

LỜI GIỚI THIỆU

Thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, ngày 22 tháng 01 năm 2013, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 201/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Đây là văn kiện hoạch định hướng đi căn bản của ngành Du lịch với tầm nhìn dài hạn theo quan điểm, mục tiêu và giải pháp Chiến lược. Tổng cục Du lịch xuất bản văn kiện quy hoạch này để phổ biến triển khai đến các địa phương, đơn vị trong toàn Ngành và các đối tượng liên quan.

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được xây dựng trên cơ sở đánh giá và rút ra bài học kinh nghiệm từ thành công và hạn chế của giai đoạn phát triển được hoạch định trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010 ban hành kèm theo Quyết định số 307/QĐ-TTg, ngày 24/5/1995 của Thủ tướng Chính phủ. Đồng thời, quá trình xây dựng Quy hoạch mới này đã cập nhật, tiếp thu, thích ứng với bối cảnh và xu hướng phát triển; cụ thể hóa quan điểm, mục tiêu và giải pháp Chiến lược thông qua chuỗi các hoạt động nghiên cứu, khảo sát, hội thảo, tham vấn, tiếp thu ý kiến chuyên gia trong và ngoài nước. Điểm mới trong Quy hoạch này là quan điểm tiếp cận thị trường hướng tới đáp ứng Cầu du lịch bằng quá trình thích ứng Cung du lịch, trong đó lấy chất lượng thụ hưởng và giá trị trải nghiệm của du khách là cơ sở và mục tiêu xuyên suốt để hoạch định chính sách và triển khai các chương trình hành động, đảm bảo cân bằng các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường gắn liền với phát triển cộng đồng địa phương. Vì vậy, có thể khẳng định, Quy hoạch này hứa hẹn sự chuyển biến mạnh mẽ trong thực tiễn nhận thức và hành động, tập trung đưa ngành Du lịch hướng tới phát triển theo chiến lược chiều sâu chất lượng, hiệu quả, bền vững và cạnh tranh.

Về bố cục, ngoài phần mở đầu và Quyết định phê duyệt của Thủ tướng Chính phủ, Quy hoạch gồm 3 phần nội dung chính: (1) hiện trạng và nguồn lực phát triển; (2) định hướng phát triển và (3) Các giải pháp và tổ chức thực hiện quy hoạch. Căn cứ nội dung của Quy hoạch, Tổng cục Du lịch yêu cầu các địa phương, đơn vị trong toàn Ngành quán triệt, nắm vững và tổ chức triển khai quy hoạch, đầu tư phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh; quy hoạch, đầu tư phát triển các khu, điểm, đô thị du lịch và hiện thực hóa nội dung quy hoạch bằng các chương trình hành động cụ thể.

Tổng cục Du lịch tin tưởng rằng Quy hoạch là cơ sở định hướng căn bản và thống nhất cho mọi hoạt động quản lý và phát triển du lịch trên phạm vi cả nước, góp phần đạt tới mục tiêu phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn ./.

TỔNG CỤC DU LỊCH

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

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

Số: 201/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 22 tháng 1 năm 2013

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam
đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”**

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Căn cứ Luật Du lịch ngày 14 tháng 6 năm 2005;

Căn cứ Quyết định số 2473/QĐ-TTg, ngày 30 tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Các nội dung chủ yếu

1. Quan điểm phát triển

a) Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; du lịch chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội.

b) Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; chú trọng phát triển theo chiều sâu đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh.

c) Phát triển đồng thời cả du lịch nội địa và du lịch quốc tế; chú trọng du lịch quốc tế đến; tăng cường quản lý du lịch ra nước ngoài.

d) Phát triển du lịch bền vững gắn chặt với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; bảo đảm an ninh, quốc

phòng, trật tự an toàn xã hội; đảm bảo hài hòa tương tác giữa khai thác phát triển du lịch với bảo vệ giá trị tài nguyên tự nhiên và nhân văn.

đ) Đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cả trong và ngoài nước cho đầu tư phát triển du lịch; phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế quốc gia về yếu tố tự nhiên và văn hóa dân tộc, thế mạnh đặc trưng các vùng, miền trong cả nước; tăng cường liên kết phát triển du lịch.

2. Mục tiêu phát triển

a) Mục tiêu tổng quát

Đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp với hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới.

Đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển.

b) Mục tiêu cụ thể

- Về tổ chức lãnh thổ: Phát triển 7 vùng du lịch với những sản phẩm đặc trưng theo từng vùng; 46 khu du lịch quốc gia; 41 điểm du lịch quốc gia; 12 đô thị du lịch và một số khu, điểm du lịch quan trọng khác tạo động lực thúc đẩy phát triển du lịch cho các vùng và cả nước. Kèm theo quyết định này danh mục các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch.

- Về các chỉ tiêu phát triển ngành

+ Khách du lịch

. Năm 2015 thu hút 7,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế, phục vụ 37 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng khách quốc tế 8,4%/năm và nội địa 5,7%/năm.

. Năm 2020 thu hút 10,5 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 47,5 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng khách quốc tế là 7%/năm, nội địa là 5,1%/năm.

. Năm 2025 thu hút 14 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 58 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng tương ứng 6% và 4,3%/năm.

. Năm 2030 thu hút 18 triệu lượt khách quốc tế và 71 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng tương ứng 5,2% và 4,1%/năm.

+ Tổng thu từ khách du lịch: Năm 2015 đạt 207 nghìn tỷ đồng, tương đương 10,3 tỷ USD; năm 2020 đạt 372 nghìn tỷ đồng, tương đương 18,5 tỷ USD; năm 2025 đạt 523 nghìn tỷ đồng, tương đương 26 tỷ USD; năm 2030 đạt 708 nghìn tỷ đồng, tương đương 35,2 tỷ USD.

+ Đóng góp của du lịch trong GDP: Năm 2015, du lịch chiếm 6% tổng GDP cả nước; năm 2020, chiếm 7%; năm 2025, chiếm 7,2% và năm 2030, chiếm 7,5%.

+ Số lượng cơ sở lưu trú: Năm 2015 có 390.000 buồng; năm 2020 có 580.000 buồng; năm 2025 có 754.000 buồng; năm 2030 có 900.000 buồng.

+ Chỉ tiêu việc làm: Năm 2015 tạo việc làm cho 2,1 triệu lao động (trong đó 620 ngàn lao động trực tiếp); năm 2020 là 2,9 triệu (trong đó 870 ngàn lao động trực tiếp); năm 2025 là 3,5 triệu (trong đó 1,05 triệu lao động trực tiếp); năm 2030 là 4,7 triệu (trong đó 1,4 triệu lao động trực tiếp).

- Nhu cầu đầu tư: Nhu cầu vốn đầu tư cho giai đoạn 2011 - 2015 là 18,5 tỷ USD; giai đoạn 2015 - 2020 là 24 tỷ USD; giai đoạn 2020 - 2025 là 25,2 tỷ USD và 2020 - 2030 là 26,5 tỷ USD.

- Về văn hóa: Góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Việt Nam; phát triển thể chất, nâng cao dân trí và đời sống văn hoá tinh thần cho nhân dân, tăng cường đoàn kết, hữu nghị, tinh thần tự tôn dân tộc.

- Về an sinh - xã hội: Tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội, góp phần giảm nghèo, đảm bảo an sinh và giải quyết các vấn đề xã hội.

- Về môi trường: Phát triển du lịch “xanh”, gắn hoạt động du lịch với gìn giữ và phát huy các giá trị tài nguyên và bảo vệ môi trường. Đảm bảo môi trường du lịch là yếu tố hấp dẫn, quyết định chất lượng, giá trị thụ hưởng du lịch và thương hiệu du lịch.

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

3. Các định hướng phát triển chủ yếu

a) Phát triển thị trường khách du lịch: Đẩy mạnh phát triển đồng thời cả du lịch nội địa và du lịch quốc tế; chú trọng phân đoạn thị trường khách có mục đích du lịch thuần túy, nghỉ dưỡng, lưu trú dài ngày và chi tiêu cao.

- Khách du lịch nội địa

+ Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng khách với mục đích nghỉ dưỡng, giải trí, nghỉ cuối tuần, lễ hội tâm linh, mua sắm.

+ Khuyến khích phát triển, mở rộng thị trường du lịch chuyên biệt và du lịch kết hợp công vụ.

- Khách du lịch quốc tế

+ Thu hút, phát triển mạnh thị trường gần như Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hồng Kông, Hàn Quốc, Đài Loan); ASEAN (Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Singapore, Lào, Campuchia).

+ Tăng cường khai thác thị trường truyền thống cao cấp từ Tây Âu, Bắc Âu, Bắc Mỹ, Châu Đại Dương và Đông Âu (Nga, Ukraina)...

+ Mở rộng thị trường mới: Trung Đông, Ấn Độ.

b) Phát triển sản phẩm du lịch

- Ưu tiên phát triển các dòng sản phẩm chính:

+ Phát triển mạnh hệ thống sản phẩm du lịch biển có khả năng cạnh tranh trong khu vực về nghỉ dưỡng biển, tham quan thắng cảnh biển, hệ sinh thái biển. Khai thác hệ thống đảo ven bờ phục vụ phát triển du lịch.

+ Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa gắn với di sản, lễ hội, tham quan và tìm hiểu lối sống. Phát triển mạnh du lịch ẩm thực. Phát huy các giá trị văn hóa vùng miền làm nền tảng cho các sản phẩm du lịch đặc trưng.

+ Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, chú trọng khám phá hang động, du lịch núi, du lịch sinh thái nông nghiệp, nông thôn.

- Phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng theo các vùng được tổ chức theo các không gian phát triển du lịch với tính chất đặc trưng nổi trội để tạo dựng thương hiệu từng vùng có sản phẩm điểm đến tổng hợp.

- Đa dạng hóa sản phẩm phục vụ các đối tượng khách với những nhu cầu đa dạng như: du lịch MICE (Hội họp, Khuyến thưởng, Hội nghị, Triển lãm); du lịch đô thị; du lịch giáo dục; du lịch thể thao; du lịch dưỡng bệnh; du lịch du thuyền; du lịch làm đẹp...

- Tăng cường liên kết giữa các địa phương, doanh nghiệp; theo khu vực, các hành lang kinh tế; cùng các ngành vận chuyển, các liên kết vùng, liên vùng và quốc tế để tạo thành sản phẩm du lịch hấp dẫn.

c) Tổ chức không gian du lịch

- Phát triển du lịch theo 7 vùng

+ Vùng Trung du, miền núi Bắc Bộ gồm 14 tỉnh, thành phố : Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên, Lai Châu, Yên Bái, Phú Thọ, Lào Cai, Tuyên Quang, Hà Giang, Bắc Kạn, Thái Nguyên, Cao Bằng, Lạng Sơn và Bắc Giang.

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

. Du lịch về nguồn, tham quan tìm hiểu bản sắc văn hóa dân tộc; hệ sinh thái núi cao, hang động, trung du.

. Nghỉ dưỡng núi; nghỉ cuối tuần.

. Thể thao, khám phá.

. Du lịch biên giới gắn với thương mại cửa khẩu.

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

. Sơn La - Điện Biên gắn với Mộc Châu, hồ Sơn La, cửa khẩu quốc tế Tây Trang, di tích lịch sử Điện Biên Phủ và Mường Phăng.

. Lào Cai gắn với cửa khẩu quốc tế Lào Cai, khu nghỉ mát Sa Pa, Phan Xi Păng và vườn quốc gia Hoàng Liên.

. Phú Thọ gắn với lễ hội Đền Hùng và hệ thống di tích thời đại Hùng Vương, du lịch hồ Thác Bà.

. Thái Nguyên - Lạng Sơn gắn với hồ Núi Cốc, di tích ATK Định Hóa, Tân Trào, khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng, khu nghỉ mát Mẫu Sơn.

. Hà Giang gắn với công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn, cảnh quan Mèo Vạc, Mã Pí Lèng, Na Hang...

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 12 khu du lịch quốc gia; 4 điểm du lịch quốc gia và 1 đô thị du lịch (danh mục ban hành kèm theo quyết định này).

Ngoài ra, định hướng phát triển một số khu, điểm du lịch quan trọng khác: Xín Mần, Sìn Hồ, hồ Nà Hang, hồ Cẩm Sơn; hồ Sơn La ...

+ Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc gồm 11 tỉnh/thành phố: Hà Nội, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Dương, Hưng Yên, Thái Bình, Hà Nam, Ninh Bình, Nam Định, Hải Phòng và Quảng Ninh.

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

. Du lịch văn hóa gắn với văn minh lúa nước sông Hồng.

. Du lịch biển đảo.

. Du lịch MICE (Hội họp, Khuyến thương, Hội nghị, Triển lãm).

. Du lịch sinh thái nông nghiệp nông thôn.

. Du lịch lễ hội, tâm linh.

. Du lịch cuối tuần, vui chơi giải trí cao cấp.

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- . Thủ đô Hà Nội gắn với hệ thống di tích lịch sử văn hóa nội thành và các cảnh quan tự nhiên vùng phụ cận.

- . Quảng Ninh - Hải Phòng gắn với cảnh quan biển đảo Đông Bắc đặc biệt là Hạ Long - Cát Bà, Vân Đồn, Đồ Sơn.

- . Ninh Bình gắn với Tam Cốc - Bích Động, Hoa Lư, Tràng An, Vân Long, Cúc Phương, Tam Chúc - Ba Sao và quần thể di tích, cảnh quan vùng phụ cận.

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 9 khu du lịch quốc gia; 8 điểm du lịch quốc gia và 2 đô thị du lịch (danh mục ban hành kèm theo quyết định này).

Ngoài ra cần chú trọng phát triển các điểm: Vườn quốc gia Xuân Thủy, Đồng Châu, Bạch Long Vĩ...

- + Vùng Bắc Trung Bộ gồm 6 tỉnh, thành phố: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên - Huế .

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

- . Tham quan di sản, di tích lịch sử văn hóa.

- . Du lịch biển, đảo.

- . Tham quan, nghiên cứu hệ sinh thái.

- . Du lịch biên giới gắn với các cửa khẩu.

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- . Thanh hóa và phụ cận gắn với điểm du lịch quốc gia Thành Nhà Hồ, Lam Kinh, Bến En và đô thị du lịch Sầm Sơn.

- . Nam Nghệ An - Bắc Hà Tĩnh gắn với Cửa Lò, Kim Liên, Đồng Lộc, cửa khẩu Cầu Treo, núi Hồng - sông Lam, Xuân Thành...

- . Quảng Bình - Quảng Trị gắn với Phong Nha - Kẻ Bàng, biển Cửa Tùng - Cửa Việt, đảo Cồn Cỏ, cửa khẩu Lao Bảo và hệ thống di tích chiến tranh chống Mỹ.

- . Thừa Thiên Huế gắn với hệ thống di sản văn hóa cổ đô Huế và cảnh quan thiên nhiên Lăng Cô-Cảnh Dương, Bạch Mã, Tam Giang...

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 4 khu du lịch quốc gia; 6 điểm du lịch quốc gia và 3 đô thị du lịch (danh mục ban hành kèm theo quyết định này).

Ngoài ra, chú trọng phát triển các điểm hang cá Cẩm Lương, vườn quốc gia Bến En, vườn quốc gia Pù Mát, Chùa Hương, Cồn Cỏ...

+ Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ gồm 8 tỉnh, thành phố: Thành phố Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận.

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

- . Du lịch biển, đảo;
- . Du lịch tham quan di tích (hệ thống di sản) kết hợp du lịch nghiên cứu bản sắc văn hóa (văn hóa Chăm, các dân tộc thiểu số ở Đông Trường Sơn);
- . Du lịch MICE (Hội họp, Khuyến thưởng, Hội nghị, Triển lãm)

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- . Đà Nẵng - Quảng Nam gắn với Sơn Trà, Hải Vân, Hội An, Mỹ Sơn...
- . Bình Định - Phú Yên - Khánh Hòa gắn với các bãi biển Phương Mai, Đầm Ô Loan, vịnh Nha Trang, Cam Ranh...
- . Bình Thuận gắn với biển Mũi Né, đảo Phú Quý...

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 9 khu du lịch quốc gia; 7 điểm du lịch quốc gia và 4 đô thị du lịch (danh mục ban hành kèm theo Quyết định này).

+ Vùng Tây Nguyên gồm 5 tỉnh: Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng.

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

- . Du lịch văn hóa Tây Nguyên; tham quan tìm hiểu bản sắc văn hóa các dân tộc Tây Nguyên.
- . Nghỉ dưỡng núi; tham quan nghiên cứu hệ sinh thái cao nguyên gắn với các sản vật hoa, cà phê, voi.
- . Du lịch biên giới gắn với cửa khẩu và tam giác phát triển.

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- . Thành phố Đà Lạt gắn với hồ Tuyên Lâm, Đan Kia - Suối Vàng.
- . Đắk Lắk gắn với vườn quốc gia Yokđôn và không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên.
- . Gia Lai - Kon Tum gắn với cửa khẩu quốc tế Bờ Y, Măng Đen, Yaly.

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 4 khu du lịch quốc gia; 4 điểm du lịch quốc gia và 1 đô thị du lịch (danh mục ban hành kèm theo quyết định này).

Ngoài ra chú trọng phát triển du lịch tại các điểm như cụm di tích đèo An Khê, thành phố Buôn Mê Thuột và phụ cận...

+ Vùng Đông Nam Bộ gồm 6 tỉnh, thành phố: Thành phố Hồ Chí Minh, Bà Rịa - Vũng Tàu, Đồng Nai, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh.

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

- . Du lịch MICE (Hội họp, Khuyến thương, Hội nghị, Triển lãm).
- . Du lịch văn hóa, lễ hội, giải trí.
- . Du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch giải trí cuối tuần, du lịch thể thao, du lịch mua sắm.
- . Du lịch biên giới gắn với cửa khẩu.

Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- . Thành phố Hồ Chí Minh gắn với khu rừng sác Cần Giò và hệ thống di tích lịch sử văn hóa nội thành.
- . Tây Ninh gắn với cửa khẩu quốc tế Mộc Bài, núi bà Đen, hồ Dầu Tiếng.
- . Thành phố Vũng Tàu gắn với Long Hải, Phước Hải, Côn Đảo.

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 4 khu du lịch quốc gia; 5 điểm du lịch quốc gia và 1 đô thị du lịch (danh mục ban hành kèm theo quyết định này).

Ngoài ra chú trọng phát triển các điểm như: Thác Mơ - Bà Rịa; Bình Châu, Phước Bửu, Núi Dinh.

- Vùng Đồng bằng sông Cửu Long gồm 13 tỉnh, thành phố: thành phố Cần Thơ, Long An, Đồng Tháp, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau, Bạc Liêu, Sóc Trăng, Bến Tre, Trà Vinh, Vĩnh Long, Tiền Giang, Hậu Giang.

Hướng khai thác sản phẩm đặc trưng:

- . Du lịch sinh thái (miệt vườn, đất ngập nước).
- . Du lịch biển, đảo.
- . Du lịch văn hóa, lễ hội.

Các địa bàn trọng điểm du lịch:

- . Tiền Giang - Bến Tre gắn với du lịch miệt vườn Thới Sơn.

. Cần Thơ - Kiên Giang gắn với biển đảo Phú Quốc, Hà Tiên.

. Đồng Tháp - An Giang gắn với Tứ giác Long Xuyên, vườn quốc gia Tràm chim.

. Cà Mau gắn với U Minh - Năm Căn - mũi Cà Mau.

Định hướng phát triển hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch gồm 4 khu du lịch quốc gia; 7 điểm du lịch quốc gia.

Ngoài ra, chú trọng phát triển các điểm như: Ba Động, Vĩnh Long.

- Phát triển hệ thống tuyến du lịch

+ Tuyến theo đường hàng không: Từ các sân bay thuộc trung tâm quốc gia và các sân bay quan trọng khác.

+ Tuyến theo đường bộ: Theo hệ thống các quốc lộ lớn nối các vùng du lịch và đường Hồ Chí Minh.

+ Tuyến theo đường biển: Liên kết các đảo ven bờ và các tuyến Đà Nẵng - Hoàng Sa; Nha Trang - Trường Sa và đường Hồ Chí Minh trên biển.

+ Tuyến theo đường sông: Theo hệ thống sông Hồng và sông Mê Kông.

+ Tuyến theo đường sắt: Tuyến đường sắt Bắc - Nam; Hà Nội - Hải Phòng; Hà Nội - Lào Cai và Hà Nội - Lạng Sơn.

Chú trọng phát triển tuyến đường biển và tuyến đường bộ dọc biên giới.

+ Các tuyến du lịch chuyên đề: về nguồn tìm hiểu văn hóa các dân tộc Việt Nam; khám phá biển, đảo; di sản; sinh thái núi, rừng; MICE; làng nghề; cộng đồng và nông nghiệp, nông thôn; du thuyền, tàu biển; sông, hồ; lễ hội, tâm linh.

+ Tuyến du lịch liên kết các quốc gia: Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan, Trung Quốc...

d) Đầu tư phát triển du lịch

- Tổng nhu cầu đầu tư và cơ cấu nguồn vốn đầu tư: 1.931 nghìn tỷ đồng (tương đương 94,2 tỷ USD, theo giá hiện hành). Trong đó:

+ Vốn từ ngân sách nhà nước chiếm 8 - 10% bao gồm cả vốn ODA.

+ Nguồn vốn từ khu vực tư nhân chiếm 90 - 92% bao gồm cả vốn FDI.

- Các lĩnh vực ưu tiên đầu tư:

+ Phát triển đồng bộ, hiện đại hệ thống hạ tầng du lịch.

+ Phát triển sản phẩm du lịch cạnh tranh và thương hiệu du lịch quốc gia.

- + Phát triển nguồn nhân lực du lịch.
- + Phát triển tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch.
- + Phát triển các khu, điểm du lịch.

- Các khu vực tập trung đầu tư: Tập trung đầu tư vào các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch, trong đó ưu tiên vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo.

- *Phân kỳ đầu tư:*

- + Giai đoạn 2011 - 2015: 372 nghìn tỷ đồng (tương đương 18,5 tỷ USD)
- + Giai đoạn 2016 - 2020: 482 nghìn tỷ đồng (tương đương 24 tỷ USD)
- + Giai đoạn 2021 - 2025: 506 nghìn tỷ đồng (tương đương 25,2 tỷ USD)
- + Giai đoạn 2026 - 2030: 533 nghìn tỷ đồng (tương đương 26,5 tỷ USD)

- Các chương trình và dự án đầu tư:

Tập trung đầu tư có trọng điểm theo các chương trình ưu tiên; ban hành kèm theo Quyết định này danh mục các chương trình, dự án ưu tiên đầu tư.

đ) Tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch

- Lữ hành: Tăng cường hoạt động tổ chức kinh doanh các dịch vụ lữ hành du lịch thu hút, đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế vào Việt Nam du lịch, đồng thời phục vụ tốt cho cư dân Việt Nam đi du lịch ở trong nước và nước ngoài; đẩy mạnh hoạt động lữ hành kết nối các điểm hấp dẫn du lịch và hệ thống dịch vụ trên địa bàn điểm đến.

- Lưu trú: Mở rộng và nâng cao chất lượng cơ sở lưu trú du lịch trong đó chú trọng loại hình lưu trú nghỉ dưỡng chất lượng cao với đa dạng dịch vụ bổ sung, nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

- Ăn, uống: Mở rộng và phát triển các loại hình dịch vụ ẩm thực, món ăn truyền thống. Hình thành chuỗi nhà hàng ẩm thực có thương hiệu vươn ra thị trường quốc tế, nâng cao vị thế văn hóa ẩm thực Việt Nam.

- Khu du lịch, điểm du lịch: Chú trọng phát triển kinh doanh các khu, điểm du lịch quốc gia, mở rộng kinh doanh các khu, điểm du lịch đặc thù địa phương.

- Vui chơi, giải trí: Tăng cường và mở rộng phát triển các dịch vụ vui chơi giải trí cao cấp, đặc biệt ở các khu du lịch quốc gia và các đô thị lớn.

4. Các nhóm giải pháp thực hiện quy hoạch

a) Nhóm giải pháp về cơ chế, chính sách

- Về đầu tư phát triển du lịch: Có chính sách ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng; chính sách khuyến khích đầu tư vào phát triển các khu vui chơi giải trí hiện đại; Thực hiện chính sách xã hội hóa đầu tư phát triển du lịch.

- Về thuế: Cho vay với lãi suất ưu đãi đối với các dự án ưu tiên được xác định; cho phép kinh doanh du lịch quốc tế hưởng chế độ ưu đãi của ngành hàng xuất khẩu, có chính sách thuế phù hợp, đặc biệt về thuế đất đối với các khu du lịch, thuế nhập khẩu đối với trang thiết bị, phương tiện vận chuyển cao cấp phục vụ du lịch; rà soát, điều chỉnh phương pháp tính thuế, phí, lệ phí; áp dụng thống nhất chính sách một giá.

- Về thị trường: Hỗ trợ từ ngân sách cho hoạt động nghiên cứu thị trường; tăng cường hỗ trợ ngân sách và xã hội hoá hoạt động xúc tiến quảng bá; thông qua chính sách và cơ chế phù hợp với giá cả và các điều kiện kèm theo để khai thác tốt thị trường lớn khách du lịch nội địa tại các trung tâm đô thị và ở các vùng nông thôn.

- Về xuất nhập cảnh, hải quan: Tiếp tục cải tiến các thủ tục xuất nhập cảnh để tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho khách du lịch.

- Về chính sách xã hội hóa du lịch: Khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa, hải đảo; Khuyến khích việc đóng góp từ thu nhập du lịch cho hoạt động bảo tồn, phục hồi các giá trị về sinh thái, văn hoá và phát triển du lịch xanh, thích ứng với biến đổi khí hậu.

- Cơ chế phối kết hợp liên vùng, liên ngành: Khuyến khích liên kết trong vùng, liên vùng trong thực hiện quy hoạch, phát triển sản phẩm, xúc tiến quảng bá, xúc tiến đầu tư, xây dựng thương hiệu du lịch; đẩy mạnh các tổ chức phát triển du lịch vùng; xây dựng và phát huy các cơ chế phối hợp liên ngành, liên vùng, các cơ chế về hỗ trợ giá giữa các ngành liên quan.

b) Nhóm giải pháp về huy động vốn đầu tư

- Tăng cường đầu tư và hiệu quả đầu tư từ ngân sách nhà nước cho phát triển du lịch, cụ thể:

+ Xác định cơ cấu vốn đầu tư hợp lý cho từng khu vực để đảm bảo đủ 8 - 10% trong cơ cấu nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước.

+ Tập trung vốn phát triển cơ sở hạ tầng các khu du lịch, lồng ghép các chương trình mục tiêu quốc gia gắn với phát triển du lịch.

+ Tăng cường huy động nguồn vốn ODA thông qua vay ưu đãi nước ngoài hoặc phát hành trái phiếu Chính phủ cho các công trình đầu tư lớn như sân bay, đường cao tốc, cảng tàu du lịch.. tranh thủ sự hỗ trợ của quốc tế để kêu gọi tài trợ không hoàn lại cho các chương trình phát triển dài hạn.

- *Huy động tối đa các nguồn vốn đảm bảo nhu cầu đầu tư phát triển du lịch:*

+ Huy động tối đa các nguồn vốn, phát huy triệt để nguồn lực tài chính trong nhân dân, tiềm lực tài chính của các tổ chức trong và ngoài nước để đảm bảo đủ nguồn vốn với cơ cấu 90 - 92% vốn đầu tư từ khu vực tư nhân.

c) Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực

- Xây dựng và triển khai thực hiện quy hoạch phát triển nhân lực ngành du lịch cả nước và ở các địa phương.

- Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, bồi dưỡng về du lịch đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về lực lượng lao động ngành.

- Xây dựng tiêu chuẩn và thực hiện chuẩn hóa nhân lực du lịch.

- Xây dựng, công bố và thực hiện chuẩn trường để nâng cao năng lực đào tạo, bồi dưỡng du lịch từng bước hội nhập tiêu chuẩn nghề trong khu vực.

d) Nhóm giải pháp về xúc tiến, quảng bá

- Tăng cường năng lực, bộ máy và cơ chế cho hoạt động xúc tiến quảng bá: Cơ cấu lại tổ chức bộ máy, tập trung chức năng xúc tiến cho Tổng cục Du lịch, bổ sung nhiệm vụ quản lý rủi ro; thành lập các trung tâm xúc tiến quảng bá du lịch tại các địa phương trọng điểm du lịch, các thị trường quốc tế trọng điểm; tăng cường vốn ngân sách cho xúc tiến quảng bá du lịch, xây dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch quốc gia.

- Đẩy mạnh chuyên nghiệp hóa hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch: Tập trung xúc tiến quảng bá theo chiến dịch trọng điểm, phù hợp định hướng phát triển sản phẩm, thương hiệu du lịch; 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.

đ) Nhóm giải pháp về tổ chức quản lý quy hoạch

- Hoàn thiện văn bản, quy phạm pháp luật về quy hoạch.

- Kien toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch ở các cấp với việc thành lập các Ban quản lý các khu, điểm du lịch.

- Thực hiện điều tra, đánh giá, phân loại và quản lý tài nguyên du lịch.
- Tổ chức xây dựng quy hoạch, kế hoạch
- Nâng cao trình độ quản lý du lịch theo quy hoạch cho các cấp, các ngành.

e) Nhóm giải pháp về ứng dụng khoa học, công nghệ

Tích cực ứng dụng khoa học, công nghệ tiên tiến trong việc quản lý và vận hành các hoạt động du lịch, bao gồm:

- Hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu và thống kê du lịch.
- Nâng cao năng lực nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ.

g) Nhóm giải pháp về hợp tác quốc tế

- Triển khai hiệu quả các hoạt động hợp tác: Chủ động, tích cực triển khai thực hiện và thực hiện có hiệu quả các hiệp định hợp tác song phương và đa phương đã ký kết.

- Đa phương hoá, đa dạng hoá loại hình hợp tác: Mở rộng hợp tác với các quốc gia khác, các vùng lãnh thổ; đa dạng hoá các kênh hợp tác; tăng cường, mở rộng và chính thức hóa các hoạt động hợp tác với các tổ chức quốc tế.

- Tích cực chủ động trong kêu gọi tài trợ: Chủ động xây dựng và đề xuất các dự án phát triển từ các nguồn vốn quốc tế; phối hợp với các địa phương, ban ngành đề xuất danh mục các dự án tài trợ cụ thể.

h) Nhóm giải pháp về bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch

- Giáo dục, tuyên truyền nâng cao nhận thức về vai trò, ý nghĩa của du lịch, của tài nguyên và môi trường đối với hoạt động du lịch.

- Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật để kiểm soát các vấn đề về môi trường, để quản lý và phát triển tài nguyên.

- Áp dụng biện pháp khuyến khích đối với hoạt động du lịch thân thiện môi trường, bảo vệ và phát huy giá trị tài nguyên, môi trường; đồng thời xử phạt thích đáng đối với những hoạt động làm tổn hại tài nguyên và môi trường du lịch.

- Nhà nước hỗ trợ tài chính cho công tác bảo vệ tài nguyên và môi trường.

i) Nhóm giải pháp ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu

- Nâng cao nhận thức xã hội về tác động của biến đổi khí hậu.

- Tăng cường khả năng thích ứng và năng lực giảm nhẹ tác động của biến đổi khí hậu.

Điều 2. Tổ chức thực hiện quy hoạch

1. Ban Chỉ đạo nhà nước về du lịch

Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch giúp Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo hoạt động của các Bộ, ngành, địa phương liên quan trong việc giải quyết những vấn đề mang tính liên ngành, liên vùng trong quá trình tổ chức thực hiện Quy hoạch.

2. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch

a) Chủ trì tổ chức triển khai thực hiện Quy hoạch; tổ chức công bố Quy hoạch trên phạm vi cả nước, phổ biến triển khai và phân công cụ thể cho Tổng cục Du lịch và các đơn vị chức năng thuộc Bộ.

b) Chủ trì xây dựng và thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch các vùng du lịch, các khu du lịch quốc gia và các điểm du lịch quốc gia; tổ chức sơ kết, tổng kết và điều chỉnh (nếu cần thiết) việc thực hiện Quy hoạch.

c) Chỉ đạo Tổng cục Du lịch:

- Xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch hành động phát triển du lịch cho các giai đoạn 5 năm; điều phối triển khai quy hoạch lồng ghép với các kế hoạch và chương trình, dự án phát triển du lịch trên phạm vi toàn quốc.

- Hướng dẫn các địa phương xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, quy hoạch các khu, điểm du lịch địa phương.

- Chủ trì xây dựng và thực hiện các quy hoạch vùng du lịch, quy hoạch khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia.

- Tiến hành sơ kết hàng năm, đề xuất các chính sách phù hợp và thực hiện điều chỉnh quy hoạch cho phù hợp thực tế.

d) Chỉ đạo các đơn vị chức năng chuyên ngành văn hóa, thể thao tham mưu xây dựng và tổ chức thực hiện các chính sách, quy hoạch, chương trình, đề án, dự án phối hợp hỗ trợ, phù hợp với yêu cầu của Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam.

3. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ

Tham mưu trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển của ngành phù hợp với Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước; lồng ghép các chương trình mục tiêu quốc gia, chương trình hành động của ngành với việc thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch; phối hợp có hiệu quả với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong việc giải quyết những vấn đề liên ngành.

a) Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới việc xác định nhiệm vụ đầu tư của Nhà nước cho du lịch, cơ chế chính sách đầu tư du lịch, thuế, tín dụng ưu đãi và tạo các cân đối về vốn, xác định tỷ lệ ngân sách nhà nước chi cho triển khai thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch.

b) Bộ Giao thông Vận tải, Bộ Xây dựng thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới phát triển kết cấu hạ tầng, phương tiện giao thông, đặc biệt là hàng không, đường biển, an toàn giao thông, công tác quy hoạch xây dựng gắn với phát triển du lịch.

c) Bộ Thông tin và Truyền thông, Truyền hình Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới quản lý thông tin, tuyên truyền du lịch đa phương tiện; ứng dụng công nghệ thông tin, truyền thông vào hoạt động du lịch, đặc biệt là xúc tiến quảng bá và hệ thống giao dịch, tiêu thụ du lịch trực tuyến.

d) Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Khoa học Công nghệ, Bộ Y tế thực hiện các nhiệm vụ chức năng liên quan tới quy hoạch quỹ đất cho hoạt động du lịch; bảo vệ môi trường du lịch, ứng phó với biến đổi khí hậu, các tiêu chuẩn, quy chuẩn về du lịch và liên quan tới du lịch, vệ sinh an toàn thực phẩm và quyền tác giả, quyền sở hữu trí tuệ.

4. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức xây dựng và thực hiện quy hoạch tổng thể và cụ thể phát triển du lịch trên địa bàn; thực hiện quản lý phát triển du lịch theo quy hoạch.

- Tuyên truyền giáo dục nhân dân nâng cao nhận thức về du lịch; chỉ đạo các cấp chính quyền bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch.

5. Doanh nghiệp, hiệp hội du lịch và các tổ chức xã hội khác

- Căn cứ Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước, các doanh nghiệp chủ động xây dựng và thực hiện quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch, dự án đầu tư phát triển du lịch.

- Hiệp hội du lịch và các tổ chức xã hội khác theo phạm vi chức năng hoạt động nắm bắt mục tiêu, quan điểm và định hướng trong Quy hoạch để cụ thể hóa thành chương trình hành động của mình.

- Cộng đồng dân cư tích cực tham gia vào các hoạt động du lịch, cung ứng dịch vụ du lịch cộng đồng và các hoạt động bảo tồn, khai thác bền vững tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch theo các quy hoạch phát triển du lịch.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 4. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP;
- VP BCD TW về phòng, chống tham nhũng;
- HĐND, UBND các tỉnh, TP trực thuộc TW;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng Chính sách Xã hội;
- Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- UBTW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTCP, Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: Văn thư, KGVX (3b).KN.240.



**KT, THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**

Nguyễn Thiện Nhân

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết lập quy hoạch

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995- 2010 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 307/QĐ-TTg ngày 24/5/1995 là lần đầu tiên ngành Du lịch có quy hoạch với những nội dung trọng tâm làm cơ sở định hướng để triển khai chỉ đạo, quản lý các hoạt động của ngành du lịch trên phạm vi cả nước. Quy hoạch đã được tổ chức thực hiện và kết thúc một giai đoạn phát triển 15 năm.

Đánh giá 15 năm thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển, ngành Du lịch đã có nhiều tiến bộ và đạt được những thành tựu đáng ghi nhận. Luật Du lịch năm 2005 khẳng định một bước tiến lớn về khuôn khổ pháp lý. Hệ thống quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương tới địa phương không ngừng đổi mới và hoàn thiện cùng với sự hình thành, phát huy vai trò của Ban chỉ đạo nhà nước về du lịch. Sự ra đời của Hiệp hội Du lịch Việt Nam; Sự trưởng thành và lớn mạnh không ngừng của hệ thống doanh nghiệp du lịch; Các quy hoạch phát triển du lịch, các chương trình, kế hoạch, đề án, dự án phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được triển khai rộng khắp trên phạm vi cả nước tạo diện mạo mới cho đất nước và làm tiền đề cho du lịch Việt Nam phát triển trong giai đoạn tiếp theo.

Những kết quả được đánh giá thông qua các chỉ tiêu về lượng khách, thu nhập, tỷ trọng GDP và việc làm đã khẳng định vai trò của ngành Du lịch trong nền kinh tế quốc dân. Ngành Du lịch đã có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế; Góp phần vào xoá đói, giảm nghèo; Đảm bảo an sinh xã hội; Nâng cao dân trí; bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá truyền thống; Bảo vệ môi trường và giữ vững an ninh quốc phòng.

Bên cạnh những thành tựu đạt được, đánh giá qua 15 năm thực hiện Quy hoạch cho thấy ngành Du lịch phát triển còn nhiều hạn chế và bất cập; Nhiều khó khăn, trở ngại chưa có giải pháp thoả đáng; Chưa có bước phát triển đột phá để khẳng định thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn; Kết quả chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của đất nước; Phát triển nhưng vẫn ẩn chứa nhiều nguy cơ, yếu tố thiếu bền vững.

Xu hướng hội nhập, hợp tác, cạnh tranh toàn cầu, giao lưu mở rộng và tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ trong nền kinh tế tri thức trên thế giới đang tạo những cơ hội to lớn đồng thời cũng là thách thức đối với phát triển du lịch. Chính sách đổi mới, mở cửa và hội nhập của Việt Nam với việc gia nhập các tổ

chức khu vực và thế giới đã, đang và sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho kinh tế đối ngoại, trong đó có du lịch phát triển. Trở thành thành viên thứ 150 của WTO vào năm 2007, Việt Nam đang đón nhận những cơ hội to lớn đối với ngành du lịch như: Thu hút ngày càng tăng khách du lịch quốc tế vào Việt Nam; Tăng thu hút đầu tư nước ngoài đi kèm với chuyển giao công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh đó, tình hình trên thế giới cũng có nhiều biến động phức tạp về an ninh chính trị, kinh tế, thiên tai, dịch bệnh, khủng bố... Trong đó đáng chú ý là suy thoái kinh tế toàn cầu đã và đang ảnh hưởng trực tiếp đến ngành Du lịch Việt Nam.

Đất nước đã hoàn thành kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006-2010 và Chiến lược phát triển 10 năm 2001-2010 với những thành tựu đáng ghi nhận và những bài học kinh nghiệm quý báu. Bước sang giai đoạn phát triển mới với định hướng chiến lược phát triển của cả thời kỳ được xác định trong Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI là tập trung phát triển về chiều sâu chất lượng phấn đấu đưa Việt Nam đến năm 2020 trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại.

Trong bối cảnh và xu hướng phát triển mới với những cơ hội, thuận lợi và khó khăn, thách thức hiện hữu, ngành Du lịch Việt Nam đã tiến hành xây dựng Chiến lược phát triển du lịch cho giai đoạn 10 năm tới. Chiến lược bám sát định hướng phát triển kinh tế- xã hội của đất nước trong giai đoạn tới phát triển tập trung về chiều sâu, đảm bảo hiệu quả bền vững với tính chuyên nghiệp cao, phát triển có ưu tiên, trọng tâm trọng điểm, có chất lượng, có thương hiệu, có sức cạnh tranh. Những nội dung của quy hoạch phát triển du lịch giai đoạn 1995-2010 không còn phù hợp. Để cụ thể hóa những định hướng chiến lược phát triển tiếp sức phát triển cho giai đoạn tới, ngành Du lịch cần thiết tiếp tục phải xây dựng và thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển đến năm 2020, tầm nhìn 2030.

2. Căn cứ lập quy hoạch

2.1. Các căn cứ pháp lý:

- Luật Du lịch số 44/2005/QH11 ngày 14/6/2005 và Nghị định 92/2007/NĐ-CP ngày 1/6/2007 của Thủ tướng Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch.

- Luật Di sản văn hoá số 28/2001/QH10 ngày 29/6/2001 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Di sản văn hóa số 32/2009/QH12 ngày 18/06/ 2009; Nghị định 98/2010/NĐ-CP ngày 21/09/2010 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Di sản văn hoá.

- Luật Bảo vệ Môi trường và các văn bản dưới luật có liên quan đến Du lịch.

- Nghị định 92/2006/NĐ-CP ngày 7/9/2006 của Thủ tướng Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế-xã hội; Nghị định 04/2008/NĐ-CP ngày 11/1/2008 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP.

- Thông tư 01/2007/TT-BKH ngày 7/2/2007 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP; Thông tư 03/2008/TT-BKH ngày 1/7/2008 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định 04/2008/NĐ-CP.

- Quyết định số 281/2007/QĐ-BKH của Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư ngày 26/3/2007 về việc ban hành định mức chi phí lập, thẩm định quy hoạch và điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế-xã hội, quy hoạch ngành và quy hoạch các sản phẩm chủ yếu.

- Quyết định số 4136/QĐ-BVHTTDL của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ngày 8/9/2010 về việc phê duyệt nội dung đề cương Đề án “Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”.

- Quyết định số 4205/QĐ-BVHTTDL của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ngày 15/11/2010 về việc phê duyệt nội dung dự toán xây dựng Đề án “Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”.

- Quyết định số 426/QĐ-TCDL của Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch ngày 14/9/2010 về việc giao nhiệm vụ xây dựng Đề án “Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”.

2.2. Các căn cứ khác:

- Định hướng Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam đến năm 2020;

- Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011;

- Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam đến năm 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 175/QĐ-TTg ngày 27/01/2011;

- Điều chỉnh Chiến lược phát triển giao thông vận tải đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 35/2009/QĐ-TTg ngày 03/03/2009;

- Quy hoạch phát triển hệ thống cảng biển Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2190/QĐ-TTg ngày 24/12/2009;
- Điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển ngành giao thông vận tải đường sắt Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1436/QĐ-TTg ngày 09/11/2009;
- Quy hoạch phát triển giao thông vận tải đường bộ Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 được Thủ tướng phê duyệt Chính phủ tại Quyết định số 1327/QĐ-TTg ngày 24/08/2009;
- Quy hoạch chi tiết đường bộ ven biển Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 129/QĐ-TTg ngày 18/01/2010;
- Quy hoạch phát triển mạng đường bộ cao tốc Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn sau 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1734/QĐ-TTg ngày 12/01/2008;
- Các báo cáo quy hoạch các ngành kinh tế và sản phẩm chủ yếu có liên quan;
- Tình hình thực tế phát triển du lịch và đánh giá kết quả thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam 1995-2010; Nhu cầu và xu hướng phát triển du lịch thế giới, khu vực và du lịch trong nước trong giai đoạn mới;
- Các số liệu thống kê và tài liệu khác liên quan.

3. Quan điểm, mục tiêu và nhiệm vụ quy hoạch

3.1. Quan điểm quy hoạch:

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đảm bảo các nguyên tắc về quy hoạch ngành được quy định trong Luật Du lịch:

- Phù hợp với định hướng phát triển kinh tế - xã hội và Chiến lược phát triển ngành du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030.
- Đảm bảo chủ quyền quốc gia, quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội.
- Bảo vệ, phát triển tài nguyên du lịch và môi trường, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.
- Bảo đảm tính khả thi cân đối cung và cầu du lịch; Phát huy lợi thế quốc gia, thế mạnh từng vùng, địa phương; Sử dụng hợp lý, hiệu quả tài nguyên; Đáp ứng nhu cầu du lịch.
- Tuân thủ phương pháp lập quy hoạch

3.2. Mục tiêu:

Cụ thể hóa các quan điểm, mục tiêu phát triển du lịch của Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 nhằm:

- Thực hiện công tác quản lý phát triển du lịch đảm bảo có hiệu quả và thống nhất trên toàn quốc.
- Tạo cơ sở lập các quy hoạch phát triển du lịch vùng, địa phương, các khu du lịch trọng điểm, các dự án đầu tư phát triển du lịch.

3.3. Nhiệm vụ của quy hoạch:

- Xác định vị trí, vai trò và lợi thế của ngành Du lịch trong phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.
- Phân tích, đánh giá các nguồn lực và hiện trạng phát triển du lịch, trong đó có đánh giá các chỉ tiêu, những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân so với Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam 1995-2010.
- Xác định quan điểm, mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn đến năm 2020; Dự báo các chỉ tiêu và luận chứng các phương án phát triển đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030.
- Tổ chức không gian du lịch, đầu tư kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.
- Xác định danh mục các khu vực, các dự án ưu tiên đầu tư, nhu cầu sử dụng đất, vốn đầu tư, nguồn nhân lực du lịch; Định hướng thị trường và sản phẩm du lịch; Tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch.
- Đánh giá tác động môi trường, các giải pháp bảo vệ tài nguyên du lịch và môi trường.
- Đề xuất cơ chế, chính sách, giải pháp, mô hình tổ chức quản lý, phát triển du lịch theo quy hoạch.

4. Phương pháp lập quy hoạch

- Phương pháp điều tra, khảo sát thực địa trong nước và nước ngoài.
- Phương pháp tổng hợp, phân tích.
- Phương pháp chuyên gia.
- Phương pháp sơ đồ, bản đồ.

5. Quá trình lập Quy hoạch

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được bắt đầu xây dựng từ năm 2010, qua các bước sau:

- Tổ chức đánh giá tình hình thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010

- Thu thập tài liệu, số liệu chuyên ngành, tham khảo sử dụng các chiến lược, quy hoạch kinh tế - xã hội, chiến lược phát triển dịch vụ và chiến lược phát triển các ngành liên quan.

- Khảo sát thực tế hoạt động du lịch trên địa bàn cả nước mang tính đại diện.

- Tổ chức khảo sát học tập kinh nghiệm quy hoạch phát triển du lịch tại Malaixia, Ấn Độ

- Xây dựng nội dung định hướng quy hoạch phát triển du lịch giai đoạn đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030

- Tổ chức hội thảo chuyên ngành, lấy ý kiến chuyên gia

- Tiến hành đánh giá môi trường chiến lược đối với Quy hoạch

PHẦN I

HIỆN TRẠNG VÀ NGUỒN LỰC

PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM

I. HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 1995-2010

1. Bối cảnh thực hiện quy hoạch

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010 (sau đây gọi tắt là QHTT) được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 307/TTg ngày 24/5/1995. QHTT lần đầu tiên được thực hiện trong bối cảnh mới, khi Việt Nam chuyển sang cơ chế thị trường, hợp tác, hội nhập và cạnh tranh trong khu vực và quốc tế.

1.1 Bối cảnh quốc tế

QHTT được thực hiện trong bối cảnh quốc tế diễn biến khá phức tạp với những thuận lợi và khó khăn đan xen. Xu thế toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, nhu cầu du lịch toàn cầu tiếp tục tăng cùng với sự chuyển dịch của dòng khách du lịch quốc tế đến khu vực châu Á-Thái Bình Dương ngày càng gia tăng mở ra những cơ hội thuận lợi cho phát triển du lịch của các nước ở khu vực này, trong đó có Việt Nam. Việt Nam trở thành thành viên chính thức Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á năm 1995 (ASEAN) và là quốc gia với vai trò chủ tịch ASEAN vào năm 2010; là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới WTO và là thành viên của nhiều tổ chức du lịch quốc tế quan trọng như UNWTO, PATA, v.v. Vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế được cải thiện và khẳng định rõ rệt, đã tạo nhiều điều kiện để du lịch Việt Nam phát triển. Xu hướng phát triển kinh tế tri thức trên toàn cầu đi liền với việc mở rộng công nghệ cao, đặc biệt công nghệ thông tin, truyền thông, công nghệ mạng và phát triển của ngành hàng không giá rẻ mở ra nhiều cơ hội cho hoạt động du lịch toàn cầu.

Tuy nhiên, các bất ổn về chính trị giai đoạn này cũng diễn ra trên diện rộng, bắt đầu với sự kiện 11 tháng 9 năm 2001 ở Mỹ, chiến tranh ở Trung Đông, xung đột ở Bắc Phi; Tình trạng nạn khủng bố; Dịch bệnh, đặc biệt là dịch SARS 2003 xảy ra liên tiếp; Thế giới phải đối mặt với tác động khó lường của biến đổi khí hậu, thảm họa thiên nhiên ngày một trầm trọng. Khủng hoảng tài chính khu vực năm 1997-1998; khủng hoảng kinh tế tài chính thế giới năm 2008 lan rộng... Những yếu tố có tính ảnh hưởng toàn cầu trên đã tác động đến “cầu” du lịch và các dòng khách du lịch quốc tế, tác động cả tích cực và tiêu cực đối với du lịch Việt Nam.

1.2. Bối cảnh trong nước

Trong nước, tình hình chính trị, xã hội ổn định, kinh tế vĩ mô tăng trưởng khi cả nước tiến hành công nghiệp hóa, hiện đại hóa theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, tăng cường đầu tư mở rộng quy mô phát triển hướng xuất khẩu, định hướng tái cơ cấu nền kinh tế, ổn định chính sách vĩ mô, hệ thống cơ sở hạ tầng ngày càng được cải thiện, uy tín và vị thế chính trị, ngoại giao quốc tế của Việt Nam ngày được tăng cường. Kết quả tăng trưởng kinh tế liên tục nhiều năm với tốc độ cao đã đưa Việt Nam thoát khỏi tình trạng khủng hoảng, kém phát triển của những năm 80 Thế kỷ 20 và từng bước hội nhập với khu vực và quốc tế. Các thành tựu về kinh tế, chính trị, xã hội, ngoại giao đã ngày càng khẳng định vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Việt Nam đã đủ khả năng đăng cai và tổ chức thành công nhiều sự kiện quốc tế lớn như SEA Games 22, Hội nghị APEC; Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)... đã mở ra những cơ hội và tạo điều kiện cho các ngành kinh tế, trong đó có du lịch tăng trưởng. Năm 2010, cả nước long trọng tổ chức đại lễ 1000 năm Thăng Long - Hà Nội là sự kiện trọng đại khẳng định vị thế, tầm vóc, tiềm lực và những thành tựu phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của Việt Nam suốt chặng đường lịch sử vừa qua. Dấu mốc quan trọng đó đưa Việt Nam chuyển mình bước sang thời kỳ mới, phát triển lên tầm cao mới.

Tuy nhiên, là giai đoạn đầu tiên thực hiện QHTT trên phạm vi cả nước, trong đó nhiều ngành, lĩnh vực chưa có quy hoạch do vậy tính đồng bộ và hiệu quả thực hiện quy hoạch chưa cao. Nhiều chỉ tiêu phát triển đặt ra trong quy hoạch với tâm thái lạc quan vượt xa thực tế đạt được vì vậy không đạt được. Nhiều tác động tiêu cực của quá trình tăng trưởng chưa dự liệu và chưa đánh giá được là những bài học kinh nghiệm quý báu được rút ra trong giai đoạn phát triển vừa qua. Năm 2010, nước ta đã kết thúc thực hiện chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 10 năm, 2001-2010 và bước sang giai đoạn phát triển mới trong công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước với nhiều cơ hội và thách thức mới. Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI đã chỉ ra định hướng chiến lược phát triển cho thập kỷ tới với chủ trương tái cấu trúc nền kinh tế và thay đổi mô hình tăng trưởng, chuyển dần sang phát triển về chiều sâu có chất lượng, hiệu quả và bền vững, đến năm 2020 Việt Nam trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại.

2. Vị trí, vai trò của ngành Du lịch

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

Từ 1995, Việt Nam là thành viên chính thức của ASEAN, cùng với sự phát triển nhanh chóng về kinh tế-xã hội, du lịch Việt Nam ngày càng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển du lịch chung của khu vực. Với vị trí địa lý thuận lợi và tiềm năng tài nguyên du lịch phong phú và đa dạng, đặc biệt là hệ thống các di sản thế giới và tiềm năng du lịch biển, du lịch Việt Nam phát triển góp phần tích cực vào sự hấp dẫn du lịch chung của khu vực. Từ chỗ còn tụt hậu chừng 20 năm so với mặt bằng chung của ASEAN đến nay Du lịch Việt Nam đã vượt Philippine và đạt vị trí thứ 5 trong khu vực về lượng khách và đứng hàng đầu về tốc độ tăng trưởng. Việt Nam còn là cửa ngõ quan trọng và đang nắm vai trò phân phối khách đến Đông Dương và Tiểu vùng Mê Kông mở rộng (GMS). Đồng thời Du lịch Việt Nam ngày càng hội nhập sâu và toàn diện vào du lịch khu vực với sự hiện diện hàng năm trên diễn đàn du lịch ATF, hội chợ du lịch TRAVEX. Năm 2010, Việt Nam đăng cai và tổ chức thành công ATF 2010 đồng thời trên cương vị chủ tịch ASEAN với sự đăng cai tổ chức thành công hàng loạt các sự kiện trọng đại của quốc gia và khu vực, Du lịch Việt Nam đã khẳng định thêm một bước được vị thế trong khu vực. Hơn thế nữa, trên diễn đàn đa phương và song phương, Việt Nam tham gia tích cực nhiều tổ chức quốc tế như APEC, ACMECS, CLMV, GMS, PATA... các chương trình/dự án phát triển du lịch trong khuôn khổ các tổ chức khu vực như dự án du lịch Tiểu vùng sông Mê Kông mở rộng (GMS), dự án du lịch tuyến hành lang Đông Tây (WEC), dự án du lịch “3 quốc gia - một điểm đến”; Tuyến du lịch Di sản Đông Dương... qua đó góp phần tích cực vào sự phát triển du lịch chung của khu vực.

2.2. Vai trò của du lịch Việt Nam đối với sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước:

Phát triển du lịch không chỉ tạo nguồn thu ngoại tệ quan trọng cho đất nước, đóng góp tích cực vào hoạt động xuất khẩu tại chỗ mà còn góp phần quan trọng tạo cơ hội việc làm và thu nhập cho cộng đồng ở những vùng còn khó khăn nhưng có tiềm năng du lịch; Tạo sức “lan tỏa”, động lực và kéo theo nhiều ngành kinh tế có liên quan như giao thông vận tải, đặc biệt là hàng không, thương mại, xây dựng, nông nghiệp... Cùng phát triển.

Ngoài ý nghĩa về kinh tế - xã hội, phát triển du lịch còn góp phần quan trọng vào nỗ lực bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống của dân tộc, phát triển giao lưu văn hoá và qua đó tăng cường hiểu biết, hữu nghị giữa các dân tộc.

Phát triển du lịch còn có những đóng góp tích cực trong việc nâng cao đời sống văn hoá tinh thần cho người dân Việt Nam. Đối với những vùng sâu, vùng xa, vùng kinh tế khó khăn, du lịch góp phần quan trọng vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo và nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân.

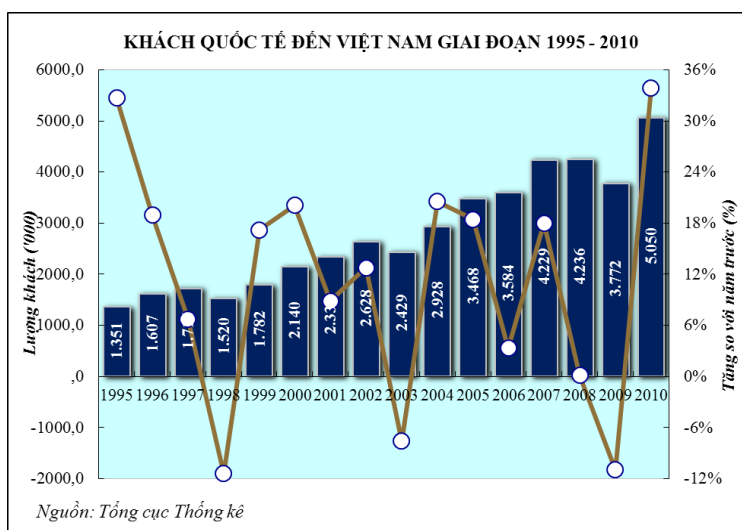
Có thể nói giai đoạn phát triển vừa qua Du lịch Việt Nam đã đóng góp lớn trong GDP với tỷ trọng từ 3,21% năm 1995 tăng lên 5,8% năm 2010 khẳng định vị thế của một ngành kinh tế dịch vụ ngày càng quan trọng. Du lịch đã tạo ra trên 1,4 triệu việc làm chiếm 3,8% tổng lao động, trong đó có trên 470.000 lao động trực tiếp. Hiệu quả kinh tế của du lịch còn lan tỏa tới nhiều ngành, lĩnh vực khi được tính toán chi tiết theo tài khoản vệ tinh du lịch; cùng với tác động về văn hóa, xã hội, môi trường, vai trò của ngành du lịch đang được nâng cao trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, góp phần xóa đói giảm nghèo và chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

3. Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu

3.1. Khách du lịch:

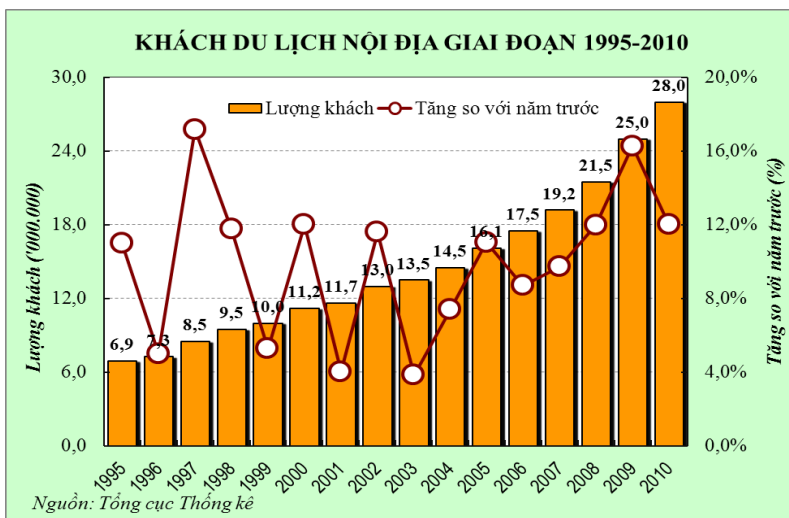
Lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong giai đoạn 1995-2010 tăng nhanh với tốc độ trung bình cả giai đoạn đạt 9,6%/năm. Tuy nhiên tại những thời điểm cụ thể, lượng khách đến Việt Nam có sự thay đổi chịu tác động bởi những biến động có tính quốc tế và khu vực cũng như những yếu tố trong nước.

Tuy khách du lịch quốc tế đến Việt Nam tăng trưởng mạnh nhưng không ổn định, không chủ động về thị trường và chưa đạt mục tiêu đề ra trong QHTT do dự báo quá lạc quan ở giai đoạn đầu phát triển mở cửa và hội nhập.



Hình 1. Diễn biến khách quốc tế đến Việt Nam 1995-2010

Khách du lịch nội địa cũng tăng trưởng mạnh từ sau năm 1995. Đến năm 2010 số khách nội địa đạt 28 triệu lượt khách gấp 4,8 lần so với năm 1995. Từ năm 2001 đến 2010, khách du lịch nội địa tăng ổn định ở mức 10,2%/năm.



Hình 2. Diễn biến khách nội địa giai đoạn 1995-2010

Khách du lịch nội địa chủ yếu từ các đô thị lớn và có thành phần khá đa dạng thể hiện mức sống của dân cư được nâng cao. Phần lớn khách du lịch nội địa yêu thích du lịch biển, tham quan các danh lam thắng cảnh, tham gia các hoạt động du lịch tín ngưỡng. Phát triển du lịch nội địa tăng nhanh đã góp phần đáng kể vào việc nâng cao hiệu quả kinh doanh du lịch; hạn chế tác động tiêu cực của khủng hoảng quốc tế, khu vực đến du lịch Việt Nam.

Khách du lịch ra nước ngoài cũng có xu hướng gia tăng trong những năm gần đây. Theo Cục Xuất nhập cảnh – Bộ Công An, từ năm 2005 -2011, số lượng người Việt Nam ra nước ngoài tăng 30%/năm. Năm 2005 có hơn 900 nghìn lượt người Việt Nam ra nước ngoài, đến năm 2011 có 4,3 triệu lượt. Trong đó, có nhiều mục đích khác nhau như công vụ, lao động, du lịch... Do thực trạng thống kê, quản lý, kê khai xuất nhập cảnh của lượng khách này chưa hoàn thiện nên chưa làm rõ được các mục đích khách ra nước ngoài, tuy nhiên ước tính mục đích du lịch chiếm khoảng 50-55%. Cũng do chưa có thống kê, đánh giá về mức chi tiêu, đặc điểm khách nên không đánh giá được hiệu quả của lượng khách này.

3.2. Tổng thu từ khách du lịch và đóng góp GDP:

Cùng với sự mở rộng quy mô tăng trưởng, phạm vi hoạt động du lịch, thu nhập du lịch ngày một tăng và năm 2010 đã đạt 98,1 ngàn tỷ đồng.

Bảng 1. Hiện trạng tổng thu từ khách du lịch trong cả nước giai đoạn 1995 - 2010

Đơn vị tính: Tỷ đồng (theo giá hiện hành)

	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tổng thu từ khách du lịch	8.012	17.400	30.000	51.000	56.000	60.000	85.600	98.100

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Giá trị gia tăng ngành du lịch ngày tăng cao và chiếm tỷ trọng ngày lớn trong cơ cấu GDP chung của nền kinh tế. Năm 2010 du lịch đóng góp 6% trong GDP khẳng định vị trí quan trọng và hiệu quả kinh tế cao của ngành du lịch.

Bảng 2. Đóng góp của du lịch vào GDP cả nước giai đoạn 1995 - 2010

Đơn vị tính: Tỷ đồng, giá so sánh 1994: 1USD = 11.000VND

	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Giá trị gia tăng du lịch	6.277,7	8.923,1	13.971,4	23.236,8	25.051,4	24.383,3	27.100,0	33.000,0
Tỷ lệ đóng góp GDP	3,21%	3,27%	3,55%	5,44%	5,43%	4,97%	5,25%	6,00%

Nguồn: Tính toán của Viện NCPT Du lịch

Tuy vậy, với số lượng khách quốc tế và nội địa thời gian qua, thì hiệu quả kinh tế về thu nhập du lịch còn rất khiêm tốn. Chi tiêu du lịch còn thấp do sản phẩm du lịch còn đơn điệu, dịch vụ nghèo nàn trùng lặp, khách lưu trú ngắn ngày. Hiệu quả kinh tế về thu nhập chưa tương xứng với tiềm năng và nguồn lực. Tỷ trọng giá trị gia tăng du lịch trong GDP cả nước vẫn thấp chưa thực sự chiếm vị trí xứng đáng so với yêu cầu ngành kinh tế mũi nhọn.

3.3. Cơ sở lưu trú du lịch và lao động ngành du lịch:

Năm 1995 cả nước mới chỉ có 2.279 cơ sở lưu trú du lịch với 47.236 buồng thì đến năm 2000, số cơ sở lưu trú du lịch tăng lên là 3.306 cơ sở với 72.212 buồng, tăng trưởng giai đoạn 1995-2000 đạt 7,72%. Đến 2005, cả nước có 6.383 cơ sở với 130.879 buồng, giai đoạn 2000-2005 tăng 13,9%/năm.

Năm 2010, cả nước đã có 12.089 cơ sở lưu trú với 236.747 buồng đạt tiêu chuẩn, trong đó có 381 cơ sở lưu trú du lịch được xếp hạng từ 3 sao đến 5 sao với 41.041 buồng. Tổng số cơ sở lưu trú tăng 2,7 lần từ 4.366 cơ sở năm 2001 lên 12.089 cơ sở năm 2010. Số lượng buồng lưu trú tăng gấp 2,72 lần đạt 236.747 buồng lưu trú năm 2010. Bình quân tăng trưởng số buồng khách sạn giai đoạn

2001-2010 là 11,9%/năm. Chất lượng các cơ sở và dịch vụ lưu trú cùng ngày được nâng cao, tỷ trọng cơ sở lưu trú được xếp hạng từ 3-5 sao ngày càng lớn; Các dịch vụ đạt chuẩn khu vực và quốc tế từng bước được thị trường chấp nhận. Một số khách sạn lớn đang gây dựng được thương hiệu trên thị trường bên cạnh những khách sạn do nước ngoài đầu tư (FDI) thuộc các chuỗi khách sạn quốc tế.

Theo định hướng Quy hoạch phát triển du lịch giai đoạn 1995-2010, nguồn nhân lực du lịch được tính chủ yếu đang làm việc tại các khách sạn du lịch. Đây là một hạn chế lớn vì đội ngũ này không đủ để đại diện cho toàn bộ lực lượng lao động ngành. Sự kiểm kê không đầy đủ này là nguyên nhân khiến cho các chỉ tiêu dự báo ở thời kỳ 1995-2005 này đều thấp hơn so với hiện trạng phát triển thực tế. Năm 2000 ngành du lịch thu hút được 150 ngàn lao động đạt 87% chỉ tiêu đề ra, năm 2005 thu hút được 275,1 ngàn lao động đạt 86% chỉ tiêu dự báo và đến năm 2010 đã thu hút được 478,1 ngàn lao động vượt 8,4% so với chỉ tiêu dự báo).

Chiến lược đào tạo nguồn nhân lực theo quy hoạch năm 1995 mới chỉ dừng lại ở việc định hướng tổ chức các chương trình đào tạo nghiệp vụ du lịch, bồi dưỡng tay nghề cho đội ngũ cán bộ phù hợp với yêu cầu của ngành du lịch mà chưa đề cập đến việc kiểm kê, đánh giá thực trạng đội ngũ lao động cũng như những nhu cầu đào tạo theo yêu cầu phát triển thực tế của ngành do đó các chương trình đào tạo thường không phù hợp hoặc sai lệch về nội dung.

Năm 2010, toàn ngành đã tạo ra trên 1,4 triệu lao động trong đó có trên 470.000 lao động trực tiếp, chiếm 3,8% tổng lao động cả nước. Hiệu quả việc làm của ngành du lịch thực sự được khẳng định. Sự lớn mạnh về số lượng và chất lượng của đội ngũ lao động ngành du lịch cũng khẳng định sự tăng trưởng của ngành. Tuy nhiên, để đáp ứng yêu cầu hội nhập, cạnh tranh và chất lượng dịch vụ đạt chuẩn quốc tế thì lao động du lịch còn nhiều hạn chế về trình độ quản lý, kỹ năng nghiệp vụ, giao tiếp ngoại ngữ, đặc biệt đối với lực lượng hướng dẫn viên du lịch còn thiếu và yếu. Lao động du lịch có trình độ kỹ năng chuyên nghiệp hầu hết tập trung ở các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh... Còn ở những vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo... Lao động du lịch rất thiếu.

4. Thị trường và sản phẩm du lịch

4.1. Thị trường khách du lịch:

- Thị trường Đông Bắc Á là thị trường chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu khách du lịch quốc tế đến Việt Nam trong những năm qua trong đó đứng đầu là thị trường Trung Quốc (gần 18% năm 2010), tiếp đến là Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài

Loan. Khách từ khu vực Bắc Á chiếm tới hơn 40% tổng lượng khách. Mặc dù chiếm tỷ trọng lớn về lượng khách nhưng chi tiêu trung bình của khách du lịch Trung Quốc nhìn chung thấp so với các thị trường khác trong khu vực cũng như mặt bằng chung.

- Thị trường khách du lịch từ Bắc Mỹ đặc biệt là Mỹ có tốc độ tăng trưởng khá cao đặc biệt kể từ khi Việt Nam và Mỹ bình thường hoá quan hệ. Năm 2010, lượng khách từ thị trường Mỹ đến Việt Nam đạt gần 431.000 lượt, bằng 8,5% tổng lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

- Thị trường Châu Âu trong 2, 3 năm gần đây chỉ còn Pháp duy trì trong nhóm dẫn đầu các thị trường trọng điểm với mức độ tăng trưởng đều đặn và đạt gần 200.000 lượt khách năm 2010 (chiếm 3,9% tổng lượng khách quốc tế). Thị trường khách Anh, Đức giảm và đã không xếp vào 10 thị trường lớn nhất đến Việt Nam. Sự nổi lên của thị trường Nga và Ucraina với chi tiêu du lịch cao đến các khu du lịch biển của Việt Nam đang là những thị trường khách mới nổi rất đáng quan tâm.

- Thị trường khách Úc luôn duy trì tăng lượng khách đều đặn trong nhóm các thị trường trọng điểm và đạt 278.100 lượt khách năm 2010.

- Từ năm 2006 trở lại đây thị trường các nước ASEAN tăng mạnh, đặc biệt có sự tăng trưởng với tốc độ khá nhanh của thị trường khách các nước láng giềng và đã đóng góp 2 đến 3 đại diện trong bảng thứ tự các thị trường trọng điểm đó là Campuchia, Thái Lan, Malaysia, Singapore.

Nhìn chung thị trường khách du lịch quốc tế đến Việt Nam những năm qua tăng trưởng liên tục và mở rộng nhiều thị trường mới. Tuy nhiên các thị trường chưa được chủ động tiếp cận theo chiến lược riêng và theo cách chuyên nghiệp nên thị trường du lịch quốc tế của Việt Nam tăng trưởng nhưng không ổn định và phụ thuộc nhiều vào những tác động từ bên ngoài.

4.2. Hệ thống sản phẩm du lịch:

Theo định hướng phát triển sản phẩm được xác định tại QHTT, hệ thống sản phẩm du lịch Việt Nam đã được chú trọng phát triển khá đa dạng và phong phú, bước đầu góp phần quan trọng vào thu hút khách du lịch. Các nhóm sản phẩm du lịch chủ yếu bao gồm: du lịch tham quan (cảnh quan, di tích...); du lịch nghỉ dưỡng (biển, núi); du lịch tâm linh, lễ hội. Các sản phẩm du lịch gắn với ẩm thực Việt Nam cũng là những điểm mạnh của du lịch Việt Nam. Trong thời gian gần đây một số loại sản phẩm du lịch mới như du lịch thể thao-mạo hiểm, du lịch sinh thái, du lịch MICE... được chú trọng phát triển.

Để cụ thể hoá định hướng phát triển du lịch đặc thù, có sức hấp dẫn và cạnh tranh cao, hệ thống các khu, điểm du lịch quốc gia đã được đề xuất, trong đó chú trọng khai thác các giá trị tài nguyên du lịch đặc sắc như di sản thế giới, các VQG, các di tích danh thắng đặc biệt cấp quốc gia. Một số sản phẩm như tham quan cảnh quan vịnh Hạ Long, tham quan di sản văn hoá Huế, phố cổ Hội An, di tích Mỹ Sơn; du lịch mạo hiểm khám phá hang động Phong Nha-Kẻ Bàng, du lịch nghỉ dưỡng biển Mũi Né, Phú Quốc, du lịch sự kiện Nha Trang, v.v. đã bước đầu có những thành công đáng ghi nhận, thu hút được sự quan tâm của khách du lịch trong và ngoài nước.

Tuy nhiên trong thực tế phát triển, sản phẩm du lịch của Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu về mức độ trải nghiệm du lịch, thiếu tính đặc sắc, chất lượng sản phẩm chưa cao, đơn điệu và có sự trùng lặp, suy thoái nhanh. Nhìn chung hệ thống sản phẩm du lịch Việt Nam cho đến nay mới phát huy những yếu tố lợi thế sẵn có mà chưa có đầu tư chiều sâu, sáng tạo do vậy giá trị thấp còn trùng lặp và đơn điệu, thiếu những sản phẩm có sức cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế.

5. Thực hiện quy hoạch theo lãnh thổ

5.1. Tổ chức không gian du lịch:

QHTT định hướng tổ chức phát triển du lịch theo không gian lãnh thổ 3 vùng chính: 1) Vùng Bắc Bộ với Hà Nội là trung tâm đầu mối chi phối các hoạt động du lịch của các địa phương khác trong vùng; 2) Vùng Bắc Trung Bộ với trung tâm là Huế và Đà Nẵng; và 3) Vùng Nam Trung Bộ và Nam Bộ với Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm vùng. Trên thực tế phát triển các trung tâm của vùng đã phát huy vai trò là cổng phân phối khách. Các hoạt động du lịch, tuyến du lịch có sự gắn kết giữa trung tâm của vùng với các khu, điểm du lịch trong vùng. Tuy nhiên, việc phân vùng với phạm vi không gian rộng, có nhiều sự khác biệt (thiếu thuần nhất) về địa lý, khí hậu, văn hóa giữa các địa bàn trong vùng dẫn tới quy hoạch khai thác tài nguyên du lịch chưa hiệu quả, chưa phát huy được yếu tố đặc trưng của từng vùng, đặc biệt gặp nhiều khó khăn trong việc liên kết và phát huy thế mạnh của vùng.

Hoạt động du lịch thể hiện “đậm nét” hơn ở 07 địa bàn du lịch trọng điểm đã được xác định trong QHTT bao gồm: Hà Nội và phụ cận; Hải Phòng-Quảng Ninh; Huế - Đà Nẵng và phụ cận; Nha Trang-Ninh Chữ - Đà Lạt; Long Hải -Vũng Tàu-Côn Đảo; Thành phố Hồ Chí Minh và phụ cận và Rạch Giá-Hà Tiên-Phú Quốc. Như vậy có thể thấy định hướng tổ chức lãnh thổ đã bước đầu được thực hiện có kết quả trong thực tiễn 15 năm qua. Quy hoạch tổng thể 3 vùng, 6 trung tâm đã được xây dựng nhưng việc triển khai trong thực tế chưa tới nơi, chưa có chủ thể

quản lý cụ thể đối với vùng du lịch và các địa bàn trọng điểm du lịch do vậy hiệu quả quản lý phát triển du lịch theo vùng lãnh thổ và các khu, điểm du lịch chưa được phát huy.

5.2. Hệ thống các điểm, khu, đô thị du lịch, tuyến du lịch:

Hệ thống khu, điểm du lịch được hình thành với những yếu tố hấp dẫn có khả năng thu hút khách du lịch được xác định trong QHTT là những khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia; Khu, điểm du lịch địa phương. Những năm gần đây cùng với quá trình đầu tư phát triển hạ tầng và những điều kiện tiếp cận điểm đến, nhiều khu du lịch, công trình nhân tạo ra đời kéo theo hoạt động du lịch như thủy điện Sơn La (Sơn La), di tích chùa Bái Đính (Ninh Bình), hầm đèo Hải Vân, khu vui chơi tổng hợp Đại Nam (Bình Dương)... Trở thành các điểm du lịch có sức thu hút khách mới làm phong phú thêm hệ thống khu, điểm du lịch.

a) *Hệ thống điểm du lịch:* QHTT xác định hệ thống các điểm du lịch quốc gia; trên cơ sở đó trong quy hoạch phát triển du lịch trên địa bàn từng địa phương xác định các điểm du lịch địa phương. Các điểm du lịch được phân thành ba nhóm: điểm du lịch sinh thái, điểm du lịch văn hóa và điểm du lịch sinh thái kết hợp văn hóa. Việc xác định điểm du lịch quốc gia chủ yếu dựa trên đánh giá về vị trí, quy mô, đặc điểm tài nguyên và mức độ hấp dẫn du lịch.

Hệ thống điểm du lịch địa phương cũng được hình thành trên cơ sở khai thác các giá trị tài nguyên du lịch ít nổi trội hơn về tính đặc sắc cũng như quy mô so với các tài nguyên du lịch có giá trị cấp quốc gia.

Tuy nhiên, việc đánh giá xác định đối với hệ thống điểm du lịch quốc gia còn rất định tính và đạt được ở mức độ tương đối do vậy cho đến nay chưa có điểm du lịch được công nhận là điểm du lịch quốc gia, cũng vậy hệ thống điểm du lịch địa phương chưa được công nhận một cách chính thức theo quy định của Luật Du lịch.

b) *Hệ thống khu du lịch:* Trong quá trình thực hiện QHTT, căn cứ tiềm năng, điều kiện và yêu cầu phát triển, đảm bảo khả năng cạnh tranh, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2001-2010 đã đề xuất danh mục hệ thống 21 khu du lịch quốc gia trong đó có 04 khu du lịch tổng hợp ưu tiên tập trung quy hoạch và đầu tư phát triển.

Do nguồn lực đầu tư còn hạn chế, song song với cơ chế huy động nguồn lực chưa được khai thông vì vậy cho đến nay hệ thống các khu du lịch quốc gia vẫn chưa phát triển hoàn chỉnh. Trong số 21 khu du lịch quốc gia được đề xuất thì chỉ mới có một số khu hoạt động có hiệu quả tương xứng với tầm vóc là khu du lịch quốc gia như khu du lịch Hạ Long-Cát Bà; khu du lịch văn hoá Hội An gắn với

Mỹ Sơn... Một số khu du lịch quốc gia được quy hoạch như thác Bản Giốc, Phú Quốc, Hạ Long - Cát Bà... Nhưng việc thực hiện các quy hoạch các khu du lịch quốc gia còn nhiều hạn chế cả về nguồn lực và cơ chế quản lý. Phần lớn các khu du lịch quốc gia chưa được quy hoạch hoặc quy hoạch nhưng thiếu tính khả thi do vậy chưa phát triển hoạt động du lịch hoặc hoạt động một cách tự phát. Bên cạnh đó, do chưa có tiêu chí cụ thể nên cho đến nay chưa có khu du lịch nào được công nhận là khu du lịch quốc gia theo quy định của Luật Du lịch.

Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch các địa phương khi xác định danh mục các khu, điểm du lịch quốc gia và địa phương đều chỉ dựa trên sự nổi trội của tài nguyên, khả năng khai thác mà chưa xác định quy mô ranh giới cụ thể. Bên cạnh đó, do còn thiếu các quy hoạch khu du lịch dẫn đến những bất cập trong quản lý tài nguyên và đất đai. Theo đó, hiện nay, ngành du lịch chưa thể thống kê được hiện trạng cũng như nhu cầu đất phát triển du lịch. Đây là một thực tế cần phải đổi mới, dẫn đến sự phát triển tự phát, chông chéo làm ảnh hưởng đến công tác quản lý tài nguyên và môi trường du lịch.

c) Hệ thống đô thị du lịch: Bên cạnh hệ thống điểm, khu du lịch, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2010 định hướng phát triển 12 đô thị du lịch (Sa Pa, Hạ Long, Đồ Sơn, Sầm Sơn, Cửa Lò, Huế, Hội An, Nha Trang, Phan Thiết, Đà Lạt, Vũng Tàu, Hà Tiên). Tuy nhiên, trong quá trình phát triển do không có các tiêu chí cụ thể, chưa có các cơ chế, chính sách về quy hoạch, đầu tư và quản lý phát triển theo đúng nghĩa nên chưa mang lại hiệu quả thiết thực.

d) Hệ thống tuyến du lịch: Trên cơ sở phát triển về hệ thống giao thông, tài nguyên du lịch và nhu cầu thị trường, theo định hướng của QHTT, trên thực tế đã hình thành các tuyến du lịch sau:

- Tuyến du lịch đường sắt xuyên Á sau đó theo đường sắt Bắc - Nam là tuyến du lịch quốc tế đường bộ liên kết các vùng du lịch, điểm du lịch quan trọng của cả nước.

- Tuyến du lịch đường biển qua các cảng nối kết các trọng điểm du lịch quốc gia: Hạ Long, Đà Nẵng, Huế, Khánh Hoà và Thành phố Hồ Chí Minh.

- Tuyến du lịch hành lang Đông - Tây từ các tỉnh thuộc vùng du lịch Bắc Trung Bộ qua cửa khẩu quốc tế Lao Bảo sang Lào, Thái Lan và các nước thuộc khối ASEAN.

- Tuyến du lịch Vân Nam - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh.

- Tuyến du lịch sông Mê Kông là tuyến du lịch đường sông nổi vùng du lịch sông nước đồng bằng sông Cửu Long với các tỉnh thuộc lưu vực sông Mê Kông gắn các nước tiểu vùng Mê Kông mở rộng.

- Tuyến du lịch “Con đường huyền thoại theo đường Hồ Chí Minh” từ Nghệ An đến Thành phố Hồ Chí Minh gắn kết các điểm du lịch quan trọng dọc theo vùng phía Tây của đất nước.

- Tuyến du lịch “Con đường di sản miền Trung” là tuyến hành trình qua các di sản thế giới và những điểm du lịch văn hóa quan trọng khác của Việt Nam từ Kim Liên (Nghệ An) đến Đà Lạt (Lâm Đồng).

- Tuyến du lịch "Con đường xanh Tây Nguyên", hành trình qua các tỉnh khu vực Tây Nguyên.

- Tuyến du lịch đường biên liên kết các điểm du lịch quan trọng thuộc các tiểu vùng du lịch vùng núi phía Bắc của vùng du lịch Bắc Bộ theo quốc lộ 4A,B,C,D.

- Tuyến du lịch duyên hải Bắc Bộ theo quốc lộ 10 nối các điểm du lịch thuộc tiểu vùng Nam Bắc Bộ với các điểm du lịch thuộc tiểu vùng du lịch duyên hải Đông Bắc.

- Gần đây, các tỉnh miền núi, trung du phía Bắc đang phối hợp xây dựng tuyến du lịch về cội nguồn từ Phú Thọ- Yên Bái- Lào Cai; tuyến “Vòng cung Tây Bắc” từ Hà Nội-Hòa Bình-Sơn La-Điện Biên-Lai Châu-Lào Cai-Hà Nội; tuyến du lịch về nguồn Việt Bắc:Vĩnh Phúc-Thái Nguyên-Tuyên Quang-Hà Giang-Cao Bằng- Lạng Sơn- Bắc Cạn... là các tuyến du lịch văn hóa các dân tộc thiểu số kết hợp sinh thái núi cao.

Nhìn chung các tuyến du lịch được hình thành dựa trên các yếu tố về địa lý và giao thông. Sự gắn kết tương đồng, bổ trợ về tài nguyên, nguồn lực và sản phẩm du lịch còn mờ nhạt, chưa nổi bật tạo sức hấp dẫn và tiếng vang tầm quốc gia và quốc tế. Cho đến nay chưa có thương hiệu rõ nét về tuyến du lịch.

6. Đầu tư phát triển du lịch

6.1. Đầu tư nước ngoài:

Tính đến tháng 11 năm 2010, cả nước có 625 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào lĩnh vực du lịch (bao gồm bất động sản du lịch) được cấp phép với tổng vốn đăng ký đạt 12,258 tỷ USD còn hiệu lực giấy phép, chiếm 28% về vốn đăng ký trong lĩnh vực dịch vụ. Đầu tư vào lĩnh vực du lịch chiếm 9% về tổng vốn đăng ký. Đặc biệt trong 3 năm 2007-2010, số dự án đăng ký đầu tư nước

ngoài trong lĩnh vực du lịch tăng mạnh gấp 4-5 lần số vốn đăng ký đầu tư của giai đoạn 1988-2006.

Đầu tư nước ngoài trong ngành du lịch hiện có mặt tại 23 tỉnh/thành phố của Việt Nam, trong đó tập trung nhiều vào TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội và một số địa phương có tài nguyên nổi trội như Khánh Hòa, Bình Thuận, Bà Rịa-Vũng Tàu.

Các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài tập trung vào lĩnh vực khách sạn và các khu nghỉ dưỡng cao cấp (Sofitel, Hilton, Sharaton, Novotel, Deawoo, Melia, Intercontinental, NewWorld, Six Sense, Anna Mandara...), sân Golf. Nhìn chung các dự án đầu tư FDI đã mở đường cho chuyển giao công nghệ, mở rộng thị trường và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

6.2. Đầu tư trong nước:

Từ năm 2001, Nhà nước hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng du lịch với trên 5.000 tỷ đồng chủ yếu tập trung đầu tư vào cơ sở hạ tầng cho các khu du lịch trên địa bàn 57 tỉnh và thành phố. Các nguồn vốn mỗi của Nhà nước từng bước đã tạo ra diện mạo và điều kiện khai thác phát triển các khu du lịch trên cả nước. Ngoài ra Nhà nước còn hỗ trợ đầu tư vào xúc tiến quảng bá, phát triển nhân lực từ nguồn ngân sách quốc gia. Chương trình hành động quốc gia về du lịch được thực hiện từ 2000 đến nay và chương trình xúc tiến du lịch quốc gia từ năm 2008 đến nay là những nguồn đầu tư quan trọng và đến nay đã và đang phát huy hiệu quả.

Hàng năm nhu cầu vốn của các tỉnh/thành phố cần khoảng từ 2.500-3.200 tỷ đồng, nhưng kế hoạch bố trí nguồn vốn hỗ trợ đầu tư CSHT du lịch của Chính phủ chỉ đảm bảo từ 18%-22% không đủ 20-25% tổng nhu cầu vốn.

Bên cạnh đầu tư của Nhà nước, đầu tư của khu vực tư nhân tăng lên nhanh chóng trong giai đoạn vừa qua, chủ yếu vào cơ sở vật chất, các công trình, khu, điểm du lịch, điển hình như khu du lịch quốc tế Tuần Châu, Hạ Long, khu du lịch Tràng An, Ninh Bình, khu du lịch Đại Nam, Bình Dương, khu du lịch Mũi Né, Bình Thuận, khu du lịch Bà Nà, Đà Nẵng... Cùng với quá trình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước, sự ra đời thị trường chứng khoán tạo đà cho đầu tư tư nhân phát triển. Có thể đánh giá đầu tư của các doanh nghiệp du lịch có địa chỉ cụ thể, thiết thực gắn với nhu cầu phát triển của khu, điểm du lịch. Tuy nhiên với sự hạn chế về nguồn lực, tài chính và tầm nhìn nên đầu tư còn tự phát, dàn trải, manh mún và chưa khai thác tối ưu lợi thế, tiềm năng về tài nguyên du lịch. Một số nơi đầu tư thiếu quy hoạch đã góp phần phá vỡ không gian du lịch, làm phương hại tới tài nguyên và môi trường du lịch.

Nếu so với nhu cầu vốn đầu tư được xác định tại Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch giai đoạn 1995-2010 thì tổng vốn đầu tư cho nhu cầu phát triển ngành du lịch thấp hơn nhiều và chưa đáp ứng được so với nhu cầu thực tế. Bên cạnh đó, các luồng vốn đầu tư còn dàn trải, thiếu tập trung.

7. Quản lý nhà nước về du lịch

7.1. Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về du lịch:

QHTT sau khi được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đã được phổ biến triển khai trên phạm vi cả nước và trở thành công cụ hữu hiệu cho công tác quản lý nhà nước về du lịch. QHTT xác định vai trò quản lý nhà nước của Tổng cục Du lịch (nay Tổng cục Du lịch thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) là cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và các Sở Du lịch, Sở Thương mại - Du lịch (nay là Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch) là cơ quan tham mưu giúp UBND cấp tỉnh quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn tỉnh. Ngoài ra còn có các Ban quản lý các khu, điểm du lịch quốc gia, khu, điểm du lịch địa phương cũng tham gia vào hệ thống quản lý nhà nước về du lịch.

Từ khi được thành lập lại năm 1992 đến 2007, công tác quản lý phát triển du lịch của Tổng cục Du lịch được chấn chỉnh và đi vào nề nếp. Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương tới địa phương được thông suốt. Sự ra đời của Ban Chỉ đạo nhà nước về du lịch và Ban Chỉ đạo phát triển du lịch các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương là bước biến chuyển nhằm thúc đẩy sự liên kết, phối hợp giữa các ngành, địa phương trong việc phát triển du lịch. Trong giai đoạn này lực lượng cán bộ quản lý nhà nước về du lịch được củng cố và không ngừng được đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu về du lịch trong và ngoài nước. Tuy nhiên, do phạm vi và tính chất quản lý nhà nước về du lịch ở các địa phương chưa có du lịch phát triển thì hầu như các Sở Thương mại - Du lịch (47/64) còn nhiều hạn chế, vị thế, vai trò yếu, lực lượng cán bộ quản lý du lịch yếu và mỏng.

Tháng 8/2007, Tổng cục Du lịch được chuyển vào Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Theo đó, bộ máy quản lý nhà nước về du lịch ở Trung ương và địa phương cũng thay đổi. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, trong đó Tổng cục Du lịch là cơ quan trực thuộc có chức năng tham mưu cho Bộ thực hiện chức năng quản lý nhà nước về du lịch trên phạm vi cả nước. Cơ cấu tổ chức bộ máy của Tổng cục Du lịch thay đổi và thu hẹp.

Ở địa phương, bộ phận quản lý du lịch từ các Sở Du lịch, Sở Thương mại- Du lịch chuyển sang thuộc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch từ năm 2008, đồng thời ở cấp huyện quản lý du lịch thuộc Phòng Văn hoá và Thông tin.

Sự thay đổi về tổ chức bộ máy quản lý của ngành tạo nên sự hấp hụt nhất định cả về bề dày quản lý và lực lượng cán bộ quản lý không được duy trì phát triển. Sự ra đời của Cục Xúc tiến du lịch trong thời gian ngắn chưa phát huy tác dụng đã phải thay đổi do vậy hiệu quả công tác quản lý về xúc tiến quảng bá bị ảnh hưởng.

7.2. Các nội dung quản lý nhà nước về du lịch:

Công tác tuyên truyền chủ trương, chính sách phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước được quan tâm triển khai; nhận thức về du lịch trong các cấp, các ngành chuyển biến theo hướng tích cực, dần được nâng lên. Đến nay hầu hết các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đã ra Chỉ thị, Nghị quyết chỉ đạo công tác du lịch; các tỉnh, thành phố đã thành lập ban chỉ đạo phát triển du lịch; dần nâng cao sự quan tâm và trách nhiệm của toàn xã hội trong phát triển du lịch.

Pháp lệnh Du lịch ra đời năm 1999 và sau đó là Luật Du lịch năm 2005 cùng hệ thống các văn bản hướng dẫn thực hiện Luật và các văn bản pháp lý liên quan, các tiêu chuẩn kỹ thuật chuyên ngành được ban hành đã từng bước tạo nền tảng pháp lý cơ bản cho hệ thống quản lý nhà nước về du lịch.

Nội dung quản lý nhà nước về du lịch thông qua xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch và xây dựng chính sách phát triển du lịch. Tiếp sau khi Chiến lược và QHTT được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, các quy hoạch phát triển du lịch 3 vùng, 6 trung tâm du lịch, các khu du lịch quốc gia, khu du lịch chuyên đề. Trong một thời gian không dài, hệ thống quy hoạch phát triển du lịch đã được thực hiện khá đồng bộ và có hệ thống trên phạm vi cả nước.

Quản lý đầu tư vào cơ sở hạ tầng, xúc tiến quảng bá du lịch và phát triển nguồn nhân lực được Nhà nước quan tâm hỗ trợ từ ngân sách. Chương trình đầu tư hạ tầng du lịch, chương trình hành động quốc gia về du lịch, chương trình xúc tiến du lịch quốc gia đã chuyển biến căn bản nội dung hoạt động của công tác quản lý về du lịch. Các hoạt động cấp phép lữ hành, cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch, phân loại, xếp hạng cơ sở lưu trú và xây dựng, ban hành, hướng dẫn, kiểm tra thực hiện các tiêu chuẩn dịch vụ chuyên ngành đã định hướng đúng trong công tác quản lý nhà nước về du lịch.

Sự ra đời và lớn mạnh của hệ thống cơ sở đào tạo du lịch khẳng định bước phát triển mạnh trong công tác phát triển nhân lực du lịch. Từ chỗ cả nước chỉ có 1 cơ sở đào tạo du lịch trực thuộc Tổng cục Du lịch (năm 1992), sau 15 năm cả nước có trên 60 cơ sở đào tạo có tham gia đào tạo du lịch, trong đó có 11 trường cao đẳng và 3 trường trung cấp Du lịch trực thuộc Bộ Văn hoá, Thể thao và Du

lịch chuyên đào tạo du lịch. Đội ngũ giáo viên, chương trình, giáo trình, phương pháp đào tạo được đổi mới nhờ có sự hỗ trợ của quốc tế đã góp phần tích cực trong đào tạo mới, đào tạo lại và bồi dưỡng nguồn nhân lực cho ngành. Tuy nhiên, nguồn nhân lực du lịch vẫn chưa thực sự đáp ứng yêu cầu cao về chuyên môn, quản lý, hội nhập và cạnh tranh.

Hoạt động kiểm tra, thanh tra chuyên ngành du lịch đã được quan tâm, chú trọng hơn, đóng góp quan trọng vào việc tăng cường hiệu lực, hiệu quả của hoạt động quản lý nhà nước về du lịch; tài nguyên, môi trường được tăng cường dần được kiểm soát. Tuy nhiên, do thiếu hài hoà về lợi ích giữa các ngành, địa phương, do tầm nhìn ngắn hạn nên công tác quản lý theo quy hoạch vẫn chưa triệt để, nhiều vi phạm về tiêu chuẩn quy chuẩn chuyên ngành, vệ sinh, môi trường, an toàn, văn minh du lịch vẫn chưa được phát hiện xử lý thỏa đáng.

8. Xúc tiến, quảng bá du lịch

8.1. Các cơ quan hoạt động xúc tiến du lịch:

Cơ quan trực tiếp thực hiện chức năng xúc tiến, quảng bá du lịch là Cục Xúc tiến Du lịch thuộc Tổng cục Du lịch. Cục Xúc tiến Du lịch ra đời năm 2003 khi chưa phát huy được vai trò thì đến năm 2007 chuyển chức năng về Vụ Thị trường du lịch khi Tổng cục Du lịch chuyển sang thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Đến nay chức năng xúc tiến, quảng bá du lịch do Tổng cục Du lịch phối hợp với Cục Hợp tác Quốc tế của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch thực hiện. Hiệp hội Du lịch, Hiệp hội Lữ hành, Hiệp hội Khách sạn ra đời cũng tham gia với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch thực hiện nhiệm vụ xúc tiến, quảng bá du lịch.

Công tác quảng bá, quảng cáo sản phẩm du lịch của các doanh nghiệp du lịch cũng được quan tâm triển khai trong chương trình xúc tiến du lịch quốc gia. Tuy nhiên nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ ít quan tâm và không đủ tiềm lực tham gia quảng bá, xúc tiến du lịch; nhiều hoạt động quảng bá xúc tiến chưa thiết thực, còn mang nội dung chung chung chưa coi trọng và chưa dựa vào kết quả nghiên cứu thị trường.

8.2. Nội dung và hiệu quả xúc tiến du lịch:

Xúc tiến, quảng bá du lịch được quan tâm thực hiện từ khi có Chương trình hành động quốc gia về du lịch năm 1999 và từng bước nâng cao tính chuyên nghiệp thông qua chương trình xúc tiến du lịch quốc gia từ năm 2008. Nội dung xúc tiến quảng bá du lịch trong giai đoạn đầu mới tập trung vào giới thiệu hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, giới thiệu những giá trị đặc sắc về văn hóa, danh lam thắng cảnh của Việt Nam ra ngoài nước.

Các hoạt động xúc tiến quảng bá chủ yếu thông qua các hội chợ du lịch, các chiến dịch phát động thị trường, road show, các chuyến khảo sát, Famtrips, presstrips; các sự kiện ngày văn hóa Việt Nam tại nước ngoài; các sự kiện, lễ hội trong và ngoài nước; phát hành các ấn phẩm, tờ gấp, bản đồ du lịch, quảng cáo trên kênh truyền hình CNN, Discovery cũng như các phương tiện truyền thông đại chúng trong nước như Báo Du lịch, Tạp chí Du lịch, Trung tâm Thông tin Du lịch, Truyền hình Du lịch... Tuy nhiên, kinh phí đầu tư cho xúc tiến quảng bá du lịch từ ngân sách rất hạn hẹp nên hiệu ứng tiếp thị mới dừng ở mức độ nhất định, chưa xúc tiến có trọng điểm, chiều sâu, theo đuổi thị trường mục tiêu, chưa phát triển được thương hiệu du lịch Việt Nam.

Chương trình hành động quốc gia về du lịch giai đoạn 2000-2005, giai đoạn 2006-2010 triển khai thành công đã tạo ra sự chuyển biến nhiều mặt, từ phát triển sản phẩm đến tuyên truyền quảng bá, từ nâng cao nhận thức về du lịch và chuyển hoá thành hành động thiết thực trong phát triển du lịch đến tăng cường năng lực quản lý du lịch, từ đào tạo phát triển nhân lực đến giáo dục du lịch toàn dân, làm cho hoạt động du lịch sôi động và phong phú thêm, hình ảnh du lịch Việt Nam được hình thành, củng cố và nâng cao dần ở cả trong và ngoài nước.

“Việt Nam-Điểm đến của thiên niên kỷ mới” là khẩu hiệu đầu tiên, đến nay đã thêm 2 lần thay đổi và hiện tại đang sử dụng “Việt Nam-Vẻ đẹp tiềm ẩn”. Đánh giá nội dung và hình thức xúc tiến cho thấy tính chất chuyên nghiệp trong xúc tiến quảng bá còn khoảng cách xa so với yêu cầu.

9. Hoạt động kinh doanh du lịch

9.1. Các hình thức hoạt động kinh doanh du lịch:

Các hình thức hoạt động kinh doanh du lịch chủ yếu bao gồm:

- Kinh doanh lữ hành (quốc tế và nội địa).
- Kinh doanh lưu trú du lịch.
- Kinh doanh vận chuyển khách du lịch.
- Kinh doanh phát triển khu du lịch, điểm du lịch
- Kinh doanh dịch vụ du lịch khác.

9.2. Nội dung và hiệu quả hoạt động kinh doanh du lịch:

Hoạt động kinh doanh du lịch thể hiện ở kết quả tăng trưởng về lượng khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa, doanh thu du lịch qua từng năm và đã được thể hiện cụ thể trong phần đánh giá những chỉ tiêu chủ yếu ở phần trên.

Đánh giá hiệu quả kinh doanh du lịch giai đoạn thực hiện QHTT cho thấy hoạt động kinh doanh chủ yếu mới quan tâm nhiều đến việc thu hút khách mà chưa chú trọng nhiều đến hiệu quả kinh doanh. Trong cả thời kỳ, thời gian lưu trú trung bình của khách cũng như chi tiêu trung bình ngày/khách không tăng và còn rất thấp dẫn tới hiệu quả kinh tế của du lịch thấp.

Kinh doanh lữ hành quốc tế và nội địa với vai trò định hướng thị trường và thu hút khách du lịch cho đến nay hầu như vẫn bị động và phụ thuộc nhiều vào phía đối tác gửi khách. Công tác nghiên cứu thị trường chưa thực sự đáp ứng đòi hỏi đi trước một bước vì vậy sự ổn định và định vị mục tiêu của thị trường không rõ ràng. Nội dung các chương trình du lịch thường bị trùng lặp và chất lượng phụ thuộc vào chất lượng và thái độ của hướng dẫn viên du lịch. Những năm gần đây du lịch ra nước ngoài (outbound) phát triển rầm rộ nhưng chưa được quan tâm và thể chế hóa trong quản lý và định hướng phát triển.

Kinh doanh khách sạn, nhà hàng là lĩnh vực cung cấp dịch vụ cơ bản phục vụ khách, qua nhiều năm hoạt động đã đi vào nề nếp với quy chuẩn xếp hạng khách sạn và các tiêu chuẩn dịch vụ. Nhưng chất lượng dịch vụ phụ thuộc nhiều vào chất lượng nguồn nhân lực.

Kinh doanh vận chuyển khách được đẩy mạnh và cải thiện nhiều đối với giao thông và dịch vụ du lịch trên phương tiện đường bộ và đường không. Trái lại giao thông và dịch vụ du lịch trên phương tiện đường thủy, đường sắt còn rất yếu kém. Hơn nữa, sự phối hợp giữa ngành du lịch và ngành giao thông vận tải còn nhiều hạn chế, chưa phát huy được hiệu quả. Dịch vụ trên phương tiện còn nghèo nàn, tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ và trên tuyến hành trình chưa đảm bảo, đặc biệt là các trạm dừng nghỉ, dịch vụ vệ sinh, an toàn và cứu trợ khẩn cấp... Đối với phương tiện đường thủy, đường sắt các dịch vụ du lịch còn nhiều yếu kém.

Trong thời gian vừa qua chưa có các văn bản quy định, hướng dẫn có tính pháp lý về khu du lịch, điểm du lịch, cũng chưa có các chính sách hỗ trợ nhiều cho phát triển nên hoạt động kinh doanh, quản lý còn mang tính tự phát, thiếu đồng bộ. Những địa bàn có khu du lịch gắn liền với các khu nghỉ dưỡng đạt chuẩn khách sạn thì có hệ thống dịch vụ đi kèm đồng bộ, nhiều nơi khác còn rời rạc, nhỏ lẻ. Các điểm du lịch được quản lý dưới hình thức rất khác nhau, các hoạt động kinh doanh hầu như chưa được thực hiện đồng bộ, chủ yếu do các đơn vị kinh doanh nhỏ lẻ tổ chức, các dịch vụ du lịch và mặt hàng kinh doanh còn nghèo nàn, đơn điệu.

Kinh doanh các dịch vụ bổ sung, giải trí còn rất đơn sơ, chưa kích thích được tiêu dùng du lịch. Tại nhiều nơi, khách du lịch có nhu cầu và có khả năng chi trả nhưng không có dịch vụ bổ sung phù hợp đáp ứng các nhu cầu này. Hầu như chỉ đáp ứng được các dịch vụ chính là ăn, ngủ, nghỉ, tham quan, hàng lưu niệm. Dịch vụ giải trí văn hóa, nghệ thuật, thể thao, dịch vụ cá nhân rất nghèo nàn do vậy không tăng được doanh thu du lịch.

Từ thực trạng đó cần có những thay đổi căn bản về cách tiếp cận, giai đoạn tới cần chú trọng đến hiệu quả kinh doanh, kiểm soát chất lượng dịch vụ, đa dạng loại hình hoạt động thay vì chạy theo số lượng. Điều này đòi hỏi cần có chuyển biến cơ bản về tổ chức hoạt động kinh doanh; về phát triển sản phẩm và thương hiệu; về khai thác thị trường với hoạt động xúc tiến, quảng bá phù hợp.

10. Hợp tác quốc tế về du lịch

10.1. Các chính sách hợp tác quốc tế về du lịch:

Các chính sách hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch không nằm ngoài chính sách chung về hợp tác quốc tế của Việt Nam, phù hợp với đường lối đối ngoại của Đảng và Nhà nước. Tuy nhiên với tư cách là một ngành kinh tế, chính sách hợp tác quốc tế của du lịch cũng có những đặc điểm riêng và tập trung vào một số lĩnh vực sau:

- Chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đến Việt Nam trong khuôn khổ luật pháp Việt Nam và thông lệ quốc tế.
- Chính sách hợp tác trong xúc tiến điểm đến chung; khai thác các tiềm năng du lịch xuyên biên giới trên nguyên tắc bình đẳng, các bên cùng có lợi và đảm bảo chủ quyền của mỗi nước.
- Chính sách hợp tác đào tạo phát triển nhân lực du lịch; hợp tác trong nghiên cứu khoa học, ứng dụng công nghệ góp phần phát triển du lịch bền vững.
- Chính sách hợp tác mở rộng thu hút đầu tư phát triển du lịch phù hợp với lợi ích của mỗi bên.

10.2. Hợp tác với cơ quan du lịch quốc gia của nước ngoài, các tổ chức quốc tế và khu vực:

Ngành Du lịch đã thiết lập và mở rộng quan hệ hợp tác du lịch với các nước láng giềng, các nước trong khu vực ASEAN và thế giới. Đến nay, Du lịch Việt Nam đã ký và thực hiện tương đối tốt 43 Hiệp định hợp tác du lịch song phương với những nước là thị trường du lịch trọng điểm và đầu mối giao lưu quốc tế. Du lịch Việt Nam đã có quan hệ bạn hàng với trên 1.000 hãng du lịch lữ hành, trong

đó có nhiều hãng du lịch lớn, của hơn 60 nước và vùng lãnh thổ. Du lịch Việt Nam là thành viên của UNWTO từ năm 1981, Hiệp hội Du lịch Châu Á-Thái Bình Dương từ 1989, Hiệp hội Du lịch ASEAN từ 1996. Đã ký Hiệp định hợp tác du lịch đa phương 10 nước ASEAN, biên bản hợp tác du lịch với các nước CLMV, đồng thời tham gia tích cực trong hợp tác du lịch tiểu vùng, khu vực, liên khu vực và thế giới. Nhờ thế đã tranh thủ được vốn đầu tư, kinh nghiệm, công nghệ, nguồn khách, phát triển nguồn nhân lực, đẩy mạnh xúc tiến du lịch và hội nhập kinh tế quốc tế, chủ động gắn kết với du lịch khu vực và thế giới.

11. Đào tạo nhân lực du lịch

Đến năm 2010, nhân lực du lịch Việt Nam có khoảng 1,4 triệu lao động đang làm việc trong lĩnh vực du lịch, trong đó hơn 470 nghìn lao động trực tiếp. Nhìn chung, chất lượng nhân lực du lịch hiện nay còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu cao về tính chuyên nghiệp và yêu cầu hội nhập, cạnh tranh, phân bố không đều trên địa bàn cả nước và giữa các ngành nghề du lịch. Đa phần lao động đã qua đào tạo đều làm việc tại những khu du lịch, trung tâm du lịch lớn của cả nước, còn những vùng sâu, vùng xa thì thiếu lao động có trình độ và tay nghề giỏi.

Lao động du lịch trực tiếp có trình độ từ sơ cấp đến trung cấp và cao đẳng chiếm 51% và chiếm 16% tổng số lao động toàn ngành (cả trực tiếp và gián tiếp); số lao động qua đào tạo đại học và sau đại học du lịch chỉ chiếm 9,7% số lao động trực tiếp và chiếm 3,75% trong tổng số lao động; số lao động được bồi dưỡng về kiến thức du lịch (dưới sơ cấp) chiếm 39,3% lao động trực tiếp và 13% trong tổng số lao động du lịch.

Công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch những năm qua đã được quan tâm thúc đẩy. Hệ thống cơ sở đào tạo được mở rộng, nâng cấp và tăng cường năng lực. Thông qua dự án do Luxembourg và Liên minh Châu Âu EU tài trợ đội ngũ giáo viên, giảng viên được đào tạo, bồi dưỡng, hệ thống chương trình, giáo trình được hoàn chỉnh, đặc biệt ngành du lịch đã xây dựng và đưa vào áp dụng 13 tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch; thực hiện đào tạo tại chỗ thông qua đào tạo lực lượng đào tạo viên. Do vậy trong suốt giai đoạn vừa qua những hạn chế, yếu kém gắn với chất lượng nguồn nhân lực dần được khắc phục.

12. Ứng dụng Khoa học Công nghệ, bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch

Việc nghiên cứu ứng dụng khoa học và công nghệ trong ngành Du lịch đã và đang được tích cực triển khai cụ thể tại các cơ sở nghiên cứu, đào tạo và các doanh nghiệp du lịch. Những kết quả cụ thể đạt được bao gồm:

- Sử dụng công nghệ tin học, công nghệ truyền thông trong hoạt động tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch (Internet; CD-ROM), trong đặt giữ chỗ tự động, trực tuyến, trong xây dựng cơ sở dữ liệu phục vụ công tác quản lý và nghiên cứu.

- Bước đầu đã ứng dụng công nghệ viễn thám và GIS với việc sử dụng ảnh vệ tinh độ phân giải cao trong việc xác định các khu vực có tiềm năng phát triển hoạt động du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng biển, điều tra cơ bản, xây dựng cơ sở dữ liệu và điều tra chuyên ngành phục vụ công tác xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch.

- Nghiên cứu ứng dụng công nghệ sạch, tiết kiệm (3R) trong sử dụng năng lượng, sử dụng nước trong hoạt động dịch vụ đã được nhiều doanh nghiệp du lịch như Saigon Tourist, Vietnam Tourism... phối hợp với các nhà khoa học trong các lĩnh vực có liên quan triển khai trong thực tiễn.

- Một số công trình dịch vụ du lịch biển như nhà kính trong công viên biển (hồ cá Trí Nguyên - Nha Trang, khu du lịch Vinpearl...) đã được các doanh nghiệp du lịch thực hiện chuyển giao công nghệ vật liệu (kính chịu lực) từ các nước có du lịch biển phát triển như Nhật Bản, Úc... Ngoài ra công nghệ vật liệu composite cũng đã được một số doanh nghiệp du lịch ở Nha Trang, Côn Đảo... sử dụng để chế tạo phương tiện vận chuyển khách và quan sát các rạn san hô qua đáy kính.

Mặc dù đã có sự quan tâm nghiên cứu, triển khai và ứng dụng khoa học công nghệ trong phát triển du lịch, tuy nhiên các kết quả đạt được còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu của phát triển.

Công tác bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch cũng được quan tâm thể hiện trong Quy chế bảo vệ môi trường trong lĩnh vực du lịch được ban hành năm 2003 cùng với nỗ lực của các ngành, các cấp, các doanh nghiệp và cộng đồng dân cư. Tuy nhiên do nhận thức hạn chế cùng với kinh phí eo hẹp và sự phối hợp lỏng lẻo, kém hiệu quả trong quản lý, kiểm tra, giám sát vì vậy công tác bảo vệ môi trường du lịch cho đến nay vẫn còn nhiều bất cập, chưa phân định rõ được trách nhiệm của các bên song hành cùng ngành du lịch.

13. Đánh giá chung

13.1. Những thành tựu đạt được:

- Chủ trương, chính sách phát triển du lịch của Đảng và Nhà nước từng bước được thể chế hoá với điển hình là Luật Du lịch năm 2005. Các nội dung Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt được thực hiện, từng bước đi vào cuộc sống.

- Du lịch phát triển đã có những đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, theo đó thu nhập du lịch đã tăng từ 8,012 ngàn tỷ đồng năm 1995 lên 98,1 ngàn tỷ đồng vào năm 2010 với tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 1995-2010 là 18,2%/năm, đóng góp 5,8% trong GDP. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê thì thu nhập ngoại tệ từ dịch vụ du lịch năm 2008 đạt 4,02 tỷ USD, chiếm trên 55,0% trong cơ cấu của xuất khẩu dịch vụ và đứng thứ 5 trong các ngành tạo thu nhập ngoại tệ.

- Phát triển du lịch đã có những đóng góp rất tích cực vào thu hút đầu tư nước ngoài cho phát triển kinh tế-xã hội của đất nước.

- Đến năm 2010, ngành Du lịch đã tạo ra việc làm cho trên 470 ngàn lao động trực tiếp và gần 1 triệu lao động gián tiếp, qua đó góp phần tích cực vào nỗ lực tạo việc làm, xoá đói giảm nghèo, đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa nơi có tiềm năng du lịch như vùng núi Tây Bắc, Tây Nguyên, Đồng bằng sông Cửu Long...

- Phát triển du lịch đã góp phần tích cực thúc đẩy sự phát triển của nhiều ngành kinh tế liên quan, đặc biệt là ngành hàng không, ngành xây dựng, ngành sản xuất thủ công mỹ nghệ gắn với làng nghề...; góp phần thay đổi diện mạo hệ thống đô thị Việt Nam, bao gồm cả Thủ đô Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh với hệ thống khách sạn gồm gần 237 ngàn buồng (tính đến năm 2010); nhiều khu vui chơi giải trí có tầm cỡ...

- Đã góp phần tích cực vào nỗ lực đưa hình ảnh một đất nước Việt Nam thân thiện, an toàn và mến khách đến với bè bạn quốc tế; vào nỗ lực bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá dân tộc, đặc biệt là các giá trị di sản thế giới ở Việt Nam; vào việc khẳng định vị thế Việt Nam trong quá trình hội nhập của đất nước với khu vực và quốc tế với vai trò là thành viên của các tổ chức quốc tế và tăng cường tình hữu nghị, hiểu biết giữa Việt Nam và các dân tộc trên thế giới.

- Phát triển du lịch ngày càng tạo nhiều cơ hội cho đồng bào cả nước (với khoảng 28 triệu lượt khách nội địa năm 2010) được tìm hiểu cảnh quan thiên nhiên đất nước, các giá trị văn hoá dân tộc và truyền thống lịch sử hào hùng dựng nước và giữ nước của các thế hệ cha ông, qua đó góp phần nâng cao lòng tự hào dân tộc của mỗi người dân Việt Nam và sẽ được chuyển hoá thành sức mạnh của cả dân tộc để vượt qua mọi khó khăn, thử thách đưa đất nước đi lên.

13.2. Những hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả đạt được, có thể nhận thấy những hạn chế tồn tại trong thực hiện các mục tiêu Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995- 2010 bao gồm:

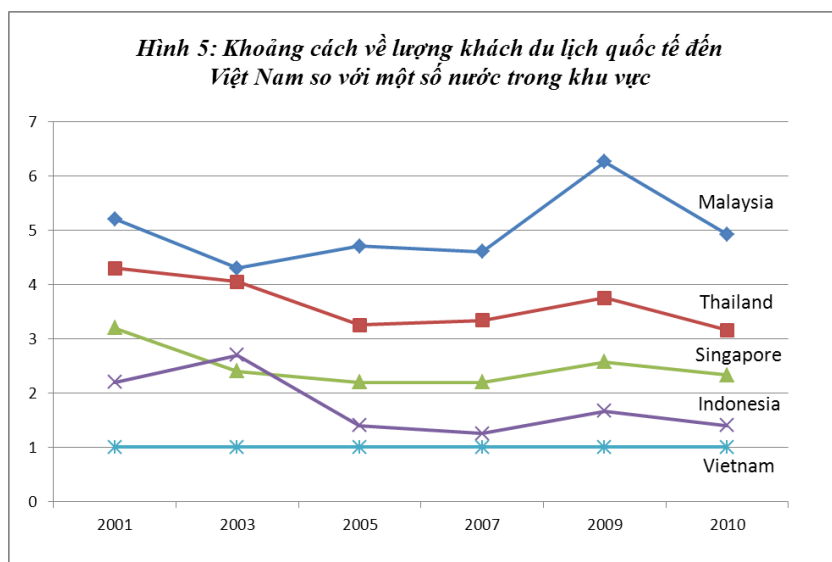


Hình 4. Tỷ lệ đóng góp du lịch trong GDP (%)

- Mặc dù kết quả thu nhập du lịch là đáng ghi nhận, nhưng tỷ lệ đóng góp của du lịch trong tổng GDP còn nhỏ, chưa thực sự tương xứng với mục tiêu QHTT là trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Như vậy có thể nói việc thực hiện mục tiêu QHTT cho giai đoạn 1995 - 2010 đứng từ góc độ kinh tế là còn hạn chế, chưa đạt được hiệu quả như mong muốn.

- Mục tiêu thu hẹp khoảng cách với các nước phát triển du lịch trong khu vực vẫn chưa đạt được. Thực tế trong suốt giai đoạn vừa qua, khoảng cách về lượng khách quốc tế giữa Việt Nam với 04 nước dẫn đầu khu vực là Malaysia, Thái Lan, Singapore và Indonesia luôn trong khoảng từ 2-5 lần; khoảng cách về thu nhập du lịch cùng thời kỳ luôn nằm trong khoảng từ 1,5 đến 4,0 lần.

- Năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam còn thấp, năm 2010 Việt Nam xếp thứ 80 trên tổng số 139 nước, trong khi Singapore xếp thứ 10, Malaysia xếp thứ 35, Thái Lan xếp thứ 41... (Diễn đàn kinh tế Thế giới 2011), đặc biệt về cơ sở hạ tầng, khả năng tiếp cận, môi trường pháp lý, mức độ ưu tiên cho du lịch, lĩnh vực đào tạo...



Hình 5. Khoảng cách về lượng khách quốc tế đến Việt nam so với một số nước trong khu vực

- Đến nay Việt Nam chưa có được những sản phẩm du lịch đặc thù, mang đậm bản sắc dân tộc; chất lượng sản phẩm du lịch chưa cao, khả năng cạnh tranh thấp; nhiều khu du lịch, điểm du lịch phát triển tự phát, chưa được đầu tư đúng tầm; thiếu các khu vui chơi giải trí có quy mô và sức hấp dẫn đáp ứng nhu cầu đa dạng và ngày càng cao của du khách; nhiều chương trình du lịch còn đơn điệu, trùng lặp, chưa đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách; dịch vụ du lịch chưa đa dạng, chất lượng thấp, ít hấp dẫn; chưa có được thương hiệu du lịch quốc gia; hoạt động quảng bá xúc tiến du lịch, nhất là ở nước ngoài còn rất hạn chế, tính chuyên nghiệp chưa cao; thông tin du lịch chưa được chưa đủ và kịp thời cho du khách và các nhà đầu tư.

- Việc triển khai thực hiện định hướng tổ chức không gian du lịch đã được triển khai, theo đó hoạt động đầu tư nâng cấp hạ tầng du lịch đã ưu tiên đối với các địa bàn trọng điểm du lịch như Hải Phòng - Quảng Ninh, Huế - Đà Nẵng và phụ cận; v.v. tuy nhiên còn chưa đạt hiệu quả như mục tiêu quy hoạch đặt ra, theo đó mỗi liên kết không gian trong hoạt động phát triển du lịch theo các vùng du lịch, thậm chí ở một số tiểu vùng du lịch, còn chưa rõ nét.

- Các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về du lịch, đặc biệt là Luật Du lịch chưa thực sự đi vào cuộc sống; chiến lược, quy hoạch, đầu tư du lịch triển khai thực hiện chưa có hiệu quả. Hoạt động du lịch gắn với bảo tồn các giá trị tự nhiên và văn hoá lịch sử còn hạn chế; cảnh quan môi trường du lịch chưa

được chú trọng bảo vệ; những hạn chế trong quản lý quy hoạch, hạn chế trong nhận thức từ chính sách đến hành động, định hướng đầu tư thiếu tầm nhìn và xung đột giữa các nhóm lợi ích... đang tiềm ẩn nguy cơ phát triển thiếu bền vững.

Nguyên nhân của những hạn chế: Qua phân tích thực trạng phát triển du lịch, đối chiếu với những mục tiêu QHTT và so sánh với một số nước trong khu vực, một số nguyên nhân và vấn đề cơ bản đặt ra từ thực hiện QHTT cần xem xét:

- Hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch còn thấp: Tổ chức bộ máy quản lý thiếu ổn định; chưa chú trọng hoàn thiện hệ thống chính sách phát triển du lịch, đặc biệt là hệ thống văn bản pháp quy hướng dẫn chi tiết thi hành Luật Du lịch.

- Vai trò của Ban Chỉ đạo nhà nước về du lịch ở Trung ương và địa phương trong phối hợp giữa các cấp, các ngành thực hiện các mục tiêu và nhiệm vụ chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch và hợp tác quốc tế chưa được phát huy đầy đủ.

- Mô hình tổ chức quản lý hoạt động du lịch theo lãnh thổ, đặc biệt ở cấp vùng du lịch chưa rõ.

- Nguồn hỗ trợ từ ngân sách nhà nước trong đầu tư nâng cấp hạ tầng du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch, đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch và bảo tồn các giá trị tự nhiên, văn hoá; gắn du lịch với xoá đói giảm nghèo và đảm bảo an ninh, quốc phòng chưa được sử dụng có hiệu quả, đầu tư thiếu tập trung.

- Hệ thống các chính sách nhằm tạo môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch với tư cách là một ngành kinh tế mũi nhọn còn chưa đồng bộ, mặc dù Luật Du lịch đã được thực hiện. Để du lịch Việt Nam thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn, có sức cạnh tranh trong khu vực và quốc tế, cần thiết phải có một chính sách tổng thể trên bình diện quốc gia, theo đó dưới sự chỉ đạo của Chính phủ, các ngành liên quan như giao thông, văn hóa, tài nguyên môi trường... phải thực sự là đối tác trong một thể thống nhất trợ giúp du lịch phát triển với mục tiêu mang lại hiệu quả kinh tế cao nhất. Các chính sách này cho tới nay chưa thực sự hướng tới mục tiêu chung “xuất khẩu tại chỗ” thông qua du lịch.

- Các hình thức kinh doanh ở nhiều nơi phát triển mang tính tự phát; thiếu sự gắn kết, phối hợp giữa các ngành, các cấp, các địa phương, thiếu tính gắn kết vì mục tiêu chung giữa các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và các dịch vụ liên quan khác. Nhiều nơi khai thác tài nguyên du lịch kém hiệu quả, thiếu tính bền vững.

- Du lịch Việt Nam còn thiếu những sản phẩm du lịch đặc sắc mang bản sắc riêng của Việt Nam, có sức cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế để thu hút khách từ những thị trường trọng điểm, có khả năng chi trả cao; chưa có những

thương hiệu du lịch nổi bật. Mặc dù nhiều điểm du lịch có lợi thế so sánh như vịnh Hạ Long, vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng, phố cổ Hội An, v.v. song có nhiều vấn đề đặt ra với việc quy hoạch và quản lý quy hoạch phát triển du lịch; đầu tư phát triển sản phẩm du lịch... Hệ thống nhà hàng, khách sạn, cơ sở vui chơi giải trí, các dịch vụ, hệ thống quà lưu niệm du lịch đặc trưng các vùng, miền trên phạm vi cả nước còn nghèo nàn, thiếu đồng bộ, chất lượng chưa cao.

- Hoạt động xúc tiến quảng bá, xây dựng hình ảnh Việt Nam như một điểm đến hấp dẫn của khu vực còn có nhiều hạn chế, mặc dù từ năm 2000, du lịch Việt Nam đã được Nhà nước quan tâm đầu tư với một khoản kinh phí trung bình trên 20 tỷ đồng mỗi năm. Hoạt động xúc tiến quảng bá chưa thực sự đi vào chiều sâu với tính chuyên nghiệp cao. Điều này thể hiện sự yếu kém trong nghiên cứu thị trường; phân đoạn thị trường và lựa chọn chiến lược quảng bá xúc tiến phù hợp; thiếu thông tin cập nhật và thông tin đến với khách du lịch trong nhiều trường hợp còn thiếu trách nhiệm, thông tin về sản phẩm chưa đúng với thực tế.

- Năng lực đội ngũ lao động tham gia hoạt động du lịch (từ quản lý đến tác nghiệp) còn nhiều bất cập, chưa đảm bảo về số lượng và trình độ nghiệp vụ. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng và tính cạnh tranh của sản phẩm du lịch; đến khả năng tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch và vì vậy gián tiếp ảnh hưởng đến khả năng hạn chế tác động của cộng đồng đối với tài nguyên và môi trường du lịch, đến khả năng cạnh tranh và hội nhập của du lịch Việt Nam.

- Cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch, đặc biệt là hệ thống giao thông chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển; môi trường du lịch trên phạm vi cả nước, đặc biệt ở những địa bàn trọng điểm phát triển du lịch như Hạ Long - Cát Bà, Huế - Đà Nẵng, Nha Trang, Vũng Tàu... đã có sự suy thoái do tác động của hoạt động phát triển kinh tế - xã hội. Nguy cơ ô nhiễm do sự cố môi trường có chiều hướng gia tăng. Nguyên nhân của tình trạng này có nhiều, nhưng quan trọng nhất là cho đến nay sự phối hợp giữa du lịch với các ngành có liên quan, giữa ngành du lịch với các địa phương, đặc biệt là các địa phương trong các địa bàn trọng điểm du lịch, còn nhiều bất cập. Mặc dù Ban chỉ đạo quốc gia về du lịch đã ra đời nhưng hiệu quả hoạt động của cơ chế này chưa đạt được như mong muốn.

- Công tác quy hoạch nhất là quy hoạch tổng thể phát triển du lịch các vùng chưa sát với thực tiễn nên chưa tạo được sự gắn kết các sản phẩm giữa các địa phương trong vùng và sản phẩm liên vùng.

- Công tác bảo tồn, tôn tạo tài nguyên và bảo vệ môi trường du lịch còn nhiều bất cập, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững. Mặc dù Luật Du lịch đã quy định

“Nhà nước thống nhất quản lý tài nguyên du lịch”, tuy nhiên trên thực tế ngành Du lịch không quản lý bất kỳ dạng tài nguyên du lịch nào. Điều này dẫn tới nguy cơ tài nguyên du lịch bị khai thác bừa bãi, xuống cấp nhanh chóng do tầm nhìn ngắn hạn trong quản lý, lợi ích cục bộ giữa các địa phương, các ngành và bệnh “thành tích”, cơ chế “xin-cho” trong khi “tiếng nói” của ngành Du lịch không có ý nghĩa quyết định.

- Việc phối hợp liên ngành giữa du lịch với các ngành liên quan còn chưa chặt chẽ. Trong quá trình hội nhập quốc tế, du lịch Việt Nam chưa hoàn toàn bắt kịp và khai thác tốt các cơ hội cho phát triển du lịch.

13.3. Một số bài học rút ra từ thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010:

Bài học rút ra từ thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010 cho việc xây dựng và thực hiện quy hoạch tổng thể giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030:

- Tăng cường nâng cao nhận thức xã hội, đặc biệt là nhận thức của đội ngũ quản lý về vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế-xã hội, đảm bảo an ninh, quốc phòng và hội nhập quốc tế và trách nhiệm của từng thành viên trong xã hội đối với phát triển du lịch - một ngành kinh tế rất nhạy cảm và có tính xã hội hoá cao.

- Tăng cường năng lực quản lý nhà nước về du lịch cùng với việc xây dựng phương án ổn định lâu dài tổ chức bộ máy quản lý ngành từ Trung ương đến địa phương tương xứng với vị trí là ngành kinh tế mũi nhọn; Chú trọng rà soát, hoàn thiện hệ thống chính sách phát triển du lịch và các văn bản pháp quy hướng dẫn chi tiết thực hiện Luật Du lịch theo hướng tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động thu hút đầu tư phát triển du lịch, thu hút khách du lịch; cho hoạt động kinh doanh du lịch với chất lượng và hiệu quả cao hơn; cho sự tham gia tích cực của cộng đồng vào hoạt động du lịch; tăng cường sự gắn kết giữa hoạt động du lịch với an ninh, quốc phòng, với bảo tồn các giá trị tự nhiên và nhân văn, bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch.

- Chú trọng và tập trung nguồn lực xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù, mang bản sắc Việt Nam, có sức cạnh tranh cao song song với việc xây dựng thương hiệu du lịch Việt Nam và đẩy mạnh hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch có tính chuyên nghiệp cao nhằm nâng khả năng thu hút khách và tăng hiệu quả kinh doanh du lịch.

- Coi trọng đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực du lịch với vai trò là một yếu tố quyết định để thu hút đầu tư FDI, nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch Việt Nam.

- Nâng cao vai trò của Hiệp hội Du lịch như một đối tác của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Chú trọng tạo điều kiện thuận lợi nhất để phát triển các doanh nghiệp du lịch nhỏ và vừa; hạn chế đến mức thấp nhất những can thiệp mang tính hành chính vào hoạt động kinh doanh du lịch.

- Tăng cường hợp tác đa phương và song phương, tranh thủ và sử dụng có hiệu quả sự hỗ trợ quốc tế về nguồn lực vật chất, kinh nghiệm và công nghệ cùng với quá trình hội nhập của du lịch Việt Nam với khu vực và quốc tế.

- Chú trọng công tác nghiên cứu khoa học, đặc biệt là nghiên cứu thị trường như một công cụ quan trọng trong dự báo, xây dựng chính sách phát triển du lịch, ứng dụng công nghệ cho phát triển “du lịch xanh” và lồng ghép chiến lược, quy hoạch phát triển ngành trong giai đoạn tới với các phương án ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu, đảm bảo sự phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam.

Những thực tế trên đây đang là những vấn đề lớn đặt ra cho du lịch Việt Nam trong tiến trình phát triển và hội nhập, đòi hỏi đã đến lúc phải có cách nhìn, đánh giá khoa học và thực tiễn hơn; đòi hỏi có những thay đổi mạnh mẽ hơn về nhận thức xã hội, trước hết là của các nhà quản lý, với tầm nhìn chiến lược xa hơn để từ đó có những quyết sách mạnh mẽ hơn, đúng “tâm” hơn về tổ chức, về quản lý, về đầu tư, về đào tạo, về xúc tiến quảng bá, v.v. tạo sự thay đổi căn bản cho du lịch Việt Nam bút phá; để Việt Nam thực sự là điểm đến hấp dẫn; là ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế đất nước và phát triển cộng đồng; vào nỗ lực bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc trong tiến trình hội nhập của Việt Nam với khu vực và quốc tế.

II. ĐÁNH GIÁ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Tài nguyên du lịch

1.1. Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch tự nhiên:

a) Vị trí địa lý và địa hình:

Việt Nam nằm ở trung tâm Đông Nam Á có vị trí thuận lợi giao lưu giữa khu vực Châu Á - Thái Bình Dương với phần còn lại của thế giới. Các dạng địa hình đa dạng tạo nên nhiều nét độc đáo hấp dẫn du lịch.

- *Các danh lam thắng cảnh:* Các vùng núi có phong cảnh đẹp đã được phát hiện và khai thác phục vụ mục đích du lịch là cao nguyên Lâm Viên (Lang Biang)

với thành phố Đà Lạt (Lâm Đồng), Sa Pa, Bắc Hà (Lào Cai), Tam Đảo (Vĩnh Phúc), Hạ Long (Quảng Ninh), Ba Vì (Hà Nội), các vùng hồ tự nhiên và nhân tạo như hồ Ba Bể (Bắc Kạn), hồ Hoà Bình (Hoà Bình), hồ Thác Bà (Yên Bái), hồ Đồng Mô (Hà Nội)... Đặc biệt, Đà Lạt và Sa Pa ở độ cao trên 1.500 m được mệnh danh là thành phố trong sương mù, mang nhiều sắc thái của thiên nhiên vùng ôn đới đã được xây dựng thành điểm du lịch tham quan nghỉ mát từ cách đây trên dưới 100 năm.

- *Hang động*: Các hang động ở nước ta chủ yếu là các hang động nằm trong các vùng núi đá vôi có kiểu địa hình karst rất phát triển. Vùng núi đá vôi ở nước ta có diện tích khá lớn, tới 50-60 nghìn km² chiếm gần 15% diện tích tự nhiên cả nước tập trung chủ yếu ở Tây Bắc từ Lai Châu - Sơn La, ở Đông Bắc là các khối đá vôi từ Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Sơn đến biên giới Việt-Trung; khối đá vôi Hoà Bình-Thanh Hoá nối Tây Bắc với Bắc Trung Bộ; ở miền Trung là khối đá vôi Kẻ Bàng-Khe Ngang, khối đá vôi Ngũ Hành Sơn. Ở miền Nam, núi đá vôi chỉ có ở khu vực xung quanh thị xã Hà Tiên và một số đảo nằm rải rác trong địa phận vùng biển Kiên Giang.

Hiện Việt Nam có khoảng 200 hang động có khả năng khai thác phục vụ du lịch, nơi có nhiều cảnh đẹp lung lay, tráng lệ và rất kỳ ảo, có sức hấp dẫn đặc biệt. Bên cạnh những vẻ đẹp tự nhiên do tạo hoá sinh ra, nhiều hang động còn là nơi lưu giữ những di chỉ khảo cổ, những di tích lịch sử - văn hoá có giá trị, nên càng trở nên hấp dẫn đối với du khách.

Tuy nhiên, đến nay các hang động ở nước ta được khai thác sử dụng chưa nhiều cho mục đích du lịch. Tiêu biểu nhất là động Phong Nha (Quảng Bình), động Hương Tích (Hà Nội), Tam Cốc-Bích Động (Ninh Bình), hang Pác Bó (Cao Bằng), động Nhị Thanh, Tam Thanh (Lạng Sơn), động Ngườm Ngao (Cao Bằng) các hang động ở vịnh Hạ Long (Quảng Ninh) v.v... Trong số những hang động ở nước ta, đặc sắc nhất phải kể đến động Phong Nha nằm trong VQG Phong Nha - Kẻ Bàng được UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên thế giới năm 2003.

- *Các bãi biển*: Có thể mạnh về biển với chiều dài hơn 3.260 km đường bờ biển ở Việt Nam đã bước đầu được khảo sát có khoảng 125 bãi biển có khả năng khai thác phục vụ du lịch. Các bãi biển ở Việt Nam có chất lượng tương đối cao (độ dốc, độ mịn, độ trong nước biển...), phân bố trải đều từ Bắc vào Nam, có điều kiện tiếp cận khá thuận lợi để khai thác phục vụ du lịch. Trong số các bãi biển, tiêu biểu là các bãi biển Trà Cổ, Sầm Sơn, Cửa Lò, Thuận An, Lăng Cô, Non Nước, Sa Huỳnh, Văn Phong, Nha Trang, Bình Tiên, Ninh Chữ, Cà Ná, Mũi

Né, Long Hải, Vũng Tàu, Hà Tiên. v.v... Điều lý thú là cả hai điểm đầu và cuối của đường bờ biển nước ta đều là hai bãi biển đẹp: Bãi biển Trà Cổ ở Quảng Ninh có chiều dài gần 17km với bãi cát rộng, bằng phẳng tới mức lý tưởng và bãi biển Hà Tiên với thắng cảnh hòn Phụ Tử nổi tiếng.

- *Các đảo và quần đảo ven bờ*: Vùng biển ven bờ Việt Nam có khoảng 2.773 hòn đảo lớn nhỏ với nhiều bãi biển và phong cảnh đẹp còn nguyên vẹn vẻ hoang sơ, môi trường trong lành và những điều kiện tự nhiên rất thuận lợi để phát triển các loại hình du lịch biển. Tiêu biểu nhất là các đảo Cái Bầu, Quan Lạn, Cát Bà, Cù Lao Chàm, Côn Đảo, Phú Quốc... nếu được đầu tư sẽ phát triển thành những điểm du lịch hấp dẫn và có sức cạnh tranh.

- *Các di tích danh thắng*: Nước ta có rất nhiều địa hình thiên tạo có giá trị hình tượng nghệ thuật gắn với các sự tích và truyền thuyết. Đó là các di tích tự nhiên và cũng là đối tượng du lịch được khách du lịch ưa thích như hòn Phụ Tử, núi Vọng Phu, hòn Trống Mái, hòn Đá Chông; hang Tù Thúc, thác Bản Giốc, hồ Ba Bể (một hồ nước ngọt tự nhiên được hình thành do những hồ sụt ở vùng núi đá vôi), hồ Lắc, hồ Tơ Nung (hồ nước ở vùng miệng núi lửa cổ xưa), cùng nhiều di tích núi lửa khác hiện còn tồn tại ở Tây Nguyên. Các di tích danh thắng tự nhiên làm tăng thêm tính hấp dẫn và trải nghiệm cho các hoạt động du lịch.

b) Khí hậu:

Vị trí địa lý và đặc điểm địa hình của Việt Nam đã tạo nên những điều kiện khí hậu rất đa dạng phù hợp với việc tổ chức các hoạt động du lịch, đặc biệt thu hút khách du lịch tới các khu vực khí hậu ôn đới trong lòng nhiệt đới. Tiêu biểu như khu vực khí hậu Đà Lạt, Sapa, Tam Đảo, Mộc Châu... với đặc trưng ôn đới, hầu như quanh năm mát mẻ. Đặc điểm khí hậu thuận lợi đó trở thành yếu tố quyết định về tài nguyên để hình thành các khu nghỉ dưỡng du lịch lý tưởng.

Khí hậu ẩm áp quanh năm đặc biệt là khí hậu biển nhiệt đới có sức thu hút du lịch quanh năm ở vùng duyên hải Nam Trung Bộ và Nam Bộ. Khí hậu 4 mùa rõ rệt ở miền bắc tạo nên sắc thái đa dạng của thiên nhiên cũng hấp dẫn du lịch đối với khách đến từ những vùng lãnh thổ không phân mùa rõ rệt. Tuy nhiên, nhiều hoạt động du lịch theo mùa sẽ ngừng trong mùa đối nghịch là yếu tố trở ngại trong quy hoạch phát triển du lịch và tổ chức hoạt động du lịch trong năm. Phần lớn các nhà an dưỡng, nhà nghỉ ở được xây dựng ở các điểm du lịch ven hồ nước, ven biển và ở các vùng núi có khí hậu tốt, thích hợp đối với sức khỏe con người.

c) Tài nguyên nước:

- *Nước mặt:* Việt Nam có nhiều hồ tự nhiên, hồ nhân tạo và hệ thống sông ngòi dày đặc là lợi thế cho phát triển du lịch. Các hồ được sử dụng để tắm mát, dạo chơi trên mặt nước và các hoạt động thể thao nước như bơi lội, đua thuyền, lướt ván. Các hồ tự nhiên và nhân tạo như Ba Bể, Thác Bà, sông Đà, Sơn La, Phú Ninh, Trị An, Dầu Tiếng.v.v...; các dòng sông vừa hùng vĩ, vừa thơ mộng như sông Hồng, sông Đà, sông Mã, sông Lam, sông Hương, sông Đồng Nai, hay hệ thống sông Mê Kông... đều là những nguồn cung cấp nước ngọt và tài nguyên du lịch có giá trị.

- *Nước khoáng:* Các điểm nước khoáng, suối nước nóng là tài nguyên thiên nhiên của Việt Nam rất quý giá để triển khai các loại hình du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, chữa bệnh. Sự phong phú về nguồn nước khoáng có chất lượng cao ở Việt Nam đáp ứng tốt nhu cầu an dưỡng, chữa bệnh cho khách du lịch.

Ở Việt Nam, bước đầu đã điều tra khảo sát được trên 400 nguồn nước khoáng tự nhiên. Đặc biệt nguồn nước khoáng nóng với phần lớn (trên 80%) có nhiệt độ trên 35⁰C, là tài nguyên giá trị để phát triển du lịch nghỉ dưỡng, đặc biệt hấp dẫn vào mùa đông lạnh ở miền Bắc. Nhiều nguồn nước khoáng nổi tiếng ở Việt Nam như Mỹ Lâm (Tuyên Quang), Thanh Thủy (Phú Thọ), Kim Bôi (Hoà Bình), Tiên Lãng (Hải Phòng), Kênh Gà (Ninh Bình), Nước Sốt (Hà Tĩnh), Mỹ An (Thừa Thiên-Huế), Phú Ninh (Quảng Nam), Thạch Bích (Quảng Ngãi), Tháp Bà (Khánh Hòa), Vĩnh Hảo (Bình Thuận)... đã được khai thác phục vụ khách du lịch từ nhiều năm nay.

d) Tài nguyên sinh vật:

Nguồn tài nguyên sinh vật ở nước ta có giá trị hấp dẫn du lịch bởi tính đa dạng sinh học, bảo tồn được nhiều nguồn gen, loài quý hiếm đặc trưng cho vùng nhiệt đới, trong đó có nhiều loài đặc hữu.

- Các khu rừng đặc dụng, đặc biệt là các vườn quốc gia, là tiềm năng du lịch lớn. Đến năm 2009 trên phạm vi cả nước đã có 30 vườn quốc gia, 69 khu bảo tồn thiên nhiên và 45 khu rừng với tổng diện tích là 2,2 triệu ha bằng 10,5% diện tích đất lâm nghiệp và gần 6% diện tích lãnh thổ Việt Nam.

Các vườn quốc gia là nơi tập trung với đa dạng sinh học cao, trong đó có nhiều loài động thực vật đặc hữu, quý hiếm. Theo kết quả điều tra nghiên cứu thì hiện ở Việt Nam đã phát hiện được khoảng 11.000 loài thực vật và gần 2.000 loài động vật. Sự hiện diện của các loài động thực vật đặc hữu quý hiếm là yếu tố quan trọng để hệ thống các vườn quốc gia Việt Nam trở thành những điểm thu

hút khách du lịch. Trong số các vườn quốc gia hiện nay, vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng đã được UNESCO công nhận là di sản tự nhiên thế giới, VQG Cát Bà, Cát Tiên là các khu dự trữ sinh quyển và VQG Ba Bể đang hoàn tất hồ sơ đề nghị UNESCO công nhận di sản thiên nhiên thế giới (cùng với thắng cảnh Hương Sơn).

Ngoài ra còn một số khu rừng di tích lịch sử, văn hoá, môi trường khá tiêu biểu có giá trị du lịch như Đền Hùng (Phú Thọ), Côn Sơn-Kiếp Bạc (Hải Dương), Hoa Lư (Ninh Bình), Sầm Sơn (Thanh Hoá), rừng thông Đà Lạt (Lâm Đồng), núi Bà Đen (Tây Ninh).

- Một số hệ sinh thái đặc biệt rất tiêu biểu cho thiên nhiên của vùng nhiệt đới đã được khai thác phục vụ cho mục đích du lịch như các hệ sinh thái rừng ngập mặn ở Cà Mau, hệ sinh thái rạn san hô ở Quảng Ninh, Hải Phòng, Khánh Hoà, Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu... hay như các hệ sinh thái đất ngập nước điển hình như Tràm Chim (Đồng Tháp), Xuân Thuỷ (Nam Định), đã được quy hoạch thành các khu bảo tồn chim di cư ở Việt Nam và khu vực Đông Nam Á.

- Các khu sinh vật nuôi là những điểm tham quan thu hút đông đảo khách du lịch, đó là các vườn thú, vườn bách thảo, các công viên vui chơi giải trí ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh; các viện bảo tàng sinh vật ở Hà Nội, Hải Phòng, Nha Trang; các sân chim, vườn chim và vườn hoa trái ở đồng bằng sông Cửu Long; các cơ sở thuần dưỡng voi ở Buôn Đôn (Đắk Lắk), nuôi trăn, rắn, cá sấu ở đồng bằng sông Cửu Long...

Nhìn chung tài nguyên sinh vật của Việt Nam với tính đa dạng sinh học cao, có giá trị nhiều mặt. Tuy có sự đa dạng về loài nhưng số lượng cá thể của các loài ít, không tập trung và không gian sinh sống bị thu hẹp cùng với ý thức và nhận thức của con người trong đó có khách du lịch về bảo tồn đa dạng sinh học kém nên tài nguyên sinh vật đang bị đe dọa.

đ) Các di sản thiên nhiên:

Các di sản thiên nhiên do tạo hóa ban tặng có giá trị to lớn đối với nhân loại, trong đó có hoạt động du lịch. Di sản thiên nhiên có sức hấp dẫn đặc biệt đối với khách du lịch.

Di sản thiên nhiên thế giới như vịnh Hạ Long và vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng, cao nguyên đá Đồng Văn thuộc mạng lưới các công viên địa chất toàn cầu là những địa danh nổi tiếng đã và đang thu hút du lịch mạnh mẽ.

Hiện nay Việt Nam đang hoàn tất hồ sơ để trình lên Hội đồng Di sản Thế giới thuộc UNESCO xem xét công nhận tiếp 2 di sản thiên nhiên thế giới nữa là thắng cảnh Hương Sơn, Vườn quốc gia Ba Bể. Nhiều danh lam thắng cảnh với hệ sinh thái đa dạng có giá trị tham quan du lịch là những di sản thiên nhiên ban tặng.

1.2. Đặc điểm xã hội và tài nguyên du lịch nhân văn:

1.2.1. Đặc điểm về dân cư, dân tộc:

a) Dân cư:

Việt Nam là một nước đông dân trên thế giới với 86 triệu dân (số liệu 2009), đứng thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á và đứng thứ 13 trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng dân số cả nước trung bình hàng năm là 1,15% trong giai đoạn 2000 - 2009. Mật độ dân số trung bình là 260 người/km². Về cơ cấu dân số, nam giới chiếm 49,5%, nữ giới chiếm 50,5% , thành thị chiếm 29,6%, nông thôn chiếm 70,4%.

Sự phân bố dân cư ở Việt Nam là không đồng đều theo các vùng, cũng như theo các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Vùng đồng bằng Sông Hồng có diện tích nhỏ nhất, chỉ chiếm 6,63% cả nước, nhưng có dân số đông nhất, chiếm 22,77% cả nước, với mật độ dân số cao nhất là 932 người/km².

Bảng 3. Sự phân bố dân cư theo các vùng ở Việt Nam

TT	Các vùng	Dân số(ngàn người)	Diện tích (km²)	Mật độ dân số (người/km²)
1	Trung du và Miền núi Bắc Bộ	11.169,3	95.333,8	117
2	Đồng bằng Sông Hồng và duyên hải Đông Bắc	19.770	21.063,1	939
3	Bắc Trung Bộ	10.092,9	51.524,6	196
4	Duyên hải Nam Trung Bộ	8.842,6	44.360,7	199
5	Tây Nguyên	5.214,2	54.640,6	95
6	Đông Nam Bộ	14.466,5	23.605,2	617
7	Đồng bằng Sông Cửu Long	17.272,2	40.518,5	426
	Cả nước	86.927,7	331.051,4	263

Nguồn: Niên giám Thống kê năm 2010, Nhà xuất bản Thống kê.

Nếu tính theo các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương thì sự phân bố dân số cũng không đồng đều. TP. Hồ Chí Minh có dân số lớn nhất (7.165.200 người) và có mật độ dân số đông nhất (3.419 người/km²); tiếp đến là Hà Nội với 6.472.200 người và mật độ dân số là 1.935 người/km²; Bắc Kạn là tỉnh có dân số thấp nhất với 295.300 người, nhưng tỉnh có mật độ dân số thấp nhất là Lai Châu, với 41 người/km².

Đặc điểm dân cư ở nước ta có độ tuổi trung bình trẻ là lực lượng lao động dồi dào là điều kiện thuận lợi về nhân lực đối với phát triển kinh tế trong đó có du lịch. Các vùng dân cư có thu nhập cao, với mật độ đông đúc như ở Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh là thị trường nguồn gửi khách đến các vùng du lịch. Mức sống, thu nhập của cư dân thành thị ngày càng cao là điều kiện phát triển du lịch đến các điểm du lịch.

b) Dân tộc:

Dân tộc trên khía cạnh văn hoá là một đối tượng phong phú và hấp dẫn của hoạt động du lịch. Cộng đồng Việt Nam gồm 54 dân tộc anh em cùng chung sống, trong đó người Kinh chiếm đa số (khoảng 84% dân số), chủ yếu sống tại các đô thị lớn. Các dân tộc anh em khác sống rải rác khắp nơi trên toàn quốc, trong đó có 11 dân tộc ít người với số dân trên 10 vạn người là Thái, Hmông (phần lớn ở Tây Bắc), Tày, Nùng, Mường, Dao (chủ yếu ở Việt Bắc), Gia Rai, Ê Đê, Bana (Tây Nguyên), Khme (Tây Nam Bộ), Hoa (Bắc Bộ, Nam Bộ).

Các dân tộc sinh sống trên lãnh thổ Việt Nam có truyền thống lao động cần cù, sáng tạo với nhiều ngành nghề cổ truyền, nhiều kỹ năng độc đáo và các hoạt động văn hoá-văn nghệ đặc sắc. Mỗi dân tộc có bản sắc riêng, tất cả đã tạo nên một nền văn hóa Việt Nam đa dạng và phong phú. Sự đa dạng thành phần các dân tộc là kho tàng vô giá có thể khai thác phục vụ phát triển du lịch với giá trị trải nghiệm du lịch hấp dẫn, sinh động, độc đáo và vô tận. Yếu tố dân tộc đặc thù ở Việt Nam trở thành nguồn lực quan trọng thúc đẩy phát triển du lịch.

1.2.2. Đặc điểm về kinh tế - xã hội:

Trong suốt một thập kỷ qua, nền kinh tế nước ta tăng trưởng tương đối ổn định, giá trị năm sau luôn cao hơn năm trước. Năm 2000, tổng sản phẩm GDP cả nước đạt 441.646 tỷ đồng thì đến năm 2009 đã tăng lên 1.658.389 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn này đạt 15,8%/năm (tính theo giá thực tế nên tốc độ này cao do trượt giá của VND). Trong đó, khối ngành Công nghiệp và Xây dựng có tốc độ tăng trưởng cao nhất, đạt 17%/năm; tiếp đến là khối Dịch vụ đạt 15,9%/năm; và thấp nhất là khối Nông-Lâm-Thủy sản, đạt 13,8%/năm. Tuy nhiên nếu tính theo giá so sánh 1994 thì năm 2000 tổng sản phẩm GDP cả nước đạt 237.666 tỷ đồng, và đến năm 2009 tăng lên 516,568 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 7,3%/năm. Trong đó, khối ngành Công nghiệp và Xây dựng có tốc độ tăng trưởng cao nhất, đạt 9,3%/năm; tiếp đến là khối Dịch vụ, đạt 7,3%/năm; và thấp nhất là khối Nông-Lâm-Thủy sản, đạt 3,7%/năm.

GDP bình quân đầu người năm 2000 đạt 5,68 triệu đồng, đến năm 2009 tăng lên 19,28 triệu đồng. Việt Nam đã thoát nghèo và được xếp vào danh mục các nước có thu nhập trung bình.

Kinh tế tăng trưởng với tốc độ cao và ổn định là tiền đề để tăng thu nhập và nâng cao đời sống cho nhân dân kích thích nhu cầu du lịch đồng thời tăng nguồn lực đầu tư cho phát triển dịch vụ du lịch. Có thể nói sự tăng trưởng về kinh tế những năm qua chuẩn bị nguồn lực quan trọng cho phát triển du lịch trong giai đoạn tới. Sự phát triển kinh tế tạo điều kiện cho đảm bảo an sinh xã hội và nâng cao đời sống tinh thần, mở rộng hoạt động giao lưu văn hóa, hoạt động thể thao, du lịch. Điều kiện về kinh tế - xã hội quyết định đến xu hướng phát triển du lịch trong nước và mức độ sẵn sàng đón tiếp khách du lịch quốc tế đến cũng như gia tăng du lịch ra nước ngoài.

1.2.3. Tài nguyên du lịch nhân văn:

a) Các di sản, di tích lịch sử - văn hoá:

Việt Nam với bề dày lịch sử dựng nước và giữ nước để lại hệ thống di tích với mật độ dày đặc và thể loại phong phú gồm các đền, đình, chùa, miếu mạo, lăng tẩm, di tích cách mạng qua 2 cuộc kháng chiến...có giá trị rất lớn thu hút khách du lịch. Tính đến cuối tháng 11/2011 cả nước có 3.125 di tích cấp quốc gia và 15 di sản văn hóa được UNESCO vinh danh ở các cấp độ khác nhau. Hệ thống di tích lịch sử - văn hóa đang được tiếp tục đánh giá, xếp hạng để bảo tồn và phát huy giá trị.

Những di sản, di tích lịch sử - văn hóa đa dạng và có giá trị ở Việt Nam đang là tài nguyên du lịch trọng yếu để xây dựng thành những sản phẩm du lịch độc đáo của Việt Nam, có sức cạnh tranh cao trong khu vực.

b) Các lễ hội:

Văn hóa Việt Nam đặc trưng bởi sự đa dạng gắn với lịch sử 54 dân tộc anh em sinh sống trải dài trên miền đất có đặc điểm địa hình, khí hậu đa dạng. Chiều sâu văn hóa các dân tộc thể hiện ở sự phong phú của các lễ hội. Trên 3.000 lễ hội dân gian thể hiện rõ bản sắc độc đáo của văn hóa Việt Nam và trở thành tài nguyên du lịch đặc sắc có sức cuốn hút không chỉ đối với khách quốc tế mà cả khách nội địa, khách hành hương, tín ngưỡng... Lễ hội tiêu biểu như lễ hội Đền Hùng, lễ hội Chùa Hương, lễ hội Bà Chúa Xứ An Giang, lễ hội té linh Quảng Ngãi, lễ hội Chọi Trâu Đồ Sơn, lễ hội Nghinh Ông... Lễ hội đương đại như lễ hội bắn pháo hoa Đà Nẵng, lễ hội hoa Đà Lạt, lễ hội cà phê Buôn Mê Thuột... Những năm qua nhiều lễ hội trở thành những sự kiện văn hóa, du lịch của quốc gia, của

vùng và của địa phương. Hệ thống các lễ hội đang được lồng ghép trong các sản phẩm du lịch và trở thành yếu tố đặc sắc để quảng bá về đất nước, con người, văn hóa và du lịch Việt Nam.

c) Nghề và làng nghề truyền thống:

Là đất nước với đặc trưng văn hóa nông nghiệp, Việt Nam được biết đến là đất nước của các làng nghề truyền thống gắn với văn minh lúa nước. Bên cạnh các di tích lịch sử - văn hóa, các lễ hội... các làng nghề truyền thống là dạng tài nguyên du lịch quan trọng, hấp dẫn. Lịch sử ra đời, hình thành và phát triển, sự tinh tế, khéo léo và sản vật của làng nghề như các nghề đúc đồng, kim hoàn, nghề gốm, nghề mộc, mây tre đan, nghề dệt... ở Việt Nam đang là tài nguyên hấp dẫn sống động thu hút khách du lịch.

Các nghề nổi tiếng của Việt Nam như: Nghề chạm khắc đá ở Hải Dương, Thanh Hoá, Đà Nẵng; nghề đúc đồng ở Ngũ Xá (Hà Nội), Trà Đức (Thanh Hoá), Điện Phương (Quảng Nam); nghề kim hoàn ở làng Định Công (Hà Nội); Châu Khê (Hải Dương); nghề gốm ở Bát Tràng (Hà Nội), Hương Canh (Vĩnh Phúc), Thổ Hà (Bắc Ninh), Lò Chum (Thanh Hoá), Chu Đậu (Hải Hưng), Phước Tích (Huế), Biên Hoà (Đồng Nai); nghề mộc ở làng Đông Giao (Hải Dương), Chàng Thôn (Hà Nội), làng Giáp (Phú Thọ), La Xuyên, (Nam Định), Đông Ngàn; nghề dệt, thêu ren truyền thống ở làng Bưởi (làng Trích Sài xưa), Nghi Tàm, Nghĩa Đô, Trinh Tiết, Triều Khúc, La Khê, Vạn Phúc (Hà Nội)...; nghề sơn mài và khảm ở Hà Vĩ, Hà Thái, Duyên Trường...; nghề khảm trai, khảm xà cừ ở Hà Nội, Nam Định.

Hoạt động du lịch gắn với các làng nghề những năm gần đây có xu hướng tăng đi liền với loại hình du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn. Tuy nhiên, trong xu hướng thị trường, nhiều làng nghề bị thương mại hóa và đang mắc phải tình trạng ô nhiễm và hỗn tạp giữa không gian của nghề và không gian sống của dân cư. Các yếu tố truyền thống không được bảo tồn đúng quy cách. Hoạt động du lịch đến làng nghề vì vậy cũng rất tự phát, còn đơn giản và chưa phát huy hết giá trị của làng nghề.

d) Ẩm thực:

Ẩm thực Việt Nam nổi tiếng với các món ăn dân tộc gắn với văn hóa lúa nước và sự giao thoa giữa ẩm thực phương Đông (đặc trưng là Trung Quốc) và ẩm thực phương Tây (đặc trưng là Pháp). Sự đa dạng về văn hóa, dân tộc, lối sống và sự giao thoa văn hóa đó tạo nên nhiều món ăn, đồ uống đặc sắc của Việt Nam phù hợp với rất nhiều tộc người trên thế giới.

Mỗi một vùng đất, một dân tộc Việt Nam có các món ăn đặc trưng riêng. Các món ăn nổi tiếng như Nem, Giò, Chả, Phở, Cao Lầu, Hủ Tiếu... trở thành không thể thiếu trong các thực đơn thiết khách của các chương trình du lịch. Du khách quốc tế đến Việt Nam thường có ấn tượng trải nghiệm sâu sắc về món ăn Việt Nam.

Văn hóa ăn bằng đũa, các món ăn với nhiều gia vị, được chế biến rất đa dạng và khéo léo đang trở thành thế mạnh của Việt Nam hấp dẫn khách du lịch quốc tế. Văn hóa ẩm thực Việt nam trở thành tài nguyên du lịch nổi trội thu hút khách đồng thời có thể phát triển, quảng bá trở thành thương hiệu mạnh cho du lịch Việt Nam.

d) Các công trình nhân tạo:

Các công trình văn hóa, kiến trúc, công trình xây dựng, công trình xây dựng có quy mô hoành tráng, tính chất đặc sắc thu hút du lịch ở Việt Nam chưa nổi bật. Một số công trình có giá trị du lịch như thủy điện Sơn La, Hòa Bình, Yaly, Thác Bà, Dầu Tiếng nhưng chưa được khai thác hiệu quả phục vụ mục đích du lịch. Một số công trình kiến trúc từ thời Pháp có giá trị như Nhà hát Lớn Hà Nội, các biệt thự cổ, các lăng tẩm ở Huế... Liên kết khai thác phục vụ du lịch chưa nhiều. Gần đây các khu du lịch tổng hợp như Tuần Châu, Đại Nam, Bà Nà, Thiên Đường Bảo Sơn, Đầm Sen, Làng văn hóa - du lịch các dân tộc Việt Nam... Đang trở thành những điểm hấp dẫn du lịch.

Hệ thống bảo tàng Việt Nam hiện nay cũng thu hút được sự quan tâm của khách du lịch nhưng thực sự chưa có tính hấp dẫn, chưa phát huy được nhiều trong việc phát triển du lịch.

Nhìn chung các công trình nhân tạo của Việt Nam cả về giá trị kiến trúc, quy mô hoành tráng, tính chất độc đáo... chưa tạo được sự nổi bật, điểm nhấn thu hút khách du lịch.

e) Các yếu tố dân tộc học:

Điều kiện sinh sống, đặc điểm văn hoá, phong tục, tập quán, hoạt động sản xuất với những sắc thái riêng của các dân tộc trên địa bàn cư trú của các dân tộc là đối tượng quan trọng của nhu cầu tham quan, tìm hiểu du lịch. Việt Nam có 54 dân tộc, trong đó có tới 53 dân tộc thiểu số chủ yếu sinh sống và cư trú ở các vùng miền núi xa xôi. Nhiều dân tộc vẫn giữ nguyên được những nét sinh hoạt văn hoá truyền thống của mình, đặc biệt là các dân tộc Tày, Nùng, Thái, Mường ở miền Bắc; các dân tộc Chăm, Gia Rai, Ê Đê, Ba Na ở miền Trung và Tây Nguyên; và các dân tộc Khome ở đồng bằng sông Cửu Long, đều có những truyền thống văn hoá có giá trị cao có thể khai thác phục vụ phát triển du lịch.

g) Các sự kiện văn hoá, thể thao:

Các sự kiện văn hoá, thể thao, các cuộc triển lãm các thành tựu kinh tế quốc dân, các hội chợ, các liên hoan phim ảnh quốc tế, ca nhạc quốc tế hay dân tộc, các lễ hội điển hình... cũng là những đối tượng hấp dẫn du khách. Loại hình du lịch MICE phát triển chủ yếu dựa trên dạng tài nguyên du lịch đặc biệt này. Những năm gần đây Việt Nam đăng cai nhiều sự kiện văn hóa, thể thao khu vực như SEA games 22, Tiger Cup, AFF Cup, Hoa hậu hoàn vũ... Trong tương lai những hoạt động này được quan tâm hơn sẽ thúc đẩy hoạt động du lịch, đặc biệt là du lịch MICE.

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

2.1. Hệ thống giao thông:

Hiện nay mạng lưới đường bộ Việt Nam có tổng chiều dài trên 256.684 km, trong đó có 17.288 km quốc lộ, 23.520 km tỉnh lộ, còn lại là đường địa phương (đường huyện, đường xã, đường đô thị, đường chuyên dùng). Trong giai đoạn 1999- 2006, mạng lưới tăng trưởng trung bình 1,6%/năm với tổng chiều dài trên 33.339 km.

Sự phân bố các đường bộ này giữa các tỉnh là rất không đồng đều. Mật độ cao nhất được xác nhận ở các vùng châu thổ sông Hồng và Đông Nam Bộ (phía Nam) đồng thời mật độ rất thấp ở miền Trung và ở vùng núi phía Tây Bắc. Hầu hết các đường chính là đường đất một làn xe, khả năng phục vụ không ổn định trong mùa mưa.

Mạng lưới quốc lộ có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động du lịch là:

- Quốc lộ 1 nối với 8 thành phố du lịch (Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Phan Thiết – TP.Hồ Chí Minh, Cần Thơ và Rạch Giá).
- Quốc lộ 2 nối Hà Nội-Việt Trì, Đền Hùng, Hà Giang, cửa khẩu Thanh Thủy và Đồng Văn.
- Quốc lộ 2 và quốc lộ 70 nối Hà Nội – Yên Bái - Lào Cai.
- Quốc lộ 3 nối với Hồ Ba Bể và vườn quốc gia Ba Bể, Cao Bằng và cửa khẩu Tà Lùng sang Trung Quốc.
- Quốc lộ 4 (A,B,C,D) nối các tỉnh biên giới phía Bắc.
- Quốc lộ 5 nối Hà Nội - Hải Phòng.
- Quốc lộ 6 nối Hà Nội - Hoà Bình.
- Quốc lộ 7 nối quốc lộ 1 với cửa khẩu Mường Xén sang Lào
- Quốc lộ 8 nối quốc lộ 1 với cửa khẩu Cầu Treo sang Lào.
- Quốc lộ 9 nối quốc lộ 1 với cửa khẩu Lao Bảo sang Lào (hành lang Đông - Tây).

- Quốc lộ 10 nối các tỉnh duyên hải Đông Bắc với Thanh Hóa.
- Quốc lộ 13 nối thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh Đông Nam Bộ với Bình Phước sang Campuchia qua cửa khẩu Hoa Lư.
- Quốc lộ 14 nối Đà Nẵng, Kon Tum, Pleiku, Buôn Ma Thuột, TP. Hồ Chí Minh.
- Quốc lộ 18 nối Hà Nội, Vịnh Hạ Long, đến biên giới với Trung Quốc.
- Quốc lộ 19 nối Quy Nhơn, Pleiku, và Campuchia.
- Quốc lộ 20 nối Phan Rang, Đà Lạt, TP. Hồ Chí Minh
- Quốc lộ 51 nối TP. Hồ Chí Minh-Vũng Tàu
- Quốc lộ 22 nối TP. Hồ Chí Minh với Campuchia qua cửa khẩu Mộc Bài.

Đặc biệt cho đến nay đường Hồ Chí Minh chạy dọc phía Tây đã hình thành và đi vào sử dụng; một số đường cao tốc đã hình thành, điển hình là đường cao tốc Thành phố Hồ Chí Minh - Trung Lương đã góp phần quan trọng vào phát triển giao thông đường bộ. Trong tương lai khi đường Hồ Chí Minh hoàn thành từ Pắc Bó đến Cà Mau là tuyến giao thông có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển du lịch theo phía Tây đất nước.

Một số tuyến giao thông quốc lộ Việt Nam đã đầu nối với khu vực qua Lào, Campuchia và Trung Quốc tăng khả năng kết nối mạng lưới giao thông đường bộ Việt Nam với khu vực và quốc tế

Trên mạng lưới đường bộ có 7.200 cầu, trong đó số cầu còn tốt chưa đến 80%. Khoảng 30% số cầu cần được nâng cấp và khôi phục, 20% là cầu hẹp. 2200 cầu trên các tuyến quốc lộ và 630 cầu trên các tuyến tỉnh lộ có tải trọng yếu. Trên mạng lưới chính cũng có khoảng 500 điểm bị gián đoạn vào mùa mưa. Khoảng 60% các tuyến đường có địa hình đồi núi, do đó thường chịu ảnh hưởng của lở đất và đòi hỏi có chi phí khai thác và bảo trì cao hơn các đoạn đường ở đồng bằng, đồng thời tạo khó khăn trong vận chuyển khách du lịch.

Hiện nay, mạng đường sắt có 7 tuyến với tổng chiều dài 3.142,9 km trong đó có 2.632km chính tuyến với các tuyến quan trọng sau. Tuyến đường chính nối Hà Nội-TP.Hồ Chí Minh dài 1.726 km, toàn ngành có 302 đầu máy, 1.063 toa tàu chở khách và 4986 toa tàu chở hàng.

Trong những năm qua ngành đường sắt không ngừng nâng cao chất lượng các đoàn tàu, nâng cao chất lượng phục vụ và rút ngắn thời gian chạy của các đoàn tàu... nên thu hút ngày càng nhiều khách du lịch. Tuy nhiên, năng lực phục vụ thu hút khách du lịch sử dụng phương tiện vận chuyển này là còn thấp. Việc nối lại tuyến đường sắt quốc tế Việt Nam-Trung Quốc đã góp phần tích cực trong việc

giao lưu kinh tế, văn hóa, đặc biệt trong việc trao đổi khách du lịch giữa hai nước. Khách du lịch quốc tế cũng như khách du lịch nội địa sử dụng ngày càng nhiều các chuyến tàu Bắc-Nam.

Cả nước hiện có trên 90 cảng biển lớn nhỏ với tổng số chiều dài 22.000m cầu tàu, 1 triệu m² kho và 2,2 triệu m² bãi. Một số cảng nằm sâu trong nội địa, luồng ra vào dài và có độ sâu hạn chế chỉ tiếp nhận được tàu nhỏ. Tuy vậy cho tới nay vẫn chưa có cảng tàu du lịch thực thụ, các bến đỗ chuyên phục vụ du lịch.

Trong 10 năm qua, ngành vận tải hàng không đạt được tăng trưởng cao. Đặc biệt là lưu lượng khách quốc tế tại cảng hàng không Nội Bài đã tăng gấp 03 lần trong 5 năm qua và tăng trưởng bình quân hàng năm đạt 26,5%. Hàng không Việt Nam đã mở 34 đường bay quốc tế trực tiếp và 3 đường bay gián tiếp tới 23 điểm quốc tế và cũng khai thác 24 đường bay trong nước tới 16 thành phố, thị xã trên khắp lãnh thổ Việt Nam.

Số lượt hành khách nội địa thông qua các cảng hàng không tăng nhanh trong 5 năm qua. Trong tổng số 11,6 triệu lượt hành khách năm 2007, cảng hàng không Nội Bài chiếm gần 3,4 triệu, cảng hàng không Tân Sơn Nhất chiếm 4,6 triệu và cảng hàng không Đà Nẵng là khoảng 1,41 triệu.

Ngành hàng không dân dụng Việt Nam (Vietnam Airlines) được coi là ngành đổi mới nhanh nhất trong ngành vận tải hàng hóa, hành khách nói chung và khách du lịch nói riêng. Trong một thời gian ngắn Vietnam Airlines đã thay đổi hàng loạt máy bay hiện đại có chất lượng cao như A300, A320, Boeing 767, ATR 72..., đổi mới và không ngừng nâng cao chất lượng của đội bay và đội ngũ tiếp viên hàng không, đảm bảo các chuyến bay quốc tế và nội địa được thông suốt và an toàn. Mở rộng và khai thác nhiều tuyến bay mới (cả quốc tế và nội địa). Sự đổi mới nhanh chóng của ngành hàng không Việt Nam đã góp phần đáng kể vào sự nghiệp phát triển kinh tế của đất nước nói chung và của ngành du lịch nói riêng.

Nhìn chung, điều kiện giao thông của Việt Nam những năm qua được cải thiện rõ rệt cả về hạ tầng và phương tiện, đặc biệt là nâng cấp, mở rộng các sân bay, máy bay, hệ thống đường bộ. Bên cạnh đó giao thông đường thủy (sông và biển) và đường sắt không tiến bộ theo kịp yêu cầu du lịch. Cho đến nay chưa có cảng du lịch thực thụ, các dịch vụ phục vụ tại cảng, điểm dừng nghỉ, các biển báo và dịch vụ trên phương tiện rất đơn sơ, nghèo nàn. Để phát triển đáp ứng yêu cầu du lịch thì lĩnh vực dịch vụ gắn với giao thông cần được coi trọng hàng đầu.

Điều chỉnh Chiến lược phát triển giao thông vận tải đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được xây dựng trên cơ sở 2 kịch bản tăng trưởng kinh tế: (i) kịch bản 1 có mức tăng trưởng GDP giai đoạn 2010 - 2020 là 8% và (ii) kịch bản 2 là tốc độ tăng trưởng trong giai đoạn này đạt 10%. Theo các tính toán dự báo của Chiến lược, các chỉ tiêu phát triển giao thông vận tải cụ thể là: Ưu tiên xây dựng tuyến đường sắt cao tốc Bắc - Nam đạt tốc độ chạy tàu 350km/h; đưa năng lực khai thác cảng hàng không lên 3 – 3,5 lần vào năm 2020; đội tàu bay quốc gia có khoảng 140 – 150 chiếc; phát triển các tàu chở khách cao tốc ven biển và tàu khách du lịch (chi tiết xem các bảng 4; 5 và 6).

Bảng 4. Dự báo khối lượng vận chuyển hành khách của các phương thức vận tải
(Toàn ngành)

Đơn vị: Triệu người

Phương thức vận tải	2010		2020	
	Khối lượng	Tốc độ TT 2006-2010 (%)	Khối lượng	Tốc độ TT 2011-2020 (%)
Đường bộ	1854.4	10.94	6168.6	12.77
<i>Tỷ lệ đảm nhận (%)</i>	86.89		89.97	
Đường sắt	16.40	5.13	71.94	15.93
<i>Tỷ lệ đảm nhận (%)</i>	0.77		1.05	
Đường sông	239.52	7.18	533.40	8.34
<i>Tỷ lệ đảm nhận (%)</i>	11.22		7.78	
Đường biển	20.8	15.99	72.41	13.29
<i>Tỷ lệ đảm nhận (%)</i>	0.97		1.06	
Hàng không	3	124.17	10	12.79
<i>Tỷ lệ đảm nhận (%)</i>	0.14		0.15	
Tổng toàn ngành	2.134.12	10.46	6.856.33	12.38

Nguồn: Điều chỉnh Chiến lược phát triển giao thông vận tải đến năm 2020, tầm nhìn 2030

Bảng5. Dự báo khối lượng vận chuyển hành khách của các phương thức vận tải
(Chỉ tính vận tải quốc tế)

Đơn vị: Triệu người

Phương thức vận tải	2010		2020	
	Khối lượng	Tốc độ TT 2006-2010 (%)	Khối lượng	Tốc độ TT 2011-2020 (%)
Đường bộ	9.27	27.33	123.4	29.54
Tỷ lệ đảm nhận (%)	39.32		68.12	
Đường sắt	0.164	82.96	3.6	36.18
Tỷ lệ đảm nhận (%)	0.70		1.99	
Đường sông	0.17	27.38	1.07	20.33
Tỷ lệ đảm nhận (%)	0.71		0.59	
Đường biển	1.5		6	14.87
Tỷ lệ đảm nhận (%)	6.36		3.31	
Hàng không	12.48	14.72	47.07	14.20
Tỷ lệ đảm nhận (%)	52.92		25.99	
Tổng toàn ngành	23.58	20.96	181.10	22.61

Nguồn: Điều chỉnh Chiến lược phát triển giao thông vận tải đến năm 2020, tầm nhìn 2030

Bảng 6. Dự báo khối lượng vận chuyển hành khách của các phương thức vận tải
(Chỉ tính vận tải nội địa)

Đơn vị: Triệu người

Phương thức vận tải	2010		2020	
	Khối lượng	Tốc độ TT 2006-2010 (%)	Khối lượng	Tốc độ TT 2011-2020 (%)
Đường bộ	1845.13	10.88	6045.2	12.60
Tỷ lệ đảm nhận (%)	87.425		90.562	
Đường sắt	16.24	4.88	68.34	15.46
Tỷ lệ đảm nhận (%)	0.769		1.024	
Đường sông	239.35	6.93	532.3	8.32
Tỷ lệ đảm nhận (%)	11.341		7.975	
Đường biển	1.5		4.0	10.31
Tỷ lệ đảm nhận (%)	0.071		0.060	
Hàng không	8.32	17.47	25.34	11.78
Tỷ lệ đảm nhận (%)	0.39		0.38	
Tổng toàn ngành	2.110.54	10.37	6.675.2	12.20

Nguồn: Điều chỉnh Chiến lược phát triển giao thông vận tải đến năm 2020, tầm nhìn 2030

Bảng 7. Dự báo khối lượng luân chuyển hành khách của các phương thức vận tải
(Chỉ tính vận tải nội địa)

Đơn vị: Triệu người.km

Phương thức vận tải	2010		2020	
	Khối lượng	Tốc độ TT 2006-2010 (%)	Khối lượng	Tốc độ TT 2011-2020 (%)
Đường bộ	57199.58	9.44	165544.22	11.21
Tỷ lệ đảm nhận (%)	72.95		68.07	
Đường sắt	6542.79	7.31	32804.64	17.49
Tỷ lệ đảm nhận (%)	8.34		13.49	
Đường sông	5481.37	10.08	17039.39	12.01
Tỷ lệ đảm nhận (%)	6.99		7.01	
Đường biển	1950.00		4800.00	9.43
Tỷ lệ đảm nhận (%)	2.49		1.97	
Hàng không	7240.80	18.02	23026.50	12.26
Tỷ lệ đảm nhận (%)	9.23		9.47	
Tổng toàn ngành	78.414.55	10.51	243.214.75	11.98

Nguồn: Điều chỉnh Chiến lược phát triển giao thông vận tải đến năm 2020, tầm nhìn 2030.

Bên cạnh đó, Quy hoạch hệ thống cảng biển Việt Nam đến năm 2020 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại quyết định số 2190/QĐ-TTg ngày 24/12/2009 định hướng phát triển 6 cảng biển chuyên dùng cho khách du lịch quốc tế.

Với thực trạng vận chuyển khách du lịch hiện nay, cũng như dự báo nhu cầu những năm 2020, các chỉ tiêu phát triển về giao thông vận tải nêu trên hoàn toàn có thể đáp ứng. Đây là cơ sở quan trọng để xác định các tuyến du lịch quốc gia.

2.2. Hệ thống cấp điện và cấp, thoát nước:

Trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm, Chính phủ Việt Nam nhằm vào sử dụng dài hơn tiềm năng thủy điện, khí đốt và than để tạo cân bằng cung cấp điện năng và mạng lưới phân phối. Tiêu thụ điện năng hiện nay ở Việt Nam là 230 kwh/người. Năng lực của hệ thống chuyển tải điện cũng thấp, sự phân phối điện thiên về các trung tâm đô thị, 50% cư dân nông thôn chưa có điện. Mục tiêu sẽ đạt 70 tỷ kwh vào năm 2010 và 167 tỷ kwh vào năm 2020 như vậy có thể đạt 1.300-1.900 kwh trên đầu người vào năm 2020.

Sự thiếu hiệu quả của hệ thống phân phối điện hiện hành và thiếu công suất các nhà máy điện sẽ tiếp tục là những vấn đề trong phát triển du lịch. Các khách sạn chính ở Việt Nam đang có kinh nghiệm trường hợp mất điện và máy phát điện diesel dự phòng vẫn được xem là cần thiết đối với sự phát triển khách sạn và khu

ngiht ít nhất trong 5 năm tới. Việc cấp điện liên tục cho việc bảo vệ hệ thống máy tính và các trung tâm dữ liệu bảo quản các khu du lịch cần được quan tâm. Tiện nghi khẩn cấp và các hệ thống đèn đường ở các khách sạn và các khu nghỉ cũng là những cân nhắc quan trọng để đảm bảo an toàn cho du khách.

Chiến lược cấp nước đô thị Việt Nam đang phấn đấu đạt các tiêu chuẩn cấp nước bình quân quốc tế bằng cách cấp đủ nước sinh hoạt cho toàn bộ các khu vực đô thị và khu công nghiệp cho 80 đến 85% dân số (tăng từ 65 đến 70% trong năm 2000) vào năm 2010. Trong thập kỷ qua, Việt Nam đã tập trung vào việc cung cấp nước sạch cho dân chúng theo nguyên tắc dùng vốn vay quốc tế. Tuy nhiên, các dự án đầu tư chủ yếu trong lĩnh vực xử lý nước, trong đó có phần nhỏ dành cho mạng lưới phân phối.

Hiện có khoảng 200 nhà máy xử lý nước với tổng công suất xử lý là 2,7 triệu m³/ngày, tăng khoảng 40% so với công suất xử lý 1,9 triệu m³/ngày năm 1990. Tất cả các tỉnh, thành và khoảng 40 thị trấn huyện lỵ hiện đã được cấp nước. Hiện có khoảng 50 dự án xử lý nước đang triển khai sử dụng kinh phí từ các nguồn tài trợ với tổng vốn đầu tư khoảng 1 tỷ USD. Việc thiếu cấp nước uống đáng tin cậy có thể là cản trở chính đối với sự phát triển du lịch, việc phát triển các khách sạn và các khu nghỉ mới nên có những hệ thống xử lý nước riêng căn cứ vào tiêu chuẩn của Tổ chức Y tế thế giới (WHO).

Về thoát nước, các dự án đầu tư hiện đang tập trung vào thu nước thải và đường ống. Các dự án đầu tư chính về thoát nước chậm so với các dự án cấp nước khoảng 7 năm, các dự án đầu tư thoát nước hiện đang trong quá trình thực hiện ở Hải Phòng, Hà Nội, Hạ Long và Đà Nẵng. Các dự án tương tự được đặt kế hoạch cho TP. Hồ Chí Minh và Huế với tổng mức đầu tư theo kế hoạch chiếm khoảng 30% các dự án cấp nước.

Sự ô nhiễm nước mặt xảy ra thông thường, đặc biệt trong mùa mưa khi mở hệ thống cống chung hiện có làm ngập và cống chưa xử lý trộn với nước mưa tháo ra. Hiện chưa có phương tiện xử lý nước thải, tuy nhiên có kế hoạch xây dựng các nhà máy xử lý nước thải ở Hà Nội trong 5 năm tới, ở một vài khu đô thị du lịch như Cửa Lò, Sầm Sơn, Nha Trang... đã xây dựng kế hoạch cho các hệ thống thoát nước để thực hiện trong 5 năm tới.

Quản lý nước thải là cốt lõi đối với sự phát triển bền vững tài nguyên du lịch Việt Nam, đặc biệt ở các khu vực đồi núi hoặc duyên hải nhạy cảm về môi trường. Việc phát triển các khu du lịch mới phải xem xét đến chất thải lỏng nguy hiểm như các sản phẩm thải của dầu mỏ (dầu nhờn, dầu bẩn) và các Hydrocacbon nhẹ (sơn mỏng).

Hiện có 49% chất thải rắn thải ra ở 4 thành phố chính với sự thu gom có hiệu quả ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh đạt mức 50%, tương lai sẽ ở mức 80%. Rác đường phố và từ khu dân cư đã được thu gom, nhưng hiện chưa có biện pháp tách chất thải và tái chế. Không có biện pháp lấp đất kỹ thuật. Hiện tại tất cả các bãi đổ rác thải ra trong điều kiện lấp đất không được quản lý.

Nhìn chung hệ thống cấp điện, cấp và thoát nước của Việt Nam đang trong giai đoạn đầu phát triển đuổi theo nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội trong đó đáp ứng yêu cầu du lịch đòi hỏi cao hơn do vậy là thách thức lớn. Cấp điện thiếu vào các mùa cao điểm, không ổn định và thiếu an toàn. Cấp nước chưa đầy đủ, chưa phủ khắp các địa bàn, đặc biệt các vùng sâu, vùng xa, hải đảo. Xử lý nước thải, chất thải và thoát nước chưa được quy hoạch và được giám sát đúng mức nên xảy ra tình trạng ô nhiễm cục bộ. Đối với phát triển du lịch các điều kiện về hệ thống cấp điện, cấp nước, thoát nước và xử lý chất thải, nước thải cần đầu tư tương xứng để đổi mới cả công nghệ và phủ kín các địa bàn phát triển.

2.3. Hệ thống thông tin, truyền thông:

Hệ thống thông tin viễn thông ở Việt Nam những năm qua có bước phát triển vượt bậc cả về hạ tầng viễn thông, phương tiện và dịch vụ đi kèm. Từ chỗ cả nước có 3,3 triệu máy điện thoại năm 2000, tương đương với 4,2 máy/100 dân, đến hết tháng 5 năm 2008, mật độ điện thoại trung bình của cả nước đạt 67 máy/100 dân với tổng số 58 triệu thuê bao trên toàn mạng. Toàn quốc có gần 6 triệu thuê bao Internet quy đổi với gần 19,5 triệu người sử dụng Internet, đạt tỷ lệ 23% dân số sử dụng Internet.

Hạ tầng và công nghệ viễn thông được đầu tư tiến kịp với khu vực và quốc tế với hệ thống cáp quang, truyền hình cáp với trên 100 kênh, mỗi tỉnh đều có kênh truyền hình tỉnh, truyền số liệu công nghệ 3G và sự tham gia của Vệ tinh VINASAT từ năm 2008 có thể nói hệ thống thông tin, truyền thông của Việt Nam đạt trình độ phát triển trong khu vực.

Tuy nhiên về các dịch vụ thông tin, viễn thông phục vụ dân sinh nói chung và phục vụ du lịch nói riêng vẫn chưa đảm bảo sức cạnh tranh so với khu vực thể hiện ở giá dịch vụ và chất lượng dịch vụ cũng như nội dung, chất lượng thông tin liên quan đến phục vụ khách du lịch.

2.4. Hệ thống dân cư đô thị:

Hệ thống đô thị có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế dịch vụ nói chung và du lịch nói riêng. Hiện nay các trung tâm du lịch ở Việt Nam đều là đô

thị trung tâm quốc gia và vùng như Hà Nội, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ...

Sự gia tăng đô thị hóa những năm gần đây tạo sức ép về sinh hoạt, giá cả, việc làm và giao thông đô thị. Một mặt dân số đô thị tăng lên nhanh chóng góp phần quan trọng vào hoạt động dịch vụ ở các đô thị lớn trong đó có đội ngũ lao động phục vụ du lịch. Hoạt động dịch vụ du lịch ở trung tâm đô thị trở thành hình mẫu cho các địa phương khác học tập. Mặt khác cũng do sức ép đô thị cùng với thu nhập tăng lên, dân cư tại các đô thị lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh... có thu nhập trung bình khá trở lên có nhu cầu đi du lịch ngày càng nhiều. Ước tính 30-35% dân số ở 2 thành phố lớn thực hiện ít nhất 1 chuyến du lịch trong năm.

Với dân số trên 86 triệu dân, trong đó trên 26% sống tại các đô thị, trong xu hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đi liền với đô thị hóa thì dân số thành thị tiếp tục tăng, phần đông có thu nhập trung bình khá trở lên và hình thành lực lượng nòng cốt phát triển kinh tế dịch vụ đô thị trong đó có du lịch và trở thành tầng lớp tiên phong tiêu dùng dịch vụ và đi du lịch.

2.5. Hệ thống cơ sở hạ tầng xã hội:

a) Các công trình thể thao:

Hiện nay các công trình thể thao hiện đã được đầu tư tương đối rộng khắp. Các công trình liên hợp thể thao lớn có ở Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng. Phần lớn các địa phương đều có sân vận động và các nhà thi đấu, tuy nhiên chất lượng và quy mô còn khác nhau. Ở quy mô nhỏ hơn có các sân chơi thể thao quần chúng được khai thác tương đối quy củ ở các thành phố lớn.

Một số ngành cũng có các cơ sở thể thao phục vụ cán bộ công nhân viên cũng như làm dịch vụ. Một số đơn vị quân đội, công an cũng có các cơ sở thể dục thể thao quy mô lớn, đặc biệt là tại các quân khu.

Hệ thống các công trình thể thao từng bước được đầu tư phát triển phủ khắp các địa bàn. Các công trình có sức chứa lớn như Khu Liên hợp Thể thao Mỹ Đình (Hà Nội), Sân vận động Thiên Trường (Nam Định), Nhà thi đấu đa năng Vĩnh Phúc, Hải Dương, cung thể thao Tiên Sơn (Đà Nẵng)... và các công trình khác tuy chưa đủ năng lực và tính đồng bộ để tạo điểm nhấn thu hút các sự kiện thể thao lớn tầm quốc tế nhưng có thể đăng cai các sự kiện khu vực như SEA Games 22 năm 2003, AFF Cup... Sự tham gia của các công trình thể thao góp phần quan trọng cho thúc đẩy du lịch MICE đồng thời tạo hình ảnh cho Việt Nam.

b) Các công trình văn hoá:

Các công trình văn hóa có tầm cỡ mới thấy ở các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Các nhà hát thu hút nhiều khách du lịch đặc biệt là khách quốc tế như rạp múa rối nước Thăng Long. Các loại hình nghệ thuật truyền thống vốn có sức hấp dẫn du lịch cao, tuy nhiên chưa được quan tâm đầu tư phục vụ khai thác phát triển du lịch.

Các bảo tàng quan trọng đối với du lịch hiện nay là: Bảo tàng cách mạng, Bảo tàng Hồ Chí Minh, Bảo tàng Lịch sử Quân đội, Bảo tàng Lịch sử, Bảo tàng Dân tộc học, Bảo tàng Mỹ Thuật (Hà Nội), Bảo tàng Thành phố Hồ Chí Minh (Thành phố Hồ Chí Minh) và Bảo tàng Chăm (Đà Nẵng).

Các địa phương đều có bảo tàng tỉnh, tuy nhiên số lượng và chất lượng hiện vật còn yếu, đặc biệt công tác chuyên môn như giới thiệu, trình bày, thuyết minh, diễn giải và bảo trì, duy tu còn nhiều bất cập. Các công trình khác như thư viện, các viện nghiên cứu còn chưa được quan tâm đầu tư phục vụ phát triển du lịch.

Nhìn chung các công trình văn hóa của Việt Nam có bề dày lịch sử nhưng có quy mô, tầm cỡ nhỏ chưa tạo được điểm nhấn, sức thu hút mạnh đối với khách du lịch. Các hoạt động thưởng thức văn hóa nghệ thuật phục vụ khách du lịch còn rất thưa thớt và chưa có dấu ấn mạnh ngoại trừ múa rối nước Thăng Long.

c) Các công trình vui chơi giải trí:

Các khu vui chơi giải trí hiện nay tập trung chủ yếu ở các đô thị lớn, chủ yếu là Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương. Các khu vui chơi giải trí này chủ yếu thu hút khách du lịch nội địa.

Các khu vui chơi giải trí tại các khu resort ven biển cũng thu hút được đáng kể khách quốc tế, tuy nhiên thị trường khách nội địa vẫn là đối tượng chính, do nhiều nguyên nhân khác nhau.

Hiện nay tại các trung tâm thương mại lớn cũng xuất hiện các khu vui chơi giải trí phục vụ nhiều lứa tuổi, đặc biệt là trẻ em. Tuy nhiên thị trường chính vẫn là khách nội địa. Các khu giải trí thể thao gắn với du lịch như sân Golf gần đây được phát triển. Nhưng nhìn chung các loại hình dịch vụ giải trí còn rất đơn sơ, nghèo nàn chưa thu hút được khách quốc tế.

d) Các cơ sở dịch vụ xã hội khác:

Các cơ sở dịch vụ xã hội khác như ngân hàng, bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe... những năm gần đây được mở rộng phát triển phục vụ khách du lịch. Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ và mức độ sẵn sàng, chu đáo và đặc biệt giao tiếp ngôn ngữ với khách quốc tế hạn chế vì vậy chưa đáp ứng được nhu cầu của khách tại điểm đến.

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

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đã được trình bày kỹ trong nội dung đánh giá tình hình thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt nam giai đoạn 2001-2010. Do vậy phần nội dung này chỉ điểm lại những nét khái quát mang tính tổng hợp các nguồn lực cho phát triển du lịch.

3.1. Cơ sở lưu trú du lịch:

Hệ thống khách sạn, nhà nghỉ, nhà trọ, bungalow được đầu tư phát triển ở khắp mọi nơi, đặc biệt là khách sạn tại đô thị, các khu điểm du lịch, resorts ven biển và các khu nghỉ dưỡng trên núi. Các cơ sở lưu trú du lịch phần lớn có quy mô nhỏ. Nhiều khách sạn, resorts mới đầu tư những năm gần đây có chất lượng cao đáp ứng yêu cầu tiêu chuẩn quốc tế. Hiện tại cả nước có trên 237.000 buồng khách sạn với trên 12.000 cơ sở lưu trú các loại. Với hệ thống cơ sở lưu trú có tốc độ tăng trưởng như hiện nay hoàn toàn đáp ứng nhu cầu du lịch gia tăng trong thời gian tới. Hệ thống khách sạn cao sao và các khu resorts sang trọng có xu hướng tăng tỷ trọng góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho ngành phục vụ lưu trú.

3.2. Nhà hàng ăn uống du lịch:

Với thế mạnh về ẩm thực, hệ thống nhà hàng phục vụ du lịch nói riêng và phục vụ dân cư nói chung phát triển nở rộ những năm gần đây. Các loại nhà hàng với nhiều phong cách phục vụ nhiều chủng loại các món ăn Âu, Á rất phong phú được mở ra. Đặc biệt phong cách phục vụ và hình thức bày trí món ăn cũng như các dịch vụ văn hóa ẩm thực khác như nghệ thuật dân gian được lồng ghép trong các bữa ăn tạo giá trị trải nghiệm đặc sắc cho khách du lịch.

3.3. Cơ sở dịch vụ lữ hành, cung cấp thông tin, tư vấn du lịch:

Hệ thống các công ty lữ hành, văn phòng du lịch xuất hiện ở khắp mọi nơi, tập trung nhiều ở các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh. Các đại lý du lịch đóng vai trò rất quan trọng trong việc cung cấp thông tin, tư vấn và quảng bá du lịch thông qua chức năng bán lẻ.

Các dịch vụ lữ hành cho tới nay chỉ cung cấp bởi các công ty lữ hành thông qua hệ thống văn phòng đại lý du lịch. Các điểm cung cấp thông tin du lịch miễn phí tại sân bay hoặc trung tâm du lịch lớn do Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch cung cấp. Tại khu, điểm du lịch hệ thống cung cấp thông tin du lịch, biển chỉ dẫn... ở hầu hết các địa phương còn rất thiếu thốn. Khách du lịch trong nước và quốc tế tìm kiếm thông tin chính xác về nơi ăn, nghỉ, giải trí, đi lại... rất khó khăn vì vậy thường khó lên kế hoạch, trả giá cao hơn thực tế và không thỏa mãn sự mong đợi.

3.4. Phương tiện vận chuyển khách du lịch và dịch vụ trên phương tiện:

Dịch vụ trên phương tiện du thuyền, đường sắt cũng được bổ sung những năm gần đây để phục vụ khách du lịch nhưng chưa phổ biến và chưa đủ tiện nghi đáp ứng nhu cầu của khách. Dịch vụ tại các trạm dừng nghỉ đường bộ còn thiếu thốn nhiều.

3.5. Cơ sở dịch vụ tại khu, điểm hấp dẫn du lịch:

Các dịch vụ phổ biến mới dừng ở dịch vụ hướng dẫn, thuyết minh, dẫn đường, bán hàng lưu niệm và một số dịch vụ cá nhân khác. Các dịch vụ bổ sung phục vụ các nhu cầu đa dạng của khách du lịch nhìn chung tại điểm đến còn rất nghèo nàn, đặc biệt chưa kết nối các mục đích du lịch của khách với mục đích tìm hiểu văn hóa, lối sống bản địa và các hoạt động thưởng thức văn hóa, nghệ thuật, hoạt động giao lưu khác.

4. Nguồn lực về lao động

Việt Nam là quốc gia đông dân trên thế giới. Dân số năm 2010 cả nước có 86.927.700 người, đứng thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á (sau Ấn Độ và Phi-líp-pin) và đứng thứ 13 trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng dân số cả nước trung bình hàng năm là 1,15% trong giai đoạn 2000 - 2009. Mật độ dân số trung bình năm 2010 là 263 người/km². Về cơ cấu dân số, trong tổng số 86.927.700 người thì nam giới chiếm 49,46% (tương đương 42.990.700 người), nữ giới chiếm 50,54% (tương đương 43.937.000 người). Phân theo dân số thành thị – nông thôn dân số sống ở thành thị là 26.224.400 người, chiếm 30,17%; và dân số sống ở nông thôn là 60.703.300 người, chiếm 69,83%.

Năm 2011, ước cả nước có khoảng 88 triệu dân. Trong tổng số dân, khoảng trên 60% là trong độ tuổi lao động. Đây là nguồn lực rất quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung và cho phát triển du lịch nói riêng.

Du lịch là ngành kinh tế dịch vụ, vì vậy nhu cầu về nhân lực là rất cần thiết. Theo kết quả điều tra khảo sát trên toàn quốc năm 2005, nhân lực ngành Du lịch có khoảng 875.128 người, trong đó 275.128 lao động trực tiếp và trên 600.000 lao động gián tiếp. Cộng số nhân lực tăng thêm trong năm 2006, 2007, 2008 từ báo cáo của các Sở quản lý du lịch, số liệu điều tra thống kê của các Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2009, kết hợp với tính toán kiểm định, nhân lực ngành Du lịch đến cuối năm 2009 khoảng 1.389.600 người (trong đó có 434.240 lao động trực tiếp và trên 955.350 lao động gián tiếp), chiếm khoảng 2,4% tổng số lao động cả nước. Ước năm 2010, tổng nhân lực của ngành du lịch là 1,5 triệu người, trong đó có 480.000

lao động trực tiếp. Số lượng nhân lực ngành du lịch những năm gần đây tăng trưởng mạnh, trong đó lao động gián tiếp có xu hướng tăng với quy mô lớn hơn, phản ánh vai trò của ngành du lịch và tính hiệu quả của việc xã hội hoá hoạt động du lịch.

Căn cứ Quy hoạch phát triển nhân lực Việt Nam giai đoạn 2011-2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, dự báo nhu cầu nguồn nhân lực du lịch đến năm 2020 là trên 4 triệu, trong đó khoảng 1,5 triệu là lao động trực tiếp. Nhu cầu này được phân bổ không đồng đều theo lãnh thổ mà sẽ tập trung ở các trọng điểm du lịch.

Kết quả điều tra dân số cho thấy ở những trọng điểm du lịch gắn với các đô thị lớn như Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng... tập trung dân số cao, các tỉnh vùng sâu vùng xa như Bắc Kạn, Lai Châu... dân số ít và mật độ thấp. Sự phân bố này khá phù hợp với nhu cầu nhân lực cho phát triển du lịch và đây là nguồn lực quan trọng cho phát triển du lịch thời gian qua và cho giai đoạn tới đến năm 2020.

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

1. Những cơ hội, thuận lợi

1.1. Thuận lợi:

a) Tài nguyên du lịch:

- Có thể nhận định, Việt Nam có hệ thống tài nguyên du lịch phong phú và khá hấp dẫn. Với diện tích phần đất liền trên 330.000 km² trải dọc nhiều vĩ tuyến Bắc-Nam với $\frac{3}{4}$ đồi núi, địa hình, khí hậu đa dạng tạo nên diện mạo hệ sinh thái vô cùng đa dạng và phong phú thể hiện qua những danh lam thắng cảnh như Hạ Long, Sapa, Phong Nha-Kẻ Bàng, Vân Phong.. có sức hút du lịch mạnh mẽ. Có thể nói, Việt Nam được xếp vào danh mục các quốc gia có sự đa dạng sinh học cao, giàu tài nguyên thiên nhiên là điều kiện tốt để phát triển du lịch.

- Với hơn 3.200 km bờ biển và trên 4.000 hòn đảo ven bờ và hệ thống quần đảo Hoàng Sa và Trường Sa; nhiều bãi biển như Sầm Sơn, Cửa Lò, Thiên Cầm, Non Nước, Mỹ Khê, Mũi Né, Vũng Tàu..., vịnh đẹp và nổi tiếng như Hạ Long, Nha Trang, Xuân Đài, cùng với các đảo gần bờ như Cát Bà, Cù Lao Chàm, Lý Sơn, Phú Quý, Côn Đảo, Phú Quốc... là thế mạnh nổi trội của Việt Nam đối với phát triển du lịch biển đảo.

- Với bề dày truyền thống văn hóa hàng nghìn năm lịch sử của 54 dân tộc sinh sống trải dài từ Bắc chí Nam; nền văn hóa lúa nước với bản sắc đậm đà thể

hiện qua lối sống, tôn giáo, văn hóa dân gian, lễ hội, ẩm thực Việt Nam và đặc biệt là các di sản văn hóa vật thể và phi vật thể như Hoàng Thành Thăng Long, Thành Nhà Hồ, Cố đô Huế, Hội An, Mỹ Sơn, Nhã nhạc cung đình Huế, Không gian văn hóa Cồng Chiêng Tây Nguyên, Ca trù, hát Xoan... là những điểm sáng, điều kiện rất thuận lợi về tài nguyên du lịch nhân văn.

- Những chiến công hiển hách qua các thời kỳ lịch sử gắn liền với những danh nhân thế giới, anh hùng dân tộc như Trần Hưng Đạo, Nguyễn Trãi, Lê Lợi, Quang Trung, Hồ Chí Minh... là những thiên anh hùng ca tạo nên những hấp dẫn cuốn hút du khách tìm hiểu và nghiên cứu.

b) Nguồn lực cho phát triển du lịch:

- Những tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn kể trên qua bàn tay và khối óc của con người nhào nặn trở thành nguồn lực cơ bản hình thành các sản phẩm du lịch. Về tiềm năng Việt Nam có thể phát triển một hệ thống sản phẩm du lịch vô cùng phong phú và hấp dẫn.

- Nguồn lực quan trọng là điểm mạnh đáng quan tâm đó là nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch. Với dân số hơn 86 triệu, phần đông ở độ tuổi lao động sung sức và dân số trẻ chiếm đa số, Việt Nam có thể mạnh nổi trội về thị trường lao động nói chung và đối với phát triển du lịch nói riêng. Người Việt Nam có truyền thống lao động cần cù, chăm chỉ, khéo léo, nhanh nhạy tiếp thu yếu tố mới và đặc biệt có tinh thần thân ái, nhiệt tình, mến khách và sẵn sàng làm việc mọi lúc mọi nơi với mức lương so sánh tương đối thấp so với khu vực. Đây là thế mạnh đối với phát triển dịch vụ du lịch.

c) Chính sách phát triển du lịch:

- Sự quan tâm của Đảng và Nhà nước đối với phát triển du lịch thể hiện qua các Nghị quyết các kỳ Đại hội đảng lần thứ VII, VIII, IX, X và XI, Chỉ thị của Ban Bí thư, Nghị quyết của Thủ tướng Chính phủ. Qua đó du lịch được nhận thức đúng hơn với vai trò là ngành kinh tế quan trọng của đất nước. Đặc biệt từ khi Luật Du lịch ra đời.

- Sự ổn định chính trị và chính sách ngoại giao cởi mở làm bạn với các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới cùng với sự nhận thức đúng đắn, sự quan tâm của Đảng và Nhà nước là những yếu tố rất thuận lợi mở đường cho du lịch phát triển.

d) Kinh nghiệm phát triển du lịch:

- Với xuất phát điểm thấp, du lịch Việt Nam trong 2 thập kỷ qua đã vượt qua mọi khó khăn về nguồn vốn, công nghệ để hội nhập và phát triển. Đây là những

bài học tốt trở thành nguồn lực mềm tạo đà phát triển du lịch cho giai đoạn tới. Tiếp tục phát huy xu hướng thu hút lượng khách du lịch đến Việt Nam tăng trưởng nhanh và liên tục (5 triệu lượt khách quốc tế và 28 triệu lượt khách nội địa, thu nhập đạt trên 98 nghìn tỷ đồng năm 2010). Đây là động lực quan trọng để du lịch Việt Nam tiếp tục tăng trưởng.

- Những kinh nghiệm được đúc rút trong quản lý, vượt qua khó khăn, thách thức trong điều kiện thiếu vốn, công nghệ, cạnh tranh gay gắt, bối cảnh hội nhập quốc tế có nhiều biến động khó lường và quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường trở thành bài học sống cho giai đoạn phát triển mới. Quá trình phát triển và hợp tác quốc tế về du lịch trong khu vực và với các tổ chức quốc tế, du lịch Việt Nam đã đạt được những kinh nghiệm quý báu tạo đà cho sức bật mới, đã rút dần khoảng cách giữa các nước phát triển du lịch trong khu vực. Tốc độ tăng trưởng lượng khách quốc tế đến tăng nhanh hơn so với các nước trong khu vực.

- Những thành tựu phát triển du lịch giai đoạn trước về đầu tư cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, nguồn nhân lực du lịch, hợp tác quốc tế và những ấn tượng, hình ảnh về du lịch Việt Nam tích lũy qua cố gắng nhiều năm xúc tiến quảng bá du lịch cũng như những cảm nhận của du khách khi đến du lịch Việt Nam đã và đang tạo sức mạnh tăng trưởng cho giai đoạn tới.

- Đầu tư của giai đoạn trước nay mới phát huy hiệu quả. Giai đoạn vừa qua kết cấu hạ tầng du lịch được quan tâm hỗ trợ đầu tư của Nhà nước và thu hút được các thành phần kinh tế tham gia đầu tư. Nhiều công trình giao thông, sân bay được cải tạo và đầu tư mới; cơ sở vật chất các khu du lịch được đầu tư, nâng cấp từng bước tạo điều kiện mở đường cho hoạt động du lịch. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch phát triển nhanh, chất lượng được nâng lên một bước; nhiều khu du lịch, resorts, khu giải trí, khách sạn cao cấp đạt trình độ quốc tế đã hình thành. Nguồn nhân lực du lịch cũng được đầu tư thích đáng, đến nay đã có 11 trường cao đẳng, trung cấp chuyên về du lịch do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trực tiếp quản lý và trên 60 trường đại học, cao đẳng, trung cấp có tham gia đào tạo du lịch. Hệ thống chương trình, giáo trình đào tạo từng bước hoàn thiện nhờ sự đầu tư của Nhà nước và hỗ trợ của quốc tế thông qua dự án Luxembourg, dự án EU. Hoạt động thẩm định và chứng nhận kỹ năng nghề đã hình thành thông qua Hội đồng cấp chứng chỉ VTCB nhờ vậy chất lượng nguồn nhân lực được đánh giá bài bản hơn.

1.2. Cơ hội phát triển:

- Diễn biến kinh tế, chính trị, an ninh thế giới có tác động mạnh hơn khi Việt Nam hội nhập ngày càng sâu và toàn diện. Việt Nam đã gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Toàn cầu hóa là một xu thế khách quan, lôi cuốn các nước, các vùng lãnh thổ vừa thúc đẩy hợp tác, vừa tăng sức ép cạnh tranh và tính phụ thuộc lẫn nhau. Quan hệ song phương, đa phương ngày càng được mở rộng trong các hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường và những vấn đề chung hướng tới mục tiêu thiên niên kỷ. Các mối quan hệ Á-Âu, Mỹ-Châu Á, Nhật Bản-ASEAN và các nền kinh tế trong APEC ngày càng phát triển theo chiều hướng tích cực. Xu hướng hình thành Cộng đồng ASEAN vào năm 2015 mang lại những cơ hội lớn trong hợp tác phát triển du lịch khu vực.

- Quan hệ ngoại giao tích cực của Việt Nam với thế giới đang mở ra cơ hội thu hút đầu tư vốn và công nghệ vào Việt Nam nói chung và đầu tư du lịch nói riêng. Các nền kinh tế lớn, các tổ chức quốc tế đang tích cực hỗ trợ Việt Nam trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế sang cơ chế thị trường, trong đó dòng đầu tư FDI và ODA cho phát triển du lịch ngày một tăng.

- Châu Á-Thái Bình Dương vẫn là khu vực phát triển năng động và thu hút du lịch. Hợp tác trong khối ASEAN ngày càng tăng cường về chiều sâu. Hiệp hội du lịch Châu Á-Thái Bình Dương (PATA) hoạt động ngày càng có tiêu điểm hơn. Việt Nam đang trở thành quốc gia, điểm đến, thị trường mới nổi với những lợi thế nhất định trong hợp tác song phương và đa phương. Các dòng di chuyển vốn đầu tư và luồng khách du lịch đang có xu hướng dịch chuyển mạnh tới khu vực Châu Á-Thái Bình Dương trong đó Việt Nam được hình tượng như “ngôi sao” đang lên.

- Xu hướng phát triển của nền kinh tế tri thức, khoa học công nghệ được ứng dụng ngày càng có hiệu quả và có sức lan tỏa vô cùng nhanh và rộng. Kinh nghiệm quản lý tiên tiến, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao làm thay đổi căn bản phương thức quan hệ kinh tế, đặc biệt công nghệ thông tin truyền thông được ứng dụng mạnh trong hoạt động du lịch. Việt Nam có cơ hội đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng khi bắt kịp xu hướng và nhanh chóng tiếp thu công nghệ mới ứng dụng trong phát triển du lịch.

- Du lịch đã là một xu hướng phổ biến trên toàn cầu, du lịch quốc tế liên tục tăng trưởng; du lịch nội địa chiếm tỷ trọng lớn; du lịch khoảng cách xa có xu hướng tăng nhanh. Du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế dịch vụ phát triển nhanh nhất và lớn nhất trên bình diện thế giới, góp phần vào sự phát triển và thịnh vượng của các quốc gia. Đặc biệt các nước đang phát triển, vùng sâu, vùng xa coi

phát triển du lịch là công cụ xoá đói, giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế. Đây là cơ hội to lớn về xu thế thời đại mà Việt Nam có thể tận dụng để phát triển các loại hình du lịch mới, đa dạng tận dụng lợi thế về tài nguyên du lịch để nhanh chóng đạt mục tiêu phát triển, đặc biệt xu hướng du lịch cộng đồng đang nổi lên là cơ hội thúc đẩy phát triển kinh tế cho các vùng nghèo và quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

- Việt Nam về vị trí địa lý gần với thị trường khổng lồ Trung Quốc và các nước Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc) với trên 1,5 tỷ người tiêu dùng du lịch có thu nhập cao và đang tăng mạnh. Cơ hội thu hút một phần thị trường khách du lịch đến từ các quốc gia này mở ra cho du lịch Việt Nam một chân trời rộng lớn.

2. Những khó khăn thách thức

2.1. Khó khăn trong phát triển:

a) Quản lý khai thác tài nguyên du lịch:

- Mặc dù Việt Nam sở hữu nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phong phú và đa dạng nhưng cho tới nay chưa khai thác tương xứng với tiềm năng đó, thể hiện hệ thống sản phẩm du lịch vẫn còn nghèo nàn, đơn điệu và trùng lặp.

- Cho đến nay tài nguyên du lịch cả tự nhiên và nhân văn chưa được thống kê, đánh giá, phân loại và xếp hạng để quản lý khai thác một cách bền vững, hiệu quả. Dẫn tới tài nguyên du lịch thì nhiều nhưng khai thác bừa bãi, mới dừng ở bề nổi, khai thác cái sẵn có, chưa phát huy giá trị của tài nguyên.

- Sự khai thác bừa bãi, cạn kiệt tài nguyên du lịch gắn với quá trình cạnh tranh và trách nhiệm của các bên không rõ ràng dẫn tới nguy cơ suy thoái nhanh giá trị của tài nguyên. Sự xung đột về lợi ích kinh tế giữa các chủ thể kinh tế và các ngành, tầm nhìn ngắn hạn và hạn chế về công nghệ dẫn tới một số tài nguyên du lịch bị tàn phá, sử dụng sai mục đích...tác động tiêu cực tới phát triển du lịch bền vững.

b) Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch:

- Hệ thống cơ sở hạ tầng tiếp cận điểm đến còn nghèo nàn, thiếu đồng bộ. Hiện tại trong số ít các sân bay quốc tế chỉ có Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh là 2 cửa ngõ chính đón khách quốc tế bằng đường không; chưa có cảng biển đáp ứng yêu cầu đón tàu du lịch; hệ thống đường bộ, đường sắt, đường sông đến các điểm du lịch chưa đồng bộ và chất lượng thấp, chưa kết nối thành mạng lưới. Vì vậy những trở ngại về cơ sở hạ tầng tiếp tục là điểm yếu cần đầu tư dài hơi.

- Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở lưu trú và dịch vụ du lịch phát triển nhanh nhưng nhìn chung tầm cỡ quy mô, tính chất tiện nghi và phong cách sản

phẩm du lịch còn nhỏ lẻ, chưa đồng bộ, vận hành chưa chuyên nghiệp do vậy chưa hình thành được hệ thống các khu du lịch quốc gia với thương hiệu nổi bật.

c) Nguồn nhân lực du lịch:

- Đây cũng vẫn là điểm yếu. Mặc dù có nhiều cố gắng trong công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch thời gian qua nhưng so với yêu cầu về tính chuyên nghiệp của ngành dịch vụ hiện đại và hội nhập, toàn cầu hóa thì nhân lực du lịch chưa đáp ứng kịp về kỹ năng chuyên nghiệp, hội nhập, liên kết toàn cầu.

- Lực lượng lao động du lịch tuy đông đảo nhưng tỷ lệ được đào tạo bài bản chuyên nghiệp du lịch thấp, hơn nữa chất lượng đào tạo du lịch vẫn còn nhiều hạn chế, chưa thích ứng kịp với xu hướng hội nhập, cạnh tranh toàn cầu.

- Đánh giá mặt bằng chung chất lượng nhân lực du lịch vẫn chưa đáp ứng yêu cầu đòi hỏi về tính chuyên nghiệp, kỹ năng quản lý, giao tiếp và chất lượng phục vụ. Ngành du lịch thực sự thiếu đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp du lịch kiểu mẫu của thời đại với yêu cầu cạnh tranh và hội nhập cao. Đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp với nhiều loại hình du lịch và ứng với các ngôn ngữ thuộc thị trường mục tiêu vẫn chưa sẵn sàng đầy đủ.

d) Phát triển sản phẩm và thị trường:

- Sản phẩm du lịch chậm đổi mới; phần lớn các doanh nghiệp du lịch có quy mô vừa và nhỏ, thiếu vốn, công nghệ nên khai thác những tài nguyên có sẵn hoặc sao chép để hình thành sản phẩm du lịch. Vì vậy tính chất độc đáo, giá trị nguyên bản và ý tưởng của sản phẩm du lịch rất nghèo nàn và trùng lặp giữa các vùng miền. Quá trình phát triển sản phẩm chưa được nghiên cứu bài bản vì vậy chất lượng và giá trị hàm chứa trong sản phẩm thấp. Sự nghèo nàn, ít sáng tạo, thiếu tính độc đáo, đặc sắc; thiếu đồng bộ và thiếu liên kết là thuộc tính phổ biến của sản phẩm du lịch hiện nay và là điểm yếu chính của du lịch Việt Nam. Kết quả là sản phẩm, dịch vụ du lịch có hàm lượng giá trị gia tăng thấp, sản phẩm trùng lặp, suy thoái nhanh.

- Sự hạn chế, yếu kém trong nghiên cứu thị trường du lịch cả ở tầm vĩ mô và ở cấp doanh nghiệp. Việc nghiên cứu phân đoạn thị trường để xác định thị trường mục tiêu chưa thực sự đi trước một bước và thường thụ động. Kết quả nghiên cứu thị trường chưa được ứng dụng triệt để, dẫn tới các chính sách thị trường mang tính chất cảm tính, thiếu cơ sở và thông tin không chính xác, biểu hiện là đầu tư theo số đông và cạnh tranh trên thị trường không lành mạnh.

- Xúc tiến quảng bá du lịch chưa chuyên nghiệp, chưa bài bản, chưa hiệu quả; mới dừng ở quảng bá hình ảnh chung, chưa tạo được tiếng vang và sức hấp dẫn đặc thù cho từng sản phẩm, thương hiệu du lịch. Một số địa danh du lịch được quốc tế biết đến như Hạ Long, Sapa, Hà Nội, Huế, Hội An, Đà Lạt, Sài Gòn (Thành phố Hồ Chí Minh) nhưng hình ảnh vẫn chưa đậm nét.

đ) Vốn và công nghệ:

- Nhu cầu đầu tư vào du lịch là rất lớn trong khi đó nguồn lực về vốn và công nghệ của du lịch Việt Nam còn rất hạn chế. Thị trường vốn của Việt Nam mới được hình thành nhưng tiềm lực còn yếu và vì vậy chưa ổn định và chưa phát huy được vai trò điều tiết.

- Các dòng đầu tư FDI trong du lịch chiếm tỷ trọng lớn tuy vậy chỉ tập trung vào lĩnh vực bất động sản du lịch; nhiều dự án FDI có tình trạng treo do thiếu điều kiện liên quan như cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực và chính sách hỗ trợ.

- Sự tự lực cánh sinh về công nghệ, kỹ thuật và nguồn nhân lực bậc cao của Việt Nam còn rất hạn chế và phụ thuộc vào phía đối tác liên doanh liên kết bên ngoài.

e) Quản lý du lịch và vai trò của Nhà nước:

- Công tác quản lý nhà nước về du lịch chậm được đổi mới; Luật du lịch và các luật, pháp lệnh liên quan, hệ thống văn bản pháp quy hướng dẫn thi hành còn thiếu đồng bộ và chưa huy động được các nguồn lực cho phát triển du lịch. Nhiều chính sách còn chồng chéo, bó chân lẫn nhau. Hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật chuyên ngành chưa được hình thành và hợp chuẩn khu vực và quốc tế; thủ tục hành chính còn rườm rà và chậm đặc biệt là thủ tục thị thực xuất nhập cảnh và quy trình quản lý chất lượng dịch vụ còn nhiều yếu kém;

- Tổ chức bộ máy của ngành có nhiều thay đổi, chưa thực sự ổn định để phát huy hiệu lực, hiệu quả; quản lý liên ngành, liên vùng rất yếu. Công tác quản lý và thực hiện quy hoạch du lịch còn nhiều bất cập, hiệu quả chưa được như mong muốn.

- Công tác quản lý đảm bảo phát triển bền vững, an ninh, an toàn, văn minh du lịch còn thiếu kinh nghiệm và chưa có tầm nhìn dài hạn nên kém hiệu quả và thiếu tính bền vững; quản lý bảo tồn và phát huy giá trị di sản, bảo vệ môi trường chưa đáp ứng yêu cầu.

- Nhận thức về du lịch cả ở cấp quản lý nhà nước, quản lý kinh doanh và trong nhân dân còn thấp, chưa đầy đủ và đồng bộ, tầm nhìn ngắn hạn trong tư duy

chịu tác động của nhóm lợi ích cục bộ do vậy vẫn còn khoảng cách xa so với yêu cầu phát triển.

2.2. Thách thức đối với sự phát triển:

- Du lịch Việt Nam sẽ chịu tác động mạnh mẽ của những bất ổn chính trị, xung đột, khủng bố, dịch bệnh, thiên tai, khủng hoảng kinh tế, tài chính tại ở các nước đối tác, các thị trường truyền thống. Khi là thành viên của WTO những tác động tiêu cực này sẽ diễn ra mạnh mẽ hơn, khó lường hơn trong khi năng lực thích ứng và ứng phó với những biến động trên thị trường của Việt Nam còn hạn chế. Đây là thách thức bao trùm trong quá trình hội nhập du lịch toàn cầu, ứng phó với khủng hoảng kinh tế, chính trị trên bình diện quốc tế.

- Sức ép cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, đặc biệt đối với du lịch Việt Nam là ngành còn non trẻ và còn nhiều điểm yếu. Cạnh tranh giữa các điểm đến trong khu vực như Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippines, Campuchia đang trở lên quyết liệt hơn với quy mô và tính chất mới do có yếu tố công nghệ mới và toàn cầu hóa. Sự cạnh tranh này cả về dòng vốn đầu tư và thu hút khách, cả về chất lượng và hiệu quả kinh doanh và xây dựng hình ảnh, thương hiệu quốc gia. Các nước có sự phát triển mạnh về du lịch như Malaysia, Thái Lan, Singapo liên tục có sự đổi mới về sản phẩm, thương hiệu được gây dựng bài bản. Trong hình ảnh các nước Đông Nam Á đối với khách du lịch tiềm năng, các nước như Thái Lan, Malaysia thường được nhận diện rõ rệt. Bên cạnh đó, Trung Quốc cũng là nước có sức phát triển du lịch mạnh mẽ, được thị trường đón nhận nhanh chóng. Những yếu tố cạnh tranh quốc tế đòi hỏi Việt Nam phải đầu tư nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm du lịch với lợi thế quốc gia và sự độc đáo của văn hóa dân tộc Việt Nam nếu không sẽ thua thiệt trong cạnh tranh toàn cầu.

- Biến đổi khí hậu đang có tác động mạnh mẽ hơn so với dự báo. Du lịch Việt Nam với thế mạnh tập trung vào biển đảo sẽ đứng trước thách thức vô cùng lớn và khó lường trước ảnh hưởng của triều cường, mực nước biển dâng ở các vùng duyên hải, vùng châu thổ sông Hồng và sông Cửu Long. Những dị thường của khí hậu tác động trực tiếp gây khó khăn, trở ngại tới hoạt động du lịch. Trên bình diện thế giới, Việt Nam được xác định là một trong các quốc gia chịu tác động mạnh nhất của biến đổi khí hậu bởi mực nước biển dâng. Ngoài ra ô nhiễm môi trường cục bộ đang trở thành mối đe dọa đối với điểm đến du lịch nếu chậm có giải pháp kiểm soát thích đáng.

- Nhu cầu du lịch thế giới có nhiều thay đổi, hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hoá truyền thống (tính độc đáo, nguyên bản), giá trị tự

nhiên (tính nguyên sơ, hoang dã), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (tính hiện đại, tiện nghi). Du lịch bền vững, du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, du lịch cộng đồng gắn với xoá đói giảm nghèo, du lịch hướng về cội nguồn, hướng về thiên nhiên là những xu hướng nổi trội. Chất lượng môi trường trở thành yếu tố quan trọng cấu thành giá trị thụ hưởng du lịch. Đây là thách thức vô cùng lớn về quan điểm, nhận thức và chuyên môn kỹ thuật. Du lịch Việt Nam nếu không nắm bắt kịp xu hướng này sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, mất thị phần và hiệu quả thấp.

PHẦN II

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030

I. QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030

1. Quan điểm phát triển

1.1. Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; du lịch chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội:

- Khẳng định vai trò của ngành Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn. Trên phạm vi cả nước cũng như ở hầu hết các địa phương, du lịch phải là ngành kinh tế có đóng góp to lớn trong tổng sản phẩm quốc nội (GDP). Du lịch tăng trưởng nhanh trong xu hướng chung của kinh tế dịch vụ. Trong giai đoạn 10 năm tới du lịch ngày càng chiếm ưu thế trong hoạt động đời sống kinh tế - xã hội của hầu hết các địa phương có tiềm năng phát triển du lịch. Quy hoạch du lịch cả nước định hướng phát triển các khu du lịch, điểm du lịch trọng điểm ở những nơi có tiềm năng phát triển du lịch. Phát triển du lịch phát huy được lợi thế của ngành kinh tế dịch vụ đặc thù, tạo giá trị gia tăng cao trong giá trị sản phẩm. Bên cạnh đó, đóng góp của du lịch vào GDP ngày càng tăng, khẳng định vị trí động lực trong nền kinh tế.

- Vai trò kinh tế của ngành Du lịch ở mỗi địa phương, mỗi trọng điểm du lịch và trên phạm vi cả nước thể hiện trong sự gia tăng nhanh về thu nhập du lịch trong cơ cấu kinh tế địa phương. Quy hoạch phát triển du lịch đối với những địa bàn trọng điểm sẽ hướng tới cơ cấu kinh tế lấy du lịch làm trọng yếu gắn với lợi thế của địa phương; thu nhập du lịch ở các trọng điểm du lịch phải chiếm tỷ trọng chủ yếu trong cơ cấu GDP; ở đâu có tiềm năng, lợi thế cho du lịch ở đó du lịch chiếm ưu thế trong cơ cấu kinh tế các ngành.

- Phát huy tối đa thế mạnh của ngành du lịch để mang lại hiệu quả kinh tế du lịch; khai thác yếu tố liên ngành, liên vùng đồng thời gắn quy hoạch du lịch với quy hoạch các ngành kinh tế- xã hội để phát huy sức lan tỏa, động lực phát triển của du lịch với các ngành liên quan; coi phát triển du lịch là ngành tiêu thụ kích thích phát triển thị trường đầu ra của các ngành liên quan. Quy hoạch phát triển du lịch luôn tính tới các yếu tố tác động và hiệu quả tác động của các ngành liên quan như nông nghiệp, giao thông, công nghiệp, thương mại, bảo hiểm, viễn thông... Du lịch phát triển vừa dựa trên cơ sở các ngành vừa tạo động lực cho các ngành phát triển, qua đó chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng dịch vụ hiện đại.

1.2. Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; chú trọng phát triển theo chiều sâu đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh:

Chuyển từ tăng trưởng chủ yếu dựa vào mở rộng quy mô đầu tư theo chiều rộng sang tập trung phát triển về chất, theo chiều sâu, bền vững với hàm lượng cao về chất xám tri thức và công nghệ hiện đại, công nghệ sạch. Coi trọng chất lượng hoạt động du lịch; tập trung đầu tư khai thác phát triển sản phẩm có lựa chọn, có ưu tiên dựa vào thế mạnh và tính đặc thù với mục tiêu chất lượng và giá trị gia tăng cao và thương hiệu nổi bật. Quy hoạch phát triển du lịch cả nước, các vùng du lịch, các khu du lịch, điểm du lịch phải dựa trên cả 3 yếu tố về kinh tế, xã hội và môi trường để phát triển bền vững. Từ nhận thức đến hành động, từ trong quy hoạch tới các dự án cụ thể phải đảm bảo yếu tố bền vững với tầm nhìn dài hạn, khai thác tài nguyên phải tính tới bảo tồn và phát huy giá trị lâu dài; quy hoạch phải tính tới vòng đời sản phẩm lâu dài.

Phát triển du lịch phải tập trung có trọng tâm, trọng điểm. Quy hoạch các khu, điểm du lịch trọng điểm để tập trung nguồn lực cho phát triển trở thành các khu du lịch có tầm cỡ trong khu vực và quốc tế, trở thành những điểm nhấn, những ngôi sao thông qua các thương hiệu vùng, thương hiệu quốc gia của du lịch Việt Nam.

Trong hoạch định chính sách, quản lý điều hành và tổ chức triển khai quy hoạch nhất thiết phải tính tới lợi ích của các bên đảm bảo hài hòa, đặc biệt quan tâm nhóm đối tượng xã hội là nhóm yếu thế; tôn trọng tự nhiên và những vấn đề có tính chất tự nhiên; coi con người là bộ phận cấu thành của tự nhiên và là trung tâm trong mối quan hệ với thiên nhiên. Vì vậy sản phẩm du lịch phải mang sắc thái thiên nhiên, sắc thái nhân văn sâu sắc.

Tính chuyên nghiệp thể hiện ngay trong quy hoạch tổng thể phát triển du lịch và quy hoạch chi tiết các khu, điểm du lịch. Các khu chức năng phải đảm bảo khai thác công năng tiện nghi nhưng tiết kiệm, thân thiện môi trường. Đặc biệt chất lượng dịch vụ được coi trọng hàng đầu đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của du khách. Tính chuyên nghiệp đòi hỏi phải có đội ngũ lao động tinh thông, chuyên nghiệp. Tập trung quy hoạch và đầu tư phát triển các loại hình, sản phẩm du lịch có thế mạnh nổi trội như du lịch biển, đảo và khai thác tối ưu giá trị văn hóa, sinh thái để phát triển sản phẩm du lịch.

Tính hiện đại thể hiện trong quy hoạch phát triển du lịch không nhất thiết là những công trình vĩ đại mà thể hiện trong quan điểm sử dụng dịch vụ, tính tiện

nghi với chức năng thông minh được hỗ trợ bởi công nghệ cập nhật; hiện đại trong phong cách dịch vụ và được thể hiện trong các chi tiết của sản phẩm và kỹ năng của người phục vụ.

Quan điểm trọng tâm, trọng điểm gắn với quá trình chuyển dịch sang tập trung phát triển về chất và đầu tư chiều sâu; quy hoạch phát triển các sản phẩm, dịch vụ đặc trưng, có chất lượng và giá trị gia tăng cao, có thương hiệu nổi bật. Khác với giai đoạn trước sự tập trung thể hiện trong cả quy mô và chất lượng để có những khu du lịch, điểm du lịch, sản phẩm du lịch có tầm cỡ, có tiếng vang.

Quy hoạch phải gắn thể mạnh về tài nguyên du lịch các vùng miền với định hướng tập trung đầu tư phát triển các loại hình, sản phẩm du lịch; tập trung phát triển các khu du lịch biển có tầm cỡ, chất lượng cao, tạo thương hiệu và có sức cạnh tranh trong khu vực và thế giới. Phát triển có trọng điểm, tập trung vào khai thác các sản phẩm đặc trưng vùng; phát triển các loại hình sản phẩm có thể mạnh nổi trội; tập trung đầu tư cho các khu du lịch quốc gia, tạo những đầu tàu cả về quy mô, tầm cỡ và chất lượng; Coi những đầu tàu về sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch và tuyến du lịch là những mũi nhọn, những “ngôi sao” dẫn dắt phát triển theo định hướng chiến lược; phát triển thị trường trọng điểm theo ưu tiên thị trường mục tiêu trên cơ sở kết quả nghiên cứu thị trường; hỗ trợ thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp du lịch mạnh, thương hiệu du lịch mạnh.

1.3. Phát triển đồng thời cả du lịch nội địa và du lịch quốc tế; chú trọng du lịch quốc tế đến, tăng cường quản lý du lịch ra nước ngoài:

Xác định du lịch quốc tế và du lịch nội địa có quan hệ qua lại, bổ sung cho nhau, tạo tiền đề kích thích sự tăng trưởng chung. Quy hoạch các khu, điểm du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu khách quốc tế mà cả khách nội địa trong cùng một không gian phát triển. Nhìn chung sản phẩm du lịch không phân biệt thị trường về quốc tịch là khách quốc tế hay khách nội địa mà quan trọng hơn là nhu cầu của từng đối tượng khách khác nhau được đáp ứng khác nhau. Vì vậy sản phẩm du lịch được thiết kế cho khách quốc tế hay nội địa phụ thuộc chính vào nhu cầu, tính chất, mục đích chuyến đi và khả năng thanh toán.

Trong giai đoạn tới tiếp tục phát huy vai trò dẫn đường khai phá bởi du lịch quốc tế và từng bước nâng cao vai trò nền tảng cơ sở của du lịch nội địa để thu hút và tăng thêm giá trị cho du lịch quốc tế; phát triển du lịch nội địa tạo sự ổn định trong bối cảnh có những biến động trên thị trường quốc tế đồng thời tạo cân đối phát triển giữa các vùng, miền.

Việc nghiên cứu thị trường, xúc tiến quảng bá đều phải được tiến hành cả đối với thị trường trong nước và thị trường nước ngoài. Coi trọng thị trường khách du lịch quốc tế đến; duy trì tốt các thị trường truyền thống và thị trường có nguồn khách lớn; đảm bảo tăng trưởng ổn định lượng khách quốc tế đến Việt Nam, trong đó tập trung thu hút phân đoạn thị trường có khả năng chi trả cao, du lịch dài ngày.

Đẩy mạnh khai thác hiệu quả và bền vững thị trường du lịch nội địa đáp ứng nhu cầu du lịch của nhân dân, vừa đạt mục tiêu kinh tế vừa góp phần nâng cao đời sống văn hóa, tinh thần, thể chất và ý thức tự tôn dân tộc; tăng cường hiểu biết, hữu nghị, đoàn kết, hợp tác giữa các địa phương, các dân tộc anh em.

Phát triển du lịch quốc tế ra nước ngoài một cách hợp lý, quản lý được theo khả năng của đất nước và công dân, đạt mục tiêu nhiều mặt.

1.4. Phát triển du lịch bền vững gắn chặt với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa dân tộc; giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường; Bảo đảm an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội:

Quy hoạch phát triển du lịch gắn với quy hoạch bảo tồn các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể. Bản sắc văn hóa dân tộc các vùng, miền phải được coi trọng, gìn giữ và phát huy trở thành yếu tố hấp dẫn trong phát triển sản phẩm du lịch; coi giá trị văn hóa là cơ sở nền tảng của hoạt động du lịch. Do vậy hoạt động du lịch phải khuyến khích, tạo được động cơ và mối quan tâm tới công tác bảo tồn; tạo nguồn kinh phí cho bảo tồn từ nguồn thu nhập du lịch. Phát triển du lịch có trách nhiệm với xã hội, tôn trọng văn hóa bản địa, tăng cường giao lưu và làm giàu văn hóa giữa các cộng đồng, vùng miền. Phát triển du lịch gắn với xóa đói giảm nghèo, tạo việc làm và tăng cường an sinh xã hội góp phần phát triển bền vững.

Việc phát triển du lịch luôn gắn chặt với nhiệm vụ an ninh, quốc phòng, trật tự an toàn xã hội. Quy hoạch các khu, điểm du lịch, phát triển sản phẩm và tổ chức cung cấp dịch vụ du lịch luôn tính tới yếu tố chủ quyền quốc gia, các khu quân sự, vấn đề an ninh biên giới, hải đảo; vấn đề an ninh, an toàn trong quá trình du lịch; vấn đề trật tự xã hội, thuần phong mỹ tục địa phương và giảm thiểu, hạn chế tối đa các tệ nạn xã hội do du lịch gây ra. Các chương trình, kế hoạch phát triển du lịch đều cân nhắc tới những yếu tố xã hội này mới đảm bảo sự bền vững.

Gắn với quan điểm phát triển bền vững, hoạt động du lịch vừa nhằm hướng đích phát triển kinh tế gắn với giảm nghèo, từng bước nâng cao đời sống toàn dân là cơ sở góp phần ổn định xã hội, đảm bảo các yếu tố về kinh tế và đời sống xã hội. Trên cơ sở đó cũng thông qua hoạt động du lịch mà cải thiện hạ tầng, giữ gìn cảnh quan, bảo vệ môi trường và làm tăng vẻ đẹp cho đất nước và là cầu nối hoà bình, hữu nghị với các quốc gia trên thế giới.

Xác định môi trường du lịch là yếu tố tạo sức hấp dẫn và giá trị thụ hưởng của hoạt động du lịch; Cảnh quan và môi trường du lịch là yếu tố sống còn của ngành du lịch. Vì vậy mọi chương trình hành động phát triển du lịch đều phải coi trọng các hoạt động bảo vệ môi trường tự nhiên và môi trường xã hội.

1.5. Đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cả trong và ngoài nước đầu tư phát triển du lịch; phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế quốc gia về yếu tố tự nhiên và văn hóa dân tộc, thế mạnh đặc trưng của các vùng, miền trong cả nước; tăng cường liên kết phát triển du lịch.

Phát huy tính liên ngành, liên vùng trong quy hoạch phát triển sản phẩm và quy hoạch không gian phát triển du lịch. Đẩy mạnh hoạt động liên vùng và liên kết nội vùng để phát huy tối đa nguồn lực cho phát triển du lịch. Thực hiện quy hoạch không gian lãnh thổ hợp lý để khai thác được tiềm năng, thế mạnh của mỗi vùng và liên vùng. Phát huy hiệu quả tính liên vùng, liên kết vùng và khu vực trong tổ chức không gian du lịch và xây dựng sản phẩm du lịch. Mọi phương án phát triển du lịch cần có sự phối kết hợp chặt chẽ với các ngành, các cấp và đáp ứng kịp thời các nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội trước mắt và lâu dài.

Quan điểm xã hội hóa trong hoạt động du lịch thể hiện trong việc xã hội hóa trong các ngành, lĩnh vực liên quan. Quy hoạch phát triển du lịch luôn tạo hướng mở cho các ngành, các thành phần xã hội tham gia vào quá trình đầu tư, phát triển du lịch và các ngành, lĩnh vực liên quan. Các phương án phát triển du lịch đều có sự phối kết hợp chặt chẽ với các ngành, các cấp đáp ứng kịp thời nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội cả trước mắt và lâu dài.

Phát triển du lịch dựa trên huy động tổng thể nguồn lực trong và ngoài nước; khai thác tối ưu lợi thế quốc gia; đề cao vai trò, trách nhiệm của các thành phần kinh tế, đặc biệt tăng cường liên kết công - tư, phát huy vai trò năng động, tự chủ của doanh nghiệp và sức mạnh của cộng đồng. Nguồn lực cho phát triển du lịch ở mỗi địa phương, mỗi vùng du lịch và cả nước phải được huy động tổng thể và khai thác sử dụng tiết kiệm, hợp lý. Các yếu tố từ tự nhiên như cảnh quan, khí hậu cho tới yếu tố nhân văn như lối sống, công trình xã hội, sự kiện, sự mến khách và ứng xử thân thiện của nhân dân... đều trở thành nguồn lực quan trọng cho phát triển xã hội. Nguồn vốn, công nghệ, kỹ thuật, tri thức và kinh nghiệm trong phát triển du lịch ở trong nước và ngoài nước cần được huy động hiệu quả cho phát triển du lịch. Những yếu tố nguồn lực cần được cân nhắc, lựa chọn những yếu tố nổi trội để khai thác trở thành lợi thế quốc gia trong cạnh tranh quốc tế và khai thác tối ưu lợi thế đó.

Huy động các nguồn lực xã hội trong phát triển du lịch thông qua việc tăng cường hiệu quả liên kết giữa khu vực nhà nước và khu vực tư nhân. Tăng cường liên doanh liên kết, thu hút đầu tư trong và ngoài nước. Hợp tác công tư được thúc đẩy là giải pháp phát triển nhanh và bền vững. Nhà nước với vai trò định hướng, hỗ trợ; các doanh nghiệp và cộng đồng dân cư với vai trò năng động, tự chủ, sáng tạo trong khai thác nguồn lực và lợi thế quốc gia, tiềm năng, thế mạnh của mỗi vùng, miền, địa phương cho phát triển du lịch; Đẩy mạnh và phát huy hợp tác đa phương và song phương và cộng đồng người Việt Nam định cư ở nước ngoài để tăng cường quảng bá, xúc tiến và phát triển du lịch.

2. Mục tiêu phát triển

2.1. Mục tiêu tổng quát:

Đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, có sức cạnh tranh; mang đậm bản sắc văn hoá Việt Nam, thân thiện với môi trường và cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới.

Phấn đấu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành Du lịch phát triển, là điểm đến hấp dẫn, có đẳng cấp trong khu vực.

2.2. Mục tiêu cụ thể:

2.2.1. Phát triển ngành:

- Quy hoạch và phát triển 7 vùng du lịch đặc trưng bên cạnh việc tăng cường liên kết vùng, vừa bảo đảm tính đa dạng vừa phát huy thế mạnh của từng vùng.

- Quy hoạch và phát triển mạnh 46 khu du lịch quốc gia, 41 điểm du lịch quốc gia và 12 đô thị du lịch và một số khu, điểm du lịch quan trọng khác, làm động lực phát triển du lịch vùng và các địa phương.

- Tiến hành quy hoạch tổng thể phát triển du lịch trên địa bàn các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, trong đó tập trung quy hoạch đầu tư phát triển các khu du lịch địa phương và gắn chặt với các khu, điểm du lịch quốc gia.

- Các chỉ tiêu cụ thể: Phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2011-2020 đạt 12%/năm, giai đoạn tiếp theo đến 2030 đạt 10,5%/năm, với các chỉ tiêu cơ bản sau:

a) Khách du lịch:

- + Năm 2015 thu hút 7,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế, phục vụ 37 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng khách quốc tế 8,4%/năm và nội địa 5,7%/năm.

+ Năm 2020 thu hút 10,5 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 47,5 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng khách quốc tế là 7%/năm, nội địa là 5,1%/năm.

+ Năm 2025 thu hút 14 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 58 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng tương ứng 6% và 4,3%/năm.

+ Năm 2030 thu hút 18 triệu lượt khách quốc tế và 71 triệu lượt khách nội địa; tăng trưởng tương ứng 5,2% và 4,1%/năm.

b) Tổng thu từ khách du lịch:

+ Năm 2015 tổng thu từ khách du lịch đạt 207 nghìn tỷ, tương đương 10,3 tỷ USD, tăng 13,5%/năm.

+ Năm 2020 tổng thu từ khách du lịch đạt 372 nghìn tỷ, tương đương 18,5 tỷ USD, giai đoạn này tăng trung bình 12%/năm.

+ Năm 2025 tổng thu từ khách du lịch đạt 534 nghìn tỷ, tương đương 26,6 tỷ USD.

+ Phần đầu năm 2030 tổng thu từ khách du lịch đạt 708 nghìn tỷ, tương đương 35,2 tỷ USD, gấp gần 2 lần so với năm 2020.

c) Đóng góp của du lịch trong GDP:

+ Năm 2015, du lịch chiếm khoảng 6% tổng GDP cả nước, tăng trưởng trung bình giai đoạn 2011 - 2015 đạt 13%/năm.

+ Năm 2020, du lịch chiếm khoảng 7% tổng GDP cả nước, tăng trung bình giai đoạn 2016 - 2020 là 11-11,5%/năm.

+ Năm 2025, du lịch chiếm khoảng 7,3% ; Năm 2030 chiếm khoảng 7,5% tổng GDP cả nước.

d) Số lượng cơ sở lưu trú:

+ Năm 2015 có 390.000 buồng lưu trú.

+ Năm 2020 có tổng số 580.000 buồng lưu trú.

+ Năm 2025 có tổng số 754.000 buồng lưu trú.

+ Năm 2030 sẽ có khoảng 900.000 buồng lưu trú.

đ) Chỉ tiêu việc làm:

+ Năm 2015 tạo việc làm cho hơn 2,1 triệu lao động (trong đó 620 ngàn lao động trực tiếp);

+ Năm 2020 hơn 2,9 triệu lao động (trong đó 870 ngàn lao động trực tiếp);

+ Năm 2025 tạo việc làm cho hơn 3,5 triệu lao động (trong đó 1,05 triệu lao động trực tiếp);

+ Năm 2030 tạo việc làm cho hơn 4,7 triệu lao động (trong đó 1,4 triệu lao động trực tiếp).

e) *Nhu cầu đầu tư* : Với phương án phát triển này thì nhu cầu vốn đầu tư cho giai đoạn 2015 là trên 18,5 tỷ USD, đến 2020 là trên 24 tỷ USD; giai đoạn đến 2025 là 25,2 tỷ USD và đến 2030 là 26,5 tỷ USD. Tính cho giai đoạn đến 2020, tổng vốn đầu tư phát triển du lịch cần 42,5 tỷ USD và tính cho cả giai đoạn đến 2030, tổng nhu cầu vốn đầu tư cần tới 94,2 tỷ USD.

2.2.2. Về văn hóa:

- Góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Việt Nam.
- Góp phần phát triển thể chất, nâng cao dân trí và đời sống văn hoá tinh thần cho nhân dân, tăng cường đoàn kết, hữu nghị, tình thân tự tôn dân tộc.

2.2.3. Về an sinh - xã hội:

- Tạo thêm nhiều việc làm cho xã hội, góp phần giảm nghèo, đảm bảo an sinh và giải quyết các vấn đề xã hội và nâng cao chất lượng, nếp sống văn minh.
- Mọi thành phần xã hội đều có cơ hội bình đẳng thụ hưởng những giá trị tài nguyên thông qua hoạt động du lịch.

2.2.4. Về môi trường:

Phát triển du lịch “xanh”, gắn hoạt động du lịch với gìn giữ và phát huy các giá trị tài nguyên và bảo vệ môi trường. Đảm bảo môi trường du lịch là yếu tố hấp dẫn du lịch, yếu tố quyết định chất lượng và giá trị thụ hưởng du lịch, tạo thương hiệu du lịch.

2.2.5. Về an ninh, quốc phòng:

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

II. DỰ BÁO CÁC PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Căn cứ dự báo

- Những phân tích, nhận định về bối cảnh quốc tế và vị trí, vai trò của du lịch Việt Nam trong khu vực; bối cảnh cạnh tranh trong khu vực và quốc tế;
- Hiện trạng và xu hướng tăng trưởng của dòng khách quốc tế và nội địa Việt Nam giai đoạn 2001- 2010 là cơ sở để tính toán, dự báo các chỉ tiêu phát triển trong giai đoạn tới;

- Mục tiêu và định hướng phát triển kinh tế - xã hội đất nước tại văn kiện Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XI;
- Những chỉ tiêu và định hướng phát triển trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến 2020, tầm nhìn đến năm 2030;
- Phân tích điều kiện kinh tế - xã hội, tiềm năng và nguồn lực cho phát triển du lịch và xu hướng nhu cầu du lịch trong nước;
- Tiềm năng phát triển du lịch Việt Nam đặc biệt là những đặc trưng về tài nguyên, sự phát triển của hệ thống kết cấu hạ tầng những năm gần đây.

2. Luận chứng các phương án phát triển

2.1. Các phương án phát triển:

Dự báo mức độ tăng trưởng của du lịch Việt Nam được tính theo 3 phương án phù hợp với các kịch bản phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

a) Phương án 1 (phương án thấp):

Phương án này được đặt ra trong một số trường hợp các biến động bất lợi toàn cầu và khu vực có ảnh hưởng tiêu cực liên tiếp tới ngành du lịch. Các vấn đề về an ninh thế giới, khủng bố, dịch bệnh không lường trước có tác động tới xu hướng du lịch toàn cầu trong đó có Việt Nam. Ở trong nước có thể có những điều chỉnh về chính sách kinh tế - xã hội hoặc những sự biến động bất thường khác.

Phương án này sẽ đạt được ngay cả khi không có tác động lớn trong lĩnh vực đầu tư du lịch. Tuy nhiên, phương án này được tính toán, dự liệu trên cơ sở định hướng phát triển du lịch của cả nước trong khuôn khổ định hướng chiến lược phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam nhưng đi kèm với hệ số điều chỉnh giảm ở ngưỡng dưới.

Đối với phương án này, hầu hết các chỉ tiêu thấp hơn như số lượng khách, ngày khách nhưng có giả định một số chỉ tiêu khác không thay đổi như độ dài lưu trú trung bình của quốc tế; độ dài lưu trú trung bình và chi tiêu của khách nội địa.

b) Phương án 2 (phương án trung bình):

Phương án này được tính toán với giả định về sự ổn định tốc độ tăng trưởng và không có những biến động đột biến lớn của các yếu tố ảnh hưởng.

Phương án phát triển được cân nhắc lựa chọn trên cơ sở các điều kiện phát triển trong và ngoài nước có những thuận lợi đồng thời với những khó khăn trong tầm thức đánh giá, dự liệu được của quy hoạch theo các xu hướng thuận và mức độ trung bình của bối cảnh hiện tại như được đánh giá và phân tích trong bối cảnh những thuận lợi và khó khăn của du lịch Việt Nam. Các yếu tố được tính đến là xu

hướng phát triển du lịch quốc tế và du lịch nội địa, tác động của đầu tư du lịch thời gian qua, những dự án lớn về cơ sở hạ tầng, các khu du lịch lớn ra đời đã được đăng ký đầu tư, hiệu ứng tích lũy của công tác xúc tiến quảng bá du lịch.

Các chỉ tiêu được tính toán cũng phù hợp với các chỉ tiêu chung về phát triển kinh tế - xã hội trong nước, mục tiêu và quan điểm phát triển trong các lĩnh vực dịch vụ đồng thời nằm trong khoảng dự báo các chỉ tiêu phát triển trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, đảm bảo các yêu cầu về xu hướng phát triển hiện đại của khu vực và thế giới.

Tuy nhiên đối với phương án này cần phải có sự đầu tư tương đối đồng bộ vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, các khu vui chơi giải trí, thể thao tổng hợp, các khu du lịch cũng như các chính sách, giải pháp toàn diện theo Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

c) Phương án 3 (phương án cao):

Phương án này được tính toán dựa trên triển vọng các điều kiện phát triển du lịch có rất nhiều thuận lợi, phát huy được đà phát triển mạnh mẽ hiện tại của du lịch Việt Nam và của thời kỳ hậu khủng hoảng tài chính khu vực nhanh chóng được phục hồi và phát triển; thị trường đã biết đến điểm đến du lịch Việt Nam đang nổi lên mạnh mẽ, với sự hợp lực trong nước để đảm bảo khả năng tiếp đón, phục vụ khách và liên tục phát triển sản phẩm.

Phương án cao còn thể hiện tác động của những yếu tố tích cực mang tính đột biến mà có thể mới dự báo được một phần như những dự án lớn về cơ sở hạ tầng, sân bay quốc tế mới, cảng tàu du lịch, và các khu du lịch lớn phát huy hiệu quả.

Các tính toán cụ thể của ba phương án được trình bày ở các bảng sau:

Bảng 8. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2011-2030

(Phương án 1: Phương án thấp)

Các chỉ tiêu	2010	2015	2020	2025	2030
Số lượt khách quốc tế (người)	5.049.855	7.000.000	10.000.000	13.000.000	17.000.000
Ngày lưu trú TB khách quốc tế (ngày)	7,6	8,0	8,2	8,4	8,6
Mức chi khách quốc tế (USD)	92,1	98	105	110	110
Số lượt khách nội địa (người)	28.000.000	35.000.000	45.000.000	52.000.000	66.000.000
Ngày lưu trú TB khách nội địa (ngày)	3,0	3,1	3,4	3,5	3,6
Mức chi khách nội địa (USD)	14,5	24,5	40,8	44,4	46,6
Tổng thu từ du lịch (tỷ USD)		8,15	14,9	20,1	27,8
Tổng thu từ du lịch (ngàn tỷ đồng)	98	167	305	412	572
Tỷ trọng tổng thu du lịch trong tổng GDP toàn quốc (%)	5,8	5,9	6,7	7,1	7,2
Nhu cầu đầu tư (tỷ USD)		14,3	19,0	21,2	22,5
Lao động trực tiếp trong ngành du lịch (người)	478.065	595.000	830.000	1.000.000	1.250.000
Tổng lao động du lịch và liên quan (trực tiếp và gián tiếp) (người)	1.625.421	2.023.000	2.822.000	3.300.000	4.250.000
CSLT (Cơ sở)	12.089	16.000	21.300	27.000	32.000
Số lượng buồng lưu trú (buồng)	236.747	350.000	530.000	702.000	830.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

Ghi chú: Giá so sánh năm 2010: 1 USD = 20.100 VND

Bảng 9. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2011-2030
(Phương án 2: Phương án chọn)

Các chỉ tiêu	2010	2015	2020	2025	2030
Số lượt khách quốc tế (lượt người)	5.049.855	7.500.000	10.500.000	14.000.000	18.000.000
Ngày lưu trú trung bình (ngày)	7,3	8,0	8,5	8,8	9,0
Mức chi khách quốc tế (USD)	92,1	107	115	118	120
Số lượt khách nội địa (lượt người)	28.000.000	37.000.000	47.500.000	58.000.000	71.000.000
Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,5	3,7	3,9	4,0	4,2
Mức chi khách nội địa (USD)	14,5	28,0	44,0	52,0	54,0
Tổng thu từ du lịch (tỷ USD)		10,3	18,5	26,6	35,2
Tổng thu từ du lịch (ngàn tỷ đồng)	98	207	372	534	707
Tỷ trọng tổng thu du lịch trong tổng GDP toàn quốc (%)	5,8	6,0	7,0	7,3	7,5
Nhu cầu đầu tư (tỷ USD)		18,5	24,0	25,2	26,5
Lao động trực tiếp trong ngành du lịch (người)	478.065	620.000	870.000	1.050.000	1.400.000
Tổng lao động du lịch và liên quan (trực tiếp và gián tiếp) (người)	1.625.421	2.108.000	2.958.000	3.570.000	4.760.000
CSLT (Cơ sở)	12.089	17.500	23.200	29.000	35.000
Số lượng buồng lưu trú (buồng)	236.747	390.000	580.000	754.000	900.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

Ghi chú: Giá so sánh năm 2010: 1 USD = 20.100 VND

Bảng 10. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2011-2030

(Phương án 3: Phương án cao)

Các chỉ tiêu	2010	2015	2020	2025	2030
Số lượt khách quốc tế (người)	5.049.855	9.000.000	13.000.000	18.000.000	24.000.000
Ngày lưu trú TB khách quốc tế (ngày)	7,6	8,5	8,7	8,8	9,0
Mức chi khách quốc tế (USD)	92,1	106	115	118	120
Số lượt khách nội địa (người)	28.000.000	38.000.000	49.000.000	62.000.000	75.000.000
Ngày lưu trú TB khách nội địa (ngày)	3,0	3,3	3,5	3,8	4,0
Mức chi khách nội địa (USD)	14,3	30,0	50,0	55,0	60,0
Tổng thu từ du lịch (tỷ USD)		11,8	21,8	31,7	43,9
Tổng thu từ du lịch (ngàn tỷ đồng)	98	243	447	648	900
Tỷ trọng tổng thu du lịch trong tổng GDP toàn quốc (%)	5,8	6,3	7,2	7,7	8,0
Nhu cầu đầu tư (tỷ USD)		21,4	25,8	26,8	27,2
Lao động trực tiếp trong ngành du lịch (người)	478.065	660.000	910.000	1.200.000	1.500.000
Tổng lao động du lịch và liên quan (trực tiếp và gián tiếp) (người)	1.625.421	2.240.000	3.100.000	3.900.000	5.000.000
CSLT (Cơ sở)	12.089	18.700	24.300	33.100	38.000
Số lượng buồng lưu trú (buồng)	236.747	415.000	605.000	855.000	970.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

Ghi chú: Giá so sánh năm 2010: 1 USD = 20.100 VND

2.2. Lựa chọn phương án phát triển :

Theo phân tích, khả năng đạt được của phương án 1 là trong điều kiện có nhiều biến động, khó khăn về kinh tế - xã hội theo chiều hướng ít thuận lợi. Tuy nhiên, phương án này được nhận định ở chừng mực nhất định là bị quan và dự liệu nhiều tác động xấu về môi trường hoạt động du lịch như suy thoái kinh tế tiếp tục kéo dài, bất ổn chính trị khu vực, đặc biệt tranh chấp ở Biển Đông, dịch bệnh, khủng bố triền miên. Tuy nhiên cùng với những tác động tích cực khác về định hướng phát triển kinh tế - xã hội của cả nước, nhu cầu, mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam và

xu hướng phát triển du lịch khu vực thì phương án này được đưa ra để tham khảo và được coi là ngưỡng dưới của định hướng phát triển.

Phương án 2 được cân nhắc hài hòa hơn giữa các yếu tố thuận lợi song hành với những yếu tố khó khăn và dự liệu ở mức độ trung bình do vậy phù hợp với xu thế phát triển chung và đáp ứng được các mục tiêu cơ bản của du lịch Việt Nam giai đoạn mới. Phương án 2 cũng phù hợp với phương án phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam đến năm 2020, đã được thông qua trong Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XI và phù hợp với mục tiêu, định hướng trong Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2020, tầm nhìn 2030. Tuy nhiên, phương án này cần có những điều kiện kèm theo về đầu tư tương đối đồng bộ vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, các khu du lịch tổng hợp, các khu vui chơi giải trí, thể thao, các cơ sở đào tạo nghiệp vụ du lịch.

Phương án 3 đòi hỏi cần có sự đầu tư tương đối lớn và đồng bộ nên được dùng làm phương án phần đầu khi đất nước có những điều kiện rất thuận lợi nhiều hơn những khó khăn cho phát triển du lịch. Những dự báo lạc quan về tình hình phát triển trong giai đoạn tới đưa ra ngưỡng phát triển trên. Theo đó, phương án này được đưa ra để tham khảo, dự liệu cho trường hợp ngành du lịch Việt Nam hội tụ được những điều kiện tốt nhất cho phát triển.

Như vậy, phương án 2 là phương án chọn để làm cơ sở tính toán dự báo các chỉ tiêu đầu tư phát triển du lịch theo vùng và đề xuất các định hướng phát triển chủ yếu của ngành du lịch trên phạm vi cả nước cho giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

III. CÁC ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

1. Thị trường, sản phẩm du lịch

1.1. Định hướng phát triển thị trường khách du lịch:

1.1.1. Thị trường khách du lịch nội địa:

**** Định hướng chung:***

Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng khách với mục đích nghỉ dưỡng, giải trí, nghỉ cuối tuần, mua sắm và du lịch gia đình.

Tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày.

Thị trường khách du lịch nội địa được phân đoạn theo tiêu chí mục đích du lịch. Theo đó, các nhóm chính gồm:

- ✓ Nghỉ dưỡng, bao gồm các kỳ nghỉ hè, nghỉ lễ, nghỉ phép;
- ✓ Lễ hội, khách du lịch tâm linh;
- ✓ Du lịch cuối tuần, mua sắm;
- ✓ Khuyến thưởng;
- ✓ Kết hợp công vụ;
- ✓ Du lịch chuyên biệt khác: sinh thái, mạo hiểm, thể thao, chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe, làm đẹp v.v...

Bảng 11. Mức độ ưu tiên phát triển thị trường khách nội địa

Mức độ ưu tiên	Chiến lược chung	Thị trường
1	Ưu tiên phát triển thị trường	- Nghỉ dưỡng - Khuyến thưởng - Cuối tuần - Lễ hội, tâm linh
2	Khuyến khích phát triển, mở rộng thị trường	- Du lịch chuyên biệt - Kết hợp công vụ

* Định hướng cụ thể:

* Nhóm ưu tiên phát triển:

a) Nghỉ dưỡng: Phân đoạn ưu tiên thu hút như sau:

- Nghỉ hè cùng gia đình: Gia đình có con cái, cán bộ công chức.
- Nghỉ dưỡng trong các dịp nghỉ lễ: Gia đình có con cái, nhóm bạn bè
- Nghỉ phép: Gia đình có con cái, đi đôi (cặp uyên ương).

b) Khuyến thưởng (MICE): Các phân đoạn ưu tiên thu hút, gồm:

- Người lao động thuộc các cơ quan, doanh nghiệp
- Nhóm học sinh, sinh viên
- Nhóm hưu trí, cao tuổi, nhóm nghề nghiệp
- Nhóm tham quan triển lãm, sự kiện văn hóa, thể thao
- Nhóm tham dự hội nghị

c) Cuối tuần: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Gia đình có con cái: sử dụng phương tiện vận chuyển cá nhân, thanh niên, trung niên có con cái hoặc đại gia đình có cả người già.
- Đi đôi: thanh niên trẻ, đã có công việc và thu nhập.
- Nhóm bạn bè: nhóm thanh niên trẻ, sinh viên, học sinh.

d) Lễ hội, tâm linh: Phân đoạn ưu tiên thu hút sau:

- Khách hành hương, tâm linh: Đi theo nhóm đông, tuổi trung niên và cao, chủ yếu là nữ
- Khách tham gia các festival, lễ hội truyền thống: Đi theo gia đình có con cái, đi theo nhóm bạn bè, đi đôi.

** Nhóm khuyến khích phát triển, mở rộng thị trường :*

đ) Chuyên biệt: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Nhóm du lịch theo sở thích: Các nhóm theo các sở thích khác nhau phụ thuộc vào loại sản phẩm chuyên biệt lựa chọn. Du lịch sinh thái, mạo hiểm thu hút các đối tượng thanh niên trẻ, đôi vợ chồng trẻ. Du lịch thể thao thu hút các nhóm thanh niên, bạn bè theo các câu lạc bộ thể thao...
- Nhóm du lịch theo nhu cầu: Phụ thuộc vào nhu cầu đặc biệt như du lịch chữa bệnh, du lịch giáo dục... có các đoạn thị trường khác nhau, cần có nghiên cứu cụ thể, sản phẩm và phục vụ theo cá nhân.

e) Kết hợp công vụ: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Luồng khách từ địa phương hoặc đô thị nhỏ tới các thành phố, đô thị lớn: Trong tuổi lao động, kết hợp du lịch đô thị, vui chơi giải trí, mua sắm hàng hóa.
- Luồng khách từ các thành phố, đô thị lớn tới các địa phương: Trong tuổi lao động, kết hợp tham quan, mua sắm sản vật địa phương.

1.1.2. Thị trường khách quốc tế:

** Định hướng chung :*

- ✓ Thu hút, phát triển mạnh thị trường khách quốc tế gần: Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc), Đông Nam Á (Singapore, Malaysia, Ấn Độ, Thái Lan).
- ✓ Tăng cường khai thác thị trường khách cao cấp đến từ Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan, Bắc Âu, Bắc Mỹ (Mỹ, Canada) và Đông Âu (Nga, Ukraina), Thái Bình Dương (Úc, Niudilân).
- ✓ Mở rộng thị trường mới: Trung Đông, Ấn Độ.

Bảng 12. Mức độ ưu tiên phát triển thị trường khách du lịch quốc tế

Mức độ ưu tiên	Chiến lược chung	Thị trường
1	Phát triển thị trường	- Đông Bắc Á - Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan - ASEAN - Thái Lan, Malaysia, Campuchia, Singapo, Indônêxia
2	Duy trì thị trường	- Tây Âu - Pháp, Anh, Đức, Hà Lan... - Bắc Âu - Thụy điển, Đan Mạch.. - Bắc Mỹ - Mỹ, Canada - Đông Âu - Nga, Ucraina - Úc - Úc, Niu Di lân
3	Mở rộng thị trường	- Trung Đông - Ấn Độ

* Các định hướng cụ thể:

a) Nhóm thị trường ưu tiên phát triển (Đông Bắc Á và Đông Nam Á):

a1) *Thị trường Đông Bắc Á:* Các thị trường khách từ Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc là những thị trường nguồn gửi khách chiếm thị phần lớn của du lịch Việt Nam. Cả 3 thị trường này, Việt Nam cần tập trung thu hút những dòng khách có khả năng thanh toán cao, lưu trú dài ngày và sử dụng dịch vụ đa dạng.

+ Nhật Bản: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Nữ độc thân: Đi du lịch tự tổ chức, đi cùng bạn gái, có việc làm và thu nhập trung bình cao, thích nghỉ dưỡng, vui chơi thư giãn, thích mua sắm, ẩm thực, cần dịch vụ cá nhân, tham quan di sản, tìm hiểu văn hóa bản địa.
- Khách trung niên: Có thu nhập cao, ổn định, tự tổ chức và theo tour, thích dịch vụ hạng sang, phục vụ theo phong cách Nhật, số đông là nam giới, tham quan di tích, tìm hiểu văn hóa truyền thống.
- Hưu trí: Đi theo đôi vợ chồng, đi du lịch theo đoàn, có nhiều thời gian rỗi, có thu nhập từ lương hưu ổn định, thích dịch vụ theo phong cách Nhật, số đông là nam giới, yêu cầu hướng dẫn viên tận tình, món ăn Nhật.

+ Trung Quốc: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Khách từ các tỉnh, thành phố lớn: Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Đông và các tỉnh phía Bắc: Trung niên, thương gia. Có thu nhập trung bình và cao, khách trung niên, có nhiều kinh nghiệm du lịch,

có phong cách hiện đại, thích sử dụng dịch vụ cao cấp có thương hiệu, đặt giữ chỗ trực tuyến, đi tour, đi bằng máy bay.

- Khách từ vùng Vân Nam, Tây Tạng có nhu cầu du lịch biển đến các vùng duyên hải vừa Việt Nam dọc theo hành lang kinh tế Vân Nam-Lào Cai- Hà Nội - Hải Phòng Quảng Tây.

+ Hàn Quốc: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Công chức: 30-40 tuổi, có thu nhập ổn định, thích khám phá, vui chơi giải trí.
- Trung niên: Đi theo gia đình, thích du lịch đô thị, tham quan thiên nhiên và tìm hiểu văn hóa lịch sử; tham quan di sản, du lịch công vụ (MICE), chơi Golf.
- Hưu trí: Có nhiều thời gian, nhiều mong muốn đi du lịch, đi theo tour

+ Đài Loan: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Trung niên phân khúc hẹp chơi golf: Có thu nhập trung bình cao, tuổi từ 40-50, sử dụng dịch vụ cao, khách kết hợp công vụ.
- Thương gia: du lịch công vụ tới Việt Nam, tuổi từ 40-50, sử dụng dịch vụ cao.
- Thanh niên phân khúc hẹp nghỉ trăng mật: Thích nghỉ dưỡng, nghỉ biển, tham quan thắng cảnh, ẩm thực.
- Sinh viên: Năng động, thích tham quan thắng cảnh, di tích lịch sử, vui chơi giải trí.

a2) Thị trường Đông Nam Á : Thị trường các nước láng giềng có vai trò quan trọng. Các thị trường này hiện cũng đang có đà tăng trưởng đến Việt Nam. Cùng các chính sách phát triển phù hợp hiện nay, hợp tác khu vực gia tăng, khả năng thu hút luồng khách này sang Việt Nam khá lớn, đặc biệt theo hành lang Đông Tây.

+ Thái Lan: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Khách du lịch đường bộ: Du lịch caravan, nổi chuyến qua các nước, du lịch cuối tuần, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, tham quan di sản.
- Khách du lịch đường hàng không: Nhóm khách từ các thành phố lớn, có thu nhập cao, có kinh nghiệm đi du lịch, thích khám phá, tìm hiểu, nghỉ dưỡng.
- Khách du lịch đường thủy: Khách du lịch cuối tuần, nổi chuyến qua các nước trên tuyến đường thủy theo sông Mekông

+ Malaysia: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Trung niên: Đi đôi hoặc cùng gia đình, thích nghỉ dưỡng biển, đô thị, du lịch nông thôn, du lịch chữa bệnh. Đi riêng hoặc mang theo gia đình theo hình thức du lịch MICE.
- Hưu trí: Đi đôi, theo đoàn tìm hiểu văn hóa lịch sử, du lịch đô thị, du lịch nghỉ dưỡng biển.

+ Campuchia: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Khách đường bộ: Du lịch cuối tuần, du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, tham quan di sản, du lịch chữa bệnh, mua sắm, giải trí.
- Khách đường thủy: Khách du lịch cuối tuần, du lịch trên tuyến đường thủy theo sông Mê Kông, tham gia du lịch sinh thái, du lịch đô thị, du lịch nông thôn.

+ Indônêxia: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Khách trung niên, hưu trí: Ưa thích tìm hiểu văn hóa, thưởng thức ẩm thực, mua sắm, nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí.

+ Singapore: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Thanh niên đi cùng bạn bè: Du lịch cuối tuần, du lịch nghỉ dưỡng biển, nghỉ dưỡng núi, du lịch công vụ, du lịch sinh thái, tham quan di sản.

b) Nhóm thị trường duy trì phát triển (Tây Âu, Bắc Mỹ, Niu Di Lân, Đông Âu, Bắc Âu):

+ Pháp: Phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Cao tuổi (50-60): Giới thượng lưu, có khả năng chi trả cao, tham gia tìm hiểu văn hóa lịch sử, khám phá, nghỉ dưỡng biển, vui chơi giải trí cao cấp, du lịch có trách nhiệm.
- Hưu trí (trên 60): Đi theo đoàn lớn, từ các tỉnh lẻ, tham gia du lịch tìm hiểu văn hóa lịch sử, du lịch có trách nhiệm, du lịch nông thôn.
- Đi theo đôi: Thanh niên hoặc trung niên, ưa thích khám phá, tìm hiểu thiên nhiên, du lịch sinh thái.
- Đi cùng gia đình con cái: Nghỉ dưỡng, khám phá, du lịch nông thôn.

+ Anh: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Đi đôi: Có thu nhập ổn định, thích khám phá, vui chơi giải trí, tìm hiểu di sản, văn hóa lịch sử, nghỉ dưỡng; tự tổ chức đi hoặc qua công ty lữ hành.

- Đi cùng gia đình: Thu nhập cao, thích khám phá, du lịch nông thôn, sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng.
- + Đức: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:
- Sinh viên: Nhóm khách năng động, tự tổ chức, đi lẻ hoặc theo nhóm bạn bè, tham gia du lịch sinh thái, du lịch nông thôn, khám phá, tìm hiểu văn hóa lịch sử.
 - Đôi vợ chồng trẻ: Tự tổ chức, ưa thích du lịch đô thị, nghỉ dưỡng, tìm hiểu văn hóa lịch sử.
 - Gia đình có con cái: Nghỉ dài ngày, có thu nhập cao, tham gia nhiều hoạt động, ưa thích nghỉ dưỡng biển, tham quan thiên nhiên.
- + Hà Lan: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:
- Khách trung niên: Sử dụng sản phẩm du lịch truyền thống, khám phá, tìm hiểu văn hóa lịch sử, du lịch đô thị.
 - Khách trung niên: Sử dụng sản phẩm du lịch đặc thù: nghỉ dưỡng biển, du lịch nông thôn, du lịch sinh thái, du lịch chữa bệnh...
- + Ý: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:
- Thanh niên: Năng động, thu nhập trung bình, thích khám phá, nghỉ dưỡng.
 - Khách trung niên: Thu nhập trung bình, cao, tham gia du lịch tìm hiểu văn hóa, lịch sử, khám phá, nghỉ dưỡng biển, du lịch nông thôn, du lịch sinh thái...
- + Tây Ban Nha: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:
- Đôi vợ chồng trẻ: Thu nhập trung bình cao, ưa thích tìm hiểu văn hóa lịch sử, khám phá thiên nhiên.
 - Thanh niên đi cùng bạn bè: Thu nhập trung bình, năng động, thích du lịch sinh thái, mạo hiểm, du lịch nông nghiệp
 - Gia đình có con cái: Thu nhập cao, tìm hiểu văn hóa, lối sống, du lịch đô thị, du lịch nông thôn, tham quan thắng cảnh.
- + Mỹ: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:
- Gia đình có con cái: Đi du lịch nhiều, có khả năng chi tiêu, thích khám phá, nghỉ dưỡng, VCGT, du lịch có trách nhiệm.
 - Trung niên, công chức: Công việc và thu nhập ổn định, thích khám phá, tìm hiểu văn hóa lịch sử, nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái.

- Hưu trí: Có thời gian, đi du lịch nhiều, thích tìm hiểu văn hóa lịch sử, nghỉ dưỡng, tham quan thắng cảnh, du lịch nông thôn, du lịch có trách nhiệm.

+ Úc, Niudilân: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Gia đình trẻ có con cái: Có khả năng chi tiêu trung bình, thích khám phá, tìm hiểu thiên nhiên, cuộc sống.
- Đôi vợ chồng trẻ: Ưa thích tìm hiểu các điểm đến mới, giao lưu và tìm hiểu văn hóa lịch sử, nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái.
- Độc thân, đi tự do: Thích khám phá những điểm có nhiều tài nguyên phong phú, tham gia du lịch sinh thái, mạo hiểm, tìm hiểu lối sống, văn hóa địa phương.
- Trung niên: Có thời gian, tham gia du lịch nhiều, thích tìm hiểu văn hóa, lối sống bản địa, có khả năng tham gia du lịch nông thôn, du lịch sinh thái.

+ Nga: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Khách nghỉ dưỡng biển: Thanh niên, trung niên, gia đình có con cái, hưu trí, nghỉ dưỡng biển dài ngày, chữa bệnh, giải trí.
- Khách tham quan, khám phá: Gia đình có con cái, trung niên, hưu trí. Tìm hiểu văn hóa lịch sử, tham quan thắng cảnh.
- Khách tham gia tour kết hợp các nước trong vùng: Tham quan di sản, tìm hiểu văn hóa lịch sử, tham quan thắng cảnh, du lịch đô thị, ẩm thực

+ Khối Bắc Âu: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Đôi vợ chồng không con cái: Có thu nhập ổn định, đi du lịch nhiều, ưa thích khám phá, nghỉ dưỡng biển, sinh thái, tìm hiểu văn hóa lịch sử.
- Hưu trí: Nhóm cao tuổi nhưng năng động, có thời gian rảnh và khả năng chi trả, ưa thích tìm hiểu văn hóa lịch sử, tham quan thắng cảnh, nghỉ dưỡng biển.
- Sinh viên: Là nhóm có nhiều tiềm năng gia tăng, ưa thích khám phá, hoạt động VCGT, yêu thích thiên nhiên.

c) Nhóm thị trường mở rộng phát triển (Ấn Độ, Trung Đông):

Đối với các thị trường mới, sử dụng chiến lược mở rộng thị trường, áp dụng thu hút đại trà, xây dựng hình ảnh.

+ Ấn Độ: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Đôi vợ chồng không con cái: Trẻ tuổi, có thu nhập cao, thích khám phá, tìm hiểu văn hóa lịch sử, tham quan thiên nhiên, VCGT cao cấp.
- Gia đình có con cái: Trẻ và trung niên, có thu nhập cao, thích tìm hiểu VHLS, nghỉ dưỡng, tham quan thiên nhiên.

+ Trung Đông: Các phân đoạn ưu tiên thu hút:

- Thanh niên trẻ: Du lịch đô thị, tìm hiểu văn hóa lịch sử, khám phá thiên nhiên.
- Các nhóm quan tâm đặc biệt: Các phân khúc hẹp với các hoạt động du lịch chữa bệnh, làm đẹp, thể thao, spa...

1.2. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch:

1.2.1. Phương thức và quan điểm phát triển sản phẩm:

- Tập trung xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch đặc trưng trên cơ sở phát huy các giá trị tài nguyên du lịch độc đáo, đặc sắc, có thể mạnh nổi trội. Hình thành rõ nét các sản phẩm, phù hợp với nhu cầu và xu hướng thị trường, có định hướng theo giai đoạn.
- Đầu tư có trọng tâm, phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh, có thương hiệu.
- Tăng cường tính liên kết để phát triển các sản phẩm du lịch mạnh, có tính cạnh tranh cao, tránh trùng lặp.

1.2.2. Các định hướng chính:

+ *Định hướng ưu tiên phát triển các dòng sản phẩm chính:*

- Tập trung phát triển, hình thành các dòng sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh cao trên cơ sở phát huy những ưu thế tài nguyên. Các dòng sản phẩm du lịch này được hình thành từ từng sản phẩm mạnh riêng lẻ và từ sự liên kết chung, tạo nên thương hiệu chung cho mỗi dòng sản phẩm. Thứ tự ưu tiên chính của các sản phẩm du lịch theo thế mạnh tài nguyên và khả năng cạnh tranh gồm:

- Du lịch biển-đảo
- Du lịch văn hóa
- Du lịch sinh thái

- Phát triển mạnh hệ thống sản phẩm du lịch biển, cạnh tranh được trong khu vực về nghỉ dưỡng biển, tham quan thắng cảnh biển; xây dựng khu du lịch biển có quy mô, tầm cỡ khu vực và quốc tế, chất lượng cao, khu giải trí cao cấp.

Hình thành cơ sở và dịch vụ cho các sản phẩm du lịch thể thao và sinh thái biển, các sự kiện văn hóa, thể thao gắn với biển, đảo. Xây dựng đủ năng lực đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng biển dài ngày, dần hình thành quần thể du lịch biển, các điểm nghỉ dưỡng biển quan trọng của khu vực. Sử dụng các lợi thế về tài nguyên tự nhiên và các nét văn hóa đặc trưng từng vùng biển, đảo để thiết kế phát triển các sản phẩm biển có sức hấp dẫn cao. Tập trung khai thác mạnh hệ thống đảo ven bờ cho phát triển du lịch. Chú trọng bảo vệ môi trường trong quá trình khai thác, phát triển sản phẩm. Coi môi trường biển là yếu tố quyết định chất lượng hoạt động du lịch và đảm bảo sự phát triển bền vững. Tạo dựng thương hiệu du lịch biển Việt Nam trên quy mô thế giới.

- Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch văn hoá gắn với di sản, lễ hội, tham quan và tìm hiểu văn hoá, lối sống địa phương; phát triển du lịch làng nghề và du lịch cộng đồng kết hợp nghỉ tại nhà dân. Hệ thống di sản văn hóa vật thể và phi vật thể được UNESCO công nhận là các điểm nhấn tạo sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch. Đây vẫn tiếp tục là sản phẩm du lịch cần chú trọng hàng đầu và cần tổ chức quản lý hoạt động du lịch phù hợp với yêu cầu về bảo tồn đồng thời phát huy các giá trị di sản. Bảo tồn, phục dựng và phát huy các tập tục, giá trị truyền thống, các nét sinh hoạt cộng đồng, văn hóa lối sống các vùng miền để thiết kế, xây dựng sản phẩm du lịch tìm hiểu văn hóa phong phú, hấp dẫn. Khuyến khích và tạo thuận lợi cho các địa bàn vùng sâu, vùng xa tham gia phát triển các sản phẩm du lịch cộng đồng, du lịch về nguồn... Giới thiệu và phát triển các làng nghề cùng các sản phẩm làng nghề truyền thống qua hoạt động du lịch.

- Phát triển mạnh dịch vụ ẩm thực đặc sắc Việt Nam, giới thiệu rộng rãi văn hóa ẩm thực; Coi ẩm thực là một trong những sản phẩm du lịch văn hóa quan trọng, là cầu phân nổi trội của thương hiệu du lịch Việt Nam.

- Bên cạnh đó, các giá trị văn hóa vùng, miền được coi là nền tảng và nét đặc trưng của các sản phẩm du lịch tại từng vùng, miền, địa phương.

- Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, chú trọng khám phá hang động, du lịch núi, du lịch sinh thái nông nghiệp, nông thôn. Phục vụ nhu cầu du lịch tới thiên nhiên, nghỉ dưỡng tại các vùng núi cao với khí hậu trong lành, cũng như phục vụ nhu cầu đặc biệt trong sử dụng các sản phẩm du lịch sinh thái đích thực, du lịch về nguồn. Thông qua các hoạt động du lịch sinh thái, du lịch nông thôn... để phát triển có trách nhiệm hoạt động du lịch đi kèm với bảo vệ môi trường, xã hội, cộng đồng tại các vùng nông thôn, đặc biệt vùng sâu vùng xa. Phát huy các hình thái nông nghiệp, các hoạt động nghề nghiệp, sinh kế truyền thống để gắn kết xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng, hấp dẫn đối với các thị trường du lịch trong nước và quốc tế.

+ *Định hướng phát triển sản phẩm đặc trưng theo các vùng:*

- Phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng cho từng vùng du lịch. Mỗi vùng du lịch có ít nhất 1 sản phẩm du lịch tổng hợp có tính chất đặc trưng nổi trội để phát triển tạo dựng thương hiệu cho vùng, là tiền đề cho xúc tiến quảng bá du lịch vùng. Các sản phẩm du lịch đặc thù của từng vùng là cơ sở xây dựng hình ảnh vùng. Bên cạnh đó, các sản phẩm đơn lẻ bổ trợ, gắn kết tạo thành những chuỗi sản phẩm du lịch có tính tổng thể mang nét đặc trưng của từng vùng. Mỗi vùng với những đặc trưng riêng được xây dựng trên cơ sở các sản phẩm đặc thù, nổi bật cùng các sản phẩm bổ trợ tạo thành những điểm đến tổng hợp thu hút khách lưu trú dài ngày, có thương hiệu riêng của từng vùng du lịch. (Xem phụ lục).

- Đẩy mạnh đầu tư phát triển các dòng sản phẩm, tuyến du lịch theo định hướng liên kết vùng, liên kết các điểm đến trong vùng và liên vùng tạo sự đa dạng, độc đáo, khác biệt và mới lạ, khai thác triệt để yếu tố văn hóa và sinh thái địa phương và yếu tố đặc trưng riêng biệt của từng vùng, địa phương.

+ *Định hướng đa dạng hóa sản phẩm:*

Bên cạnh việc ưu tiên phát triển các dòng sản phẩm chính trên cơ sở các tài nguyên du lịch có lợi thế cao, cần chú trọng việc đa dạng hóa sản phẩm nhằm phục vụ các đối tượng khách với những nhu cầu đa dạng như:

- Du lịch MICE
- Du lịch đô thị
- Du lịch giáo dục
- Du lịch thể thao
- Du lịch dưỡng bệnh
- Du lịch du thuyền
- Du lịch làm đẹp ...

- Làm mới sản phẩm du lịch bằng việc bổ sung các dịch vụ đáp ứng nhu cầu đa dạng và luôn thay đổi của các thị trường khách khác nhau.

- Bảo tồn, phục dựng và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tập tục, lối sống để thiết kế xây dựng các sản phẩm du lịch mới, đa dạng phục vụ các đối tượng khách.

- Tập trung đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch tại một số đô thị trọng điểm để khai thác thế mạnh về loại hình du lịch MICE; xây dựng và hình thành một số trung tâm dịch vụ du lịch tầm cỡ trong nước và quốc tế; phát huy việc tổ chức các sự kiện lớn trong nước và quốc tế, hình thành thương hiệu một số đô thị chuyên tổ chức sự kiện.

- Đầu tư để hình thành từ một đến hai trung tâm mua sắm mang tầm quốc tế nhằm kết hợp khai thác loại hình du lịch với du lịch mua sắm. Kết hợp với ngành thương mại để hình thành các mùa mua sắm hàng hóa tại các trọng điểm du lịch, thu hút khách mua sắm trong nước và quốc tế.

- Đầu tư phát triển các cơ sở tiện nghi phục vụ nhu cầu hoạt động thể thao, giải trí gắn với du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu gia tăng của loại hình du lịch này; Trước mắt tập trung giới hạn và hoàn thiện hệ thống sản phẩm du lịch sân golf, hình thành các tiện nghi du lịch thể thao biển, thể thao núi. Du lịch thể thao thu hút lượng khách có động cơ tham gia cao và mức chi trả cao, bao gồm nhiều loại đối tượng: tham gia các hoạt động thể thao tập luyện thi đấu hoặc tham gia thể thao nhẹ có tính giải trí, đến tham dự các giải đấu hoặc sự kiện thể thao, đến tham quan các cơ sở, tiện nghi sân tập thể thao hoặc đến dự triển lãm về các sự kiện hoặc vận động viên tiêu biểu.

- Từng bước hình thành các loại hình sản phẩm du lịch giáo dục, du lịch về nguồn, các sản phẩm du lịch khuyến thưởng trong giáo dục, thương mại và giải trí xã hội, du lịch gắn với các sự kiện văn hóa, thể thao phục vụ các đối tượng khách du lịch trong nước và tiến tới thu hút khách du lịch nước ngoài.

- Phát triển các sản phẩm du lịch cho các nhóm thị trường ngách với xu hướng gia tăng về du lịch chữa bệnh, du lịch làm đẹp...

+ Định hướng liên kết phát triển sản phẩm:

Để đảm bảo phát huy tối đa tính liên ngành, liên vùng của hoạt động du lịch, phù hợp các quan điểm và mục tiêu phát triển cũng như nhằm đáp ứng phục vụ nhu cầu thị trường, phát triển các sản phẩm du lịch mạnh, hấp dẫn, có tính cạnh tranh cao, có tính bền vững, giai đoạn này cần phát huy nhiều hình thức liên kết trong việc phát triển sản phẩm du lịch:

- Đẩy mạnh liên kết giữa các địa phương, doanh nghiệp để thực hiện định hướng phát triển sản phẩm du lịch theo vùng và liên vùng cũng như liên kết để phát triển các dòng sản phẩm chính và theo chuyên đề nhằm tạo ra những sản phẩm mạnh, thương hiệu mạnh. Những sản phẩm chuyên đề có quy mô thị trường không lớn nhưng đòi hỏi các dịch vụ có chất lượng cao nên cần thiết có sự phối hợp và liên kết chặt chẽ. Gắn kết các hoạt động du lịch với các hoạt động thương mại, đầu tư phát triển khác để xúc tiến đầu tư phát triển sản phẩm du lịch.
- Liên kết theo khu vực, theo các hành lang kinh tế: tận dụng các mối liên kết hợp tác phát triển thuộc khu vực ASEAN, GMS, Đông Dương, các

hành lang kinh tế Đông Tây, Xuyên Á để phát triển các sản phẩm, tuyến du lịch liên kết giữa các vùng, điểm đến của Việt Nam với các vùng, điểm đến trong khu vực.

- Liên kết các ngành đường sắt, hàng không, tàu biển tạo sản phẩm đa dạng, nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch trong chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch. Phối hợp tổ chức các chiến dịch về các gói sản phẩm để thúc đẩy sự phát triển chung, cùng có lợi, đảm bảo tính liên tục và bền vững trong chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch cho khách du lịch.
- Phát huy các thế mạnh liên vùng, tạo dựng các liên kết trong phát triển sản phẩm. Nhiều loại kết hợp có thể được phát huy theo các liên kết theo ngành nghề, liên kết theo tổ chức quản lý, liên kết dọc, liên kết theo hành lang... Theo tiến trình phát triển chung về du lịch cũng như xu hướng phát triển tại nhiều quốc gia và trên thế giới, các liên kết sẽ dần được hình thành trên cơ sở các lợi ích chung và trên cơ sở sắp xếp phát triển theo hướng hiệu quả và bền vững tạo ra khả năng cạnh tranh cao hơn. Các mô hình liên kết cần có sự định hướng của Nhà nước, trong quá trình hoạt động các mô hình phát huy các liên kết nhà nước và tư nhân (PPP) cùng quản lý tổ chức cần được phát huy.
- Phát huy hợp tác quốc tế trong liên kết phát triển sản phẩm du lịch liên quốc gia, nổi tuyến, tạo các sản phẩm du lịch chuyên đề hoặc tổng hợp giữa các quốc gia trong khu vực thu hút các thị trường khách xa.

2. Tổ chức không gian phát triển du lịch

2.1. Phát triển du lịch theo vùng:

2.1.1. Mục tiêu phát triển du lịch theo vùng:

- Khai thác các đặc thù về tài nguyên để phát triển các sản phẩm theo vùng.
- Phát triển được mỗi vùng ít nhất có một sản phẩm đặc trưng.
- Liên kết vùng để phát triển các sản phẩm tổng hợp, có sức cạnh tranh cao.

2.1.2. Quan điểm phát triển du lịch theo vùng:

- *Gắn với phân vùng kinh tế, với các hành lang kinh tế quan trọng:* Hoạt động du lịch là một phần của hoạt động kinh tế. Các định hướng phát triển kinh tế vùng sẽ là định hướng chung cho phát triển du lịch vùng.

- *Lấy đặc điểm tài nguyên du lịch làm yếu tố cơ bản để tạo vùng:* Khai thác đặc điểm tài nguyên để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù cho từng vùng. Các địa phương trong một vùng phải có đặc điểm tài nguyên tương đối giống nhau và phân biệt so với vùng khác.

- Có mối liên hệ thuận tiện ở mức độ nhất định về giao thông để liên kết du lịch các địa phương trong vùng

- Có khả năng phát triển du lịch theo cùng một cơ chế. Các địa phương trong một vùng có cùng cơ chế chính sách phát triển kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng.

2.1.3. Căn cứ phát triển du lịch theo vùng:

- Sự phân bố và các đặc điểm của tài nguyên du lịch theo lãnh thổ.
- Hệ thống hạ tầng kỹ thuật, hệ thống đô thị và đặc biệt là hệ thống cửa khẩu, sân bay quốc tế, hệ thống cảng biển...

- Tổ chức các vùng kinh tế, văn hóa, địa lý, khí hậu sinh thái... Việt Nam.

- Tổ chức lãnh thổ du lịch Việt Nam của Chiến lược và QHTT phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2010.

- Định hướng phát triển du lịch Việt Nam theo vùng của Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

- Thực tế phát triển du lịch Việt Nam thời gian qua và nhu cầu phát triển du lịch những năm tiếp theo.

Trên cơ sở quan điểm, mục tiêu và các căn cứ phát triển vùng, lãnh thổ du lịch Việt Nam được tổ chức thành 7 vùng du lịch, gồm:

- Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ;
- Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc;
- Vùng Bắc Trung Bộ;
- Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ;
- Vùng Tây Nguyên;
- Vùng Đông Nam Bộ;
- Vùng Đồng bằng sông Cửu Long (Tây Nam Bộ).

2.2. Tổ chức các vùng du lịch Việt Nam:

2.2.1. Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ:

2.2.1.1. Khái quát chung:

Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ bao gồm 14 tỉnh: Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên, Lai Châu, Yên Bái, Phú Thọ, Lào Cai, Tuyên Quang, Hà Giang, Bắc Kạn, Thái Nguyên, Cao Bằng, Lạng Sơn và Bắc Giang gắn với các hành lang kinh tế (hai hành lang, một vành đai) và các cửa khẩu quan trọng với Trung Quốc và CHDCND Lào.

Diện tích: 95.338,8 km²; Dân số: 11.169,3 nghìn người, mật độ: 117 người/ km².

2.2.1.2. Đặc điểm tài nguyên:

- Về tự nhiên: Nổi bật là hệ sinh thái núi cao gắn với dãy Hoàng Liên Sơn phía Tây Bắc, hang động gắn với hệ sinh thái karst ở Đông Bắc và hệ sinh thái vùng trung du khu vực trung tâm.

- Về văn hóa: Bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số Đông và Tây Bắc như Tày, Nùng, Thái, Mường, Dao, Sán Dìu, H'Mông.v.v...

- Tài nguyên khác: Biên giới đường bộ với Trung Quốc dài 1.240 km; với Lào dài 610 km gắn với hệ thống cửa khẩu và khu kinh tế cửa khẩu quan trọng như Pa Háng (Sơn La), Tây Trang (Điện Biên), Ma Lù Thàng (Lai Châu), Lào Cai (Lào Cai), Thanh Thủy (Hà Giang), Tà Lùng (Cao Bằng), Hữu Nghị (Lạng Sơn).

Các điểm tài nguyên nổi bật: Hồ Hòa Bình, Mai Châu (Hòa Bình); Mộc Châu, hồ Sơn La (Sơn La); Điện Biên Phủ, Pá Khoang (Điện Biên), Sìn Hồ (Lai Châu); Hồ Thác Bà (Yên Bái); Đền Hùng (Phú Thọ), Sa Pa, Phan Xi Păng (Lào Cai); Đồng Văn, Mèo Vạc (Hà Giang), hồ Ba Bể (Bắc Kạn), hang Pác Bó, thác Bản Giốc (Cao Bằng); Tân Trào, hồ Nà Hang (Tuyên Quang); Định Hóa, hồ Núi Cốc (Thái Nguyên) TP.Lạng Sơn, Đồng Đăng, Mẫu Sơn (Lạng Sơn); hồ Cấm Sơn (Bắc Giang).v.v...

2.2.1.3. Hệ thống giao thông:

- Đường bộ: Vùng có các quốc lộ nối với Thủ đô Hà Nội, với Lào, Trung Quốc và nối khu vực phía Đông và Tây của vùng, đó là: QL 1, QL 2, QL 3, QL 6, QL 70, QL 279, QL 4 (A,B,C,D), QL 12...Đường Hồ Chí Minh từ Pắc Bó (Cao Bằng) qua Bắc Cạn, Tuyên Quang, Phú Thọ nối với Thủ đô Hà Nội và các tỉnh phía Nam.

- Đường sắt: Vùng có hai tuyến liên vận quốc tế từ Hà Nội là Hà Nội – Lào Cai - Côn Minh (Trung Quốc) và Hà Nội - Đồng Đăng - Nam Ninh (Trung Quốc).

- Đường không: Vùng có các sân bay nội địa Điện Biên Phủ (Điện Biên), Nà Sản (Sơn La) và trong tương lai sẽ phát triển thêm sân bay Lào Cai (Lào Cai).

- Đường sông: Là đầu nguồn của các sông lớn như sông Đà, sông Hồng, sông Lô, sông Chảy, sông Cầu, sông Kỳ Cùng...

Sự phát triển vùng gắn liền với hợp tác phát triển hai hành lang một vành đai giữa Việt Nam và Trung Quốc (Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng...và hành lang Nam Ninh - Lạng Sơn - Quảng Ninh - Hải Phòng), với hợp tác tiểu vùng sông Mêkông mở rộng (GMS).

2.2.1.4. Hệ thống đô thị:

Vùng có các thành phố đô thị loại 1 (Thái Nguyên, Việt Trì), loại 3 (Hòa Bình, Sơn La, Điện Biên Phủ, Yên Bái, Lào Cai, Tuyên Quang, Lạng Sơn, Bắc Giang, Cao Bằng) và các thị xã tỉnh lỵ (Lai Châu, Bắc Kạn).

2.2.1.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu:

Đồng Đăng (Lạng Sơn), Tà Lùng (Cao Bằng), Thanh Thủy (Hà Giang), Lào Cai (Lào Cai), Ma Lù Thàng (Lai Châu), Tây Trang (Điện Biên), Pa Háng (Sơn La).

2.2.1.6. Các định hướng phát triển chính:

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

Bảng 13. Dự báo chỉ tiêu phát triển du lịch vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	1.340.000	2.157.000	3.098.000	4.107.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	2,55	2,85	3,00	3,20
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	75	100	102	105
2	Khách nội địa (lượt)	5.718.000	7.944.000	10.188.000	12.700.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	1,85	1,90	2,00	2,10
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	24	35	41	44
3	Tổng thu từ du lịch (triệu USD)	570	1.160	1.840	2.560
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	924	1.500	1.820	1.900
5	Lao động trực tiếp (người)	36.000	60.000	79.000	113.000
6	Tổng lao động (người)	120.000	204.000	270.000	386.000
7	CSLT (cơ sở)	1.280	1.800	2.400	3.300
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	26.000	41.000	57.000	68.000

Nguồn: Viện NCPT du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế: giai đoạn 2011 - 2020 đạt 11%; giai đoạn 2021 - 2030: 6,7%.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa: giai đoạn 2011 - 2020 đạt 7%; giai đoạn 2021 - 2030: 4,8%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch: giai đoạn 2011 - 2020 đạt 21,5%; giai đoạn 2021 - 2030: 8,2%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng: Du lịch về nguồn tìm hiểu bản sắc văn hóa các dân tộc Việt Nam; tham quan, nghiên cứu hệ sinh thái núi cao, hang động, hệ sinh thái trung du; nghỉ dưỡng núi; nghỉ cuối tuần; thể thao khám phá; du lịch biên giới gắn với thương mại các cửa khẩu (xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch vùng

- Sơn La - Điện Biên gắn với Mộc Châu, hồ Sơn La, cửa khẩu quốc tế Tây Trang, di tích lịch sử Điện Biên Phủ và Mường Phăng.

- Lào Cai gắn với cửa khẩu quốc tế Lào Cai, khu nghỉ mát Sa Pa, Phan Xi Phăng và vườn quốc gia Hoàng Liên.

- Phú Thọ gắn với lễ hội Đền Hùng và hệ thống di tích thời đại Hùng Vương, cảnh quan hồ Thác Bà.

- Thái Nguyên - Lạng Sơn gắn với hồ Núi Cốc, di tích ATK Định Hóa, ATK Tân Trào, khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng, khu nghỉ mát Mẫu Sơn.

- Hà Giang gắn với công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn, cảnh quan Mèo Vạc, Mã Pí Lèng, Na Hang, Xín Mần...

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch như sau:

** 12 Khu du lịch quốc gia:*

- 1) Khu du lịch quốc gia Cao nguyên đá Đồng Văn;
- 2) Khu du lịch quốc gia Thác Bản Giốc;
- 3) Khu du lịch quốc gia Mẫu Sơn;
- 4) Khu du lịch quốc gia Hồ Ba Bể;
- 5) Khu du lịch quốc gia Tân Trào;
- 6) Khu du lịch quốc gia Hồ Núi Cốc;
- 7) Khu du lịch quốc gia Sa Pa;
- 8) Khu du lịch quốc gia Hồ Thác Bà;
- 9) Khu du lịch quốc gia Đền Hùng;
- 10) Khu du lịch quốc gia Mộc Châu;
- 11) Khu du lịch quốc gia Điện Biên Phủ-Pá Khoang ;
- 12) Khu du lịch quốc gia Hồ Hòa Bình.

** 4 Điểm du lịch quốc gia:*

- 1) Điểm du lịch quốc gia TP. Lào Cai;
- 2) Điểm du lịch quốc gia Pác Bó;
- 3) Điểm du lịch quốc gia TP. Lạng Sơn;
- 4) Điểm du lịch quốc gia Mai Châu.

** 1 Đô thị du lịch: Sa Pa.*

Ngoài ra, để tăng cường thu hút khách định hướng phát triển một số khu, điểm du lịch quan trọng khác của vùng như Xín Mần (Hà Giang), Sìn Hồ (Lai Châu), hồ Nà Hang (Hà Giang, Tuyên Quang), hồ Cẩm Sơn (Bắc Giang); hồ Sơn La (Sơn La, Lai Châu)...

2.2.2. Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc:

2.2.2.1. Khái quát chung:

Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc gồm Thủ đô Hà Nội và 10 tỉnh: Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Dương, Hưng Yên, Thái Bình, Hà Nam, Ninh Bình, Nam Định, thành phố Hải Phòng và Quảng Ninh, gắn với vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc.

Diện tích tự nhiên: 21.063,1 km²; Dân số: 19.770 nghìn người; mật độ trung bình: 939 người/ km².

2.2.2.2. Đặc điểm tài nguyên:

Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc là một khu vực rộng lớn từ Tây sang Đông với địa hình chính yếu là đồng bằng châu thổ sông Hồng gắn liền với một phần trung du, đồi núi và phần địa hình ven biển và hải đảo. Do đó, vùng này chứa đựng nguồn tài nguyên du lịch đa dạng, phong phú, cũng là nơi có lịch sử khai phá lâu đời, nôi của nền văn minh lúa nước, tập trung nhiều di tích, lễ hội, làng nghề truyền thống đặc sắc... với 2 trung tâm quốc gia là thủ đô Hà Nội và thành phố Hải Phòng.

Tài nguyên du lịch nổi trội:

- Hệ thống di tích lịch sử văn hóa gắn với văn minh lúa nước sông Hồng.
- Du lịch tâm linh, lễ hội gắn với lễ hội Chùa Hương, chùa Yên Tử, chùa Bái Đính.
- Cảnh quan thiên nhiên gắn với các vườn quốc gia, khu bảo tồn, dự trữ sinh quyển, đồng bằng châu thổ sông Hồng.
- Biển và đảo các tỉnh duyên hải Đông Bắc, nổi bật là Vịnh Hạ Long
- Biên giới đường bộ và cửa khẩu khu vực Đông Bắc.

Các điểm tài nguyên nổi bật: Chùa Hương, Ba Vì - suối Hai, các di tích lịch sử văn hóa nội thành Hà Nội, Làng văn hóa, du lịch các dân tộc Việt Nam (Hà Nội); Tam Đảo, Đại Lải (Vĩnh Phúc); Tam Cốc - Bích Động, Hoa Lư, Tràng An, Cúc Phương, Vân Long (Ninh Bình); Xuân Thủy (Nam Định); Cát Bà, Đồ Sơn (Hải Phòng); Yên Tử, vịnh Hạ Long, Bái Tử Long, Vân Đồn, Trà Cổ (Quảng

Ninh).v.v... Trong đó đặc biệt quan trọng là các Di sản văn hóa thế giới của thủ đô Hà Nội và Di sản thiên nhiên thế giới vịnh Hạ Long.

2.2.2.3. Hệ thống giao thông:

Vùng có hệ thống giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường không phát triển.

- Đường bộ: Các QL 1, QL 2, QL 3, QL 5, QL 6, QL 18 từ Hà Nội đi các tỉnh trong vùng và với vùng khác trên lãnh thổ Việt Nam. QL 10 là tuyến hành lang ven biển.

- Đường sắt: Bắc - Nam, Hà Nội - Lạng Sơn, Hà Nội-Hải Phòng, Hà Nội - Thái Nguyên, Hà Nội - Lào Cai.

- Đường không: Sân bay Nội Bài, Cát Bi với Nội Bài là cửa khẩu sân bay quốc tế quan trọng hàng đầu của đất nước.

- Đường sông: Hệ thống sông Hồng và sông Thái Bình chảy qua hầu hết các tỉnh trong vùng.

- Đường biển: Có các cảng biển quan trọng Hạ Long, Hải Phòng.

Cơ sở vật chất kỹ thuật cho các ngành (trong đó có du lịch) trên địa bàn vùng ngày càng hoàn thiện.

Vùng có sự quan tâm đầu tư nhiều của Nhà nước và nước ngoài. Có nguồn lao động dồi dào, nhiều kinh nghiệm và truyền thống trong sản xuất, chất lượng lao động cao. Thị trường có sức mua lớn.

2.2.2.4. Hệ thống đô thị:

Vùng có hai thành phố trực thuộc Trung ương là thủ đô Hà Nội (Đô thị đặc biệt) và thành phố Hải Phòng (Đô thị loại 1) là các trung tâm kinh tế, văn hóa - xã hội lớn của quốc gia. Các thành phố đô thị loại 1, 2 và 3 như Vĩnh Yên, Hạ Long, Hải Dương, Hưng Yên, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình, Phủ Lý.

2.2.2.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu:

Vùng có biên giới đường bộ với Trung Quốc dài 133 km, với cửa khẩu quốc tế quan trọng Móng Cái; 2 cửa khẩu hàng không quốc tế là Nội Bài và Cát Bi.

2.2.2.6. Các định hướng phát triển chính:

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

**Bảng 14. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch
vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc**

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	5.369.000	7.117.000	8.912.000	10.585.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,50	3,80	4,10	4,30
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	112	118	122	124
2	Khách nội địa (lượt)	21.490.000	26.400.000	30.902.000	36.000.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	2,12	2,25	2,28	2,50
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	28	47	54	56
3	Tổng thu từ du lịch (triệuUSD)	3.360	5.900	8.260	10.562
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	6.120	7.790	7.880	7.950
5	Lao động trực tiếp (người)	178.000	250.000	298.000	392.000
6	Tổng lao động (người)	611.000	840.000	998.000	1.330.000
7	CSLT (cơ sở)	5.000	6.800	8.300	9.600
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	101.000	158.000	201.000	233.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế: Giai đoạn 2011-2015 đạt 6,4 %; giai đoạn 2021 - 2030: 4%.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa: Giai đoạn 2011 - 2015 đạt 4,5%; giai đoạn 2021 - 2030: 3,2%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch: Giai đoạn 2011 - 2015 đạt 13,8 %; giai đoạn 2021 - 2030: 6%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng:

Là du lịch văn hóa gắn với nền văn minh lúa nước sông Hồng; du lịch lễ hội, tâm linh; du lịch biển đảo, MICE, sinh thái nông nghiệp nông thôn, VCGT cao cấp (Xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch vùng:

- Thủ đô Hà Nội gắn với hệ thống di tích lịch sử - văn hóa nội thành và các cảnh quan tự nhiên vùng phụ cận.

- Quảng Ninh - Hải Phòng gắn với cảnh quan biển đảo Đông Bắc đặc biệt là Hạ Long - Cát Bà, Vân Đồn, Đồ Sơn.

- Ninh Bình gắn với Tam Cốc - Bích Động, Hoa Lư, Tràng An, Vân Long, Cúc Phương, Tam Chúc - Ba Sao và quần thể di tích, cảnh quan vùng phụ cận.

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch như sau:

** 9 Khu du lịch quốc gia :*

- 1) Khu du lịch quốc gia Hạ Long - Cát Bà;
- 2) Khu du lịch quốc gia Vân Đồn;
- 3) Khu du lịch quốc gia Trà Cổ;
- 4) Khu du lịch quốc gia Côn Sơn - Kiếp Bạc;
- 5) Khu du lịch quốc gia Làng văn hóa - du lịch các dân tộc Việt Nam;
- 6) Khu du lịch quốc gia Ba Vì - Suối Hai;
- 7) Khu du lịch quốc gia Tam Đảo;
- 8) Khu du lịch quốc gia Tràng An;
- 9) Khu du lịch quốc gia Tam Chúc.

** 8 Điểm du lịch quốc gia :*

- 1) Điểm du lịch quốc gia Hoàng thành Thăng Long;
- 2) Điểm du lịch quốc gia Yên Tử;
- 3) Điểm du lịch quốc gia TP. Bắc Ninh;
- 4) Điểm du lịch quốc gia Chùa Hương;
- 5) Điểm du lịch quốc gia Cúc Phương;
- 6) Điểm du lịch quốc gia Vân Long;
- 7) Điểm du lịch quốc gia Đền Trần - Phủ Giầy;
- 8) Điểm du lịch quốc gia Phố Hiến.

** 2 Đô thị du lịch: Hạ Long, Đồ Sơn.*

Ngoài ra cần chú trọng phát triển các điểm như VQG Xuân Thủy (Nam Định), Đồng Châu (Thái Bình), Bạch Long Vĩ (Hải Phòng)...

2.2.3. Vùng Bắc Trung Bộ:

2.2.3.1. Khái quát chung:

Vùng Bắc Trung Bộ gồm 6 tỉnh: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên - Huế gắn với vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và hành lang du lịch Đông - Tây.

Diện tích: 51.524,6 km². Dân số: 10.092,9 nghìn người; mật độ: 196 người/km².

2.2.3.2. Đặc điểm tài nguyên:

Vùng kéo dài, hành lang hẹp, Tây giáp Trường Sơn và Lào, phía Đông là biển Đông (Vịnh Bắc Bộ) cả trung du và miền núi, hải đảo dọc suốt lãnh thổ. Vì vậy Bắc Trung Bộ có các loại tài nguyên du lịch núi, hang động, nước khoáng, hệ sinh thái vườn quốc gia, đầm phá và đặc biệt là du lịch biển.

Cùng với bề dày lịch sử dân tộc, Bắc Trung Bộ là một trong những trung tâm văn hóa quan trọng của Việt Nam, là nơi có 3 di sản văn hóa thế giới là quần thể di tích cố đô Huế, Nhã nhạc cung đình Huế, di tích thành Nhà Hồ, 1 di sản thiên nhiên thế giới Phong Nha-Kẻ Bàng và rất nhiều di tích lịch sử, văn hóa có giá trị khác.

Bắc Trung Bộ cũng là nơi sản sinh ra nhiều danh nhân văn hóa, chính trị gia nổi tiếng, là nơi sinh sống của cộng đồng 25 dân tộc thiểu số Việt Nam điển hình là Thái, Mường, Chứt, Pa Cô, Cotu, Tà Ôi, Bru - Vân Kiều.v.v...với các bản sắc văn hóa hết sức đặc trưng được thể hiện qua các lễ hội, nghề thủ công, các di tích lịch sử văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, kho tàng văn hóa dân gian, ẩm thực...hệ thống di tích cách mạng gắn liền với hai cuộc kháng chiến của dân tộc...là nguồn tài nguyên du lịch nhân văn hết sức có giá trị đối với hoạt động du lịch.

Vùng Bắc Trung Bộ có hơn 1.200 km đường biên giới với CHDC Lào với hệ thống các cửa khẩu quốc tế và cửa khẩu chính quan trọng bên cạnh hệ thống cửa khẩu là các khu kinh tế cửa khẩu, các chợ đường biên là tiềm năng to lớn phát triển du lịch biên giới.

Tài nguyên du lịch nổi trội, gồm:

- Hệ thống di sản (tự nhiên và văn hóa), di tích lịch sử cách mạng.
- Cảnh quan thiên nhiên gắn với dãy Bắc Trường Sơn.
- Hệ sinh thái vườn quốc gia, đầm phá.
- Biển, đảo miền Trung.
- Bản sắc văn hóa các dân tộc thiểu số dọc theo miền Tây của vùng.
- Đường biên giới với các cửa khẩu quốc tế, chợ đường biên.

Các điểm tài nguyên nổi bật: Sầm Sơn, Thành Nhà Hồ (Thanh Hóa); Kim Liên, Cửa Lò (Nghệ An); Ngã Ba Đồng Lộc, Lưu niệm Nguyễn Du, Thiên Cầm (Hà Tĩnh), Phong Nha - Kẻ Bàng (Quảng Bình), Di tích chiến tranh chống Mỹ, đảo Cồn Cỏ ở Quảng Trị; Cố đô Huế, Lăng Cô - Cảnh Dương, Bạch Mã (Thừa Thiên - Huế).v.v...

2.2.3.3. Hệ thống giao thông:

- Đường bộ: Vùng có hệ thống đường bộ quan trọng là QL 1A, QL 7, QL 8, QL9, QL49... đường Hồ Chí Minh.
- Đường sắt: Đường sắt Bắc - Nam.
- Đường không: Vùng có các sân bay Vinh (Nghệ An), Đồng Hới (Quảng Bình), Phú Bài (Thừa Thiên - Huế), trong đó Phú Bài là sân bay quốc tế.
- Đường biển: Cảng Vũng Áng (Hà Tĩnh), cảng Cửa Lò (Nghệ An), cảng Chân Mây (Thừa Thiên - Huế).

2.2.3.4. Hệ thống đô thị:

- 2 đô thị loại 1: Vinh và Huế
- Các đô thị loại 3: Thanh Hóa, Hà Tĩnh, Đồng Hới, Đông Hà.

2.2.3.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu:

Vùng có đường biên giới với Lào dài hơn 1.200 km với hệ thống cửa khẩu và khu kinh tế cửa khẩu quan trọng như Nà Mèo (Thanh Hóa), Nậm Cắn (Nghệ An), Cầu Treo (Hà Tĩnh), Cha Lo (Quảng Bình), Lao Bảo (Quảng Trị).

2.2.3.6. Các định hướng phát triển chính:

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

Bảng 15. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	1.554.000	2.108.000	2.795.000	3.635.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,10	3,30	3,45	3,70
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	106	112	115	120
2	Khách nội địa (lượt)	6.843.000	8.900.000	10.829.000	13.560.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	1,85	2,00	2,10	2,30
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	26	40	48	52
3	Tổng thu từ du lịch (triệuUSD)	867	1.600	2.350	3.236
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	1.601	1.950	2.100	2.400
5	Lao động trực tiếp (người)	48.000	68.000	83.000	118.000
6	Tổng lao động (người)	175.000	240.000	280.000	398.000
7	CSLT (cơ sở)	1.850	2.300	2.800	3.500
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	39.000	48.000	62.000	78.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2011 - 2020 đạt 7,1 %; giai đoạn 2021 - 2030: 5,6%.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa giai đoạn 2011 - 2020 đạt 6%; giai đoạn 2021 - 2030: 4,3%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch giai đoạn 2011 - 2020 đạt 14,5 %; giai đoạn 2021 - 2030: 7,3%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng:

Du lịch di sản, du lịch biển, đảo; du lịch tham quan tìm hiểu văn hóa, lịch sử, lối sống địa phương; du lịch biên giới gắn với các cửa khẩu; du lịch tham quan nghiên cứu hệ sinh thái (Xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm du lịch của vùng:

- Thành phố Thanh Hóa - Sầm Sơn - Tĩnh Gia gắn với hệ thống di tích Hàm Rồng, Di sản thế giới Thành Nhà Hồ, đô thị du lịch Sầm Sơn và hệ thống bãi biển Quảng Xương, Tĩnh Gia.

- Nam Nghệ An - Bắc Hà Tĩnh gắn với đô thị du lịch Cửa Lò, khu di tích Kim Liên, khu lưu niệm Nguyễn Du, cửa khẩu Cầu Treo, núi Hồng - sông Lam, Xuân Thành, Ngã Ba Đồng Lộc...

- Quảng Bình - Quảng Trị gắn với di sản thiên nhiên Phong Nha - Kẻ Bàng, biển Cửa Tùng - Cửa Việt, đảo Cồn Cỏ, cửa khẩu Lao Bảo và hệ thống di tích chiến tranh chống Mỹ.

- Thừa Thiên - Huế gắn với hệ thống di sản văn hóa cổ đô Huế và cảnh quan thiên nhiên Lăng Cô - Cảnh Dương, Bạch Mã, Tam Giang...

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch như sau:

** 4 Khu du lịch quốc gia:*

- 1) Khu du lịch quốc gia Kim Liên;
- 2) Khu du lịch quốc gia Thiên Cầm;
- 3) Khu du lịch quốc gia Phong Nha-Kẻ Bàng;
- 4) Khu du lịch quốc gia Lăng Cô-Cảnh Dương.

** 6 Điểm Du lịch quốc gia:*

- 1) Điểm du lịch quốc gia Thành Nhà Hồ;
- 2) Điểm du lịch quốc gia Ngã Ba Đồng Lộc;

- 3) Điểm du lịch quốc gia Lưu niệm Nguyễn Du;
- 4) Điểm du lịch quốc gia TP. Đồng Hới;
- 5) Điểm du lịch quốc gia Thành cổ Quảng Trị.
- 6) Điểm du lịch quốc gia Bạch Mã.

** 3 Đô thị du lịch: Sầm Sơn, Cửa Lò, Huế.*

Ngoài ra, chú trọng phát triển các điểm hang cá Cẩm Lương, khu di tích Lam Kinh, Bến En (Thanh Hóa), Pù Mát (Nghệ An), Chùa Hương (Hà Tĩnh), Đồng Hới (Quảng Bình), Cồn Cỏ (Quảng Trị)...

2.2.4. Vùng duyên hải Nam Trung Bộ:

2.2.4.1. Khái quát chung:

Vùng duyên hải Nam Trung Bộ gồm Thành phố Đà Nẵng và 7 tỉnh: Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận gắn với vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, hành lang du lịch Đông - Tây.

Diện tích tự nhiên: 44.360,7 km². Dân số: 8.842,6 nghìn người; mật độ trung bình: 199 người/ km².

Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ có vị trí địa lý kinh tế rất thuận lợi, nằm trên trục các đường giao thông bộ, sắt, hàng không và biển, gần TP. Hồ Chí Minh và khu tam giác kinh tế trọng điểm miền Đông Nam Bộ; cửa ngõ của Tây Nguyên, của đường xuyên Á ra biển nối với đường hàng hải quốc tế.

2.2.4.2. Đặc điểm tài nguyên:

Tài nguyên du lịch nổi trội, gồm:

- Các tài nguyên tự nhiên gắn với biển đảo duyên hải.
- Các di sản văn hóa gắn với văn hóa Sa Huỳnh, văn hóa Chăm-pa.
- Di tích gắn với khởi nghĩa Tây Sơn, di tích lịch sử cách mạng.
- Bản sắc văn hóa các dân tộc ít người phía Đông Trường Sơn.

Các điểm tài nguyên nổi bật: Bà Nà, Sơn Trà (Đà Nẵng); Hội An, Mỹ Sơn, Cù Lao Chàm (Quảng Nam); Mỹ Khê, Trường Lũy, Lý Sơn (Quảng Ngãi); Phương Mai, Quy Nhơn (Bình Định), Vịnh Xuân Đài, Đầm Ô Loan (Phú Yên); Nha Trang, Cam Ranh, Trường Sa (Khánh Hòa); Cà Ná, Phan Rang (Ninh Thuận), Mũi Né (Bình Thuận)...

Tài nguyên du lịch biển, đảo và di tích lịch sử - văn hoá dân tộc là nguồn lực quan trọng, trong đó nổi bật là dải Đà Nẵng - Non Nước - Hội An (Quảng Nam - Đà Nẵng) và Nha Trang - vịnh Cam Ranh (Khánh Hòa), đặc biệt vịnh Cam Ranh có thể phát triển thành điểm du lịch biển, đảo có tầm cỡ quốc tế.

2.2.4.3. Hệ thống giao thông:

- Đường bộ: Hệ thống đường bộ có QL 1A, QL 19, QL 24, QL 25, QL 26, QL 27, QL 28... và các tuyến đường tỉnh lộ khác.
- Đường sắt: Tuyến đường sắt Bắc - Nam chạy qua các tỉnh của vùng.
- Đường không: Vùng có các sân bay Đà Nẵng, Chu Lai, Tuy Hòa, Cam Ranh, trong đó Đà Nẵng, Cam Ranh là các sân bay quốc tế.
- Đường biển: Hệ thống cảng biển quan trọng: Đà Nẵng (Đà Nẵng), Chu Lai (Quảng Nam), Dung Quất, Kỳ Hà (Quảng Ngãi), Quy Nhơn (Bình Định), Nha Trang (Khánh Hòa), Phan Thiết (Bình Thuận).

2.2.4.4. Hệ thống đô thị:

- 1 Thành phố trực thuộc Trung ương là Đà Nẵng (Đô thị loại 1) .
- Các thành phố tỉnh lỵ: Tam Kỳ, Quảng Ngãi, Quy Nhơn, Tuy Hòa, Nha Trang, Tháp Chàm, Phan Thiết.

2.2.4.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu:

- Đường không: Sân bay Đà Nẵng và sân bay Cam Ranh.
- Đường thủy: Đà Nẵng, Nha Trang...

2.2.4.6. Các định hướng phát triển chính:

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

Bảng 16. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	2.600.000	3.445.000	4.505.000	5.804.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,55	3,70	3,90	4,10
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	109	116	121	122
2	Khách nội địa (lượt)	6.080.000	7.760.000	9.716.000	12.400.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	2,00	2,10	2,20	2,40
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	29	45	51	55
3	Tổng thu từ du lịch(triệuUSD)	1.460	2.320	3.250	4.540
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	2.380	2.890	3.120	3.400
5	Lao động trực tiếp (người)	82.000	112.000	149.000	192.000
6	Tổng lao động (người)	283.000	394.000	502.000	716.000
7	CSLT (cơ sở)	2.600	3.300	4.100	4.980
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	60.000	92.000	110.000	127.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2011 - 2020 đạt 6,6 %; giai đoạn 2021 - 2030: 5,4 %.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa giai đoạn 2011 - 2020 đạt 5,5%; giai đoạn 2021 – 2030 đạt 4,8%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch giai đoạn 2011 - 2020 đạt 12,3%; giai đoạn 2021 – 2030 đạt 6,9%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng:

Là du lịch biển, đảo; du lịch tham quan di tích (hệ thống di sản) kết hợp du lịch nghiên cứu bản sắc văn hóa (văn hóa Chăm, các dân tộc thiểu số ở Đông Trường Sơn); du lịch MICE (Xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm du lịch của vùng:

- Đà Nẵng - Quảng Nam gắn với Sơn Trà, Hải Vân, Hội An, Mỹ Sơn...

- Bình Định - Phú Yên - Khánh Hòa gắn với các bãi biển Phương Mai, Đầm Ô Loan, vịnh Nha Trang, Cam Ranh...

- Bình Thuận gắn với biển Mũi Né, đảo Phú Quý...

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch như sau:

** 9 Khu du lịch quốc gia:*

- 1) Khu du lịch quốc gia Sơn Trà;
- 2) Khu du lịch quốc gia Bà Nà;
- 3) Khu du lịch quốc gia Cù Lao Chàm;
- 4) Khu du lịch quốc gia Mỹ Khê;
- 5) Khu du lịch quốc gia Phương Mai;
- 6) Khu du lịch quốc gia Vịnh Xuân Đài;
- 7) Khu du lịch quốc gia Bắc Cam Ranh;
- 8) Khu du lịch quốc gia Ninh Chữ;
- 9) Khu du lịch quốc gia Mũi Né.

** 7 Điểm du lịch quốc gia:*

- 1) Điểm du lịch quốc gia Ngũ Hành Sơn;
- 2) Điểm du lịch quốc gia Hoàng Sa (Điểm dừng chân trên tuyến hàng hải quốc tế);

- 3) Điểm du lịch quốc gia Mỹ Sơn;
- 4) Điểm du lịch quốc gia Lý Sơn;
- 5) Điểm du lịch quốc gia Trường Lũy;
- 6) Điểm du lịch quốc gia Trường Sa;
- 7) Điểm du lịch quốc gia Phú Quý.

* 4 Đô thị du lịch: Đà Nẵng, Hội An, Nha Trang, Phan Thiết.

2.2.5. Vùng Tây Nguyên:

2.2.5.1. Khái quát chung:

Vùng Tây Nguyên gồm 5 tỉnh: Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng gắn với “Tam giác phát triển” Việt Nam - Lào - Campuchia.

Diện tích: 54.640,6 km². Dân số: 5,214,2 triệu người; mật độ: 95 người/ km².

Không gian du lịch Tây Nguyên có vị trí đặc biệt là tiếp giáp với cả hai nước bạn Lào và Campuchia, nơi có "Ngã ba Đông Dương", giao lưu thuận lợi cả ba nước và là thế mạnh phát triển du lịch chung “ba quốc gia một điểm đến”.

2.2.5.2. Đặc điểm tài nguyên:

a) Về tự nhiên:

Tây Nguyên là một trong những vùng có tài nguyên thiên nhiên hùng vĩ, cao nguyên bao la, với nhiều cảnh quan có giá trị du lịch và khí hậu mát mẻ như VQG Yokđôn (Đắk Lắk), Kon Ka Kinh (Gia Lai, Kon Tum), Măng Đen (Kon Tum), hồ Yaly (Gia Lai, Kon Tum)...

b) Về văn hóa:

Vùng có nhiều dân tộc thiểu số chung sống với dân tộc Việt (Kinh) như Ba Na, Gia Rai, Ê đê, Cơ Ho, Mạ, Xơ Đăng, Mơ Nông... Các dân tộc ít người như Gia Rai, Ê Đê... với bản sắc văn hoá hết sức đặc trưng được thể hiện qua các lễ hội, nghề thủ công, loại hình văn hoá nghệ thuật... hấp dẫn khách du lịch, trong đó nổi bật là Không gian công cộng Tây Nguyên, được công nhận là kiệt tác văn hoá phi vật thể của nhân loại, là di sản văn hóa phi vật thể của thế giới, trở thành tài nguyên du lịch hết sức có giá trị.

Các điểm tài nguyên nổi bật: VQG Yokđôn (Đắk Lắk), Kon Ka Kinh (Gia Lai, Kon Tum), Măng Đen (Kon Tum), hồ Yaly (Gia Lai, Kon Tum), hồ Lắk (Đắk Lắk), hồ Đắk Min (Đắk Nông), hồ Tuyên Lâm, hồ Đan Kia-Suối Vàng (Lâm Đồng)...

2.2.5.3. Hệ thống giao thông:

Khu vực Tây Nguyên có hệ thống giao thông đường bộ, đường không và đường sông liên hệ khá thuận lợi với xung quanh.

- Đường bộ: Quốc lộ 14 và 14C, đường Hồ Chí Minh, QL 19, QL 25, QL 26, QL 27, QL 28, QL 40
- Đường không: Sân bay Buôn Mê Thuột (Đắk Lắk), sân bay Pleiku (Gia Lai) là các sân bay nội địa, có đường bay đến các trung tâm du lịch lớn của cả nước.

2.2.5.4. Hệ thống đô thị:

- Đô thị loại 1: Đà Lạt, Buôn Mê Thuột.
- Thành phố, thị xã tỉnh lỵ khác: Kon Tum, Pleiku, Gia Nghĩa.

2.2.5.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu:

Hệ thống cửa khẩu quan trọng, gồm:

- Bờ Y (QL 40 - Kon Tum), khu vực Ngã Ba Đông Dương.
- Lệ Thanh (QL 19 -Gia Lai) với Campuchia.
- Bù Drang (TL 686 - Đắk Nông) với Campuchia.

2.2.5.6. Các định hướng phát triển chính:

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

Bảng 17. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch vùng Tây Nguyên

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	453.000	798.000	1.227.000	1.803.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,30	3,40	3,50	3,55
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	98	108	109	112
2	Khách nội địa (lượt)	2.734.000	3.930.000	5.130.000	6.833.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	1,75	1,80	1,85	1,90
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	23	32	40	43
3	Tổng thu từ du lịch (triệu USD)	260	540	870	1.280
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	470	690	820	960
5	Lao động trực tiếp (người)	15.000	27.000	36.600	59.000
6	Tổng lao động (người)	53.000	96.000	125.000	190.000
7	CSLT (cơ sở)	650	880	1.200	1.800
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	16.000	22.000	30.000	47.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2011 - 2020 đạt 13%; giai đoạn 2021 - 2030 là 8,5%.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa giai đoạn 2011 - 2020 đạt 7,8%; giai đoạn 2021 - 2030 là 5,7%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch giai đoạn 2011 - 2020 đạt 16,7%; giai đoạn 2021 - 2030 là 9%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng:

Du lịch văn hóa Tây Nguyên; tham quan tìm hiểu bản sắc văn hóa các dân tộc Tây Nguyên; nghỉ dưỡng núi; tham quan nghiên cứu hệ sinh thái cao nguyên gắn với các sản vật hoa, cà phê, voi; du lịch biên giới gắn với cửa khẩu và tam giác phát triển (Xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- TP. Đà Lạt gắn với hồ Tuyền Lâm, Đan Kia - Suối Vàng.

- Đắk Lắk gắn với vườn quốc gia Yokđôn và không gian văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên.

- Gia Lai - Kon Tum gắn với cửa khẩu quốc tế Bờ Y, Măng Đen, Yaly.

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch như sau:

** 4 Khu du lịch quốc gia:*

- 1) Khu du lịch quốc gia Măng Đen;
- 2) Khu du lịch quốc gia Tuyền Lâm;
- 3) Khu du lịch quốc gia Đan Kia-Suối Vàng;
- 4) Khu du lịch quốc gia Yokđôn.

** 4 Điểm du lịch quốc gia:*

- 1) Điểm du lịch quốc gia Ngã ba Đông Dương;
- 2) Điểm du lịch quốc gia Hồ Ya Ly;
- 3) Điểm du lịch quốc gia Hồ Lắk;
- 4) Điểm du lịch quốc gia Thị xã Gia Nghĩa .

** 1 Đô thị du lịch: Đà Lạt*

Ngoài ra chú trọng phát triển du lịch tại các điểm như cụm di tích đèo An Khê (Gia Lai), TP. Buôn Mê Thuột và phụ cận (Đắk Lắk).

2.2.6. Vùng Đông Nam Bộ:

2.2.6.1. Khái quát chung:

Vùng Đông Nam Bộ bao gồm Thành phố Hồ Chí Minh và 5 tỉnh: Đồng Nai, Bình Dương, Bà Rịa-Vũng Tàu, Bình Phước, Tây Ninh gắn với vùng KTTĐ phía Nam và hành lang du lịch Xuyên Á.

Diện tích: 23.605,2 km². Dân số: 14.566,5 nghìn người; mật độ: 617 người/ km².

Vùng Đông Nam Bộ là cửa ngõ phía Bắc của TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh ven biển miền Đông Nam Bộ với Campuchia, là mở đầu của hành lang du lịch Xuyên Á, giữ vai trò quan trọng đối với du lịch Việt Nam.

2.2.6.2. Đặc điểm tài nguyên:

Tài nguyên du lịch nhân văn gồm cụm di tích lịch sử - văn hóa ở TP. Hồ Chí Minh các di tích cách mạng Trung Ương Cục miền Nam (Tây Ninh), căn cứ Tà Thiết (Bình Phước).

Các di tích văn hoá gắn với đạo Cao Đài, lễ hội núi Bà Đen (Tây Ninh).

Về cảnh quan tự nhiên có núi Bà Đen, hồ Dầu Tiếng (Tây Ninh), Thác Mơ, núi Bà Rá (Bình Phước), Cần Giờ (TP. Hồ Chí Minh).

Bờ biển khu vực này thuộc các địa phương: Bà Rịa-Vũng Tàu, TP. Hồ Chí Minh. Khu vực ven biển này có nhiều bãi biển đẹp là khu nghỉ mát nổi tiếng như: bãi Sau, bãi Dứa (Bà Rịa-Vũng Tàu).

Côn Đảo (Bà Rịa-Vũng Tàu) là tiềm năng phát triển du lịch sinh thái, biển đảo có giá trị của cả nước.

2.2.6.3. Hệ thống giao thông:

- Đường bộ: QL1A, QL13, QL 22, 22B, QL 51, Đường Hồ Chí Minh nối với Tây Nguyên và các tỉnh Tây Nam Bộ.

- Đường sắt: Tuyến đường sắt Bắc-Nam nối từ TP. Hồ Chí Minh với các tỉnh phía Bắc vùng.

- Đường sông: Vùng Đông Nam Bộ có các sông lớn như hệ thống sông Đồng Nai, sông Sài Gòn, sông Thị Vải... Sông Sài Gòn và sông Thị Vải là nơi tập trung các cảng chính của khu vực như cảng Sài Gòn, cảng Cái Mép, cảng Thị Vải.

2.2.6.4. Hệ thống đô thị:

- Thành phố Hồ Chí Minh là đô thị đặc biệt trực thuộc Trung ương.

- Các thành phố, thị xã tỉnh lỵ khác: Vũng Tàu, Biên Hòa, Thủ Dầu Một, Tây Ninh, Bình Phước.

2.2.6.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu:

- Cửa khẩu sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất, cửa khẩu đường không lớn nhất khu vực phía Nam.

- Vùng có đường biên giới với Campuchia với hệ thống cửa khẩu: Hoa Lư (QL13-Bình Phước); Mộc Bài (QL22-Tây Ninh); Xa Mát (QL22B-Tây Ninh).

- Khu kinh tế cửa khẩu Mộc Bài, có vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế nói chung và du lịch nói riêng.

2.2.6.6. Các định hướng phát triển chính:

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

Bảng 18. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch vùng Đông Nam bộ

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	4.638.000	6.028.000	7.961.000	9.873.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	3,80	4,20	4,30	4,40
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	114	120	124	126
2	Khách nội địa (lượt)	19.180.000	24.018.000	28.800.000	33.339.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	2,20	2,40	2,40	2,50
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	31	48	59	60
3	Tổng thu từ du lịch (triệu USD)	3.217	5.790	8.150	10.382
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	5.980	7.560	7.680	7.850
5	Lao động trực tiếp (người)	223.000	286.000	314.400	406.000
6	Tổng lao động (người)	736.000	982.000	1.090.000	1.350.000
7	CSLT (cơ sở)	4.820	6.150	7.700	8.800
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	115.000	170.000	226.000	265.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2011 - 2020 đạt 6,2%; giai đoạn 2021 – 2030 là 5%.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa giai đoạn 2011 - 2020 đạt 4,8%; giai đoạn 2021 – 2030 là 3,3%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch giai đoạn 2011 - 2020 đạt 13,5%; giai đoạn 2021 – 2030 là 6%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng:

Du lịch MICE gắn với văn hóa, lễ hội, giải trí; du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch giải trí cuối tuần, du lịch thể thao, du lịch mua sắm và du lịch gắn với cửa khẩu (Xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm phát triển du lịch:

- TP. Hồ Chí Minh gắn với khu rừng sách Cần Giờ và hệ thống di tích lịch sử - văn hóa nội thành.

- Tây Ninh gắn với cửa khẩu quốc tế Mộc Bài, núi Bà Đen, hồ Dầu Tiếng.

- Thành phố Vũng Tàu gắn với Long Hải, Phước Hải, Côn Đảo.

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia và đô thị du lịch như sau:

** 4 Khu du lịch quốc gia:*

- 1) Khu du lịch quốc gia núi Bà Đen;
- 2) Khu du lịch quốc gia Cần Giờ;
- 3) Khu du lịch quốc gia Long Hải - Phước Hải;
- 4) Khu du lịch quốc gia Côn Đảo.

** 5 Điểm du lịch quốc gia:*

- 1) Điểm du lịch quốc gia Tà Thiết;
- 2) Điểm du lịch quốc gia TW Cục Miền Nam;
- 3) Điểm du lịch quốc gia Cát Tiên;
- 4) Điểm du lịch quốc gia Hồ Trị An-Mã Đà;
- 5) Điểm du lịch quốc gia Củ Chi.

** 1 Đô thị du lịch: Vũng Tàu.*

Ngoài ra chú trọng phát triển các điểm như: Thác Mơ - Bà Rá (Bình Phước); Bình Châu, Phước Bửu, Núi Dinh (Bà Rịa - Vũng Tàu)...

2.2.7. Vùng Đồng bằng sông Cửu Long (Tây Nam Bộ):

2.2.7.1. Khái quát chung:

Vùng Đồng bằng sông Cửu Long gồm Thành phố Cần Thơ và 12 tỉnh: Long An, Đồng Tháp, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau, Bạc Liêu, Sóc Trăng, Bến Tre, Trà Vinh, Vĩnh Long, Tiền Giang, Hậu Giang gắn với du lịch tiểu vùng sông Mê Kông.

Diện tích: 40.518,5 km². Dân số: 17.272,2 nghìn người; mật độ: 426 người/ km².

Vùng Đồng bằng sông Cửu Long được hình thành từ những trầm tích phù sa và bồi dần qua những kỷ nguyên thay đổi mực nước biển; qua từng giai đoạn kéo theo sự hình thành những giồng cát dọc theo bờ biển. Những hoạt động hỗn hợp của sông và biển đã hình thành những vạt đất phù sa phì nhiêu dọc theo đê ven sông lẫn dọc theo một số giồng cát ven biển và đất phèn trên trầm tích đầm mặn trũng thấp như vùng Đồng Tháp Mười, tứ giác Long Xuyên - Hà Tiên, Tây Nam sông Hậu và bán đảo Cà Mau.

Khu vực dịch vụ của vùng Đồng bằng sông Cửu Long bao gồm các ngành chủ yếu: xuất nhập khẩu, vận tải thủy, du lịch.

2.2.7.2. Đặc điểm tài nguyên:

Vùng có hệ thống tài nguyên du lịch đa dạng về tự nhiên và văn hóa, trong đó điển hình là tài nguyên du lịch sinh thái bao gồm hệ sinh thái đất ngập nước, vườn quốc gia và hệ sinh thái biển. Các điểm tài nguyên nổi bật gồm:

- Láng Sen Đồng Tháp Mười, Happyland (Long An).
- VQG Tràm Chim (Đồng Tháp).
- Thới Sơn (Tiền Giang).
- VQG U Minh Thượng (Kiên Giang).
- VQG Phú Quốc (Kiên Giang).
- Năm Căn (Cà Mau).

Ngoài ra, các bãi biển ở Hòn Chông, Mũi Nai, Phú Quốc, Trong đó Phú Quốc được nhìn nhận là khu vực có tiềm năng du lịch đặc biệt. Về văn hóa, có di tích Bà Chúa Xứ ở núi Sam và các di tích lịch sử - văn hóa, lịch sử cách mạng khác.

2.2.7.3. Hệ thống giao thông:

- Đường bộ: Các quốc lộ: 1A, 30, 80, 91, 62, nối các tỉnh trong vùng và với TP. Hồ Chí Minh; Đường Hồ Chí Minh nối với các tỉnh không gian Đông Nam Bộ và các tỉnh khác thuộc đồng bằng sông Cửu Long.

- Đường thủy: Hệ thống sông Tiền Giang và sông Hậu Giang, sông Vàm Cỏ Đông và Vàm Cỏ Tây các kênh rạch dọc ngang tạo nên hệ thống sông dày đặc phù hợp các tuyến du lịch trên sông. Đây là đặc thù về giao thông của các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long. Ngoài ra còn tuyến giao thông thủy trên địa bàn tỉnh Kiên Giang, tuyến đất liền ra đảo. Giao thông đường thủy giữ vai trò quan trọng nhất.

- Đường không: Vùng có các sân bay Rạch Giá, Phú Quốc (Kiên Giang), Cần Thơ (Cần Thơ), Cà Mau (Cà Mau), trong đó sân bay Cần Thơ, Phú Quốc đang được đầu tư nâng cấp thành sân bay quốc tế.

2.2.7.4. Hệ thống đô thị:

- TP. Cần Thơ, đô thị loại 1 trực thuộc Trung ương, trung tâm cấp quốc gia.
- Các thành phố, tỉnh lỵ khác: Tân An, Đồng Tháp, Long Xuyên, Rạch Giá, Vị Thanh, Vĩnh Long, Trà Vinh, Bạc Liêu, Cà Mau.

2.2.7.5. Cửa khẩu biên giới và khu kinh tế cửa khẩu: Vùng có đường biên giới với Campuchia với hệ thống cửa khẩu đường bộ, đường sông quan trọng như: Xà Xía (QL 80 - Kiên Giang); Tịnh Biên (QL 91 - An Giang); Dinh Bà (QL 30 - Đồng Tháp); Vĩnh Xương (TL952 - An Giang); Bình Hiệp (QL 62 - Long An).

2.2.7.6. Các định hướng phát triển chính.

a) Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu:

Bảng 19. Dự báo các chỉ tiêu phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long

TT	Các chỉ tiêu	2015	2020	2025	2030
1	Khách quốc tế (lượt)	1.757.000	2.666.000	3.840.000	5.145.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	2,60	2,85	3,00	3,20
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	78	103	105	107
2	Khách nội địa (lượt)	4.670.000	6.405.000	8.098.000	9.947.000
	Ngày lưu trú trung bình (ngày)	1,85	1,90	1,95	2,10
	Mức chi tiêu bình quân (USD)	23	32	40	42
3	Tổng thu từ du lịch (triệu USD)	566	1.190	1.880	2.640
4	Nhu cầu đầu tư (triệu USD)	1.025	1.620	1.780	2.040
5	Lao động trực tiếp (người)	38.000	67.000	90.000	120.000
6	Tổng lao động (người)	130.000	202.000	305.000	390.000
7	CSLT (cơ sở)	1.300	1.970	2.500	3.020
	Số lượng buồng lưu trú (buồng)	33.000	49.000	68.000	82.000

Nguồn: Viện NCPT Du lịch

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch quốc tế giai đoạn 2011 - 2020 đạt 10,4%; giai đoạn 2021 -2030 là 6,8%.

- Tốc độ tăng trưởng khách du lịch nội địa giai đoạn 2011 - 2020 đạt 7%; giai đoạn 2021 – 2030 là 4,8%.

- Tốc độ tăng trưởng thu nhập du lịch: giai đoạn 2011 - 2020 đạt 20,8%; giai đoạn 2021 – 2030 là 8,3%.

b) Hướng khai thác sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng:

Là du lịch sinh thái (miệt vườn, đất ngập nước), du lịch biển và du lịch văn hóa lễ hội (Xem phụ lục).

c) Các địa bàn trọng điểm du lịch:

- Tiền Giang - Bến Tre gắn với du lịch miệt vườn Thới Sơn.
- Cần Thơ - Kiên Giang gắn với biển đảo Phú Quốc, Hà Tiên.
- Đồng Tháp - An Giang gắn với Tứ giác Long Xuyên, VQG Tràm chim.
- Cà Mau gắn với U Minh - Năm Căn - Mũi Cà Mau.

d) Hệ thống khu, điểm, đô thị du lịch:

Căn cứ đặc điểm tài nguyên du lịch và thực tế nhu cầu phát triển, định hướng quy hoạch phát triển hệ thống khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia như sau:

** 4 Khu du lịch quốc gia:*

- 1) Khu du lịch quốc gia Happyland;
- 2) Khu du lịch quốc gia Thới Sơn;
- 3) Khu du lịch quốc gia Phú Quốc;
- 4) Khu du lịch quốc gia Năm Căn.

** 7 Điểm du lịch quốc gia:*

- 1) Điểm du lịch quốc gia Láng Sen;
- 2) Điểm du lịch quốc gia Tràm Chim;
- 3) Điểm du lịch quốc gia Núi Sam;
- 4) Điểm du lịch quốc gia Cù lao Ông Hổ;
- 5) Điểm du lịch quốc gia TP. Cần Thơ;
- 6) Điểm du lịch quốc gia TX. Hà Tiên;
- 7) Điểm du lịch quốc gia Lưu niệm Cao Văn Lầu.

Ngoài ra, định hướng phát triển một số khu, điểm du lịch quan trọng khác như Ba Động (Trà Vinh), thành phố Vĩnh Long và phụ cận (Vĩnh Long).

2.3. Hệ thống tuyến du lịch

2.3.1. Cơ sở để tổ chức tuyến du lịch

Việc tổ chức các tuyến du lịch dựa vào các yếu tố sau:

- Sự phân bố điểm du lịch, cơ sở du lịch, khu du lịch theo định hướng quy hoạch.
- Hiện trạng phân bố và định hướng phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng, đặc biệt là hệ thống giao thông.

- Khả năng dịch vụ và cảnh quan môi trường trên tuyến giao thông.
- Các hành lang kinh tế quan trọng.

2.3.2. Các tuyến du lịch gắn với mạng lưới giao thông

a) Tuyến du lịch đường không:

- + Các tuyến từ Hà Nội.
- + Các tuyến từ Hải Phòng.
- + Các tuyến từ Huế.
- + Các tuyến từ Đà Nẵng.
- + Các tuyến từ Nha Trang.
- + Các tuyến từ TP. Hồ Chí Minh.
- + Các tuyến từ Cần Thơ.

b) Tuyến theo đường bộ:

- + Tuyến xuyên Việt theo QL 1.
- + Tuyến xuyên Việt theo đường Hồ Chí Minh.
- + Tuyến ven biển theo QL 10 (và một số tuyến đường bộ ven biển đang hình thành hiện nay).
- + Tuyến vành đai biên giới phía Bắc theo các QL4 A,B,C,B, QL12.
- + Tuyến vành đai phía Bắc theo QL 279.
- + Tuyến Hà Nội-Tây Bắc theo QL6, QL12.
- + Tuyến Hà Nội-Lào Cai theo Q2, QL70, QL32.
- + Tuyến Hà Nội-Hải Phòng theo QL5.
- + Tuyến Hà Nội-Quảng Ninh theo QL18.
- + Tuyến TP. Hồ Chí Minh-Tây Ninh theo QL 22.
- + Tuyến TP. Hồ Chí Minh- Bình Phước theo QL 13.
- + Tuyến TP. Hồ Chí Minh-Đà Lạt theo QL 20.
- + Tuyến TP. Hồ Chí Minh-Vũng Tàu theo QL 51A.
- + Tuyến TP. Hồ Chí Minh-Phan Thiết theo QL 1A.
- + Tuyến TP. Hồ Chí Minh-Các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long theo QL1A, QL62, QL80, QL90, đường Hồ Chí Minh.

c) Tuyến theo đường biển:

- + Tuyến theo đường Hồ Chí Minh trên biển

- + Tuyến Hạ Long- Cửa Lò và ngược lại.
- + Tuyến Hạ Long- Đà Nẵng và ngược lại.
- + Tuyến Hạ Long- Nha Trang và ngược lại.
- + Tuyến Hạ Long- Vũng Tàu và ngược lại.
- + Tuyến Hạ Long- TP.Hồ Chí Minh và ngược lại.
- + Tuyến Hạ Long- Phú Quốc và ngược lại.

d) Tuyến theo đường sông:

- + Tuyến theo sông Hồng.
- + Tuyến theo sông Mê Kông.

đ) Tuyến theo đường sắt:

- + Tuyến xuyên Việt theo đường sắt Bắc - Nam.
- + Tuyến Hà Nội -Lào Cai và ngược lại.
- + Tuyến Hà Nội-Đồng Đăng và ngược lại.
- + Tuyến Hà Nội-Hải Phòng và ngược lại

2.3.3. Các tuyến du lịch gắn với sản phẩm du lịch chuyên đề

- Tuyến Du lịch về nguồn tìm hiểu văn hóa các dân tộc Việt Nam: Tây Bắc, Việt Bắc, Tây Nguyên, Đồng bằng Sông Cửu Long, Đồng bằng Sông Hồng...
- Tuyến Du lịch biển đảo: tham quan Vịnh Hạ Long, nghỉ dưỡng Trà Cổ, Đồ Sơn, Cát Bà, Sầm Sơn, Cửa Lò, Thiên Cầm, Lăng Cô, Đà Nẵng, Hội An, Xuân Đài, Cam Ranh, Nha Trang, Phương Mai, Phú Yên, Bình Thuận, Vũng Tàu, Côn Đảo, Phú Quốc...
- Tuyến Du lịch di sản: Hoàng Thành Thăng Long, Cổ Loa, Sóc Sơn, Hà Nội cổ, Bắc Ninh, Hạ Long, Phong Nha - Kẻ Bàng, Huế, Hội An, Mỹ Sơn, Tây Nguyên...
- Tuyến Du lịch sinh thái núi, rừng (Tây Bắc, Việt Bắc), Cao nguyên đá Đồng Văn, Ninh Bình, Sa Pa, Tam Đảo, Ba Bể, Bản Giốc; sinh thái Tây Nguyên; “Con đường xanh Tây Nguyên”; sinh thái miệt vườn Đồng bằng Sông Cửu Long; nghỉ dưỡng sinh thái biển miền Trung.
- Tuyến Du lịch MICE, đô thị, mua sắm đến Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Nha Trang, Đà Nẵng, Hạ Long, Vũng Tàu, Đà Lạt, Buôn Ma Thuột, Huế.
- Tuyến Du lịch làng nghề ở hầu hết các vùng, miền Việt Nam.
- Tuyến Du lịch cộng đồng và Du lịch nông thôn, nông nghiệp ở hầu hết các vùng miền Việt Nam.

- Tuyến du lịch du thuyền, tàu biển Hạ Long, Hải Phòng, Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Nha Trang, TP. Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, Côn Đảo, Hà Tiên, Phú Quốc.

- Tuyến Du lịch trên sông, hồ: Sông Hồng, sông Hương, sông Hàn, sông Sài Gòn, sông Mê Kông; hồ Ba Bể, hồ Núi Cốc, hồ Tam Chúc, hồ Thác Bà, hồ Sơn La, hồ Hòa Bình, hồ Lắk, hồ Dầu Tiếng, hồ Tuyên Lâm...

- Tuyến Du lịch tâm linh: Chùa Hương, Bái Đính, Tràng An, Yên Tử, Côn Sơn, Đền Trần, Phủ Dầy, Núi Bà Đen, Lễ hội bà Chúa Xứ An Giang...

- Tuyến du lịch lễ hội: Lễ hội Đền Hùng, lễ hội chọi trâu Đồ Sơn, lễ hội pháo hoa Đà Nẵng, lễ hội hoa Đà Lạt, lễ hội chè Thái Nguyên, lễ hội cà phê Buôn Mê Thuật, liên hoan Huế, carnaval Hạ Long, trà Lâm Đồng...

- Các tuyến du lịch liên kết khu vực: Hà Nội -Lào Cai-Côn Minh; Điện Biên-Luông Phabăng; Hà Nội-Lạng Sơn-Nam Ninh; Đà Nẵng-Huế-Quảng Bình-Quảng Trị-Pakse, Savanakheth-Viêng Chăn- Mukdahan-Băng Cốc; Tuyến du lịch Di sản Đông Dương; TP Hồ Chí Minh-Tây Ninh-Phnom Penh-Siem Riep; Các tỉnh Tây Nguyên-Bờ Y-Apatut; Cần Thơ- An Giang- Phnom Penh-Siem Riep; Hà Tiên-Phú Quốc-Shihanouk Ville...

2.4. Nhu cầu sử dụng đất phát triển du lịch

Nhu cầu sử dụng đất phát triển du lịch bao gồm:

- Nhu cầu sử dụng đất phát triển các khu du lịch quốc gia;
- Nhu cầu sử dụng đất phát triển các điểm du lịch quốc gia, điểm du lịch địa phương;
- Nhu cầu sử dụng đất phát triển các khu du lịch địa phương và các khu du lịch khác.

Trong đó: Nhu cầu phát triển các khu du lịch quốc gia được xác định dựa trên tiêu chí của khu du lịch quốc gia quy định tại Luật Du lịch. Với định hướng cả nước trong giai đoạn tới phát triển 46 khu du lịch quốc gia, tổng nhu cầu sử dụng đất ước khoảng 87.100 ha.

Nhu cầu sử dụng đất phát triển các điểm du lịch quốc gia và các điểm du lịch khác nằm trong thành phần đất chuyên dùng được xác định trong quy hoạch sử dụng đất của các địa phương.

Nhu cầu đất phát triển các khu du lịch địa phương và các khu du lịch khác được xác định cụ thể trong quy hoạch phát triển du lịch vùng và quy hoạch phát triển du lịch các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương.

3. Đầu tư phát triển du lịch

3.1. Mục tiêu đầu tư phát triển du lịch

Những nỗ lực đầu tư phát triển du lịch Việt Nam từ nay đến năm 2030 nhằm tạo cho ngành Du lịch có đủ điều kiện cần thiết để thực hiện theo đuổi những mục tiêu phát triển đã đề ra, đó là:

- Đảm bảo về kết cấu hạ tầng thuận lợi cho điểm đến du lịch; tăng nhanh cơ sở vật chất kỹ thuật đồng bộ, hiện đại cho ngành du lịch tương xứng với vai trò ngành kinh tế mũi nhọn.

- Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch với việc phát triển các loại hình du lịch có sức cạnh tranh, các cơ sở vui chơi giải trí chất lượng cao, mang đậm bản sắc dân tộc và thân thiện với môi trường.v.v...

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành và nâng tầm thương hiệu du lịch Việt Nam.

- Phát huy được giá trị văn hóa truyền thống, cải thiện môi trường du lịch, đưa Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn, có đẳng cấp trong khu vực.

3.2. Quan điểm đầu tư phát triển du lịch

Để đạt được mục tiêu trên, công tác đầu tư phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới cần dựa trên quan điểm chủ yếu sau :

- Tập trung đầu tư có trọng tâm trọng điểm vào việc nâng cao năng lực và chất lượng cung ứng du lịch, tăng cường đầu tư cho cơ sở hạ tầng, xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch.

- Tạo bước chuyển biến tích cực trong công tác đầu tư phát triển du lịch theo phương châm đầu tư có trọng tâm, trọng điểm, tránh dàn trải; tập trung ưu tiên đầu tư vào các lĩnh vực then chốt, các địa bàn trọng điểm là các khu, điểm du lịch quốc gia quan trọng của các vùng du lịch để tạo động lực thúc đẩy sự phát triển du lịch cả nước, mang lại hiệu quả kinh tế cao.

- Tiến hành đồng thời nhiều hình thức đầu tư trong đó coi trọng thu hút và khuyến khích đầu tư trực tiếp nước ngoài; tăng cường hợp tác công - tư để thu hút nguồn lực đầu tư từ khu vực tư nhân; đầu tư từ ngân sách nhà nước được tập trung có ưu tiên làm tiền đề tạo hiệu ứng kích thích và thu hút đầu tư tư nhân.

- Huy động nguồn lực đầu tư gián tiếp thông qua đẩy nhanh cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước và phát huy vai trò thị trường chứng khoán, liên doanh, liên kết, hợp nhất, bán, khoán, cho thuê doanh nghiệp.

3.3. Tổng nhu cầu đầu tư và cơ cấu nguồn vốn đầu tư

Để đạt tổng thể các chỉ tiêu phát triển cho giai đoạn đến 2030, tổng nhu cầu đầu tư phát triển của toàn ngành du lịch Việt Nam ước cần 94,2 tỷ USD. Tương đương với 1.931 nghìn tỷ đồng (theo giá hiện hành). Trong đó:

- Nguồn vốn từ ngân sách nhà nước ước chiếm khoảng 8-10% (tương đương 8,4 tỷ USD), trong đó bao gồm cả vốn ODA.
- Nguồn vốn từ khu vực tư nhân ước chiếm khoảng 90 - 92% (tương đương 85,8 tỷ USD), trong đó bao gồm cả vốn FDI.

Bảng 20. Cơ cấu nguồn vốn theo giai đoạn (2011- 2030)

Đơn vị: Tỷ USD

Nguồn vốn	2011-2015	2016-2020	2021-2025	2026-2030
- Tổng nhu cầu đầu tư	18,5	24,0	25,2	26,5
- Vốn đầu tư từ ngân sách (8-10%)	1,5	2,4	2,5	2,0
- Vốn đầu tư từ khu vực tư nhân (90-92%)	17,0	21,6	22,7	24,5
<i>+Trong đó thu hút FDI (30%)</i>	5,55	7,2	7,56	7,95

Nguồn Viện NCPT du lịch

Bảng 21. Cơ cấu vốn đầu tư theo lĩnh vực (2011 – 2030)

Đơn vị: Tỷ USD

Lĩnh vực đầu tư	Tỷ trọng	2011-2015	2016-2020	2021-2025	2026-2030
Tổng mức đầu tư	100%	18,500	24,000	25,200	26,500
Đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch	28%	5,180	6,720	7,056	7,420
Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển sản phẩm du lịch	35%	6,475	8,400	8,820	9,275
Đầu tư xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch	15%	2,775	3,600	3,780	3,975
Đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch	7%	1,295	1,680	1,764	1,855
Đầu tư nghiên cứu, triển khai (R&D) trong lĩnh vực du lịch	7%	1,295	1,680	1,764	1,855
Đầu tư bảo tồn phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch	6%	1,110	1,440	1,512	1,590
Đầu tư vào các lĩnh vực khác	2%	0,370	0,480	0,504	0,530

Nguồn Viện NCPT du lịch

Như vậy, Nhà nước tập trung đầu tư hoặc hỗ trợ đầu tư cho các hạng mục kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch, xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu, phát triển nguồn nhân lực, bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch và nghiên cứu ứng dụng công nghệ. Tỷ trọng nguồn vốn từ ngân sách cho các lĩnh vực này là chủ yếu trong nguồn vốn từ ngân sách nhà nước trung ương và địa phương trong đó bao gồm cả vốn ODA.

Khu vực tư nhân tập trung đầu tư cho phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật, phát triển sản phẩm, xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu và các công trình hạ tầng chức năng thuộc khu, điểm du lịch.

Nhà nước chỉ hỗ trợ một phần trong xúc tiến quảng bá và phát triển thương hiệu ở tầm quốc gia và cấp vùng. Phát triển sản phẩm mới cũng được Nhà nước quan tâm hỗ trợ đầu tư. Các lĩnh vực đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực và nghiên cứu triển khai, Nhà nước cũng chỉ cơ bản hỗ trợ còn lại phần lớn phát huy vai trò chủ động của khu vực tư nhân và nguồn lực xã hội hóa. Tuy nhiên, việc phát triển nguồn nhân lực, bảo tồn, giữ gìn tài nguyên môi trường sẽ do Nhà nước tập trung nguồn lực để đầu tư trong đó có các nguồn ODA tài trợ không hoàn lại.

3.4. Các lĩnh vực ưu tiên đầu tư

Theo quan điểm đầu tư tập trung có trọng tâm trọng điểm, ngành Du lịch Việt Nam từ nay đến năm 2030 xác định các lĩnh vực then chốt tập trung đầu tư, gồm:

- Phát triển đồng bộ, hiện đại hệ thống hạ tầng du lịch
- Phát triển sản phẩm du lịch cạnh tranh và thương hiệu du lịch quốc gia
- Phát triển nguồn nhân lực du lịch
- Phát triển tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch,
- Phát triển các khu, điểm du lịch

3.4.1. Phát triển đồng bộ, hiện đại hệ thống hạ tầng du lịch

Nhà nước tiếp tục hỗ trợ đầu tư phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng du lịch, đồng thời đẩy mạnh thu hút sự tham gia của khu vực tư nhân vào việc đầu tư cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Ngoài việc định hướng cho các ngành, đặc biệt là ngành giao thông trong việc quy hoạch đầu tư hệ thống kết cấu hạ tầng liên quan đến du lịch, trong giai đoạn phát triển tới ngành du lịch tiếp tục ưu tiên tập trung cao độ nguồn lực đầu tư căn bản hoàn chỉnh hệ thống hạ tầng du lịch

- Hệ thống đường giao thông kết nối và nội bộ của các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia; khu du lịch, điểm du lịch địa phương.

- Hệ thống cấp, thoát nước, xử lý chất thải, cung cấp điện, viễn thông và các công trình dịch vụ công cộng phục vụ du lịch tại các khu, điểm, đô thị du lịch.
- Hệ thống công trình văn hóa, thể thao, công trình vui chơi giải trí cao cấp, công trình dịch vụ phục vụ du lịch có tầm cỡ tại các đô thị, trọng điểm du lịch, khu, điểm du lịch.

Để thực hiện được mục tiêu trên, các ngành liên quan cần thực hiện quy hoạch và đầu tư phát triển hạ tầng liên quan đến du lịch như: Ngành giao thông thực hiện quy hoạch, đầu tư vào hệ thống cảng hàng không, cảng biển, nhà ga, bến đỗ, trạm dừng nghỉ; hệ thống cầu, đường... tạo mạng lưới đồng bộ cùng với hệ thống phương tiện giao thông được nâng cấp hiện đại, tiện nghi đảm bảo chuẩn phục vụ du lịch quốc tế. Ngành nông nghiệp, môi trường thực hiện quy hoạch đầu tư bảo vệ các khu bảo tồn thiên nhiên, vườn quốc gia; ngành văn hóa thực hiện quy hoạch và đầu tư tôn tạo hệ thống các di tích, di sản, các tượng đài, quảng trường, bảo tàng, nhà hát. Ngành điện lực, viễn thông và các ngành liên quan khác thực hiện quy hoạch và đầu tư các hạng mục hạ tầng gắn với phục vụ công cộng trong đó có du lịch.

3.4.2. Đầu tư cho công tác phát triển sản phẩm du lịch và xây dựng thương hiệu du lịch quốc gia

Khuyến khích mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển loại hình và sản phẩm du lịch theo hướng đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu ngày cao của khách du lịch trong đó đặc biệt ưu tiên hướng nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch.

Nhà nước tập trung đầu tư phát triển hệ thống thương hiệu du lịch Việt Nam, trong đó đặc biệt coi trọng thương hiệu du lịch quốc gia và các thương hiệu du lịch quan trọng có ý nghĩa quyết định đến hình ảnh du lịch Việt Nam.

Tăng cường đầu tư cho xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch, thực hiện tập trung theo chương trình, chiến dịch quảng bá thương hiệu.

Đầu tư phát triển hệ thống sản phẩm du lịch đồng bộ, đa dạng; ưu tiên các sản phẩm du lịch mới, độc đáo, đặc sắc theo vùng miền và dựa trên bản sắc văn hóa Việt Nam và thế mạnh về sinh thái, văn hóa các vùng miền. Đầu tư thích đáng vào phát triển mạnh các loại hình du lịch biển; du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch giải trí, nghỉ dưỡng cao cấp.

Đầu tư phát triển các cơ sở dịch vụ du lịch gắn với các loại hình du lịch tạo sự đồng bộ, hiện đại, tiện nghi trong các khu du lịch, điểm du lịch và đô thị du lịch.

Tập trung đầu tư hệ thống cơ sở dịch vụ lưu trú, ăn uống, giải trí đạt chuẩn quốc tế và khu vực, trong đó coi trọng cơ sở dịch vụ giải trí cao cấp, giải trí tổng hợp mang lại hiệu quả giá trị gia tăng cao, mang tầm quốc tế và có sức cạnh tranh cao.

3.4.3. Đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch

Đầu tư chiều sâu với trọng tâm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, nguồn nhân lực du lịch đóng vai trò then chốt, vì vậy từ nay đến năm 2030 du lịch Việt Nam cần xem đây là một trong những hướng để ưu tiên đầu tư.

Nhà nước đầu tư và tạo điều kiện xã hội hoá trong đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch, tăng cường đầu tư cho cơ sở đào tạo du lịch, xây dựng các chuẩn kỹ năng và đào tạo theo chuẩn trình độ, nâng cao chất lượng giáo viên, đầu tư cho đào tạo nhân lực bậc cao, nhân lực quản lý.

Chú trọng đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ở các trình độ đại học, cao đẳng và trung cấp về du lịch; đẩy mạnh đầu tư cho đào tạo quản lý, đào tạo tại chỗ, đào tạo giáo viên, giảng viên, đào tạo viên và hướng dẫn viên các ngoại ngữ hiếm và nâng cao nhận thức du lịch cho các cấp, các ngành liên quan đến du lịch và cộng đồng dân cư.

Ưu tiên đầu tư phát triển nhân lực du lịch vùng sâu, vùng xa, vùng dân tộc thiểu số để từng bước tăng cường năng lực tham gia của cộng đồng dân cư địa phương cho phát triển du lịch.

3.4.4. Đầu tư phát triển tài nguyên và bảo vệ môi trường du lịch

Đầu tư tôn tạo tài nguyên du lịch, đa dạng hóa và tạo sản phẩm du lịch đặc thù; đầu tư điều tra, đánh giá, phân loại tài nguyên du lịch và hình thành hệ thống cơ sở dữ liệu về tài nguyên du lịch.

Đầu tư bảo tồn, tôn tạo, nâng cấp các di tích, di sản để phát huy giá trị khai thác phục vụ du lịch hiệu quả; quy hoạch phục hồi những công trình kiến trúc có giá trị, phát triển các bảo tàng và các công trình văn hoá lớn phục vụ tham quan du lịch.

Đầu tư vào việc bảo vệ môi trường du lịch, giữ gìn cảnh quan, vệ sinh, trật tự và văn minh du lịch tại các khu, điểm du lịch; đầu tư tăng cường năng lực của các cơ sở dịch vụ du lịch thích ứng với biến đổi khí hậu; năng lực phát triển du lịch xanh..

Tăng cường phối hợp với các Bộ, Ngành Trung ương và địa phương liên quan trong việc lồng ghép các chương trình dự án đầu tư bảo vệ, tôn tạo di tích, môi trường đặc biệt là các dự án phát triển làng nghề, trồng rừng, nuôi trồng thủy hải sản...

3.4.5. Đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch

Tập trung ưu tiên đầu tư vào phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia từ nhiều nguồn khác nhau, trong đó vốn Trung ương được ưu tiên đầu tư hạ tầng khung các khu du lịch quốc gia. Nguồn ngân sách địa phương ưu tiên đầu tư vào các khu du lịch địa phương và điểm du lịch địa phương.

Đầu tư hình thành, phát triển các khu, điểm du lịch trọng điểm của quốc gia, của vùng và của địa phương để tạo điều kiện thu hút đầu tư vào cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở dịch vụ du lịch trong các khu du lịch, trong đó coi trọng các khu nghỉ dưỡng và thể thao biển cho vùng ven biển; đầu tư các khu nghỉ dưỡng núi cho các địa bàn vùng sâu, vùng xa. Đối với các khu vực đô thị cần thu hút đầu tư cho những khu du lịch tổng hợp, giải trí chuyên đề, kết hợp trung tâm thương mại, mua sắm, hội nghị, hội thảo.

3.5. Các khu vực tập trung đầu tư

Ở tầm quốc gia, các khu vực được định hướng tập trung đầu tư là các khu du lịch quốc gia và điểm du lịch quốc gia. Về địa bàn ưu tiên được hỗ trợ từ ngân sách nhà nước trung ương là các vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới, hải đảo... nơi có tiềm năng phát triển du lịch nhưng khả năng tiếp cận điểm đến còn nhiều khó khăn.

Đối với khu, điểm quy hoạch là khu du lịch quốc gia, điểm du lịch sẽ tập trung đầu tư vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đảm bảo đồng bộ, hiện đại, tiện nghi có tầm cỡ quốc gia đủ sức cạnh tranh quốc tế, đồng thời đầu tư phát triển sản phẩm du lịch đặc thù, quảng bá, xúc tiến và phát triển thương hiệu cho khu du lịch quốc gia

Đối với các đô thị du lịch được định hướng trở thành đô thị đặc sắc với đủ các điều kiện đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế và nội địa và tạo được thương hiệu nổi bật, đặc trưng.

3.6. Phân kỳ đầu tư và các dự án ưu tiên đầu tư

3.6.1. Phân kỳ đầu tư

Trong giai đoạn đến 2030 có nhiều biến động về kinh tế - xã hội, vì vậy trong tổng nhu cầu đầu tư 94,2 tỷ USD (tương đương 1.931 tỷ đồng), dự kiến phân kỳ đầu tư phát triển du lịch Việt Nam theo bốn giai đoạn để phù hợp với thực tế nhu cầu phát triển về du lịch nói riêng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước nói chung:

- Giai đoạn 2011-2015: 18,5 tỷ USD (tương đương 372 nghìn tỷ đồng).
- Giai đoạn 2016-2020: 24 tỷ USD (tương đương 482 nghìn tỷ đồng).
- Giai đoạn 2021-2025: 25,2 tỷ USD (tương đương 506 nghìn tỷ đồng).
- Giai đoạn 2026-2030: 26,5 tỷ USD (tương đương 533 nghìn tỷ đồng).

3.6.2. Các chương trình và dự án đầu tư

Trên cơ sở định hướng các lĩnh vực, các khu vực tập trung đầu tư, căn cứ tính toán dự báo nhu cầu và cơ cấu đầu tư, dự kiến các chương trình và dự án đầu tư phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, như sau:

+ *Các chương trình:*

- 1) Đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch;
- 2) Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển sản phẩm du lịch;
- 3) Đầu tư xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch;
- 4) Đầu tư phát triển nguồn nhân lực du lịch;
- 5) Đầu tư vào nghiên cứu, triển khai (R&D) trong lĩnh vực du lịch;
- 6) Đầu tư bảo tồn phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch;
- 7) Đầu tư vào các lĩnh vực khác.

+ *Các dự án đầu tư:* Các dự án đầu tư căn cứ theo các chương trình đầu tư, theo đó các hạng mục dự án đầu tư phát triển du lịch, trong đó ưu tiên các dự án đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch quốc gia và một số điểm du lịch quan trọng khác.

Danh mục các chương trình, dự án đầu tư phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 được trình bày tại phụ lục.

Để phát huy hiệu quả đầu tư và tạo động lực phát triển ngành du lịch, trong tổng số các dự án đầu tư trên, từ nay đến năm 2015 tập trung ưu tiên đầu tư 10 dự án trọng điểm gồm 8 dự án khu du lịch, 1 dự án đào tạo phát triển nguồn nhân lực, 1 dự án cho công tác xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch Việt Nam. Danh mục các dự án ưu tiên đầu tư xem phụ lục.

4. Tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch

4.1. Định hướng hoạt động kinh doanh lữ hành

Định hướng phát triển các công ty lữ hành quốc tế và nội địa có sức cạnh tranh cao, có quan hệ đối tác rộng rãi để kiểm soát hoạt động kinh doanh lữ hành tập trung vào các loại dịch vụ sau:

+ Tổ chức kinh doanh các dịch vụ phục vụ cho công dân Việt Nam đi du lịch ở trong nước và đi du lịch nước ngoài.

+ Thu hút, đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế vào Việt Nam du lịch.

+ Làm đại lý cho các nhà cung cấp du lịch, doanh nghiệp vận chuyển khách đặc biệt là các doanh nghiệp vận chuyển bằng đường hàng không.

4.1.1. Đối với hoạt động tổ chức kinh doanh các dịch vụ phục vụ cho công dân Việt Nam đi du lịch ở trong nước và nước ngoài

- Nâng cao chất lượng và mở rộng, đa dạng các chương trình du lịch nội địa kết nối các điểm đến mới, loại hình du lịch mới, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du lịch nội địa ngày càng gia tăng.

- Kiểm soát ở chừng mực nhất định đối với du lịch quốc tế ra nước ngoài; đảm bảo quyền lợi chính đáng cho khách du lịch và thực hiện bảo hiểm du lịch ra nước ngoài, nâng cao hiệu quả du lịch ra nước ngoài đóng góp tích cực vào tổng thu ngành du lịch.

- Tăng cường thực hiện hiệu quả chức năng trung gian và khai thác tối đa công nghệ thông tin, viễn thông và mạng lưới dịch vụ hỗ trợ khác phục vụ du lịch.

4.1.2. Thu hút, đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế vào Việt Nam du lịch

- Lữ hành quốc tế đến (Inbound) luôn là hướng ưu tiên thúc đẩy phát triển nhằm thu ngoại tệ mạnh và cải thiện cán cân thanh toán quốc tế. Trong giai đoạn tới các doanh nghiệp lữ hành của Việt Nam cần vươn xa hơn nữa ra thị trường mục tiêu để tiếp thị, quảng bá, xúc tiến thu hút khách du lịch. Hoạt động nghiên cứu, phân đoạn thị trường phải đặc biệt được quan tâm.

Thực hiện liên doanh, liên kết với các đối tác lữ hành gửi khách quốc tế. Đây là nội dung định hướng quan trọng, mang tính chiến lược nhằm tạo thị trường gửi khách thường xuyên, ổn định.

Lữ hành quốc tế cần tăng cường tham gia các tổ chức liên kết toàn cầu, tham gia các hội, hiệp hội, mạng lưới đặt giữ chỗ để thu hút khách. Muốn vậy hoạt động lữ hành của Việt Nam phải đạt được những tiêu chuẩn dịch vụ quốc tế thừa nhận.

Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực để đáp ứng yêu cầu hội nhập trong hoạt động lữ hành quốc tế, đặc biệt là lao động quản lý, điều hành, hướng dẫn viên.

Trong tương lai, khi Việt Nam thực hiện toàn bộ những cam kết với Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), trong lĩnh vực lữ hành, ngoài việc các lữ hành của nước ngoài liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp lữ hành của Việt Nam trong việc thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam thì các doanh nghiệp (hãng) lữ hành của nước ngoài có thể trực tiếp đưa khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam. Mặt khác, các tập đoàn khách sạn lớn như: Accor; Hilton; Sheraton; Intercontinental... sẽ thông qua hệ thống đăng ký chỗ toàn cầu làm tăng khả năng thu hút khách nước ngoài vào Việt Nam.

4.1.3. Làm đại lý cho các nhà cung cấp du lịch, doanh nghiệp vận chuyển hành khách đặc biệt doanh nghiệp vận chuyển bằng đường hàng không

Hoạt động đại lý bán buôn được chuyên nghiệp hóa hơn khi các công ty lữ hành hợp tác chặt chẽ với các đối tác cung cấp dịch vụ du lịch như khách sạn, nhà hàng, điểm tham quan, bảo tàng, nhà hát, cơ sở giải trí và đặc biệt các phương tiện giao thông.

Một trong những hoạt động cơ bản của các doanh nghiệp lữ hành là làm đại lý cho các doanh nghiệp vận chuyển hành khách, đặc biệt là các doanh nghiệp vận chuyển bằng đường hàng không với mục đích kết hợp xây dựng các chương trình du lịch theo giá trọn gói hoặc theo yêu cầu của khách.

Sự phát triển của các hãng hàng không Việt Nam và các cảng hàng không đã tạo ra một môi trường kinh doanh rất thuận lợi cho các doanh nghiệp lữ hành không chỉ với tư cách làm đại lý cho các hãng vận chuyển hàng không trong nước, nước ngoài mà cả vấn đề kết hợp tổ chức các chương trình du lịch cho khách.

4.2. Định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú

Định hướng phát triển các cơ sở lưu trú du lịch tại các điểm du lịch, khu du lịch và đô thị phù hợp với dự báo các thị trường gửi khách và loại hình du lịch tương ứng. Công tác dự báo nhu cầu du lịch và thị trường cần đi trước một bước để định hướng đầu tư xây dựng các loại hình, số lượng, cấp độ cơ sở lưu trú thích hợp từng phân đoạn thị trường khác nhau như công vụ, nghỉ dưỡng, sinh thái...

Tập trung đầu tư các cơ sở lưu trú cao cấp từ 3 - 5 sao tại các khu, điểm, đô thị du lịch trọng điểm; nâng cao tỷ trọng cơ sở lưu trú đạt chuẩn quốc tế, được xếp hạng, đặc biệt là những khu du lịch biển có thương hiệu, đẳng cấp quốc tế và các trung tâm đô thị lớn với vai trò trung chuyển khách và trung tâm thu hút khách du lịch MICE.

Chuyển hướng sang phát triển các loại hình cơ sở lưu trú thân thiện môi trường, sử dụng vật liệu xây dựng sinh thái, địa phương, tiết kiệm năng lượng. Các loại hình Bungalow, lều trại và các nhà nghỉ dưỡng được xây dựng gần gũi với thiên nhiên và thích ứng được với biến đổi khí hậu, gắn với du lịch về nguồn, du lịch gần gũi thiên nhiên sẽ được khuyến khích phát triển.

Mở rộng phát triển các loại hình lưu trú mới gắn với du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái đó là nghỉ tại nhà dân (home stay).

Tăng cường liên kết trong cung cấp dịch vụ lưu trú: liên kết giữa các cơ sở lưu trú (hiệp hội khách sạn); liên kết giữa cơ sở lưu trú với lữ hành, hình thành các

quy tắc ứng xử giữa các nhà cung cấp du lịch với các hãng lữ hành trong quá trình hoạt động kinh doanh du lịch theo mùa vụ; đảm bảo chất lượng phục vụ khách được ổn định, nâng cao hiệu quả và có sức cạnh tranh so với khu vực.

Tăng cường phát triển nhân lực để nâng cao chất lượng phục vụ du lịch tại các cơ sở lưu trú du lịch; đẩy mạnh đào tạo và công nhận kỹ năng nghề du lịch.

4.3. Định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn, uống du lịch

Kinh doanh ăn uống du lịch là một trong những nội dung định hướng quan trọng phù hợp với thế mạnh ẩm thực Việt Nam. Hệ thống nhà hàng du lịch gắn liền với các cơ sở lưu trú, cơ sở dịch vụ du lịch, tại các khu, điểm du lịch và các trung tâm đô thị được khuyến khích phát triển.

Về chế biến món ăn, đồ uống được định hướng đáp ứng theo nhu cầu thị trường tuy nhiên phải phát triển trên nền tảng cơ sở của các món ăn truyền thống, nổi tiếng của Việt Nam, phù hợp với bản sắc văn hóa, ẩm thực Việt Nam. Khuyến khích phát triển các món ăn theo văn hóa ẩm thực của đồng bào dân tộc thiểu số tại các vùng, miền.

Về phong cách phục ăn uống cần phát triển theo xu hướng trải nghiệm văn hóa ẩm thực; ngoài chất lượng món ăn, các nhà hàng du lịch phải được thiết kế bày trí với không gian văn hóa đặc trưng, thu hút du lịch, phục vụ với sắc thái, phong cách độc đáo có kết hợp trình diễn nghệ thuật dân gian, nghệ thuật truyền thống.

Tăng cường mở rộng các món ăn kết hợp các vùng, miền để tạo sức hấp dẫn, phong phú và góp phần nâng cao tỷ trọng chi tiêu du lịch cho dịch vụ ăn uống.

Tuyệt đối đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm đối với hoạt động kinh doanh ăn uống phục vụ khách du lịch; đảm bảo nguồn gốc nguyên liệu chế biến, độ an toàn, thời hạn sử dụng, quy trình bảo quản, chế biến đảm bảo khoa học, vệ sinh và đảm bảo dinh dưỡng, sức khỏe.

Phát triển nhiều loại hình nhà hàng đa dạng theo các chuyên đề món ăn, các đặc trưng văn hóa: Nhà hàng Việt cung cấp các món ăn, đồ uống đặc trưng Việt Nam; Nhà hàng Á với các món ăn đặc trưng Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Ấn Độ...; Nhà hàng Âu với các món ăn, đồ uống đặc trưng của Pháp, Ý, Đức, Nga...

Bên cạnh đó, đồ uống cũng sẽ được phát triển mạnh về chủng loại, được pha chế đa dạng; khuyến khích phát triển các đồ uống Việt Nam từ thiên nhiên là đặc sản của Việt Nam như cà phê, trà xanh, nước ép trái cây, rượu nho, rượu từ gạo, ngô; từng bước nâng cao chất lượng và thương hiệu của đồ uống nguồn gốc Việt Nam; hạn chế nhập khẩu đồ uống xa xỉ từ nước ngoài.

4.4. Định hướng hoạt động kinh doanh vận chuyển khách du lịch

Trong giai đoạn tới kinh doanh vận chuyển khách du lịch cần được tổ chức quy củ hơn với định hướng quan trọng như sau:

- Mở rộng nhiều loại hình dịch vụ vận chuyển và dịch vụ trên phương tiện vận chuyển khách du lịch như lưu trú, giải trí trên tàu, xe du lịch; phát triển du thuyền; các dịch vụ bến đỗ trạm dừng nghỉ; dịch vụ hỗ trợ, thông tin tại sân bay, nhà ga, bến tàu...

- Tiến hành chuẩn hóa các phương tiện và dịch vụ trên phương tiện; tăng cường kiểm soát chất lượng phương tiện và dịch vụ trên phương tiện.

- Vận chuyển công cộng được hiện đại hóa, có kế hoạch lịch trình đảm bảo để khách du lịch có thể tham gia các loại hình giao thông công cộng.

- Tăng cường đảm bảo an toàn giao thông.

- Tăng cường liên kết giữa các hãng lữ hành tổ chức các chương trình du lịch với các hãng vận chuyển khách du lịch đặc biệt là hãng hàng không, đường sắt và các hãng tàu du hành.

4.5. Định hướng các loại hình vui chơi, giải trí phục vụ khách du lịch

Đẩy mạnh phát triển các loại hình dịch vụ giải trí đa dạng, phong phú và luôn luôn bổ sung mới trong chuỗi cung ứng phục vụ du lịch. Các dịch vụ bổ sung, loại hình giải trí được định hướng phát triển là:

- Giải trí nghệ văn hóa, nghệ thuật: Các bảo tàng, nhà hát, câu lạc bộ, vũ trường, Karaoke.

- Giải trí thể thao: Các loại hình thể dục, thể thao như golf, tennis, du thuyền, đua xe, thể dục thẩm mỹ.

- Các loại hình trò chơi điện tử, trò chơi có thưởng, casino

- Các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, làm đẹp (spa)...

- Các dịch vụ cá nhân khác.

Một trong những loại hình giải trí thu hút một số lượng khách du lịch quốc tế, đó là casino. Trong giai đoạn tới, loại hình dịch vụ vui chơi giải trí này sẽ được đầu tư phát triển, góp phần quan trọng vào việc thu hút khách du lịch quốc tế đến Việt Nam. Tuy nhiên địa bàn phát triển dịch vụ này cần được cân nhắc phù hợp với chính sách kiểm soát chặt chẽ của Nhà nước.

Kinh doanh các loại hình dịch vụ giải trí, bổ sung cần được quan tâm đầu tư và mở rộng, nâng cao chất lượng, đẳng cấp và tạo hình ảnh riêng biệt. Đây là nguồn quan trọng để kích thích chi tiêu của khách du lịch.

4.6. Định hướng hoạt động kinh doanh các khu du lịch, các điểm du lịch

Bên cạnh, những điểm tham quan du lịch lớn đã được đầu tư trong giai đoạn 2001-2010 như: Thiên đường Bảo Sơn (Hà Nội), chùa Bái Đính (Ninh Bình), Bà Nà (Đà Nẵng), Đại Nam (Bình Dương)... trong tương lai sẽ có nhiều khu tham quan, giải trí cho nhân dân, khách tham quan và khách du lịch.

Ngoài những điểm đến tham quan du lịch truyền thống như các điểm di tích lịch sử, các danh thắng, một trong những định hướng quan trọng cho việc phát triển các điểm đến du lịch trong giai đoạn tới là: Phát triển các nhà hàng; một số cơ sở khám chữa bệnh Đông y; các khu công nghiệp lớn, nhà máy chế biến; các công trình thủy điện đã đi vào hoạt động... thành các điểm đến, điểm tham quan du lịch

Tất cả những điểm đến du lịch, ngoài định hướng của Nhà nước sẽ phát triển thêm nhiều loại điểm đến du lịch và điểm tham quan du lịch với những chủ đề khác nhau với mục đích khai thác triệt để tài nguyên du lịch, sức sáng tạo của những người làm du lịch đáp ứng nhu cầu của thị trường du lịch trong nước và nước ngoài. Ví dụ, những điểm đến du lịch nghỉ dưỡng và chữa bệnh cho người già thông qua việc khai thác các nguồn nước khoáng sẽ phát triển trong tương lai.

Đối với hoạt động kinh doanh tại khu, điểm du lịch cần được thực hiện theo quy chế quản lý; cần ưu tiên tăng cường năng lực cho ban quản lý các khu, điểm du lịch đặc biệt là tại các vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo; kiểm soát hoạt động kinh doanh đảm bảo các quy định, tổ chức tốt cho cộng đồng tham gia vào hoạt động du lịch; tổ chức bán hàng lưu niệm, sản vật địa phương...phù hợp với định hướng phát triển khu, điểm du lịch; tăng cường bảo vệ môi trường, bảo tồn các giá trị văn hóa, sinh thái trong phạm vi khu, điểm du lịch; hạn chế tệ nạn chèo kéo khách; hướng tới đánh giá công nhận chất lượng, thương hiệu và vinh danh các khu, điểm du lịch.

PHẦN III

CÁC GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030

I. CÁC NHÓM GIẢI PHÁP THỰC HIỆN QUY HOẠCH

Để thực hiện có hiệu quả các mục tiêu và định hướng của QHTT cần thiết phải thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp về cơ chế chính sách, về đầu tư, về phát triển nguồn nhân lực, về xúc tiến quảng bá, về tổ chức quản lý..., trong đó chú trọng các nhóm giải pháp mang tính đột phá gồm thể chế, đầu tư và phát triển nguồn nhân lực.

1. Nhóm giải pháp về cơ chế, chính sách

1.1. Cơ chế, chính sách đầu tư phát triển du lịch

- Ưu tiên đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng bao gồm cơ sở hạ tầng giao thông đường không, đường bộ, đường biển và nâng cấp các cửa khẩu quốc tế để tạo thuận lợi phát triển du lịch tại các trọng điểm phát triển du lịch.

- Xem xét đầu tư xây dựng một số cảng biển du lịch tại các địa bàn trọng điểm du lịch biển; nâng cao năng lực thông quan của các sân bay hiện tại trên các đảo Côn Đảo, Phú Quốc; một số sân bay dạng “air - taxi” trên một số đảo có tiềm năng du lịch, bao gồm cả đảo Trường Sa; ưu tiên tập trung đầu tư xây dựng sân bay quốc tế tại đảo Phú Quốc.

- Nhà nước có chính sách đầu tư hạ tầng đến tận ranh giới quy hoạch của các khu du lịch, các điểm du lịch quốc gia và đối với các điểm du lịch tiềm năng ở các vùng xa xôi hẻo lánh, hải đảo...

- Ưu tiên về vốn vay, hỗ trợ giải phóng mặt bằng và hỗ trợ thuê đất ổn định lâu dài đối với các dự án đầu tư phát triển sản phẩm du lịch đặc thù có sức cạnh tranh, ưu tiên các dự án phát triển sản phẩm du lịch “xanh” thân thiện môi trường.

- Khuyến khích đầu tư vào phát triển các khu vui chơi giải trí hiện đại, đặc biệt là các công viên chuyên đề. Hỗ trợ về thuế nhập khẩu trang thiết bị kỹ thuật công nghệ vui chơi giải trí hiện đại.

- Ưu tiên đầu tư cho nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế; tiết kiệm năng lượng và nước; triển khai công nghệ “3R” trong hoạt động phát triển du lịch, đặc biệt hoạt động trên các đảo.

- Tăng nguồn ngân sách đầu tư cho xúc tiến, tuyên truyền, quảng bá, nghiên cứu khoa học và đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch.

- Thực hiện xã hội hóa đầu tư phát triển du lịch để huy động nguồn vốn từ các thành phần kinh tế trong và ngoài nước.

- Tạo cơ chế thông thoáng về đầu tư phát triển du lịch, có chính sách khuyến khích đảm bảo an toàn về vốn cho người đầu tư và đơn giản hóa các thủ tục hành chính và phát triển các dịch vụ hỗ trợ đầu tư để thu hút được các nhà đầu tư.

- Tạo ra sự bình đẳng giữa đầu tư trong nước và đầu tư nước ngoài, giữa đầu tư của tư nhân với đầu tư từ khu vực Nhà nước; mở rộng các hình thức thu hút đầu tư cả trong và ngoài nước như các hình thức BOT, BTO, BT...

- Xây dựng chính sách ưu đãi đầu tư đặc biệt đối với các khu du lịch mới, còn nhiều khó khăn về điều kiện hạ tầng nhưng được xác định là khu du lịch quốc gia, có tiềm năng to lớn để phát triển du lịch; ưu đãi đầu tư vào những vùng sâu, vùng xa nhưng có tiềm năng phát triển mạnh, đặc biệt đầu tư vào khai thác văn hóa bản địa cho phát triển du lịch cộng đồng.

- Áp dụng biện pháp ưu đãi (về thuế, lệ phí, tiền sử dụng đất, cho vay vốn...) đối với các dự án, lĩnh vực ngành nghề thuộc danh mục các dự án trọng điểm ưu tiên đầu tư đã được xác định trong quy hoạch, trong đó chú trọng hơn đối với các dự án, chương trình phát triển du lịch ở vùng ven biển, hải đảo như một ưu tiên chính đối với phát triển du lịch Việt Nam thời kỳ đến năm 2020.

1.2. Cơ chế, chính sách về thuế

- Ưu tiên, miễn giảm thuế, không thu thuế có giới hạn nhằm thu hút đầu tư, làm thay đổi cơ cấu đầu tư vào các vùng đất còn hoang sơ nơi tài nguyên du lịch chưa được khai thác, phát triển các loại hình du lịch và các hình thức kinh doanh du lịch mới có khả năng làm tăng thời gian lưu trú của khách, hấp dẫn đầu tư, tăng khả năng tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch.

- Ưu tiên, miễn giảm thuế, cho chậm tiền thuế, giảm tiền thuế đất, cho vay với lãi suất ưu đãi đối với các dự án ưu tiên đã được xác định trong quy hoạch tại các vùng trọng điểm phát triển du lịch, khu du lịch, điểm du lịch quốc gia.

- Ưu tiên thuế nhập khẩu với thuế suất bằng thuế suất nhập tư liệu sản xuất đối với các trang thiết bị khách sạn, cơ sở vui chơi giải trí, phương tiện vận chuyển khách du lịch, vật tư phục vụ du lịch mà trong nước chưa sản xuất được; khuyến khích nhập khẩu dây truyền công nghệ và các thiết bị sản xuất năng lượng

thay thế; công nghệ tiết kiệm năng lượng, nước; tái sử dụng chất thải trong hoạt động du lịch.

- Có chế độ hợp lý về thuế, đặc biệt đối với thuế thuê đất đối với những không gian cảnh quan mở rộng; về giá điện, nước trong kinh doanh khách sạn. Miễn giảm thuế đối với ngành sản xuất hàng lưu niệm cho khách và cho phép kinh doanh du lịch quốc tế được hưởng các chế độ ưu đãi, khuyến khích của các ngành hàng xuất khẩu.

- Rà soát, điều chỉnh phương pháp tính thuế, các loại phí, lệ phí, các hình thức thu liên quan đến du lịch; áp dụng thống nhất chính sách một giá.

1.3. Cơ chế, chính sách về thị trường

- Hỗ trợ từ ngân sách đối với các hoạt động nghiên cứu thị trường để có căn cứ cho hoạch định chính sách ngắn hạn và dài hạn.

- Đẩy mạnh nghiên cứu đề xuất chính sách phát triển du lịch, trong đó quan tâm nghiên cứu chính sách phù hợp đối với du lịch ra nước ngoài.

- Tăng cường hỗ trợ tài chính và xã hội hoá hoạt động xúc tiến quảng bá, thông qua chính sách tài khoá cho hoạt động này, đặc biệt đối với việc tạo dựng hình ảnh đất nước.

- Hoàn thiện cơ chế, chính sách về dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng... tạo môi trường thuận lợi nhất đối với khách du lịch quốc tế khi vào Việt Nam.

- Thông qua chính sách và cơ chế phù hợp với giá cả và các điều kiện kèm theo để khai thác tốt thị trường lớn khách du lịch nội địa tại các trung tâm đô thị và tiến tới ở các vùng nông thôn.

- Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tham gia các hệ thống đặt chỗ và phân phối quốc tế và khu vực. Hình thành các hình thức phân phối hiệu quả và có tính hợp tác hơn trong nước. Kết hợp mạng lưới phân phối với các ngành liên quan để cùng kết hợp thu hút và tiếp cận thị trường khách.

1.4. Chính sách xuất nhập cảnh, hải quan

- Tiếp tục cải tiến các thủ tục xuất nhập cảnh để tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho khách du lịch. Tăng cường trang thiết bị hiện đại ở các cửa khẩu quốc tế trong việc kiểm tra người và hành lý.

- Mở thêm các dịch vụ thuận tiện cho khách du lịch tại các cửa khẩu quốc tế như thu đổi ngoại tệ, cửa hàng miễn thuế, trung tâm hướng dẫn và cung cấp thông tin du lịch...

- Nghiên cứu và xây dựng lộ trình miễn thị thực đối với khách du lịch từ các nước còn lại trong khối ASEAN.

- Nghiên cứu miễn thị thực đơn phương với các nước thuộc diện các thị trường trọng điểm đã được xác định trong quy hoạch.

- Xem xét giảm phí thị thực đối với khách nước ngoài ở mức cạnh tranh để góp phần thu hút khách quốc tế đến Việt Nam.

1.5. Chính sách xã hội hóa du lịch

- Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia hoạt động du lịch dưới các hình thức như: góp vốn cổ phần với doanh nghiệp nhà nước, hình thành công ty du lịch dựa trên sở hữu hỗn hợp giữa Nhà nước với tư nhân hoạt động kinh doanh theo đúng pháp luật.

- Khuyến khích thực hiện xã hội hóa đầu tư, bảo vệ, tôn tạo di tích, thắng cảnh; bảo tồn và phục dựng các lễ hội, hoạt động văn hóa dân gian, các làng nghề phục vụ phát triển du lịch.

1.6. Cơ chế phối kết hợp liên vùng, liên ngành

- Khuyến khích các mối liên kết giữa các địa phương trong cùng một vùng trong việc tổ chức xây dựng và thực hiện quy hoạch, phát triển sản phẩm, kết nối tour tuyến du lịch, xúc tiến quảng bá du lịch, xúc tiến đầu tư du lịch, xây dựng thương hiệu du lịch.

- Khuyến khích mối liên kết liên vùng, giữa các vùng miền để phát huy các lợi thế và đặc điểm tài nguyên tạo các sản phẩm du lịch đa dạng, phong phú.

- Đẩy mạnh các tổ chức liên kết phát triển vùng để điều tiết, khuyến khích và quản lý các hoạt động du lịch vùng.

- Xây dựng và phát huy các cơ chế phối hợp liên ngành, tạo thuận lợi cho phát triển du lịch như các ngành hàng không, đường sắt, đường thủy.

- Xây dựng các cơ chế, chính sách phối hợp hỗ trợ giá giữa các ngành, lĩnh vực liên quan để có các gói giá đa dạng, hấp dẫn thị trường.

1.7. Chính sách phát triển gắn với bảo tồn và phát triển bền vững

- Tiếp tục ưu tiên phát triển du lịch sinh thái trên cơ sở những nguyên tắc và tiêu chí cụ thể. Ưu đãi ở mức cao nhất theo quy định của Nhà nước tại thời điểm thực hiện dự án về thuê đất; về thuế với các hoạt động kinh doanh có liên quan, đặc biệt là thuế thu nhập doanh nghiệp; Nhà nước hỗ trợ về đào tạo, nâng cao năng lực tham gia của cộng đồng; hỗ trợ về xúc tiến quảng bá; hỗ trợ về ứng dụng công nghệ sử dụng năng lượng thay thế ở các cơ sở lưu trú du lịch sinh thái.

- Khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng, đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa, hải đảo: tăng khả năng tiếp cận của cộng đồng đối với các nguồn tín dụng với ưu đãi về lãi suất cho mục đích phát triển các dịch vụ du lịch; hỗ trợ đào tạo năng lực tổ chức và kinh doanh du lịch; hỗ trợ về hạ tầng du lịch ở các điểm du lịch cộng đồng.

- Khuyến khích đóng góp một phần từ thu nhập du lịch cho hoạt động bảo tồn, tôn tạo các giá trị về sinh thái, văn hoá vật thể và phi vật thể.

2. Nhóm giải pháp về vốn đầu tư

2.1. Tăng cường đầu tư từ ngân sách nhà nước cho phát triển du lịch

- Đảm bảo đủ 8-10% trong cơ cấu nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước; thực thi năng động và hiệu quả các cơ chế, chính sách tài chính và các chính sách liên quan để tạo thuận lợi và thúc đẩy phát triển du lịch phù hợp với các Nghị quyết của Đảng và Chính phủ.

- Cam kết mạnh mẽ của các địa phương trong đầu tư phát triển du lịch đặc biệt là cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, xúc tiến quảng bá và phát triển sản phẩm. Những lĩnh vực ưu tiên đầu tư được xác định trong Quy hoạch phải được thực hiện nghiêm túc.

- Tăng cường huy động nguồn vốn ODA thông qua vay ưu đãi nước ngoài hoặc phát hành trái phiếu Chính phủ cho các công trình đầu tư lớn như sân bay, đường cao tốc, cảng tàu du lịch; tranh thủ sự hỗ trợ của quốc tế và các mối quan hệ song phương và đa phương để kêu gọi tài trợ không hoàn lại cho các chương trình phát triển nguồn nhân lực, tăng cường năng lực phát triển du lịch có trách nhiệm, phát triển du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái, bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên, bảo vệ môi trường du lịch và phát triển bền vững.

2.2. Huy động tối đa các nguồn vốn đảm bảo nhu cầu đầu tư phát triển du lịch

Huy động triệt để nguồn lực tài chính trong nhân dân, tiềm lực tài chính của các tổ chức trong và ngoài nước để đảm bảo đủ nguồn vốn với cơ cấu 90-92% vốn đầu tư từ khu vực tư nhân.

- Phát huy vai trò năng động của thị trường tài chính trong nhân dân; tạo cơ chế để các thành phần kinh tế, kể cả kinh tế hộ gia đình, cá nhân có thể tham gia vào đầu tư du lịch. Kênh đầu tư gián tiếp thông qua thị trường chứng khoán sẽ thu hút luồng vốn đầu tư lớn vào ngành Du lịch.

- Đa dạng hóa các loại hình đầu tư, tạo cơ chế thuận lợi, áp dụng thông thoáng cho các dự án đầu tư vào cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cho các khu du lịch quốc gia thông qua mô hình BT, BOT; khai thác triệt để tiềm năng, lợi thế về vị trí địa thế, đặc điểm tài nguyên du lịch gắn với các công trình đầu tư du lịch.

- Đẩy mạnh xúc tiến, thu hút và có cơ chế, chính sách ưu đãi để thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Thu hút nguồn vốn đầu tư từ cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Coi đây không chỉ là kênh huy động nguồn vốn đầu tư nhưng cũng là kênh tiếp thu chuyển giao công nghệ và kỹ thuật tiên tiến và vừa là thị trường gửi khách du lịch. Thực hiện giải pháp thu hút FDI với sự tiếp thu tốt về quy trình quản lý, gia tăng thị phần sẽ là con đường hiệu quả và phát triển với quy mô, tầm cỡ vượt lên hẳn so với tiềm lực có sẵn. Tăng cường M&A và áp dụng cho thuê tài chính để thu hút nguồn vốn từ nước ngoài đồng thời tăng cường hiệu quả đầu tư.

- Xã hội hóa nguồn vốn đầu tư, đóng góp của nhân dân, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài vào các hoạt động xúc tiến quảng bá hình ảnh Việt Nam, đào tạo, chuyển giao kiến thức kinh nghiệm về phát triển du lịch; sự tham gia tình nguyện, tài trợ của các tổ chức phi chính phủ trong và ngoài nước vào các lĩnh vực phát triển nguồn nhân lực, bảo tồn văn hóa, bảo vệ tài nguyên, môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu.

- Đẩy nhanh việc hình thành và đưa vào hoạt động Quỹ phát triển khoa học công nghệ của doanh nghiệp du lịch. Quỹ phát triển khoa học công nghệ là quỹ do doanh nghiệp du lịch thành lập để đầu tư cho hoạt động khoa học công nghệ nhằm nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua nghiên cứu, ứng dụng, đổi mới công nghệ, sản phẩm, hợp lý hóa sản xuất của doanh nghiệp.

- Nghiên cứu ban hành quy chế hoạt động của Quỹ đầu tư mạo hiểm cho các doanh nghiệp du lịch trên cơ sở nghiên cứu các mô hình trên thế giới và đang hoạt động tại Việt Nam.

- Khuyến khích (bằng nhiều hình thức thích hợp) doanh nghiệp du lịch đầu tư nghiên cứu, ứng dụng, đổi mới công nghệ, sản phẩm, hợp lý hóa sản xuất của doanh nghiệp để nâng cao sức cạnh tranh.

3. Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực

3.1. Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, bồi dưỡng về du lịch

- *Cơ cấu lại mạng lưới cơ sở đào tạo du lịch*: Phối hợp với các Bộ, Ngành và địa phương liên quan điều chỉnh quy hoạch mạng lưới các cơ sở đào tạo du lịch đảm bảo phù hợp với sự phát triển du lịch của từng vùng, miền và địa phương, đáp ứng nhu cầu đào tạo du lịch của toàn xã hội.

- *Ưu tiên đầu tư cho các cơ sở đào tạo chuyên về du lịch*: Đầu tư về mọi mặt cho các trường du lịch hiện có trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch làm hạt nhân đào tạo nhân lực ngành Du lịch ở tất cả các cấp đào tạo tại các trung tâm du lịch trọng điểm Hà Nội, Hải Phòng, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Đà Lạt, Vũng Tàu, Cần Thơ và thành lập mới trường trung cấp nghề du lịch tại Bình Thuận và Kiên Giang; hình thành bộ phận đào tạo du lịch ở các trường nghề của các địa phương khác.

- *Quan tâm các cơ sở đào tạo khác có đào tạo du lịch*: Nâng cao năng lực các trường đào tạo du lịch khác, nhất là các trường văn hóa - nghệ thuật, gắn đào tạo văn hóa - nghệ thuật với đào tạo du lịch.

- *Đa dạng hóa cơ sở đào tạo du lịch*: Khuyến khích mở các cơ sở đào tạo du lịch ở các doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo ngoài công lập và các cơ sở có vốn đầu tư của nước ngoài theo quy định của pháp luật Việt Nam. Tiếp tục đẩy mạnh đa dạng hoá các loại hình trường, lớp, trung tâm và cơ sở đào tạo, bồi dưỡng du lịch.

3.2. Xây dựng, công bố và thực hiện chuẩn trường

- *Xây dựng chuẩn trường đào tạo du lịch*: Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội và các Bộ, ngành liên quan xây dựng quy định chuẩn trường. Đầu tư về mọi mặt cho các trường hiện có trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch làm hạt nhân đào tạo nhân lực ngành du lịch ở tất cả các cấp đào tạo tại các trung tâm du lịch lớn Hà Nội, Hải Phòng, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Đà Lạt, Vũng Tàu, Thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ.

- *Phát triển đội ngũ giáo viên, giảng viên và đào tạo viên du lịch* phù hợp đáp ứng nhu cầu đào tạo bằng nhiều hình thức ở trong và ngoài nước; thu hút các nhà quản lý, các nhà khoa học có trình độ, các doanh nhân, nghệ nhân, chuyên gia, công nhân kỹ thuật tay nghề bậc cao tham gia đào tạo; tiếp tục đào tạo kỹ năng cho đội ngũ thẩm định viên, giám sát viên, đào tạo viên du lịch và sử dụng hiệu quả đội ngũ này trong đào tạo du lịch. Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo

tiếp tục đẩy mạnh đào tạo sau đại học về du lịch. Thực hiện chế độ bồi dưỡng luân phiên cho giáo viên, giảng viên, đào tạo viên và thẩm định viên du lịch.

- *Sửa đổi và phát triển chương trình đào tạo*: Phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo sửa đổi chương trình khung đào tạo chuyên ngành du lịch bậc trung học chuyên nghiệp; xây dựng, ban hành và tổ chức thực hiện chương trình khung đào tạo du lịch bậc cao đẳng và đại học, chương trình đào tạo du lịch liên thông các bậc đào tạo thống nhất cả nước. Phối hợp với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội tổ chức xây dựng các chương trình khung đào tạo du lịch trình độ cao đẳng nghề, trung cấp nghề. Xây dựng văn bản hướng dẫn liên thông đào tạo cao đẳng nghề và đại học du lịch. Tham khảo, học tập kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng chương trình, giáo trình môn học, mô - đun.

3.3. Xây dựng tiêu chuẩn và thực hiện chuẩn hóa nhân lực du lịch

Xây dựng tiêu chuẩn và thực hiện chuẩn hóa nhân lực ngành Du lịch phù hợp với các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế tạo điều kiện cho hội nhập quốc tế về lao động trong du lịch.

- *Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn đối với các chức danh và cấp, bậc ngành nghề du lịch*: Phối hợp với Bộ Nội vụ, Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội và các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp trong toàn Ngành xây dựng hệ thống tiêu chuẩn các chức danh và cấp, bậc ngành nghề du lịch; áp dụng thí điểm, điều chỉnh và nhân rộng hệ thống tiêu chuẩn này trong toàn quốc.

- *Mở rộng phạm vi hoạt động của Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch Việt Nam (VTCB) đối với các ngành, nghề du lịch đã được phê duyệt*: Phối hợp với cơ quan hữu quan để hoà nhập hệ thống chứng chỉ VTCB trong hệ thống văn bằng, chứng chỉ quốc gia. Tiến tới thể chế hóa, quy định bắt buộc hành nghề phải có chứng chỉ nghề VTCB tương ứng.

- *Hội nhập dần tiêu chuẩn nghề trong khu vực*: Thúc đẩy việc thực hiện tiêu chuẩn nghề du lịch ASEAN, cơ chế thừa nhận lẫn nhau và công nhận kỹ năng nghề du lịch và các nghề liên quan nhằm đạt tới những tiêu chuẩn chung trong khu vực và thế giới, tạo tiền đề phát huy tính tích cực và năng động của thị trường lao động không biên giới, không rào cản trong quá trình hội nhập du lịch khu vực, thúc đẩy hợp tác đào tạo và sử dụng lao động du lịch. Nâng cao năng lực của Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch Việt Nam (VTCB) để đảm nhiệm vai trò là cơ quan điều phối công nhận kỹ năng nghề du lịch và các nghề liên quan trong ASEAN.

4. Nhóm giải pháp về xúc tiến, quảng bá

4.1. Tăng cường năng lực xúc tiến, quảng bá du lịch

- Cơ cấu lại tổ chức bộ máy, tập trung chức năng xúc tiến, quảng bá du lịch cho Tổng cục Du lịch với sự tham gia tích cực của Hiệp hội Du lịch Việt Nam

- Thành lập các trung tâm xúc tiến quảng bá cho du lịch các địa phương và khu du lịch trọng điểm.

- Nhanh chóng thành lập và có cơ chế vận hành linh hoạt đối với các văn phòng đại diện ở các thị trường trọng điểm.

- Nhà nước tiếp tục cấp vốn ngân sách cho công tác xúc tiến quảng bá du lịch quốc gia, xây dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch quốc gia để đạt được trình độ cạnh tranh khu vực.

- Tăng cường quyền hạn và trách nhiệm cho Vụ Thị trường du lịch (Tổng cục Du lịch), bổ sung nhiệm vụ quản lý rủi ro để có kế hoạch ứng phó kịp thời đảm bảo duy trì thị trường khách và quản lý việc xây dựng hình ảnh du lịch quốc gia.

4.2. Thực hiện triển khai nhiệm vụ theo hướng chuyên nghiệp hóa

Triển khai thực hiện theo hướng chuyên nghiệp hoá hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch từ Trung ương đến địa phương, có trọng tâm trọng điểm và đảm bảo năng lực cạnh tranh quốc tế.

- Xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển sản phẩm, thị trường, xúc tiến quảng bá, xây dựng thương hiệu để có cơ sở thực hiện định hướng.

- Tổng cục Du lịch hướng dẫn nghiệp vụ và cách thức triển khai thực hiện kế hoạch xúc tiến quảng bá cho vùng và các địa phương.

- Tổ chức nghiên cứu thị trường du lịch định kỳ theo phương pháp cố định để có được diễn biến thị trường thường xuyên làm cơ sở cho các hoạt động xúc tiến quảng bá, xây dựng hình ảnh, thương hiệu, phát triển sản phẩm du lịch.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu thị trường vững mạnh về các thị trường nguồn, về cạnh tranh, về mạng lưới đối tác trong và ngoài nước từ quản lý nhà nước về du lịch và các ngành liên quan, các đơn vị, tổ chức, hiệp hội, câu lạc bộ, doanh nghiệp liên quan cũng như mạng lưới đối tác cung ứng dịch vụ tổ chức quảng cáo trong và ngoài nước.

- Xã hội hoá hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch. Huy động các nguồn vốn trong và ngoài nước, tập thể và cá nhân trong việc tổ chức và thực hiện các hoạt động xúc tiến quảng bá.

- Xây dựng cơ chế hợp tác trong và ngoài ngành trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch, cơ chế tham gia và huy động vốn đối với các đơn vị, doanh nghiệp tham gia hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch quốc gia.

- Tổ chức thực hiện các chiến dịch truyền thông tuyên truyền và nâng cao nhận thức du lịch trong cộng đồng về phát triển du lịch. Tập trung tối đa sức mạnh truyền thông, đặc biệt các hình thức mới và có khả năng mang lại hiệu quả như truyền thông qua các mạng xã hội.

- Tổ chức xúc tiến quảng bá du lịch trong và ngoài nước, chú trọng liên kết các cơ quan truyền thông có uy tín trong và ngoài nước. Đẩy mạnh liên kết với các cơ quan đại diện ngoại giao tại các nước là thị trường nguồn trong việc quảng bá và tạo dựng hình ảnh du lịch Việt Nam.

5. Nhóm giải pháp về tổ chức quản lý quy hoạch

5.1. Hoàn thiện văn bản quy phạm pháp luật

- Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Du lịch để phù hợp với yêu cầu thực tiễn phát triển.

- Xây dựng và ban hành Nghị định quản lý các khu, điểm, đô thị du lịch.

- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống các tiêu chuẩn, quy phạm, các Thông tư, Nghị định hướng dẫn. Đặc biệt để đảm bảo thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam cần chú trọng hoàn thiện Tiêu chuẩn thiết kế quy hoạch các khu điểm du lịch và Thông tư hướng dẫn về khu, tuyến, điểm du lịch.

5.2. Kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch ở các cấp

- Tiếp tục phát huy vai trò của Ban chỉ đạo Nhà nước về du lịch ở các cấp, đặc biệt ở Trung ương trong việc điều tiết các ngành, lĩnh vực liên quan trong việc tạo thuận lợi cho phát triển du lịch và thực hiện Quy hoạch du lịch.

- Tăng cường năng lực cho cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch ở Trung ương và địa phương.

- Thành lập bộ phận quản lý phát triển du lịch theo vùng bên cạnh quản lý phát triển về kinh tế - xã hội của vùng để đẩy mạnh việc hình thành các vùng du lịch thực sự có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ, đảm bảo quyền lợi và lợi ích giữa các địa phương, doanh nghiệp cũng như đảm bảo thực hiện việc phát triển theo các định hướng của Quy hoạch.

- Thành lập ban quản lý khu du lịch cho các khu du lịch quốc gia quan trọng, trong đó cần tăng cường sự phối hợp liên ngành để nâng cao hiệu lực quản lý của ban quản lý các khu, điểm du lịch.

- Thực hiện phân cấp quản lý một cách triệt để và có hiệu quả. Theo đó, ngành du lịch ở Trung ương chỉ quản lý theo các quy chuẩn, quy phạm, địa phương trực tiếp quản lý tài nguyên và thực tế phát triển du lịch theo quy hoạch.

5.3. Thực hiện điều tra, đánh giá, phân loại và quản lý tài nguyên du lịch

- Điều tra, đánh giá lại nguồn tài nguyên du lịch trên phạm vi cả nước, hình thành cơ sở dữ liệu và phương pháp đánh giá và phát huy tài nguyên du lịch để có thể sử dụng lâu dài cho công tác lập và thực hiện quy hoạch, kế hoạch.

- Phối hợp với các ngành liên quan thực hiện quy hoạch bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch, thể hiện rõ vùng bảo vệ tài nguyên, vùng cho phép khai thác để bảo đảm khai thác hợp lý và có hiệu quả tài nguyên du lịch.

- Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương cần tham mưu cho chính quyền địa phương công tác quản lý, bảo vệ và khai thác có hiệu quả tài nguyên và môi trường du lịch trên địa bàn.

5.4. Tổ chức xây dựng quy hoạch, kế hoạch

- Trên cơ sở các nội dung của QHTT, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chỉ đạo việc rà soát, cân đối lập quy hoạch theo thứ tự ưu tiên đối với quy hoạch phát triển vùng du lịch, quy hoạch các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia.

- Trên cơ sở QHTT, các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương tiến hành rà soát, điều chỉnh hoặc xây dựng mới quy hoạch tổng thể với tầm nhìn dài hạn tương ứng cho giai đoạn đến 2020, tầm nhìn đến 2030 và trong mối liên hệ với các địa phương trong vùng; triển khai quy hoạch cụ thể các khu, điểm du lịch địa phương có tiềm năng về tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân văn, chuẩn bị đầy đủ các điều kiện và thông tin để hỗ trợ các nhà đầu tư và kêu gọi đầu tư khai thác du lịch đặc biệt đối với các khu du lịch được đề xuất.

- Đối với các khu du lịch được định hướng phát triển thành khu du lịch quốc gia, khu du lịch địa phương cần căn cứ theo Luật Du lịch, tiến hành lập các quy hoạch theo trình tự tổng thể và cụ thể từng khu chức năng.

- Tiến hành các quy hoạch cụ thể các khu chức năng sau khi có quy hoạch tổng thể phát triển các khu du lịch quốc gia và các khu du lịch khác. Việc phê duyệt các quy hoạch cụ thể, các dự án đầu tư đều phải lấy ý kiến các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở các cấp.

- Căn cứ nội dung QHTT, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chỉ đạo Tổng cục Du lịch lập các kế hoạch phát triển du lịch cho từng thời hạn 5 năm để làm cơ sở lập kế hoạch hàng năm.

5.5. Nâng cao trình độ quản lý du lịch theo quy hoạch cho các cấp, các ngành

- Tiếp tục nâng cao năng lực đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý ngành Du lịch, cán bộ, công chức quản lý nhà nước, cán bộ, viên chức đơn vị sự nghiệp, cán bộ chính quyền địa phương liên quan đến du lịch và cán bộ quản lý doanh nghiệp du lịch thuộc mọi thành phần kinh tế. Ưu tiên bồi dưỡng cán bộ chính quyền và công chức quản lý nhà nước về du lịch cấp huyện, cán bộ quản lý doanh nghiệp. Thực hiện chế độ bồi dưỡng luân phiên đối với công chức, viên chức và cán bộ quản lý kinh doanh du lịch toàn quốc.

- Phổ biến, học tập những nội dung của Luật Du lịch nói chung và những nội dung quy định về quy hoạch phát triển du lịch, tài nguyên du lịch của Luật Du lịch nói riêng cho các cấp các ngành, quần chúng nhân dân.

- Nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ chuyên gia làm công tác quy hoạch phát triển du lịch để tăng cường hiệu quả và tính khả thi của công tác lập quy hoạch.

6. Nhóm giải pháp về ứng dụng khoa học, công nghệ

6.1. Hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu và thống kê du lịch

- Xây dựng, ban hành hệ thống chỉ tiêu và phương pháp thống kê chuyên ngành du lịch.

- Tổ chức tập huấn trong ngành để thực hiện chuẩn hóa thống kê du lịch từ Trung ương đến địa phương, thống kê du lịch ra nước ngoài.

- Phối hợp với các ngành liên quan từng bước hiện đại hóa công tác thống kê du lịch. Tạo hành lang cho việc áp dụng thống kê hiệu quả du lịch trong các lĩnh vực có liên quan.

- Thiết lập và vận hành cơ sở dữ liệu ngành du lịch phục vụ công tác nghiên cứu, hoạch định chính sách, kế hoạch, quy hoạch cũng như vận hành quản lý các nghiệp vụ ngành.

- Áp dụng hệ thống tài khoản vệ tinh trong lĩnh vực du lịch tạo cơ sở vững chắc cho phương pháp thống kê du lịch, đảm bảo các yêu cầu thống kê quốc tế và trong nước, thể hiện đúng vai trò và vị trí của ngành du lịch trong nền kinh tế quốc dân.

6.2. Nâng cao năng lực nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ

- Ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến hiện đại trong việc quản lý và vận hành các hoạt động du lịch như công nghệ GIS & RS trong kiểm kê tài nguyên,

đánh giá, xếp loại tài nguyên, và nghiên cứu biến động tài nguyên để quản lý các tài nguyên và môi trường.

- Đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị ứng dụng, khai thác hiệu quả công nghệ thông tin cho phát triển du lịch, đặc biệt trong các lĩnh vực xúc tiến quảng bá, đào tạo nhân lực du lịch.

- Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu khoa học và chuyển giao kiến thức, công nghệ về đào tạo, bồi dưỡng du lịch.

- Xây dựng mạng lưới các chuyên gia có khả năng nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ trong lĩnh vực du lịch.

- Thực hiện đào tạo trong và ngoài nước đội ngũ cán bộ nghiên cứu có năng lực và trình độ cao, nhằm tăng nhanh chất lượng nghiên cứu, sản phẩm khoa học và công nghệ đạt trình độ và chuẩn mực quốc tế; chuyển giao và ứng dụng nhanh các kết quả nghiên cứu vào thực tiễn nhằm góp phần nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch Việt Nam.

- Tiếp tục đầu tư củng cố nâng cao năng lực nghiên cứu ứng dụng của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, chú trọng đầu tư chiều sâu (cả về nhân lực và trang thiết bị nghiên cứu) để hình thành tổ chức nghiên cứu có năng lực và chuyên môn cao trong lĩnh vực du lịch ngang tầm các nước trong khu vực.

- Sử dụng và phát huy tiềm năng chất xám, tri thức của người Việt Nam ở nước ngoài phục vụ phát triển du lịch. Đây cũng là nguồn lực quan trọng trong việc phát triển và ứng dụng khoa học công nghệ trong lĩnh vực du lịch.

- Tăng cường hợp tác với các tổ chức, cơ quan khoa học nước ngoài trong việc trao đổi các chuyên gia, đào tạo nâng cao trình độ cán bộ cũng như tranh thủ sự hỗ trợ kỹ thuật, kinh nghiệm, tiếp cận với những thành tựu mới, tiên tiến về khoa học công nghệ du lịch quốc tế để áp dụng cho du lịch Việt Nam.

7. Nhóm giải pháp về hợp tác quốc tế

7.1. Triển khai hiệu quả các hiệp định hợp tác

Chủ động, tích cực triển khai thực hiện và thực hiện có hiệu quả các hiệp định hợp tác song phương và đa phương đã ký kết.

- Chú trọng hợp tác với các nước trong khu vực, các nước có chung đường biên giới nhằm phát triển sản phẩm du lịch, quảng bá hình ảnh, trao đổi thông tin khu vực. Đẩy mạnh hợp tác với các quốc gia là thị trường du lịch trọng điểm của Việt Nam, các quốc gia có nền kinh tế du lịch phát triển nhằm tranh thủ hỗ trợ của các nước trong đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch, quy hoạch du lịch, đầu

tư cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch cũng như tham dự các hội chợ, sự kiện du lịch góp phần quảng bá du lịch Việt Nam, thu hút khách tại thị trường quan trọng này.

- Tăng cường nguồn lực tài chính để thực hiện các hiệp định đã ký. Do việc triển khai các nội dung ký kết trong hiệp định, thỏa thuận du lịch thường dựa trên nguyên tắc các bên cùng có lợi, đòi hỏi phải các bên đều phải có kinh phí triển khai. Vì vậy trong thời gian tới cần phân bổ kinh phí hợp lý từ ngân sách nhà nước, từ các nguồn vốn khác hoặc lồng ghép trong các nhiệm vụ, đề án phát triển du lịch để thực hiện các nội dung thỏa thuận đã ký.

7.2. Đa phương hoá, đa dạng hoá loại hình hợp tác

- Mở rộng hợp tác với các quốc gia khác, các vùng lãnh thổ nhằm tranh thủ sự hỗ trợ, hợp tác phát triển du lịch dưới các hình thức khác nhau (tiếp tục trao đổi, thúc đẩy khả năng ký kết các hiệp định, kế hoạch hợp tác với các nước trong và ngoài khu vực, làm cơ sở pháp lý cho các hoạt động, dự án hợp tác cụ thể thu hút đầu tư phát triển du lịch...) để đạt hiệu quả nhiều mặt cả về kinh tế, văn hoá và giao lưu hội nhập.

- Tăng cường sự tham gia của các đơn vị trong toàn ngành vào quá trình hợp tác quốc tế và hội nhập theo từng góc độ chuyên môn phù hợp và đa dạng hoá các kênh hợp tác quốc tế. Có cơ chế chính sách khuyến khích, tạo điều kiện mở rộng hợp tác quốc tế cho các địa phương, doanh nghiệp du lịch chủ động hợp tác trong đầu tư phát triển du lịch, xây dựng sản phẩm, nâng cao năng lực...

- Tăng cường, mở rộng và chính thức hóa các hoạt động hợp tác với các tổ chức quốc tế và khu vực.

- Đẩy mạnh hơn nữa việc tìm hiểu thông tin về tình hình, xu hướng phát triển du lịch trong khu vực cũng như trên thế giới. Đồng thời có kế hoạch phối hợp với các doanh nghiệp du lịch trong việc phát động chiến dịch tuyên truyền quảng cáo du lịch qua phát hành, trao đổi với phía bạn những tài liệu giới thiệu về du lịch hai bên, tham gia hội chợ, triển lãm... Tăng cường đăng cai tổ chức nhiều hơn nữa các sự kiện quốc tế có tầm cỡ, tổ chức roadshow, họp báo để nâng cao uy tín và vị thế của du lịch Việt Nam.

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế với các chuyên gia có kinh nghiệm trong nghiên cứu quy hoạch và lập dự án phát triển du lịch di sản, du lịch biển, du lịch sinh thái, văn hoá... là những thế mạnh của du lịch Việt Nam

7.3. Tích cực chủ động trong kêu gọi tài trợ

Chủ động xây dựng và đề xuất các dự án tài trợ từ các nguồn vốn hợp tác quốc tế, từ các tổ chức quốc tế.

- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch thiết lập các nhóm công tác, xây dựng các dự án tìm tài trợ và triển khai cụ thể từng chương trình, dự án hợp tác.

- Phối hợp với các địa phương, ban ngành đề xuất danh mục các dự án tài trợ cụ thể, đề xuất những chính sách, chủ trương thích hợp nhằm tạo điều kiện cho các đơn vị, tổ chức ký kết các hợp đồng, tổ chức triển khai các dự án chương trình hợp tác phát triển du lịch dễ dàng, thuận lợi nhưng chặt chẽ như tổ chức các chương trình đưa đón khách du lịch giữa hai nước và nối tour tới nước thứ ba, phối hợp tổ chức các chương trình, sự kiện Việt Nam ở nước ngoài, thông tin về đất nước, con người và du lịch Việt Nam...

8. Nhóm giải pháp về bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch

8.1. Giải pháp bảo vệ môi trường tự nhiên

- Hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp quy về quản lý tài nguyên môi trường trên cơ sở triển khai Luật Bảo vệ môi trường và Luật Du lịch; xây dựng và ban hành tiêu chuẩn ngành về thiết kế và xây dựng các công trình du lịch phù hợp với cảnh quan, môi trường. Hỗ trợ từ ngân sách Nhà nước cho công tác bảo vệ tài nguyên và môi trường.

- Tăng cường biện pháp quản lý trong xây dựng, phát triển và kinh doanh du lịch; chú trọng xử lý nước thải, chất thải ở các cơ sở lưu trú, các điểm du lịch, khu du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng các công nghệ thân thiện môi trường. Áp dụng chế độ xử phạt rõ ràng đối với doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường.

- Đa dạng hóa phương thức quản lý tài nguyên môi trường hướng tới phát triển bền vững.

- Tăng cường quyền tiếp cận của người dân với chính sách, pháp luật về môi trường.

- Tăng cường phối hợp với các ngành, các cấp và huy động sự tham gia đóng góp của cộng đồng dân cư trong một nỗ lực chung để đảm bảo môi trường cho phát triển du lịch.

- Tuyên truyền pháp luật và các vấn đề môi trường. Phát triển các chương trình giáo dục toàn dân và giáo dục trong các trường học về tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường.

- Nghiên cứu áp dụng mới và hoàn thiện các công cụ kinh tế đã có để quản lý và bảo vệ môi trường và bảo tồn đa dạng sinh học như thuế và phí môi trường, thuế tài nguyên, giấy phép mua bán quota gây ô nhiễm, ký quỹ môi trường, chi trả dịch vụ môi trường, nhân sinh thái...

- Khuyến khích sự tham gia, quan tâm đến lợi ích cộng đồng nhằm mục đích bảo vệ tài nguyên thiên nhiên.

- Quản lý tài nguyên trên cơ sở cộng đồng theo hướng kết hợp giữa hoạt động bảo tồn và phát triển tài nguyên với hoạt động sản xuất để cải thiện chất lượng cuộc sống người dân.

- Hoàn thiện các nguyên tắc chỉ đạo có quy định rõ, triển khai áp dụng và kiểm soát đối với các đối tượng tham gia du lịch từ khách du lịch đến các đối tượng tham gia kinh doanh và hành nghề du lịch, và liên quan.

- Nghiên cứu xác định mức chịu tải của các khu du lịch. Thiết lập được các tiêu chuẩn cho các chỉ số giới hạn cho các thay đổi có thể chấp nhận được.

- Nghiên cứu các kỹ thuật duy trì, phục hồi và bảo vệ các tài nguyên du lịch.

- Xây dựng mạng lưới giám sát quan trắc, đánh giá tài nguyên. Thực hiện đánh giá thường xuyên về số lượng, chất lượng tài nguyên dựa trên sự giám sát tài nguyên để có được những dự báo về sự biến đổi tài nguyên nhằm đưa ra các giải pháp kịp thời.

- Xây dựng kế hoạch và bảo tồn hệ thống tài nguyên du lịch trên địa bàn cả nước, từng vùng và từng địa phương.

- Khoanh vùng và xác định danh mục các tài nguyên có tính đa dạng sinh học cao như các sinh thái biển, rạn san hô, rừng quốc gia, khu bảo tồn tự nhiên, các di tích thiên nhiên đã được xếp hạng; khu vực cảnh quan có tiềm năng khai thác du lịch; vùng, khu, điểm di tích văn hoá lịch sử... dễ bị ảnh hưởng do các hoạt động phát triển du lịch và các hoạt động phát triển kinh tế khác như cảng biển, khai thác nuôi trồng thủy sản, xây dựng.

- Tổ chức theo dõi thường xuyên những biến động để có những giải pháp kịp thời khắc phục sự cố, tình trạng xuống cấp về tài nguyên và môi trường du lịch; quản lý chặt chẽ những hoạt động du lịch và hoạt động kinh tế - xã hội khác có nguy cơ gây ảnh hưởng đến hệ tài nguyên môi trường du lịch.

- Nghiên cứu áp dụng những giải pháp khoa học công nghệ để mở rộng du lịch ra vùng đệm, nhằm giảm tải vùng lõi và khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên du lịch mới.

8.2. Giải pháp bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch nhân văn

- Nâng cao ý thức của người dân về ý nghĩa của việc bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch văn hoá thông qua các chương trình giáo dục môi trường, tìm hiểu về cội nguồn và các tuyên truyền mang tính xã hội sâu rộng.

- Kiểm kê di sản văn hóa phi vật thể ở các địa phương để đưa vào danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Nhà nước và cộng đồng địa phương cùng tham gia vào công tác phát triển và đổi mới hoạt động bảo tàng; bảo quản, tu bổ, phục hồi di tích lịch sử - văn hóa và danh lam thắng cảnh; đầu tư cho việc nghiên cứu, sưu tầm, lưu giữ, truyền dạy và giới thiệu di sản văn hóa phi vật thể nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho việc thực thi các chính sách về bảo vệ và phát huy giá trị di sản văn hóa gắn kết với phát triển du lịch.

- Thường xuyên phối hợp với các ngành liên quan duy trì công tác giữ gìn vệ sinh an ninh trật tự tại các điểm du lịch; giải quyết dứt điểm tình trạng ăn xin, bán hàng rong, đeo bám khách.

- Tổ chức đào tạo có hệ thống đối với đội ngũ người làm công tác quản lý văn hóa, quản lý du lịch và đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên tại các di tích bảo tàng trong các công trình văn hóa.

- Đẩy mạnh xã hội hóa và hỗ trợ công tác xã hội hóa bảo tồn di sản văn hóa. Khuyến khích huy động cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp đóng góp kinh phí để tu bổ di tích, hiến tặng hiện vật cho bảo tàng Nhà nước.

- Phát triển các làng nghề thủ công - mỹ nghệ gắn với phát triển du lịch. Khuyến khích các cơ sở sản xuất ở làng nghề cần phải liên kết với nhau để thành những cơ sở, những doanh nghiệp mạnh tại các địa phương.

- Có các chính sách vĩ mô để tạo điều kiện cho làng nghề phát triển, đặc biệt chú trọng đến thành phần kinh tế tư nhân nhỏ ở làng nghề bằng các giải pháp cụ thể như chính sách thông thoáng, nguồn vốn dễ tiếp cận, hỗ trợ xúc tiến thương mại, hỗ trợ đào tạo nghề, giúp đỡ giải quyết ô nhiễm môi trường...

9. Nhóm giải pháp ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu (BĐKH)

9.1. Nâng cao nhận thức về tác động của biến đổi khí hậu

Nâng cao nhận thức xã hội về tác động của BĐKH đối với hoạt động phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch biển.

- Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch phối hợp với Bộ Tài nguyên và Môi trường và các cơ quan truyền thông quốc gia xây dựng chương trình truyền thông chuyên biệt về BĐKH và tác động của BĐKH đối với hoạt động du lịch để phổ biến liên tục và rộng rãi trong xã hội.

- Thường xuyên tổ chức hội thảo khoa học, các lớp tập huấn cho từng đối tượng cụ thể về BĐKH và tác động của BĐKH đối với hoạt động du lịch.

- Xây dựng phim tài liệu tuyên truyền về tác động của BĐKH đối với hoạt động phát triển du lịch.

9.2. Tăng cường khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu trong lĩnh vực du lịch

- Hoàn thành nhiệm vụ “Xây dựng kế hoạch ứng phó với BĐKH trong lĩnh vực du lịch” trong khuôn khổ Chương trình mục tiêu quốc gia về ứng phó với BĐKH; tiến tới thực hiện, lồng ghép các phương án thích ứng với BĐKH trong các quy hoạch cấp vùng và địa phương. Điều chỉnh quy hoạch và các mục tiêu phát triển phù hợp với mức độ tác động của BĐKH đối với hoạt động du lịch ở từng khu vực lãnh thổ cụ thể.

- Tích cực tham gia các hoạt động trồng rừng, đặc biệt là rừng phòng hộ ven biển, trên các đảo nơi có hoạt động du lịch nhằm hạn chế tác động trực tiếp của các hiện tượng thời tiết cực đoan (bão, tố, lốc...), nước dâng do bão và gió mùa, xói lở đường bờ do mực nước biển dâng... đến hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; đến các di tích lịch sử - văn hoá, các công trình kiến trúc nghệ thuật, các di chỉ khảo cổ có giá trị du lịch.

Trong những trường hợp đặc biệt, cần có phương án xây dựng đê, kè chắn sóng để bảo vệ những đối tượng tài nguyên du lịch, hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có giá trị cấp quốc gia, quốc tế. Những phương án này cần được tính toán thận trọng, có cơ sở khoa học với sự hỗ trợ của các chuyên gia từ các ngành khoa học có liên quan như địa lý, địa chất, hải dương học, xây dựng...

- Việc xây dựng hạ tầng du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở những khu vực được dự báo sẽ chịu ảnh hưởng mạnh của BĐKH theo kịch bản do Bộ Tài nguyên và Môi trường công bố cần được tính toán kỹ lưỡng để hạn chế tới mức thấp nhất tác động của BĐKH, đặc biệt ở vùng ven biển, đảo.

- Đối với hoạt động lữ hành ở những khu vực chịu tác động mạnh của BĐKH, cần xây dựng các phương án ứng phó trong trường hợp chương trình du lịch đang thực hiện bị ảnh hưởng mạnh bởi tác động bất thường của các hiện tượng thời tiết cực đoan.

9.3. Tăng cường năng lực giảm nhẹ tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu trong lĩnh vực du lịch

- Khuyến khích phát triển du lịch sinh thái và các loại hình du lịch thân thiện với môi trường phù hợp với lý luận và thực tiễn.

- Khuyến khích phát triển du lịch cộng đồng góp phần tích cực vào nỗ lực giảm nhẹ tác động của BĐKH đến phát triển kinh tế - xã hội và du lịch.

- Khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo: năng lượng mặt trời, năng lượng gió, năng lượng sóng – thủy triều thông qua các hoạt động xếp hạng “thân thiện với môi trường”, phát triển tiêu chuẩn “Nhân sinh thái” cho các cơ sở dịch vụ du lịch, trong đó tiêu chí sử dụng năng lượng thay thế sẽ được xem là một trong những tiêu chí quan trọng hàng đầu.

Để khuyến khích việc sử dụng năng lượng tái tạo trong hoạt động du lịch, nhà nước cần có chính sách ưu tiên tín dụng với hỗ trợ một phần từ ngân sách để đầu tư ban đầu cho chuyển giao công nghệ và lắp đặt thiết bị điện sử dụng năng lượng thay thế (điện mặt trời, điện gió, điện sóng-thủy triều, điện sinh học).

- Khuyến khích các doanh nghiệp triển khai áp dụng mô hình “3R”, có chính sách ưu đãi tín dụng, hỗ trợ từ ngân sách hoặc giảm thuế cho các doanh nghiệp đặc ký sử dụng mô hình “3R”, coi đây là tiêu chí xếp hạng “thân thiện với môi trường” với tiêu chuẩn “Nhân sinh thái”.

- Tăng cường quản lý hoạt động du lịch theo “sức chứa” nhằm hạn chế tác động của hoạt động du lịch đến tài nguyên, môi trường tự nhiên.

II. TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH

1. Ban Chỉ đạo Nhà nước về du lịch

Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch có trách nhiệm chỉ đạo các hoạt động của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch và các Bộ, ngành, địa phương liên quan trong việc giải quyết những vấn đề mang tính liên ngành, liên vùng trong quá trình tổ chức thực hiện Quy hoạch.

2. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch

- Chủ trì tổ chức triển khai thực hiện Quy hoạch; tổ chức công bố Quy hoạch trên phạm vi cả nước, phổ biến triển khai và phân công nhiệm vụ cụ thể cho Tổng cục Du lịch và các đơn vị chức năng thuộc Bộ.

- Chủ trì phối hợp xây dựng và thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch các vùng du lịch, đô thị du lịch, khu du lịch quốc gia và điểm du lịch quốc gia đảm bảo phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước; tổ chức sơ kết, tổng kết và điều chỉnh (nếu cần thiết) việc thực hiện Quy hoạch.

- Chỉ đạo Tổng cục Du lịch:

+ Xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch hành động phát triển du lịch cho các giai đoạn 5 năm; tổ chức đánh giá sơ kết và điều chỉnh trong kế hoạch hành động cho giai đoạn 5 năm tiếp theo; điều phối triển khai quy hoạch lồng ghép với

các kế hoạch và chương trình, dự án phát triển du lịch trên phạm vi toàn quốc phù hợp với từng thời kỳ.

+ Hướng dẫn các địa phương xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, thành phố quy hoạch các khu, điểm du lịch địa phương và tổ chức thực hiện các quy hoạch đảm bảo phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước.

+ Chủ trì phối hợp với các đơn vị thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức triển khai xây dựng và thực hiện các quy hoạch vùng du lịch, quy hoạch khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia.

+ Tiến hành sơ kết hàng năm, đề xuất các chính sách phù hợp và điều chỉnh kịp thời các mục tiêu, biện pháp thực hiện Quy hoạch; tổng kết thực tiễn, nhân rộng mô hình tốt ra cả nước.

3. Các Bộ, Cơ quan ngang Bộ, Cơ quan thuộc Chính phủ

Theo chức năng và thẩm quyền, tham mưu trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển của ngành mình phù hợp với Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước; chỉ đạo về chuyên môn thuộc lĩnh vực quản lý; tăng cường nâng cao nhận thức liên quan đến hình ảnh quốc gia và hoạt động du lịch; lồng ghép các chương trình mục tiêu quốc gia, chương trình hành động của ngành với việc thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch; tích cực phối hợp có hiệu quả với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong việc giải quyết những vấn đề liên ngành. Nhiệm vụ cụ thể như sau:

a) *Bộ Kế hoạch và Đầu tư* thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới việc xác định nhiệm vụ đầu tư Nhà nước cho du lịch, cơ chế chính sách đầu tư du lịch, tín dụng ưu đãi và tạo các cân đối về vốn và nguồn lực khác, huy động các nguồn tài trợ trong và ngoài nước cho phát triển du lịch;

b) *Bộ Tài chính* thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan về cơ chế, chính sách về tài chính, thuế, hải quan; xác định tỷ lệ ngân sách nhà nước chi cho triển khai thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch;

c) *Bộ Nội vụ* thực hiện những nội dung liên quan đến hoàn thiện bộ máy quản lý nhà nước về du lịch; tăng cường năng lực cơ quan xúc tiến quốc gia, cơ chế hợp tác giữa khu vực công và khu vực tư nhân;

d) *Bộ Thông tin và Truyền thông, Truyền hình Việt Nam, Thông Tấn Xã Việt Nam, Đài tiếng nói Việt Nam* thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới quản lý thông tin, tuyên truyền du lịch đa phương tiện; ứng dụng công nghệ thông tin,

truyền thông vào hoạt động du lịch, đặc biệt là xúc tiến quảng bá và hệ thống giao dịch, tiêu thụ du lịch trực tuyến;

d) *Bộ Ngoại giao, Bộ Công an và Bộ Quốc phòng* thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới thủ tục xuất nhập cảnh, cư trú, đi lại, an ninh, an toàn và đẩy mạnh xúc tiến quảng bá du lịch ở nước ngoài và phát triển các loại hình du lịch vùng biên giới, hải đảo;

e) *Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Khoa học Công nghệ, Bộ Y tế* thực hiện các nhiệm vụ chức năng liên quan tới quy hoạch quỹ đất cho hoạt động du lịch; bảo vệ môi trường du lịch, ứng phó với biến đổi khí hậu, các tiêu chuẩn, quy chuẩn về du lịch và liên quan tới du lịch, vệ sinh an toàn thực phẩm và quyền tác giả, quyền sở hữu trí tuệ;

g) *Bộ Giao thông-Vận tải, Bộ Xây dựng* thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới phát triển cơ sở hạ tầng và hạ tầng du lịch, phương tiện giao thông, đặc biệt là hàng không, tàu biển, an toàn giao thông, công tác quy hoạch xây dựng gắn với phát triển du lịch;

h) *Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội* thực hiện nhiệm vụ chức năng liên quan tới phát triển nguồn nhân lực du lịch, tăng cường năng lực cơ sở đào tạo du lịch; chế độ làm việc, nghỉ ngơi của người lao động, nghỉ lễ, nghỉ phép, nghỉ hè gắn với “tuần lễ vàng” du lịch.

4. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

- Chỉ đạo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Sở, ngành liên quan trong việc thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch trên địa bàn và thu hút đầu tư, huy động nguồn lực cho phát triển du lịch trên địa bàn.

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức xây dựng và thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển vùng du lịch, khu, điểm du lịch quốc gia.

- Căn cứ định hướng trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước, tiến hành xây dựng, phê duyệt và tổ chức thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch trên địa bàn tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030; xây dựng và tổ chức thực hiện quy hoạch phát triển du lịch các khu, điểm du lịch địa phương, các quy hoạch chi tiết các dự án phát triển du lịch; chỉ đạo tổ chức xây dựng và thực hiện các chương trình, kế hoạch, dự án phát triển du lịch trên địa bàn phù hợp với Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh và Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước.

5. Doanh nghiệp, Hiệp hội Du lịch và các tổ chức xã hội khác

- Doanh nghiệp chủ động xây dựng và thực hiện quy hoạch chi tiết các khu,

điểm du lịch, dự án đầu tư phát triển du lịch; có chiến lược, kế hoạch kinh doanh ngắn hạn, trung hạn và dài hạn bám sát quan điểm, mục tiêu, định hướng trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước, quy hoạch vùng du lịch, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của tỉnh và các quy hoạch phát triển các khu, điểm du lịch quốc gia, khu, điểm du lịch địa phương; bảo tồn, khai thác tài nguyên du lịch hợp lý và bền vững đúng với quy hoạch.

- Hiệp hội Du lịch và các tổ chức xã hội khác theo phạm vi chức năng hoạt động nắm bắt mục tiêu, quan điểm và định hướng trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch cả nước để cụ thể hóa thành chương trình hành động của mình để hỗ trợ về kỹ thuật và tài chính cho thực hiện các quy hoạch phát triển du lịch.

- Cộng đồng dân cư có trách nhiệm tích cực tham gia vào các hoạt động du lịch, cung ứng dịch vụ du lịch cộng đồng và các hoạt động bảo tồn, khai thác bền vững tài nguyên du lịch, bảo vệ môi trường du lịch theo các quy hoạch phát triển du lịch.

KẾT LUẬN

1. Việt Nam có những tiềm năng to lớn, trong thời gian qua đã từng bước được khai thác cho phát triển du lịch. Những tiềm năng du lịch bên cạnh những điều kiện về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất và các nguồn lực khác đang tạo ra cho du lịch Việt Nam những vận hội trong một giai đoạn phát triển mới.

2. Giai đoạn từ 1995 - 2010 du lịch đã có những bước phát triển nhất định, mang đến các kết quả về mọi mặt, tạo nền móng cho sự phát triển du lịch. Bên cạnh đó cũng còn nhiều khó khăn và bất cập được nhìn nhận rõ như về tổ chức quản lý, quản lý và khai thác tài nguyên, cơ sở hạ tầng, nhân lực du lịch... cần được điều chỉnh, khắc phục tại quy hoạch giai đoạn này.

3. Trong bối cảnh Việt Nam ngày càng hội nhập quốc tế sâu rộng, tình hình kinh tế-chính trị trong và ngoài nước liên tục có những diễn biến phức tạp, Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 đã đặt ra những quan điểm rõ ràng và xuyên suốt, có tính đột phá, mang đến vị thế mới cho du lịch Việt Nam, phù hợp với Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

4. Ở giai đoạn này, du lịch phải khẳng định vị trí của một ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực cho các ngành khác cùng phát triển. Du lịch được tập trung phát triển theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; tăng cường sự liên kết, đặc biệt trong việc phát huy các thế mạnh đặc trưng của các vùng; hướng tới sự phát triển bền vững. Các quan điểm này sẽ tạo ra những bước thay đổi mạnh mẽ trong nhận thức và tư duy quản lý, kinh doanh và phát triển ngành du lịch. Các quan điểm chỉ đạo xuyên suốt từ các định hướng đến giải pháp thực hiện Quy hoạch cho giai đoạn này, đòi hỏi sự tập trung, chỉ đạo và thực hiện nhất quán từ Trung ương đến địa phương đối với hoạt động phát triển du lịch.

5. Quy hoạch phát triển du lịch đến năm 2020, tầm nhìn 2030 lựa chọn phương án phát triển với chỉ tiêu 10,5 triệu lượt khách quốc tế và 48 triệu lượt khách nội địa vào năm 2020. Với một chỉ tiêu không quá cao nhưng mang đến sự bền vững trong phát triển, tập trung vào chiều sâu và chất lượng, thu hút những phân đoạn khách du lịch phù hợp, có khả năng chi trả cao và sử dụng tập trung các sản phẩm du lịch có lợi thế cạnh tranh. Để đạt được các mục tiêu này, cần quán triệt thực hiện các định hướng phát triển và các giải pháp mà Quy hoạch đã đề ra.

6. Giai đoạn này cần có sự tập trung các nguồn lực nhằm phát triển rõ nét các sản phẩm du lịch theo Quy hoạch, phát huy được các thế mạnh về tài nguyên du lịch đặc trưng, tránh hiện tượng phát triển ồ ạt các sản phẩm du lịch nghèo nàn và trùng lặp như hiện nay và đảm bảo tính cạnh tranh quốc tế. Trong đó, ưu tiên đẩy mạnh phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo. Phát triển du lịch văn hóa, đặc biệt là du lịch văn hóa di sản. Du lịch sinh thái cũng được định hướng phát triển. Bên cạnh đó, các định hướng về đa dạng hóa sản phẩm và phát huy các thế mạnh để liên kết phát triển sản phẩm du lịch là các hướng phát triển quan trọng và phù hợp trong bối cảnh hiện nay.

7. Quy hoạch xác định 7 vùng có tiềm năng, tài nguyên và các điều kiện để định hướng phát triển, phù hợp với Chiến lược được phê duyệt, tạo ra bước đột phá lớn trong quản lý vùng, liên vùng, tư duy và hoạt động liên kết giữa các địa phương, tạo sản phẩm đặc trưng. Các vùng được xác định cũng phù hợp với các vùng kinh tế, địa lý, tạo thuận lợi trong việc tổ chức thực hiện, quản lý khai thác tài nguyên và phát huy các lợi thế liên kết về kinh tế-xã hội khác hỗ trợ phát triển du lịch. Các vùng du lịch phát triển lớn mạnh với các trọng điểm du lịch và hệ thống các khu, điểm và đô thị du lịch tại từng vùng sẽ tạo thành các điểm đến riêng, với nét đặc trưng và tính đa dạng về sản phẩm, thu hút các đối tượng khách khác nhau, mang lại sự bổ trợ và tính cạnh tranh chung cho du lịch Việt Nam.

8. Phát triển các khu du lịch, điểm du lịch quốc gia cần được ưu tiên và đầu tư tương xứng, tạo những điểm nhấn quan trọng của các vùng, địa phương và cả nước, tạo sức hút du lịch. Bên cạnh đó, đầu tư phát triển hạ tầng giai đoạn này vẫn là vấn đề ưu tiên lớn, tạo tiền đề cho hoạt động du lịch. Đầu tư đồng bộ trong xây dựng sản phẩm và xây dựng thương hiệu du lịch quốc gia là những vấn đề cũng được chú trọng ở trên bình diện quốc gia, các vùng du lịch và từng địa phương để tạo ra tính chuyên nghiệp ở giai đoạn này.

9. Quy hoạch đặt ra 9 nhóm giải pháp phát triển và thực hiện các quan điểm, mục tiêu và định hướng quy hoạch. Trong đó quan trọng nhất là các nhóm giải pháp về cơ chế, chính sách; giải pháp về vốn đầu tư, nguồn nhân lực, quản lý thực hiện quy hoạch. Các nhóm giải pháp khác như về xúc tiến quảng bá; ứng dụng khoa học công nghệ; hợp tác quốc tế; bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch; ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu đảm bảo sự phát triển theo định hướng và bền vững. Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp là hết sức cần thiết từ Trung ương đến địa phương.

10. Để tổ chức thực hiện Quy hoạch thành công cần đến sự chỉ đạo sát sao của Ban chỉ đạo Nhà nước về du lịch, sự phân công rõ ràng của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch và cũng rất cần đến sự ủng hộ và tham gia trách nhiệm của các Bộ, Ban ngành và các địa phương, doanh nghiệp, các hiệp hội ngành nghề cũng như của các tổ chức xã hội khác. Vai trò của mỗi bên tham gia trong quá trình triển khai thực hiện quy hoạch là một phần không thể tách rời trong quy hoạch ngành du lịch, một ngành kinh tế tổng hợp với tính xã hội hóa cao.

KIẾN NGHỊ

Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 làm cơ sở thực hiện định hướng quản lý và triển khai các hoạt động du lịch trên phạm vi cả nước. Tiếp đến cho phép thực hiện xây dựng và tiến tới phê duyệt các Quy hoạch phát triển du lịch tại các vùng trên cả nước làm cơ sở định hướng triển khai cụ thể tại các vùng và địa phương.

Tăng cường năng lực quản lý nhà nước về du lịch cho Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Chỉ đạo các ngành phối hợp cùng ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch thống nhất thực hiện các giải pháp liên ngành và thực hiện các nhiệm vụ theo Tổ chức thực hiện được đề ra tại Quy hoạch.

Tăng cường vai trò chỉ đạo của Ban chỉ đạo Nhà nước về du lịch để chỉ đạo và định hướng các vấn đề mang tính liên ngành, liên vùng trong quá trình thực hiện Quy hoạch. Tạo ra tiếng nói chung và phối hợp mọi nỗ lực trong việc phát triển du lịch như mũi nhọn động lực thúc đẩy các ngành khác cùng phát triển, đồng thời góp phần tạo dựng hình ảnh quốc gia trên bình diện quốc tế.

Sớm chỉ đạo xây dựng và phê duyệt các chính sách tạo thuận lợi cho phát triển du lịch. Đặc biệt các chính sách về thuế, về ưu đãi đầu tư, về xuất nhập cảnh và hải quan.

Tăng cường nguồn vốn đầu tư hỗ trợ phát triển du lịch. Đặc biệt là việc hỗ trợ đầu tư phát triển hạ tầng, tạo điều kiện cho việc tổ chức các hoạt động du lịch trong nước, thuận lợi về tiếp cận du lịch quốc tế từ các cửa ngõ đường không, đường bộ và đường biển, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch. Tăng vốn đầu tư cho công tác xúc tiến, quảng bá, xây dựng sản phẩm và thương hiệu du lịch quốc gia.

UBND các địa phương căn cứ các định hướng của Quy hoạch, tiến hành tổ chức triển khai quy hoạch tại địa phương, đồng thời căn cứ vào quy hoạch này để tổ chức các hoạt động của các ngành liên quan. Điều phối và giám sát việc thực hiện có hiệu quả và bám sát theo các định hướng Quy hoạch để đảm bảo tính thống nhất, tính đồng bộ trên phạm vi cả nước./.

PHỤ LỤC 1. Các chỉ tiêu hiện trạng phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2001-2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch										
1.1	Khách du lịch quốc tế đến (lượt khách)	2.330.000	2.628.000	2.428.700	2.927.900	3.477.500	3.583.500	4.229.400	4.235.800	3.772.360	5.049.855
-	Ngày lưu trú trung bình	5,5	5,4	5,0	5,5	5,7	5,8	6,0	6,2	6,8	7,3
1.2	Khách du lịch nội địa (lượt khách)	11.700.000	13.000.000	13.500.000	14.500.000	16.000.000	17.500.000	19.200.000	20.500.000	25.000.000	28.000.000
-	Ngày lưu trú trung bình	2,6	2,8	2,82	2,85	2,86	2,87	2,9	2,95	3,2	3,5
2	Tổng thu du lịch (ngàn tỷ)	20,5	23,0	22,0	26,0	30,0	51,0	56,0	60,0	85,6	98,1
3	GDP du lịch (ngàn tỷ đồng)	10,10	10,93	10,30	12,82	13,84	23,23	20,50	24,38	27,10	37,40
-	Tổng GDP (ngàn tỷ đồng - giá so sánh năm 1994)	292,54	313,25	336,24	362,44	393,03	425,37	461,34	489,83	516,57	645,00
-	Tỷ trọng GDP du lịch/ tổng GDP toàn quốc (%)	3,46	3,49	3,06	3,55	3,52	5,46	5,43	4,99	5,25	5,80
4	Lao động trong ngành (người)	150.662	196.873	208.777	241.685	275.128	310.675	391.177	424.740	440.277	478.065
-	Trên đại học và đại học	15.816	20.068	21.984	25.926	29.938	34.211	42.694	47.447	49.871	62.943
-	Cao đẳng và trung cấp	30.180	38.320	43.540	50.910	58.331	62.914	78.840	93.664	95.711	126.490
-	Đào tạo khác	30.178	38.968	40.728	48.419	56.436	64.157	80.080	88.361	93.861	97.886
-	Chưa qua đào tạo	82.488	99.517	102.525	116.430	130.123	149.393	189.563	195.268	200.834	190.746
5	CSLT (cơ sở)	4.366	4.773	5.620	6.567	7.603	8.516	9.633	10.638	11.314	12.089
	Số buồng lưu trú (buồng)	86.809	95.003	110.639	129.137	150.105	150.105	189.436	205.979	219.605	236.747

Ghi chú: + Tổng thu du lịch mới chỉ tính trên tiêu dùng của khách quốc tế đến

+ Chỉ tiêu khách du lịch nội địa chưa tính số khách không sử dụng cơ sở lưu trú du lịch

PHỤ LỤC 2. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ giai đoạn 2001 – 2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch (lượt)										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	263.949	330.847	285.592	367.708	386.645	403.792	486.467	537.664	659.572	762.000
	Ngày lưu trú trung bình	1,78	1,76	1,68	1,7	1,8	1,85	1,89	1,85	1,67	1,9
	Khách du lịch nội địa (lượt)	1.070.961	1.548.451	1.611.183	2.023.259	2.699.065	2.971.350	3.158.108	3.508.400	3.448.612	4.001.000
	Ngày lưu trú trung bình	1,45	1,49	1,4	1,3	1,29	1,33	1,34	1,2	1,25	1,75
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	428,57	531	756	1.016	1.288	1.702	2.118	2.556	3.530	3.578
3	Lao động ngành (người)	6.969	7.988	9.912	12.061	11.660	15.395	17.489	19.929	22.044	25.183
4	CSLT (cơ sở)	349	475	614	915	926	1.161	1.324	1.539	1.684	1.848
	Số buồng lưu trú (buồng)	5.147	6.328	8.268	12.166	12.801	11.671	18.217	23.110	22.072	24.273

PHỤ LỤC 3. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc giai đoạn 2001 - 2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch (lượt)										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	1.912.071	2.569.197	2.141.964	2.686.507	2.877.938	3.211.323	3.465.840	3.033.467	3.546.724	3.828.000
	Ngày lưu trú trung bình	2,21	2,25	2,15	2,60	2,68	2,71	2,82	2,90	3,15	3,25
	Khách du lịch nội địa (lượt)	7.326.453	8.568.369	8.450.316	10.083.958	11.492.821	12.976.033	14.508.047	15.021.374	16.492.793	17.000.431
	Ngày lưu trú trung bình	1,2	1,21	1,33	1,55	1,68	1,71	1,77	1,87	1,96	2,02
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	4.259	5.200	5.502	6.483	12.657	15.556	17.291	21.062	26.766	30.170
3	Lao động ngành (người)	44.021	51.630	56.229	61.522	73.190	79.844	85.865	91.327	126.194	161.000
4	CSLT (cơ sở)	947	997	501	1.291	1.445	2.308	2.736	2.624	2.869	3.630
	Số buồng lưu trú (buồng)	20.170	21.422	9.453	28.241	29.897	42.187	45.380	47.170	48.611	60.773

PHỤ LỤC 4. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ giai đoạn 2001 – 2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch (lượt)										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	279.259	328.756	270.563	343.754	480.818	567.961	832.601	979.740	1.043.800	1.057.597
	Ngày lưu trú trung bình	2,13	2,24	2,1	2,07	2,33	2,56	2,59	2,66	2,44	2,80
	Khách du lịch nội địa (lượt)	1.784.176	2.027.637	2.372.841	3.082.875	3.866.426	4.526.052	5.450.135	6.159.913	6.764.844	5.018.000
	Ngày lưu trú trung bình	1,56	1,53	1,4	1,48	1,53	1,58	1,63	1,65	1,7	1,78
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	540	671	721	954	1.318	1.765	2.428	2.940	3.785	4.747
3	Lao động ngành (người)	9.738	11.183	12.893	14.651	17.040	21.072	24.733	26.419	30.075	35.240
4	CSLT (cơ sở)	508	495	673	777	882	1.080	1.150	1.190	1.225	1.387
	Số buồng lưu trú (buồng)	10.612	10.655	13.589	17.011	19.668	24.776	25.549	26.897	27.188	28.251

PHỤ LỤC 5. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ giai đoạn 2001-2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch (lượt)										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	735.350	914.113	877.109	1.086.217	1.373.502	1.485.826	1.659.732	1.847.882	1.783.680	1.811.730
	Ngày lưu trú trung bình	2,55	2,5	2,35	2,61	2,62	2,89	2,89	3,08	3,20	3,30
	Khách du lịch nội địa (lượt)	1.769.630	1.998.681	2.370.145	2.958.669	3.648.084	4.610.203	5.475.091	6.418.673	7.049.200	4.543.270
	Ngày lưu trú trung bình	1,39	1,49	1,38	1,39	1,40	1,48	1,58	1,65	1,73	1,90
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	992	1.226	1.367	1.732	2.257	2.882	3.805	5.073	5.967	6.915
3	Lao động ngành (người)	10.026	11.749	13.379	15.494	19.807	25.515	30.190	38.857	47.473	63.560
4	CSLT (cơ sở)	398	404	494	602	768	852	968	1.039	1.154	1.240
	Số buồng lưu trú (buồng)	10.039	11.977	12.275	17.115	19.288	23.541	25.945	28.238	32.846	36.817

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

PHỤ LỤC 6. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch vùng Tây Nguyên giai đoạn 2001-2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch (lượt)										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	88.065	100.872	80.645	106.893	129.130	139.772	175.099	190.321	214.491	235.850
	Ngày lưu trú trung bình	2,45	2,48	2,51	2,65	2,68	2,71	2,82	2,88	2,91	3,10
	Khách du lịch nội địa (lượt)	808.341	968.670	950.157	1.011.436	1.130.902	1.270.560	1.582.942	1.717.751	1.663.390	1.852.150
	Ngày lưu trú trung bình	1,39	1,48	1,38	1,38	1,40	1,42	1,48	1,52	1,60	1,65
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	556	719	1.022	1.337	1.554	1.846	2.533	3.305	3.744	4.034
3	Lao động ngành (người)	4.494	4.992	5.463	6.947	7.062	8.493	9.013	10.113	10.770	11.788
4	CSLT (cơ sở)	274	324	410	450	473	486	490	501	510	544
-	Số buồng lưu trú (buồng)	5.905	5.905	6.128	7.125	7.981	8.387	8.521	9.199	9.710	10.687

PHỤ LỤC 7. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch vùng Đông Nam Bộ giai đoạn 2001- 2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch (lượt)										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	1.383.951	1.614.706	1.492.433	1.819.222	2.242.625	2.604.621	2.988.197	3.119.203	3.094.088	3.307.498
	Ngày lưu trú trung bình	2,55	2,75	2,89	2,95	3,10	3,17	3,26	3,31	3,40	3,45
	Khách du lịch nội địa (lượt)	5.316.860	6.384.377	7.213.599	8.280.347	9.357.549	10.623.038	12.450.592	14.112.275	14.854.393	15.029.858
	Ngày lưu trú trung bình	1,61	1,66	1,68	1,70	1,84	1,86	1,94	2,02	2,01	2,05
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	5.839	6.804	7.093	12.492	15.415	18.501	26.981	34.670	39.982	46.297
3	Lao động ngành (người)	42.471	46.427	52.438	59.059	71.247	76.087	98.336	110.716	137.479	168.452
4	CSLT (cơ sở)	815	823	887	981	1.084	1.400	1.758	2.190	2.770	3.540
	Số buồng lưu trú (buồng)	22.649	23.127	25.389	28.240	34.964	36.545	42.778	51.534	60.153	73.076

PHỤ LỤC 8. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2001 – 2010

STT	Các chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Khách du lịch										
	Khách du lịch quốc tế (lượt)	540.800	611.280	502.491	601.686	758.553	887.986	1.072.678	1.219.326	1.038.511	988.704
	Ngày lưu trú trung bình	1,72	1,75	1,70	1,75	1,83	1,85	1,88	1,90	1,92	1,95
	Khách du lịch nội địa (lượt)	1.220.845	1.338.894	1.493.638	1.829.684	2.184.632	2.455.425	2.889.839	3.108.037	3.095.092	3.256.519
	Ngày lưu trú trung bình	1,36	1,39	1,30	1,45	1,47	1,55	1,59	1,68	1,70	1,70
2	Doanh thu du lịch (tỷ đồng)	402	584	670	880	1.058	1.255	1.620	1.977	2.329	3.017
3	Lao động ngành (người)	7.943	8.904	9.463	10.951	12.822	14.269	15.551	17.379	20.242	24.135
4	CSLT (Cơ sở)	245	271	288	665	705	571	703	809	904	890
	Số buồng lưu trú (buồng)	5.534	6.103	6.251	12.064	13.280	12.050	14.437	16.384	18.025	18.870

**PHỤ LỤC 9. Tổng sản phẩm trong nước (GDP) của Việt Nam
phân theo khu vực kinh tế giai đoạn 2000 - 2010**

Đơn vị tính: Tỷ đồng

A. Theo giá thực tế:

Năm	Tổng số	Khối Nông, Lâm, Thủy sản	Khối Công nghiệp, Xây dựng	Khối dịch vụ
2000	441.646	108.356	162.220	171.070
2001	481.297	111.858	183.515	185.922
2002	535.762	123.383	206.197	206.182
2003	613.443	138.285	242.126	233.032
2004	715.307	155.992	287.616	271.699
2005	839.211	175.984	344.224	319.003
2006	974.266	198.798	404.697	370.771
2007	1.143.715	232.586	474.423	436.706
2008	1.485.038	329.886	591.608	563.544
2009	1.658.389	346.786	667.323	644.280
2010	1.980.914	407.647	814.065	759.202
Tăng %/năm	16,2	14,2	17,5	16,1

B. Theo giá so sánh 1994:

Năm	Tổng số	Khối Nông, Lâm, Thủy sản	Khối Công nghiệp, Xây dựng	Khối dịch vụ
2000	273.666	63.717	96.913	113.036
2001	292.535	65.618	106.986	119.931
2002	313.247	68.352	117.125	127.770
2003	336.242	70.827	129.399	136.016
2004	362.435	73.917	142.621	145.897
2005	393.031	76.888	157.867	158.276
2006	425.373	79.723	174.259	171.391
2007	461.344	82.717	192.065	186.562
2008	490.458	86.587	203.554	200.317
2009	516.566	88.166	214.799	213.601
2010	551.609	90.613	231.336	229.660
Tăng %/năm	7,26	3,58	9,09	7,35

Nguồn: Niên giám Thống kê năm 2010, Nhà xuất bản Thống kê.

PHỤ LỤC 10. Các cảng hàng không ở Việt Nam

TT	CHK	Tỉnh, thành phố	Mã ICAO	Mã IATA	Lịch bay quốc tế	Lịch bay thường xuyên
1	Điện Biên	Điện Biên	VVDB	DIN		Y
2	Nà Sản	Sơn La	VVNS	SQH		
3	Nội Bài	Hà Nội	VVNB	HAN	Y	Y
4	Cát Bi	Hải Phòng	VVCI	HPH		Y
5	Vinh	Nghệ An	VVVH	VII		Y
6	Đồng Hới	Quảng Bình	N/A	VDH		Y
7	Phú Bài	TT Huế	VVPB	HUI	Y	Y
8	Chu Lai	Quảng Ngãi	VVCA	VCL		Y
9	Đà Nẵng	Đà Nẵng	VVDN	DAD	Y	Y
10	Phù Cát	Bình Định	VVPC	UIH		Y
11	Tuy Hòa	Phú Yên	VVTH	TBB		Y
12	Nha Trang	Khánh Hòa	VVNT	NHA		
13	Cam Ranh	Khánh Hòa	N/A	CXR	Y	Y
14	Plei Ku	Gia Lai	VVPK	PXU		Y
15	Buôn Ma Thuột	Đắk Lắk	VVBM	BMV		Y
16	Liên Khương	Lâm Đồng	VVDL	DLI		Y
17	Tân Sơn Nhất	Tp. Hồ Chí Minh	VVTS	SGN	Y	Y
18	Côn Sơn	Bà Rịa – Vũng Tàu	VVVT	N/A		Y
19	Cần Thơ	Cần Thơ	N/A	N/A		Y
20	Phú Quốc	Kiên Giang	VVPQ	PQC		Y
21	Rạch Giá	Kiên Giang	VVRG	VKG		Y
22	Cà Mau	Cà Mau	VVCM	CAH		Y

**PHỤ LỤC 11. Xếp hạng cạnh tranh về du lịch của các nước ASEAN
(kết quả năm 2010)**

Nước	Xếp hạng tổng thể trong khu vực Châu Á - TBD	Xếp hạng tổng thể trên 139 quốc gia	Khung pháp lý du lịch	Cơ sở hạ tầng và môi trường kinh doanh du lịch	Tài nguyên du lịch tự nhiên, nhân văn
Singapore	1	10	6	4	23
Malaysia	7	35	60	40	18
Thái Lan	10	41	77	43	21
Brunei	11	67	96	50	63
Indonesia	13	74	94	86	40
Việt Nam	14	80	89	89	46
Philippines	18	94	98	95	75
Cambodia	21	109	110	118	81

Nguồn: Diễn đàn Kinh tế Thế giới

(Báo cáo đánh giá năng lực cạnh tranh về du lịch và lữ hành)

PHỤ LỤC 12. Các chỉ số đánh giá cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch của Việt Nam và một số nước ASEAN

Chỉ số	Việt Nam	Indonesia	Malaysia	Thái Lan	Brunây	Indônêxi	Philippi	Campuchia
Xếp hạng năm 2011	80	10	35	41	67	74	94	109
Xếp hạng năm 2009	89	10	32	39	69	81	86	108
Khung pháp lý du lịch	89	6	60	77	96	94	98	110
Các chính sách, luật và qui định	67	1	21	76	120	88	70	132
Tính bền vững của môi trường	115	41	64	97	136	127	94	82
An toàn và an ninh	68	13	83	94	23	72	109	79
Sức khỏe và vệ sinh	89	55	75	80	70	115	97	133
Tính ưu tiên cho du lịch	107	2	46	38	127	15	70	13
Môi trường kinh doanh và CSHT	89	4	40	43	50	86	95	118
Hạ tầng đường không	85	14	34	23	41	58	80	113
Hạ tầng đường bộ	77	2	36	56	49	82	114	103
Cơ sở hạ tầng du lịch	110	33	74	40	91	116	98	131
Cơ sở hạ tầng thông tin	67	20	52	81	47	96	98	123
Sự cạnh tranh về giá	16	29	3	15	1	4	20	31
Tài nguyên du lịch tự nhiên, nhân văn	46	23	18	21	63	40	75	81

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

Nguồn nhân lực	72	2	37	74	47	51	86	109
Giáo dục và đào tạo	83	3	38	76	49	51	66	118
Chất lượng nguồn lực	33	1	50	67	36	59	108	89
Mối quan hệ với du lịch	87	12	17	24	78	121	65	21
Tài nguyên tự nhiên	51	96	22	21	38	17	70	53
Tài nguyên nhân văn	36	30	33	32	91	39	76	111

Nguồn: Diễn đàn Kinh tế Thế giới (Báo cáo đánh giá năng lực cạnh tranh về du lịch và lễ hành, 2010, 2011)

Ghi chú: Xếp hạng trên tổng số 139 quốc gia được đánh giá

**PHỤ LỤC 13. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch
vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ**

- Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là:

- + Du lịch văn hóa, sinh thái, tham quan tìm hiểu bản sắc văn hoá dân tộc thiểu số, về nguồn.
- + Du lịch sinh thái kết hợp với du lịch tham quan, du lịch nghiên cứu hệ sinh thái núi cao và du lịch nghỉ dưỡng núi.
- + Du lịch mạo hiểm, nghỉ cuối tuần, thể thao khám phá, du lịch làng nghề
- + Du lịch biên giới gắn với du lịch mua sắm tại một số cửa khẩu.

A. Sản phẩm chính
1. Du lịch sinh thái
Khu du lịch Cao nguyên đá Đồng Văn - Phát triển du lịch nghiên cứu, khám phá, tìm hiểu các giá trị địa chất, cảnh quan và văn hóa bản địa.
Khu du lịch sinh thái hồ Ba Bể - Du lịch sinh thái trên hồ và lân cận kết hợp tham quan tìm hiểu văn hóa bản địa.
Khu du lịch sinh thái hồ Hòa Bình và phụ cận: - Du lịch sinh thái - Du lịch nghỉ dưỡng, chữa bệnh và tắm suối khoáng
Khu du lịch sinh thái hồ Thác Bà (Yên Bái): - Du lịch sinh thái - Nghiên cứu văn hoá dân tộc ít người vùng núi phía Bắc...
Khu du lịch sinh thái văn hóa thác Bản Giốc (Cao Bằng): Tham quan cảnh quan kết hợp với văn hóa, thương mại...
Du lịch sinh thái, chinh phục Fansipan (Lào Cai)
2. Du lịch nghỉ dưỡng núi
Khu du lịch nghỉ dưỡng núi Mộc Châu (Sơn La) : - Khu du lịch nghỉ dưỡng núi kết hợp tham quan
Khu du lịch nghỉ dưỡng núi Sapa - Nghỉ dưỡng núi kết hợp tham quan bản văn hóa

- Du lịch mạo hiểm và các hình thức dã ngoại. Khu du lịch nghỉ dưỡng núi Mẫu Sơn (Lạng Sơn) - Phát triển du lịch nghỉ dưỡng núi - Tham quan bản sắc văn hóa và các hình thức dã ngoại ...;
3. Tìm hiểu văn hóa, lối sống
Tìm hiểu văn hóa cộng đồng dân tộc thiểu số (Sapa) Khu du lịch sinh thái, văn hóa lịch sử Pá Khoang - Mường Phăng - Điện Biên Phủ (Điện Biên): - Du lịch lịch sử - văn hóa: Xây dựng tour, tuyến du lịch qua miền Tây Bắc, - Nghiên cứu văn hoá các dân tộc vùng Tây - Bắc. - Các tour du lịch chuyên đề.
B. Sản phẩm bổ trợ
1. Du lịch tìm hiểu văn hóa-lịch sử
- Tham quan thắng cảnh sông Đà. - Tìm hiểu văn hóa các dân tộc thiểu số vùng Tây Bắc. - Khám phá các di chỉ khảo cổ - Thưởng thức các tiết mục cồng, chiêng, trống đồng, hát ví Mường - Thưởng thức món cơm Lam, ngủ nhà sàn, hoà nhập với người dân vào đêm hội xoè.
- Nghiên cứu văn hoá dân tộc Thái, Mông - Lễ hội Hoa ban của dân tộc Thái, bản Hìn, danh thắng Yên Châu, hang Thẩm Tòeng. - Các điểm cảnh quan và di tích khu vực phụ cận như Hang Dơi, thác Dải Yếm, nông trường bò sữa, du lịch nông nghiệp công nghệ cao.
- Du lịch khách khám phá cuộc sống thiên nhiên hoang dã và du lịch mạo hiểm Văn hóa các dân tộc thiểu số vùng Tây Bắc như: bản Sìn Hồ (sắc màu trong phiên chợ của người dân vùng núi cao.) và Bản Choan Choan trên cao nguyên Mao Xao Phing. Thắng cảnh như: suối Mường Lai, hang Tiên Sơn, động Quang Yun Ngai
2. Du lịch tâm linh

**PHỤ LỤC 14. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch
vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc**

- Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là:

- + Du lịch văn hóa kết hợp với du lịch tham quan nghiên cứu các di tích văn hóa, nghệ thuật, kiến trúc, danh lam, thắng cảnh;
- + Du lịch nghỉ dưỡng cuối tuần, du lịch dã ngoại;
- + Du lịch tham quan thắng cảnh biển, đảo;
- + Du lịch lễ hội, tâm linh, ẩm thực, làng nghề truyền thống;
- + Du lịch chữa bệnh;
- + Du lịch đô thị, du lịch MICE, mua sắm và vui chơi giải trí cao cấp.

A. Sản phẩm chính
1. Du lịch biển Tham quan cảnh quan Nghỉ dưỡng biển Vui chơi giải trí
Khu du lịch tổng hợp biển, đảo Hạ Long - Cát Bà - sản phẩm du lịch biển đảo, - Nghỉ dưỡng biển - Tham quan hệ sinh thái biển Du lịch tắm biển nghỉ dưỡng, sinh thái biển Cát Bà, Đồ Sơn - Nghỉ dưỡng biển - Vui chơi giải trí cao cấp
2. Du lịch tìm hiểu văn hóa-lịch sử
Khu du lịch tổng hợp thủ đô Hà Nội và phụ cận - Du lịch đô thị - Du lịch sinh thái - Du lịch văn hóa – lịch sử - Du lịch MICE - Du lịch mua sắm cao cấp Tham quan Hoàng Thành, Văn Miếu dân ca quan họ, ca trù, di tích Hoàng thành Thăng Long

- Tham quan các di tích văn hóa, nghệ thuật, kiến trúc, danh lam, thắng cảnh Khu du lịch văn hoá, tâm linh Hương Sơn - Phát triển khu du lịch sinh thái gắn với lễ hội văn hóa chùa Hương Tích. Du lịch văn hoá di sản phi vật thể - Thường thức dân ca quan họ Khu du lịch sinh thái Tràng An – Hoa Lư - Du lịch sinh thái, khám phá, thăm quan cảnh quan, thư giãn cuối tuần - Du lịch văn hóa lịch sử, tâm linh Du lịch văn hóa – tâm linh núi Yên Tử - Du lịch văn hóa tâm linh
3. Du lịch sinh thái
Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Ba Vì - Suối Hai - Phát triển du lịch sinh thái núi, hồ và vui chơi giải trí cuối tuần của thủ đô Hà Nội.
B. Sản phẩm bổ trợ
-Du lịch MICE
- Du lịch văn hóa lịch sử (thăm đền Nhà Trần), - Du lịch lễ hội (Phủ Dầy, Cổ Lễ, Chợ Viêng), -Du lịch làng nghề - Du lịch sinh thái - Du lịch nghỉ, tắm biển
- Du lịch lễ hội (Chợ Trâu) - Du lịch làng nghề
Du lịch thương mại, mua sắm

**PHỤ LỤC 15. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch
vùng Bắc Trung Bộ**

- Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là:

+ Tham quan, nghiên cứu tìm hiểu các di sản văn hóa thế giới (*Tạo thành chuỗi sản phẩm du lịch kết nối các di sản được thế giới công nhận: Hành trình khám phá di sản*) (Phong Nha – Kẻ Bàng, Quần thể di tích cố đô Huế, Nhã nhạc cung đình Huế kết hợp với tham quan Thánh địa Mỹ Sơn, Phố cổ Hội An);

+ Tham quan nghiên cứu các di sản văn hoá truyền thống: Di sản văn hoá thời nhà Nguyễn ở Huế.

+ Du lịch biển và đầm phá, du lịch văn hóa và lễ hội.

+ Du lịch nghỉ dưỡng biển

+ Du lịch biên giới, cửa khẩu

+ Tham quan nghiên cứu hệ sinh thái tại các vườn quốc gia như: Vườn quốc gia Bến En, Vườn quốc gia Pù Mát, Vườn quốc gia Vũ Quang, Vườn quốc gia Phong Nha – Kẻ Bàng, Vườn quốc gia Bạch Mã.

+ Tham quan nghiên cứu các di tích thời kỳ kháng chiến chống Mỹ: tuyến đường mòn Hồ Chí Minh (*con đường huyền thoại*).

Di sản văn hoá các dân tộc ít người ở các huyện vùng cao như: A Lưới, Hiên, Giăng, Hương Hoá, khu công giáo La Văng (Hải Lăng, Quảng Trị).

Các bãi tắm Thuận An, Cảnh Dương, Lăng Cô (Thừa Thiên Huế), Non Nước (Đà Nẵng), Cửa Tùng (Quảng Trị), Đèo Ngang - Lý Hoà, bãi đá nhảy (Quảng Bình).

A. Sản phẩm du lịch chính
1. Du lịch di sản
Quần thể di tích Cố đô Huế
- Du lịch tham quan di sản văn hóa
- Nghiên cứu giá trị lịch sử thời Nguyễn
Nhã nhạc cung đình Huế
- Du lịch nghiên cứu tìm hiểu văn hóa lịch sử, nhã nhạc

2. Du lịch biển

Khu du lịch tổng hợp biển Lăng Cô - Cảnh Dương

- Du lịch nghỉ dưỡng biển

Khu du lịch nghỉ dưỡng biển Thiên Cầm

- Du lịch nghỉ dưỡng biển

3. Du lịch sinh thái

Khu du lịch sinh thái hang động Phong Nha - Kẻ Bàng

- Du lịch sinh thái, tham quan hang động, thám hiểm và gắn với di tích lịch sử con đường Trường Sơn huyền thoại

B. Du lịch bổ trợ

Con đường huyền thoại

- Du lịch văn hóa – lịch sử

Khu du lịch văn hoá - lịch sử Kim Liên, Nam Đàn

- Du lịch văn hóa, giáo dục lòng yêu nước và tri ân lãnh tụ.

Du lịch sinh thái suối Mọc

Du lịch văn hóa lịch sử, lễ hội truyền thống

Nghỉ dưỡng, chữa bệnh suối nước nóng Bang

Du lịch văn hóa lịch sử (thăm quan Thành Nhà Hồ, khu di tích lịch sử Lam Kinh, động Từ Thức..)

-Du lịch tâm linh

- Du lịch mua sắm

Du lịch làng nghề

- Du lịch cửa khẩu hành lang Đông - Tây

Chữa bệnh, tắm khoáng

PHỤ LỤC 16. Định hướng sản phẩm du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

- Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là:

+ Di sản văn hoá Chăm như Mỹ Sơn (cố đô Chăm), kinh thành Trà Kiệu, bảo tàng Chăm, đô thị Hội An (cảng Chăm cũ), (tour văn hóa Chăm hay những tour theo dòng lịch sử...)

+ Tour văn hóa Chăm liên kết các điểm du lịch như Bảo tàng điêu khắc Chăm-pa ở Đà Nẵng, Thánh địa Mỹ Sơn ở Quảng Nam, Tháp Nhạn ở Phú Yên, tháp Bà Pô-na-ga ở Nha Trang...

+ Nghỉ dưỡng biển, đảo (tour biển, đảo, tour lướt thuyền buồm) Festival Biển (Nha Trang), tham quan các di tích lịch sử, kiến trúc gắn liền với văn hóa Chăm-pa (Ninh Thuận, Bình Thuận)... xây dựng hình thành chuỗi sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng.

+ Du lịch tắm biển, tham quan cảnh đẹp, thể thao biển

+ Tham quan di tích kết hợp với nghiên cứu bản sắc văn hoá dân tộc Chăm

+ Du lịch tâm linh

A. Sản phẩm du lịch chính
1. Du lịch biển - Nghỉ dưỡng biển cao cấp - Thể thao biển - Sinh thái biển
Khu du lịch biển tổng hợp Nha Trang - Cam Ranh (Khánh Hoà) - Nghỉ dưỡng khu du lịch biển - Vui chơi giải trí biển - Thể thao biển - Khám phá đảo ven bờ Khu du lịch biển Phan Thiết - Mũi Né - Du lịch nghỉ mát, tắm biển, vui chơi giải trí và nghỉ cuối tuần của khu vực; - Du lịch cảnh quan biển (đồi cát) - Thể thao biển Du lịch tổng hợp nghỉ dưỡng biển Đà Nẵng Khu du lịch biển đảo Cù lao Chàm

2. Du lịch di sản
Khu du lịch đô thị phố cổ Hội An - Tham quan, nghiên cứu các giá trị văn hoá - Du lịch nghỉ dưỡng biển Khu di sản văn hóa Mỹ Sơn - Du lịch tham quan, nghiên cứu các giá trị văn hoá dân tộc Chăm
3. Du lịch sinh thái
- Khám phá bán đảo Sơn Trà - Du lịch sinh thái núi Bà Nà
B. Sản phẩm du lịch bổ trợ
Khu du lịch Trường Luỹ - Du lịch tham quan, nghiên cứu - Du lịch văn hoá lịch sử - Nghỉ dưỡng suối nước nóng - Du lịch sông nước (sông Thu Bồn) - Du lịch sinh thái Hồ Phú Ninh
- Thắng cảnh Ngũ Hành Sơn - Làng nghề đá mỹ nghệ Non Nước - Du lịch đô thị
Du lịch sông nước (sông Hàn) Du lịch làng quê, làng nghề
Du lịch nghỉ dưỡng, tắm biển Du lịch sông Ẩm thực Văn hóa – lịch sử
- Tìm hiểu văn hóa, lối sống - Thăm quan thắng cảnh - Ẩm thực
Khu du lịch nghỉ dưỡng biển Phương Mai - Du lịch nghỉ dưỡng biển, vui chơi giải trí, thể thao.

PHỤ LỤC 17. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Tây Nguyên

- Sản phẩm du lịch của vùng là:

+ Du lịch văn hóa, tham quan tìm hiểu bản sắc văn hoá các dân tộc Tây Nguyên (duy trì những thương hiệu như: Festival Hoa (Đà Lạt), Festival Cà phê (Buôn Ma Thuột), Festival Cồng chiêng Quốc tế (Gia Lai))

+ Du lịch sinh thái nghỉ dưỡng núi,

+ Tham quan nghiên cứu hệ sinh thái Tây Nguyên

+ Thăm lại chiến trường xưa Tây Nguyên (Những địa danh gắn với những chiến thắng lịch sử của hai cuộc kháng chiến hiện lên khá dày đặc trên địa bàn Đắk Lắk nói riêng và Tây Nguyên nói chung. Những cái tên như Dak Tô, Tân Cảnh (Kon Tum); Đèo Chuối, Giang Sơn, Dak Tua, Thuận Mẫn, Buôn Hồ (Đắk Lắk)... luôn có sức hấp dẫn và lay động trong ký ức của mọi người.)

+ Du lịch biên giới gắn với cửa khẩu

+ Du lịch cộng đồng (sống và trải nghiệm với sinh hoạt thường ngày cùng người M'ông, trong các buôn làng ở Lắc đầu tư chiều sâu cho sản phẩm) (Những giá trị văn hóa của đồng bào bản địa ẩn chứa trong các sinh hoạt thường nhật của họ không được nghiên cứu thấu đáo, bài bản để chuyển tải đến du khách một cách sinh động và chân thật) (ở lại qua đêm trong ngôi nhà sàn của đồng bào bản địa để được nghe diễn tấu cồng chiêng, hay được trực tiếp múa hát với chủ nhân)

Khai thác chuỗi giá trị mà cây cà phê mang lại có thể du khách sẽ được trải nghiệm với văn hóa cà phê Tây nguyên như (tuor trải nghiệm với văn hóa cà phê trở thành “đặc sản” của du lịch Đắk Lắk) cần tìm hiểu du khách muốn gì khi tham gia trải nghiệm với văn hóa cà phê - từ khâu chăm bón, vun trồng, thu hái... cho đến chế biến và thưởng thức. Mỗi cung đoạn, du khách đều có nhu cầu nếm trải để tận hưởng những cảm xúc tự nhiên.

A. Sản phẩm du lịch chính
1. Tìm hiểu văn hóa dân tộc - Văn hoá dân tộc thiểu số ở Tây Nguyên và văn hoá cồng chiêng Tây Nguyên
2. Du lịch sinh thái
Khu du lịch sinh thái vườn quốc gia Yokđôn - Du lịch sinh thái, tìm hiểu và nghiên cứu bản sắc văn hóa dân tộc Tây Nguyên

Khu du lịch sinh thái Hồ Tuyên Lâm - Du lịch sinh thái, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng.
Khu du lịch tổng hợp - sinh thái nghỉ dưỡng núi Dankia-Suối Vàng - Du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng
3. Du lịch nghỉ dưỡng núi
Khu du lịch nghỉ dưỡng núi Măng Đen - Du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái và văn hóa
B. Sản phẩm bổ trợ
- Thăm lại chiến trường xưa Tây Nguyên - Du lịch biên giới gắn với cửa khẩu - Du lịch cộng đồng - Tìm hiểu công nghệ cà phê Tây Nguyên

PHỤ LỤC 18. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Đông Nam Bộ

- Sản phẩm du lịch của vùng là:

- + Du lịch văn hóa - lịch sử, lễ hội dân gian;
- + Du lịch sinh thái biển, đảo;
- + Du lịch nghỉ dưỡng biển, vui chơi giải trí cuối tuần
- + Du lịch mua sắm cao cấp
- + Du lịch tham quan nghiên cứu gồm sứ Đông Nam bộ (gồm Sài Gòn, Lái Thiêu, Biên Hoà ...gồm có sản phẩm của “xóm lò gốm Sài Gòn xưa”, gồm Biên Hoà và gốm Lái Thiêu).
- + Du lịch đô thị, du lịch MICE;

A. Sản phẩm du lịch chính
1. Du lịch đô thị tổng hợp
- Du lịch đô thị TP. Hồ Chí Minh - Du lịch MICE - Du lịch mua sắm cao cấp
2. Du lịch biển
Khu du lịch biển Long Hải - Phước Hải - Du lịch nghỉ mát, nghỉ dưỡng và tắm biển cuối tuần cho Tp Hồ Chí Minh và phụ cận. - Thể thao biển Khu du lịch lịch sử - sinh thái Côn Đảo - Du lịch nghỉ dưỡng, tắm biển chất lượng cao kết hợp sinh thái vườn quốc gia - Di lịch văn hoá lịch sử
3. Du lịch MICE
TP. Hồ Chí Minh Bà Rịa –Vũng Tàu
B. Sản phẩm bổ trợ
Khu du lịch sinh thái Rừng Sác Cần Giờ - Du lịch sinh thái kết hợp văn hóa.
Khu du lịch vườn quốc gia Cát Tiên - Du lịch sinh thái - Du lịch nghiên cứu
- Du lịch vườn cây ăn trái Lái Thiêu - Du lịch thể thao - Du lịch lịch tâm linh - Du lịch làng nghề
- Du lịch văn hoá, tâm linh (Núi Bà Đen) - Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch sông nước - Du lịch săn bắt và câu cá - Du lịch ẩm thực

**PHỤ LỤC 19. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch
vùng Đồng bằng sông Cửu Long (Tây Nam Bộ)**

- Sản phẩm du lịch của vùng là:

- + Du lịch sinh thái miệt vườn sông nước, du lịch homestay..., gồm:
 - Du lịch sinh thái nước ngọt : U Minh
 - Du lịch sinh thái ngập mặn: Năm Căn
 - Du lịch sinh thái ngập phèn: Đồng Tháp Mười
- + Du lịch lịch sử - văn hóa, lễ hội dân gian đặc trưng của nền văn minh sông nước Nam Bộ,
 - + Du lịch nghỉ dưỡng và sinh thái biển, đảo;
 - + Du lịch cộng đồng ;
 - + Du lịch MICE;
 - + Du lịch đường thủy nhằm khai thác tuyến hạ lưu sông Mê Kông.
- + Du lịch tham quan các làng nghề như: làng nghề gốm đồ ven sông Cổ Chiên, làng nghề đan thảm lục bình ở các huyện Tam Bình, Vũng Liêm, làng nghề sản xuất tàu hủ ky huyện Bình Minh, làng nghề sản xuất bánh tráng Lục Sỹ Thành huyện Trà Ôn...

A. Sản phẩm chính
1. Du lịch sinh thái - Nghiên cứu hệ sinh thái ngập mặn - Sinh thái miệt vườn - Sinh thái biển
- Khu du lịch sinh thái Đồng Tháp Mười - Khu du lịch sinh thái Vườn quốc gia Tràm Chim - Khu du lịch sinh thái sông nước miệt vườn Cồn Phụng - Long Phú (bao gồm 4 cù lao trên sông Tiền thuộc các tỉnh Tiền Giang, Bến Tre) - Khu du lịch sinh thái rừng ngập mặn Đất Mũi
2. Du lịch biển đảo - Nghỉ dưỡng biển, đảo cao cấp - Vui chơi giải trí tổng hợp

- Sinh thái, thể thao biển

Khu du lịch biển đảo tổng hợp Phú Quốc

- Du lịch nghỉ dưỡng, tắm biển và vui chơi giải trí cao cấp.
- Du lịch sinh thái, sinh thái biển
- Du lịch biển, thể thao biển, khám phá đại dương

3. Du lịch tham quan, tìm hiểu văn hóa-lịch sử

Khu tưởng niệm chủ tịch Tôn Đức Thắng

- Du lịch văn hoá, lịch sử
- Du lịch tâm linh lễ hội Bà Chúa Xứ
- Du lịch cộng đồng, homestay (Vĩnh Long, Tiền Giang)

B. Sản phẩm bổ trợ

- Du lịch sông nước
- Du lịch làng nghề (làng hoa kiểng Sa Đéc)
- Tham quan vườn cây trái Đồng Tháp
- Du lịch sông nước, sinh thái (chợ nổi Ngã Năm, vườn cò Tân Long...
- Văn hóa, lễ hội truyền thống dân tộc Khmer
- Ẩm thực
- Du lịch MICE (Cần Thơ, Phú Quốc)

PHỤ LỤC 20. Định hướng thị trường – sản phẩm du lịch đối với thị trường khách nội địa

Thị trường		Định hướng phát triển sản phẩm du lịch		
Thị trường chính	Phân đoạn chính	Sản phẩm ưu tiên chính / địa điểm phù hợp	Sản phẩm đặc thù theo hướng đa dạng hóa/địa điểm phù hợp	Sản phẩm liên kết/loại hình, địa điểm phù hợp
Nghỉ dưỡng	Nghỉ hè cùng gia đình	- Nghỉ dưỡng biển (BTB, duyên hải NTB) - Nghỉ dưỡng núi (Tây Bắc, Tây Nguyên)		- Kết hợp du lịch biển, du lịch núi /Nha Trang - Đà Lạt) - Kết hợp nghỉ dưỡng và tìm hiểu văn hóa/ Huế - Hội An – Mỹ Sơn - Kết hợp du lịch đô thị và du lịch sinh thái/Tp. Hồ Chí Minh - ĐBSCL
	Nghỉ các dịp lễ trong năm	- Nghỉ dưỡng biển (BTB, duyên hải NTB) - Nghỉ dưỡng núi (Tây Bắc, Tây Nguyên)	- Tham gia lễ hội, sự kiện/Festival Huế, Đà Lạt, Hạ Long, ĐBSCL...	
	Nghỉ phép	- Nghỉ dưỡng biển (BTB, duyên hải NTB) - Nghỉ dưỡng núi (Tây Bắc, Tây Nguyên)	- Du lịch nông thôn - Du lịch sinh thái	- Xuyên Việt - Kết hợp du lịch biển, du lịch núi /Nha Trang - Đà Lạt) - Kết hợp du lịch đô thị và du lịch sinh thái/Tp. Hồ Chí Minh – ĐBSCL
Khuyến thưởng	Người lao động	- Nghỉ dưỡng biển (BTB, duyên hải NTB) - Nghỉ ngơi, cắm trại - Du lịch sinh thái	- Phục hồi sức khỏe/ suối khoáng Hòa Bình...	- Kết hợp tập huấn và du lịch nghỉ dưỡng

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

		- Du lịch nông thôn - Tham quan di sản		
	Nhóm học sinh, sinh viên	- Nghỉ ngơi, cắm trại - Du lịch sinh thái - Tham quan làng nghề		- Kết hợp du lịch giáo dục và sinh thái - Kết hợp du lịch giáo dục và tìm hiểu văn hóa
	Nhóm hưu trí, cao tuổi	- Nghỉ dưỡng biển (BTB, ĐNB) - Tham quan di sản - Du lịch nông thôn - Tìm hiểu văn hóa - Du lịch làng nghề	- Lễ hội, sự kiện - Du lịch chữa bệnh, phục hồi sức khỏe	- Kết hợp lễ hội và tìm hiểu văn hóa
Cuối tuần	Gia đình có con cái	- Du lịch sinh thái - Tham quan làng nghề - Du lịch nông thôn - Nghỉ biển	- Du lịch chữa bệnh, phục hồi sức khỏe - Du lịch thể thao - Vui chơi giải trí đô thị và ven đô	- Kết hợp du lịch thể thao và nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí
	Đi đôi	- Du lịch sinh thái - Nghỉ núi - Nghỉ biển	- Vui chơi giải trí đô thị và ven đô	- Kết hợp du lịch thể thao và nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí
	Nhóm bạn bè	- Du lịch sinh thái - Du lịch nông thôn - Nghỉ núi	- Vui chơi giải trí đô thị và ven đô	- Kết hợp du lịch thể thao và nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí
Lễ hội	Khách hành hương, tâm linh		- Khai thác mùa lễ hội Chùa Hương núi Bà Đen, bà Chúa Xứ...	

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

			- Kết hợp thưởng thức văn hóa ẩm thực - Tham quan tìm hiểu văn hóa lịch sử	
	Khách tham gia các festival, lễ hội truyền thống		- Sản phẩm, dịch vụ du lịch lễ hội các festival Huế, Đà Lạt, ĐBSCL, Hạ Long... - Kết hợp thưởng thức văn hóa ẩm thực - Tham quan tìm hiểu văn hóa lịch sử	- Kết hợp vui chơi giải trí - Kết hợp du lịch đô thị - Kết hợp du lịch sinh thái, nông thôn
Chuyên biệt	Nhóm du lịch theo sở thích		- Tìm hiểu văn hóa - Tìm hiểu đa dạng sinh học...	
	Nhóm du lịch theo nhu cầu		- Chữa bệnh - Làm đẹp	
Kết hợp công vụ	Địa phương tới đô thị		- Mua sắm - Vui chơi giải trí	
	Thành phố tới địa phương		- Nghỉ dưỡng - Tham quan thắng cảnh, di tích - Tham gia lễ hội	

PHỤ LỤC 21. Định hướng thị trường – sản phẩm du lịch đối với thị trường khách quốc tế

Thị trường		Định hướng phát triển sản phẩm du lịch		
Thị trường chính	Phân đoạn chính	Sản phẩm ưu tiên chính /địa điểm phù hợp	Sản phẩm đặc thù theo hướng đa dạng hóa/địa điểm phù hợp	Sản phẩm liên kết/loại hình, địa điểm phù hợp
1. Đông Bắc Á				
- Trung Quốc	Khách từ các tỉnh, thành phố lớn: - đi bằng hộ chiếu.	- Tham quan, tìm hiểu VHLS (di sản, làng nghề/Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ) - Nghỉ dưỡng biển (Bắc Trung Bộ và NTB) - Vui chơi giải trí...	- Du lịch làm đẹp - Du lịch chữa bệnh - Chơi golf - Vui chơi giải trí sông bạc	- Du lịch chơi golf và làm đẹp cho đôi vợ chồng - Du lịch nông thôn và chữa bệnh. -
	Khách từ Quảng Tây - đi bằng thẻ thông hành.	- Tham quan, tìm hiểu VHLS (di sản, làng nghề/Bắc Bộ như Hà Nội, và các tỉnh phía Bắc) - Nghỉ dưỡng biển (Bắc Bộ trong đó tập trung chủ yếu ở Hạ Long, Cát Bà) - Vui chơi giải trí...	- Du lịch biển, ẩm thực và mua sắm	- Du lịch biển, du lịch văn hoá lịch sử...
- Nhật Bản	Nữ độc thân	- Nghỉ dưỡng biển Hạ Long, Nha Trang, Phú Quốc.	- Du lịch biển - Du lịch sinh thái biển	- Du lịch biển, du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

		- Vui chơi giải trí tại Hạ Long, Nha Trang, Phú Quốc.	- Du lịch ẩm thực - Du lịch mua sắm	
	Khách trung niên	- Nghỉ dưỡng biển Hạ Long, Nha Trang, Phú Quốc. - Vui chơi giải trí biển tại Hạ Long, Nha Trang.	- Du lịch biển - Du lịch mạo hiểm và thể thao biển... - Chơi golf - Vui chơi giải trí sông bạc	- Du lịch Biển, thể thao và mạo hiểm...
	Hưu trí	- Nghỉ dưỡng biển Hạ Long, Nha Trang, Phú Quốc. - Du lịch văn hoá lịch sử tại các di tích lịch sử các di sản thế giới. Tại Hội An, Huế, Mỹ Sơn...	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch tìm hiểu văn hoá lịch sử... - du lịch tham quan di sản thế giới	- Du lịch nghỉ dưỡng, văn hoá lịch sử
- Hàn Quốc	Công chức	- Du lịch biển tại Hạ Long, Nha Trang, Vũng Tàu, Phú Quốc.... - Tham quan nghiên cứu văn hoá lịch sử tại Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hội An...	- Du lịch tham quan và nghỉ dưỡng biển - Du lịch tham quan nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử	- Du lịch tham quan, nghỉ dưỡng biển kết hợp với nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử.
	Trung Niên	- Du lịch đô thị tại Hà Nội, Huế, Hội An và Tp Hồ Chí Minh. - Du lịch MICE tại Hà Nội, Đà Nẵng, Hồ Chí Minh.	- Du lịch hội nghị, hội thảo - Tìm hiểu các giá trị di sản - Du lịch sinh thái - Vui chơi giải trí sông bạc	- Du lịch tham quan các di sản thế giới, du lịch công vụ và du lịch sinh thái

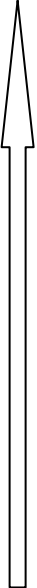
Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

	Hưu trí	- Du lịch đô thị tại Hà Nội, Huế, Hội An và Tp Hồ Chí Minh. - Du lịch nghỉ dưỡng biển tại Hạ Long, Đà Nẵng, Nha Trang, Mũi Né....	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch chữa bệnh - Du lịch ẩm thực - Du lịch mua sắm - du lịch tham quan di sản thế giới	- Du lịch nghỉ dưỡng, tham quan, mua sắm, chữa bệnh...
- Đà Loan	Trung niên phân khúc hẹp chơi golf	- Dịch vụ du lịch giải trí tại Hạ Long, Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh...	- Du lịch MICE - Chơi golf - Vui chơi giải trí sông bạc - Dịch vụ giải trí cao cấp	- Du lịch MICE, du lịch vui chơi giải trí cao cấp...
	Thương gia	- Du lịch công vụ tại Hạ Long, Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh... - Vui chơi giải trí cao cấp tại Hải Phòng, Hà Nội, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Nha Trang, TP. Hồ Chí Minh....	- Du lịch công vụ - Chơi golf - Vui chơi giải trí cao cấp - Du lịch mua sắm - du lịch tham quan di sản thế giới	- Du lịch công vụ, vui chơi giải trí cao cấp, mua sắm...
	Thanh niên phân khúc hẹp nghỉ trăng mật	- Nghỉ dưỡng biển, đảo tại Nha Trang, Phú Quốc, Mũi Né, Hội An, Đà Nẵng - Du lịch mua sắm, làm đẹp	- Du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo - Du lịch mua sắm, làm đẹp.... - du lịch tham quan di sản thế giới	- Du lịch nghỉ dưỡng, mua sắm, Spa...
	Sinh viên	- Du lịch nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử tại Hà Nội,	- Du lịch tham quan nghiên cứu văn hoá, lịch sử - du lịch	- Du lịch tham quan nghiên cứu văn hoá lịch sử, du lịch

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

		Huế, Hội An...các tỉnh miền núi phía Bắc - Du lịch sinh thái tại các tỉnh miền núi phía Bắc, và Trung Bộ	tham quan di sản thế giới - Du lịch sinh thái núi, rừng.... - Du lịch cộng đồng	sinh thái, du lịch cộng đồng
2. Đông Nam Á				
- Thái Lan	Khách du lịch đường bộ	- Du lịch Caravan - Du lịch sinh thái - Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch tham quan các giá trị văn hoá lịch sử - Du lịch cộng đồng	- Du lịch Caravan - Du lịch tham quan nghiên cứu theo tuyến đường bộ - Du lịch văn hoá lịch sử - du lịch tham quan di sản thế giới - Du lịch mua sắm, ẩm thực	- Du lịch liên quốc gia, du lịch văn hoá, du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng.
	Khách du lịch đường không	- Du lịch MICE - Du lịch nghỉ dưỡng tại Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Hội An, Nha Trang, Tp Hồ Chí Minh, Phú Quốc...	- Du lịch công vụ - du lịch nghỉ dưỡng biển -Du lịch vui chơi giải trí cao cấp - Du lịch mua sắm và chữa bệnh	- Du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch vui chơi giải trí, du lịch mua sắm và du lịch MICE
	Khách du lịch đường thủy	- Du lịch tham quan - Du lịch sinh thái - Du lịch cộng đồng Tại Đồng bằng sông Cửu Long, hệ thống rừng ngập mặn....	- Du lịch sinh thái - Du lịch cộng đồng - Du lịch tham quan di sản thế giới	Du lịch tham quan, sinh thái, nghiên cứu và du lịch cộng đồng.

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

 - Malaysia	Trung niên	- Du lịch tham quan nghiên cứu văn hoá lịch sử - Du lịch nghỉ dưỡng biển - du lịch đô thị - du lịch mua sắm, chữa bệnh - Du lịch cộng đồng các tỉnh miền núi phía Bắc Tại Hà Nội, Tp Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Huế, Hội An, Nha Trang	- Du lịch biển - Du lịch văn hoá lịch sử - du lịch cộng đồng - Du lịch mua sắm - du lịch tham quan di sản thế giới	- Du lịch biển, du lịch sinh thái và văn hoá lịch sử
	Hưu trí	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch văn hoá lịch sử - du lịch đô thị Tại Hà Nội, Hội An, Huế, Nha Trang, Hạ Long...	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - du lịch văn hoá lịch sử và du lịch đô thị cổ - du lịch tham quan di sản thế giới - Du lịch mua sắm	- du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch văn hoá lịch sử, du lịch đô thị và mua sắm
	Khách du lịch đường bộ	- Du lịch cuối tuần - du lịch tắm biển và nghỉ dưỡng biển - Du lịch ẩm thực - Du lịch sinh thái - Du lịch tham quan các di sản Tại các tỉnh miền Trung và Nam Bộ.	- Du lịch tắm biển và nghỉ dưỡng biển - Tham quan di tích lịch sử - Du lịch sinh thái	- Du lịch biển, sinh thái và du lịch ẩm thực.
- Campuchia				

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

	Khách du lịch đường thủy	- Du lịch cuối tuần - Du lịch đường thủy - Du lịch sinh thái - Du lịch đô thị - Du lịch cộng đồng	- Du lịch sinh thái - Du lịch ẩm thực - du lịch cộng đồng - du lịch mua sắm	- Du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch ẩm thực và mua sắm.
3. Nhóm thị trường phát triển (Tây Âu, Bắc Mỹ, Đông Âu, Bắc Âu)				
- Pháp	Hưu trí, cao tuổi	- Du lịch tìm hiểu văn hoá lịch sử tại các di tích lịch sử như: Điện Biên, Đường mòn Hồ Chí Minh.... - Du lịch nghỉ dưỡng biển cao cấp tại Nha Trang, Đà Nẵng, Hạ Long, Mũi Né, Nha Trang, Vũng Tàu... - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm	- Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch tham quan đô thị - Du lịch làng nghề	- Các di sản thế giới, di tích lịch sử thời kỳ kháng chiến chống Pháp, Mỹ, các làng nghề truyền thống...
	Đi theo đôi	- Du lịch văn hoá lịch sử tại Điện Biên, Đường mòn Hồ Chí Minh.... - Du lịch sinh thái: Phong Nha Kẻ Bàng, vùng Đồng bằng	- Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch biển - Du lịch vui chơi giải trí cao cấp - Du lịch làng nghề	- Du lịch biển, khu vui chơi giải trí cao cấp, các di sản thế giới, di tích lịch sử thời kỳ kháng chiến chống Pháp, Mỹ, các làng nghề truyền thống...

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

		sông Cửu Long... - Du lịch biển - Du lịch giải trí cao cấp	- Du lịch mua sắm, ẩm thực	
	Đi theo gia đình	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch sinh thái biển - Du lịch mua sắm - Du lịch ẩm thực Tại Hạ Long, Cát Bà, Đà Nẵng, Nha Trang...	- Du lịch biển, sinh thái biển - Du lịch vui chơi giải trí cao cấp - Du lịch mua sắm, ẩm thực	- Du lịch biển, nghỉ dưỡng biển, vui chơi giải trí, du lịch làng nghề...
- Anh	Đi theo đôi	- Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch vui chơi giải trí cao cấp - Du lịch làng nghề... Tại các điểm du lịch biển Việt Nam	- Du lịch biển, và các hoạt động thể thao biển - Du lịch văn hoá lịch sử...	- Các sản phẩm du lịch liên quan đến biển, du lịch
	Đi theo gia đình	- Du lịch văn hoá lịch sử: Điện Biên Phủ, Quảng Bình... - Du lịch nghỉ dưỡng biển tại Hạ Long, Đà Nẵng... - Du lịch vui chơi giải trí cao cấp tại các đô thị lớn	- Du lịch biển - Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch đô thị - Du lịch mua sắm, ẩm thực	- Các sản phẩm du lịch biển, du lịch văn hoá lịch sử, du lịch làng nghề...
	Sinh viên	- Du lịch văn hoá lịch sử tại miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền	- Du lịch biển - Du lịch văn hoá lịch sử	- Các sản phẩm du lịch liên quan đến biển, du lịch văn hoá

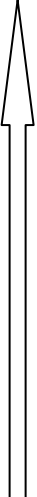
Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

 - Đức		Nam và Tây Nam Bộ - Du lịch cộng đồng tại các tỉnh phía Bắc, Quảng Bình... - Du lịch làng nghề	- Du lịch đô thị - Du lịch cộng đồng - Du lịch mua sắm, ẩm thực	lịch sử, du lịch đô thị và du lịch làng nghề...
	Đôi vợ chồng trẻ	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Các sản phẩm du lịch liên quan đến biển - Du lịch làng nghề - Du lịch ẩm thực và du lịch mua sắm	- Du lịch biển và sản phẩm liên quan đến biển - Du lịch đô thị - Du lịch mua sắm, ẩm thực	- Các sản phẩm du lịch liên quan đến biển, du lịch đô thị, du lịch làng nghề, du lịch văn hoá ẩm thực, du lịch mua sắm...
	Gia đình có con cái	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại Hạ Long, Huế, Đà Nẵng, Mũi Né, Vũng Tàu, Phú Quốc... - Các sản phẩm du lịch liên quan đến biển - Du lịch chữa bệnh - Du lịch ẩm thực và du lịch mua sắm	- Các sản phẩm du lịch biển - Du lịch sinh thái - Du lịch đô thị cổ - Du lịch làng nghề	Sản phẩm du lịch biển, du lịch sinh thái, du lịch phố cổ, tham quan thắng cảnh và du lịch làng nghề...
- Hà Lan	Khách trung niên	- Du lịch văn hoá lịch sử tại miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền Nam và Tây Nam Bộ - Du lịch sinh thái và mạo hiểm tại Phong Nha Kẻ Bàng và các tỉnh miền núi Bắc Bộ.	- Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch cộng đồng - Du lịch mạo hiểm - Du lịch làng nghề - Du lịch mua sắm và làm đẹp...	- Các sản phẩm du lịch văn hoá lịch sử, tham quan thắng cảnh, du lịch mạo hiểm...

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

- Mỹ	Gia đình có con cái	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại các bãi biển như: Hạ Long, Đà Nẵng, Mũi Né, Nha Trang, Vũng Tàu, Phú Quốc... - Du lịch văn hoá lịch sử tại miền Bắc, Bắc Trung Bộ, Miền Nam và Tây Nam Bộ. - Du lịch ẩm thực và mua sắm...	- Các sản phẩm du lịch biển - Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch làng nghề - Du lịch mua sắm và ẩm thực...	- Các sản phẩm du lịch liên quan đến biển, du lịch văn hoá lịch sử, tham quan thắng cảnh, du lịch ẩm thực và mua sắm...
	Trung niên, công chức	- Du lịch văn hoá lịch sử tại miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền Nam và Tây Nam Bộ. - Các sản phẩm du lịch biển tại Bắc – Nam bộ - Du lịch MICE - Du lịch ẩm thực và mua sắm.	- Du lịch văn hoá lịch sử thời kỳ kháng chiến chống Mỹ - Các sản phẩm du lịch biển - Du lịch đô thị, làng nghề - Du lịch mua sắm và ẩm thực...	- Các sản phẩm du lịch liên quan đến du lịch văn hoá lịch sử thời kỳ chống Mỹ, du lịch MICE, tham quan thắng cảnh, du lịch ẩm thực và mua sắm...
	Hưu trí	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại các bãi biển như: Đà Nẵng, Hạ Long, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu và Phú Quốc. - Du lịch văn hoá lịch sử tại miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền Nam và Tây Nam Bộ. - Du lịch mua sắm và ẩm thực	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch văn hoá lịch sử thời kỳ kháng chiến chống Mỹ - Du lịch đô thị, mua sắm và ẩm thực...	- Các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch văn hoá lịch sử, du lịch tham quan đô thị, mua sắm và ẩm thực...

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

	- Nga	Khách nghỉ dưỡng biển	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại các bãi biển như: Đà Nẵng, Hạ Long, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu và Phú Quốc. - Du lịch thể thao biển - Du lịch tham quan - Du lịch vui chơi giải trí cao cấp	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Các sản phẩm du lịch thể thao biển - Du lịch đô thị, mua sắm và ẩm thực...	- Các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch tham quan đô thị, du lịch mua sắm và ẩm thực...
		Khách tham quan khám phá	- Du lịch nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử tại các di tích lịch sử miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền Nam và Tây Nam Bộ. - Du lịch thể thao mạo hiểm - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm...	- Du lịch nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử - Du lịch thể thao mạo hiểm - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm	- Du lịch nghiên cứu văn hoá lịch sử, du lịch thể thao mạo hiểm, du lịch mua sắm...
		Khách tham gia tour kết hợp với các nước trong vùng.	- Du lịch tham quan di sản được quốc tế công nhận tại các tỉnh : Hà Nội, Huế, Quảng Nam, Tây Nguyên... - Du lịch tham quan các di tích lịch sử	- Du lịch tham quan di sản và di tích lịch sử - Du lịch đô thị - Du lịch mua sắm và vui chơi giải trí...	- Du lịch tham quan, nghiên cứu giá trị văn hoá lịch sử, du lịch đô thị, du lịch mua sắm...
	- Khối Bắc Âu	Đôi vợ chồng không con cái	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại các bãi biển như: Đà Nẵng, Hạ	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Các sản phẩm du lịch thể	- Các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái,

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

		Long, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu và Phú Quốc. - Du lịch sinh thái tại Quảng Bình, và các tỉnh vùng đồng bằng sông Cửu Long. - Du lịch văn hoá lịch sử	thao biển - Du lịch sinh thái - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm	du lịch tham quan đô thị, du lịch mua sắm và ẩm thực...
	Hưu trí	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại các bãi biển như: Đà Nẵng, Hạ Long, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu và Phú Quốc. - Du lịch ẩm thực và mua sắm	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Các sản phẩm du lịch biển - Du lịch ẩm thực và mua sắm	- Các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch tham quan đô thị, du lịch mua sắm và ẩm thực...
	Sinh viên	- Du lịch nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử tại các di tích lịch sử miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền Nam và Tây Nam Bộ. - Du lịch thể thao mạo hiểm tại các tỉnh miền Bắc, và miền Trung. - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm..	- Du lịch tham quan di sản và di tích lịch sử - Du lịch đô thị - Du lịch mua sắm và vui chơi giải trí...	- Du lịch tham quan, nghiên cứu giá trị văn hoá lịch sử, du lịch đô thị, du lịch mua sắm...
4. Thị trường mở rộng và phát triển				
- Ấn Độ	Gia đình chưa có con	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại	- Du lịch nghỉ dưỡng biển	- Các sản phẩm du lịch nghỉ

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

		các bãi biển như: Đà Nẵng, Hạ Long, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu và Phú Quốc. - Du lịch thể thao mạo hiểm tại các tỉnh miền Bắc, và miền Trung. - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm...	- Du lịch thể thao biển - Du lịch đô thị - Du lịch ẩm thực và mua sắm	dưỡng biển, du lịch thể thao biển, tham quan đô thị, du lịch mua sắm và ẩm thực...
	Gia đình có con	- Du lịch nghỉ dưỡng biển tại các bãi biển như: Đà Nẵng, Hạ Long, Nha Trang, Mũi Né, Vũng Tàu và Phú Quốc. - Du lịch vui chơi giải trí và mua sắm...	- Du lịch nghỉ dưỡng biển - Du lịch đô thị - Du lịch vui chơi giải trí - Du lịch ẩm thực và mua sắm	- Các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch thể thao biển, tham quan đô thị, du lịch mua sắm và ẩm thực...
- Trung Đông	Thanh niên trẻ	- Du lịch nghiên cứu tìm hiểu văn hoá lịch sử tại các di tích lịch sử miền Bắc, Bắc Trung Bộ, miền Nam và Tây Nam Bộ. - Du lịch thể thao mạo hiểm tại các tỉnh miền Bắc, miền Trung và miền Nam. - Du lịch đô thị, ẩm thực và mua sắm.	- Du lịch văn hoá lịch sử - Du lịch thể thao và mạo hiểm - Du lịch vui chơi giải trí - Du lịch ẩm thực và mua sắm	- Du lịch tham quan, nghiên cứu giá trị văn hoá lịch sử, du lịch đô thị, du lịch ẩm thực mua sắm...

PHỤ LỤC 22. Danh mục địa điểm tiềm năng phát triển Điểm du lịch quốc gia đến 2020, tầm nhìn 2030

TT	Tên	Địa phương	Ghi chú
I	VÙNG TRUNG DU MIỀN NÚI BẮC BỘ		
1	Điểm du lịch TP. Lào Cai	Lào Cai	Gắn với cửa khẩu Lào Cai, chợ Bắc Hà
2	Điểm du lịch Pác Bó	Cao Bằng	Gắn với di tích Kim Đồng, mốc biên giới điểm dừng chân đầu tiên của Bác khi về nước
3	Điểm du lịch TP. Lạng Sơn	Lạng Sơn	Gắn với cửa khẩu Hữu Nghị và cửa khẩu Tân Thanh
4	Điểm du lịch Mai Châu	Hòa Bình	
II	VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG VÀ DUYÊN HẢI ĐÔNG BẮC		
5	Điểm du lịch Hoàng thành Thăng Long	Hà Nội	Gắn với di tích Cổ Loa và hệ thống các di tích khác ở nội thành Hà Nội
6	Điểm du lịch Yên Tử	Quảng Ninh Bắc Giang	
7	Điểm du lịch TP Bắc Ninh	Bắc Ninh	Gắn với dân ca Quan họ Bắc Ninh, lễ hội, hệ thống đền chùa, làng nghề phụ cận thuộc tỉnh Bắc Ninh
8	Điểm du lịch Chùa Hương	Hà Nội	
9	Điểm du lịch Cúc Phương	Ninh Bình	
10	Điểm du lịch Vân Long	Ninh Bình	
11	Điểm du lịch Đền Trần-Phủ Giầy	Nam Định, Thái Bình	
12	Điểm du lịch Phố Hiến	Hưng Yên	Gắn với hệ thống di tích TP.Hưng Yên như đình Đại Đồng – chùa Nôm, du lịch sinh thái sông Hồng.

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

III	VÙNG BẮC TRUNG BỘ		
13	Điểm du lịch Thành Nhà Hồ	Thanh Hóa	Gắn với hệ thống di tích phụ cận
14	Điểm du lịch Ngã ba Đồng Lộc	Hà Tĩnh	Gắn với hệ thống di tích TP.Hà Tĩnh và phụ cận
15	Điểm du lịch Lưu niệm Nguyễn Du	Hà Tĩnh	Gắn với biển Xuân Thành, núi Hồng - sông Lam, cửa khẩu Cầu Treo
16	Điểm du lịch TP. Đồng Hới	Quảng Bình	Gắn với di tích Đại tướng Võ Nguyên Giáp
17	Điểm du lịch thành cổ Quảng Trị	Quảng Trị	Gắn với Cồn Cỏ, Di tích đường Hồ Chí Minh, cửa khẩu Lao Bảo
18	Điểm du lịch Bạch Mã	Thừa Thiên- Huế	
IV	VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ		
19	Điểm du lịch Ngũ Hành Sơn	Đà Nẵng	
20	Điểm du lịch Hoàng Sa	Đà Nẵng	Điểm dừng chân trên tuyến hàng hải quốc tế
21	Điểm du lịch Mỹ Sơn	Quảng Nam	
22	Điểm du lịch Lý Sơn	Quảng Ngãi	
23	Điểm du lịch Trường Lũy	Quảng Ngãi Bình Định	
24	Điểm du lịch Trường Sa	Khánh Hòa	
25	Điểm du lịch Phú Quý	Bình Thuận	
V	VÙNG TÂY NGUYÊN		
26	Điểm du lịch Ngã ba Đông Dương	Kon Tum	
27	Điểm du lịch Hồ Ya Ly	Gia Lai	
28	Điểm du lịch Hồ Lắk	Đắk Lắk	
29	Điểm du lịch Thị xã Gia Nghĩa	Đắk Nông	

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

VI	VÙNG ĐÔNG NAM BỘ		
30	Điểm du lịch Tà Thiết	Bình Phước	Gắn với cửa khẩu quốc tế Hoa Lư
31	Điểm du lịch TW Cục Miền Nam	Tây Ninh	Gắn với cửa khẩu quốc tế Xa Mát và VQG Lò Gò – Xa Mát
32	Điểm du lịch Cát Tiên	Đồng Nai	
33	Điểm du lịch Hồ Trị An-Mã Đà	Đồng Nai	
34	Điểm du lịch Cù Chi	TP. Hồ Chí Minh	
VII	VÙNG TÂY NAM BỘ (ĐBSCL)		
35	Điểm du lịch Láng Sen	Long An	
36	Điểm du lịch Tràm Chim	Đồng Tháp	
37	Điểm du lịch Núi Sam	An Giang	
38	Điểm du lịch Cù lao Ông Hổ	An Giang	
39	Điểm du lịch TP Cần Thơ	Cần Thơ	
40	Điểm du lịch TX Hà Tiên	Kiên Giang	Gắn với biển Mũi Nai, cửa khẩu Xà Xía
41	Điểm du lịch Lưu niệm Cao Văn Lầu	Bạc Liêu	

PHỤ LỤC 23. Danh mục các địa điểm tiềm năng phát triển Khu du lịch quốc gia đến 2020, tầm nhìn 2030

Cơ sở đề xuất :

- Tiêu chí khu du lịch quốc gia được quy định của Luật Du lịch ;
- Đặc điểm tài nguyên du lịch và khả năng có thể khai thác phát triển du lịch ;
- Vị trí, vai trò của khu du lịch đối với phát triển du lịch và KT-XH khu vực ;
- Hiện trạng phát triển khu du lịch giai đoạn đến năm 2010 ;

TT	Tên	Vị trí (thuộc tỉnh)	Hướng khai thác	Nhu cầu sử dụng đất (ha)	Kết hợp khai thác
I	VÙNG TRUNG DU MIỀN NÚI BẮC BỘ				
1	Khu du lịch Cao nguyên đá Đồng Văn	Hà Giang	- Tham quan, nghiên cứu giá trị địa chất, cảnh quan, các di tích; - Văn hóa dân tộc; - Thể thao leo núi, mạo hiểm.	2.000	Gắn với điểm cực Bắc Lũng Cú, phố cổ Đồng Văn và cụm di tích Mèo Vạc (dinh thự họ Vương, đèo Mã Pí Lèng)
2	Khu du lịch thác Bản Giốc	Cao Bằng	- Tham quan cảnh quan; - Văn hóa dân tộc Tày Nùng Đông Bắc; - Vui chơi thể thao, chợ đường biên.	1.000	Gắn với cảnh quan động Ngườm Ngao, bản dân tộc Tày Khuổi Ky
3	Khu du lịch Mẫu Sơn	Lạng Sơn	- Nghỉ dưỡng núi ;	1.500	Gắn với hệ thống di tích hang động TP. Lạng Sơn

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

			- Văn hóa dân tộc Tày Nùng Đông Bắc - Tham quan, thể thao...		(Nhất, Nhị Tam Thanh...)
4	Khu du lịch Ba Bể	Bắc Kạn	- Tham quan cảnh quan, sinh thái; - Văn hóa dân tộc; - Nghiên cứu khoa học, du thuyền.	1.500	Gắn với bản dân tộc Tày Pác Ngòi, thác Đầu Đẳng
5	Khu du lịch Tân Trào	Tuyên Quang	- Tham quan di tích lịch sử cách mạng, cảnh quan; - Văn hóa dân tộc.	2.500	
6	Khu du lịch Núi Cốc	Thái Nguyên	- Sinh thái hồ; - Văn hóa (Dân tộc, truyền thuyết...).	1.200	Gắn với ATK Định Hóa và cụm di tích thành phố Thái Nguyên
7	Khu du lịch Sa Pa	Lào Cai	- Nghỉ dưỡng núi, tham quan nghiên cứu sinh thái; - Văn hóa dân tộc; - Thể thao, khám phá	1.500	Gắn với đô thị du lịch Sa Pa và đỉnh Phan Xi Păng, VQG Hoàng Liên
8	Khu du lịch Thác Bà	Yên Bái	- Sinh thái hồ; - Văn hóa dân tộc; - Thể thao nước, vui chơi giải trí.	1.200	
9	Khu du lịch Đền Hùng	Phú Thọ	- Văn hóa lễ hội.; - Cảnh quan	1.000	Gắn với cụm di tích thành phố Việt Trì có liên quan đến thời đại Hùng Vương
10	Khu du lịch Mộc Châu	Sơn La	- Nghỉ dưỡng núi ; - Văn hóa dân tộc Tây Bắc; - Tham quan, thể thao...	1.650	

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

11	Khu du lịch Điện Biên Phủ-Pá Khoang	Điện Biên	- Di tích Điện Biên Phủ và phụ cận; - Văn hóa dân tộc Thái Tây bắc; - Sinh thái hồ Pá Khoang và rừng Mường Phăng.	2.500	Gắn với cửa khẩu Tây Trang
12	Khu du lịch hồ Hòa Bình	Hòa Bình	- Sinh thái hồ; - Văn hóa dân tộc Mường.	1.200	Gắn với không gian văn hóa Mường, công trình thủy điện.
II	VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG VÀ DUYÊN HẢI ĐÔNG BẮC				
13	Khu du lịch Hạ Long-Cát bà	Quảng Ninh Hải Phòng	- Du lịch biển đảo ; - Du lịch tham quan cảnh quan ; - Công viên biển, công viên địa chất ; - Sinh thái VQG.	5.000	Gắn với đô thị Hạ Long, Đồ Sơn
14	Khu du lịch Vân Đồn	Quảng Ninh	- Du lịch biển đảo ; - Sinh thái	3.000	Gắn với VQG Bái Tử Long, khu kinh tế Vân Đồn
15	Khu du lịch Trà Cổ	Quảng Ninh	- Du lịch biển - Thương mại cửa khẩu	2.500	Gắn với cửa khẩu Móng Cái, sân golf Móng Cái
16	Khu du lịch Côn Sơn-Kiếp Bạc	Hải Dương	- Tham quan di tích lịch sử văn hóa ; - Nghi dưỡng ; - Sinh thái.	1.000	Gắn với di tích Kiếp Bạc
17	Khu du lịch Làng văn hóa-du lịch các dân tộc Việt Nam	Hà Nội		3.000	

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

18	Khu du lịch Ba Vì-Suối Hai	Hà Nội	- Sinh thái núi, hồ; - Nghỉ dưỡng núi; - Văn hóa lễ hội, dân tộc thiểu số; - Vui chơi giải trí, thư giãn cuối tuần.	1.500	Gắn với VQG Ba Vì
19	Khu du lịch Tam Đảo	Vĩnh Phúc	- Nghỉ dưỡng núi; - Sinh thái; - Hội nghị hội thảo.	1.000	Gắn với VQG Tam Đảo
20	Khu du lịch Tràng An	Ninh Bình	- Tham quan văn hóa lịch sử, cảnh quan - Lễ hội tâm linh.	2.000	Gắn với Bái Đính, Tam Cốc - Bích Động, Hoa Lư và KBT đất ngập nước Vân Long
21	Khu du lịch Tam Chúc	Hà Nam	- Sinh thái - Tâm Linh	4.000	Gắn với điểm du lịch quốc gia Chùa Hương, Bái Đính
III	VÙNG BẮC TRUNG BỘ				
22	Khu du lịch Kim Liên	Nghệ An	- Tham quan di tích lịch sử văn hóa, giáo dục, tri ân	1.000	Gắn với TP. Vinh, Cửa Lò và các điểm du lịch phụ cận
23	Khu du lịch Thiên Cầm	Hà Tĩnh	- Nghỉ dưỡng biển; - Tham quan di tích lịch sử văn hóa.	1.500	
24	Khu du lịch Phong Nha-Kẻ Bàng	Quảng Bình	- Tham quan, nghiên cứu; - Sinh thái; - Văn hóa lịch sử.	2.500	Gắn với hệ thống di tích đường Hồ Chí Minh
25	Khu du lịch Lăng Cô-Cảnh Dương	Thừa Thiên - Huế	- Nghỉ dưỡng biển.	1.350	Gắn với cảnh quan đèo Hải Vân, VQG Bạch Mã

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

IV	VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ				
26	Khu du lịch Sơn Trà	Đà Nẵng	- Nghỉ dưỡng biển; - Sinh thái; - MICE	1.500	Gắn với hệ thống di tích nội thành Đà Nẵng, đèo Hải Vân, Ngũ Hành Sơn, bãi tắm Mỹ Khê
27	Khu du lịch Bà Nà	Đà Nẵng	- Nghỉ dưỡng núi; - Sinh thái; - Vui chơi giải trí.	1.000	
28	Khu du lịch Cù Lao Chàm	Quảng Nam	- Nghỉ dưỡng biển, đảo. - Sinh thái.	1.000	Gắn với bãi biển Cẩm An và đô thị du lịch Hội An.
29	Khu du lịch Mỹ Khê	Quảng Ngãi	- Nghỉ dưỡng biển, đảo. - Văn hóa lịch sử	1.000	Gắn với di tích Sơn Mỹ, Vạn Tường, Dung Quất, đảo Lý Sơn
30	Khu du lịch Phương Mai	Bình Định	- Nghỉ dưỡng biển, đảo. - Tham quan di tích lịch sử văn hóa.	1.000	Gắn với cụm di tích thành phố Quy Nhơn
31	Khu du lịch Vịnh Xuân Đài	Phú Yên	- Nghỉ dưỡng biển tổng hợp	1.200	Gắn với Đầm Ô Loan và Ghềnh Đá Đĩa
32	Khu du lịch Bắc Cam Ranh	Khánh Hòa	- Nghỉ dưỡng biển; - Tham quan di tích lịch sử văn hóa.	2.300	Gắn với đô thị du lịch Nha Trang
33	Khu du lịch Ninh Chữ	Ninh Thuận	- Nghỉ dưỡng biển; - Tham quan di tích lịch sử văn hóa.	1.200	Gắn với cụm di tích văn hóa Chăm, các làng nghề ở Phan Rang Tháp Chàm
34	Khu du lịch Mũi Né	Bình Thuận	- Nghỉ dưỡng biển, đảo; - Tham quan di tích lịch sử văn hóa; - Thể thao trên cát.	1.000	Gắn với thành phố Phan Thiết

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

V	VÙNG TÂY NGUYÊN				
35	Khu du lịch Măng Đen	Kon Tum	- Nghỉ dưỡng núi; - Văn hóa dân tộc thiểu số; - Thương mại cửa khẩu biên giới.	2.500	Gắn với cửa khẩu Bờ Y, ngã ba Đông Dương
36	Khu du lịch Tuyền Lâm	Lâm Đồng	- Sinh thái; - Vui chơi giải trí tổng hợp; - Nghỉ dưỡng hồ	2.850	Gắn với đô thị du lịch Đà Lạt
37	Khu du lịch Đan Kia-Suối Vàng	Lâm Đồng	- Sinh thái; - Vui chơi giải trí tổng hợp; - Văn hóa dân tộc; - Thể thao.	5.000	Bao gồm cả Liang Biang, gắn với không gian văn hóa công chiêng và Gắn với đô thị du lịch Đà Lạt
38	Khu du lịch Yokdôn	Đắk Lắk	- Sinh thái VQG; - Văn hóa dân tộc Tây Nguyên; -Tham quan cảnh quan, thể thao trên sông	1.500	
VI	VÙNG ĐÔNG NAM BỘ				
39	Khu du lịch núi Bà Đen	Tây Ninh	- Sinh thái núi - Văn hóa lễ hội tâm linh, lịch sử - Thương mại cửa khẩu	2.500	Gắn với hồ Dầu Tiếng, thị xã Tây Ninh, di tích căn cứ Trung ương cục và cửa khẩu Mộc Bài
40	Khu du lịch Cần Giờ	TP. Hồ Chí Minh	- Sinh thái VQG (rừng ngập mặn); - Văn hóa lịch sử	4.250	
41	Khu du lịch Long Hải-Phước Hải	Bà Rịa - Vũng Tàu	- Nghỉ dưỡng. - Tham quan di tích lịch sử văn hóa. - Vui chơi giải trí	1.200	Gắn với khu di tích núi Minh Đạm

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

42	Khu du lịch Côn Đảo	Bà Rịa - Vũng Tàu	- Nghỉ dưỡng biển, đảo. - Tham quan di tích lịch sử văn hóa (giáo dục, tri ân...) - Sinh thái VQG. - Công viên biển.	1.000	Gắn với hệ thống di tích lịch sử Côn Đảo
VII	VÙNG TÂY NAM BỘ (ĐBSCL)				
43	Khu du lịch Thới Sơn	Tiền Giang Bến Tre	- Sinh thái miệt vườn; - Văn hóa sông nước ĐBSCL; - Vui chơi giải trí cuối tuần.	1.200	Bao gồm các cù lao: Long, Ly, Quy, Phụng trên sông Tiền
44	Khu du lịch Xứ sở hạnh phúc	Long An	- Nghỉ dưỡng, VCGT...	1.000	Gắn với TP.Tân An, du lịch sinh thái sông Vàm Cỏ
45	Khu du lịch Phú Quốc	Kiên Giang	- Nghỉ dưỡng biển, đảo. - Tham quan di tích lịch sử văn hóa (giáo dục, tri ân...) - Sinh thái VQG. - Công viên biển.	3.800	Gắn với VQG Phú Quốc
46	Khu du lịch Năm Căn	Cà Mau	- Sinh thái rừng ngập mặn. - Tham quan đất mũi	1.000	Gắn với di tích mũi Cà Mau, VQG và khu dự trữ sinh quyển Cà Mau
	TỔNG SỐ			87.100	

Khu du lịch đã được định hướng phát triển giai đoạn đến năm 2010

Các khu du lịch quan trọng khác: Sìn Hồ (Lai Châu), hồ Sơn La (Sơn La).

PHỤ LỤC 24. Danh mục các đô thị du lịch đến 2020, tầm nhìn 2030

Cơ sở đề xuất :

- Tiêu chí đô thị du lịch quốc gia được quy định của Luật Du lịch ;
- Đặc điểm tài nguyên du lịch và khả năng có thể khai thác phát triển du lịch ;
- Vị trí, vai trò của đô thị đối với phát triển du lịch và KT-XH khu vực ;
- Định hướng phát triển đô thị Việt Nam đến năm 2020
- Hiện trạng phát triển khu du lịch giai đoạn đến năm 2010 .

TT	Tên đô thị	Vị trí	Hướng khai thác	Kết hợp khai thác
1	Đô thị du lịch Sa Pa	Lào Cai, vùng TDMNBB	Đô thị nghỉ dưỡng núi, văn hóa	Gắn với đỉnh Phan Xi Păng, VQG Hoàng Liên
2	Đô thị du lịch Đồ Sơn	Hải Phòng, vùng ĐBSH và DHĐB	Đô thị nghỉ biển, VCGT cao cấp	Gắn với Hạ Long, Cát Bà
3	Đô thị du lịch Hạ Long	Quảng Ninh, vùng ĐBSH và DHĐB	Đô thị nghỉ dưỡng biển	Gắn với Hạ Long, Cát Bà
4	Đô thị du lịch Sầm Sơn	Thanh Hóa, vùng Bắc Trung Bộ	Đô thị nghỉ dưỡng biển	Gắn với Trường Lệ và Bắc Sầm Sơn
5	Đô thị du lịch Cửa Lò	Nghệ An, vùng Bắc Trung Bộ	Đô thị nghỉ dưỡng biển	Gắn với du lịch Bãi Lữ
6	Đô thị du lịch Huế	Thừa Thiên- Huế, vùng Bắc Trung Bộ	Đô thị cổ, du lịch văn hóa	Gắn với biển Thuận An, Lăng Cô cảnh Dương
7	Đô thị du lịch Hội An	Quảng Nam, vùng Duyên hải Nam Trung Bộ	Đô thị cổ, du lịch văn hóa	Gắn với Cù Lao Chàm, biển Cửa Đại...
8	Đô thị du lịch Đà Nẵng	Đà Nẵng, vùng Duyên hải Nam Trung Bộ	Đô thị du lịch biển, sự kiện, MICE	Gắn với Mỹ Khê, Sơn Trà, Bà nà, Hội An, Huế
9	Đô thị du lịch Nha Trang	Khánh Hòa, vùng Duyên hải Nam Trung Bộ	Đô thị nghỉ dưỡng biển	Gắn với đảo Hòn Tre
10	Đô thị du lịch Phan Thiết	Bình Thuận, vùng Duyên hải Nam Trung Bộ	Đô thị nghỉ dưỡng biển	Gắn với Tà Cú, Bàu Trắng
11	Đô thị Du lịch Đà Lạt	Lâm Đồng, vùng Tây Nguyên	Đô thị nghỉ dưỡng núi	Gắn với hồ Tuyền Lâm, ĐanKia-Suối Vàng, Langbiang...
12	Đô thị du lịch Vũng Tàu	Bà Rịa - Vũng Tàu, vùng Đông Nam Bộ	Đô thị nghỉ dưỡng biển	Gắn với Côn Đảo, Long Hải, Phước Hải

**PHỤ LỤC 25. Các chương trình, dự án đầu tư phát triển du lịch
đến năm 2020, tầm nhìn 2030**

TT	Dự án	Triệu USD	Giai đoạn			
		Tổng đầu tư	2011-2015	2016-2020	2021-2025	2026-2030
A	Đầu tư cho cơ sở vật chất kỹ thuật (35%)	32.907	6.475	8.400	8.820	9.275
A1	Các dự án khu du lịch quốc gia	30.930	6.360	8.010	8.240	8.320
I	Vùng Trung du miền núi Bắc bộ	4.440	820	1.150	1.220	1.250
1	Khu du lịch Cao nguyên đá Đồng Văn	670	70	150	200	250
2	Khu du lịch Bản Giốc*	500	200	150	100	50
3	Khu du lịch Mẫu Sơn	200	50	50	50	50
4	Khu du lịch Ba Bể	180	50	50	40	40
5	Khu du lịch Tân Trào	170	50	50	40	30
6	Khu du lịch Sa Pa	210	80	50	40	40
7	Khu du lịch Thác Bà	550	50	100	200	200
8	Khu du lịch Đền Hùng	240	50	100	50	40
9	Khu du lịch Mộc Châu	570	20	150	200	200
10	Khu du lịch Điện Biên Phủ- Pá Khoang	400	50	100	100	150
11	Khu du lịch Hồ Núi Cốc	250	50	100	50	50
12	Khu du lịch Hồ Hòa Bình	500	100	100	150	150
II	Vùng Đồng bằng sông hồng và duyên hải đông bắc	4.020	1.070	1.220	820	910
13	Khu du lịch Hạ Long	1.020	200	300	220	300
14	Khu du lịch Vân Đồn*	870	400	300	100	70
15	Khu du lịch Trà Cổ	550	100	150	100	200
16	Khu du lịch Côn Sơn	190	50	50	50	40
	Khu du lịch Ba Vi-Suối Hai	270	50	100	70	50
17	Khu du lịch quốc gia Làng Văn hóa-Du lịch các dân tộc Việt Nam	600	150	150	150	150
18	Khu du lịch Tam Đảo	250	50	100	70	30
19	Khu du lịch Tràng An	150	50	50	30	20

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

20	Khu du lịch Tam Chúc	120	20	20	30	50
III	Vùng Bắc trung bộ	2.810	610	630	650	920
21	Khu du lịch Thiên Cầm	700	50	100	200	350
22	Khu du lịch Phong Nha-Kẻ Bàng	750	50	100	200	400
23	Khu du lịch Đăk Rông	220	50	50	50	70
24	Khu du lịch Lăng Cô-Cảnh Dương*	1.140	460	380	200	100
IV	Vùng Duyên hải Nam trung bộ	6.680	1.050	1.750	2.130	1.750
25	Khu du lịch Sơn Trà*	450	200	150	50	50
26	Khu du lịch Bà Nà	400	100	100	50	150
27	Khu du lịch Cù lao Chàm	350	50	100	150	50
28	Khu du lịch Mỹ Khê	500	50	150	250	50
29	Khu du lịch Phương Mai	890	40	150	350	350
30	Khu du lịch Vịnh Xuân Đài	1.440	40	250	550	600
31	Khu du lịch Bắc Cam Ranh*	1.320	470	400	250	200
32	Khu du lịch Ninh Chữ	950	50	250	400	250
33	Khu du lịch Mũi Né	380	50	200	80	50
V	Vùng Tây Nguyên	1.840	240	350	490	760
34	Khu du lịch Măng Đen*	380	150	100	70	60
35	Khu du lịch Tuyên Lâm	370	20	50	100	200
36	Khu du lịch Đan Kia-Suối Vàng	790	40	150	200	400
37	Khu du lịch Yok Đôn	300	30	50	120	100
VI	Vùng Đông nam bộ	2.340	420	640	680	600
38	Khu du lịch núi Bà Đen	210	20	40	80	70
39	Khu du lịch Cần Giờ	330	50	50	100	130
40	Khu du lịch Long Hải	850	50	250	250	300
41	Khu du lịch Côn Đảo*	950	300	300	250	100
VII	Vùng Đồng bằng Sông Cửu Long	8.800	2.150	2.270	2.250	2.130
42	Khu du lịch Thới Sơn	400	50	70	100	180
43	Khu du lịch Xứ sở hạnh phúc	1.850	50	350	650	800
44	Khu du lịch Phú Quốc*	6.000	2.000	1.650	1.350	1.000
45	Khu du lịch Năm Căn	550	50	200	150	150
A2	Đầu tư các cơ sở vật chất du lịch khác	2.040	115	390	580	955

Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

B	Đầu tư hạ tầng (28%)	26.376	5.180	6.720	7.056	7.420
C	Quảng bá xúc tiến, xây dựng thương hiệu (15%)*	14.130	2.775	3.600	3.780	3.975
D	Đào tạo nhân lực (7%)*	6.594	1.295	1.680	1.764	1.855
Đ	Nghiên cứu & phát triển (7%)*	6.594	1.295	1.680	1.764	1.855
E	Bảo vệ tài nguyên, môi trường du lịch (6%)*	5.652	1.110	1.440	1.512	1.590
G	Khác (2%)*	1.884	370	480	504	530

Chú thích: * Các chương trình và dự án ưu tiên đầu tư đến 2020

DANH MỤC VIẾT TẮT

- ACMECS: Hội nghị Cấp cao Chiến lược Hợp tác kinh tế Ayeyawadi-Chao Phraya-Mekong
- ATK: An toàn khu
- APEC: Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương
- ASEAN: Association of South East Nation-Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
- AAGR: Tăng trưởng bình quân hàng năm
- BBC: British Broadcasting Corporation-Thông tấn xã Vương quốc Anh
- BĐKH: Biến đổi khí hậu
- ĐBSH: Đồng bằng sông Hồng
- ĐBSCL: Đồng bằng sông Cửu Long
- BTB: Bắc Trung Bộ
- CNN: Cable News Network - Mạng truyền hình cáp Hoa Kỳ
- CSH: Cơ sở hạ tầng
- CSLT: Cơ sở lưu trú
- CLMV: Hợp tác phát triển Campuchia-Lào-Myanmar-Việt Nam
- FDI: Foreign Direct Investment -Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
- GDP: Gross Domestic Product - Tổng sản phẩm quốc nội
- GMS: Greater Mekong Subregion-Tiểu vùng sông Mêkong mở rộng
- GIS: Geographic Information System - Hệ thống thông tin địa lý
- MICE: Du lịch hội họp, khuyến thưởng, hội thảo, triển lãm
- NTB: Nam Trung Bộ
- NSNN: Ngân sách Nhà nước
- ODA: Official Development Assistance-Hỗ trợ phát triển chính thức
- PATA: Pacific Travel Asia Association - Hiệp hội lữ hành Châu Á Thái Bình Dương
- QHTT: Quy hoạch tổng thể
- QLNN: Quản lý nhà nước
- TCDL: Tổng cục Du lịch
- UNESCO: United Nation Education, Scientific and Culture Organization
Tổ chức giáo dục, khoa học và văn hóa Liên hiệp quốc
- UNWTO: United Nations World Tourism Organization - Tổ chức Du lịch thế giới
- UBND: Ủy ban nhân dân
- VCGT: Vui chơi giải trí
- VCKT: Vật chất kỹ thuật
- VQG: Vườn quốc gia
- VHDT: Văn hóa dân tộc
- VHTTDL: Văn hóa, Thể thao và Du lịch
- VTCB: Hội đồng cấp chứng chỉ Nghiệp vụ du lịch Việt Nam
- WEC: West East Corridor - Hành lang Đông - Tây
- WHO: Tổ chức Y tế thế giới
- WTO: World Trade Organization - Tổ chức Thương mại thế giới

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	1
Phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030	3
MỞ ĐẦU.....	19
1. Sự cần thiết lập quy hoạch.....	19
2. Căn cứ lập quy hoạch.....	20
3. Quan điểm, mục tiêu và nhiệm vụ quy hoạch.....	22
4. Phương pháp lập quy hoạch.....	23
5. Quá trình lập Quy hoạch.....	23
PHẦN I. HIỆN TRẠNG VÀ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM	25
I. HIỆN TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 1995-2010	25
1. Bối cảnh thực hiện quy hoạch.....	25
1.1 Bối cảnh quốc tế.....	25
1.2. Bối cảnh trong nước.....	26
2. Vị trí, vai trò của ngành Du lịch	27
2.1. Vị trí du lịch Việt Nam trong môi liên hệ du lịch khu vực:	27
2.2. Vai trò của du lịch Việt Nam đối với sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước: .	27
3. Các chỉ tiêu phát triển du lịch chủ yếu.....	28
3.1. Khách du lịch:	28
3.2. Tổng thu từ khách du lịch và đóng góp GDP:.....	29
3.3. Cơ sở lưu trú du lịch và lao động ngành du lịch:	30
4. Thị trường và sản phẩm du lịch	31
4.1. Thị trường khách du lịch:.....	31
4.2. Hệ thống sản phẩm du lịch:.....	32
5. Thực hiện quy hoạch theo lãnh thổ.....	33
5.1. Tổ chức không gian du lịch:	33
5.2. Hệ thống các điểm, khu, đô thị du lịch, tuyến du lịch:	34
6. Đầu tư phát triển du lịch	36
6.1. Đầu tư nước ngoài:.....	36
6.2. Đầu tư trong nước:	37
7. Quản lý nhà nước về du lịch	38
7.1. Tổ chức bộ máy quản lý nhà nước về du lịch:	38
7.2. Các nội dung quản lý nhà nước về du lịch:	39
	226

8. Xúc tiến, quảng bá du lịch	40
8.1. Các cơ quan hoạt động xúc tiến du lịch:	40
8.2. Nội dung và hiệu quả xúc tiến du lịch:	40
9. Hoạt động kinh doanh du lịch	41
9.1. Các hình thức hoạt động kinh doanh du lịch:	41
9.2. Nội dung và hiệu quả hoạt động kinh doanh du lịch:.....	41
10. Hợp tác quốc tế về du lịch	43
10.1. Các chính sách hợp tác quốc tế về du lịch:	43
10.2. Hợp tác với cơ quan du lịch quốc gia của nước ngoài, các tổ chức quốc tế và khu vực:	43
11. Đào tạo nhân lực du lịch	44
12. Ứng dụng Khoa học Công nghệ, bảo vệ tài nguyên môi trường du lịch.....	44
13. Đánh giá chung	45
13.1. Những thành tựu đạt được:	45
13.2. Những hạn chế và nguyên nhân	46
13.3. Một số bài học rút ra từ thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 1995-2010:.....	51
II. ĐÁNH GIÁ NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN DU LỊCH	52
1. Tài nguyên du lịch	52
1.1. Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch tự nhiên:	52
1.2. Đặc điểm xã hội và tài nguyên du lịch nhân văn:	57
2. Hệ thống kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch	62
2.1. Hệ thống giao thông:.....	62
2.2. Hệ thống cấp điện và cấp, thoát nước:	67
2.3. Hệ thống thông tin, truyền thông:	69
2.4. Hệ thống dân cư đô thị:	69
2.5. Hệ thống cơ sở hạ tầng xã hội:	70
3. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch	72
3.1. Cơ sở lưu trú du lịch:	72
3.2. Nhà hàng ăn uống du lịch:	72
3.3. Cơ sở dịch vụ lữ hành, cung cấp thông tin, tư vấn du lịch:.....	72
3.4. Phương tiện vận chuyển khách du lịch và dịch vụ trên phương tiện:	73
3.5. Cơ sở dịch vụ tại khu, điểm hấp dẫn du lịch:	73
4. Nguồn lực về lao động	73
III. CƠ HỘI, THÁCH THỨC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH.....	74

1. Những cơ hội, thuận lợi	74
1.1. Thuận lợi:	74
1.2. Cơ hội phát triển:	77
2. Những khó khăn thách thức	78
2.1. Khó khăn trong phát triển:	78
2.2. Thách thức đối với sự phát triển:	81
PHẦN II. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030	83
I. QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030	83
1. Quan điểm phát triển.....	83
2. Mục tiêu phát triển.....	88
2.1. Mục tiêu tổng quát:	88
2.2. Mục tiêu cụ thể:	88
II. DỰ BÁO CÁC PHƯƠNG ÁN PHÁT TRIỂN DU LỊCH	90
1. Căn cứ dự báo	90
2. Luận chứng các phương án phát triển.....	91
2.1. Các phương án phát triển:	91
2.2. Lựa chọn phương án phát triển :	95
III. CÁC ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN	96
1. Thị trường, sản phẩm du lịch	96
1.1. Định hướng phát triển thị trường khách du lịch:.....	96
1.2. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch:	104
2. Tổ chức không gian phát triển du lịch	108
2.1. Phát triển du lịch theo vùng:	108
2.3. Hệ thống tuyến du lịch:	131
2.4. Nhu cầu sử dụng đất phát triển du lịch:	134
3. Đầu tư phát triển du lịch	135
3.1. Mục tiêu đầu tư phát triển du lịch:	135
3.2. Quan điểm đầu tư phát triển du lịch:	135
3.3. Tổng nhu cầu đầu tư và cơ cấu nguồn vốn đầu tư:	136
3.4. Các lĩnh vực ưu tiên đầu tư:	137
3.5. Các khu vực tập trung đầu tư:	140
3.6. Phân kỳ đầu tư và các dự án ưu tiên đầu tư:	140
4. Tổ chức hoạt động kinh doanh du lịch.....	141

4.1. Định hướng hoạt động kinh doanh lữ hành:.....	141
4.2. Định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú:	143
4.3. Định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn, uống du lịch:	144
4.4. Định hướng hoạt động kinh doanh vận chuyển khách du lịch:	145
4.5. Định hướng các loại hình vui chơi, giải trí phục vụ khách du lịch:	145
4.6. Định hướng hoạt động kinh doanh các khu du lịch, các điểm du lịch:	146

PHẦN III. CÁC GIẢI PHÁP VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2030.... 147

I. CÁC NHÓM GIẢI PHÁP THỰC HIỆN QUY HOẠCH..... 147

1. Nhóm giải pháp về cơ chế, chính sách.....	147
1.1. Cơ chế, chính sách đầu tư phát triển du lịch:	147
1.2. Cơ chế, chính sách về thuế:.....	148
1.3. Cơ chế, chính sách về thị trường:.....	149
1.4. Chính sách xuất nhập cảnh, hải quan:	149
1.5. Chính sách xã hội hóa du lịch:	150
1.6. Cơ chế phối kết hợp liên vùng, liên ngành:	150
1.7. Chính sách phát triển gắn với bảo tồn và phát triển bền vững:.....	150
2. Nhóm giải pháp về vốn đầu tư.....	151
2.1. Tăng cường đầu tư từ ngân sách nhà nước cho phát triển du lịch:	151
2.2. Huy động tối đa các nguồn vốn đảm bảo nhu cầu đầu tư phát triển du lịch: .	151
3. Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực	153
3.1. Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo, bồi dưỡng về du lịch:	153
3.2. Xây dựng, công bố và thực hiện chuẩn trường:	153
3.3. Xây dựng tiêu chuẩn và thực hiện chuẩn hóa nhân lực du lịch:.....	154
4. Nhóm giải pháp về xúc tiến, quảng bá.....	155
4.1. Tăng cường năng lực xúc tiến, quảng bá du lịch:	155
4.2. Thực hiện triển khai nhiệm vụ theo hướng chuyên nghiệp hóa:	155
5. Nhóm giải pháp về tổ chức quản lý quy hoạch.....	156
5.1. Hoàn thiện văn bản quy phạm pháp luật:	156
5.2. Kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước về du lịch ở các cấp:.....	156
5.3. Thực hiện điều tra, đánh giá, phân loại và quản lý tài nguyên du lịch:.....	157
5.4. Tổ chức xây dựng quy hoạch, kế hoạch:.....	157
5.5. Nâng cao trình độ quản lý du lịch theo quy hoạch cho các cấp, các ngành: ..	158
6. Nhóm giải pháp về ứng dụng khoa học, công nghệ.....	158
6.1. Hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu và thống kê du lịch:.....	158

6.2. Nâng cao năng lực nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ:	158
7. Nhóm giải pháp về hợp tác quốc tế.....	159
7.1. Triển khai hiệu quả các hiệp định hợp tác:	159
7.2. Đa phương hoá, đa dạng hoá loại hình hợp tác:.....	160
7.3. Tích cực chủ động trong kêu gọi tài trợ:	161
8. Nhóm giải pháp về bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch	161
8.1. Giải pháp bảo vệ môi trường tự nhiên:	161
8.2. Giải pháp bảo tồn và phát triển tài nguyên du lịch nhân văn:	163
9. Nhóm giải pháp ứng phó với tác động của biến đổi khí hậu (BĐKH).....	163
9.1. Nâng cao nhận thức về tác động của biến đổi khí hậu:.....	163
Nâng cao nhận thức xã hội về tác động của BĐKH đối với hoạt động phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch biển.	163
9.2. Tăng cường khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu trong lĩnh vực du lịch:	164
9.3. Tăng cường năng lực giảm nhẹ tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu trong lĩnh vực du lịch:	164
II. TỔ CHỨC THỰC HIỆN QUY HOẠCH.....	165
1. Ban Chỉ đạo Nhà nước về du lịch	165
2. Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch.....	165
3. Các Bộ, Cơ quan ngang Bộ, Cơ quan thuộc Chính phủ.....	166
4. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương	167
5. Doanh nghiệp, Hiệp hội Du lịch và các tổ chức xã hội khác	167
PHẦN PHỤ LỤC	173
PHỤ LỤC 1. Các chỉ tiêu hiện trạng phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn 2001-2010	173
PHỤ LỤC 2. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ giai đoạn 2001 – 2010.....	174
PHỤ LỤC 3. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc giai đoạn 2001 -2010.....	174
PHỤ LỤC 4. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ giai đoạn 2001 – 2010	175
PHỤ LỤC 5. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ giai đoạn 2001-2010	175
PHỤ LỤC 6. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch vùng Tây Nguyên giai đoạn 2001-2010	176
PHỤ LỤC 7. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch vùng Đông Nam Bộ giai đoạn 2001- 2010	176

PHỤ LỤC 8. Các chỉ tiêu về hiện trạng phát triển du lịch Vùng Đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2001 – 2010	177
PHỤ LỤC 9. Tổng sản phẩm trong nước (GDP) của Việt Nam phân theo khu vực kinh tế giai đoạn 2000 - 2010	178
PHỤ LỤC 10. Các cảng hàng không ở Việt Nam	179
PHỤ LỤC 11. Xếp hạng cạnh tranh về du lịch của các nước ASEAN	180
PHỤ LỤC 12. Các chỉ số đánh giá cạnh tranh trong lĩnh vực du lịch của Việt Nam và một số nước ASEAN – kết quả năm 2010.....	181
PHỤ LỤC 13. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ	183
PHỤ LỤC 14. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Đồng bằng sông Hồng và Duyên hải Đông Bắc	185
PHỤ LỤC 15. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Bắc Trung Bộ	187
PHỤ LỤC 16. Định hướng sản phẩm du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ	189
PHỤ LỤC 17. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Tây Nguyên	191
PHỤ LỤC 18. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Đông Nam Bộ.....	193
PHỤ LỤC 19. Định hướng phát triển sản phẩm du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long (Tây Nam Bộ).....	194
PHỤ LỤC 20. Định hướng thị trường-sản phẩm du lịch đối với thị trường khách nội địa	196
PHỤ LỤC 21. Định hướng thị trường-sản phẩm du lịch đối với thị trường khách quốc tế	199
PHỤ LỤC 22. Danh mục địa điểm tiềm năng phát triển điểm du lịch quốc gia đến 2020, tầm nhìn 2030	211
PHỤ LỤC 23. Danh mục các địa điểm tiềm năng phát triển Khu du lịch quốc gia đến 2020, tầm nhìn 2030	214
PHỤ LỤC 24. Danh mục các đô thị du lịch đến 2020, tầm nhìn 2030.....	221
PHỤ LỤC 25. Các chương trình, dự án đầu tư phát triển du lịch đến năm 2020, đến năm 2020, tầm nhìn 2030.....	222
DANH MỤC VIẾT TẮT	225

In 1000 cuốn, khổ 16x24 cm tại
Giấy phép xuất bản số
In xong và nộp lưu chiểu tháng 4/2013