT VÙNG ĐÓNG GÓP VÀO SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH QUỐC GIA**

---

### **Tập đoàn NovaGroup**

Việt Nam có hơn 3.000 km bờ biển và nhà nước đã có chiến lược đưa du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn. Vậy làm cách nào để ngành du lịch phát triển mạnh mẽ, ngày càng chiếm tỷ trọng lớn hơn trong nền kinh tế? Chúng ta phải làm gì để tăng năng lực cạnh tranh, tạo sự khác biệt nhằm thu hút du khách? NovaGroup xin được góp ý kiến dưới góc nhìn của doanh nghiệp đang triển khai.

Du lịch Việt Nam cần nhìn sang các quốc gia đã thành công trong ngành du lịch để học hỏi kinh nghiệm, nghiên cứu, sàng lọc, tạo thêm nét đặc thù, có bản sắc riêng, phù hợp với văn hóa dân tộc. Có lẽ chúng ta không cần nhìn đâu xa, chỉ cần nhìn sang Thái Lan, người bạn gần gũi và có nhiều điểm tương đồng, họ đã rất thành công trong ngành du lịch những năm qua.

Bắt đầu từ những năm 1960, nhận thấy tiềm năng to lớn từ du lịch, cả nước Thái Lan đồng lòng phát triển du lịch thành một thế mạnh quốc gia và họ đã thành công nhờ sự quyết tâm, áp dụng các chính sách cởi mở, sự sáng tạo cùng nỗ lực không ngừng. Sau đây là các đặc điểm nổi bật mà Thái Lan đã áp dụng:

### **1. Xây dựng chiến lược phát triển du lịch sâu rộng, trong người dân, chiến lược truyền thông nhất quán, hiệu quả trong nước và quốc tế**

Trong nước, người Thái Lan rất kiên trì trong việc giáo dục và truyền thông sâu rộng nét văn hóa thân thiện với khách du lịch đến từng người dân. Người người, nhà nhà đều học tiếng Anh, nói về du lịch và họ rất thành công. Người ta thường ví von “Hãy kể cho tôi ba điều tuyệt vời nhất về Thái Lan”. Và câu trả lời chính là “Con người, con người và con người”. Đây là một ưu thế tuyệt đối và rất khó để sao chép.

Ngoài nước: Các văn phòng đại diện trên nhiều quốc gia hoạt động rất trách nhiệm, sáng tạo và tích cực để phổ biến các thông điệp, chủ đề hàng năm, các điểm du lịch hấp dẫn của từng địa phương.

### **2. Các chính sách mở thực thi tốt**

Kế hoạch phát triển du lịch quốc gia giai đoạn 2012 - 2016 được xây dựng sau khi du lịch được bổ sung vào chương trình nghị sự phát triển quốc gia vào năm 2009. Nhiều nỗ lực đã được đưa vào cải tạo các địa điểm du lịch, xây dựng cơ sở hạ tầng, tăng cường nguồn nhân lực và xây dựng các quy tắc cũng như quy định phù hợp. Cả Chính phủ quyết tâm cho sự phát triển du lịch quốc gia.

### 3. Phát triển cơ sở hạ tầng nối kết nhanh cùng các tiện ích phục vụ khách du lịch đồng bộ

Cơ sở hạ tầng là một yếu tố quan trọng hỗ trợ ngành du lịch. Chính phủ Thái Lan không ngừng mở rộng và nâng cấp các sân bay cũng như khả năng kết nối với các thành phố khác, giúp đất nước trở thành trung tâm vận tải hàng không của khu vực. Ngoài ra, Chính phủ cũng nhắm đến các lĩnh vực khác của ngành du lịch, chẳng hạn như du lịch đường sông. Việc mở rộng này có thể thúc đẩy chiến lược thành phố thứ cấp và thu hút các nhà đầu tư nước ngoài.

Hệ thống vận tải nội địa sẽ làm du khách cảm thấy hài lòng hoàn toàn. Với sự kết hợp giữa cầu vượt và đường cao tốc, xe bus trở thành một trong những phương tiện vận tải với giá thành phải chăng và chất lượng cao, hỗ trợ du khách di chuyển tới các điểm du lịch khắp cả nước.

Và ngay trong các trung tâm du lịch như Bangkok, tàu điện ngầm, xe bus nhanh, xe tuk tuk... cung cấp cho khách hàng loạt sự lựa chọn, ngoài ra còn các ứng dụng tương tự Grab với giá thành và tiện ích vượt bậc. Giao thông trở thành "vũ khí" cực kỳ lợi hại của người Thái.

### 4. Thiên đường mua sắm, nghỉ dưỡng và lễ hội

- Dù loại hình lưu trú, nhiều khách sạn 1 - 5 sao, nhiều khu nghỉ dưỡng sang trọng và đa chủng loại.

- Trung tâm thương mại: đa dạng, nhiều phân khúc, quy tụ nhiều thương hiệu từ cao cấp đến bình dân, phong phú lựa chọn.

- Thái Lan "hết giờ chứ không hết chỗ chơi", có nhiều lễ hội đặc sắc, hoạt động vui chơi giải trí rộng khắp, không chỉ diễn ra hàng năm mà có nhiều hoạt động thú vị diễn ra mỗi ngày.

- Nhiều di tích thắng cảnh tại Ayutthaya và Sukhothai... cũng như tôn giáo được khai thác du lịch, mang đến cho du khách những chuyến du lịch văn hóa, lịch sử đầy mê hoặc về đất nước này.

- Thái Lan sở hữu một cuộc sống muôn màu về đêm, từ Bangkok cho đến Pattaya.

**5. Ẩm thực:** Nổi tiếng là đất nước có ẩm thực đa dạng, phong phú, không chỉ ẩm thực bản địa, Thái Lan còn có hầu hết món ăn từ châu Á như Trung Hoa, Ấn Độ, Hàn Quốc, Việt Nam, Nhật Bản, Malaysia đến các món ăn từ châu Âu như Pháp, Tây Ban Nha, Anh, Ý hay các món ăn đến từ Mỹ, Úc và châu Phi.

Ẩm thực của Thái Lan được chú trọng và đạt được sự tinh tế rất phổ biến, lên đẳng cấp quốc tế. Đồ ăn được du khách đánh giá là "Ngon - Bổ - Rẻ". Tất cả



mọi người, từ ăn chay đến ăn thường đều có thể tận hưởng các món ăn hấp dẫn tại Thái.

Trên đây chúng tôi tạm liệt kê các đặc điểm nổi bật đã tạo nên sự thành công của du lịch Thái Lan, trong đó cũng xin nhấn mạnh đứng sau sự thành công đó là vai trò quan trọng của Ủy ban Du lịch Thái Lan (Tourism Authority of Thailand - TAT).

Kể từ khi thành lập vào năm 1979, TAT đã năng động, sáng tạo, quyết tâm, quyết liệt thúc đẩy sự phát triển du lịch quốc gia. Họ luôn đưa ra phương hướng hành động cho mỗi năm rất sáng tạo, giúp du lịch Thái Lan cân bằng được giữa kinh tế, văn hóa và môi trường.

Đúc kết từ những thành công của du lịch Thái Lan, nhìn lại du lịch Việt Nam cũng đang có những bước đi đạt kết quả nhất định. Tuy nhiên để rút ngắn khoảng cách, chúng ta cần có những bước đột phá, sáng tạo và quyết liệt.

Qua nghiên cứu thực tiễn, chúng tôi đề xuất chiến lược liên kết vùng du lịch. Đây là chiến lược phù hợp với chủ trương của Đảng và Nhà nước trong liên kết vùng kinh tế.

### **Về thực trạng liên kết vùng**

Có thể thấy, nhiều địa phương có nét tương đồng trong du lịch sinh thái, miệt vườn, chợ nổi, văn hóa lịch sử gắn với di tích, du lịch tâm linh... Điều này khiến du khách dễ có tâm lý đi một nơi đã biết hết và sẽ không trải nghiệm tiếp các vùng lân cận. Bên cạnh đó, hạ tầng kết nối giao thông thiếu đồng bộ, sự khác biệt về văn hóa ứng xử với du khách. Các khiếm khuyết này đã làm tỷ lệ khách du lịch quay trở lại rất thấp.

Liên kết vùng sẽ là bước đột phá, tạo nên sự đa dạng, thuận tiện về quy mô, hấp dẫn và quan trọng hơn là chất lượng dịch vụ sẽ được nâng cấp đồng bộ.

Trong chiến lược này, mỗi tỉnh thành cần xác định một sản phẩm du lịch đặc thù (du lịch tâm linh, nghỉ dưỡng, MICE, chăm sóc sức khỏe...) phù hợp với thế mạnh của địa phương. Ví dụ, Tây Ninh có nhiều đền chùa, phù hợp để phát triển du lịch tâm linh; Khánh Hòa phù hợp phát triển du lịch nghỉ dưỡng biển; Bình Thuận có nhiều tiềm năng phát triển du lịch MICE; Bà Rịa - Vũng Tàu phát triển du lịch sức khỏe; Đà Lạt (Lâm Đồng) phát triển du lịch khám phá mạo hiểm... Mỗi địa phương chọn loại hình du lịch đặc thù tương ứng với thế mạnh của mình.

NovaGroup đề xuất và xin tiên phong thực hiện mô hình mẫu liên kết vùng và xin chọn mô hình liên kết: Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm - Bà Rịa - Vũng Tàu - Đồng Nai - Phan Thiết (Bình Thuận) - Đà Lạt (Lâm Đồng) - Nha Trang (Khánh Hòa).

### **Đề xuất các bước thực hiện**

1. Thành lập Ủy ban liên kết vùng: Mỗi tỉnh/thành phố cử lãnh đạo tham gia vào Ủy ban.
2. Xác định mục tiêu chọn mô hình du lịch cho từng địa phương, mỗi nơi tối đa đảm bảo chọn 03 mô hình phù hợp và đảm bảo phải có thể mạnh và tiện ích khả thi đi kèm.
3. Xác định nguồn lực thực hiện, xây dựng chính sách, chiến lược, phương thức, kế hoạch thực hiện và phân công cụ thể để triển khai: chú ý tham khảo các đặc điểm thành công của Thái Lan: nối kết hạ tầng, các tiện ích lưu trú, nghỉ dưỡng, ẩm thực, mua sắm, vui chơi giải trí, văn hóa lễ hội.
4. Quảng bá, truyền thông, giáo dục cộng đồng thực hiện du lịch theo phương cách “mỗi người dân là một đại sứ du lịch”. Tạo ứng dụng (app) kết nối du lịch.
5. Điều phối, cân bằng hợp lý quyền lợi của các Bên tham gia.

### **Việc xác định mô hình du lịch cho từng địa phương**

**1. Thành phố Hồ Chí Minh:** Du lịch MICE, du lịch tham quan văn hóa, lịch sử, du lịch chăm sóc sức khỏe y tế.

TP. HCM với hệ thống cửa ngõ, đầu mối giao thông kết nối với các tỉnh thành trong nước và quốc tế trên các phương tiện giao thông gồm đường bộ, đường không, đường thủy và đường sắt. TP. HCM có tiềm năng để kiểm soát được lượng khách du lịch quốc tế (khi mà gần 50% lượng khách quốc tế tới Việt Nam là tới TP. HCM) bằng cách tạo ra các điểm vui chơi giải trí để khách du lịch BẮT BUỘC phải ghé TP. HCM trước khi tỏa đi khắp các điểm du lịch khác. Tuy có hạn chế về các loại hình vui chơi giải trí, tiện ích cho Hội nghị, hội thảo, team building còn khiêm tốn, nhưng TP. HCM có nhiều lợi thế về kiến trúc, cơ sở hạ tầng nên vẫn là địa phương hàng đầu thu hút lượt khách lưu trú. Do đó, cần tập trung thực hiện mục tiêu liên kết vùng Du lịch TP. HCM +: TP. HCM, Bà Rịa - Vũng Tàu, Bình Thuận, Khánh Hòa, Lâm Đồng, Tây Ninh, Đồng Nai, Long An là nhằm xây dựng chuỗi điểm đến liên hoàn quy mô, đồng nhất, chuẩn hóa chất lượng, đầy đủ tiện ích, tạo sức hấp dẫn, đáp ứng được nhu cầu của tất cả các loại hình du lịch, tận dụng phát huy được thế mạnh đặc trưng, riêng biệt của từng địa phương.

Để phù hợp với 3 loại hình du lịch trên, ngoài việc tăng số phòng lưu trú, TP. HCM phải xây thêm tổ hợp trung tâm Hội nghị triển lãm và giải trí, nâng cao chất lượng ẩm thực, các điểm bảo tàng lịch sử...

**2. Tại Biên Hòa (Đồng Nai):** Là thành phố vệ tinh, Đồng Nai có nhiều lợi thế về hạ tầng giao thông nối kết nên có thể kết hợp với TP. HCM cho loại hình du lịch MICE, du lịch khám phá trải nghiệm, loại hình team building trong ngày.

**3. Tại Bà Rịa - Vũng Tàu:** Du lịch MICE và du lịch sức khỏe.

**4. Tại Phan Thiết (Bình Thuận):** Du lịch MICE, du lịch chăm sóc sức khỏe và thể dục thể thao.

Đơn cử, tại thành phố Phan Thiết, Novaland đang tạo nên một điểm đến du lịch quốc tế mẫu: NovaWorld Phan Thiet - Đô thị kinh tế du lịch, vui chơi giải trí, sức khỏe với quy mô 1.000 hec ta, giai đoạn đầu đã đi vào hoạt động. Dự án có nhiều tiện ích nổi bật như Công viên giải trí và Công viên chủ đề Wonderland rộng 25 hec ta; cụm sân golf 36 hố PGA độc quyền; đường chạy Marathon 42,195 km; khu sinh hoạt hè Amazon Park cho nhiều đối tượng; khu cắm trại, trung tâm vui chơi giải trí, ẩm thực về đêm - đang triển khai mô hình kinh tế đêm; công viên biển Bikini Beach rộng 16 hec ta; hệ thống khách sạn và khu nghỉ dưỡng được vận hành và quản lý bởi các thương hiệu quốc tế nổi tiếng.

Đây cũng là địa điểm được chọn làm nơi khai mạc Năm Du lịch quốc gia năm 2023 với chủ đề “Bình Thuận - Hội tụ xanh” vào ngày 25/3/2023. NovaWorld Phan Thiet với sự đầu tư chuẩn mực cùng sự hợp sức của cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước sẽ góp phần đưa Phan Thiết - Bình Thuận trở thành một trong những điểm sáng trên bản đồ du lịch thế giới.

**5. Tại Đà Lạt (Lâm Đồng):** Du lịch tâm linh, du lịch khám phá.

**6. Tại Nha Trang (Khánh Hòa):** Du lịch nghỉ dưỡng.

**7. Tại Tây Ninh:** Du lịch tâm linh.

**8. Tại Long An:** Du lịch khám phá.

Với những nguồn lực và kinh nghiệm hiện có, NovaGroup sẵn sàng phối hợp với Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, các cơ quan, ban, ngành cùng tổ chức các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch trong và ngoài nước. Với hàng loạt tiện ích mới lạ, quy mô sắp ra mắt thời gian tới của Hệ sinh thái sản phẩm Du lịch - Vui chơi - Giải trí, NovaGroup kỳ vọng góp phần thu hút và giữ chân du khách, kích cầu hoạt động mua sắm, chi tiêu và gia tăng doanh thu du lịch, đóng góp đáng kể vào ngân sách nhà nước; đặc biệt sẽ tạo ra hàng chục ngàn công ăn việc làm trực tiếp; cùng các bên liên quan khác góp phần đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đưa Việt Nam nằm trong nhóm 30 quốc gia có năng lực cạnh tranh hàng đầu thế giới./.