



TÀI LIỆU
HỘI NGHỊ TOÀN QUỐC VỀ DU LỊCH NĂM 2023
“ĐẨY NHANH PHỤC HỒI - TĂNG TỐC PHÁT TRIỂN”

Hà Nội, tháng 3/2023

MỤC LỤC

STT	Nội dung	Trang
1	Chương trình Hội nghị	4
2	Báo cáo trung tâm của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch: Tình hình phục hồi du lịch và các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm nhằm đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch thời gian tới	5 - 14
3	Tham luận của Bộ Công an: Đổi mới chính sách, tạo điều kiện thuận lợi đi lại, thúc đẩy phát triển du lịch	15 - 20
4	Tham luận của Bộ Giao thông vận tải: Phát triển mạng lưới hạ tầng, kết nối góp phần phát triển du lịch	21 - 25
5	Tham luận của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Nâng cao hiệu quả phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn	26 - 28
6	Tham luận của UBND thành phố Hà Nội: Làm mới sản phẩm và đẩy mạnh số hóa trong bối cảnh phục hồi và tăng tốc phát triển du lịch	29 - 32
7	Tham luận của UBND Thành phố Hồ Chí Minh: Liên kết giữa các địa phương tạo động lực mới cho phục hồi và phát triển du lịch	33 - 35
8	Tham luận của UBND thành phố Đà Nẵng: Phát triển sản phẩm du lịch, đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới	36 - 39
9	Tham luận của UBND tỉnh Lào Cai: Đa dạng hóa thị trường khách, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch	40 - 52
10	Tham luận của UBND tỉnh Quảng Ninh: Chuyển dịch cơ cấu sản phẩm, hướng tới thị trường du lịch cao cấp	53 - 58
11	Tham luận của UBND tỉnh Khánh Hòa: Hợp tác công - tư trong đầu tư phát triển sản phẩm du lịch mới	59 - 62
12	Tham luận của Hiệp hội Du lịch Việt Nam: Huy động nguồn lực tổng hợp của các doanh nghiệp, đẩy mạnh phục hồi và tăng tốc phát triển du lịch	63 - 65
13	Tham luận của Tổng Công ty Du lịch Hà Nội: Đổi mới hoạt động lễ hành phù hợp với bối cảnh bình thường mới	66 - 68
14	Tham luận của Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn: Liên kết,	69 - 72

STT	Nội dung	Trang
	quảng bá phát triển thị trường, thu hút khách quốc tế	
15	Tham luận của Công ty Vietravel: Đa dạng hóa sản phẩm du lịch, đa dạng hóa chuỗi cung ứng dịch vụ	73 - 79
16	Tham luận của Tập đoàn Vin Group: Làm mới sản phẩm du lịch, tăng hiệu quả kích cầu dưới góc nhìn doanh nghiệp	80 - 81
17	Tham luận của Tổng Công ty Hàng không Việt Nam: Tăng cường liên kết hàng không - du lịch để mở rộng thị trường khách quốc tế vào Việt Nam	82 - 87
18	Tham luận của Tập đoàn BRG: Nâng cao tính năng động, tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh mới	88 - 90

CHƯƠNG TRÌNH
HỘI NGHỊ TOÀN QUỐC VỀ DU LỊCH 2023
“ĐẨY NHANH PHỤC HỒI - TĂNG TỐC PHÁT TRIỂN”
(Hà Nội, ngày 15 tháng 3 năm 2023)

Thời gian: 08h00 - 12h00

Địa điểm: Phòng Hội đàm, Trụ sở Chính phủ

Thời gian	Nội dung/Thực hiện
08h00 - 08h05	Lãnh đạo Văn phòng Chính phủ báo cáo về thành phần đại biểu, chương trình, nội dung Hội nghị và 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	Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính phát biểu khai mạc <i>(Thủ tướng Chính phủ mời Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đọc báo cáo trung tâm)</i>
08h15 - 08h30	Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch báo cáo đánh giá thực trạng du lịch Việt Nam trước và sau đại dịch COVID-19, giải pháp đột phá thời gian tới
08h30 - 12h00	Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch điều hành phiên thảo luận: Mời đại diện các doanh nghiệp du lịch và 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 (09h15 - 09h30)</i>
	Hội nghị tiếp tục thảo luận, Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà điều hành phiên thảo luận: Mời đại diện Lãnh đạo các Bộ, cơ quan, địa phương phát biểu ý kiến <i>(dự kiến không quá 7 phút/đại biểu)</i>
	Thủ tướng Chính phủ mời Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà phát biểu ý kiến
	Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính kết luận

TÌNH HÌNH PHỤC HỒI DU LỊCH VÀ CÁC NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM NHẪM ĐẨY NHANH PHỤC HỒI, TĂNG TỐC PHÁT TRIỂN DU LỊCH THỜI GIAN TỚI

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Sau khi mở cửa lại hoạt động du lịch, trong bối cảnh còn nhiều thách thức, khó khăn, với sự lãnh đạo, chỉ đạo thống nhất, xuyên suốt, quyết liệt của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự vào cuộc kịp thời, hiệu quả của cả hệ thống chính trị, cùng với sự đoàn kết, nỗ lực phấn đấu của cộng đồng doanh nghiệp và các địa phương cả nước, ngành Du lịch đã tích cực, chủ động triển khai các nhiệm vụ, giải pháp phục hồi và đạt được những kết quả quan trọng. Lượng khách du lịch nội địa thiết lập kỷ lục mới, năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam trên bình diện quốc tế tăng đáng kể và nhận thức của toàn xã hội về tác động lan tỏa của ngành Du lịch trong nền kinh tế sau thời gian hơn 2 năm dịch bệnh có chuyển biến tích cực.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xin báo cáo về tình hình phục hồi du và một số giải pháp trọng tâm nhằm đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch, cụ thể như sau:

I. KẾT QUẢ PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC VÀ TRONG DỊCH COVID-19

Những năm vừa qua, ngành Du lịch đã có những đóng góp tích cực, quan trọng vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Trước dịch COVID-19, lượng khách quốc tế đã tăng 2,3 lần trong vòng 4 năm, từ 7,9 triệu lượt (năm 2015) lên 18 triệu lượt (năm 2019), tăng trưởng bình quân 22,7%/năm. Theo các báo cáo hàng năm của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), đây là mức cao hàng đầu thế giới. Năm 2019, lượng khách quốc tế đến Việt Nam xếp thứ 3 trong khu vực ASEAN (chỉ sau Thái Lan, Malaysia), tăng trưởng 16,2%, cao hơn hẳn mức trung bình toàn cầu (3,8%) và khu vực châu Á và Thái Bình Dương (4,6%). Trong khi đó, khách nội địa tăng 1,5 lần, từ 57 triệu lượt (năm 2015) lên 85 triệu lượt (năm 2019), tăng trưởng bình quân 10,5%/năm. Tỷ lệ đóng góp vào GDP cả nước của ngành Du lịch lên đến 9,2%. Du lịch góp phần xóa đói, giảm nghèo, đảm bảo an sinh xã hội; bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá; bảo vệ môi trường và giữ vững quốc phòng, an ninh quốc gia.

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch ngày càng phát triển; hệ thống sản phẩm du lịch đã và đang được hình thành, đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường. Năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam ngày càng được cải thiện, xếp hạng 63/140 quốc gia và vùng lãnh thổ năm 2019, tăng 17 bậc so với năm 2011. Năm 2021, xếp thứ 52/117 nền kinh tế, tăng 8 bậc so với năm 2019. Với 6/17 chỉ số trụ cột được xếp vào nhóm dẫn đầu thế giới, Việt Nam là 1 trong 3 nước có tốc độ tăng trưởng ngành Du lịch cao nhất.

Đại dịch COVID-19 bùng phát trên quy mô toàn cầu đã tác động nghiêm trọng đến ngành du lịch thế giới cũng như Việt Nam. Năm 2020, cả nước chỉ đón được 3,7 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 56 triệu lượt khách nội địa, giảm 34% so với cùng kỳ năm 2019, công suất buồng bình quân cả nước chỉ đạt 20%; 52% lao động du lịch mất việc làm; tổng thu từ khách du lịch đạt 312.200 tỷ đồng, giảm 57,8% so với năm 2019.

Từ tháng 11/2021, Việt Nam đã bước đầu thí điểm đón khách du lịch quốc tế. Năm 2021, Việt Nam đón khoảng 3.800 lượt khách du lịch quốc tế, phục vụ khoảng 40 triệu lượt khách du lịch nội địa, công suất buồng bình quân ước chỉ đạt khoảng 5%, chỉ có 25% lao động du lịch được tham gia công việc toàn thời gian, tổng thu từ khách du lịch ước đạt khoảng 180.000 tỷ đồng, giảm 42% so với cùng kỳ 2020.

II. MỘT SỐ KẾT QUẢ SAU 1 NĂM MỞ CỬA DU LỊCH

1. Mặt được: Với sự chỉ đạo sâu sát của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự phối hợp của các Bộ, ngành và nỗ lực toàn Ngành, hoạt động du lịch đã dần khôi phục trở lại, đặc biệt là du lịch nội địa.

a) Về lượng khách và doanh thu du lịch

Thị trường nội địa có tốc độ phục hồi nhanh và tăng trưởng ngoạn mục, là bệ đỡ khôi phục hoạt động du lịch Việt Nam, khẳng định vai trò của mình đối với sự phát triển chung của ngành Du lịch trong bối cảnh hoạt động du lịch quốc tế phạm vi toàn cầu còn gặp nhiều khó khăn. Năm 2022, lượng khách nội địa đạt 101,3 triệu lượt (tăng hơn gấp rưỡi so với mục tiêu đặt ra là 60 triệu lượt khách, vượt xa con số 85 triệu lượt khách nội địa năm 2019). Tổng thu từ khách du lịch đạt 495 nghìn tỷ đồng, vượt trên 23% so với kế hoạch và đạt 66% so với mức kỷ lục năm 2019.

Lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt 3,5 triệu lượt (vẫn giảm 80% so với cùng kỳ năm 2019), đạt 70% so với kế hoạch. Tuy nhiên, việc mở cửa du lịch quốc tế đã thể hiện ý chí, nỗ lực của toàn Ngành nhằm “phá băng” sau gần 2 năm đóng cửa. Trong bối cảnh nhiều điểm đến đối thủ cạnh tranh và thị trường còn đang đóng cửa hoặc mở cửa hạn chế, đây có thể nói là những tín hiệu khả quan để phục hồi của Du lịch Việt Nam. Với việc cho phép mở cửa từ ngày 15/3/2022, Việt Nam được UNWTO đánh giá là một trong những nước có chính sách mở cửa cởi mở nhất thế giới. Việt Nam cũng là một trong những nước mở cửa sớm nhất khu vực. Ngay sau khi mở cửa, dữ liệu từ công cụ theo dõi xu hướng thị trường toàn cầu của Google cho thấy lượng tìm kiếm quốc tế về du lịch Việt Nam đã liên tục duy trì mức tăng trưởng cao hàng đầu thế giới. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng mạnh. Chỉ tính riêng trong tháng 4, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt khoảng 70.000 lượt khách và lượng khách quốc tế qua các sân bay của Việt Nam trong tháng 4/2022 đã bằng tổng 3 tháng trước đó cộng lại.¹

¹ Trong 4 tháng đầu năm 2022, các sân bay phục vụ gần 20 triệu lượt khách, trong đó riêng tháng 4 phục vụ 6,6 triệu lượt. Khách quốc tế đi hàng không trong 4 tháng qua tăng mạnh, đạt hơn 553.000 lượt, riêng tháng 4 đạt

Những nỗ lực nhằm thích ứng an toàn, linh hoạt của Du lịch Việt Nam đã được quốc tế ghi nhận. Tại giải thưởng World Travel Awards 2022, Du lịch Việt Nam xuất sắc giành được 16 hạng mục giải thưởng hàng đầu thế giới và 48 hạng mục giải thưởng hàng đầu châu Á, tiếp tục khẳng định thương hiệu, vai trò và vị thế của Du lịch Việt Nam trong khu vực và trên toàn thế giới.

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

- Triển khai Nghị quyết số 25/NQ-CP ngày 07/3/2022 của Chính phủ, Nghị quyết số 32/NQ-CP ngày 15/3/2022 của Chính phủ, Công điện số 513/CD-VPCP ngày 19/01/2022 của Chính phủ về việc xây dựng lộ trình mở cửa lại an toàn, khoa học, hiệu quả đón khách du lịch quốc tế, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Phương án số 829/PA-BVHTTDL ngày 15/3/2022 về mở cửa lại hoạt động du lịch trong điều kiện bình thường mới và tập trung chỉ đạo, tổ chức hoạt động nhằm mở cửa du lịch an toàn, hiệu quả trên tinh thần chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ “*thích ứng linh hoạt, an toàn, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh COVID-19*”.

- Chủ động phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, cơ quan liên quan tổ chức nhiều sự kiện nhằm phát động, công bố mở cửa du lịch trong điều kiện bình thường mới. Tham mưu, đề xuất tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai mở cửa lại hoạt động du lịch, tạo thuận lợi thu hút khách du lịch quốc tế vào Việt Nam và đề xuất ban hành một số chính sách và biện pháp hỗ trợ kịp thời nhằm giảm bớt khó khăn, thiệt hại cho doanh nghiệp và người lao động trong ngành Du lịch.

- Thực hiện cấu trúc lại thị trường khách du lịch, tăng cường thu hút khách du lịch quốc tế, qua đó góp phần phục hồi hoạt động toàn Ngành, chuẩn bị các điều kiện tốt nhất để bước vào giai đoạn tăng trưởng mạnh trở lại sau dịch. Sản phẩm du lịch được làm mới theo hướng đa dạng hóa, tăng sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh cao; nhiều điểm đến mới được đầu tư, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch được cải thiện rõ rệt.

- Tập trung đẩy mạnh chương trình truyền thông với chủ đề “Live fully in Vietnam” để thu hút khách quốc tế và chương trình “Du lịch an toàn, trải nghiệm trọn vẹn” để thúc đẩy thị trường nội địa. Chủ trì, đồng hành cùng các địa phương, doanh nghiệp tổ chức hàng loạt sự kiện để khởi động lại hoạt động du lịch trên toàn quốc như các chương trình, sự kiện kích cầu du lịch, hội chợ du lịch quốc tế VITM, hội chợ ITE TP. Hồ Chí Minh, quảng bá mạnh mẽ việc mở cửa lại du lịch nhân dịp SEA Games 31... Đồng thời, tổ chức các hoạt động quảng bá du lịch ở nước ngoài như tham gia Hội chợ WTM 2022 tại Anh, Hội chợ TRAVEX 2023 tại Indonesia, Hội chợ ITB Berlin 2023 tại Đức, các sự kiện văn hóa du lịch Việt Nam ở Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ... khẳng định mạnh mẽ thông điệp mở cửa, sự hiện diện và hòa nhập với thị trường quốc tế trong bối cảnh bình thường mới.

- Việc tổ chức thành công Năm Du lịch quốc gia 2022 - Quảng Nam với gần 204 sự kiện được tổ chức trên 40 tỉnh, thành phố trong cả nước và chuẩn bị tốt cho Năm Du lịch quốc gia 2023 - Bình Thuận đã và đang mang lại hiệu quả cao trong việc thu hút đầu tư, phát triển sản phẩm du lịch và hoạt động xúc tiến quảng bá hình ảnh, đất nước, con người Việt Nam, tạo nên bức tranh đầy màu sắc và hấp dẫn của Du lịch Việt Nam, hướng đến phát triển du lịch “xanh” và bền vững.

- Công tác truyền thông, quảng bá du lịch trên các nền tảng trực tuyến được tập trung đẩy mạnh. Trang web quảng bá du lịch Việt Nam tới khách quốc tế (vietnam.travel) tăng hạng mạnh trên thế giới. Toàn Ngành triển khai mạnh mẽ hoạt động chuyển đổi số: Hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh trên cơ sở các nền tảng số cốt lõi của Ngành. Triển khai các chương trình hỗ trợ hướng dẫn chuyển đổi số trong du lịch tại nhiều địa phương.

Nhìn chung, việc tham mưu, đề xuất về triển khai mở cửa lại hoạt động du lịch đã đạt được một số kết quả, tạo ra những chuyển biến tích cực, bước đầu đem lại những tín hiệu khả quan cho việc phục hồi ngành Du lịch. Công tác chỉ đạo định hướng các địa phương tổ chức các sự kiện, hoạt động quảng bá điểm đến, tái khởi động các mô hình liên kết và đảm bảo chất lượng dịch vụ nhằm thu hút khách du lịch trong giai đoạn mở cửa lại thị trường được chú trọng, triển khai kịp thời và có hiệu quả.

c) Về hoạt động du lịch của các địa phương và doanh nghiệp du lịch

- Trong năm 2022, khi tình hình dịch COVID-19 cơ bản được kiểm soát, các địa phương đã chủ động triển khai đồng bộ nhiều giải pháp nhằm phục hồi và thích ứng trong trạng thái “bình thường mới”. Trong đó tập trung triển khai Phương án mở cửa lại hoạt động du lịch và chủ động tổ chức chương trình quảng bá điểm đến thông qua việc tổ chức các lễ hội, sự kiện nghệ thuật, du lịch thu hút du khách du lịch. Các địa phương cùng với doanh nghiệp đã chủ động hoàn thiện, làm mới và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.

- Hoạt động du lịch tại các trung tâm du lịch trọng điểm, tiêu biểu sôi động và có nhiều tín hiệu khởi sắc nhất là trong dịp nghỉ lễ. Nhiều địa phương ghi nhận lượng khách tăng vượt bậc so với năm trước. Các địa phương đã quan tâm triển khai nhiều hoạt động liên kết du lịch liên tỉnh, liên vùng và bước đầu ghi nhận kết quả tích cực.

Có thể nói, sự chủ động chuẩn bị và triển khai nhiều sự kiện, hoạt động du lịch quy mô lớn của các tỉnh/thành phố, sự vào cuộc tích cực, cung cấp nhiều sản phẩm du lịch mới, hấp dẫn của các doanh nghiệp, điểm đến trên cả nước đã tạo nên sự bùng nổ của khách du lịch nội địa, vượt xa mục tiêu của khách nội địa năm 2022.

- Các doanh nghiệp du lịch, cơ sở lưu trú chủ động trong việc mở cửa đón khách trở lại, chuẩn bị chu đáo các điều kiện phục vụ khách, xây dựng các chương trình giảm giá kích cầu du lịch, triển khai nhiều gói sản phẩm du lịch mới, hấp dẫn, chú trọng chất lượng dịch vụ,...là những yếu tố thu hút đông đảo

lượng khách du lịch nội địa. Doanh số bán các tour nội địa và tour đi nước ngoài đều ghi nhận tín hiệu khả quan.

- Các hãng hàng không đã mở thêm nhiều đường bay quốc tế mới kết nối với các thị trường nguồn của Du lịch Việt Nam như Ấn Độ, Frankfurt (Đức), London (Anh), San Francisco (Mỹ). Các đường bay nội địa tới một số địa bàn du lịch trọng điểm như: Phú Quốc, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang... đều tăng cao, mỗi ngày có hàng chục chuyến. Các chặng còn lại như Thành phố Hồ Chí Minh/Hà Nội tới Đà Nẵng, Nha Trang, Quy Nhơn... giá vé cao điểm hè cũng tăng hơn 20% so với các tháng trước đó.

2. Tồn tại, hạn chế và nguyên nhân

Thứ nhất, lượng khách quốc tế đến Việt Nam vẫn chưa đạt được như kỳ vọng mặc dù ngành Du lịch đã rất nỗ lực chuẩn bị cho việc mở cửa lại thị trường du lịch quốc tế. Một số nguyên nhân chính gồm:

- Các doanh nghiệp du lịch Việt Nam chưa chủ động thích ứng, kết nối lại với thị trường, đẩy mạnh khai thác thị trường mới, vẫn còn trông chờ và phụ thuộc vào thị trường truyền thống. Trong khi đó các thị trường nguồn khách lớn, truyền thống của Du lịch Việt Nam còn chưa mở cửa do tác động của COVID-19.

- Xu hướng tới các điểm đến gần sau dịch của các thị trường xa, việc chậm kết nối hàng không quốc tế đã ảnh hưởng đến lượng khách quốc tế đến Việt Nam sau khi mở cửa.

- Thông tin, quảng bá còn hạn chế, thiếu kịp thời tại các thị trường nguồn quốc tế do thiếu hệ thống văn phòng xúc tiến du lịch quốc gia để hỗ trợ kết nối, trực tiếp triển khai các hoạt động thông tin, quảng bá xúc tiến tại thị trường. Nguồn lực quảng bá, xúc tiến du lịch chưa được phát huy hiệu quả.

Thứ hai, chính sách visa có nhiều đổi mới, tiến bộ song trong triển khai chưa thực sự sát thực tế, tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch quốc tế đến và kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu ở Việt Nam, chưa đáp ứng yêu cầu cạnh tranh so với các nước trong khu vực.

Thứ ba, nguồn nhân lực làm du lịch thiếu do trong thời gian dịch bệnh đã chuyển ngành, đặc biệt thiếu hụt lao động có chuyên môn và kinh nghiệm.

Thứ tư, hiệu quả liên kết giữa các vùng, các địa phương, các ngành còn thấp, nhiều hoạt động liên kết còn hình thức. Sản phẩm du lịch chưa thực sự đa dạng, hấp dẫn đối với một số thị trường khách du lịch trong bối cảnh mới.

III. BỐI CẢNH, MỤC TIÊU VÀ CÁC NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM THỜI GIẠN TỚI

1. Bối cảnh

Bước sang năm 2023 và những năm tiếp theo, tình hình thế giới được dự báo tiếp tục diễn biến nhanh, phức tạp, khó lường về chính trị, an ninh, kinh tế, xã hội. Tăng trưởng có xu hướng chậm lại, nguy cơ suy thoái kinh tế, lạm phát gia tăng. Ở trong nước, nền kinh tế có những thời cơ, thuận lợi và khó khăn,

thách thức đan xen nhưng khó khăn, thách thức nhiều hơn. Sức ép lạm phát, tỷ giá, lãi suất gia tăng; các thị trường lớn, truyền thống có thể bị thu hẹp...

Du lịch thế giới tiếp tục phục hồi nhưng chưa trở về được mức như năm 2019. Ngành Du lịch sẽ phải đối phó với các vấn đề như thiếu hụt lao động, giá nhiều yếu tố đầu vào, chi phí sản xuất kinh doanh và nhân công tiếp tục xu hướng tăng. Tác động của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đến ngành Du lịch sẽ mạnh mẽ hơn, xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số sẽ thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong du lịch. Du lịch nội địa tiếp tục có sự tăng trưởng nhưng tốc độ sẽ chậm lại. Các thị trường gửi khách chủ yếu của Việt Nam như Trung Quốc, Đài Loan chưa phục hồi bình thường, thị trường Nga vẫn bị hạn chế đi lại do ảnh hưởng của xung đột Nga - Ukraine. Cạnh tranh giữa các điểm đến trong khu vực để thu hút khách du lịch, quyết tâm lấy lại những gì đã mất qua dịch COVID-19 trở nên quyết liệt.

2. Mục tiêu

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

- Năm 2023: khách du lịch quốc tế: 8 triệu lượt; khách du lịch nội địa: 102 triệu lượt; tổng thu từ khách du lịch: khoảng 650 nghìn tỷ đồng.

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

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

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

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

3. Các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm

Để đẩy nhanh tốc độ phục hồi ngành Du lịch, bảo đảm mục tiêu tăng trưởng năm 2023 và những năm tiếp theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững và đi vào chiều sâu, chất lượng và khả năng cạnh tranh, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ tập trung chỉ đạo quyết liệt thực hiện các giải pháp, nhiệm vụ trọng tâm như sau:

(1) Đẩy mạnh thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp đề ra tại Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Trong đó, tập trung cơ cấu lại ngành Du lịch theo hướng cơ cấu lại thị trường du lịch; cơ cấu lại các hoạt động du lịch phù hợp với tiềm năng, lợi thế của Việt Nam, đáp ứng với xu thế toàn cầu và biến động trên thị trường; đẩy mạnh kết nối vùng miền, kết nối với cả nước và kết nối với khu vực, bảo đảm đồng bộ, bền vững và hội nhập quốc tế; chú trọng liên kết giữa ngành du lịch với các ngành khác trong chuỗi giá trị, nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam gắn với phát triển xanh, bền vững và phương châm “lấy trải nghiệm của khách du lịch làm trung tâm”. Rà soát, nhanh chóng phục hồi, củng cố vững chắc các động lực tăng trưởng của Ngành; nghiên cứu tìm kiếm các động lực tăng trưởng mới, còn nhiều dư địa, đảm bảo tranh thủ thời cơ và phù hợp với bối cảnh mới.

Triển khai sơ kết tình hình thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW của các Bộ, ngành, địa phương và chuẩn bị thực hiện sơ kết cấp Trung ương.

(2) Đề xuất xây dựng cơ chế, chính sách tạo điều kiện thuận lợi hơn cho phát triển du lịch nhằm thực hiện hiệu quả các nhiệm vụ nêu tại Nghị quyết 08-NQ/TW, đặc biệt các cơ chế, chính sách phù hợp và đột phá để phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn; huy động tối đa nguồn lực để đầu tư phát triển du lịch theo định hướng cơ cấu lại ngành Du lịch, đầu tư phát triển hạ tầng giao thông, nhất là tại các địa bàn trọng điểm, động lực; nâng cao khả năng kết nối giao thông tới các khu, điểm du lịch; thu hút nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch.

(3) Triển khai tổ chức có hiệu quả Năm Du lịch quốc gia: Năm Du lịch quốc gia là một trong những sự kiện du lịch lớn nhất hàng năm, kéo dài suốt trong năm với quy mô, phạm vi toàn quốc. Trong đó Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chỉ đạo tổ chức, định hướng, tổ chức truyền thông và tổ chức một số hoạt động quốc gia, quốc tế; địa phương đăng cai chủ trì tổ chức các sự kiện lớn, tạo tiếng vang (Lễ khai mạc, Bế mạc); các Ban, Bộ, ngành và các tỉnh, thành trong cả nước phối hợp, hỗ trợ, có các hoạt động hưởng ứng theo một chủ đề thống nhất.

Để phát huy hiệu quả, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ tiếp tục lựa chọn các địa phương tiêu biểu, tiềm năng để đăng cai Năm Du lịch quốc gia hàng năm, tập trung xây dựng và tạo điểm nhấn về sản phẩm, dịch vụ phục vụ các hoạt động quảng bá, xúc tiến hàng năm của Du lịch Việt Nam.

(4) Tăng cường các hoạt động truyền thông, quảng bá xúc tiến định vị thương hiệu du lịch quốc gia, tập trung xúc tiến quảng bá theo chiến dịch trọng điểm, phù hợp định hướng phát triển sản phẩm, thương hiệu du lịch trên cơ sở kết quả nghiên cứu thị trường. Xây dựng cơ chế hợp tác trong và ngoài ngành, đẩy mạnh xã hội hóa xúc tiến quảng bá du lịch. Tận dụng tối đa sức mạnh truyền thông, huy động sự hợp tác của các cơ quan đại diện ngoại giao tại các nước, truyền thông qua các mạng xã hội.

Đa dạng hóa thị trường khách du lịch, mở rộng các thị trường mới, còn ít

đôi thủ cạnh tranh, các thị trường thuận lợi về kết nối hàng không đến Việt Nam, có nền kinh tế ổn định, khả năng chi trả của du khách cao, lưu trú dài ngày, khách quay lại, khách đến Việt Nam mùa thấp điểm, khách tới các điểm đến còn ít người biết ở Việt Nam, khai thác các phân khúc thị trường mới, khách có nhu cầu đối với các loại hình sản phẩm, dịch vụ mới mà Việt Nam có tiềm năng. Tăng cường trao đổi với các đối tác, tháo gỡ nút thắt về kết nối đường bay, thủ tục tạo điều kiện thuận lợi cho khách, đặc biệt với các đối tác, thị trường lớn bao gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc...

(5) Đẩy mạnh chuyên đổi số trong du lịch: Tập trung phát triển hệ thống cơ sở dữ liệu, các nền tảng số kết nối hệ thống thông tin cho công tác hoạch định chính sách và điều hành, quản lý nhà nước và phục vụ doanh nghiệp, khách du lịch trong nước, quốc tế. Xây dựng cơ sở dữ liệu ngành Du lịch, nền tảng thương mại điện tử phát triển du lịch, thống kê du lịch, phát hành thẻ du lịch thông minh, liên thông các hệ thống quản lý khách nhập, xuất cảnh, quản lý khách lưu trú, khách tham quan tại điểm... phục vụ công tác hoạch định chính sách phát triển du lịch. Phối hợp với Bộ Công an xây dựng và triển khai Đề án phát triển du lịch gắn với mục tiêu phát triển kinh tế của Đề án phát triển ứng dụng dữ liệu về dân cư, định danh và xác thực điện tử phục vụ chuyên đổi số quốc gia giai đoạn 2022 - 2025, tầm nhìn đến năm 2030.

(6) Phát triển nguồn nhân lực du lịch hướng tới mục tiêu đủ số lượng, cân đối cơ cấu ngành nghề, đảm bảo chất lượng, đáp ứng nhu cầu thị trường và phù hợp với các định hướng phát triển sản phẩm, tổ chức không gian du lịch.

Có chính sách thu hút nguồn nhân lực đã thôi việc, chuyển việc trở lại; tập trung đào tạo tại chỗ, nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ của đội ngũ nhân lực ngành, đảm bảo tính sẵn sàng phục vụ khách du lịch.

IV. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

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

1. Đối với Chính phủ: Xem xét, chỉ đạo các Bộ, ngành và UBND các tỉnh, thành phố chủ động triển khai các giải pháp liên quan nhằm hỗ trợ cho doanh nghiệp và người lao động trong ngành du lịch, đẩy mạnh thu hút khách du lịch đến Việt Nam.

Đề nghị Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với Bộ Công an xây dựng và triển khai Đề án phát triển du lịch gắn với mục tiêu phát triển kinh tế của Đề án phát triển ứng dụng dữ liệu về dân cư, định danh và xác thực điện tử phục vụ chuyên đổi số quốc gia giai đoạn 2022 - 2025, tầm nhìn đến năm 2030.

2. Đối với các Bộ, ngành

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố bố trí nguồn lực, đề xuất các cơ chế, chính sách để thực hiện khả thi, hiệu quả các mục tiêu phục hồi, phát triển du lịch.

- Đề xuất triển khai thực hiện chính sách thị thực điện tử với tất cả thị trường khách quốc tế, tăng thời gian miễn thị thực đối với các nước đã được áp dụng chính sách miễn thị thực.

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

- Phát huy vai trò cầu nối, nâng cao vai trò của cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài trong xúc tiến quảng bá du lịch, tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách quốc tế đến Việt Nam. Nghiên cứu, đề xuất tạo điều kiện thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam tại nước ngoài.

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

- Rà soát, kiến nghị các chính sách tài chính, thuế, hải quan để hỗ trợ doanh nghiệp du lịch, nâng cao năng lực, thu hút khách du lịch quốc tế. Hướng dẫn triển khai hiệu quả phương án sử dụng nguồn kinh phí từ Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch hỗ trợ cho các hoạt động xúc tiến du lịch tại nước ngoài.

- Tiếp tục nghiên cứu, tham mưu chính sách về an sinh xã hội; chính sách về đào tạo nghề, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, thành lập Hội đồng chứng nhận nghề du lịch.

- Điều chỉnh giá điện áp dụng cho các cơ sở lưu trú du lịch ngang bằng giá điện sản xuất. Nghiên cứu, đề xuất gói hỗ trợ ưu đãi tín dụng, tạo điều kiện cho hỗ trợ doanh nghiệp du lịch tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi.

3. Đối với các địa phương

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

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

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

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

4. Đối với doanh nghiệp, hiệp hội du lịch

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

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

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

ĐỔI MỚI CHÍNH SÁCH, TẠO ĐIỀU KIỆN THUẬN LỢI ĐI LẠI, THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Bộ Công an

Du lịch là ngành kinh tế mang tính đặc thù, tổng hợp, mang tính liên ngành, liên lĩnh vực, liên khu vực và cũng là ngành kinh tế tương đối nhạy cảm với các yếu tố an ninh, chính trị, cạnh tranh chiến lược, kinh tế, văn hóa... của các nước và an ninh phi truyền thống. Phục hồi và phát triển du lịch bền vững là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ của các ngành, các cấp. Thời gian qua, Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ đã có nhiều chỉ đạo quyết liệt trong triển khai các giải pháp đồng bộ để phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội, trong đó có lĩnh vực du lịch. Bộ Công an đã chủ động tham mưu Thủ tướng Chính phủ trong vấn đề đơn giản hóa thủ tục xuất nhập cảnh cho người nước ngoài vào Việt Nam và công tác đảm bảo an ninh, an toàn hoạt động phục hồi và phát triển du lịch. Trong đó, thực hiện nhiệm vụ của Thủ tướng Chính phủ giao tại Hội nghị thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam (tại thông báo số 05/TB-VPCP ngày 06/01/2023 của Văn phòng Chính phủ), Bộ Công an đã có văn bản đề nghị các Bộ, ngành, địa phương tổng kết thực hiện Luật nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, cư trú của người nước ngoài tại Việt Nam (sửa đổi, bổ sung năm 2019) để nghiên cứu, đề xuất điều chỉnh theo hướng tạo thuận lợi hơn nữa cho hoạt động xuất nhập cảnh; tiếp tục tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, cải tiến quy trình, thủ tục cấp và áp dụng thị thực điện tử tại các cửa khẩu quốc tế. Nổi lên một số vấn đề:

I. Tình hình và chính sách tạo điều kiện thuận lợi xuất nhập cảnh, đi lại cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam hiện nay

1. Về chính sách tạo điều kiện thuận lợi đi lại của các nước và Việt Nam

- Sau thời gian dài bị ảnh hưởng tiêu cực bởi dịch COVID-19, đa phần các quốc gia đã khôi phục các chính sách xuất nhập cảnh như thời gian trước dịch COVID-19. Một số quốc gia đã áp dụng các chính sách về thị thực linh hoạt hơn nhằm thu hút khách quốc tế như: Các Tiểu vương quốc Ả rập thống nhất (UAE) nới lỏng các tiêu chí, điều kiện cấp thị thực dài hạn; Thái Lan triển khai thị thực cư trú dài hạn lên tới 10 năm cho một số diện khách từ tháng 9/2022; Indonesia bổ sung thêm 12 quốc gia vào danh sách được cấp thị thực VoA, có giá trị lưu trú tối đa 30 ngày và chỉ được gia hạn 1 lần. Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia, Campuchia... cũng có những điều chỉnh về chính sách thị thực.

- Đối với Việt Nam, đến nay Bộ Công an đã triển khai thực hiện nhiều chính sách, giải pháp tạo điều kiện thuận lợi cho người nước ngoài xin nhập cảnh vào Việt Nam, như: ⁽¹⁾ Áp dụng giao dịch điện tử trong xét duyệt nhân sự nhập cảnh cho người nước ngoài và cấp thị thực điện tử đạt dịch vụ công trực tuyến cấp độ 4. Hồ sơ, thủ tục đơn giản và được thực hiện hoàn toàn trên môi trường Internet toàn cầu. Các cơ quan, tổ chức có thể nộp và nhận kết quả trả lời đề nghị xét

duyệt nhân sự qua hệ thống giao dịch điện tử trên Cổng thông tin của Bộ Công an, không cần trực tiếp đến Cơ quan quản lý xuất nhập cảnh làm thủ tục. Điều kiện để người nước ngoài được xét duyệt nhân sự nhập cảnh vào Việt Nam hiện nay cũng đơn giản hơn so với nhiều nước (không cần chứng minh tài chính, không cần lấy dấu vân tay, sinh trắc học...); người nước ngoài có nhiều lựa chọn trong việc đề nghị và nhận thị thực (tại cơ quan đại diện Việt Nam tại nước ngoài hoặc tại cửa khẩu quốc tế, qua giao dịch điện tử). Thời gian giải quyết việc cấp thị thực tại cửa khẩu quốc tế tối đa 3 ngày làm việc kể từ khi tiếp nhận hồ sơ (trường hợp gấp có thể trong 12 giờ và thực tế thường xem xét giải quyết trong ngày); ⁽²⁾ *Khôi phục chính sách miễn thị thực đơn phương cho công dân 13 quốc gia* đến hết ngày 14/3/2025 theo Nghị quyết 32/NQ-CP ngày 15/3/2022 của Chính phủ (Nhật Bản, Hàn Quốc, Đan Mạch, Na Uy, Phần Lan, Thụy Điển, Liên Bang Nga, Bê-la-rút, Vương Quốc Anh và Bắc Ireland, Pháp, Đức, Italia, Tây Ban Nha); *miễn thị thực song phương với 88 nước* (ngoài ra, có 02 hiệp định chưa xác định hiệu lực). *Áp dụng cấp thị thực điện tử (E-visa)* cho công dân 80 nước tại 38 cửa khẩu (tăng 05 cửa khẩu so với năm 2019); ⁽³⁾ *Áp dụng một số chính sách cấp thị thực mang tính đặc thù, gồm:* Cấp thị thực theo đoàn đối với khách du lịch tàu biển; miễn thị thực với thời hạn tạm trú 30 ngày cho người nước ngoài vào khu kinh tế ven biển (được Chính phủ quyết định áp dụng nếu đáp ứng đủ các điều kiện). Xét cấp thị thực phù hợp với thời gian quá cảnh cho người nước ngoài quá cảnh Việt Nam có nhu cầu vào nội địa tham quan du lịch; ⁽⁴⁾ *Ngoài ra*, đã bỏ quy định người nước ngoài nhập cảnh theo diện đơn phương miễn thị thực phải cách thời điểm xuất cảnh Việt Nam lần trước ít nhất 30 ngày. Triển khai quản lý hoạt động xuất nhập cảnh qua cổng kiểm soát tự động (Autogate) tại các cửa khẩu hàng không quốc tế từ 01/3/2023...

2. Một số vấn đề khó khăn, bất cập trong xây dựng, ban hành chính sách và công tác quản lý người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam

Qua công tác phòng ngừa, phát hiện, đấu tranh với các thế lực thù địch, các loại tội phạm trong, ngoài nước thời gian qua, Bộ Công an nhận thấy một số vấn đề gây khó khăn cho việc xây dựng và tham mưu ban hành các chính sách, pháp luật về xuất nhập cảnh cho người nước ngoài nhập cảnh vào Việt Nam, như:

- *Việt Nam là mục tiêu tấn công của các thế lực thù địch, phản động lưu vong, đối tượng chính trị, chống đối trong và ngoài nước; đồng thời, cũng là địa bàn các loại tội phạm người nước ngoài lợi dụng đứng chân hoạt động hết sức phức tạp, gây nhiều khó khăn cho công tác xây dựng, ban hành chính sách hài hòa giữa phát triển và bảo vệ ANQG, bảo đảm TTATXH.* Việt Nam có vị trí địa chính trị đặc biệt, bối cảnh, thể chế chính trị - xã hội khác so với nhiều nước trong, ngoài khu vực và ngày càng trở thành tâm điểm trong các cuộc cạnh tranh chiến lược nước lớn. Do vậy, Việt Nam cũng là mục tiêu tấn công, chống phá của các thế lực thù địch, đối tượng phản động lưu vong, chống đối, cơ hội chính trị, khủng bố, đối tượng hoạt động tuyên truyền dân chủ, nhân quyền “kiểu phương Tây” ở nước ngoài... Số này đã và đang triệt để lợi dụng các con đường công khai, hợp pháp, trong đó có du lịch để xâm nhập vào Việt Nam hoạt động “diễn biến hòa bình”, phá hoại nội bộ; thu thập thông tin bí mật nhà nước, tác

chiến tình báo; liên kết trong - ngoài hoạt động tác động thay đổi thể chế, chính sách; tiếp xúc, hậu thuẫn các đối tượng phản động, chống đối, cơ hội chính trị ở trong nước... diễn ra hết sức phức tạp, tinh vi, nguy hiểm.

Hoạt động tội phạm liên quan người nước ngoài qua đường du lịch đáng báo động, có tổ chức, quy mô lớn, với đủ mọi loại hình (hình sự, kinh tế, ma túy, môi trường, trật tự xã hội...), thậm chí có tính chất xuyên quốc gia, băng ô nhóm, vượt tầm kiểm soát, đặc biệt là thời điểm trước dịch COVID-19... Điển hình như vụ 395 đối tượng người nước ngoài vào Việt Nam tổ chức đánh bạc trên mạng tại khu đô thị Our City - Hải Phòng, 35 trường hợp tại Đà Nẵng; vụ 113 người nước ngoài sử dụng công nghệ cao lừa đảo chiếm đoạt tài sản tại Khánh Hòa và 12 trường hợp tại Quảng Ninh; 34 đối tượng sử dụng mạng đầu tư phi pháp, thao túng thị trường chứng khoán và 5 đối tượng làm phim đồi trụy tại Đà Nẵng; 06 đối tượng tại TP. HCM hoạt động “tín dụng đen”... Sau khi Việt Nam mở cửa du lịch quốc tế từ 15/3/2022, phát hiện nhiều trường hợp công dân nước ngoài nhập cảnh Việt Nam theo diện miễn thị thực đơn phương ở lại Việt Nam không xuất cảnh nhằm tránh chiến tranh, trốn nghĩa vụ quân sự, hoạt động vi phạm pháp luật, gây mất ANTT tại địa phương...

- *Công tác quản lý nhà nước về du lịch và quản lý nhà nước về ANQG trong lĩnh vực du lịch còn nhiều sơ hở, thiếu sót:* Công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch và các lĩnh vực liên quan du lịch thời gian qua vẫn còn nhiều tồn tại, hạn chế, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, cá nhân hoạt động du lịch lợi dụng để trục lợi, hoạt động vi phạm pháp luật, gây phức tạp về an ninh, trật tự. Tình trạng doanh nghiệp không cập nhật, báo cáo thay đổi về người đại diện pháp luật, chủ sở hữu, địa chỉ trụ sở; doanh nghiệp “ma”; doanh nghiệp vi phạm quy định về người điều hành hoạt động kinh doanh lữ hành, không thực hiện đúng chế độ lưu giữ hồ sơ, không có hợp đồng lữ hành; hướng dẫn viên tiếp tay cho người nước ngoài làm hướng dẫn “chui” tại Việt Nam... diễn biến phức tạp. Trong khi đó, công tác hậu kiểm, thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm gặp nhiều khó khăn, là điều kiện cho người nước ngoài vào Việt Nam hoạt động vi phạm pháp luật và các thế lực thù địch lợi dụng đưa người trà trộn hoạt động xâm phạm ANQG. Công tác quản lý cư trú, hoạt động của người nước ngoài tại Việt Nam hiện nay cũng còn nhiều hạn chế về cơ sở vật chất, công nghệ, kỹ thuật, lực lượng... Tỷ lệ người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam theo diện miễn thị thực đơn phương không có thông tin khai báo tạm trú, quá hạn tạm trú thường cao hơn so với người nước ngoài nhập cảnh bằng thị thực điện tử hoặc thị thực.

- *Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch tại nước ngoài và tuyên truyền, hỗ trợ cho người nước ngoài các thủ tục nhập cảnh vào Việt Nam còn hạn chế:* Ngoài các thị trường trọng điểm (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản...), đa phần các thị trường khách Châu Âu, Châu Mỹ, Trung Á, Trung Đông, Châu Phi... còn hạn chế khả năng tiếp cận với các sản phẩm du lịch, chính sách, thủ tục xin cấp thị thực nhập cảnh vào Việt Nam còn hạn chế, khó khăn. Trong đó, một phần là do công tác quảng bá xúc tiến du lịch của Việt Nam tại nước ngoài cũng như tuyên truyền, hỗ trợ người nước ngoài còn hạn chế; chưa thường xuyên, liên tục. Ngoài ra, còn hạn chế về đa dạng hóa ngôn ngữ các trang thông tin chính thức

của Việt Nam liên quan các thủ tục, hồ sơ xin thị thực nói chung và thị thực điện tử (E-visa) nhập cảnh Việt Nam nói riêng.

- *Tình hình an ninh, chính trị thế giới, khu vực đang và sẽ tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường với các thách thức an ninh truyền thống và phi truyền thống ngày càng gia tăng, sẽ là thách thức không nhỏ với hoạt động phục hồi du lịch:* Nổi bật như cuộc chiến giữa Nga - Ucraina đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến môi trường an ninh, chính trị, kinh tế các nước Châu Âu và toàn cầu; chiến tranh thương mại, giá nhiên liệu, tỷ lệ lạm phát, thất nghiệp... gia tăng, quá trình phục hồi kinh tế toàn cầu và thói quen đi du lịch, xu hướng du lịch của người dân các nước có nhiều thay đổi và bị chi phối, ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố mới, trong đó có các vấn đề an ninh phi truyền thống (dịch bệnh, thiên tai, khủng hoảng năng lượng, môi trường...) đang và sẽ tiếp tục tác động tiêu cực không nhỏ đến quá trình phục hồi, phát triển của ngành du lịch thế giới và Việt Nam.

II. Một số kiến nghị giải pháp nhằm tiếp tục tạo thuận lợi cho người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam, thúc đẩy phục hồi và phát triển du lịch

Từ kết quả triển khai các nhiệm vụ, giải pháp tạo thuận lợi cho người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam du lịch, đánh giá các yếu tố về an ninh, quốc phòng, Bộ Công an kiến nghị một số giải pháp nhằm phục hồi, phát triển du lịch, bảo vệ ANQG, bảo đảm TTATXH trong lĩnh vực du lịch thời gian tới, cụ thể:

Một là, tiếp tục hoàn thiện thể chế, chính sách, pháp luật về xuất nhập cảnh cho người nước ngoài vào Việt Nam du lịch: ⁽¹⁾ Bộ Công an sẽ chủ trì, phối hợp các Bộ, ngành để đánh giá, đề xuất mở rộng danh sách các quốc gia được cấp thị thực điện tử (E-visa) và tại tất cả các cửa khẩu nếu không có trở ngại về ANQG. Hiện nay vẫn còn nhiều cơ quan, doanh nghiệp đánh giá chính sách thị thực là “nút thắt”, “rào cản” cho sự phục hồi và phát triển du lịch, Bộ Công an thấy rằng, các Bộ, ngành, địa phương cần thống nhất tinh thần chỉ đạo của Chính phủ (gần đây là ý kiến chỉ đạo của Đ/c Vũ Đức Đam, nguyên Phó Thủ tướng Chính phủ tại Hội nghị Ban Chỉ đạo Nhà nước về du lịch tháng 8/2022) về việc áp dụng thị thực điện tử (E-Visa) là giải pháp quan trọng hàng đầu để tạo thuận lợi thu hút khách du lịch người nước ngoài vào Việt Nam; ⁽²⁾ Tổng kết, đánh giá việc thực hiện Luật nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, cư trú của người nước ngoài tại Việt Nam để báo cáo Chính phủ, đề xuất Quốc hội sửa đổi, bổ sung theo hướng tạo thuận lợi hơn nữa cho người nước ngoài nhập cảnh vào Việt Nam. Nghiên cứu các vấn đề về nâng thời gian tạm trú cho người nước ngoài tại Việt Nam; cho phép Chính phủ điều chỉnh, ban hành các kiểu/loại thị thực và thời hạn thị thực, thời hạn tạm trú linh hoạt hơn mà không phải sửa đổi luật (cấp thị thực dài hạn cho người nước ngoài nghỉ hưu có thu nhập cao; nhóm khách “du mục kỹ thuật số”...); ⁽³⁾ Đề nghị Bộ Ngoại giao chủ trì, sớm có đánh giá việc thực hiện chính sách miễn thị thực đơn phương, làm cơ sở đề xuất gia hạn hoặc mở rộng chính sách này; xây dựng lộ trình, tiêu chí áp dụng miễn thị thực đơn phương. Tăng cường đàm phán, nâng cấp các hiệp định, thỏa thuận miễn thị thực song phương theo hướng cho phép miễn thị thực với hộ chiếu phổ thông trên tinh thần “có đi, có lại”.

Hai là, đẩy mạnh hiện đại hóa công tác quản lý xuất nhập cảnh, quá cảnh, cư trú của người nước ngoài nhập cảnh Việt Nam. Bộ Công an sẽ xây dựng và triển khai Đề án tăng cường công tác quản lý xuất nhập cảnh, quá cảnh, cư trú của người nước ngoài tại Việt Nam, trong đó một trong những nội dung quan trọng là vấn đề nâng cấp, hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho việc tiếp nhận, xử lý thông tin cấp thị thực (trọng tâm là thị thực điện tử) và quản lý cư trú của người nước ngoài nhập cảnh vào Việt Nam. Xây dựng và vận hành hiệu quả hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về quản lý xuất nhập cảnh vào công tác bảo vệ ANQG và bảo đảm TTATXH.

Ba là, tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến du lịch tại nước ngoài; tuyên truyền, phổ biến chính sách nhập cảnh và hỗ trợ khách du lịch nước ngoài về các thủ tục nhập cảnh nhanh chóng vào Việt Nam, nhất là thị thực điện tử (E-visa): Bộ Công an nhận thấy đây là vấn đề thời gian qua các Bộ, ngành, địa phương và các doanh nghiệp chưa làm tốt, chưa giúp cho người nước ngoài có nhu cầu vào Việt Nam du lịch tiếp cận được với các chính sách, thủ tục cởi mở của Việt Nam, dẫn đến việc người nước ngoài ngại đến Việt Nam. Liên quan vấn đề này, Bộ Công an đề nghị: ⁽¹⁾ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp Bộ Ngoại giao tăng cường xây dựng các chương trình quảng bá, xúc tiến du lịch ở nước ngoài, trong đó ngoài các nội dung quảng bá sản phẩm du lịch, đất nước, con người, văn hóa Việt Nam, cần lồng ghép, tuyên truyền các chính sách và hỗ trợ cho người nước ngoài các thủ tục xuất nhập cảnh Việt Nam, nhất là bằng thị thực điện tử. ⁽²⁾ Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Ngoại giao và các Tập đoàn, doanh nghiệp công nghệ thông tin phối hợp Bộ Công an trong quá trình xây dựng, nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật, đa dạng hóa các ngôn ngữ để người nước ngoài dễ dàng tiếp cận các chính sách thị thực nói chung và việc cấp thị thực điện tử cho người nước ngoài nói riêng; ⁽³⁾ Bộ Ngoại giao tăng cường chỉ đạo các cơ quan đại diện ngoại giao Việt Nam tại nước ngoài phát huy vai trò đầu tàu thực hiện nhiệm vụ đưa hình ảnh đất nước, con người, văn hóa và chính sách hợp tác quốc tế, thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam; huy động, thúc đẩy các nguồn lực xã hội, nhất là của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch có văn phòng đại diện ở nước ngoài trong công tác hướng dẫn, hỗ trợ khách du lịch nước ngoài nhập cảnh vào Việt Nam du lịch theo quy định của pháp luật.

Bốn là, tạo môi trường đảm bảo an ninh, an toàn làm nền tảng để thúc đẩy các chính sách mở cửa, hội nhập quốc tế và phát triển du lịch. Quán triệt tinh thần chung mở cửa đón khách đi kèm các giải pháp quản lý hiệu quả. Thống nhất nhận thức công tác bảo vệ ANQG, bảo đảm TTATXH trong lĩnh vực du lịch trong tình hình mới là nhiệm vụ chung của cả hệ thống chính trị, của tất cả các cấp, các ngành, trong đó lực lượng Công an là nòng cốt. Đề nghị các Bộ, ngành, địa phương, các đơn vị, tổ chức, cá nhân kinh doanh du lịch chấp hành nghiêm các quy định của pháp luật trong hoạt động du lịch, quản lý khách du lịch và phối hợp chặt chẽ với lực lượng Công an các cấp đẩy mạnh công tác phòng ngừa, phát hiện, đấu tranh ngăn chặn các hành vi lợi dụng du lịch hoạt động xâm phạm ANQG, TTATXH, đảm bảo môi trường phát triển du lịch. Tiếp tục quán triệt, triển khai hiệu quả Chỉ thị 10/CT-TTg ngày 31/3/2021 của Thủ

tướng Chính phủ về công tác bảo vệ ANQG, bảo đảm TTATXH trong lĩnh vực du lịch trong tình hình mới. Tăng cường công tác phối hợp hậu kiểm, thanh tra, kiểm tra, xử lý các hành vi vi phạm pháp luật của các tổ chức, cá nhân hoạt động du lịch, nhất là các hành vi lợi dụng chủ trương, chính sách mở cửa, thông thoáng của Đảng, Nhà nước để trục lợi./.

PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI HẠ TẦNG, KẾT NỐI GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Bộ Giao thông vận tải

Được sự quan tâm, chỉ đạo quyết liệt của Đảng, Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ; sự phối hợp chặt chẽ của các ban, bộ, 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 dịch vụ vận tải, kết cấu hạ tầng giao thông 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 các lĩnh vực như sau:

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

Ngay từ đầu năm, 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, Bộ GTVT đã hoàn thành, trình Chính phủ ban hành 8/8 Nghị định, ban hành 49 Thông tư theo thẩm quyền, đạt 100% kế hoạch.

Bên cạnh đó, Bộ GTVT đã thực hiện tổng kết các Luật chuyên ngành theo đúng chương trình, kế hoạch đề ra. Bộ trưởng Bộ GTVT đã ban hành Quyết định về kế hoạch tổng kết, xây dựng Luật Đường sắt Việt Nam (sửa đổi, bổ sung), Luật Hàng không dân dụng Việt Nam (sửa đổi) và đang được các cơ quan, đơn vị tập trung triển khai. Thực hiện chủ trương đẩy mạnh phân cấp, phân quyền theo chỉ đạo của Chính phủ, đến nay Bộ GTVT đã hoàn thành trình Chính phủ 02 Nghị định, Bộ trưởng Bộ GTVT đã ban hành 04 Thông tư, đạt 100% yêu cầu.

2. Về công tác xây dựng chiến lược, quy hoạch

Cụ thể hóa các mục tiêu, nhiệm vụ về phát triển kết cấu hạ tầng giao thông đã đề ra theo Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng và các văn kiện của Đại hội, Bộ GTVT đã hoàn thành 5/5 quy hoạch ngành quốc gia, được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt 04/05 quy hoạch (*các lĩnh vực đường bộ, đường sắt, hàng hải, đường thủy nội địa, quy hoạch về lĩnh vực hàng không đã được Hội đồng thẩm định quốc gia thông qua, đang hoàn chỉnh để trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt*), là một trong những bộ hoàn thành công tác lập quy hoạch sớm nhất.

3. Về hoạt động vận tải và đảm bảo trật tự, ATGT

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 31/12/2022, so với cùng kỳ, khối lượng hàng hóa tăng 23,7%; luân chuyển hàng hóa tăng 29,4% [1], khối lượng vận chuyển hành khách tăng 52,8%; luân chuyển hành khách tăng 78,3% so với cùng kỳ [2]. Đáng chú ý là vận tải hành khách ngành hàng không và đường sắt

tăng trưởng 3 con số. Vận tải đường sắt bắt đầu có lãi sau 2 năm liên tục thua lỗ do ảnh hưởng của đại dịch. Theo đánh giá của Hiệp hội vận tải hàng không quốc tế (IATA), Việt Nam đứng vị trí số 1 trong 25 nước có thị trường hàng không nội địa phục hồi nhanh nhất thế giới; theo Tạp chí Lloyd's List của Anh, Việt Nam có 3 cảng nằm trong top 50 cảng container có lưu lượng hàng hóa qua cảng lớn nhất thế giới gồm: Cảng TP. Hồ Chí Minh (đứng thứ 22), Cảng Hải Phòng (đứng thứ 28), Cảng Cái Mép (đứng thứ 32).

Công tác bảo đảm TTATGT là một trong những nhiệm vụ trọng tâm được Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ - Chủ tịch Ủy ban ATGT Quốc gia quan tâm chỉ đạo thường xuyên, liên tục. Trong năm qua, Bộ GTVT đã phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành, địa phương đẩy mạnh thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật TTATGT; xây dựng, ban hành nhiều văn bản, công điện, kế hoạch để thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp về bảo đảm TTATGT. Trên cả nước tai nạn giao thông (TNGT) năm 2022 xảy ra 11.457 vụ, làm chết 6.397 người, bị thương 7.804 người. **So với năm 2019, số vụ TNGT giảm 6.216 vụ (-35,2%), giảm 1.246 người chết (-16,3%), giảm 5.841 người bị thương (-42,81%).** So với năm 2021, giảm 38 vụ (-0,33%), tăng 598 người chết (10,31%), giảm 214 người bị thương (-2,67%).

4. Công tác đầu tư xây dựng phát triển kết cấu hạ tầng giao thông

Trong giai đoạn 2021 - 2025, Quốc hội, Chính phủ tiếp tục ưu tiên bố trí nguồn lực lớn để phát triển kết cấu hạ tầng giao thông, trong đó ưu tiên các dự án quan trọng có tính chất động lực phục vụ phát triển kinh tế xã hội, với mục tiêu đến năm 2025 cả nước ta sẽ có khoảng 3.000 km đường bộ cao tốc và cơ bản hoàn thành tuyến đường bộ cao tốc Bắc - Nam phía Đông từ Lạng Sơn đến Cà Mau, hoàn thành giai đoạn 1 Cảng hàng không Quốc tế Long Thành, chuẩn bị đầu tư đường sắt tốc độ cao Bắc - Nam và triển khai một số dự án nâng cấp, đầu tư mới các cảng hàng không, cảng biển, luồng hàng hải - đường thủy nội địa quan trọng khác.

Việc triển khai đầu tư, phát triển kết cấu hạ tầng giao thông được đặc biệt chú trọng với tư duy mới, cách làm mới đảm bảo cả 3 mục tiêu “chất lượng, tiến độ, hiệu quả”. Chỉ riêng năm 2022, Chính phủ đã trình và được Quốc hội khóa XV thông qua chủ trương đầu tư 6 dự án quan trọng quốc gia, trong đó chỉ riêng Kỳ họp lần thứ III, đã thông qua 5 dự án. Vượt qua nhiều khó khăn, thách thức để hoàn thành và đưa vào khai thác đảm bảo chất lượng 22 dự án; trong đó có nhiều dự án quan trọng như đường cao tốc đoạn Cam Lộ - La Sơn, đường cát hạ cánh tại 2 Cảng Hàng không Nội Bài, Tân Sơn Nhất, 02 dự án đường sắt trên tuyến ĐS Hà Nội - TP. HCM, thông xe tuyến chính 3 dự án thành phần đường cao tốc Bắc - Nam giai đoạn 1. Hoàn thiện toàn bộ thủ tục theo đúng quy định pháp luật để khởi công 18 dự án động lực như nhà ga T3 CHK Quốc tế Tân Sơn Nhất, cầu Rạch Miễu 2 và đặc biệt lần đầu tiên ngành GTVT tổ chức khởi công đồng loạt theo hình thức trực tuyến dự án đường bộ cao tốc Bắc - Nam phía Đông với 12 dự án thành phần. Đáng chú ý là, tính từ thời điểm phê duyệt chủ trương đầu tư đến thời điểm khởi công chỉ chưa đầy 1 năm, rút ngắn hơn một nửa thời gian chuẩn bị so với trước đây. Công tác điều hành kế hoạch vốn kịp

thời, linh hoạt. Tỷ lệ giải ngân tiếp tục duy trì trong nhóm đầu của các bộ ngành. Tính đến 31/12/2022, Bộ GTVT giải ngân lên đến 47.905 tỷ, khoảng 87% kế hoạch bao gồm cả phần vốn chỉ mới được giao bổ sung vào tháng 10/2022 so với bình quân cả nước khoảng hơn 75%; dự kiến hết năm tài chính, sẽ giải ngân được 95,7% tổng kế hoạch được giao.

5. Về công tác quản lý, bảo trì kết cấu hạ tầng giao thông (KCHTGT); phòng, chống lụt bão

Năm 2022, Bộ GTVT tiếp tục ưu tiên dành nguồn lực cho công tác bảo trì và triển khai các giải pháp siết chặt hoạt động bảo trì nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng của hệ thống KCHTGT. Bên cạnh việc theo dõi, chỉ đạo, phê duyệt, điều chỉnh kế hoạch bảo trì, Bộ GTVT thường xuyên tổ chức thanh tra, kiểm tra để chỉ đạo tháo gỡ khó khăn, kịp thời phát hiện, xử lý ngay vi phạm trong thực hiện công tác bảo trì đối với 160 tuyến quốc lộ với tổng chiều dài khoảng 25.173km; 3.315km đường sắt quốc gia; 7.071 km luồng đường thủy nội địa quốc gia; 34 cảng biển với tổng số bến cảng được công bố là 296 bến cảng với khoảng 96,7km chiều dài cầu cảng, 45 luồng hàng hải công cộng với tổng chiều dài là 1.091 km và 34 luồng hàng hải chuyên dùng; 22 cảng hàng không, sân bay mà Bộ GTVT đang quản lý.

Đánh giá chung

Mặc dù phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức cùng với việc triển khai cùng lúc nhiều nhiệm vụ quan trọng, phức tạp nhưng được sự quan tâm chỉ đạo, điều hành quyết liệt, toàn diện, sáng tạo, khoa học, linh hoạt, bài bản, kịp thời của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, các Phó Thủ tướng Chính phủ, tập thể lãnh đạo Bộ, các cán bộ, công chức, viên chức, người lao động ngành GTVT đã thể hiện tinh thần đoàn kết, trách nhiệm cao, tích cực đổi mới tư duy, cách thức tổ chức thực hiện với sự cố gắng, nỗ lực, làm việc không kể ngày đêm để hoàn thành với tốc độ nhanh nhất và chất lượng tốt nhất các nhiệm vụ được giao, cụ thể:

(1) Công tác xây dựng, hoàn thiện thể chế, chính sách pháp luật tiếp tục được triển khai quyết liệt, kịp thời, hiệu quả; chất lượng văn bản QPPL ban hành được cải thiện, đáp ứng yêu cầu đòi hỏi của thực tiễn, góp phần cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

(2) Bộ GTVT là một trong số các bộ, ngành hoàn thành các quy hoạch ngành quốc gia, sớm hơn 01 năm so với yêu cầu của Chính phủ. Việc triển khai thành công các quy hoạch sẽ bảo đảm lựa chọn được đúng trọng tâm, trọng điểm đầu tư, huy động và sử dụng hợp lý các nguồn lực để thực hiện thành công các mục tiêu về phát triển kết cấu hạ tầng đã được Đại hội Đảng đề ra.

(3) 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 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. Đáng chú ý là vận tải hành khách ngành hàng không và đường sắt tăng

trường 3 con số. Vận tải đường sắt bắt đầu có lãi sau 2 năm liên tục thua lỗ do ảnh hưởng của đại dịch.

(4) Công tác chuẩn bị đầu tư được thực hiện hết sức khẩn trương, kỹ lưỡng, chặt chẽ, đáp ứng yêu cầu về chất lượng và tiến độ, đặc biệt đã hoàn thành, trình Quốc hội thông qua chủ trương đầu tư 06 dự án quan trọng quốc gia theo đúng tiến độ yêu cầu, được Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ ghi nhận, đánh giá cao.

(5) Công tác thi công các dự án, công trình hạ tầng giao thông tiếp tục được triển khai quyết liệt, cơ bản đáp ứng được yêu cầu. Đặc biệt, đã hoàn thành một khối lượng công việc lớn trong thời gian ngắn để kịp thời khởi công đồng loạt 12 dự án thành phần cao tốc Bắc - Nam phía Đông giai đoạn 2021-2025 theo đúng chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ.

(6) Công tác giải ngân vốn đầu tư công tiếp tục có nhiều chuyển biến, đạt được mục tiêu đề ra, đến thời điểm hiện tại Bộ GTVT tiếp tục là một trong những bộ ngành có tiến độ giải ngân cao hơn mức bình quân chung của cả nước.

(7) Công tác quản lý bảo trì KCHTGT, phòng, chống thiên tai tiếp tục được cải thiện, hiệu quả, đảm bảo nhu cầu đi lại của nhân dân và phục vụ phát triển kinh tế xã hội của vùng, địa phương, đất nước.

II. CÁC NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP TRỌNG TÂM THỜI GIAN TỚI

Trên cơ sở phát huy, kế thừa những kết quả đạt được, khắc phục các tồn tại, hạn chế của năm 2022, Bộ GTVT bám sát các chủ trương, chỉ đạo của Đảng, Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, phương châm hành động theo từng năm của Chính phủ, tập trung thực hiện tốt các nhiệm vụ, kế hoạch của năm 2023, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng và Nghị quyết của Quốc hội về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025. Với phương châm hành động **“Đoàn kết, kỷ cương; bản lĩnh, linh hoạt; đổi mới, sáng tạo; kịp thời, hiệu quả”**, Bộ GTVT dự kiến triển khai các mục tiêu 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.

- Phân đầu sản lượng vận tải năm 2023 về hàng hóa (Tấn) tăng khoảng 7%, hành khách (HK) tăng khoảng 8% so với năm 2022. Khối lượng hàng hóa thông qua cảng biển dự kiến đạt khoảng 755 triệu tấn, tăng khoảng 4% so với năm 2022.

3. Về bảo đảm trật tự, an toàn giao thông, tiếp tục kéo giảm TNGT từ 5-10% cả 3 tiêu chí về số vụ, số người chết, bị thương so với năm 2022.

4. Về kế hoạch đầu tư phát triển: Hoàn thiện thủ tục đầu tư để khởi công 23 Dự án [3], hoàn thành 29 Dự án; phân đấu giải ngân tối thiểu 90% kế hoạch năm 2023 được Thủ tướng Chính phủ giao (được giao khoảng 94.161 tỷ đồng).

5. Về công tác quản lý, khai thác, bảo trì KCHTGT: Đảm bảo khả năng khai thác an toàn, hiệu quả của hệ thống KHCTGT các lĩnh vực./.

(1) Trong đó, vận chuyển hàng hóa 12 tháng các ngành: hàng không (+3%), đường bộ (+22,7%), đường thủy (+26,9%), đường biển (+27,9%), đường sắt (+9%).

(2) Trong đó, vận chuyển hành khách 12 tháng các ngành: hàng không (+224,6%), đường biển (+56,7%), đường sắt (+205,6%), đường bộ (+51,6%), đường thủy (+52,9%).

(3) Gồm: 02 dự án quan trọng quốc gia, 01 dự án nhóm A, 20 dự án nhóm B, C, hoàn thành 29 dự án trong năm 2023 (gồm: 07 dự án thành phần trên tuyến cao tốc Bắc Nam phía Đông giai đoạn 1, 03 dự án nhóm A, 19 dự án nhóm B, C).

NÂNG CAO HIỆU QUẢ PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP, NÔNG THÔN

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Kính thưa Đ/c Phạm Minh Chính, Ủy viên Bộ Chính trị, Thủ tướng Chính phủ,

Kính thưa Đ/c Trần Hồng Hà, Ủy viên BCH Trung ương, Phó Thủ tướng Chính phủ,

Thưa các đồng chí Lãnh đạo các Bộ, ngành Trung ương, các địa phương,

Thưa toàn thể Hội nghị,

Trước tiên, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đánh giá cao và đồng tình với báo cáo của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về thực trạng và những giải pháp đột phá phát triển du lịch Việt Nam trong thời gian tới. Chúng tôi cũng chia sẻ với những khó khăn của ngành du lịch trong 03 năm qua, đặc biệt là ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID-19.

Thực hiện Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững đến năm 2030, tầm nhìn 2045 (đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt), Bộ Nông nghiệp và PTNT đã ban hành Kế hoạch hành động triển khai Chiến lược, trong đó khẳng định: *Phát triển du lịch nông thôn được xác định là một trong những giải pháp căn cơ, động lực thúc đẩy xây dựng nông thôn mới bền vững, góp phần phát huy lợi thế, giá trị khác biệt của nông nghiệp, nông thôn và nông dân; đồng thời nông thôn mới là nền tảng hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển đa dạng, bền vững của du lịch nông nghiệp, nông thôn.* Bên cạnh đó, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025 (thuộc Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới), đây là cơ sở, định hướng quan trọng để Bộ Nông nghiệp và PTNT, các bộ, ngành và địa phương tập trung trí tuệ, nguồn lực để phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn theo hướng đặc sắc, độc đáo và bền vững.

Thời gian qua, nhất là từ năm 2021 đến nay, du lịch nông nghiệp, nông thôn đã có sự phát triển mạnh mẽ, nhiều mô hình du lịch nông thôn đã hình thành ở nhiều địa phương, phát huy hiệu quả, trở thành điểm đến thu hút sự quan tâm của du khách, dựa trên thế mạnh, đặc sắc của mỗi địa phương (về sản phẩm nông nghiệp, cảnh quan, văn hoá lịch sử, ẩm thực...). Tuy nhiên, du lịch nông nghiệp, nông thôn vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế, cụ thể là: (1) Công tác quy hoạch du lịch nông nghiệp, nông thôn còn thiếu trọng tâm, chưa phù hợp với tiềm năng lợi thế, đặc trưng của nhiều địa phương; (2) Nhiều mô hình du lịch nông thôn còn tự phát, manh mún, quy mô nhỏ và trùng lặp, chưa khai thác được thế mạnh về điều kiện tự nhiên, văn hóa và tài nguyên nông nghiệp của địa phương; (3) Sản phẩm du lịch còn đơn điệu, chưa đặc sắc, chưa gắn với đặc thù và sản phẩm đặc sản của từng địa phương, còn mang tính tự phát và mùa vụ; (4) Hoạt động kết nối, liên kết điểm, tuyến du lịch còn hạn chế, đặc biệt là sự kết nối liên tỉnh, liên vùng,...

Trên tinh thần đó, Bộ Nông nghiệp và PTNT đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn trong thời gian tới, cụ thể như sau:

- *Thứ nhất*, đây là thời điểm quan trọng để thay đổi tư duy về cách làm du lịch nông nghiệp, nông thôn; cơ hội để định hình lại, khắc phục tình trạng manh mún, nhỏ lẻ và trùng lặp của du lịch nông nghiệp, nông thôn của Việt Nam. Theo thống kê chưa đầy đủ, hiện nay cả nước có khoảng hơn 500 mô hình du lịch nông nghiệp, nông thôn đang hoạt động, nhưng thực trạng chung của các mô hình đó là: (1) manh mún, tự phát, hướng đến nhu cầu địa phương (khách du lịch nội địa, địa phương); (2) chất lượng dịch vụ du lịch đơn giản, chậm đổi mới, chưa đáp ứng yêu cầu khách du lịch,... (3) thiếu kết nối, đặc biệt là hình thành các điểm đến gắn với tour, tuyến du lịch quốc tế; (4) hoạt động quảng bá, giới thiệu điểm đến chưa được quan tâm, chú trọng,... Do đó, tư duy phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn cần phải theo hướng “**đa dạng trong sự thống nhất**”, đa dạng về sản phẩm, điểm đến gắn với đặc trưng vùng miền, nhưng thống nhất về chiến lược kết nối và hỗ trợ.

- *Thứ hai*, vấn đề **quy hoạch** cần phải được quan tâm, đặc biệt là đưa quy hoạch du lịch nông nghiệp, nông thôn trở thành một loại hình du lịch chính trong Quy hoạch hệ thống du lịch quốc gia. Quy hoạch du lịch nông nghiệp, nông thôn cần dựa trên cơ sở tài nguyên nông nghiệp, nông thôn, giá trị cảnh quan, làng nghề, ẩm thực, văn hóa đa dạng (*các giá trị văn hóa phi vật thể như lễ hội, nghệ thuật trình diễn dân gian, phong tục tập quán, nghề thủ công truyền thống, văn hóa cộng đồng các dân tộc anh em rất bản sắc...*). Đây là điều kiện và tiền đề rất quan trọng để cơ cấu lại du lịch nông nghiệp, nông thôn; cơ sở để các địa phương phát triển sản phẩm du lịch gắn với nông thôn, hấp dẫn du khách trong và ngoài nước.

- *Thứ ba*, phát triển du lịch nông thôn theo hướng **bền vững, bao trùm** và đa giá trị, phù hợp với nhu cầu thị trường trên cơ sở sử dụng hiệu quả, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, làng nghề, các hoạt động nông nghiệp và môi trường sinh thái đặc trưng vùng miền, gắn với chuyển đổi số và đổi mới, sáng tạo. Trong đó, đẩy mạnh phát triển sản phẩm du lịch đặc sắc, độc đáo, khác biệt, gắn với bản sắc, đặc trưng vùng miền, có tính trải nghiệm và giá trị gia tăng cao, theo định hướng của thị trường và phù hợp với nhu cầu của từng đối tượng du khách. Định hình xu hướng, đặc điểm về du lịch nông nghiệp, nông thôn gắn với từng vùng, miền. Bên cạnh đó, tạo không gian đổi mới, sáng tạo, hình thành sản phẩm mới (*xanh và bền vững*), gắn với thị hiếu của người tiêu dùng, trên nền tảng phát huy các giá trị văn hóa, tri thức bản địa của từng địa phương. Phát triển hài hòa, lấy cộng đồng làm trung tâm, là cơ sở để phát triển sản phẩm du lịch, đặc biệt là gắn với bảo tồn, phục dựng và phát triển các làng nghề, ẩm thực, trang phục truyền thống và hoạt động nông nghiệp, loại hình biểu diễn văn hóa, thể thao,...; phục dựng mô hình sản xuất các sản phẩm đặc sản, truyền thống... để phục vụ khách du lịch thông qua các trải nghiệm thực tế; bảo tồn và phát huy các không gian văn hóa, di tích văn hoá, lịch sử, cách mạng.

- *Thứ tư, tăng cường kết nối*: Du lịch nông nghiệp, nông thôn khó có thể phát triển đơn lẻ, cần sự kết nối chặt chẽ nhằm hình thành các tour, tuyến chất lượng, đa dạng và có sức hấp dẫn. Đẩy mạnh sự kết nối, hỗ trợ giữa các cộng đồng du lịch

với nhau và giữa du lịch nông nghiệp, nông thôn với các điểm du lịch nổi tiếng, du lịch lễ hành. Đẩy mạnh chuyển đổi số, kết nối giữa du lịch nông nghiệp, nông thôn, hình thành các “điểm đến vệ tinh” với các trung tâm du lịch lớn nhằm lan tỏa những điểm đến ở nông thôn, đặc biệt là đối với khách du lịch quốc tế.

- *Thứ năm*, cần thay đổi cách làm về **quảng bá, giới thiệu** du lịch nông nghiệp, nông thôn ở cả tầm quốc gia và địa phương. Thúc đẩy chương trình quốc gia về xúc tiến du lịch nông nghiệp nông thôn, dựa trên lợi thế của hoạt động sản xuất nông nghiệp, đặc trưng văn hóa, sinh thái của các địa phương. Bên cạnh các hoạt động xúc tiến khách du lịch lễ hành, du lịch nông nghiệp, nông thôn cũng cần trở thành một điểm nhấn, một sự kiện trọng tâm ở tầm quốc gia. Cùng với đó, mỗi điểm đến du lịch nông nghiệp, nông thôn cần có một **câu chuyện cảm xúc**, nó không chỉ giúp quảng bá, giới thiệu đến du khách, mà còn tạo động lực khơi dậy sự đoàn kết, hỗ trợ của cộng đồng trong làm du lịch.

- *Thứ sáu*, tập trung **tháo gỡ các khó khăn về cơ chế, chính sách**: Các cơ quan trung ương cần tập trung nghiên cứu, tháo gỡ các khó khăn về cơ chế, chính sách cho du lịch nông nghiệp, nông thôn, đặc biệt là chính sách đất đai, thu hút đầu tư vào du lịch. Bên cạnh đó, sự đa dạng và đặc thù của du lịch nông nghiệp, nông thôn yêu cầu mỗi địa phương cần có chính sách hỗ trợ cụ thể, dựa trên điều kiện và yêu cầu của từng địa phương, từng loại hình du lịch. Các chính sách hỗ trợ về phát triển hạ tầng, hỗ trợ sản xuất, văn hóa, môi trường,... cũng phải được xem xét, lồng ghép để hỗ trợ, hình thành các điểm du lịch nông nghiệp, nông thôn./.

LÀM MỚI SẢN PHẨM VÀ ĐẨY MẠNH SỐ HÓA TRONG BỐI CẢNH PHỤC HỒI VÀ TĂNG TỐC PHÁT TRIỂN DU LỊCH

UBND thành phố Hà Nội

Kính thưa Đ/c Phạm Minh Chính - Ủy viên Bộ Chính trị, Thủ tướng Chính phủ,

Kính thưa Đ/c Trần Hồng Hà - Phó Thủ tướng Chính phủ,

Kính thưa các Đ/c Lãnh đạo các Bộ, Ban, ngành, địa phương trong cả nước,

Kính thưa các quý vị đại biểu, thưa các đồng chí!

Đối với Thủ đô Hà Nội, trước đại dịch COVID-19, lĩnh vực du lịch đã cho thấy được vai trò quan trọng, là một ngành kinh tế, đã đóng góp đáng kể vào chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế của Thành phố; năm 2019, đóng góp của ngành du lịch (cả trực tiếp và gián tiếp) chiếm tỷ trọng khoảng 12,54% GRDP Thành phố.

Vì vậy, trong điều kiện mới hiện nay, Thành phố tiếp tục xác định đẩy mạnh cơ cấu lại toàn diện lĩnh vực du lịch, có các giải pháp đồng bộ về hạ tầng, sản phẩm, doanh nghiệp, môi trường du lịch để phục hồi và tăng trưởng bền vững. Trong đó, Thành phố ưu tiên chỉ đạo triển khai 02 nhóm giải pháp: Xây dựng các sản phẩm du lịch đặc sắc hấp dẫn trên cơ sở làm mới các sản phẩm du lịch Thủ đô và đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch Thành phố. Cụ thể:

*** Đối với nhóm giải pháp làm mới các sản phẩm du lịch**, Thành phố đã và đang chỉ đạo triển khai hiệu quả công tác nâng cấp chất lượng sản phẩm du lịch, đi kèm đến du lịch gắn với di sản - di tích, làng nghề, du lịch nông nghiệp, nông thôn tại các địa phương trên địa bàn Thành phố giai đoạn 2021-2025, ưu tiên 03 nhóm sản phẩm chính:

- *Thứ nhất*, Tập trung các nguồn lực, kết nối và phát triển các sản phẩm du lịch dựa vào khai thác các giá trị văn hoá truyền thống, đặc sắc của Thủ đô để thu hút du khách như: Tour đi bộ “Kiến trúc Pháp trong lòng Hà Nội”; tour xe đạp khám phá nhiều cung đường mới trong nội thành và ngoại thành Hà Nội; tour “Dấu chân làng cổ Bát Tràng”, tour “Du lịch Văn học” tại Bảo tàng Văn học Việt Nam, nghiên cứu, thí điểm triển khai mô hình Bus đường sông phục vụ nhu cầu người dân và khách du lịch, trước mắt nghiên cứu triển khai tuyến Bus từ Bến Bạc đến Bát Tràng.

- *Thứ hai*, Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm du lịch đêm kết hợp với trải nghiệm thực tế tại các khu vực di tích, di sản của Thành phố như: Tour “Giải mã Hoàng thành Thăng Long” tại khu di tích Hoàng thành Thăng Long, tour “Đêm Thiêng Liêng” của di tích Nhà tù Hỏa Lò, tour du lịch văn hóa kết hợp chăm sóc sức khỏe ở Sóc Sơn, sản phẩm du lịch trải nghiệm đêm tại các tuyến phố đi bộ Hồ Hoàn Kiếm và phụ cận, phố đi bộ Trần Nhân Tông, phố đi bộ khu vực Thành cổ Sơn Tây,...

- Thứ ba, Tổ chức chuỗi các hoạt động, sự kiện quảng bá, xúc tiến du lịch định kỳ hàng năm theo hướng chuyên nghiệp, mang đậm bản sắc văn hóa và thương hiệu du lịch Thủ đô để tạo thành sản phẩm thu hút khách du lịch, như: Lễ hội Áo Dài Hà Nội, Lễ hội Du lịch Làng nghề, Lễ hội Quà tặng du lịch...

* **Đối với nhóm giải pháp đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động du lịch**, Thành phố coi đây là giải pháp đột phá giúp thúc đẩy, phát triển các ngành kinh tế - xã hội trong đó có ngành Du lịch. Đối với công tác chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch, Thành phố chủ trương triển khai hiệu quả, thiết thực các chương trình, kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý, cũng như xây dựng hệ thống du lịch thông minh nhằm tạo ra nhiều dịch vụ có giá trị gia tăng cao, tiện ích cho người dân và khách du lịch, cụ thể là:

- Đẩy mạnh việc triển khai ứng dụng các phần mềm tiện ích trong quản lý, phát triển sản phẩm du lịch như: Hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch tích hợp với hệ thống quản lý dữ liệu chung của Thành phố; phát triển ứng dụng phần mềm Nền tảng địa chỉ số; Chia sẻ dữ liệu với các đơn vị công nghệ phát triển các ứng dụng trong lĩnh vực du lịch.

- Triển khai số hóa các điểm đến di sản - di tích bằng công nghệ giao diện ảnh 360°. Ứng dụng mã QR Code với 6 ngôn ngữ (Việt, Anh, Pháp, Trung, Nhật, Hàn) phục vụ thuyết minh, hướng dẫn tại các điểm đến du lịch...

- Triển khai các hoạt động tuyên truyền, quảng bá hình ảnh du lịch Thủ đô trên các nền tảng truyền thông xã hội như: Facebook, Youtube, Tiktok cũng như các nền tảng 3D, trực tuyến khác và triển khai nâng cấp hệ thống Website, trang mạng xã hội quảng bá du lịch Hà Nội phù hợp với xu hướng mới của thị trường.

Theo báo cáo của Sở Du lịch, các điểm đến du lịch hiện rất tích cực ứng dụng các công nghệ mới trong quá trình xây dựng sản phẩm, nâng cao công tác quản lý, như: Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam triển khai thành công ứng dụng thuyết minh đa phương tiện (iMuseum VFA), di tích quốc gia đặc biệt Văn Miếu - Quốc Tử Giám ứng dụng công nghệ 3D, Mapping trong tái hiện các văn thư, tài liệu, hiện vật cổ, số hóa các dữ liệu về lịch sử các khóa thi cử, hệ thống văn bia tiến sĩ; Điểm du lịch Bát Tràng ứng dụng công nghệ VR 3D (thực tế ảo) giúp du khách như được hòa mình vào lễ hội làng nghề,...

Với việc triển khai đồng bộ các giải pháp nêu trên, cùng sự vào cuộc quyết liệt của các cấp ủy Đảng, chính quyền, cùng sự nỗ lực, cố gắng của đơn vị, doanh nghiệp du lịch, hoạt động du lịch Thủ đô đã từng bước phục hồi, năm 2022, Hà Nội đã thu hút được 18,7 triệu lượt khách, tăng gấp 4,7 lần so với năm 2021 (đạt mức 65% so với năm 2019). Tổng thu từ khách du lịch đạt trên 60 nghìn tỷ đồng, tăng 5,3 lần so với năm 2021. Tính riêng 02 tháng đầu năm 2023, Du lịch Thủ đô tiếp tục hồi phục tốt, đón 3,73 triệu lượt khách, tăng 2,8 lần so với năm 2022, trong đó khách nội địa đạt 3,2 triệu lượt khách, tăng 2,5 lần so với năm 2022, khách quốc tế đạt 535 nghìn lượt khách (chiếm 30% so với cả nước). Tổng thu từ khách du lịch đạt 13,2 nghìn tỷ đồng. Hà Nội được vinh danh giải thưởng “Điểm đến du lịch thành phố hàng đầu Thế giới năm 2022” do Tổ

chức Giải thưởng Du lịch Thế giới bình chọn. Đây là tín hiệu tích cực, hứa hẹn cho thấy nhiều điểm sáng trong hành trình phục hồi và phát triển du lịch Thủ đô trong thời gian tới, hướng đến mục tiêu năm 2025, Hà Nội sẽ đón và phục vụ trên 30 triệu lượt khách, trong đó có 7 triệu lượt khách quốc tế (*trương đương với mức đạt được của năm 2019*).

Kính thưa quý vị đại biểu,

Tuy đã đạt được nhiều kết quả đáng ghi nhận, song hoạt động du lịch Hà Nội thời gian qua vẫn chưa thực sự phục hồi như mục tiêu đã đề ra, nhất là về kết quả đón khách quốc tế. Một số nguyên nhân chính được xác định, như:

- Về việc cấp visa, số lượng quốc gia được miễn thị thực còn ít (hiện mới có 25/200 nước được miễn thị thực), thời gian lưu trú ngắn, thủ tục, quy trình cấp visa điện tử còn chưa thông suốt hay bị nghẽn mạng) dẫn đến việc thu hút khách quốc tế, nhất là khách quốc tế lưu trú dài ngày gặp khó khăn.

- Tình hình chính trị trên thế giới có nhiều diễn biến phức tạp. Xung đột về chính trị, quân sự, thương mại tại nhiều khu vực ảnh hưởng nhiều đến hoạt động các hãng hàng không và công ty lữ hành. Bên cạnh đó chi phí nhiên liệu và các chi phí đầu vào tăng cao cũng làm ảnh hưởng lớn đến quyết định của du khách.

- Các doanh nghiệp du lịch còn gặp nhiều khó khăn khi mở cửa lại thị trường, hạ tầng kỹ thuật du lịch tại một số cơ sở lưu trú, điểm đến chưa được nâng cấp đầu tư, nhiều doanh nghiệp không đủ vốn và năng lực để đầu tư, nâng cấp sản phẩm du lịch, nhân lực chất lượng cao ngành du lịch bị thiếu hụt,...

Kính thưa quý vị đại biểu,

Để thúc đẩy phục hồi và phát triển du lịch cả nước nói chung và Thủ đô Hà Nội nói riêng, thành phố Hà Nội xin đề xuất với Chính phủ và các Bộ, ngành một số kiến nghị như sau:

(1) Kính đề nghị Chính phủ, Bộ Công an quan tâm hơn về vấn đề cấp Visa. Trong đó, đề nghị nâng cấp hạ tầng kỹ thuật công nghệ hệ thống cấp visa điện tử để thuận lợi hơn cho du khách trong việc khai báo, đăng ký cấp visa online, vì theo phản ánh hiện nay của khách du lịch hệ thống này hay bị nghẽn mạng; mở rộng thêm đối tượng du khách được đăng ký e-visa (hiện có 80/200 nước được đăng ký cấp cấp visa online) và tăng thêm số lượng quốc gia được miễn thị thực (hiện có 25/200 nước được miễn thị thực).

(2) Kính đề nghị Chính phủ, Bộ Công Thương xem xét cho phép tiếp tục áp dụng mức giá tiền điện đối với các cơ sở lưu trú du lịch bằng mức giá tiền điện sản xuất theo Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị (trong thời gian dịch COVID-19 đã được thực hiện; hiện tại đang áp dụng theo giá điện dịch vụ, cao hơn giá sản xuất khoảng 30% theo biểu giá).

(3) Đồng thời, đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch:

- Quan tâm, xây dựng triển khai một số cơ chế chính sách phát triển hoạt động du lịch, như: Cơ chế cho phép thí điểm triển khai mô hình hợp tác công - tư trong đầu tư trong lĩnh vực du lịch; Chính sách khuyến khích, hỗ trợ các

doanh nghiệp, đơn vị quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam để thu hút khách quốc tế, thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch trong và ngoài nước;

- Sớm có đề án, chương trình, kế hoạch triển khai tổng thể công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh Du lịch Việt Nam (trong đó có Thủ đô Hà Nội) trên các kênh truyền thông, truyền hình quốc tế nhằm đảm bảo tính đồng bộ, tổng thể và hiệu quả, tiết kiệm nguồn lực trong công tác quảng bá, xúc tiến du lịch.

Cuối cùng xin kính chúc các vị đại biểu sức khỏe, hạnh phúc.

Chúc hội nghị thành công tốt đẹp!

Trân trọng cảm ơn./.

LIÊN KẾT GIỮA CÁC ĐỊA PHƯƠNG TẠO ĐỘNG LỰC MỚI CHO PHỤC HỒI VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

UBND Thành phố Hồ Chí Minh

Liên kết là một trong những giải pháp quan trọng để phát huy tiềm năng, thế mạnh về du lịch, hình thành các sản phẩm du lịch liên tuyến, liên vùng, liên quốc gia, góp phần bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa - lịch sử và tài nguyên du lịch của mỗi địa phương, mỗi nước; thúc đẩy hoạt động xúc tiến đầu tư vào du lịch và nhất là góp phần tạo ra thị trường cho các điểm đến.

Trong thời gian vừa qua, Thành phố Hồ Chí Minh đã chủ động nâng chất các liên kết phát triển du lịch từ song phương cấp Sở thành liên kết vùng cấp Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố với 6 vùng trong cả nước với **46** tỉnh thành gồm 13 tỉnh, thành Đồng bằng Sông Cửu Long; 5 tỉnh vùng Đông Nam Bộ, 08 tỉnh Tây Bắc mở rộng, 08 tỉnh Đông bắc, Hà Nội và 05 tỉnh, thành vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, 06 tỉnh vùng Bắc Trung bộ. Nội dung hợp tác trên 5 lĩnh vực chính: công tác quản lý nhà nước, phát triển sản phẩm, quảng bá xúc tiến du lịch, kêu gọi đầu tư và đào tạo nguồn nhân lực. Đặc biệt, **Chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành Đồng bằng sông Cửu Long** đã được xác định là một trong những chương trình đột phá, trọng điểm thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành phố lần thứ XI nhiệm kỳ 2020 - 2025.

1. Hoạt động liên kết đã góp phần quan trọng vào phục hồi và phát triển du lịch Thành phố Hồ Chí Minh

Từ cuối năm 2021, ngay khi dịch bệnh có dấu hiệu được kiểm soát an toàn, Thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức kết nối trở lại với các địa phương trong nước đã có liên kết để phục hồi hoạt động du lịch như: Tây Ninh, Long An, Đồng Tháp, Bến Tre, Khánh Hoà, Phú Yên, Bình Định... Đầu năm 2022, khi Việt Nam mở cửa trở lại hoàn toàn hoạt động du lịch, Thành phố Hồ Chí Minh đã chủ động kết nối và khởi động lại tất cả các liên kết với các vùng và triển khai ký kết liên kết mới với vùng Bắc Trung bộ nhằm đẩy mạnh phục hồi hoạt động du lịch, tạo ra thị trường cho các doanh nghiệp lữ hành tổ chức trở lại hoạt động. Thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức hơn 20 đoàn famtrip khảo sát các sản phẩm kết hợp quảng bá du lịch với các địa phương và khảo sát thị trường; đồng thời, ký kết hợp tác cung cấp dịch vụ điểm đến để khai thác các sản phẩm liên vùng.

Với các nỗ lực trong liên kết với các tỉnh thành, du lịch Thành phố Hồ Chí Minh năm **2022** có những kết quả đáng khích lệ với Tổng lượng khách du lịch đến Thành phố Hồ Chí Minh năm 2022 đạt là 34.702.129 lượt tăng 271% so cùng kỳ năm 2021, tăng 36% so với kế hoạch năm 2022. Tổng thu du lịch năm 2022 đạt 131.138 tỷ đồng, tăng 196,4% so với cùng kỳ năm 2021, tăng 45,7% so với kế hoạch năm 2022. Theo đó, các hoạt động, sự kiện du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh đều hướng đến thúc đẩy liên kết vùng, xúc tiến quảng bá kích cầu du lịch nội địa với điểm nhấn là Ngày hội Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh

năm 2022, Hội chợ du lịch quốc tế ITE HCMC 2022 nhận được sự tham dự của hơn **50** tỉnh thành trong cả nước.

Trong quý I năm 2023, hoạt động liên kết du lịch giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các địa phương tiếp tục sôi nổi với nhiều nội dung phong phú. Tiếp nối Lễ hội Áo dài Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ 8 năm 2022, Lễ hội Áo dài Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ 9 có sự tham dự của nhiều tỉnh, thành; hoạt động du lịch cũng là một nội dung quan trọng trong Chương trình hợp tác phát triển kinh tế - xã hội giữa Thành phố Hồ Chí Minh với các vùng mà Thành phố đang phối hợp với các tỉnh, thành đánh giá tổng kết và triển khai thỏa thuận cho giai đoạn tới. Khách du lịch và tổng thu du lịch 02 tháng đầu năm 2023 của Thành phố tiếp tục tăng trưởng trong đó khách du lịch đến Thành phố Hồ Chí Minh ước đạt là 5.350.000 lượt, tăng 66,8% so cùng kỳ năm 2022, đạt 13,4% so với kế hoạch năm 2023. Tổng thu du lịch ước đạt 21.234 tỷ đồng, tăng 62,3% so với cùng kỳ năm 2022, đạt 13,3% so với kế hoạch năm 2023.

Có thể nói, liên kết giữa các địa phương đã góp phần quan trọng trong việc phục hồi du lịch Thành phố Hồ Chí Minh sau đại dịch COVID-19, thắt chặt mối quan hệ gắn bó giữa Thành phố Hồ Chí Minh với các tỉnh thành, địa phương, thúc đẩy sự phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội của Thành phố và các địa phương thông qua việc hình thành thị trường khách du lịch lớn với hàng chục triệu dân; hình thành nhiều sản phẩm du lịch liên tuyến đặc sắc góp phần gia tăng sức hấp dẫn và tính cạnh tranh của du lịch từng địa phương cũng như Thành phố Hồ Chí Minh. Thông qua liên kết, các tỉnh thành cũng từng bước nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, chất lượng dịch vụ và sản phẩm của địa phương góp phần xây dựng và nâng chất thương hiệu du lịch nội địa của quốc gia.

2. Một số giải pháp trọng tâm nâng cao hiệu quả liên kết hơn nữa trong phục hồi và phát triển du lịch

Để công tác liên kết giữa các địa phương đạt được hiệu quả cao hơn trong phục hồi và phát triển du lịch, trong năm 2023 Thành phố Hồ Chí Minh sẽ tập trung thực hiện cũng như đề xuất các tỉnh/thành phối hợp thực hiện một số giải pháp trọng tâm:

Thứ nhất, đẩy mạnh hình thành sản phẩm liên vùng theo hướng đưa khách từ Thành phố Hồ Chí Minh đến các tỉnh, thành và ngược lại; trong đó, định vị Thành phố Hồ Chí Minh là điểm đến mua sắm, vui chơi giải trí và là nơi du khách trải nghiệm một đô thị du lịch sống động và hiện đại. Tăng cường phối hợp hoạt động liên ngành trong liên kết giữa Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thành; kết hợp liên kết du lịch với các lĩnh vực khác như văn hóa, nông nghiệp, thương mại, dịch vụ, xúc tiến đầu tư... Qua đó góp phần bảo tồn, gìn giữ bản sắc, di sản văn hóa của cộng đồng; giới thiệu, quảng bá các sản phẩm nông nghiệp, công nghiệp đặc trưng của các vùng miền; thỏa mãn nhu cầu giao lưu, tìm hiểu văn hóa và mua sắm của du khách; góp phần cải thiện đời sống, tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương và gia tăng chuỗi giá trị cho các hoạt động liên kết.

Thứ hai, đẩy mạnh quảng bá thương hiệu Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh - Vibrant Ho Chi Minh City; đa dạng hóa công cụ quảng bá, ưu tiên các công cụ tác động nhanh, chi phí thấp; tăng cường sử dụng các hoạt động marketing điện tử, marketing qua phương tiện truyền thông; Tăng cường phối hợp giữa các tỉnh thành trong công tác chuyển đổi số trong du lịch nhằm gia tăng hiệu quả công tác quảng bá xúc tiến du lịch; xây dựng cơ sở dữ liệu chung giữa các tỉnh thành nhằm giúp doanh nghiệp xây dựng các sản phẩm liên tuyến, liên vùng và kêu gọi đầu tư có hiệu quả.

Thứ ba, từ năm 2023, Thành phố Hồ Chí Minh sẽ chủ động phối hợp với các tỉnh/thành liên kết tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch nước ngoài để khai thác, phát huy tối đa lợi thế vùng miền trong kết nối sản phẩm, tour tuyến, gia tăng giá trị, sức hấp dẫn điểm đến Việt Nam - Thành phố Hồ Chí Minh.

Thứ tư, chú trọng hợp tác xây dựng các chính sách khuyến khích phát triển du lịch giữa các địa phương làm cơ sở kêu gọi, thu hút đầu tư các dự án du lịch trọng điểm của các vùng, tạo cơ hội cho các nhà đầu tư của Thành phố Hồ Chí Minh tham gia phát triển các dự án du lịch tại các tỉnh, thành. Bên cạnh cơ chế khuyến khích thu hút đầu tư các dự án du lịch cần hợp tác xây dựng các chính sách hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực tại chỗ của các địa phương để bảo tồn các ngành nghề sản xuất truyền thống song song với đào tạo và bồi dưỡng những kỹ năng cần thiết cho dân cư địa phương khi tham gia thị trường lao động theo hướng chuyên nghiệp; đào tạo nâng cao ý thức bảo vệ môi trường khi khai thác tài nguyên du lịch...

Thứ năm, chú trọng và phát huy hơn nữa vai trò của Hiệp hội Du lịch các tỉnh, thành trong việc tổ chức các hoạt động hợp tác, liên kết giữa các tỉnh thành; đặc biệt là hiệu quả kết nối doanh nghiệp giữa các tỉnh thành.

Tóm lại, liên kết, hợp tác phát triển kinh tế đã được thực tiễn khẳng định là hướng đi đúng, mang lại thành công cho nhiều địa phương. Đối với lĩnh vực du lịch, liên kết, hợp tác chính là chìa khóa quan trọng để phát triển ngành bền vững trên cơ sở khai thác tiềm năng, lợi thế về tự nhiên, lịch sử, văn hóa, ẩm thực,... và đòi hỏi sự cộng hưởng từ quy hoạch, chính sách, chiến lược đến sự hợp tác cụ thể về sản phẩm, đào tạo và xúc tiến quảng bá của các địa phương trong liên kết./.

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH, ĐÁP ỨNG YÊU CẦU TRONG TÌNH HÌNH MỚI

UBND thành phố Đà Nẵng

1. Kết quả khôi phục hoạt động du lịch thành phố Đà Nẵng

Năm 2022 được xem là năm đánh dấu sự trở lại và phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch cả nước nói chung và thành phố Đà Nẵng nói riêng sau 02 năm bị gián đoạn vì đại dịch COVID-19. Từ 15/3/2022, khi Chính phủ cho phép mở cửa trở lại hoạt động du lịch, dưới sự chỉ đạo sâu sát, quyết liệt của các cấp lãnh đạo thành phố, Thành ủy, UBND thành phố, sự giám sát và hỗ trợ của HĐND thành phố và các đoàn thể cùng nỗ lực rất lớn của các Sở ngành, địa phương cùng cộng đồng doanh nghiệp, sự đồng hành tích cực của các cơ quan báo chí TW và địa phương, hoạt động du lịch thành phố đã hồi sinh tích cực và có đóng góp quan trọng cho tăng trưởng kinh tế thành phố.

Năm 2022, lượng khách do cơ sở lưu trú phục vụ đạt 3,69 triệu lượt khách, tăng 3,1 lần so với năm 2021; trong đó, khách quốc tế đạt 483 ngàn lượt, tăng 4,6 lần; khách nội địa đạt hơn 3,2 triệu lượt, tăng gấp 3 lần so với năm 2021. Doanh thu lưu trú, ăn uống, lữ hành đạt 21,3 ngàn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 17% trong cơ cấu kinh tế thành phố), tăng gần gấp 2 lần năm 2021 và phục hồi tương đương bằng 100% so với năm 2019 (hơn 21,3 ngàn tỷ đồng).

Trong 02 tháng đầu năm 2023, khách do cơ sở lưu trú phục vụ đạt 742,5 nghìn lượt, tăng 370,8% so với cùng kỳ năm 2022, đạt 90,4% so với cùng kỳ năm 2019; trong đó khách quốc tế đạt 195,3 nghìn lượt, tăng 49 lần so với cùng kỳ năm 2022, đạt 91,2% so với cùng kỳ năm 2019, khách nội địa đạt 547,1 nghìn lượt, tăng 255,9 % so với cùng kỳ năm 2022, đạt 90,1% so với cùng kỳ năm 2019. Doanh thu lưu trú, ăn uống, lữ hành 02 tháng đầu năm 2023 đạt 4.374 tỷ đồng, tăng hơn 1,7 lần so với cùng kỳ năm 2022, tăng hơn 21% so với cùng kỳ năm 2019 (số liệu Cục Thống kê).

Dự kiến đến hết tháng 3 năm 2023 sẽ khôi phục và mở mới 25 đường bay quốc tế (16 thường kỳ - khôi phục 72,72 % so với năm 2019; 9 charter - khôi phục 69,23% so với 2019); 8 đường bay nội địa (khôi phục 80% so với 2019).

2. Định hướng khai thác và phát triển các nhóm sản phẩm du lịch Đà Nẵng, đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới

a) Yêu cầu về phát triển sản phẩm trong tình hình mới

Đà Nẵng đã tiến hành nghiên cứu, đánh giá sự thay đổi về hành vi và xu hướng khách du lịch sau tác động COVID-19 để có những điều chỉnh trong việc phát triển sản phẩm đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới gồm:

- Kinh tế toàn cầu đang trong giai đoạn khó khăn nên du khách sẽ cân nhắc trong việc chọn lựa điểm đến và chi tiêu. Việc xây dựng sản phẩm được xem xét phù hợp với nhóm các thị trường gần, các sản phẩm, dịch vụ, sự kiện du lịch đa

dạng sẽ là giá trị tăng thêm để thuyết phục du khách trong việc quyết định chọn lựa điểm đến.

- Cơ cấu khách lẻ, nhóm khách nhỏ, khách gia đình có xu hướng gia tăng cùng với việc tự đặt dịch vụ trực tuyến. Điều này đặt ra yêu cầu đối với việc quảng bá và kênh cung ứng sản phẩm, làm sao để dễ dàng và nhanh chóng tiếp cận được với người dùng cuối.

- Trong khi đó, du lịch công vụ tạo ra dòng luân chuyển khách mạnh mẽ do nhu cầu kết nối kinh doanh trở lại. Các đoàn khách lớn trong các chương trình du lịch công vụ gồm hội nghị - hội thảo, du lịch khen thưởng vẫn cần thông qua các công ty dịch vụ du lịch chuyên nghiệp. Vì vậy Đà Nẵng xác định cần có sản phẩm hướng đến nhóm này để tạo lợi thế cạnh tranh.

- Du khách có nhu cầu lớn về giải trí cũng như hồi phục sức khỏe sau thời gian hạn chế vì đại dịch COVID-19, sản phẩm du lịch lễ hội phù hợp để tăng thêm giá trị chung cho chuyến đi của khách, trong khi đó sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe mang lại dịch vụ chăm sóc sức khỏe toàn diện cho du khách.

b) Định hướng khai thác và phát triển nhóm sản phẩm du lịch Đà Nẵng

Sản phẩm là một trong những yếu tố quan trọng để tạo nên lợi thế cạnh tranh cho điểm đến. Các định hướng chính về khai thác và phát triển các nhóm sản phẩm du lịch mà thành phố hướng đến đó là: (1) Thúc đẩy phát triển và quảng bá các nhóm sản phẩm đã có lợi thế; (2) Làm mới các sản phẩm đáp ứng xu hướng thị trường, đa dạng hóa chuỗi sản phẩm, khuyến khích các sản phẩm sáng tạo, khác biệt; (3) Hoàn thiện sản phẩm theo chuẩn “chất lượng cao” đối với tất cả các sản phẩm dịch vụ phục vụ khách.

Thành phố Đà Nẵng định hướng tập trung làm mới các sản phẩm hiện có và chuẩn bị hệ thống sản phẩm mới tập trung vào các nhóm sản phẩm chính và đặc trưng sau: du lịch biển và nghỉ dưỡng cao cấp (có dòng sản phẩm/dịch vụ cho phân khúc khách cao cấp và siêu sang), du lịch đô thị gắn với mua sắm, vui chơi giải trí và du lịch MICE, du lịch văn hóa - lịch sử mang bản sắc địa phương, khác biệt trên cơ sở các tài nguyên di tích lịch sử, các giá trị văn hóa truyền thống, hành trình lịch sử vùng đất và con người Đà Nẵng; du lịch sinh thái; du lịch ban đêm; du lịch thủy nội địa, du lịch ẩm thực; sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp và nông thôn.

Sau đây tôi xin trình bày một số sản phẩm trọng điểm mà thành phố đã chú trọng đổi mới để phù hợp với yêu cầu trong bối cảnh mới và thu được kết quả cụ thể trong thời gian qua:

Thứ nhất, tạo lợi thế cạnh tranh cho du lịch MICE với chương trình hỗ trợ thu hút khách MICE nội địa và quốc tế

Đà Nẵng có nhiều lợi thế trong việc thu hút du lịch MICE, từ hệ thống hạ tầng sân bay, lưu trú và các cung hội nghị có sức chứa lớn trên 1000 khách, cho đến các sản phẩm du lịch giúp tăng thêm giá trị cho sự kiện MICE như hệ thống sân golf, các tour du lịch di sản. Để tăng thêm lợi thế cạnh tranh, đồng thời đẩy mạnh truyền thông điểm đến MICE, từ năm 2021, Đà Nẵng đã tiên phong triển

khai chương trình thu hút khách du lịch MICE với 03 nhiệm vụ chính là kết nối cộng đồng doanh nghiệp kinh doanh MICE địa phương, tạo nền tảng thông tin cho đối tác MICE trong nước và quốc tế, và cung cấp chương trình ưu đãi cho các đoàn khách MICE từ 50 khách. Trong năm 2022 thành phố đã tiếp nhận tư vấn và thực hiện đón 53 đoàn khách MICE với hơn 30.000 lượt khách, tạo ấn tượng tốt đẹp trong lòng du khách.

Thứ hai, đẩy mạnh các sản phẩm sự kiện - lễ hội, sản phẩm du lịch golf để khẳng định thương hiệu điểm đến Đà Nẵng

Thành phố tiếp tục đẩy mạnh thương hiệu “điểm đến sự kiện và lễ hội”, tiếp tục tổ chức hàng loạt sự kiện - lễ hội quy mô để quảng bá thương hiệu, đồng thời thu hút được nguồn khách và doanh thu thực tế từ sự kiện. Đà Nẵng đã tổ chức thành công Diễn đàn phát triển đường bay Châu Á Routes Asia 2022 (tháng 6/2022) và Lễ hội Du lịch Golf Đà Nẵng (tháng 9/2022), đây đều là những sự kiện mới của Việt Nam được Đà Nẵng lần đầu đăng cai và tổ chức thành công. Bên cạnh đó, một số hoạt động sự kiện, lễ hội được đầu tư để mang đến nhiều trải nghiệm cho du khách như Lễ hội Enjoy Summer Đà Nẵng; Lễ hội Mừng Năm Mới. Trong năm 2022, Đà Nẵng được Tổ chức World Travel Award vinh danh là Điểm đến sự kiện và lễ hội hàng đầu châu Á.

Đà Nẵng được đánh giá là điểm đến golf độc đáo với hệ thống 07 sân golf tại thành phố và khu vực lân cận. Với kế hoạch tổ chức trong 03 năm liên tiếp từ 2022-2024, thành phố tiếp tục tổ chức Lễ hội Du lịch Golf Đà Nẵng 2023 và Giải BRG Open Golf Championship Danang ADT 2023.

Thứ ba, các sản phẩm du lịch đêm tạo điểm nhấn cho thành phố

Sản phẩm du lịch đêm được thành phố ưu tiên đầu tư thông qua việc triển khai thí điểm Chương trình Đà Nẵng về đêm - Danang By Night, tạo điểm nhấn cho du lịch thành phố như khai trương bãi biển đêm Mỹ An, Phố du lịch An Thượng, Chợ đêm Sơn Trà, Chợ đêm Helio, các show diễn nghệ thuật, các chương trình tham quan vào ban đêm tại khu điểm du lịch, chương trình du ngoạn sông Hàn về đêm, tour xích lô, hệ thống các nhà hàng, cà phê, bar-pub, karaoke, dịch vụ chăm sóc sức khỏe - spa, cơ sở mua sắm, tham quan ngắm cảnh... Vừa qua, thành phố đã thông qua chủ trương triển khai dự án “Dòng sông ánh sáng”, dự kiến hoàn thành giai đoạn 1 vào năm 2024; đồng thời đang nghiên cứu tổ chức thí điểm tuyến phố đi bộ, dịch vụ ban đêm tại cầu Nguyễn Văn Trỗi và công viên bờ Đông cầu Nguyễn Văn Trỗi... nhằm tiếp tục tạo các sản phẩm du lịch mới, đặc sắc về đêm.

Thứ tư, du lịch cưới: Với định hướng thu hút thị trường tiềm năng, trong đó có thị trường du lịch cưới đặc trưng của Ấn Độ với lượng khách và mức chi tiêu cao cho mỗi sự kiện cưới được tổ chức tại điểm đến, Đà Nẵng đang xây dựng và triển khai chương trình xúc tiến du lịch cưới 2023 để thu hút thị trường này gồm: tổ chức triển lãm, famtrip cho các công ty sự kiện cưới Ấn Độ; hỗ trợ các sự kiện cưới quốc tế đến với Đà Nẵng bằng các hoạt động chào đón, tặng quà lưu niệm và truyền thông quảng bá.

Thứ năm, sự tăng trưởng của các sản phẩm du lịch sức khỏe chú trọng phúc lợi toàn diện của du khách đến với Đà Nẵng

Trong thời gian qua, Đà Nẵng nổi lên với nhiều sản phẩm du lịch về với thiên nhiên, tạo cơ hội cho người dân địa phương và du lịch thoát khỏi cuộc sống bận rộn để trở về với thiên nhiên, giải tỏa sự căng thẳng như chuỗi du lịch sinh thái dọc sông Cu Đê, Hòa Bắc, du lịch nông trại... Đồng thời, nắm bắt xu hướng về du lịch sức khỏe, nhiều nhà cung ứng dịch vụ tại Đà Nẵng nhanh chóng đưa các giải pháp trị liệu như thiền, yoga vào các không gian du lịch, nghỉ dưỡng, giúp du khách thư giãn bất cứ khi nào họ cần. Số lượng cơ sở dịch vụ spa, làm đẹp, các nhà hàng chay đáp ứng nhu cầu thư giãn, chữa lành của du khách tăng nhanh trong thời gian qua là điểm đáng chú ý trong hệ thống cung ứng du lịch của thành phố.

Hướng đến phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe, thành phố có kế hoạch nâng cấp chất lượng dịch vụ sản phẩm hiện có tại các suối khoáng nóng, khu nghỉ dưỡng ven biển và khu du lịch sinh thái phía Tây thành phố; khuyến khích mở rộng, tổ chức định kỳ các hoạt động thiền định, yoga trên biển và hình thành các sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe theo liệu trình và chế độ dinh dưỡng chuyên biệt. Bên cạnh đó, Đà Nẵng đang kêu gọi đầu tư hình thành hệ thống cơ sở hạ tầng dịch vụ cơ sở y tế, chăm sóc sức khỏe đạt tiêu chuẩn quốc tế, viện dưỡng lão, cơ sở spa, mát-xa, thẩm mỹ viện, trung tâm dịch vụ nha khoa, nhà hàng thực dưỡng...

3. Đề xuất, kiến nghị

- Trung ương có quy định, hướng dẫn về tổ chức các loại hình du lịch mới như: du lịch nông thôn, du lịch mạo hiểm, trò chơi dưới nước...; sớm ban hành cơ chế chính sách khuyến khích phát triển kinh tế ban đêm để làm cơ sở triển khai tại địa phương.

- Trung ương có hướng dẫn quy định quản lý, sử dụng tài sản kết cấu hạ tầng, đất đai... phục vụ cho hoạt động du lịch.

- Trung ương sớm có chính sách nhập cảnh và quản lý người nhập cảnh phù hợp với xu hướng du lịch hiện đại, tạo điều kiện thu hút người nước ngoài đến du lịch dài hạn, góp phần tạo ra môi trường quốc tế, đa dạng về văn hóa giúp tăng sức hút của các điểm đến du lịch.

- Xu hướng du lịch MICE sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách đoàn, duy trì hệ sinh thái kinh doanh lễ hành và dịch vụ, kính đề xuất Trung ương xem xét chủ trương và các chương trình thu hút khách công vụ áp dụng cho cả nước để các địa phương thuận lợi triển khai.

Trên đây là tham luận của TP. Đà Nẵng gửi đến Hội nghị du lịch toàn quốc thông qua tham luận về phát triển sản phẩm du lịch đáp ứng tình hình mới.

Xin trân trọng cảm ơn./.

ĐA DẠNG HÓA THỊ TRƯỜNG KHÁCH, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

UBND tỉnh Lào Cai

Lào Cai với vị trí “Cầu nối” trên tuyến hành lang kinh tế Côn Minh (Trung Quốc) - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, đồng thời nằm ở trung tâm của vòng cung Tây Bắc, có cảnh quan tự nhiên đa dạng, văn hóa tộc người đặc sắc, phong phú, hội tụ những điều kiện thuận lợi cả về tài nguyên nhân văn và tài nguyên tự nhiên để thúc đẩy du lịch phát triển.

Tỉnh Lào Cai luôn xác định quan điểm, nhận thức chung là phát triển du lịch cần đa dạng hóa thị trường, đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa các chuỗi cung ứng dịch vụ theo tinh thần “cung cấp những sản phẩm, dịch vụ mà khách du lịch cần chứ không chỉ là các dịch vụ chúng ta sẵn có”, qua đó luôn chú trọng việc thu hút khách quốc tế từ các thị trường Bắc Mỹ, Tây Âu (Pháp, Đức, Hà Lan,...), Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản), ASEAN (Thái Lan, Singapore, Malaysia) và khách nội địa từ các địa phương trong cả nước, đặc biệt từ Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và vùng đồng bằng sông Hồng đến tham quan, trải nghiệm, nghỉ dưỡng, chinh phục đỉnh cao. Nhờ đó, tốc độ tăng trưởng du lịch giai đoạn 2000 -2019 đạt 18,3%, giai đoạn 2010-2019 đạt 22%. Hiện tại, Lào Cai đã thu hút được hơn 40 dự án đầu tư lớn vào du lịch, với tổng mức đầu tư hơn 50.000 tỷ đồng. *(Nguồn: Khung chiến lược phát triển du lịch tỉnh Lào Cai đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050).*

Trước xu thế phát triển chung của ngành du lịch thế giới, Việt Nam và yêu cầu từ thực tiễn, để du lịch Lào Cai phát triển bền vững và hội nhập quốc tế, theo hướng đa dạng hoá cả về sản phẩm du lịch, chất lượng dịch vụ và cơ chế tổ chức quản lý các hoạt động này trên phạm vi cả nước, cũng như trong từng lĩnh vực và loại hình du lịch... Trong đó đa dạng hóa về thị trường du lịch là mục tiêu và cũng là động lực hàng đầu để phát triển đột phá du lịch Lào Cai trong thời gian tới.

Bên cạnh đa dạng hóa thị trường khách du lịch thì việc nâng cao chất lượng đào tạo nguồn lực du lịch cũng là yêu cầu cấp bách trong tình hình hiện nay. Sau COVID 19, nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao nói riêng và lao động du lịch nói chung gặp nhiều thách thức nghiêm trọng về nguồn cung, số lượng và chất lượng. Nguồn lực con người nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao vừa là nguồn lực to lớn vừa là động lực tăng năng suất lao động, là yếu tố quyết định tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững. Do đó chất lượng dịch vụ du lịch phụ thuộc hàng đầu vào kiến thức, kỹ năng, tay nghề, trình độ nghiệp vụ của đội ngũ lao động trong ngành. Ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp du lịch nói riêng phát triển bền vững hay không phụ thuộc rất lớn vào công tác phát triển nguồn nhân lực.

1. Thực trạng thị trường khách du lịch và nguồn nhân lực du lịch tỉnh Lào Cai

Nhận thức rõ về vai trò của việc đa dạng hóa thị trường khách du lịch, cũng như việc nâng cao chất lượng đào tạo nguồn lực du lịch tỉnh Lào Cai đã đưa ra nhiều quyết sách phát triển du lịch như: Nghị quyết số 11 về phát triển du lịch tỉnh Lào Cai đến 2030 và định hướng đến 2045; Đề án số 03 về phát triển văn hóa du lịch Lào Cai giai đoạn 2020 -2025; Khung chiến lược phát triển du lịch tỉnh Lào Cai đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050... Theo đó tỉnh xác định xây dựng chiến lược phát triển thị trường du lịch đa dạng, chú trọng phát triển mạnh thị trường khách du lịch nội địa với các sản phẩm du lịch độc đáo (du lịch nghỉ dưỡng cao cấp; văn hóa, cộng đồng; sinh thái, nông nghiệp, làng nghề; du lịch thể thao; hội thảo; sự kiện; mua sắm; ẩm thực, du lịch thực tế ảo – du lịch thông minh, du lịch biên giới), đẩy mạnh hơn nữa việc phát triển thị trường khách quốc tế. Tập trung thu hút thị trường khách có khả năng chi trả cao với các sản phẩm du lịch về đêm. Mở rộng liên doanh, liên kết với các đối tác trong nước và nước ngoài, tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp tổ chức các hoạt động phát triển thị trường, liên kết các chương trình và sản phẩm du lịch. Hình thành sản phẩm du lịch trải nghiệm nông nghiệp kết hợp nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe gắn với các sản phẩm nông nghiệp, đẩy mạnh chương trình mỗi xã một sản phẩm, sản xuất các sản phẩm mang đặc trưng phục vụ khách du lịch.

Về phát triển, đào tạo nguồn nhân lực du lịch tỉnh xác định chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cả về quản lý nhà nước, quản trị doanh nghiệp và lao động nghề du lịch. Đẩy mạnh đào tạo, nâng cao chất lượng cao với chủ trương lấy con người là chủ thể, là trung tâm, là nguồn lực, động lực phát triển du lịch. Mở rộng hợp tác, tranh thủ sự giúp đỡ về khoa học, kỹ thuật, công nghệ, tài chính, kinh nghiệm, kỹ năng,... Của các tổ chức đào tạo du lịch trong nước và quốc tế. Trước mắt làm tốt công tác đào tạo ngoại ngữ và các kiến thức cơ bản về phục vụ, về văn hóa ứng xử, văn hóa giao tiếp cho đội ngũ lao động trong ngành du lịch và nhân dân sinh sống tại các trung tâm du lịch của tỉnh. Tổ chức đánh giá và xây dựng các giải pháp phát triển nguồn nhân lực du lịch để đáp ứng yêu cầu phát triển. Hàng năm, dành kinh phí phù hợp từ ngân sách nhà nước, kết hợp kinh phí của doanh nghiệp, người lao động để thực hiện công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đạt chuẩn quốc tế.

1.1. Thực trạng thị trường khách du lịch

Hoạt động phát triển du lịch Lào Cai đã có những kết quả đáng ghi nhận trong thời gian qua, đặc biệt trong giai đoạn 2015 - 2019, tốc độ tăng trưởng bình quân khách du lịch đạt 18,27%/năm (khách quốc tế: 9,6%/năm, khách nội địa 24,3%/năm); trong 10 năm trở lại đây 2009 - 2019, tốc độ tăng trưởng bình quân là 22%/năm. Đây là mức tăng trưởng cao so với mức tăng trưởng trung bình về khách du lịch đến vùng núi Tây Bắc. Tuy nhiên nếu xét về mức tăng trưởng qua các năm thì có thể thấy có xu hướng giảm đối với tổng lượt khách (từ 32,5% năm 2016 xuống 29,3% năm 2019). Và khách nội địa từ 47,1% năm 2016 xuống 21,9% năm 2019.

Năm 2019, Lào Cai đón được gần 5.107.000 lượt khách, trong đó có trên 806.000 lượt khách du lịch quốc tế (80 quốc tịch); tổng thu du lịch đạt 19.203 tỷ đồng; tạo được 32.000 việc làm, trong đó có 14.500 lao động trực tiếp. Mức chi

bình quân của khách du lịch: 1.667.000 đồng/người/ngày, trong đó: chi tiêu của khách quốc tế là 2.800.000 đồng/người/ngày; khách nội địa: 1.650.000 đồng/người/ngày. Số ngày lưu trú bình quân của khách du lịch nội địa đạt: 2 ngày/khách.

Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch bệnh, lượng khách du lịch quốc tế là 100.840 lượt, khách nội địa đến Lào Cai gần 2,2 triệu chiếm tới hơn 95%. Năm 2021 đạt 1,4 triệu lượt, 100% là khách nội địa. Năm 2022, tổng lượng khách đến Lào Cai đạt 4.642.000 lượt khách (trong đó: khách quốc tế 96.919 lượt, khách nội địa 4.545.846 lượt), bằng 116% so với Kế hoạch năm, tăng 231,5% so với cùng kỳ năm 2021; Tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 16,380 tỷ đồng, bằng 108% so với Kế hoạch năm, tăng 270% so với cùng kỳ năm 2021.

Về công tác xúc tiến tỉnh Lào Cai chú trọng hướng đến cả thị trường du lịch nội địa và quốc tế. Năm 2022, tỉnh Lào Cai đã tổ chức Festival Tinh hoa Tây Bắc - kết nối khát vọng xanh và nhiều sản phẩm du lịch mới đặc sắc (Sa Pa Lặng lẽ yêu - The Mong show, Tái hiện Chợ tình Sa Pa, Lễ hội tuyết Sa Pa, Festival cao nguyên trắng Bắc Hà, Lễ hội 5 mùa Sa Pa...) để xúc tiến quảng bá du lịch. Đồng thời tổ chức nhiều đoàn quảng bá, xúc tiến du lịch Lào Cai tại Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội, tại Tuần Du lịch - Văn hóa Lai Châu; tại Ngày hội du lịch thành phố Hồ Chí Minh; tổ chức Ngày hội Văn hóa Du lịch Sa Pa tại thành phố Đà Nẵng; tham gia Hội chợ du lịch Quốc tế ITE thành phố Hồ Chí Minh năm 2022; tham gia ngày hội văn hóa, thể thao và du lịch các dân tộc vùng Tây Bắc lần thứ XV tại tỉnh Phú Thọ. Xây dựng và triển khai đón đoàn Famtrip khảo sát phát triển sản phẩm du lịch gắn với dược liệu và nông nghiệp thuộc vùng dân tộc thiểu số... Bên cạnh đó còn quảng bá du lịch tới thị trường Ấn Độ thông qua Hội thảo trực tuyến xúc tiến Lào Cai - Ấn Độ; Cung cấp các ấn phẩm quảng bá du lịch Lào Cai tại Israel và tại Tuần lễ hàng Việt Nam tại Thái Lan 2022...

1.2. Thực trạng nguồn nhân lực du lịch

Theo số liệu điều tra năm 2020, tổng số người trong độ tuổi lao động trên địa bàn tỉnh Lào Cai là 460.442 người (chiếm 62% dân số), trong đó lao động khu vực nông thôn chiếm 77,2%; lao động tham gia hoạt động kinh tế là 448.917 người (chiếm 60,1%). Trong tổng số lao động của tỉnh, số lao động trong lĩnh vực du lịch năm 2019 là 32.000 người, chiếm 6,9% số lao động trong độ tuổi. Cho dù tỷ lệ này còn khiêm tốn chưa đáp ứng được tiêu chí của ngành kinh tế mũi nhọn, tuy nhiên đây là nguồn lực quan trọng cho phát triển du lịch Lào Cai.

Trước khi xảy ra dịch COVID-19, tốc độ tăng trưởng về phát triển nguồn nhân lực du lịch của Lào Cai giai đoạn 2016 - 2019 đạt tới 42,2%/năm, theo đó nếu năm 2016 số lượng lao động trong lĩnh vực du lịch trên địa bàn Lào Cai mới là 9.100 người trong đó có 3.500 lao động trực tiếp, thì đến năm 2019, con số đó đã là 32.000, chiếm tới 6,9% số lao động trong độ tuổi của toàn tỉnh với 14.500 lao động trực tiếp, 17.500 lao động gián tiếp.

Sau khi xảy ra dịch COVID-19, tổng số lao động trong lĩnh vực du lịch giảm mạnh, đến năm 2022 số lao động trong lĩnh vực du lịch giảm gần 60% so với năm 2019, cụ thể theo các năm như sau: Năm 2020 số lao động trong lĩnh vực du lịch giảm gần 22% so với năm 2019, chỉ còn 25.000 lao động (trong đó: 10.000 lao động trực tiếp, 15.000 lao động gián tiếp); Năm 2021 số lao động trong lĩnh vực du lịch tiếp tục giảm 52% chỉ còn khoảng 12.000 lao động (trong đó: 5.000 lao động trực tiếp, 7.000 lao động gián tiếp). Đến năm 2022 số lao động tăng 8,3% so với năm 2021 có khoảng 13.000 lao động (trong đó: 8.500 lao động trực tiếp và 4.500 lao động gián tiếp), tuy nhiên so với mục tiêu đề ra theo Đề án số 03-ĐA/TU là 29.000 lao động trong lĩnh vực du lịch (trong đó lao động trực tiếp là 12.000 lao động, lao động gián tiếp là 17.000 lao động) cho thấy số lao động tăng nhưng không đáng kể, tình trạng thiếu hụt nhân lực trong lĩnh vực du lịch hiện nay là rất lớn. (Nguồn: Báo cáo Thực trạng nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai)

Về chất lượng nguồn lao động không đồng đều. Lực lượng lao động chủ yếu ở độ tuổi từ 22 đến 49. Xét theo trình độ thì chủ yếu là lao động phổ thông, không có trình độ tiến sĩ và rất ít thạc sĩ. Nhóm lao động thuộc công ty lữ hành và khu điểm du lịch có trên 52% là lao động phổ thông, đối với dân tộc thiểu số thì tỷ lệ này lên tới hơn 79%. Trong mẫu điều tra không có ai đạt trình độ Tiến sĩ, 0,47% có trình độ thạc sĩ chủ yếu ở độ tuổi trên 35. Đại học và cao đẳng khoảng 31,01%, trung cấp và sơ cấp khoảng 16%. Các đơn vị lữ hành và khu điểm du lịch tự đánh giá có khoảng 44,83% làm việc rất tốt, 25,86% làm việc tốt. Như vậy, còn tới gần 30% nhân viên nói chung là chưa tốt trong đó 28,43% chỉ đạt yêu cầu. Trong nhóm cơ sở lưu trú có trên 47% là lao động phổ thông, đối với DTTS thì tỷ lệ này lên tới hơn 64,46%. Trong mẫu điều tra không có ai đạt trình độ Tiến sĩ, 0,11% có trình độ thạc sĩ. Đại học và cao đẳng khoảng 28%, trung cấp và sơ cấp gần 25%. Các cơ sở lưu trú tự đánh giá có 14,11% lao động làm việc rất tốt, 48,29% làm việc tốt, 37,41% lao động chỉ đạt yêu cầu, rất ít là yếu kém (0.19%). (Nguồn: Kết quả khảo sát điều tra du lịch Lào Cai năm 2019).

2. Đánh giá chung

Trong những năm qua, trên cơ sở phát huy những lợi thế về tiềm năng tài nguyên du lịch, đặc biệt là cảnh quan, khí hậu, văn hóa dân tộc và hạ tầng du lịch, Lào Cai đã có những bước phát triển đáng ghi nhận trong phát triển du lịch, từng bước trở thành ngành kinh tế quan trọng và tiến tới là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh theo tinh thần Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị và Kế hoạch 186/KH-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Lào Cai ban hành Kế hoạch thực hiện Chương trình hành động số 148-Ctr/TU của Tỉnh ủy về thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/1/2017 của Bộ Chính trị Khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Du lịch Lào Cai dần đã khẳng định được vị thế trong phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, góp phần tích cực phát triển du lịch vùng Tây Bắc nói riêng và vùng Trung du miền núi phía bắc nói chung. Năm 2019, đóng góp trực tiếp vào GRDP của tỉnh là

12,3% và phát triển du lịch đã tạo được sức lan tỏa kéo theo nhiều ngành kinh tế khác cũng phát triển và tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội.

Tuy nhiên du lịch Lào Cai vẫn còn những hạn chế. Hệ thống sản phẩm du lịch chưa thực sự đa dạng. Trong khi đó lại thiếu các sản phẩm đặc thù tạo sự khác biệt hấp dẫn du khách. Chất lượng dịch vụ chưa cao chưa đáp ứng được thị hiếu của du khách. Từ đó ảnh hưởng đến sự đa dạng của thị trường khách du lịch. Hoạt động xúc tiến quảng bá đã được chú trọng song chưa chuyên nghiệp, việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động xúc tiến còn hạn chế, điều này đã ảnh hưởng đến việc truyền tải thông tin về du lịch Lào Cai với thị trường trong và ngoài nước, đặc biệt là phân khúc khách du lịch trẻ tuổi.

Nhân lực du lịch chưa đáp ứng được về số lượng, cơ cấu và chất lượng. Đặc biệt là thiếu nhân lực trình độ cao, được trang bị đầy đủ kiến thức, kỹ năng, kỹ thuật nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, văn hóa ứng xử, tinh thần, thái độ phục vụ và khả năng ngoại ngữ.

3. Những thách thức đối với việc đa dạng hóa thị trường khách du lịch và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn lực du lịch

Theo kết quả khảo sát điều tra du lịch Lào Cai năm 2019 cho thấy chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế, trung bình ở cả nhóm lao động thuộc công ty lữ hành và khu điểm du lịch, cơ sở lưu trú có 49,5% là lao động phổ thông, thậm chí chưa qua đào tạo kỹ năng nghề du lịch. Để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo hướng bền vững đòi hỏi nguồn lực về con người và đầu tư rất lớn. Trong khi đó năng lực, trình độ nguồn lực du lịch còn rất hạn chế. Đây là thách thức không nhỏ đối với phát triển du lịch Lào Cai trong thời gian qua cũng như trong tương lai.

Tình trạng suy thoái tài nguyên du lịch và môi trường du lịch đang diễn ra ngày một phức tạp dưới áp lực phát triển kinh tế xã hội. Nhiều giá trị cảnh quan, sinh thái và đa dạng sinh học bị suy giảm. Sự biến đổi về những giá trị di sản văn hóa dân tộc, cảnh quan văn hóa đặc trưng ở nhiều làng bản đang dần mai một. Trong khi đó thời gian qua Lào Cai phát triển các sản phẩm du lịch dựa trên những lợi thế này. Điều này làm ảnh hưởng đến chất lượng những sản phẩm du lịch đặc trưng. Đây cũng là nguyên nhân làm ảnh hưởng đến việc đa dạng hóa thị trường khách du lịch. Theo kết quả khảo sát điều tra du lịch Lào Cai năm 2019 thì có tới 87,6% khách quốc tế tới Lào Cai là để tham quan nghỉ dưỡng. Điều kiện tự nhiên và các giá trị văn hóa dân tộc của các điểm du lịch tại Lào Cai rất phù hợp với mục đích du lịch thuần túy của khách quốc tế. Khi các tài nguyên này bị suy thoái đã ảnh hưởng đến thị trường khách du lịch quốc tế. Năm 2016 khách quốc tế đạt 750,778 lượt, năm 2017 giảm còn 699,377 lượt, năm 2018 là 718,585 lượt... Mức tăng trưởng khách quốc tế qua các năm có thể thấy có xu hướng giảm đối với tổng lượt khách (từ 32,5% năm 2016 xuống 29,3% năm 2019). (Nguồn: Báo cáo tình hình hoạt động du lịch hàng năm)

4. Bài học kinh nghiệm từ quá trình đa dạng hóa thị trường khách du lịch và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn lực du lịch trong thời gian vừa qua

Thứ nhất: Đẩy mạnh các hoạt động liên kết, hợp tác và phát triển du lịch. Việc liên kết hợp tác và phát triển du lịch phải bao gồm hợp tác trong nước và quốc tế, hợp tác riêng lẻ và hợp tác theo nhóm. Đối với hợp tác trong nước, bên cạnh những chương trình hợp tác đã ký kết với các địa phương, Lào Cai đã tham gia Chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch giữa 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng (Giai đoạn 2010-2020) và Chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch giữa 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng và Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2021 - 2025 với 04 nội dung hợp tác (Công tác quản lý Nhà nước về du lịch; Phát triển sản phẩm du lịch; Quảng bá xúc tiến; Đào tạo nguồn nhân lực du lịch và xúc tiến kêu gọi đầu tư du lịch). Qua chương trình hợp tác các tỉnh đã xây dựng được sản phẩm du lịch chung mang tính thương hiệu như: Festival Tinh hoa Tây Bắc, Hội chợ Du lịch Tây Bắc...; việc liên kết hợp tác trong chia sẻ nguồn khách, đa dạng hóa thị trường khách giữa các tỉnh/thành phố thành viên được hình thành nhất là trong việc giới thiệu du lịch Tây Bắc đến thị trường các tỉnh/thành phố phía Nam. Chương trình hợp tác 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng đã đem lại hiệu quả thiết thực đối với du lịch của các tỉnh thành viên, năm 2010, tổng lượng khách du lịch đến 8 tỉnh Tây Bắc là 9,6 triệu lượt, doanh thu từ du lịch đạt 2.681 tỷ đồng, đến năm 2019, con số này tăng hơn 3,6 lần đạt 35 triệu lượt khách, doanh thu đạt 53.000 tỷ đồng. Đối với các hoạt động hợp tác quốc tế, tỉnh Lào Cai đẩy mạnh liên kết thông qua các Đại sứ quán với các chương trình xúc tiến trực tuyến, trực tiếp, tại các hội chợ quốc tế, phối hợp tổ chức các Ngày hội văn hóa (Ấn Độ, Hàn Quốc)..., tạo cơ hội cho doanh nghiệp hai bên trao đổi, giao lưu, liên kết hợp tác phát triển du lịch. Tỉnh Lào Cai đẩy mạnh hợp tác với Vùng Aquitaine (Cộng hòa Pháp) trong việc khai thác, phát triển các sản phẩm du lịch theo tiêu chuẩn quốc tế đáp ứng thị hiếu của dòng khách Bắc Mỹ, Tây Âu.

Thứ hai: Đổi mới các hình thức xúc tiến, quảng bá và tiếp cận thị trường khách du lịch. Tỉnh Lào Cai đã thiết lập bộ 3 phần mềm du lịch thông minh ngoài việc tạo ra môi trường tiếp cận du lịch cho khách du lịch còn tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch; Đẩy mạnh ứng dụng công cụ quảng bá trực tuyến qua các trang mạng xã hội, ứng dụng, nhằm tăng hiệu quả tiếp cận và đáp ứng thị hiếu của du khách nhất là giới trẻ. Trong thời điểm dịch bệnh COVID kéo dài, tỉnh Lào Cai vẫn thường xuyên duy trì các chương trình xúc tiến trong và ngoài nước thông qua hình thức trực tuyến để đảm bảo các quy định về an toàn phòng chống dịch.

Thứ ba: Tăng cường hợp tác trong các hoạt động đào tạo và bồi dưỡng nhân lực du lịch chất lượng cao. Trong những năm qua Lào Cai đã phối hợp với các tổ chức trong các hoạt động đào tạo nâng cao năng lực cho nguồn nhân lực du lịch như đào tạo nghề Du lịch đáp ứng sát nhu cầu thực tế trên cơ sở áp dụng Tiêu chuẩn VTOS từ nguồn Dự án Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội (EU-ESRT). Hiệu quả của chương trình này là đã trang bị cho người lao động kỹ năng nghề nhằm giải quyết bài toán trước mắt hiệu quả; Hợp tác với Vùng Aquitaine (Cộng hòa Pháp) trong việc đào tạo đội ngũ đào tạo viên hướng dẫn viên cho một số hoạt động thể thao mạo hiểm, thường xuyên mở các lớp tiếng Pháp cho người dân bản địa, trao đổi

tình nguyện viên,... Thông qua các chương trình này, người dân địa phương và những người lao động trực tiếp trong lĩnh vực du lịch chính là những người được hưởng lợi.

Thứ tư: Đẩy mạnh đầu tư cho xây dựng, phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, tăng cường sự vào cuộc của các doanh nghiệp. Tăng cường công tác xúc tiến quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp hơn, tập trung quảng bá cho các thị trường trọng điểm và đẩy mạnh xúc tiến quảng bá sản phẩm gắn với quảng bá điểm đến. Công tác nghiên cứu thị trường, dự báo thị trường và thiết kế sản phẩm phải đi trước một bước, định hướng chiến lược cho việc thu hút đầu tư để đảm bảo tính hiệu quả và thực tiễn. Phát triển các sản phẩm du lịch mới, sản phẩm thể mạnh đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của khách du lịch.

Thứ năm: Phát triển du lịch phải gắn chặt với việc bảo vệ môi trường ngăn chặn kịp thời các hoạt động làm suy thoái tài nguyên du lịch và môi trường du lịch đang diễn ra ngày một phức tạp dưới áp lực phát triển kinh tế xã hội. Nhiều giá trị cảnh quan, sinh thái và đa dạng sinh học bị suy giảm. Sự biến đổi về những giá trị di sản văn hóa dân tộc, cảnh quan văn hóa đặc trưng ở nhiều làng bản đang dần mai một.

5. Chiến lược phát triển đa dạng hóa thị trường khách du lịch và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn lực du lịch trong thời gian tới

5.1. Định hướng thị trường khách du lịch

Mục tiêu: Thu hút khách du lịch theo các phân đoạn thị trường tập trung khai thác thị trường có khả năng chi trả cao. Phân đoạn thị trường theo mục đích du lịch và khả năng thanh toán để tập trung thu hút; ưu tiên thu hút phân đoạn khách du lịch có khả năng chi trả cao, có mục đích du lịch thuần túy, lưu trú dài ngày.

Nội dung phát triển thị trường:

Phát triển mạnh thị trường khách du lịch nội địa. Tập trung hướng tới thị trường là các đô thị trọng điểm; các tỉnh phát triển vùng Đồng bằng sông Hồng, Duyên hải Đông Bắc, Đồng bằng sông Cửu Long và Thành phố Hồ Chí Minh với các phân khúc thị trường khách du lịch nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần, mua sắm. Chú trọng thị trường Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh gắn với phát triển tuyến hành lang kinh tế Vân Nam - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh.

Phát triển du lịch nội địa vừa là phục vụ sự phát triển của xã hội, đáp ứng nhu cầu đi lại du lịch của nhân dân trong nước. Thực tế thời gian gần đây ở nhiều nước cũng như ở Việt Nam, thị trường du lịch nội địa là yếu tố quan trọng hạn chế các tác động của những biến cố như khủng hoảng kinh tế, xung đột vũ trang và dịch bệnh (tác động của đại dịch COVID -19 là một minh chứng sống động). Nhu cầu du lịch trong nước gia tăng nhanh chóng cùng với sự ổn định và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Chi tiêu của nhiều phân đoạn thị trường khách du lịch nội địa thậm chí vượt mức chi tiêu bình quân của khách du lịch

quốc tế. Nhu cầu sử dụng sản phẩm dịch vụ, cơ sở vật chất của khách du lịch nội địa gia tăng cả về số lượng và chất lượng. Trong tương lai, phân đoạn thị trường khách du lịch nội địa cao cấp sẽ hình thành rõ nét hơn và gia tăng nhanh. Thị trường thứ hai với mức chi tiêu trung bình cũng sẽ có sự gia tăng mạnh.

Đẩy mạnh phát triển thị trường quốc tế: Thu hút, phát triển mạnh thị trường khách quốc tế gần: Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc), Đông Nam Á và Thái Bình Dương (Singapore, Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Úc). Riêng đối với thị trường khách du lịch Trung Quốc cần có phương án đón khách trong tình hình mới để đảm bảo hoạt động du lịch an toàn và trong phạm vi có thể quản lý ngay sau khi thị trường này mở cửa đối với Việt Nam.

Tăng cường khai thác thị trường khách cao cấp truyền thống đến từ Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan, vùng Scandinavia), Bắc Mỹ (Mỹ, Canada).

Mở rộng thị trường mới như Trung Đông, Ấn Độ.

Đối với thị trường khách quốc tế, trong giai đoạn tới, theo định hướng thu hút thị trường khách có khả năng chi trả cao thì cần phải xác định chiến lược phát triển thị trường cụ thể, chuyên nghiệp hóa hoạt động nghiên cứu và phát triển thị trường, trong đó đi sâu nghiên cứu và thu hút theo phân đoạn thị trường, đặc biệt tập trung vào khách nghỉ dưỡng và giải trí. Sau giai đoạn phát triển theo diện rộng, giai đoạn xâm nhập với việc thu hút các đối tượng khách sử dụng sản phẩm dịch vụ không phân biệt thì nay cần đặt ra nhu cầu phát triển có trọng tâm, áp dụng chiến lược phân biệt hóa; thu hút và phát triển theo các nhóm thị trường đồng thời giới thiệu sử dụng sản phẩm dịch vụ phù hợp với nhu cầu. Đây là hướng phát triển bền vững hơn về thị trường đồng thời góp phần vào việc sắp xếp và tổ chức có bài bản hơn các sản phẩm du lịch. Tránh dần được tình trạng đồng hóa, trùng lặp.

Diễn biến về các biến cố trên thế giới và khu vực như xung đột vũ trang, tranh chấp chủ quyền, tác động của biến đổi khí hậu và dịch bệnh, nhất là đại dịch COVID-19 đã có sự thay đổi về xu hướng du lịch cho thấy sự cần thiết định hướng phát triển thị trường khách du lịch gần, các thị trường khách nội vùng cũng như cần coi trọng thị trường khách du lịch nội địa. Đây cũng là chiến lược của nhiều quốc gia, trong đó có Thái Lan, Trung Quốc, Malaysia, Singapore. Các xu hướng phát triển và hợp tác quốc tế khu vực sẽ tạo thuận lợi cho việc thu hút khách du lịch giữa các nước láng giềng. Tại thời điểm nguồn khách này đang gia tăng nhanh chóng thì cần có các biện pháp kích cầu cụ thể cũng như tổ chức sản phẩm đáp ứng đối tượng khách này, chú trọng lợi thế đường biên để thu hút khách từ Trung Quốc, cũng như thúc đẩy các hoạt động du lịch đường bộ qua đường biên hay du lịch qua biên giới đối với khách quốc tịch nước thứ ba. Các hoạt động du lịch như nghỉ dưỡng, tham quan, khám phá, mua sắm, chữa bệnh, hội họp là rất phù hợp phát triển đáp ứng nhu cầu thị trường khách quốc tế gần.

Thị trường khách du lịch quốc tế truyền thống là thị trường luôn phải được duy trì và có các chiến lược thu hút riêng. Thị trường khách quốc tế truyền thống của du lịch Lào Cai hầu như thuộc các thị trường xa, xu hướng phát triển của thị

trường xa vẫn tăng nhanh đồng thời các thị trường truyền thống là các thị trường trung thành hơn và có nhiều giá trị khai thác, dễ khai thác và có khả năng duy trì, tuy nhiên cũng cần phải có chiến lược với các kế hoạch duy trì thu hút và liên tục giữ vững các sản phẩm thế mạnh gắn với văn hóa bản sắc và lợi thế thiên nhiên. Bên cạnh các thị trường truyền thống từ những giai đoạn đầu phát triển như thị trường Trung Quốc, Nhật Bản, Pháp, Mỹ, Anh,... cũng cần duy trì mức độ khai thác những thị trường đang khai thác tốt giai đoạn gần đây như các thị trường Đông Nam Á...

Các thị trường tiềm năng có thể tính đến là thị trường Ấn Độ đang nổi lên và là tâm điểm thu hút của nhiều quốc gia. Thị trường Trung Đông, thị trường du lịch xa từ các nước Mỹ La Tinh, Nam Phi đã có những thâm nhập thị trường nhất định và khẳng định khả năng chi trả và sử dụng các sản phẩm và dịch vụ cao cấp.

Một trong những định hướng quan trọng về phát triển thị trường là ngoài việc xác định thị trường nguồn, tập trung khai thác thị trường theo phân đoạn thị trường thì định hướng thu hút những phân đoạn thị trường phù hợp tài nguyên và sản phẩm du lịch đặc biệt phải ưu tiên và có các biện pháp thu hút thị trường khách du lịch có khả năng chi trả cao nhằm đẩy mạnh mục tiêu phát triển về trọng tâm và chất lượng, đặc biệt là mục tiêu tăng trưởng về tổng thu từ du lịch.

5.2. Chiến lược nâng cao chất lượng đào tạo nguồn lực du lịch

Mục tiêu: Xây dựng lực lượng lao động ngành du lịch đáp ứng yêu cầu về chất lượng, hợp lý về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo để đảm bảo tính chuyên nghiệp, đủ sức cạnh tranh và hội nhập vùng, quốc gia và khu vực, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, đáp ứng nhu cầu xã hội.

Nội dung cụ thể:

Xây dựng và tổ chức thực hiện đề án, kế hoạch phát triển nhân lực du lịch phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch từng thời kỳ; từng bước thực hiện chuẩn hóa nhân lực du lịch hợp chuẩn với quốc gia, khu vực và quốc tế. Áp dụng việc đào tạo kỹ năng nghề và chuẩn hóa nghề theo Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN tại Lào Cai.

Nâng cao tỉ lệ lao động qua đào tạo; đến năm 2025 phấn đấu trên 58% lao động trong lĩnh vực du lịch tại Lào Cai được đào tạo bồi dưỡng chuyên môn và chuyên môn sâu về du lịch trên 75% vào năm 2030.

Chú trọng ưu tiên đào tạo kỹ năng các nghề du lịch mà ở đó phụ nữ và đồng bào dân tộc thiểu số có thể phát huy được tốt nhất khả năng của mình. Các chương trình, dự án do Liên minh châu Âu, Great, Pháp hỗ trợ đang thực hiện tốt các nội dung này tại Lào Cai.

Trong giai đoạn sau năm 2030, tập trung phát triển nguồn nhân lực bậc cao bao gồm đội ngũ quản lý, lực lượng chuyên gia đầu ngành, đội ngũ nghiên cứu và lao động kỹ năng cao. Đẩy nhanh ứng dụng CNTT và chuyển đổi số trong ngành, cho các cán bộ quản lý du lịch và những người giao tiếp trực tiếp với khách du lịch. Đến năm 2025, phấn đấu có khoảng hơn 30 - 40% lao động có

trình độ đại học, trên đại học và cao đẳng về du lịch và 60% đội ngũ các bộ quản lý, giám sát ở doanh nghiệp được đào tạo chuyên sâu về du lịch.

Đẩy mạnh các hoạt động liên kết với các cơ sở đào tạo chuyên ngành du lịch có uy tín trong và ngoài tỉnh trong hoạt động bồi dưỡng đào tạo nguồn nhân lực du lịch Lào Cai, đảm bảo đáp ứng yêu cầu hội nhập.

Tăng cường liên kết, hợp tác quốc tế về đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch. Gắn kết đào tạo với sử dụng trên cơ sở vừa đáp ứng yêu cầu ngành vừa thực hiện liên kết vùng và xuất khẩu lao động. Khuyến khích đẩy mạnh đào tạo tại chỗ, tự đào tạo theo nhu cầu doanh nghiệp, nhu cầu xã hội

6. Giải pháp thực hiện chiến lược

6.1. Giải pháp về nâng cao nhận thức

- Nâng cao ý thức của người dân, doanh nghiệp và cộng đồng trong xây dựng, bảo vệ hình ảnh điểm đến, môi trường du lịch, góp phần phát triển du lịch bền vững và công bằng xã hội, không ngừng nâng cao uy tín, thương hiệu và sức thu hút của du lịch tỉnh Lào Cai.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến du lịch theo hướng chuyên nghiệp với các hành động cụ thể: xây dựng thương hiệu du lịch tỉnh Lào Cai và hệ thống nhận diện; nghiên cứu thị trường du lịch mục tiêu của du lịch Lào Cai, quảng bá sản phẩm du lịch phù hợp với “câu” của thị trường; ưu tiên nguồn lực từ ngân sách Nhà nước và huy động các nguồn lực xã hội cho công tác đào tạo, xúc tiến đầu tư, quảng bá du lịch.

6.2. Giải pháp về cơ chế chính sách, chú trọng chính sách đặc thù

Rà soát, điều chỉnh các quy định hành chính theo hướng giảm thiểu các thủ tục, tạo điều kiện thông thoáng và nhanh nhất cho các nhà đầu tư có quan tâm đầu tư vào lĩnh vực du lịch tại tỉnh Lào Cai.

Tăng cường đầu tư vào cơ sở vật chất cũng như đội ngũ giảng viên tại các cơ sở đào tạo du lịch, hướng tới việc áp dụng các tiêu chuẩn năng lực nghề du lịch quốc gia và khu vực, đảm bảo yêu cầu nâng cao năng lực đội ngũ lao động du lịch cho phát triển du lịch Lào Cai trong giai đoạn mới.

Có cơ chế, chính sách thu hút nhân tài/nguồn nhân lực chất lượng cao là các nhà quản lý, hoạch định chiến lược, giáo viên, các nghệ nhân và lao động có trình độ tay nghề cao đến làm việc tại tỉnh và người địa phương tham gia phát triển du lịch.

Tiếp tục hoàn thiện, bổ sung Nghị quyết 06 của HĐND tỉnh Lào Cai nhằm hỗ trợ phát triển du lịch và nhân lực du lịch cộng đồng ở địa phương.

6.3. Giải pháp về tổ chức và quản lý

Kiên toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch từ cấp tỉnh đến cấp huyện theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp, hiệu lực và hiệu quả, đáp ứng yêu cầu quản lý du lịch. Trước mắt củng cố, tăng cường năng lực cho Sở Du lịch Lào Cai để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới, thành lập Ban quản lý các

Khu du lịch quốc gia và Ban quản lý du lịch - di tích ở các địa phương. Chú trọng bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, năng lực quản lý nhà nước cho đội ngũ cán bộ cấp phòng của Sở Du lịch, Trung tâm Thông tin và Xúc tiến Du lịch, phòng Văn hóa và Thông tin các huyện, thị xã, thành phố và Hiệp hội Du lịch tỉnh Lào Cai để tăng cường hiệu quả trong quản lý nhằm đảm bảo là cầu nối giữa doanh nghiệp kinh doanh du lịch và các cơ quan quản lý nhà nước ở các lĩnh vực liên quan trên địa bàn tỉnh.

6.4. Giải pháp về kiểm soát chất lượng dịch vụ du lịch

Tăng cường năng lực quản lý nhà nước về quản lý chất lượng sản phẩm du lịch, theo đó Sở Du lịch phối hợp với các sở, ngành có liên quan để thành lập bộ phận chuyên trách quản lý chất lượng sản phẩm du lịch tỉnh Lào Cai. Chú trọng ưu tiên tăng năng lực của đội ngũ cán bộ thuộc bộ phận chuyên trách này. Ứng dụng du lịch thông minh và triển khai phát triển du lịch xanh, thông minh và khác biệt ở Lào Cai để kiểm soát chất lượng du lịch hiệu quả.

Duy trì hệ thống Nhà du lịch cấp tỉnh, huyện và nhà du lịch vệ tinh theo mô hình Pháp chuyên giao; các đội liên ngành quản lý khách du lịch và các kênh thông tin (công du lịch thông minh, đường dây nóng, các app du lịch thông minh, mạng xã hội) để du khách có thể phản ánh về chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm du lịch khi đến tham quan du lịch trên địa bàn tỉnh. Thông qua đó sẽ kịp thời giải quyết, xử lý nhằm đảm bảo quyền lợi cho du khách và chấn chỉnh chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch liên quan trên địa bàn tỉnh.

6.5. Giải pháp về phát triển nguồn nhân lực, nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực du lịch

Ưu tiên nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao, có chế độ ưu đãi để thu hút nguồn nhân lực du lịch có trình độ về công tác tại tỉnh Lào Cai; xây dựng và triển khai Tổ chức đào tạo kỹ năng nghề du lịch theo chương trình hợp tác với vùng Nouvelle Aquitaine (CH Pháp) và Bộ tiêu chuẩn năng lực chung trong ASEAN về nghề Du lịch (ACCSTP), chương trình du lịch chung ASEAN (CATC) theo thoả thuận nghề du lịch giữa các nước ASEAN (MRA-TP) nhằm đạt mục tiêu đến năm 2030 có 60/% lao động được đào tạo kỹ năng nghề du lịch để đảm bảo phát triển nghề nghiệp du lịch bền vững.

Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai liên kết với các cơ sở đào tạo du lịch và tăng cường hoạt động đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch của chính doanh nghiệp mình.

Khuyến khích sự tham gia của cộng đồng, đặc biệt của phụ nữ và người dân tộc thiểu số vào hoạt động du lịch, dần tiến tới xã hội hóa phát triển nguồn nhân lực phổ thông tại các khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Lào Cai.

Đặc biệt, cần phải có chính sách và cơ chế nhằm gắn kết giữa ba (03) nhà: Nhà nước - nhà trường - doanh nghiệp. Chú trọng đến việc đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước, nhà trường và doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng nhân lực có chất lượng cho ngành du lịch. Đẩy mạnh công tác đào tạo nguồn giáo viên giảng dạy về du lịch v.v...

nên có một cơ chế đặc thù cho việc đào tạo về du lịch như dành nhiều chỉ tiêu đào tạo về du lịch ở nước ngoài.

Đẩy mạnh việc đào tạo thực hành nghề du lịch và đào tạo kỹ năng nghề du lịch theo tín chỉ, theo modul gắn với nhu cầu doanh nghiệp. Ngoài ra, cần tăng cường công tác đào tạo kỹ năng mềm như: kỹ năng ngoại ngữ, giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, sáng tạo, dịch vụ khách hàng v.v... để người lao động có thể tự tin, chủ động phát huy được khả năng của mình trong môi trường hội nhập.

6.6. Giải pháp về huy động và sử dụng nguồn lực, khoa học và công nghệ

Huy động các nguồn lực tài chính từ các thành phần kinh tế trong và ngoài nước vào các lĩnh vực phát triển hạ tầng du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch, quảng bá, xúc tiến du lịch.

Khai thác tối ưu, có hiệu quả nguồn lực về tài nguyên du lịch: giá trị tài nguyên du lịch, đa dạng sinh học và các giá trị di sản văn hóa vật thể, phi vật thể, đặc biệt giá trị văn hóa truyền thống các dân tộc thiểu số cho phát triển du lịch; thể chế hóa, xã hội hóa trong khai thác tài nguyên, bảo tồn di sản; trùng tu di tích; coi trọng bảo tồn và phát triển các làng nghề thủ công truyền thống; phát triển ẩm thực đặc sắc Lào Cai nói riêng và vùng Tây Bắc nói chung để xây dựng thành những sản phẩm đặc thù để thu hút đa dạng thị trường khách.

6.7. Giải pháp về liên kết phát triển du lịch

Tăng cường liên kết với các địa phương trên tuyến hành lang kinh tế Vân Nam - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh để khai thác các thị trường khách du lịch và cơ hội đầu tư du lịch cho tỉnh Lào Cai. Đây cũng chính là các nhà đầu tư tiềm năng để có thể phát triển sản phẩm du lịch theo tuyến du lịch trọng điểm quốc gia.

Có kế hoạch hợp tác cụ thể với các địa phương trong vùng Trung du miền núi Bắc Bộ, đặc biệt hợp tác giữa 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng với Thành phố Hồ Chí Minh, hợp tác song phương với các tỉnh biên giới với Trung Quốc, hợp tác với các tỉnh kết nối với Lào Cai v.v... để xây dựng chương trình tour, tuyến du lịch, phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng phù hợp Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Trung du miền núi Bắc Bộ đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Liên kết với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch Trung ương và các tỉnh, thành phố vùng TDMNBB trong việc khảo sát điều tra, thiết kế các chương trình du lịch, sản phẩm du lịch liên vùng và sản phẩm du lịch đặc thù của tỉnh Lào Cai.

7. Đề xuất kiến nghị

- Đề xuất Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, các đơn vị liên quan tổ chức và tham gia các chương trình xúc tiến thương mại, du lịch và xây dựng sản phẩm du lịch, quảng bá hình ảnh du lịch Lào Cai nói riêng và du lịch Việt Nam nói chung tại sự kiện trong nước và quốc

tế về du lịch. Đồng thời quan tâm dành nguồn kinh phí thỏa đáng cho công tác nghiên cứu thị trường hoạch định chiến lược và tổ chức các hoạt động quảng bá quy mô quốc gia ở các thị trường quốc tế.

- Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nghiên cứu, đề xuất thành lập Văn phòng đại diện du lịch Việt Nam tại nước ngoài, ưu tiên các thị trường du lịch trọng điểm của Việt Nam.

- Đề nghị Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch yêu cầu các địa phương đăng ký nhu cầu xúc tiến, quảng bá tại thị trường trọng điểm nước ngoài cụ thể. Căn cứ vào nhu cầu và thực tế, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, các địa phương phối hợp tổ chức các chương trình xúc tiến quốc tế.

- Kiến nghị Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch chủ trì, kết nối và bố trí nguồn lực khai thác các thị trường khách quốc tế gần, khách du lịch qua biên giới, khách du lịch quốc tịch nước thứ ba từ nước có biên giới với Việt Nam nhập cảnh vào nước ta du lịch, khách du lịch với các loại hình du lịch xe tự lái... nhằm góp phần đa dạng hóa thị trường khách du lịch, nhất là với các tỉnh biên giới như Lào Cai

- Phối hợp với Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành chính sách thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực du lịch, đầu tư nâng cao năng lực đào tạo về du lịch, đặc biệt là đào tạo nghề du lịch, có chính sách ưu tiên đặc biệt tới đối tượng là đồng bào dân tộc thiểu số.

KẾT LUẬN

Đa dạng hóa về thị trường du lịch là mục tiêu và cũng là động lực hàng đầu để phát triển du lịch Lào Cai. Thực tế cho thấy nếu tập chung thu hút 1 thị trường khách du lịch sẽ khiến chúng ta lệ thuộc vào họ. Nên việc đa dạng hóa thị trường khách du lịch luôn là giải pháp để phát triển bền vững du lịch. Bên cạnh đó nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực du lịch sẽ góp phần tích cực trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững của hoạt động du lịch, đẩy nhanh sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Lào Cai. Để làm được điều này, việc thực hiện đồng bộ các mặt từ đề ra cơ chế chính sách, thành lập cơ quan chuyên trách, xây dựng mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch, nâng cao trình độ chuyên môn cho giảng viên, hoàn thiện khung chương trình đào tạo, phát triển cơ sở vật chất trong đào tạo du lịch,... là rất cần thiết. Có như vậy việc phát triển hoạt động du lịch tại Lào Cai mới đảm bảo được tính bền vững và đạt được những mục tiêu đề ra, góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế, xã hội địa phương./.

CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU SẢN PHẨM, HƯỚNG TỚI THỊ TRƯỜNG DU LỊCH CAO CẤP

UBND tỉnh Quảng Ninh

Nằm ở phía Đông Bắc của Việt Nam với vị trí địa chiến lược về chính trị, kinh tế, quân sự và đối ngoại; Quảng Ninh với nhiều cảnh quan đặc sắc, nổi trội, hội tụ đầy đủ các yếu tố tự nhiên: rừng, núi, nước non, biển đảo, sông hồ...; là cơ hội lớn để phát triển các loại hình du lịch và hướng đến phát triển ngành công nghiệp văn hóa - giải trí cao cấp. Với hơn 632 danh lam, thắng cảnh, di tích lịch sử, đặc biệt có Vịnh Hạ Long 2 lần được UNESCO công nhận Di sản thiên nhiên thế giới và năm 2011 được vinh danh là 1 trong 7 Kỳ quan thiên nhiên mới của thế giới. Hiện nay, tỉnh Quảng Ninh đang phối hợp cùng tỉnh Hải Dương, Bắc Giang xây dựng Hồ sơ khoa học Quần thể Di tích và Danh thắng Yên Tử trình UNESCO công nhận là Di sản thế giới.

Công tác phát triển sản phẩm du lịch trên địa bàn tỉnh

Tận dụng thế mạnh về tài nguyên tự nhiên và văn hóa, các sản phẩm du lịch chính của Quảng Ninh được tập trung phát triển thời gian qua bao gồm **04** dòng sản phẩm du lịch chính: du lịch biển đảo; du lịch văn hóa, tâm linh; du lịch sinh thái cộng đồng và du lịch biên giới.

Về phát triển sản phẩm du lịch biển đảo

Hệ thống sản phẩm này được phát triển dựa trên các giá trị biển đảo quan trọng nhất của Quảng Ninh gồm vịnh Hạ Long - vịnh Bái Tử Long - Vân Đồn - Cô Tô, rất được khách du lịch ưa thích và đánh giá cao trong thời gian qua. Hệ thống sản phẩm này đóng góp rất lớn cho những kết quả của hoạt động du lịch Quảng Ninh thời gian qua.

Trong số các sản phẩm du lịch biển đảo chính, một số sản phẩm đã tạo được dấu ấn mạnh mẽ trong quá trình khai thác và trở thành sản phẩm đặc thù riêng có của Quảng Ninh như sản phẩm du lịch lưu trú, nghỉ dưỡng bằng tàu du lịch, du thuyền khám phá trên vịnh Hạ Long và Bái Tử Long; du lịch tham quan vịnh Hạ Long, vịnh Bái Tử Long bằng thủy phi cơ và trực thăng; du lịch tham quan các làng chài trên vịnh Hạ Long. Du lịch tham quan biển đảo, nghỉ dưỡng, tắm biển, vui chơi giải trí trên vịnh Hạ Long, vịnh Bái Tử Long, Vân Đồn (Quan Lạn), Cô Tô, Du lịch ẩm thực biển Hạ Long, Bái Tử Long, Vân Đồn, Cô Tô, Phố đêm du thuyền Hạ Long...

Về phát triển sản phẩm du lịch văn hóa, tâm linh

Hiện nay, Quảng Ninh có khoảng 76 lễ hội được tổ chức hàng năm, tập trung chủ yếu ở loại hình lễ hội dân gian truyền thống, thời gian tổ chức tập trung từ tháng 1 - 3 âm lịch, mang nét đặc trưng của mỗi khu vực. Bên cạnh đó, các di sản phi vật thể trong danh sách di sản văn hóa quốc gia cũng là những giá

trị văn hóa hết sức quan trọng trong việc phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh nói chung và phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tâm linh nói riêng. Du lịch tâm linh phát triển mạnh mẽ với nhiều di tích, thắng cảnh. Khu phía Đông đầy mạnh du lịch sinh thái cộng đồng với sự đa dạng văn hóa của đồng bào các dân tộc, vẻ đẹp của vùng núi như huyện Bình Liêu với các sản phẩm du lịch văn hóa cộng đồng gắn với Lễ hội Hoa sớ, lễ hội Soóng Cọ, vườn hoa Cao Sơn, thác Khe Vằn...

Với du lịch văn hóa tâm linh, Quảng Ninh có các khu di tích trọng điểm, bao gồm: Khu di tích lịch sử và danh thắng Yên Tử (thành phố Uông Bí, thị xã Đông Triều); Khu di tích lịch sử nhà Trần tại Đông Triều (thị xã Đông Triều); Di tích lịch sử đền Cửa Ông (thành phố Cẩm Phả, huyện Vân Đồn); khu di tích lịch sử Bạch Đằng (thị xã Quảng Yên, thành phố Uông Bí); các di tích thuộc Quần thể di tích lịch sử Thương cảng Vân Đồn (huyện Vân Đồn)...

Về phát triển sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng

Trên cơ sở khai thác các giá trị đặc trưng về tự nhiên và văn hóa các dân tộc trên địa bàn tỉnh, các sản phẩm du lịch cộng đồng được hình thành và phát triển dưới nhiều hình thức khác nhau như làng du lịch cộng đồng ven biển với mô hình làng chài, hay làng du lịch cộng đồng tại các bản làng người dân tộc ít người với hệ thống homestay đặc sắc và những trải nghiệm đặc trưng dành cho khách du lịch giới thiệu về những giá trị và nét đẹp văn hóa của đồng bào các dân tộc tỉnh Quảng Ninh và nhằm bảo tồn và tôn vinh bản sắc văn hóa địa phương. Một số sản phẩm du lịch cộng đồng chính đã khai thác như sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng tại 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... tại một số địa phương khu vực miền núi của tỉnh Quảng Ninh như Bình Liêu, Ba Chẽ, Tiên Yên...

Về phát triển sản phẩm du lịch biên giới

Quảng Ninh có **03** cửa khẩu thông thương với Trung Quốc là Móng Cái (thành phố Móng Cái), Hoàn Mô (huyện Bình Liêu) và Bắc Phong Sinh (huyện Hải Hà). Theo đó, các hoạt động du lịch gắn với thương mại tại các cửa khẩu biên giới cũng được thúc đẩy phát triển, các sản phẩm du lịch biên giới chính bao gồm: Du lịch tham quan, mua sắm qua cửa khẩu; Du lịch MICE; Du lịch xe tự lái (Caraval). Trong giai đoạn này, du lịch biên giới đã được thúc đẩy từ 2 quốc gia Việt Nam - Trung Quốc với nhiều giải pháp phù hợp kết hợp giữa du lịch và thương mại, đặc biệt giữa 2 tỉnh Quảng Ninh (Việt Nam) - Quảng Tây (Trung Quốc).

Các kết quả phát triển du lịch

Giai đoạn 2019 đến năm 2022, tổng lượng khách đạt trên **38** triệu lượt khách, tổng thu từ du lịch đạt trên **80.778** tỷ đồng. Sự tăng trưởng tốt nhất vào năm 2019, tuy nhiên có sự suy giảm từ năm 2020 đến nay do tác động bởi đại dịch COVID-19. Năm 2022, ngành Du lịch Quảng Ninh đã có bước phục hồi mạnh mẽ, kết quả đạt được năm 2022 ước đạt: Tổng khách du lịch đạt **11,6** triệu lượt khách (tăng 164,6% so với cùng kì), trong đó khách quốc tế đạt 304.000

lượt; Tổng thu đạt **22.599** tỷ (tăng 191,8% so với cùng kỳ). 02 tháng đầu năm 2023, tổng khách du lịch đạt trên **3,3** triệu lượt khách (đạt 200% cùng kỳ). Tổng thu từ khách du lịch ước đạt trên **6.026** tỷ đồng (đạt 268% so với cùng kỳ).

Về đóng góp của GRDP: Đóng góp của GRDP du lịch vào GRDP của Quảng Ninh năm 2020 và 2021 chỉ đạt lần lượt là 5,6% và 2,3%, giảm 78% mức độ đóng góp vào GRDP so với năm 2019. Năm 2022, mức độ đóng góp của GRDP du lịch đã tăng lên đáng kể đạt 6% so với GRDP của tỉnh.

Về chỉ số cạnh tranh: Báo cáo đánh giá chỉ số cạnh tranh du lịch Việt Nam năm 2021 đối với 15 tỉnh/thành phố theo các nhóm, trụ cột, Quảng Ninh có vị trí xếp hạng cao, xếp hạng chung đứng thứ 2 chỉ sau Đà Nẵng.

Về thị trường khách quốc tế: Khách du lịch quốc tế đến Quảng Ninh chủ yếu đến từ các nước Đông Bắc Á chiếm 79,6%; (trong đó, khách Trung Quốc chiếm 68%; Hàn Quốc 6,8% và Nhật Bản chiếm 4,8%); khách đến từ các nước châu Âu 4,1%; khách đến từ Đông Nam Á chiếm 4,1%; khách đến từ châu Úc và Bắc Mỹ đều chiếm 3,1%; còn lại khách đến từ các thị trường khác chiếm 5,1%.

Từ thực tiễn lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý trong công tác phát triển sản phẩm của tỉnh Quảng Ninh bước đầu có thể rút ra một số kinh nghiệm chủ yếu sau:

Một là, đổi mới mạnh mẽ tư duy phát triển, bám sát thực tiễn Quảng Ninh; năng động, sáng tạo, nêu cao tinh thần chủ động, tích cực, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm; bám sát các định hướng của Trung ương để mạnh dạn đề xuất, phát triển sản phẩm du lịch gắn với lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên và văn hóa;

Hai là, đẩy mạnh công tác thu hút, đầu tư hạ tầng bao gồm cả hạ tầng giao thông, công nghệ thông tin và hạ tầng du lịch đã tập trung vào những hạng mục trọng yếu, có tính chất động lực, đáp ứng được những yêu cầu của sự phát triển và tạo đà tăng trưởng. Chú trọng phát triển các sản phẩm du lịch đặc sắc, chất lượng cao như Công viên Sun World Halong Park, Vinpearl Halong Bay Resort, Quần thể nghỉ dưỡng Hạ Long FLC, M'Galery Yên Tử, Wyndham Legend Halong Bay; Khu nghỉ dưỡng suối khoáng cao cấp Onsen Quang Hanh...

Ba là, chủ động trong công tác xúc tiến, quảng bá du lịch tại các thị trường mục tiêu; tập trung phát triển các dòng sản phẩm du lịch theo nhu cầu, thị hiếu của khách du lịch gắn với tiềm năng, thế mạnh của du lịch Quảng Ninh.

Chuyển dịch cơ cấu sản phẩm, hướng tới thị trường du lịch cao cấp

Thời gian tới tỉnh Quảng Ninh chú trọng triển khai thực hiện một số nội dung trọng tâm sau:

Thứ nhất, nhanh chóng cơ cấu lại ngành du lịch Quảng Ninh 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. Cơ cấu lại thị trường khách du lịch quốc tế, trước hết là Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ (trong đó thị trường Hàn Quốc và Nhật

Bản đã có đường bay thẳng đến sân bay quốc tế Vân Đồn, Quảng Ninh), khu vực các nước Đông Nam Á (Thái Lan, Singapore, Malaysia, Indonesia...), khách Bắc Mỹ (Hoa Kỳ, Canada); khách Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Italia...), thị trường khách Úc và Niu DiLân, thị trường khách Trung Đông. Đây là những thị trường khách quan tâm đến du lịch Việt Nam. Trong tương lai, tiếp tục thu hút và duy trì thị phần các thị trường này, đồng thời hướng đến các thị trường khác như Trung Quốc, thông qua các cửa khẩu đường bộ và đường bay thẳng tới sân bay quốc tế Vân Đồn từ các thành phố lớn của Trung Quốc; thị trường khách Nam Mỹ, khách Đông Âu...

Thứ hai, nghiên cứu làm mới các sản phẩm du lịch trên địa bàn tỉnh hướng tới thị trường du lịch cao cấp.

Tập trung thu hút đầu tư, phát triển các 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 thông qua các chương trình du lịch trên du thuyền, thưởng ngoạn cảnh đẹp thiên nhiên trên biển gắn với từng thời khắc như hoàng hôn/bình minh trên Vịnh, đêm trên Vịnh...; nâng cấp chất lượng dịch vụ các tour du thuyền trên vịnh nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch có thu nhập cao.

Phát triển sản phẩm du lịch từ di sản và khai thác chiều sâu các giá trị văn hóa, lịch sử, 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 hóa, lịch sử của điểm đến; khai thác chiều sâu các giá trị văn hoá, lịch sử, nghệ thuật từ những di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, các lễ hội truyền thống, các trò chơi, trò diễn dân gian gắn với đời sống và văn hoá cộng đồng bản địa; các show diễn thực cảnh quy mô.

Thứ ba, phát triển các sản phẩm du lịch mới trên địa bàn tỉnh trong đó ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch xanh, du lịch bền vững

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, đáp ứng nhu cầu khách du lịch, đồng thời là điểm nhấn thương hiệu cho du lịch các địa phương trong tỉnh Quảng Ninh; Phát triển 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 Đèo Sơn - Kỳ Thượng, Vịnh Bái Tử Long, Vịnh Hạ Long và quần thể hang động...

Phát triển các sản phẩm du lịch cao cấp, đáp ứng nhu cầu của khách MICE, khách có thu nhập cao, khách thương gia thông qua các sản phẩm cụ thể như tổ chức sự kiện, hội nghị, hội thảo, hội chợ, du lịch khuyến thưởng, du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp, du lịch golf, kết hợp mua sắm hàng hiệu và các hoạt động vui chơi giải trí có thưởng tại các trung tâm như Hạ Long, Vân Đồn, Móng Cái.

Thứ tư, quan tâm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và lao động có kỹ năng gắn với nhanh chóng tăng quy mô và nâng cao chất lượng dân số đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh và bền vững của trong lĩnh vực du lịch.

Thứ năm, tiếp tục tập trung đẩy mạnh các hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch, xây dựng và định vị thương hiệu du lịch Hạ Long - Quảng Ninh gắn với thương

hiệu du lịch quốc gia, quốc tế; Đầu tư nguồn lực cho công tác xúc tiến quảng bá du lịch Quảng Ninh tại các thị trường trọng điểm.

Với các giải pháp quyết liệt và đồng bộ trong chuyên dịch cơ cấu sản phẩm, hướng tới thị trường du lịch cao cấp, trong thời gian tới chúng ta có quyền kỳ vọng du lịch Quảng Ninh sẽ trở thành **“kỳ quan bốn mùa”** với các sản phẩm du lịch đa dạng đặc sắc, chất lượng cao có năng lực cạnh tranh với các nước trong khu vực và quốc tế. Phấn đấu hoàn thành mục tiêu đón 15 triệu lượt khách trong năm 2023 và hướng tới mục tiêu đón 25 triệu lượt khách đến năm 2030.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017, Hà Nội.*
2. Bộ Chính trị (2022), *Nghị quyết về phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng đồng bằng Sông Hồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, số 30-NQ/TW, ngày 23/11/2022, Hà Nội.*
3. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng Bằng Sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.*
4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2016), *Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, số 2714/QĐ-BVHTTDL ngày 03/8/2016, Hà Nội.*
5. BCH Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh (2013), *Nghị quyết về phát triển du lịch Quảng Ninh giai đoạn 2013 - 2020, định hướng đến năm 2030, số 07-NQ/TU ngày 24/5/2013, Quảng Ninh.*
6. BCH Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh (2016), *Nghị quyết về phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 - 2020, định hướng đến năm 2030, số 02-NQ/TU ngày 05/02/2016, Quảng Ninh.*
7. Chính phủ (2014), *Nghị quyết triển khai thực hiện một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch trong thời kỳ mới, số 92/NQ-CP ngày 08/12/2014, Hà Nội.*
8. Chính phủ (2023), *Nghị quyết Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 30-NQ-TW ngày 23/11/2022 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng đồng bằng Sông Hồng đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2045, Hà Nội.*
9. Thủ tướng Chính phủ (2023), *Phê duyệt Quy hoạch tỉnh Quảng Ninh thời kỳ 2020-2030, tầm nhìn đến năm 2045, số 80/QĐ-TTg ngày 11/02/2023, Hà Nội.*
10. UBND tỉnh Quảng Ninh (2014), *Đề án phát triển sản phẩm du lịch tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, số 1419/QĐ-UBND ngày 04/7/2014, Quảng Ninh.*
11. UBND tỉnh Quảng Ninh (2020), *Đề án phát triển du lịch cộng đồng bền vững tỉnh Quảng Ninh, số 4839/QĐ-UBND ngày 29/12/2020, Quảng Ninh.*

12. UBND tỉnh Quảng Ninh (2023), *Báo cáo kết quả phát triển dịch vụ tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016-2020, định hướng đến năm 2030, số 36/BC-UBND ngày 20/02/2023, Quảng Ninh.*

13. Sở Du lịch tỉnh Quảng Ninh (2019, 2020, 2021, 2022), *Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ hàng năm./.*

HỢP TÁC CÔNG - TƯ TRONG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH MỚI

UBND tỉnh Khánh Hòa

Khánh Hòa với lợi thế bờ biển dài 385km, có khoảng 200 hòn đảo lớn nhỏ ven bờ và các đảo thuộc huyện Trường Sa có vị trí kinh tế, an ninh quốc phòng đặc biệt quan trọng. Biển Khánh Hòa có nhiều danh lam thắng cảnh kỳ thú, có nhiều bãi tắm đẹp tự nhiên trên các đảo và trải dọc theo suốt chiều dài của bờ biển từ Bắc xuống Nam như bãi biển Đại Lãnh, Đầm Môn ở Vạn Ninh, Dốc Lết, Đầm Nha Phu ở Ninh Hòa, Bãi Trũ - Đầm Già, Đầm Báy ở Nha Trang, Bãi Dài ở Cam Ranh và còn có nhiều các bãi tắm đẹp,...; Đặc biệt, vịnh Nha Trang đã được công nhận là thành viên chính thức của Câu lạc bộ các Vịnh đẹp nhất thế giới và đã được công nhận là di sản cấp quốc gia.

Không chỉ có nhiều cảnh đẹp nổi tiếng, Khánh Hòa còn là nơi lưu giữ nhiều truyền thống văn hóa lâu đời, những công trình kiến trúc độc đáo như Tháp Bà Ponagar huyền thoại có lịch sử trên dưới 1.000 năm, thành cổ Diên Khánh, các đình, chùa, văn miếu,...; các cơ sở nghiên cứu khoa học nổi tiếng như Viện Hải Dương học, Viện Pasteur Nha Trang - gắn liền với những di tích lưu niệm về cuộc đời và sự nghiệp của nhà bác học Alexandre Yersin; là địa phương đa dạng về văn hóa với nhiều phong tục tập quán, lễ hội dân gian trong đó Lễ hội Cầu ngư, Lễ hội Tháp Bà, Lễ hội Bỏ Mả của người Raglay đã được công nhận là di sản phi vật thể cấp quốc gia...

Với lợi thế mà thiên nhiên ưu đãi cho sự phát triển kinh tế du lịch, trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Thủ tướng chính phủ phê duyệt, Khánh Hòa là một trong 7 khu vực trọng điểm ưu tiên phát triển của cả nước, một địa bàn du lịch có vị trí quan trọng đặc biệt trong hệ thống tuyến điểm du lịch vùng duyên hải Nam Trung bộ và Tây nguyên nói riêng và cả nước nói chung; trong đó thành phố Nha Trang là đô thị du lịch, Khu du lịch Bắc Cam Ranh là Khu du lịch quốc gia, Trường Sa là Điểm du lịch quốc gia; Chiến lược phát triển kinh tế của Khánh Hòa, du lịch được xác định đầu tư phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, Du lịch Khánh Hòa trở thành một trong những Trung tâm Du lịch lớn của cả nước, thương hiệu Du lịch Nha Trang - Khánh Hòa có uy tín trong nước và khu vực, với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2015 - 2020 là 15%/năm.

Xác định vấn đề hợp tác công - tư trong phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh là yếu tố quan trọng thúc đẩy phát triển du lịch, nội dung này đã được tỉnh Khánh Hòa quan tâm đưa vào các kế hoạch trung hạn, dài hạn của tỉnh thông qua việc đầu tư xây dựng, phát triển cơ sở hạ tầng cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, lập quy hoạch du lịch, định hướng phát triển sản phẩm du lịch; hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực lĩnh vực du lịch; hỗ trợ nguồn vốn ứng dụng

công nghệ hiện đại phục vụ quản lý và phát triển du lịch; đặc biệt thu hút sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp và người dân vào du lịch...

Đối với tỉnh Khánh Hòa, để hợp tác công - tư trong phát triển du lịch thời gian qua đạt được kết quả như hôm nay, tỉnh Khánh Hòa đã xây dựng nhiều giải pháp chính sách về hạ tầng giao thông, điện, nước tại các khu, điểm du lịch quy hoạch, hỗ trợ giải phóng mặt bằng, ưu đãi đất đai; Đồng thời, tăng cường các hoạt động xúc tiến đầu tư, kết hợp với xúc tiến thương mại và du lịch bằng nhiều hình thức; đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc nắm bắt thông tin liên quan đến dự án đầu tư. Nhờ sự chủ động và các chính sách linh hoạt, hợp lý, hiệu quả nên trong những năm qua Khánh Hòa đã thu hút nhiều dự án đầu tư quy mô lớn vào các khu vực trọng điểm phát triển du lịch như: tại Khu Du lịch Bắc bán đảo Cam Ranh thu hút 40 dự án, với tổng số vốn đã đăng ký: 29.341 tỷ đồng, hiện đã có 16 khách sạn quy mô lớn, cao cấp đưa vào hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú, vui chơi giải trí với 9.525 phòng; Khu vực Thành phố Nha Trang thu hút đầu tư đưa vào khai thác 64 khách sạn nghỉ dưỡng 4 - 5 sao, với 16.865 phòng và nhiều khu vui chơi giải trí cao cấp, quy mô lớn như Vinwonder, Hòn Tằm, các khu tắm bùn khoáng,...; Tại khu vực Vân Phong, huyện Vạn Ninh đang được triển khai đầu tư hạ tầng để thu hút phát triển du lịch sinh thái - nghỉ dưỡng, sân golf cao cấp, các loại hình du lịch biệt lập ven biển kết hợp các hoạt động tham quan, du lịch trải nghiệm, khu du lịch cao cấp gắn với cảng du lịch đẳng cấp quốc tế, các khu đô thị phục vụ du lịch, dịch vụ.

- Đặc biệt, trong 2022, tỉnh Khánh Hòa cũng đã nhận được sự quan tâm, tạo điều kiện rất lớn từ phía Bộ Chính trị, Chính phủ, các bộ, ngành Trung ương. Việc Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 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 Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết 09-NQ/TW; Đồng thời, ngày 16/6/2022, Quốc hội đã thông qua Nghị quyết 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 hoàn thiện hồ sơ 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 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.

Đây là điều kiện thuận lợi để tỉnh Khánh Hòa tiếp tục thu hút nhiều nguồn lực đầu tư phát triển kinh tế xã hội, trong đó có lĩnh vực du lịch. Thực tế cho thấy trong thời gian qua Khánh Hòa có những cơ chế, chính sách thông thoáng thu hút nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư vào lĩnh vực du lịch. Hạ tầng cơ sở vật chất phục vụ du lịch được phát triển mạnh theo xu hướng đầu tư chiều sâu và quy mô lớn. Nếu như số lượng cơ sở lưu trú trên địa bàn tỉnh năm 2012 có 511 cơ sở, với 12.700 buồng phòng, thì đến nay số lượng cơ sở lưu trú tăng lên gấp đôi với 1.169 cơ sở, hơn 55.530 buồng phòng (tăng hơn 4 lần), trong đó hơn 50% là khách sạn từ 3 sao trở lên, gắn với những thương hiệu nổi tiếng trên thế giới, như InterContinental, Best Western, Six Senses, Radisson, Movenpick, Eastin Grand, Accor Hotels & Resorts,... đồng thời tỉnh Khánh Hòa thu hút đầu tư, xây dựng các khu vui chơi giải trí tham quan, các trung tâm mua sắm cao cấp quy mô lớn, chất lượng cao trên địa bàn tỉnh. Thu hút đầu tư, đưa vào hoạt động 02 sân golf 18 lỗ của khu du lịch Vinpearl Land và Diamond Bay; sân golf 21 lỗ KN Golf Links Cam Ranh phục vụ cho khách du lịch, góp phần nâng cao thương hiệu Du lịch Nha Trang - Khánh Hòa.

Với những tiền đề nêu trên cùng sự nỗ lực quyết tâm cao của cả hệ thống chính trị, người dân và doanh nghiệp, năm 2022 vượt qua ảnh hưởng nặng nề của đại dịch COVID-19, tỉnh Khánh Hòa đã thực hiện hiệu quả các giải pháp nhằm khôi phục và phát triển kinh tế; đưa mọi hoạt động trở lại trạng thái bình thường mới. Hoạt động du lịch phục hồi, có bước tăng trưởng mạnh trở lại, tổng số lượt khách lưu trú đạt hơn 2,5 triệu lượt khách, tăng gấp 4,3 lần so cùng kỳ; trong đó khách quốc tế 297 nghìn lượt khách, tăng gấp 12 lần so cùng kỳ; Doanh thu du lịch đạt 13.976 tỷ đồng, tăng gấp 5,8 lần so với năm 2021. Hoạt động du lịch phục hồi tăng trưởng đã kéo theo các hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh tăng trưởng trở lại, góp phần đưa chỉ tiêu tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP) năm 2022 tăng 20,7% so với năm 2021, đây là mức tăng cao nhất từ trước đến nay và là tỉnh có tốc độ tăng GRDP cao nhất cả nước. Kết quả tích cực này sẽ tạo động lực để tỉnh Khánh Hòa tiếp tục tăng trưởng, phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

Để du lịch Khánh Hòa phát triển tương xứng với tiềm năng, lợi thế và thu hút đầu tư phát triển các loại hình, sản phẩm du lịch mới, cao cấp theo ĐÚNG định hướng của Bộ Chính trị, Quốc hội và Chính phủ đề ra, tỉnh Khánh Hòa kính đề nghị Chính phủ, các Bộ ngành quan tâm hỗ trợ một số nội dung sau:

(1) Xem xét, có cơ chế hỗ trợ thu hút, đẩy nhanh tiến độ đầu tư phát triển hạ tầng giao thông để tạo động lực thu hút đầu tư du lịch tại ba vùng động lực phát triển của tỉnh, trong đó có đường cao tốc Nha Trang - Buôn Mê Thuột, cao tốc Nha Trang - Cam Lâm, cao tốc Thành phố Hồ Chí Minh - Nha Trang và đoạn Vân Phong - Nha Trang thuộc Dự án đầu tư xây dựng một số đoạn đường bộ cao tốc Bắc Nam phía Đông giai đoạn 2021 - 2025, giúp Khánh Hòa từng bước hoàn thiện hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch, đẩy nhanh đầu tư phát triển các dự án tại các khu du lịch trọng điểm theo quy hoạch phát triển du lịch của tỉnh;

(2) Xem xét có cơ chế hỗ trợ thu hút đầu tư để mở rộng, nâng cấp Cảng hàng không quốc tế Cam Ranh và Cảng Du lịch Nha Trang phục vụ du lịch.

(3) Xem xét, hỗ trợ nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng kết nối các khu, điểm du lịch quốc gia đã được quy hoạch bằng nguồn vốn Trung ương do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch làm chủ đầu tư.

(4) Kiến nghị xem xét bổ sung Khánh Hòa vào danh mục các địa phương được phép thí điểm kéo dài thời gian tổ chức các hoạt động ban đêm đến 06 giờ sáng hôm sau, được quy định tại Quyết định số 1129/QĐ-TTg, ngày 27/7/2020 của Chính phủ về việc Phê duyệt Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam. Vì hiện nay, ngoài các sản phẩm du lịch ban ngày phục vụ du khách thì sản phẩm du lịch về đêm tại Khánh Hòa còn rất hạn chế, thiếu. Tỉnh Khánh Hòa đã xây dựng đề án kinh tế đêm nhưng chưa thể triển khai do chưa được Chính phủ phê duyệt bổ sung vào danh mục Đề án.

Thay mặt Ủy ban nhân dân tỉnh Khánh Hòa, tôi xin kính chúc Quý vị đại biểu sức khỏe, thành công và hạnh phúc.

Chúc Hội nghị thành công tốt đẹp.

Xin trân trọng cảm ơn!

HUY ĐỘNG NGUỒN LỰC TỔNG HỢP CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐẨY MẠNH PHỤC HỒI VÀ TĂNG TỐC PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Hiệp hội Du lịch Việt Nam

1. Tình hình doanh nghiệp du lịch Việt Nam trong giai đoạn 2000 - 2022

- Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, có tính liên ngành và xã hội hóa cao. Do vậy, để phát triển nhanh du lịch phải phát huy được nguồn lực của cả xã hội, sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị, sự hưởng ứng của cộng đồng dân cư và đặc biệt là sự tham gia tích cực của hệ thống doanh nghiệp du lịch Việt Nam.

Là một ngành kinh tế năng động, Du lịch Việt Nam (DLVN) trước đại dịch COVID-19 có khoảng 40.000 doanh nghiệp, thu hút trên 1,5 triệu lao động trực tiếp và khoảng 2,5 triệu lao động gián tiếp. Doanh nghiệp du lịch (DNDL) là trụ cột của ngành kinh tế du lịch, là đội quân chủ lực đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước.

- Trong giai đoạn 2000 - 2021, khi cả thế giới bị khủng hoảng do đại dịch COVID-19, du lịch là một trong những ngành kinh tế bị thiệt hại nặng nề nhất. Ở Việt Nam, năm 2021, đã có khoảng 75% lao động, trên 90% doanh nghiệp phải giải thể hoặc dừng kinh doanh. Sự thiệt hại đó cho thấy việc phục hồi ngành du lịch sau đại dịch là vô cùng khó khăn, mà khó khăn nhất là khôi phục hoạt động của các doanh nghiệp du lịch.

- Từ 15/3/2022, khi Chính phủ cho phép mở cửa toàn diện, các DNDL đã tích cực khôi phục hoạt động và Du lịch Việt Nam bắt đầu khởi sắc. Du lịch nội địa phục hồi nhanh với số lượng kỷ lục, năm 2022 đã đón 101,3 triệu lượt, tăng 20% so với năm 2019. Tuy nhiên khách quốc tế đạt 3,5 triệu lượt, chỉ đạt 70% kế hoạch. Mặc dù các DNDL đã rất cố gắng nhưng DLVN vẫn ở top thấp trong khu vực về đón khách quốc tế. Để khắc phục tình trạng này, cần có những chính sách tạo điều kiện thuận lợi và hấp dẫn du khách, đồng thời phải có chính sách hỗ trợ, khôi phục doanh nghiệp và huy động tổng hợp nguồn lực của các doanh nghiệp du lịch.

2. Sự đóng góp của hệ thống doanh nghiệp du lịch vào việc phục hồi du lịch

2.1. Hiệp hội Du lịch Việt Nam, tổ chức xã hội nghề nghiệp của các doanh nghiệp du lịch đã thu hút sự tham gia của trên 15.000 doanh nghiệp và trên 30.000 cá nhân kinh doanh du lịch là hội viên. Thành viên của HHDLVN bao gồm 57 Hiệp hội Du lịch các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, 6 Hiệp hội chuyên ngành du lịch và 2 Hiệp hội du lịch vùng. Với mạng lưới cả nước, HHDLVN đã huy động các hội viên, thành viên tham gia tích cực vào công cuộc phục hồi và phát triển du lịch sau đại dịch.

2.2 Tham gia xúc tiến du lịch

Ngay trong khi đang có dịch, tranh thủ những thời điểm cho phép và các địa phương an toàn, HHDLVN đã chủ động phối hợp với HHDL các địa phương

tổ chức các hoạt động có quy mô toàn quốc để tập hợp các doanh nghiệp chuẩn bị cho công việc khôi phục Du lịch khi điều kiện cho phép như Diễn đàn Lữ hành toàn quốc, Diễn đàn Du lịch nội địa, Diễn đàn về khôi phục Du lịch quốc tế, Chuyển đổi số trong du lịch, Liên kết sức mạnh Việt Nam, Tọa đàm về du lịch Biển Đảo, Tọa đàm về chuyển đổi công tác đào tạo nhân lực du lịch theo chuẩn quốc tế. Trong giai đoạn 2020 - 2022, HHDLVN đã tổ chức 4 Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam VITM. Tất cả các hoạt động trên đều huy động từ nguồn lực của doanh nghiệp du lịch.

- Nhiều địa phương như Đà Nẵng, Quảng Ninh, Cần Thơ, TP. HCM, Hà Nội cũng đã huy động các doanh nghiệp tham gia các sự kiện du lịch của địa phương trong giai đoạn trên.

- Là một ngành năng động, HHDLVN và các doanh nghiệp du lịch luôn chủ động đóng góp, tham gia tích cực các sự kiện xúc tiến du lịch ở trong và ngoài nước, góp phần quan trọng cho phục hồi hoạt động của ngành.

2.3. Xây dựng các sản phẩm du lịch mới phù hợp với sự thay đổi nhu cầu của khách du lịch

Nhận thức được sự thay đổi nhu cầu của khách du lịch sau đại dịch, các doanh nghiệp du lịch đã chủ động xây dựng các sản phẩm du lịch mới: Du lịch MICE, Du lịch thể thao (Golf), Du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch ẩm thực, phát triển du lịch sinh thái cộng đồng... Các DNDL đã chủ động và đóng góp nguồn lực của mình vào công việc xây dựng các sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu mới của khách du lịch.

2.4. Phục hồi đội ngũ lao động trong ngành du lịch

Sau đại dịch, ngành Du lịch đã mất trên 50% lao động. Một phần do doanh nghiệp khó khăn phải giảm lao động, một phần họ đã chuyển sang lĩnh vực khác trong thời gian đại dịch. Để khắc phục tình trạng này, các DNDL đã chủ động thu hút và tổ chức bồi dưỡng các lao động cũ theo các chuẩn mới và đào tạo nhanh các lao động mới để phục vụ nhu cầu khôi phục mọi hoạt động của mình. Tuy Nhà nước có chính sách hỗ trợ đào tạo nhân lực sau đại dịch, nhưng số lượng DNDL tiếp cận được các hỗ trợ này không nhiều, vì vậy các DNDL cơ bản chủ động đầu tư cho nhân lực của mình.

Tóm lại, dù khó khăn đến đâu, các DNDL vẫn rất nỗ lực hồi phục doanh nghiệp, quyết tâm đưa doanh nghiệp phát triển trở lại.

3. Các kiến nghị

Thay mặt cho doanh nghiệp Du lịch Việt Nam, HHDLVN xin đề xuất với Thủ tướng một số kiến nghị:

- Đề nghị Chính phủ chỉ đạo quyết liệt việc thực hiện chỉ đạo của Bộ Chính trị trong Nghị quyết 08-NQ/TW (ngày 16/01/2017) trong đó có việc cần làm ngay là chuyển giá điện cho các cơ sở lưu trú du lịch từ giá điện dịch vụ sang giá điện sản xuất và các ưu đãi về thuế sử dụng đất của các cơ sở du lịch.

- Khuyến khích các tập đoàn du lịch lớn trên thế giới được xây dựng doanh nghiệp triển khai tất cả các hoạt động du lịch ở Việt Nam để thu hút nhiều hơn khách quốc tế vào Việt Nam.

- Hỗ trợ cho doanh nghiệp du lịch tham gia các sự kiện xúc tiến du lịch trong nước và ở nước ngoài. Tạo điều kiện cho Hiệp hội Du lịch tổ chức Văn phòng xúc tiến du lịch Việt Nam ở các nước là thị trường trọng điểm của Việt Nam đồng thời hỗ trợ các hoạt động xúc tiến của Văn phòng ở nước ngoài.

- Hỗ trợ cho các DNDL trong công tác chuyển đổi số trên cơ sở đầu tư xây dựng cơ sở dữ liệu lớn của ngành du lịch, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp được khai thác thông tin từ cơ sở dữ liệu này.

- Hỗ trợ cho các doanh nghiệp tiếp tục xây dựng các sản phẩm du lịch trên cơ sở khai thác giá trị của các di sản và bản sắc văn hóa Việt Nam để tạo ra các sản phẩm du lịch văn hóa độc đáo, nâng tầm DLVN và góp phần quan trọng cho việc phát triển công nghiệp văn hóa của Việt Nam.

- Chính phủ tiếp tục đầu tư hạ tầng du lịch (đường nối các trung tâm du lịch, cảng biển du lịch, cảng sông du lịch, nhà ga, đường sắt du lịch,...). Hoàn thiện hạ tầng tại các trung tâm du lịch để hình thành các trung tâm thu hút khách quốc tế của Việt Nam và khu vực (Quảng Ninh, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Kiên Giang,...).

- Đẩy nhanh việc hội nhập và nâng cao vị thế của DLVN trên cơ sở triển khai các chính sách tạo thuận lợi cho du khách vào Việt Nam (cải thiện thời gian xử lý visa, mở lại thủ tục nhận visa ở cửa khẩu, tiến tới việc cấp trực tiếp visa ở cửa khẩu cho khách du lịch có đủ điều kiện nhập cảnh vào Việt Nam, kéo dài thời gian lưu trú lên 30 ngày cho khách đã miễn visa được ra vào Việt Nam nhiều lần,...). Cấp visa điện tử cho khách du lịch từ tất cả các quốc gia có đủ điều kiện nhập cảnh vào Việt Nam.

- Có chính sách để hỗ trợ một cách dễ tiếp cận việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch cho các DNDL./.

ĐỔI MỚI HOẠT ĐỘNG LỮ HÀNH PHÙ HỢP VỚI BỐI CẢNH BÌNH THƯỜNG MỚI

Tổng Công ty Du lịch Hà Nội - Hanoitourist

Kính thưa:

Tổng Công ty Du lịch Hà Nội có tiền thân là Công ty Du lịch Hà Nội được thành lập ngày 25/03/1963 (còn 10 ngày nữa đúng kỷ niệm 60 năm ngày thành lập 25/03/2023), đến năm 2004 theo quyết định của Thủ tướng chính phủ, Tổng công ty Du lịch được thành lập dựa trên kết hợp một số doanh nghiệp của Thành phố với nòng cốt Công ty Du lịch Hà Nội làm công ty mẹ, trong Tổng công ty.

Kính thưa hội nghị!

Ngành Du lịch luôn được Đảng và Nhà nước coi trọng, luôn có những chỉ đạo và quan tâm sát sao, cụ thể như Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị nhằm phát triển Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, ngành kinh tế tổng hợp và đặc biệt như ngày hôm nay, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính trực tiếp chủ trì sự kiện Hội nghị toàn quốc về du lịch cùng với Phó Thủ tướng, các Bộ, 63 tỉnh thành và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, dịch vụ là minh chứng rõ nét nhất.

Như các đồng chí đã biết, Việt Nam có rất nhiều lợi thế để phát triển du lịch (chúng ta có dân số đông - gần 100 triệu dân; có cảnh sắc thiên nhiên tươi đẹp - Nhiều bãi biển đẹp, núi non hùng vĩ và điều kiện khí hậu rất thuận lợi - tỷ trọng thời gian nắng ấm trong năm nhiều phù hợp với các hoạt động vui chơi; Có nền văn hóa đa dạng, nhiều bản sắc; có nhiều công trình văn hóa, di tích lịch sử - riêng Hà Nội đã có 5.922 di tích lịch sử).

Bên cạnh đó, ngành du lịch hiện nay còn có lợi thế rất lớn để phát triển, đó là: Đại dịch COVID-19 đã tác động lớn đến tâm lý của mọi người, ngay khi đại dịch được khống chế, nhu cầu du lịch và sử dụng các dịch vụ hưởng thụ cuộc sống tăng vọt trở lại, mọi người có nhu cầu tận hưởng cuộc sống hơn, mong muốn khám phá thế giới nhiều hơn và sẵn sàng chi tiêu cho những dịch vụ để nâng cao trải nghiệm cuộc sống của bản thân và gia đình chứ không tích lũy nhiều như trước.

Tiếp đến, đó là sự tác động của công nghệ đến cuộc sống, cách thức khám phá thế giới và trải nghiệm du lịch cũng thay đổi, đặc biệt như công nghệ chatbot sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) như chatGPT đang được phát triển mạnh mẽ, làm thay đổi cách thức tổ chức, vận hành bộ máy của các công ty lữ hành, khách sạn nói riêng và các công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ nói chung; Cơ cấu tổ chức sẽ được tinh gọn lại, một số công việc sẽ do máy móc đảm nhiệm, con người sẽ chỉ đảm nhiệm những công việc khó, nhiều tính sáng tạo hoặc giám sát cuối.

Kính thưa các đồng chí!

Ngoài những thuận lợi cho hoạt động Du lịch như đã đề cập bên trên, các hoạt động của các công ty Lữ hành nói chung và Tổng công ty Du lịch Hà Nội nói riêng trong giai đoạn mới cần thích nghi và cải thiện nhằm phù hợp với bối cảnh mới.

Để theo kịp xu thế, không bị tụt hậu với các nước trong hoạt động du lịch dịch vụ, ngành Du lịch nước nhà cần được đầu tư nhiều về ứng dụng CNTT trong hoạt động hàng ngày (các ứng dụng CNTT trong quá trình quản lý nội bộ, đến cách giao tiếp, quảng bá, chăm sóc khách hàng cần sự chính xác cao - Tránh sai sót của con người; cần sự nhanh chóng và tiện lợi - Không để khách phải xếp hàng đợi đến lượt phục vụ; cần quan tâm đúng thời điểm có nhu cầu để tăng hiệu quả; Những việc trên đã có các phần mềm sử dụng trí tuệ nhân tạo như Chat AI, cần đầu tư mới thay thế dần hệ thống đang cũ, trở lên lạc hậu).

Tuy nhiên, như các đồng chí đã biết, chi phí để đầu tư về công nghệ rất tốn kém, cần nguồn lực lớn nhưng sau 02 năm dịch bệnh, nội lực của các doanh nghiệp đều bị giảm sút nghiêm trọng, để các doanh nghiệp tự bỏ tiền đầu tư hệ thống CNTT tiên tiến là điều rất khó trong thời điểm này, vì thế mong Chính phủ giao Bộ VHTTDL, Tổng cục Du lịch đứng chủ trì triển khai hệ thống dùng chung cho ngành sau đó chia sẻ để các doanh nghiệp có thể cập nhật dữ liệu lên hệ thống và cùng khai thác, tránh như hiện nay các doanh nghiệp đều đang khai thác nhỏ lẻ, khó tạo nên sức mạnh tổng hợp thúc đẩy du lịch Việt Nam có bước phát triển đột phá.

Bên cạnh hệ thống CNTT cho các đơn vị du lịch, các cơ quan quản lý cũng cần được đầu tư nâng cấp các hệ thống công nghệ để thông minh, nhanh hơn cho các công việc như quản lý xuất nhập cảnh, cho công việc cấp visa, hộ chiếu để có thể xác định, định danh được du khách một cách nhanh chóng.

Tiếp đến, trong việc xây dựng sản phẩm du lịch để thu hút du khách đến với nước ta, cần sự phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước tại các tỉnh thành và các đơn vị du lịch. Chúng ta cần xây dựng sản phẩm du lịch theo vùng, theo khu vực để lưu giữ được du khách lưu trú dài ngày hơn, cụ thể như xây dựng sản phẩm du lịch cho khu vực đồng bằng bắc bộ, khu vực tây nguyên, vùng núi phía Bắc... thành các gói sản phẩm trọn gói, tạo nên các sản phẩm du lịch đa dạng, độc đáo như du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch ẩm thực... rất mong nhận được sự chung tay của các địa phương với doanh nghiệp

Kính thưa hội nghị!

Trong các nước ASEAN đã có một số nước thành lập Bộ Du lịch, cơ quan quản lý du lịch riêng như: Philipines, Malaysia, Myanmar, Campuchia. Ngoài ra còn một số nước chú trọng phát triển du lịch như Ấn Độ, như Nhật Bản cũng đã thành lập cơ quan quản lý Du lịch riêng để kịp thời có những chính sách, quyết sách để thúc đẩy ngành du lịch, ngành kinh tế tổng hợp, kinh tế sáng tạo của quốc gia mình phát triển.

Để có cơ quan có đủ sức mạnh, đúng chức năng hoạt động để báo cáo, tham mưu với Chính phủ, chuyên trách với nhiệm vụ phát triển du lịch mà Bộ Chính trị, Chính phủ giao nhằm đưa Du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

như Nghị Quyết 08-NQ/TW, đóng góp lớn vào GDP của nước nhà, khắc phục được những hạn chế, khai thác được hết tiềm năng và thế mạnh của Việt Nam, tôi xin đề xuất chính phủ xem xét tách riêng thành Bộ Du lịch.

Trên đây là một số ý kiến đóng góp của Tổng công ty Du lịch Hà Nội mong Thủ tướng, Phó Thủ tướng, các bộ và các địa phương xem xét, hỗ trợ nguồn lực để các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch có thể phát triển, tạo được nhiều công ăn việc làm, khai thác được các thế mạnh của nước nhà, thu hút được nhiều du khách quốc tế, đóng góp ngày càng lớn vào GDP của Việt Nam.

Trân trọng cảm ơn!

LIÊN KẾT, QUẢNG BÁ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG, THU HÚT KHÁCH QUỐC TẾ

Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn (Saigontourist Group)

Kính thưa Quý Lãnh đạo,

Kính thưa hội nghị,

Năm 2022, Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn (Saigontourist Group) đã triển khai kịch bản kinh doanh an toàn với dịch theo tinh thần Nghị quyết số 128/NQ-CP của Chính phủ về việc “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID-19”. Đặc biệt sau ngày 15/3/2022, khi Việt Nam mở cửa hoàn toàn đối với du khách quốc tế, Saigontourist Group đã chủ động triển khai các phương án, kế hoạch về liên kết, quảng bá để thu hút, đón khách quốc tế trên cơ sở sản phẩm, dịch vụ chất lượng, an toàn, áp dụng các chương trình khuyến mãi kích cầu quy mô lớn, hấp dẫn; luôn cập nhật thông tin kết nối với đối tác, khách hàng; tổ chức, tham gia các chương trình roadshow, quảng bá tiếp thị các thị trường khách quốc tế trọng điểm, tiềm năng...

Trên cơ sở liên kết hợp tác toàn diện giữa Saigontourist Group và Vietnam Airlines, ngày 17/5/2022 tại thành phố San Francisco, bang California, Hoa Kỳ, Saigontourist Group đã phối hợp với Vietnam Airlines đồng tổ chức Hội nghị xúc tiến Thương mại - Đầu tư - Du lịch giữa Việt Nam và Hoa Kỳ nhằm phục hồi và phát triển du lịch thị trường Hoa Kỳ nói riêng và thị trường Bắc Mỹ nói chung. Hội nghị vinh dự được sự tham dự, chủ trì của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, tham dự của Lãnh đạo các Bộ ngành, các cơ quan ngoại giao, doanh nghiệp Việt Nam và Hoa Kỳ.

Saigontourist Group luôn duy trì và tăng cường liên kết với các tổ chức, cơ quan quản lý về du lịch, các đối tác du lịch quốc tế nhằm triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá đến khách quốc tế. Trong năm 2022, Saigontourist Group đã tham gia Hội chợ xúc tiến du lịch IFTM Top Resa diễn ra tại Paris, Pháp nhằm kích cầu thị trường khách Châu Âu thông qua các hình thức tổ chức các chương trình du lịch đường bay truyền thống, du lịch kết hợp hội nghị (MICE), du lịch tàu biển...; tham gia chương trình Giới thiệu du lịch Việt Nam đến với thị trường khách du lịch tại Hàn Quốc trong khuôn khổ Lễ hội Du lịch - Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc do Tổng Cục Du lịch Việt Nam tổ chức; tham gia Hội chợ Du lịch Quốc tế ITB Asia tại Singapore; Hội chợ Du lịch Quốc tế WTM London tại London, Vương Quốc Anh; các chương trình xúc tiến du lịch tại Ấn Độ, Trung Đông... nhằm thu hút, mở rộng nguồn khách, gỡ gỡ, làm việc với các đối tác quốc tế nhằm khai thác các cơ hội hợp tác mới.

Ngoài ra, Saigontourist Group tham gia tổ chức quảng bá tại các hội chợ, các sự kiện du lịch quốc tế trong nước như Hội chợ VITM Hà Nội, Hội chợ du lịch quốc tế tại thành phố Hồ Chí Minh (ITE HCMC 2022), Hội chợ du lịch quốc tế Việt Nam tại Đà Nẵng 2022 (VITM Danang 2022) cùng hàng loạt hoạt động, sự kiện, xúc tiến quảng bá du lịch. Qua đó khai thác cơ hội quảng bá hình

ảnh rộng rãi tới khách hàng, cơ hội gặp gỡ, giao lưu, phát triển nguồn khách hàng tiềm năng và duy trì mối quan hệ tốt với các đối tác.

Với hàng loạt nỗ lực phục hồi, thu hút thị trường khách quốc tế, vào những tháng cuối năm 2022 và đặc biệt Quý I/2023 Saigontourist Group đã thu hút, phục vụ lượng khách quốc tế tăng trưởng đáng kể trong hệ thống dịch vụ Saigontourist Group: lưu trú nghỉ dưỡng, lễ hành, ẩm thực, vui chơi giải trí, sự kiện - hội chợ, triển lãm... Đặc biệt, sự phục hồi và tăng trưởng mạnh đối với thị trường du lịch tàu biển quốc tế cao cấp của Saigontourist Group. Trong tháng 3/2023, Saigontourist dự kiến đón 08 chuyến tàu biển du lịch quốc tế cao cấp với 19 lượt tàu cập cảng và trên 23.000 lượt khách quốc tế. Trong năm 2023, dự kiến Saigontourist sẽ đón 30 chuyến tàu với 72 lượt tàu cập cảng và trên 105.000 lượt khách quốc tế. Trong tình hình thị trường khách Trung Quốc được khơi thông, số chuyến tàu và số khách du lịch tàu biển do Saigontourist đón trong năm nay sẽ gia tăng mạnh.

Kính thưa Hội nghị,

Trong bối cảnh và xu hướng phục hồi du lịch khu vực và thế giới, với mục tiêu nỗ lực khôi phục đà tăng trưởng của ngành du lịch Việt Nam đặc biệt đối với lĩnh vực liên kết, quảng bá phát triển thị trường du lịch quốc tế, Tổng Công ty Du lịch Sài Gòn (Saigontourist Group) với nội dung tham luận được phân công xin phát biểu tập trung 06 nhóm kiến nghị như sau:

- *Thứ nhất:* Kiến nghị kiện toàn Ban chỉ đạo Nhà nước về du lịch, nhằm tăng cường vai trò chỉ đạo của Chính phủ, sự liên kết phối hợp của các Bộ Ngành nhanh chóng phục hồi, phát triển ngành du lịch Việt Nam thành ngành kinh tế mũi nhọn theo Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

- *Thứ hai:* Cần sớm triển khai cụ thể giải pháp, kế hoạch quảng bá tiếp thị quốc tế quy mô lớn, cả chiều rộng và chiều sâu, trong đó tiêu biểu là Chiến lược Marketing du lịch Việt Nam đến năm 2030 vừa được ban hành đầu tháng 3/2023 thật sự chuyên nghiệp, hiệu quả với ngân sách tương ứng. Tập trung mang đến cho khách quốc tế thông tin, thông điệp điểm đến Việt Nam an toàn, hấp dẫn, khác biệt. Rất cần vai trò truyền trường của Chính phủ, sự triển khai của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, sự hợp lực tham gia của các địa phương, các cơ quan ngoại giao Việt Nam tại các nước, của cộng đồng doanh nghiệp. Cần sớm có kế hoạch quảng bá tiếp thị cụ thể hàng năm cho từng thị trường, có tính khác biệt, phù hợp thế mạnh du lịch Việt Nam; sử dụng công nghệ thông tin, mạng xã hội có tính tương tác cao, tốc độ lan tỏa sâu rộng nhằm triển khai các chương trình quảng bá tiếp thị tập trung. Cần kết hợp tổ chức các chiến dịch quảng bá điểm đến Việt Nam chất lượng, hấp dẫn thông qua các sự kiện quốc tế quy mô lớn, đẳng cấp hấp dẫn du khách như tuần lễ thời trang, lễ hội nghệ thuật, sự kiện âm nhạc quốc tế...

- *Thứ ba:* Cần thiết tiếp tục đẩy mạnh quảng bá, kích cầu dịch vụ du lịch dành cho khách quốc tế trên cơ sở liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp như lễ hành, hàng không, lưu trú, các đối tác phân phối lớn trong các hoạt động

marketing du lịch; giữa doanh nghiệp và cơ quan lý nhà nước nhằm tạo ra các chính sách giá thuận lợi nhất cho du khách quốc tế nhưng không giảm chất lượng dịch vụ, bảo đảm hấp dẫn du khách; tăng cường quảng bá tiếp thị trực tiếp tại các thị trường quốc tế trọng điểm và các thị trường mới. Đặc biệt đối với các thị trường Đông Bắc Á bắt đầu mở cửa phục hồi như Nhật Bản, Hàn Quốc và thị trường Trung Quốc bắt đầu mở cửa cho du khách Trung Quốc theo đoàn từ ngày 15/3/2023 - là thị trường trọng điểm đối với du lịch theo đường hàng không, đường bộ, đường biển theo các chuyến du lịch tàu biển cao cấp, các chuyến bay charter... Các sản phẩm du lịch cần đi vào chiều sâu trên cơ sở liên kết nhiều đơn vị với nhau tạo ra chuỗi giá trị hấp dẫn, đặc biệt chú trọng khai thác, phát huy văn hóa bản địa. Công tác liên kết, quảng bá cần chú trọng tăng cường khai thác du lịch cao cấp quốc tế khách du lịch MICE đến Việt Nam với các sự kiện ngoại giao, thương mại, kinh tế, đầu tư, hội chợ, hội nghị, các sự kiện thể thao, văn hoá quốc tế.

Cần tạo ấn tượng mạnh về chương trình kích cầu quy mô lớn của Việt Nam dành cho khách quốc tế trên cơ sở tham gia thực chất từ các doanh nghiệp và sự hỗ trợ về chính sách từ phía Chính phủ và các cơ quan quản lý nhà nước. Mở màn cho mùa du lịch đầu năm 2023, Saigontourist Group đã sớm tung ra chương trình khuyến mãi quy mô lớn, kích cầu đồng loạt các dịch vụ phòng ngủ, ăn uống, hội nghị hội thảo, tour... với sự tham gia của trên 70 khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng, công ty lữ hành, khu giải trí với mức ưu đãi lên đến 50%...

- *Thứ tư:* Chú trọng áp dụng công nghệ số trong công tác quảng bá, truyền thông xúc tiến du lịch, đặc biệt đối với du lịch quốc tế, du lịch thông minh dựa trên nền tảng công nghệ mới sẽ tăng sức hấp dẫn cho các sản phẩm du lịch, nâng cao hiệu quả trong việc quảng bá tiếp thị sản phẩm của ngành du lịch. Việc đầu tư công nghệ số cần đồng bộ với công tác đào tạo, huấn luyện; cần hoàn thiện cơ sở dữ liệu thống kê du lịch Việt Nam về thị trường, đối tượng, nhu cầu thị hiếu, mục đích chuyên đi, mức độ chi tiêu, độ dài lưu trú... và đẩy mạnh tuyên truyền du lịch Việt Nam với nội dung đa dạng, liên tục cập nhật trên các kênh Google, YouTube, Facebook... kể “Câu chuyện du lịch Việt Nam là điểm đến an toàn, hấp dẫn” đối với du khách quốc tế.

- *Thứ năm:* Tiếp tục đẩy mạnh liên kết với các tổ chức truyền thông quốc tế, các nhân vật nổi tiếng quốc tế trên các phương tiện truyền thông, mạng xã hội tham gia các chương trình famtrip, presstrip theo thị trường, theo đối tượng du khách, trực quan sinh động tại Việt Nam, đặc biệt trải nghiệm các tuyến điểm du lịch mà Việt Nam muốn tạo điểm nhấn khác biệt trong năm 2023. Tăng cường hợp tác với các Bộ, ngành liên quan như ngoại giao, thương mại, giao thông vận tải, thông tin truyền thông để quảng bá thương hiệu quốc gia và du lịch Việt Nam. Đẩy mạnh hợp tác, kết nối quốc tế trong các hoạt động quảng bá du lịch, đặc biệt trong liên kết hợp tác ASEAN, Tiểu vùng sông Mekong..., như liên kết với Singapore hiện là hub của khu vực Đông Nam Á trong du lịch đường không, du lịch đường biển, xúc tiến - quảng bá, kết nối điểm đến trong khu vực (du lịch tàu biển Singapore, Malaysia, Thái Lan, Việt Nam), nhằm thu hút du khách quốc tế đến Việt Nam từ các nước trong khu vực.

- *Thứ sáu:* Cần duy trì và tăng cường công tác truyền thông, liên tục cập nhật tin tức, sự kiện quan trọng, chính sách mới nhất liên quan du lịch Việt Nam như chính sách, quy định về xuất nhập cảnh trên tất cả các kênh như website, mạng xã hội, qua đó góp phần thuận lợi thu hút khách quốc tế. Tổ chức các Hội nghị/Hội thảo quốc tế cấp quốc gia chuyên đề về Du lịch Việt Nam để trao đổi, đề ra giải pháp đối với các điểm nghẽn của du lịch Việt Nam, biện pháp thu hút khách quốc tế đến Việt Nam với các chương trình hành động cụ thể.

Trên đây là các nhóm kiến nghị về liên kết, quảng bá phát triển thị trường, thu hút khách quốc tế của Saigontourist Group, xin được trình bày trong điều kiện thời gian tại Hội nghị.

Thay mặt Ban Lãnh đạo Saigontourist Group, kính chúc quý vị mạnh khỏe, hạnh phúc, thành công.

Trân trọng cảm ơn./.

ĐA DẠNG HÓA SẢN PHẨM DU LỊCH, ĐA DẠNG HÓA CHUỖI CUNG ỨNG DỊCH VỤ

Công ty Vietravel

1. Đặc điểm du lịch Việt Nam

1.1. Vị trí địa lý

- Việt Nam có vị trí địa lý đặc biệt trong việc xây dựng, phát triển kinh tế, củng cố an ninh quốc phòng, với diện tích 331.210 km², tổng chiều dài trên 3.000 km dọc theo bờ biển Đông. Với nhiều vị trí địa lý thuận lợi, Việt Nam có nhiều ưu thế trong việc khai thác các nguồn tài nguyên cho việc phát triển du lịch.

- Đối với tài nguyên thiên nhiên, Việt Nam có nhiều địa điểm du lịch nổi tiếng trải dài trên khắp Việt Nam như Cao nguyên đá Đòng Văn (Hà Giang), Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh), Khu danh thắng Tràng An (Ninh Bình), vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình)... Nhiều khu dự trữ sinh quyển của thế giới: Cát Bà (Hải Phòng), vườn Quốc gia rừng U Minh (Cà Mau), Phú Quốc (Kiên Giang)... Với hệ thống các đảo Cô Tô (Quảng Ninh), Bạch Long Vĩ (Hải Phòng), Côn Cỏ (Quảng Trị), quần đảo Hoàng Sa (Đà Nẵng), Trường Sa (Khánh Hòa), Phú Quý (Bình Thuận), Phú Quốc (Kiên Giang), Côn Đảo (Bà Rịa - Vũng Tàu)... thuận lợi cho phát triển các loại hình du lịch thiên nhiên. Trên thực tế, du lịch Việt Nam đã hình thành những khu du lịch, nghỉ dưỡng đẳng cấp quốc tế sử dụng lợi thế về biển và núi như Tuần Châu (Quảng Ninh), FLC Sầm Sơn (Thanh Hóa), Nha Trang (Khánh Hòa), Mũi Né - Phan Thiết (Bình Thuận), Đà Lạt (Lâm Đồng), Phú Quốc (Kiên Giang), Vũng Tàu (Bà Rịa - Vũng Tàu)...

1.2. Văn hóa - lịch sử

- Việt Nam đang có hệ thống di sản văn hóa vật thể và phi vật thể phong phú, đa dạng. Theo thống kê cả nước có trên 44.000 địa danh, danh thắng và di tích lịch sử được kiểm kê, trong đó có 62 di tích được xếp hạng di tích quốc gia đặc biệt, 3.174 di tích xếp hạng di tích cấp Quốc gia, 7.848 di tích xếp hạng cấp tỉnh, 7 di sản văn hóa, danh thắng được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới.

- Việt Nam hiện có 7.996 lễ hội các loại hình, trong đó có 7.039 lễ hội dân gian.

1.3. Việt Nam và các nước trong khu vực

- Để so sánh với các nước trong khu vực ASEAN, Việt Nam được đánh giá là quốc gia có lợi thế tương đối toàn diện với hệ thống sản phẩm phục vụ du khách trong và ngoài nước đa dạng. Các điểm đến trong khu vực Đông Nam Á được đánh giá cao với điểm mạnh riêng của từng nước: Singapore (Giải trí về đêm và mua sắm), Indonesia (Du lịch biển đảo và tự nhiên), Malaysia (Mua sắm)... Trong khối, hiện có 2 quốc gia được đánh giá là toàn diện về sự đa dạng sản phẩm du lịch là Việt Nam và Thái Lan (*Nguồn: Andrew University*).

- Tuy nhiên, việc đa dạng trong hệ thống sản phẩm du lịch lại không đi cùng sự đồng bộ đối với mức đầu tư cũng như hệ thống dịch vụ đi cùng, dẫn đến sự đầu tư dàn trải và chưa đúng mức để khai thác tối đa tiềm năng du lịch hiện có của Việt Nam.

2. Thị hiếu du lịch của du khách sau dịch

- Theo nhận định của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), cuộc khủng hoảng do đại dịch COVID-19 đã tạo ra sự thay đổi đáng kể đối với tất cả mọi người, đặc biệt là ngành du lịch. Năm 2020 là năm mà du lịch gần như đi vào bế tắc, các lựa chọn duy nhất là du lịch nội địa và tại chỗ. Năm 2021 vẫn là một năm khó khăn đối với du lịch Việt Nam, nhưng lại ghi nhận sự thay đổi nhỏ từ du lịch thế giới khi một số quốc gia đã mở cửa du lịch. Năm 2022 ghi nhận sự bùng nổ của du lịch nội địa Việt Nam và du lịch outbound (đặc biệt là các điểm đến trong khu vực ASEAN và một phần Đông Bắc Á), tuy nhiên inbound vẫn ghi nhận ở mức thấp.

- Trong một nghiên cứu về sự thay đổi và xu hướng du lịch sau dịch, có thể nhóm các du khách vào các xu hướng sau (*Nguồn: Booking.com*).

2.1. Kỳ nghỉ "ngắt kết nối"

• Các chuyến đi “ngoài vùng phủ sóng”, sẽ được tìm kiếm nhiều hơn trong năm 2023. Theo khảo sát, 61% khách du lịch muốn chuyến du lịch quay về với những gì cơ bản nhất, theo phong cách “ngoài vùng phủ sóng” để tạm ngắt kết nối và trải nghiệm cuộc sống tối giản

2.2. Thử một trải nghiệm hoàn toàn mới

• Hơn một nửa (58%) du khách muốn một lần trải nghiệm sức văn hóa vào năm 2023 - bao gồm đi du lịch đến một nơi nào đó có văn hóa và ngôn ngữ hoàn toàn khác biệt (64%), hoặc khám phá các thành phố ít được biết đến sở hữu nét đẹp tiềm ẩn (31%).

2.3. Chuyến đi gia đình/hoài cổ

• Gần như tất cả du khách (94%) đều có xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm du lịch quay về với thời kỳ trước kia, khi mọi thứ đơn giản và yên bình hơn.

• Đây cũng là trải nghiệm du lịch được bình chọn cao nhất cho năm 2023 bởi du khách và được cả thế hệ trẻ (Millennial và Gen Z) yêu thích. Trong đó, du khách thuộc thế hệ Millennial sẽ là nhóm đầu tiên đặt chỗ nghỉ tại những địa điểm gắn liền với tuổi thơ cùng gia đình, góp phần tạo nên xu hướng du lịch với nhiều thế hệ trong một gia đình vào năm 2023.

2.4. Hành hương về chốn bình yên

• Những chuyến đi của năm 2023 sẽ tập trung vào sức khỏe "thân - tâm - trí".

• Xu hướng tìm kiếm những chỗ nghỉ giúp cân bằng tâm trí, thiền định và chánh niệm sẽ trở nên phổ biến hơn bao giờ hết với du khách (54%), trong

khi ba phần tư (73%) du khách tìm kiếm sự bình yên tại một điểm đến tĩnh lặng và 75% muốn đến một nơi giúp tập trung vào sức khỏe tinh thần, chuyển hóa cơ thể hoặc giúp ích cho những thời điểm quan trọng trong đời.

2.5. Chuyển đi gắn kết với đồng nghiệp

- Các chuyến đi công tác sẽ trở lại nhiều hơn trong năm 2023. Nhu cầu gia tăng trong việc kết hợp đi công tác với hoạt động nghỉ ngơi và du lịch.

- Thực tế, 60% người được hỏi đang mong muốn một chuyến đi gắn kết mọi người lại với nhau và hơn một nửa (68%) muốn công ty chi tiêu cho các chuyến du lịch hoặc nghỉ dưỡng với công ty.

2.6. Tối ưu tài chính cho chuyến du lịch

- Du khách vào năm 2023 vẫn sẽ đi du lịch nhưng lưu tâm hơn đến việc chi tiêu hiệu quả và có các ưu tiên rõ ràng. 63% du khách cho biết đầu tư vào một kỳ nghỉ vẫn là ưu tiên hàng đầu đối với họ.

- Năm 2023 sẽ chứng kiến xu hướng tối ưu tài chính khi du khách lên kế hoạch đi chơi, với gần ba phần tư (74%) khách du lịch sẽ ưu tiên việc chi trả để nhận lại những giá trị tương xứng. Họ sẽ lập kế hoạch ngân sách du lịch chặt chẽ hơn bằng cách tận dụng các ưu đãi, thủ thuật đặt phòng giá rẻ hơn, lựa chọn thời điểm, quan tâm tới các chương trình giảm giá và khách hàng thân thiết (64%).

- Hơn một nửa du khách (53%) sẽ tiết kiệm bằng cách đi chơi vào mùa thấp điểm, trong khi phần lớn (61%) sẽ lên kế hoạch trước rất lâu để giành được ưu đãi tốt hơn. Hơn một nửa (55%) số người được phỏng vấn tin rằng cách sử dụng ngân sách tốt nhất là chọn 1 hoặc 2 chuyến đi dài, thay vì nhiều kỳ nghỉ ngắn.

3. Thực trạng du lịch tại Việt Nam

- Từ các chỉ số ở mục 2, có thể thấy, sự thay đổi của thị hiếu du khách sau dịch là rất lớn. Du khách đã có xu hướng đi các chuyến thiên về gia đình và kết nối, yêu cầu cao hơn về trải nghiệm điểm đến, không đơn thuần là “check-in” như trước, quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe, cân bằng cuộc sống và làm việc, và đặc biệt là nhạy cảm về giá.

- Với các thay đổi từ thị hiếu du khách, bên cạnh các điểm mạnh về vị trí địa lý và sản phẩm, hiện nay việc khai thác du lịch tại Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế, ngành du lịch vẫn chưa khai thác đúng tiềm năng của mình. Sản phẩm chưa được đầu tư để đủ sức hấp dẫn, độc đáo để giữ chân, tăng chi tiêu và khả năng quay lại của du khách. Các sản phẩm du lịch hiện nay so với thời điểm trước dịch gần như không có thay đổi, bên cạnh đó là tình trạng xuống cấp, cũ kỹ không còn phù hợp với thị hiếu của du khách. Các yếu tố trên đang làm giảm năng lực cạnh tranh về du lịch của Việt Nam so với các quốc gia khác.

- Hiện nay du lịch Việt Nam được xác định theo 4 dòng sản phẩm chính: **Du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái và du lịch đô thị**. Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp của nhiều tiểu ngành khác, nên việc đa dạng hóa sản phẩm và chuỗi cung ứng dịch vụ, thực chất là kêu gọi sự tham gia của nhiều

nhóm tiêu ngành khác nhằm tăng trải nghiệm cũng như đổi mới hình ảnh của du lịch Việt Nam đối với du khách trong và ngoài nước.

- Ngoài 4 dòng sản phẩm chính đang khai thác, Việt Nam cũng cần nghiên cứu 4 dòng sản phẩm khác gắn với xu hướng hiện nay để đạt sự tăng trưởng lượt khách, là ***Du lịch kết hợp chăm sóc sức khỏe, Du lịch kết hợp hội nghị hội thảo (MICE), Du lịch kết hợp sự kiện và Du lịch kết hợp thể thao.***

- Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, tuy nhiên, trong hệ sinh thái du lịch của Việt Nam, hầu hết các Nhà cung cấp dịch vụ trực tiếp và Mạng lưới Cơ sở hạ tầng hỗ trợ Du lịch vẫn hoạt động chưa hiệu quả. Các nhóm sản phẩm về Tự nhiên và Sinh thái vẫn chưa được khai thác tương xứng với tiềm năng, hầu hết là tự phát và dẫn đến việc thiếu tính chuyên nghiệp đối với du khách cũng như tính bền vững đối với ngành (Ví dụ như các loại hình du lịch tự phát tại Tây Bắc, hay tại các Cù lao ở khu vực miền Trung).

4. Chuỗi cung ứng cho ngành du lịch

4.1. Vận chuyển

- Sự phát triển của ngành du lịch phụ thuộc vào nhiều yếu tố kinh tế - xã hội, trong đó giao thông vận tải là yếu tố đầu tiên đóng vai trò then chốt trong chuỗi cung ứng dịch vụ trong ngành du lịch. Theo thống kê, hiện nay vận chuyển du lịch tại Việt Nam có 4 hình thức: Đường hàng không, Đường bộ, Đường thủy và Đường sắt.

- **Hàng không:** Tính đến năm 2022, thị trường nội địa Việt Nam có 06 hãng hàng không Việt Nam đang khai thác trung bình từ 55 - 60 đường bay nội địa nối liền các trục chính Hà Nội - Đà Nẵng - TP. HCM với 19 sân bay địa phương theo hệ thống mạng đường ban trực nan, liên vùng trên toàn quốc.

- **Đường bộ:** Theo thống kê của Bộ GTVT, hệ thống đường bộ Việt Nam có tổng chiều dài 570.448km, trong đó quốc lộ là 24.136km, đường cao tốc 816km, đường tỉnh 25.741km, đường huyện 58.347km, đường đô thị 26.953km, đường xã 144.670km, đường thôn xóm 181.188km và đường nội đồng 108.597km.

Hệ thống quốc lộ hình thành nên các tuyến hành lang Bắc - Nam, vùng duyên hải và cao nguyên, các tuyến đường Đông - Tây dọc theo miền Trung Việt Nam. Ở phía Bắc, các tuyến quốc lộ tạo thành mạng lưới nan quạt với tâm là Thủ đô Hà Nội. Ở phía Nam, các tuyến quốc lộ tạo nên hình lưới. Hệ thống quốc lộ hiện nay bao phủ khắp lãnh thổ và đóng vai trò trực chính kết nối vận tải giữa các vùng miền, các trung tâm kinh tế, các cảng hàng không, cảng biển, cửa khẩu, các đầu mối giao thông quan trọng.

Danh sách đường cao tốc của Việt Nam đã, đang và sẽ được đưa vào hoạt động dự kiến bao gồm:

- Tuyến cao tốc Bắc Nam Phía đông (CT01) với chiều dài 2.063 km;
- Tuyến cao tốc Bắc Nam Phía tây (CT02) với chiều dài 1.205 km;
- Tuyến cao tốc khu vực phía Bắc (CT03 – CT16) với chiều dài 2.305 km;

- Tuyến cao tốc khu vực miền Trung - Tây Nguyên (CT17 - CT26) với chiều dài 1.431 km;
- Tuyến cao tốc khu vực phía Nam (CT27 – CT36) với chiều dài 1.290 km;
- Tuyến vành đai đô thị Hà Nội (CT37 - CT39) với chiều dài 429 km.

- **Đường sắt:** Hiện nay đường sắt tại Việt Nam được chia làm 3 khổ đường: loại 1000km, đường tiêu chuẩn 1.435 km và đường lồng bao gồm 2 loại trên. Mạng lưới đường sắt tại Việt Nam dài khoảng 4.161 km với 2.000 km đường chính tuyến. Hiện nay có khoảng 260 ga khai thác nhưng đa phần quy mô nhỏ và hạ tầng cũ với chiều dài đường ga ngắn. Theo công bố, có đến gần 300 đầu máy hoạt động nhưng 90% trong số đó đã hoạt động từ 30 năm trở lên.

- **Đường thủy:** Việt Nam có trên 3200 km bờ biển và hệ thống sông ngòi với mật độ cao, đặc biệt ở 2 vùng đồng bằng Bắc bộ, Nam bộ được nối kết với đường ven biển tạo thành mạng lưới vận tải đường thủy thống nhất. Việt Nam có 2.360 con sông, tổng chiều dài 41.900 km nhưng chỉ mới khai thác được 8.036 km. Hiện Việt Nam có 45 tuyến giao thông đường thủy chính, trong đó 17 tuyến tại khu vực phía Bắc, 10 tuyến khu vực miền Trung và 18 tuyến khu vực phía Nam.

4.2. Hệ thống lưu trú, nhà hàng, và kinh tế đêm

- Hiện cả nước có khoảng 33.330 cơ sở lưu trú du lịch, với 667.000 buồng, trong đó có 215 khách sạn 5 sao với 72.000 buồng, 334 khách sạn 4 sao với 45.000 buồng.

- Về số lượng kinh doanh dịch vụ nhà hàng/café, hiện cả nước có hơn 550.000 cơ sở, trong đó có khoảng 430.000 cơ sở kinh doanh truyền thống, hơn 82.000 nhà hàng chuyên dịch vụ thức ăn nhanh, hơn 22.000 cửa hàng café, và hơn 16.000 cơ sở dịch vụ ăn uống khác.

- Kinh tế du lịch đêm vẫn đang là bài toán đối với Việt Nam. Nhu cầu chi tiêu của du khách vào ban đêm chiếm khoảng 70% mức chi tiêu trong toàn bộ hành trình. Tuy nhiên các sản phẩm du lịch - dịch vụ kinh tế đêm hiện đang tập trung ở nhóm dịch vụ vui chơi giải trí về đêm (bar, pub, du ngoạn trên sông kết hợp dùng bữa...). Yếu tố văn hóa - nghệ thuật là điểm giữ chân và mang du khách trở lại vẫn chưa được khai thác đúng mức. Các hoạt động kinh tế ban đêm còn vướng các quy định của pháp luật về an ninh, trật tự.

4.3. Khả năng phục hồi của các doanh nghiệp cung ứng

- Mặc dù đã có những chính sách hỗ trợ đối với doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng du lịch, nhưng việc tiếp cận các chính sách hỗ trợ trên vẫn còn hạn chế và doanh nghiệp vẫn còn gặp nhiều khó khăn sau hơn 2 năm chịu ảnh hưởng nặng nề từ dịch COVID-19.

- Du lịch là một trong những ngành đang phục hồi và là động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế ở nhiều địa phương. Tuy nhiên, việc mở cửa trở lại hoạt động du lịch còn một số vấn đề hạn chế. Cụ thể, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam chưa nhiều, số lượng doanh nghiệp trở lại hoạt động chưa cao, nhân

lực ngành du lịch vẫn bị thiếu hụt nghiêm trọng... Trong đó, các doanh nghiệp lữ hành, lưu trú, vận chuyển chưa thể phục hồi kịp bởi chịu thiệt hại nặng nề, không đủ vốn và năng lực để đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất...

- Về ngắn hạn, trong dịp cao điểm, giá dịch vụ đang biến động lớn, đơn cử như giá vé máy bay, giá phòng khách sạn và một số dịch vụ khác biến động liên tục. Vì vậy, doanh nghiệp rất bị động trong việc xây dựng chính sách giá, cũng như xây dựng các sản phẩm du lịch có thể cạnh tranh. Thị trường quốc tế vẫn chưa mở được toàn bộ, trong đó có các "thị trường trọng điểm" như Trung Quốc, Nhật Bản, Đài Loan (Trung Quốc). Châu Âu và Mỹ đang bị suy thoái kinh tế, lạm phát nên ảnh hưởng đến nhu cầu chi tiêu của du khách, do đó xu hướng đi du lịch cũng giảm. Thị trường hàng không cũng tương tự. Năng lực của các hãng hàng không còn hạn chế, rất nhiều chuyến bay chưa mở trở lại. Các đường bay không duy trì tần suất như trước, dẫn đến giá vé cao, đặt vé khó khăn và khó thu xếp được hành trình của du khách.

5. Giải pháp - Kiến nghị

- Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, lượng khách du lịch nội địa đạt đỉnh vào năm 2019 với 85 triệu lượt. Tuy nhiên, trong năm 2022, lượng khách du lịch nội địa đã đạt 101,3 triệu lượt, vượt qua con số cả năm 2019. Tuy nhiên, nếu so sánh với các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á thì cả tổng lượng khách và tổng thu từ du khách trong nước vẫn chưa đạt hết tiềm năng vốn có. Đặc biệt, chi tiêu của khách du lịch nội địa trung bình 977.700 đồng/ngày vào năm 2011, nhưng đến năm 2020 cũng chỉ đạt 1,15 triệu đồng.

- Một trong những nguyên nhân khiến mức chi tiêu của du khách nội địa còn thấp là vấn đề chất lượng điểm đến du lịch chưa tương xứng với kỳ vọng của du khách, chưa thuyết phục được khách chi tiêu nhiều hơn tại điểm đến. Một số chuyên gia cũng đánh giá, trước dịch, du lịch Việt Nam đang bị phụ thuộc quá nhiều vào nguồn thu từ khách quốc tế, trong khi thị trường khách nội địa khổng lồ vẫn chưa được quan tâm khai thác tương xứng với tiềm năng.

5.1. Cải thiện, làm mới sản phẩm, đặc biệt là sản phẩm về 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.

- 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, và (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, và 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.

5.2. Cần xác định nguồn khách du lịch để thực hiện công tác sản phẩm phù hợp

- Cần xác định rõ thị trường nguồn đối với nguồn khách du lịch của Việt Nam nói chung và từng địa phương nói riêng, qua đó lập một chiến lược sản phẩm phù hợp. Thị hiếu của du khách đối với từng thị trường là khác nhau, nếu du khách Châu Á tập trung nhiều vào nhóm nghỉ dưỡng và mua sắm, thì du khách Âu - Mỹ lại tập trung nhiều hơn vào nhóm sản phẩm trải nghiệm và văn hóa bản địa. Như vậy các công tác xúc tiến sản phẩm du lịch Việt Nam tại nước ngoài sẽ chính xác và thiết thực hơn.

5.3. Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp cần tập trung và thiết thực hơn

- Việc phục hồi sau đại dịch đối với các doanh nghiệp vẫn còn rất nhiều khó khăn đặc biệt là các khó khăn về tài chính. Các cơ chế chính sách vẫn mang tính tạm thời và thiếu bền vững, ví dụ như việc áp dụng mức thuế GTGT 8%, chỉ áp dụng trong năm 2022, khi ngành du lịch dự kiến chỉ hồi phục đạt mức trước dịch (2019) vào năm 2024. Các chính sách hỗ trợ về tài chính vẫn còn nhiều bất cập, việc tiếp cận nguồn ngân sách hỗ trợ tài chính vẫn còn khó khăn, dẫn đến việc hồi phục của ngành vẫn chưa thực sự hiệu quả./.

LÀM MỚI SẢN PHẨM DU LỊCH, TĂNG HIỆU QUẢ KÍCH CẦU DƯỚI GÓC NHÌN DOANH NGHIỆP

Tập đoàn Vingroup

Kính thưa Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính,

Kính thưa Quý vị đại biểu,

Sau 01 năm chính thức mở cửa trở lại trong điều kiện bình thường mới, du lịch Việt đã thực sự hồi sinh khi đông đảo du khách đã quay trở lại. Thành quả đó có được là nhờ những quyết sách đúng đắn cùng sự vào cuộc quyết liệt, hỗ trợ kịp thời của Chính phủ, các Bộ, ban, ngành trung ương và địa phương. Cùng với đó là sự nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp dịch vụ - lữ hành, góp phần tạo sức bật mạnh mẽ, hướng tới xây dựng Việt Nam trở thành một điểm đến du lịch mới mẻ và hấp dẫn bậc nhất khu vực hậu đại dịch. Trong đó, Vinpearl (thuộc Tập đoàn Vingroup) luôn là doanh nghiệp tiên phong đồng hành, hưởng ứng tích cực những chính sách, giải pháp phát triển của Chính phủ và ngành du lịch.

Kính thưa Quý vị,

Là thương hiệu dịch vụ du lịch - nghỉ dưỡng - giải trí lớn nhất Việt Nam, Vinpearl hiện đang có 45 cơ sở tại 17 tỉnh thành trên toàn quốc với công suất phòng trên 18.500 phòng khách sạn và biệt thự, 3 công viên chủ đề, 2 khu vui chơi giải trí, 2 công viên bảo tồn và chăm sóc động vật bán hoang dã, 4 sân golf. Chúng tôi cho rằng, để hiện thực hóa cam kết mang đến dịch vụ đẳng cấp, trải nghiệm xuất sắc thì việc không ngừng phát triển các sản phẩm mới kết hợp nghỉ dưỡng - vui chơi giải trí - khám phá - thể thao hấp dẫn, đón đầu đa dạng nhu cầu mới của du khách chính là điều kiện tiên quyết.

Trong những năm qua, đặc biệt là giai đoạn hậu COVID, Vinpearl đã tiên phong nâng cấp và xây dựng tiêu chuẩn dịch vụ đẳng cấp quốc tế, không chỉ đảm bảo chất lượng 5 sao cho du khách quốc tế mà còn đáp ứng nhu cầu trải nghiệm dịch vụ cao cấp đang ngày càng gia tăng của du khách nội địa.

Song song với đó, Vinpearl liên tục đầu tư xây dựng hàng loạt công trình trọng điểm, phát triển và ra mắt nhiều sản phẩm, dịch vụ mới, kiến tạo những quần thể all-in-one (một điểm đến - mọi nhu cầu) hấp dẫn sánh ngang với các điểm đến du lịch hàng đầu thế giới. Cụ thể:

Đối với lĩnh vực khách sạn - nghỉ dưỡng, Vinpearl liên tục đạt được thoả thuận hợp tác chiến lược với các thương hiệu tên tuổi như Marriott, Méliá... mang đến cho du khách những trải nghiệm dịch vụ tiêu chuẩn quốc tế ngay tại Việt Nam. Chúng tôi cũng nhanh chóng đưa ra các sản phẩm mới, đón đầu xu hướng thế giới như: Wellness & Retreat - nghỉ dưỡng phục hồi; Family Beach Resort - nghỉ dưỡng biển kết nối gia đình; Golf Stay & Play - chơi golf và nghỉ dưỡng tại resort 5 sao; MICE - hội họp đẳng cấp kết hợp du lịch, khám phá và giải trí...

Trong lĩnh vực vui chơi giải trí, thương hiệu VinWonders liên tục đầu tư nhiều công trình, dàn dựng nhiều show diễn mới đẳng cấp quốc tế. Có thể kể đến: Tàu lặn vô cực 360 độ đầu tiên trên thế giới Vinpearl Submarine và Công viên nước nhiều trò chơi nhất Đông Nam Á tại VinWonders Nha Trang; Cung điện Hải Vương - Thủy cung hình rùa lớn nhất thế giới tại VinWonders Phú Quốc; hay các show diễn thực cảnh đa phương tiện quy mô hàng đầu khu vực: “Tata Show”, “Tinh hoa Việt Nam”, “Sắc màu Venice”, “Once”. Trong thời gian tới, VinWonders sẽ tiếp tục ra mắt nhiều sản phẩm quy mô và độc đáo khác như: Rạp phim bay đầu tiên tại Việt Nam; Vinpearl Harbour Nha Trang với đêm nhân Stunt Show - màn trình diễn hành động thực cảnh trên biển đầu tiên trên thế giới.

Trong khi đó, ***Vinpearl Golf*** sẽ mang đến trải nghiệm chưa từng có với những sản phẩm hoàn toàn mới, đưa du khách đến với golf tour Việt Nam - Úc.

Kính thưa quý vị!

Bên cạnh chiến lược đầu tư bài bản về sản phẩm và dịch vụ, Vinpearl còn chủ động phát triển các thị trường quốc tế tiềm năng, góp phần tạo động lực mới cho du lịch Việt. Thời gian qua, ngoài các thị trường truyền thống là các nước Đông Nam Á, Nga, Trung Quốc... Vinpearl đã bắt đầu khai thác nguồn khách mới từ Hàn Quốc, Ấn Độ, Úc, New Zealand... và đạt được những thành tựu khả quan.

Chúng tôi kỳ vọng rằng những nỗ lực đó của Vinpearl nói riêng và các doanh nghiệp nói chung sẽ là sự chung tay hiệu quả để thực hiện thành công những mục tiêu của Chính phủ và ngành du lịch trong điều kiện bình thường mới, góp phần đưa du lịch Việt phát triển lên một tầm cao mới, trở thành điểm đến hấp dẫn, đẳng cấp hàng đầu thế giới.

Kính chúc Thủ tướng Chính phủ cùng Quý vị đại biểu sức khỏe và thành công!

Xin trân trọng cảm ơn!

TĂNG CƯỜNG LIÊN KẾT HÀNG KHÔNG - DU LỊCH ĐỂ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG KHÁCH QUỐC TẾ VÀO VIỆT NAM

Tổng Công ty Hàng không Việt Nam - Vietnam Airlines

1. Tình hình phục hồi của ngành hàng không thế giới, khu vực và Việt Nam

Theo dự báo của Hiệp hội vận tải hàng không quốc tế (IATA) về thị trường hàng không toàn cầu, sản lượng luân chuyển hành khách quốc tế năm 2023 dự kiến chỉ bằng 80% so năm 2019. Tuy nhiên tốc độ hồi phục tại các khu vực khác nhau, trong đó khu vực châu Á-Thái Bình Dương được dự báo là phục hồi chậm nhất².

Năm 2022, các hãng hàng không trên thế giới ước tính lỗ 6,9 tỷ USD. Dự báo năm 2023 ngành hàng không toàn cầu sẽ có lãi trở lại, mức lãi dự báo 4,7 tỷ USD, tỷ suất lợi nhuận ròng chỉ đạt 0,6%. Đây sẽ là khoản lãi đầu tiên kể từ năm 2019, tuy nhiên trong khi các hãng hàng không Bắc Mỹ dự báo lãi 11 tỷ USD, các hãng châu Âu/Trung Đông lãi nhẹ, thì các hãng hàng không Châu Á – Thái Bình Dương tiếp tục dự báo lỗ tới 6,6 tỷ USD.

Nguyên nhân chủ yếu do chính sách “Zero COVID” kéo dài đến cuối năm 2022 tại thị trường Trung Quốc vốn là thị trường lớn nhất trong khu vực cũng như các chính sách mở cửa hạn chế tại các thị trường trọng điểm như Đài Loan, Hồng Kông, Nhật Bản, Hàn Quốc khiến khu vực này phục hồi chậm chạp hơn các khu vực khác.

Tại Việt Nam, thị trường nội địa mặc dù phục hồi về sản lượng³, giá vé trung bình vẫn thấp hơn 12% so 2019, và hiện đã bắt đầu tăng trưởng chậm lại. Thị trường quốc tế phục hồi chậm. Cả năm 2022 chỉ đạt 28% so 2019, cho đến 2 tháng đầu năm 2023, thị trường mới chỉ đạt 64% so với 2019, thấp hơn nhiều so với các khu vực như châu Âu, châu Mỹ.

2. Tình hình đón khách quốc tế của Việt Nam và cạnh tranh điểm đến với các nước trong khu vực

Năm 2022, Việt Nam đặt mục tiêu đón 5 triệu lượt khách Quốc tế tuy nhiên chỉ đón 3,66 triệu lượt khách, được 73% kế hoạch. Theo biểu đồ *Chỉ số phục hồi du lịch sau dịch COVID-19* từ báo cáo của Hội đồng tư vấn du lịch TAB, chỉ số phục hồi của ngành du lịch Việt Nam năm 2022 là 18,1% - đứng cuối bảng phục hồi du lịch quốc tế của khu vực.

Sự phục hồi du lịch quốc tế không như kỳ vọng của Việt Nam dẫn đến nhiều hệ lụy đối với nền kinh tế nói chung, không chỉ riêng 2 ngành trực tiếp là hàng không và du lịch, mà còn ảnh hưởng tới thị trường ăn uống, lưu trú, bất động sản, đều là các lĩnh vực sử dụng nhiều lao động trong xã hội.

3. Một số nguyên nhân

² Châu Á - Thái Bình Dương là 70-75%, so với Bắc Mỹ là 97-99%, Châu Âu 88-89%.

³ Năm 2022 cao hơn 16% so với 2019

Mặc dù Việt Nam là một trong những quốc gia đầu tiên mở cửa đón khách du lịch quốc tế sau dịch COVID-19 (15/3/2022), nhưng nếu so với các nước trong khu vực, Việt Nam đang thu hút khách quốc tế kém hiệu quả hơn. Một số nguyên nhân chính đã được nêu ra tại nhiều cuộc hội thảo, có thể kể đến như:

- Chính sách visa chưa cạnh tranh so với các nước trong khu vực⁴.
- Các chương trình quảng cáo, xúc tiến thương mại du lịch tại thị trường nước ngoài còn thiếu và yếu⁵.
- Mức độ sẵn sàng đón khách chưa cao sau hơn hai năm đại dịch vì thiếu nguồn nhân lực, tài chính, cơ sở vật chất xuống cấp.
- Thiếu các sản phẩm du lịch độc đáo, đáp ứng nhu cầu hành khách thay đổi sau đại dịch. Trong giai đoạn hiện nay khách quốc tế có xu hướng đi du lịch theo từng nhóm nhỏ, chú trọng môi trường sinh thái, bảo đảm sức khỏe. Các đoàn khách MICE đòi hỏi điểm đến có hạ tầng tốt và dịch vụ chuyên nghiệp.
- Việt Nam chưa đa dạng thị trường nguồn du lịch, việc phụ thuộc lớn vào các nguồn khách Đông Bắc Á như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan... khiến khi các thị trường này có vấn đề, Việt Nam ít có phương án thay thế.

4. Các kiến nghị, đề xuất của Vietnam Airlines đối với Chính phủ, cơ quan nhà nước

Nhóm 1. Tạo lập thị trường và tăng khả năng tiếp cận thị trường cho các thị trường khách quốc tế vào Việt Nam, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, cạnh tranh điểm đến về thu hút khách quốc tế

- **Chính sách visa:** Trước mắt Việt Nam cần sớm nhất quay về các chính sách visa như trước COVID-19. Tiếp theo đó, Việt Nam cần sớm nghiên cứu nói lỏng và mở rộng chính sách visa, đảm bảo cạnh tranh với các quốc gia cạnh tranh trong khu vực như Thái Lan, Singapore. Một số góp ý cụ thể:

+ Việt Nam nên xem xét miễn visa cho du khách Mỹ, Úc, Ấn Độ và toàn bộ các quốc gia EU;

+ Nên áp dụng các chính sách E-visa, visa on arrival thông thoáng hơn cho các nước chưa được miễn visa.

+ Gia hạn thời gian miễn visa lên tối thiểu 30 ngày, hoặc 45 ngày như Thái Lan, cho phép du khách được sử dụng visa nhập cảnh nhiều lần vào Việt Nam thay vì 1 lần như hiện tại, trước mắt ưu tiên cho khu vực Mỹ, châu Âu và Úc - các thị trường khách có tập tính đi du lịch dài ngày.

- Quảng cáo, xúc tiến du lịch:

⁴ Thời gian miễn thị thực ngắn (15 ngày). Các nước trong khu vực như Thái Lan, Singapore đều cho thời gian miễn thị thực lên tới 30-45 ngày, thậm chí 60-90 ngày đối với công dân một số nước. Việt Nam mới chỉ miễn thị thực cho 24 quốc gia theo hình thức đơn phương và song phương thì Malaysia, Singapore miễn cho 162 nước, Philippines miễn cho 157 nước, Thái Lan 64 nước

⁵ Hiện nay TCDL Việt Nam chưa có văn phòng chính thức nào ở nước ngoài, trong khi đó TCDL Thái Lan (TAT) có tới 19 VP ở nước ngoài (7 VP tại khu vực Đông Nam Á – Thái Bình Dương (gồm Việt Nam), 11 VP tại Bắc Á, 3 tại Bắc Mỹ, 8 tại châu Âu/Trung Đông/châu Phi).

+ Việt Nam cần tổ chức các chiến dịch quảng bá điểm đến hiệu quả, trước mắt tập trung tại các thị trường chính (Mỹ, Canada, châu Âu, Úc, New Zealand, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ, Singapore). Đặc biệt, năm nay cũng là năm kỷ niệm 50 năm quan hệ ngoại giao với một loạt các quốc gia..., đề nghị Bộ VHTTDL/TCDL/Quỹ HTPTDL đồng hành cùng để tăng sức hút của điểm đến quốc gia.

+ Sớm thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch tại các địa bàn trọng điểm Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ.

- **Về dài hạn, Việt Nam cần xây dựng một chiến lược quốc gia tổng thể** để cạnh tranh với các điểm đến khách trong khu vực (Thái Lan, Singapore...) và có quy hoạch, phân bổ nguồn lực xứng đáng. Trước mắt, trong quá trình phục hồi thị trường du lịch, Việt Nam cần có một Kế hoạch cấp quốc gia về phục hồi ngành du lịch và thành lập Tổ chuyên trách gồm thành viên của các Bộ ngành, các doanh nghiệp hàng không, du lịch, khách sạn và có khả năng tổng hợp, đề xuất các chính sách sát với thực tiễn, có khả năng tham vấn cũng như theo sát và thúc đẩy việc triển khai thực hiện.

- Việt Nam cần xây dựng các sản phẩm du lịch hấp dẫn du khách, tổ chức các sự kiện, lễ hội phát động du lịch quy mô lớn, tạo tiếng vang và có khả năng thu hút du khách.

- Việt Nam cần tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng sân bay, cơ sở lưu trú - giải trí và nguồn nhân lực chất lượng đáp ứng kế hoạch phát triển của ngành hàng không - du lịch, tránh tình trạng quá tải trong mùa cao điểm.

- Ngoài ra, trong thời đại công nghệ số, Chính phủ cần xây dựng một hệ thống giúp chia sẻ dữ liệu hành khách giữa cơ quan quản lý nhà nước, các hãng hàng không, khách sạn và đại lý du lịch để tăng cường trải nghiệm khách hàng cũng như để phục vụ việc nâng cấp, đổi mới sản phẩm dịch vụ phù hợp nhu cầu thị trường.

Nhóm 2. Sửa Luật, bỏ giá trần trong dài hạn và nới giá trần trong ngắn hạn để đưa giá vé hàng không về đúng cơ chế thị trường, gỡ khó cho các hãng hàng không Việt Nam để có điều kiện tích lũy năng lực, nâng cao khả năng cạnh tranh với các hãng quốc tế

Hiện nay, giá vé vận chuyển hàng không nội địa đang được quy định giá trần xây dựng từ 2015 tới nay không có thay đổi. Tới nay, chi phí đầu vào các hãng HK đã tăng nhiều⁶. Ngoài ra thị trường cũng đã cạnh tranh hơn nhiều so với năm 2015, đa số các đường bay đều có 3 - 4 hãng khai thác. Vì vậy, về dài hạn cần sớm triển khai bỏ giá trần nội địa để đưa giá vé máy bay về cơ chế thị trường.

Tuy nhiên, nếu bỏ giá trần phải sửa luật (Luật Hàng không và Luật giá). Quá trình sửa luật có thể kéo dài, tuy nhiên các hãng hàng không cần được gỡ

⁶ Giá nhiên liệu 2015: 64 USD/thùng, 2023: 110 USD/thùng, trong khi chi phí nhiên liệu chiếm 30-40% tổng chi phí; các chi phí khác cũng trượt giá 3-5%/năm

khó, để tồn tại tới hết năm 2024 khi thị trường phục hồi hoàn toàn. Vì vậy, cần sớm triển khai việc nói giá trần trong thời gian tới.

Bên cạnh xem xét điều chỉnh giá trần, Nhà nước cần xem xét giải pháp quản lý giá phù hợp với tình hình thực tế, có tính toán đến quyền lợi lâu dài của khách hàng và sự phát triển hài hòa, bền vững của doanh nghiệp, tránh cạnh tranh không lành mạnh, làm suy giảm năng lực cạnh tranh của các hãng hàng không trong nước; đồng thời, thúc đẩy tập trung vào công tác đảm bảo an toàn, nâng cao chất lượng dịch vụ.

Nhóm 3. Các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp trong ngắn hạn

Tiếp tục triển khai và công bố chính sách miễn, giảm các loại thuế phí (cho đến hết năm 2024 khi thị trường phục hồi hoàn toàn để các hãng hàng không chủ động lập kế hoạch. Tiếp tục giảm 50% phí cất hạ cánh và điều hành bay đối với các chuyến bay nội địa trong năm 2022, 2023, 2024 như đã áp dụng trong giai đoạn 2020-2021.

Các hoạt động Vietnam Airlines đã triển khai để góp phần phục hồi và mở rộng thị trường khách quốc tế vào Việt Nam

- **Khôi phục lại mạng đường bay:** Vietnam Airlines luôn bám sát các diễn biến mới nhất của thị trường để từng bước mở lại dần các đường bay kết nối Việt Nam với các nước. Vietnam Airlines chính là hãng HK tiên phong mở lại một loạt chuyến bay quốc tế thường lệ đến Nhật Bản, Hàn Quốc, châu Âu... vào tháng 1/2022 sau giai đoạn đóng băng vì dịch COVID-19. Tháng 12/2022, ngay khi Trung Quốc nới lỏng việc cấp phép bay và điều kiện cách ly, Vietnam Airlines đã triển khai mở lại các đường bay kết nối từ Hà Nội/TP. Hồ Chí Minh đến Quảng Châu/Thượng Hải và tiếp tục tăng tải sau khi có thông tin Trung Quốc mở cửa từ 8/1/2023. Đến thời điểm hiện tại, cơ bản Vietnam Airlines đã khôi phục mạng đường bay đến hầu hết các quốc gia, điểm đến trước COVID-19 (trừ Nga và Myanmar).

- **Mở thêm các đường bay mới:** mặc dù trong giai đoạn ảnh hưởng bởi COVID-19, Vietnam Airlines vẫn chủ động nghiên cứu, mở các đường bay mới, kết nối Việt Nam với các thị trường lớn như: ngày 28/11/2021, mở đường bay thẳng thường (SGN-SFO) đầu tiên giữa Việt Nam - Mỹ; ngày 15/6/2022, Vietnam Airlines mở đường bay từ Hà Nội, TP. HCM đến thủ đô New Delhi của Ấn Độ; sắp tới, Vietnam Airlines nghiên cứu mở thêm các đường bay từ Hà Nội, TP. HCM tới Mumbai - Ấn Độ.

- Phối hợp ngành du lịch xúc tiến, quảng bá phục hồi du lịch Việt Nam

Với vai trò và tư cách là Hãng hàng không Quốc gia, Vietnam Airlines đã chủ động nỗ lực tự thân cũng như tích cực phối hợp, liên kết với ngành du lịch để mở rộng thị trường khách quốc tế vào Việt Nam. Một số các hoạt động đã thực hiện như sau:

+ Ngay sau khi dịch COVID-19 được kiểm soát và Chính phủ Việt Nam công bố mở đón khách du lịch quốc tế (15/3/2022), Vietnam Airlines đã phối hợp với Bộ VHTTDL, UBND tỉnh Quảng Ninh, TCDL, HHDL, Sun Group, các DN du lịch, lữ hành tổ chức tọa đàm và Chương trình phát động cấp quốc gia về việc mở lại du lịch Việt Nam với chủ đề “Việt Nam - Trải nghiệm trọn vẹn” tại Quảng Ninh.

+ Phối hợp với các tập đoàn/doanh nghiệp lớn, các khách sạn/resort tại Việt Nam như Thiên Minh Group, Sun Group, Vin Group, Saigon Tourist, Caravelle tổ chức các buổi hội thảo, trưng bày giới thiệu sản phẩm, các chương trình phát động bán tại thị trường nước ngoài như “Fly Vietnam Airlines, Rediscover Viet Nam”. Trong năm 2022, VNA đã thực hiện tại các thị trường Anh, Đức, Singapore tháng 4; Hàn Quốc, Mỹ tháng 5; Nhật Bản, Pháp, Úc tháng 6; Malaysia, Thái Lan tháng 7 và sẽ tiếp tục duy trì, đẩy mạnh công tác này trong năm 2023.

+ Phối hợp với các Bộ/Ban/Ngành tham gia các hội chợ tại Việt Nam:

* Phối hợp với Sở Du lịch TP. HCM tham gia hội chợ ITE HCMC tháng 9/2022 (20.000 lượt khách, 300 doanh nghiệp và 150 người mua cao cấp từ hơn 50 quốc gia và vùng lãnh thổ). Ngoài gian hàng trực tiếp tại hội chợ, Vietnam Airlines cũng trình bày các tham luận tại các hội thảo trong khuôn khổ hội chợ như: Vai trò của Hàng không trong việc phát triển du lịch MICE/du lịch Bleisure, tiềm năng khách du lịch Ấn Độ/Trung Đông... nhằm quảng bá du lịch Việt Nam.

* Phối hợp với HHDL Việt Nam tham gia hội chợ VITM Hà Nội tháng 4/2022 (40.000 lượt khách, 500 doanh nghiệp, 06 quốc gia và vùng lãnh thổ).

* Phối hợp với HHDL Việt Nam tham gia hội chợ VITM Đà Nẵng tháng 12/2022 (25.000 lượt khách, 165/350 gian hàng của các đơn vị quốc tế).

+ Các Chi nhánh Vietnam Airlines tại nước ngoài phối hợp với TCDL, các Sở DL thành phố Đà Nẵng/TP. HCM, ĐSQ/LSQ tại các nước, các đơn vị lữ hành/du lịch thực hiện nhiều chương trình giới thiệu du lịch Việt Nam tại các nước, như: Tuần lễ Việt Nam tại Hàn Quốc tháng 10/2022, Vietnam Festival tại Nhật tháng 6, 9/2022...

+ Vietnam Airlines tham gia 14 hội chợ tại nước ngoài trong năm 2022, trong đó đặc biệt tập trung vào việc phối hợp với các cơ quan chủ quản du lịch (TCDL, Sở DL TP. HCM/Đà Nẵng, HHDL, TTXTDL) để xây dựng gian hàng chung Việt Nam, thực hiện các hoạt động quảng bá phát động du lịch Việt Nam, bán các gói tour ưu đãi vào Việt Nam... tại các thị trường trọng điểm như WTM Anh tháng 11/2022, ITB Singapore tháng 3/2022, Top Resa Pháp tháng 9/2022...

+ Thực hiện đón hơn 40 đoàn Famtour với tổng lượt khách hơn 400 người, là các CTDL, nhà báo, KOLs... vào khảo sát để xây dựng các chương trình tour từ nước ngoài vào Việt Nam, trong đó rất nhiều đoàn có sự phối hợp với UBND và Sở Du lịch các tỉnh trọng điểm như Quảng Ninh, Kiên Giang; các Sở DL Hà

Nội, Sở DL TPHCM và các resort/khách sạn để tổ chức các buổi hội thảo, tham luận, gặp gỡ B2B giữa các doanh nghiệp và khách đoàn FAM.

- Các sản phẩm quảng bá du lịch Việt Nam

+ Sản xuất Phim an toàn bay “Safety Demo” mới, MV “Nhanh lên nhé” đoạt Giải thưởng toàn quốc về Thông tin đối ngoại, thông qua nội dung, hình ảnh trong video clip giới thiệu, quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam với nội dung sáng tạo, hấp dẫn.

+ Phối hợp với các địa phương đưa sản vật, văn hóa ẩm thực Việt Nam lên chuyến bay Vietnam Airlines, sàn thương mại điện tử Vietnam Airlines Mall.

+ Tham gia, tài trợ nhiều sự kiện quảng bá du lịch Việt Nam, phát động điểm đến (Hải Phòng, Kon Tum, TP. HCM, Quy Nhơn, Cần Thơ, Bình Định...).

+ Triển khai các gói sản phẩm du lịch trọn gói trên cơ sở hợp tác cùng các đối tác chiến lược nhằm đa dạng hóa trải nghiệm của khách hàng./.

NÂNG CAO TÍNH NĂNG ĐỘNG, TĂNG SỨC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH TRONG BỐI CẢNH MỚI

Tập đoàn BRG

Kính thưa Thủ tướng Phạm Minh Chính,

Kính thưa Phó Thủ tướng Trần Hồng Hà,

Kính thưa Lãnh đạo các Bộ, ngành, các địa phương,

Kính thưa Hội nghị,

Năm 2023, mục tiêu được đặt ra là tập trung đẩy mạnh hoạt động thu hút khách quốc tế đến Việt Nam, tiếp tục duy trì và nâng cao vị thế của du lịch nội địa. Trong năm 2023, chúng ta xác định sẽ phấn đấu đón và phục vụ 8 triệu lượt khách quốc tế, 102 triệu lượt khách du lịch nội địa và tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 650 nghìn tỷ đồng.

Tuy nhiên, với tình hình thế giới hiện nay được dự báo sẽ tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường về an ninh, kinh tế, xã hội, Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 chưa được kiểm soát hoàn toàn, hoạt động du lịch quốc tế đang dần mở cửa trở lại. Ở trong nước, nền kinh tế có những thuận lợi và khó khăn, thách thức đan xen...

Nhằm góp phần cùng Hội nghị bàn các giải pháp phục hồi và thúc đẩy phát triển du lịch bền vững, tôi xin tham gia một số ý kiến sau đây:

I. Phát triển thị trường, thu hút khách quốc tế

1. Nghiên cứu, đánh giá và cơ cấu lại thị trường

Các thị trường Việt Nam cần quan tâm vẫn là châu Á, Đông Nam Á, tiếp đó là châu Âu và châu Mỹ, hiện nay lượng tìm kiếm nhiều nhất về du lịch Việt Nam đến từ các thị trường: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thái Lan, Đài Loan, Mỹ, Úc, Pháp, Đức, Singapore, Anh, Ấn Độ, vì vậy chúng ta cần tập trung quan tâm đến những thị trường này.

2. Tạo điều kiện thuận lợi đi lại nhằm thu hút khách quốc tế

- Tiếp tục hoàn thiện các chính sách, tạo điều kiện thuận lợi về nhập cảnh, xuất cảnh cho khách quốc tế.

- Tiếp tục mở rộng danh sách các quốc gia, vùng lãnh thổ được miễn visa vào Việt Nam, cần nghiên cứu kéo dài thời gian lưu trú của các nước đã được cấp visa.

(Hiện nay chúng ta mới có 24 quốc gia được cấp visa với thời hạn 15 ngày, trong khi đó Thái Lan là 68 quốc gia, thời hạn 45-60 ngày; Singapore thì chỉ 36 quốc gia nhập cảnh phải xin visa.)

- Đẩy mạnh chính sách Visa điện tử, cần cải tiến, nâng cấp phần mềm cấp thị thực điện tử, xem đây là một công cụ thu hút khách du lịch quốc tế.

II. Tăng cường công tác xúc tiến quảng bá du lịch

1. Cần có cơ chế tốt hơn để huy động nguồn lực tài chính cho Quỹ xúc tiến quảng bá du lịch, tạo điều kiện cho Tổng cục Du lịch, Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch đẩy mạnh việc tổ chức các chiến dịch xúc tiến quy mô lớn tại các thị trường quốc tế trọng điểm.

2. Phối hợp chặt chẽ giữa ngành du lịch với các cơ quan ngoại giao ở nước ngoài, nhằm tiếp tục tăng cường hơn nữa công tác xúc tiến quảng bá du lịch cho đất nước.

3. Chính phủ cho phép Tổng cục Du lịch nghiên cứu để mở một số Văn phòng du lịch Việt Nam tại các thị trường trọng điểm.

III. Về nguồn nhân lực du lịch

1. Trong đại dịch COVID-19 nguồn nhân lực của ngành du lịch đã chuyển đổi qua nhiều lĩnh vực khác. Nhà nước quan tâm, hỗ trợ các Doanh nghiệp để thu hút lại nguồn nhân lực có kinh nghiệm quay trở lại, đây là lực lượng sẽ góp phần đẩy nhanh quá trình phục hồi của ngành Du lịch, đáp ứng nhu cầu phục vụ du khách trong thời gian sớm nhất.

2. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ cho ngành du lịch, các trường đào tạo nghề phối hợp với các doanh nghiệp tổ chức đào tạo lại nguồn nhân lực có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách.

IV. Sửa đổi bổ sung cơ chế chính sách về đất đai, về đầu tư xây dựng và bất động sản du lịch sao cho thuận lợi, minh bạch

1. Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận nguồn lực đất đai, rút ngắn thời gian xây dựng sản phẩm du lịch, giảm chi phí cho doanh nghiệp.

2. Tạo điều kiện thu hút người dân địa phương có cơ hội đầu tư.

V. Nhà nước đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch

1. Nhà nước tăng cường đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, Ngay Hà Nội cũng không có một Trung tâm Hội chợ, Triển lãm quốc tế để tổ chức các sự kiện du lịch.

2. Nhà nước nghiên cứu hỗ trợ trong việc đầu tư xây dựng các khu vui chơi giải trí mang tầm quốc tế, các khu bán hàng miễn thuế, outlet cao cấp tại các địa phương có tiềm năng, có điều kiện.

VI. Đối với các địa phương

1. Nhà nước tiếp tục tạo điều kiện, cơ chế chính sách cho các địa phương đầu tư xây dựng hạ tầng cơ sở, các thiết chế văn hóa, di tích phục vụ du lịch.

2. Khuyến khích, hỗ trợ các địa phương phát huy thế mạnh, hoàn thiện điểm đến, xây dựng các chuỗi sản phẩm du lịch đa dạng, đặc biệt là quan tâm dòng khách cao cấp, có mức chi tiêu cao và lưu trú dài ngày.

(Đây cũng là một nội dung quan trọng góp phần thu hút du khách đến với đất nước chúng ta nhiều hơn.)

VII. Cuối cùng, các doanh nghiệp du lịch mong muốn Nhà nước hãy cho ngành du lịch một điểm tựa

Đó là các ngành, các địa phương hãy cùng vào cuộc với ngành du lịch, hỗ trợ ngành du lịch. Quan trọng nhất lúc này là cần sự quan tâm, vai trò chỉ đạo, điều phối của Chính phủ trong việc phối hợp giữa các ngành, các địa phương để cùng thúc đẩy ngành du lịch, tạo điều kiện cho du lịch phát triển bền vững.

Kính chúc Hội nghị thành công tốt đẹp.

Trân trọng cảm ơn!