

PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM TRƯỚC YÊU CẦU MỚI TRONG HỘI NHẬP QUỐC TẾ

NGUYỄN VĂN TUẤN*

Trong bối cảnh nền kinh tế thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng đang khắc phục suy thoái, tái cấu trúc và từng bước tìm kiếm động lực tăng trưởng mới với nhiều khó khăn, thách thức, ngành du lịch Việt Nam đã từng bước phục hồi và đạt mức tăng trưởng khá. Toàn ngành đang tích cực thực hiện đồng bộ các giải pháp thích hợp, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, đáp ứng yêu cầu mới trong hội nhập và phát triển.

1- Việt Nam là đất nước có tiềm năng du lịch phong phú, đa dạng. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 được Chính phủ phê duyệt đã xác định đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới; phấn đấu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển. Thời gian qua, với nhiều nỗ lực, ngành du lịch đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Kết thúc năm 2013, cả nước đón 7,57 triệu lượt khách quốc tế, tăng 10,6%; 35 triệu lượt khách nội địa; tổng thu trực tiếp từ khách du lịch đạt 200.000 tỷ đồng. Như vậy, chỉ 4 năm sau khi bị suy giảm vào năm 2009, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng gấp 2 lần; tổng thu du lịch tăng 2,3 lần, đích đặt ra cho năm 2015

trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã về trước 2 năm. Có thể khẳng định, giai đoạn vừa qua, ngành du lịch đã đạt được một bước dài về tăng trưởng với quy mô được mở rộng, tiềm lực về cơ sở vật chất, kỹ thuật dịch vụ du lịch ngày càng lớn mạnh; hệ thống hạ tầng được quy hoạch và đầu tư phát triển ở các khu, tuyến, điểm, đô thị du lịch trên 7 vùng du lịch của cả nước; mạng lưới doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực lữ hành, lưu trú, vận chuyển, giải trí... với chuỗi các sản phẩm du lịch đa dạng hướng tới nhiều thị trường mới không ngừng được củng cố và tăng cường, số lượng và chất lượng của đội ngũ lao động trực tiếp và gián tiếp được nâng lên... Những thành tích đó đã đánh dấu mốc quan trọng trong quá trình phát triển ngành du lịch trước thềm hội nhập và phát triển của thời kỳ mới.

* Tổng Cục trưởng Tổng cục Du lịch

Tuy nhiên, nhìn nhận một cách khách quan, có thể thấy du lịch Việt Nam những năm qua chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và nguồn lực vốn có, chưa thực sự khẳng định được thương hiệu, năng lực cạnh tranh và tính bền vững. Ngành du lịch đang có nhiều cơ hội, song cũng phải đối diện với không ít những thách thức.

Về cơ hội, trước hết là cơ hội gia tăng tiếp cận nguồn khách quốc tế khi Việt Nam hội nhập sâu và toàn diện với khu vực và thế giới. Châu Á - Thái Bình Dương nói chung và ASEAN nói riêng đang trở thành khu vực năng động nhất toàn cầu, có sức hấp dẫn du lịch mạnh mẽ. Hợp tác trong khối ASEAN ngày càng tăng cường về chiều sâu. Việt Nam đang trở thành điểm đến, thị trường mới nổi với những lợi thế nhất định trong hợp tác song phương và đa phương. Các dòng khách du lịch đang có xu hướng dịch chuyển mạnh tới khu vực châu Á - Thái Bình Dương, trong đó Việt Nam được ví như "ngôi sao" đang lên, ngày càng được thế giới biết đến với những giá trị đặc sắc về văn hóa, cảnh quan thiên nhiên và môi trường sinh thái. Theo Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), từ tháng 1 đến tháng 9 năm 2013, châu Á - Thái Bình Dương tăng trưởng 6% và Đông Nam Á tăng trưởng 12% trên mức trung bình 5% của toàn cầu. Những dòng khách quốc tế đến Việt Nam - một điểm đến nhiều khám phá thú vị và trải nghiệm mới ngày càng đông. Đặc biệt, Việt Nam ở rất gần với thị trường lớn là 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 triển vọng lớn.

Tình hình chính trị - xã hội của Việt Nam rất ổn định; kinh tế tiếp tục tăng trưởng dù tốc độ có chậm lại, đất nước hội nhập với khu vực và thế giới ngày càng sâu và toàn diện với các chính sách ngoại giao rộng mở, đa dạng hóa, đa phương hóa. Vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế được cải thiện. Nước ta tiếp tục nhận được sự hợp tác, hỗ trợ tích cực của cộng đồng quốc tế, nhất là trong khối ASEAN, hướng tới cộng đồng ASEAN vào năm 2015, hợp tác GMS (Hệ thống thông tin di động toàn cầu), ACMECS (Tổ chức Chiến lược hợp tác kinh tế Ayeyarwady - Chao Phraya - Mê Kông), APEC (Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương), TPP (Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương)... là những điều kiện thuận lợi mở đường cho du lịch phát triển. 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. Các nền kinh tế lớn, các tổ chức quốc tế đang tích cực hỗ trợ Việt Nam trong quá trình chuyển mạnh sang nền kinh tế thị trường, trong đó dòng đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) cho phát triển du lịch ngày một tăng cùng với quá trình tiếp cận thị trường, tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và tiếp nhận chuyển giao công nghệ.

Kinh tế trong nước phát triển, thu nhập và đời sống của nhân dân ngày càng tăng, tạo ra động lực kích cầu du lịch mạnh mẽ. Năm 2013, số lượng khách du lịch lên tới hơn 35 triệu lượt, là cơ sở cho ngành du lịch mở rộng quy mô và tăng trưởng các lĩnh vực dịch vụ về mọi phương diện với các loại hình du lịch đa dạng.

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 nhanh chóng cũng tạo ra cơ hội phát triển cho ngành du lịch. Kinh nghiệm quản lý tiên tiến, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao đã 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. Từ đó Việt Nam có thể đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng nếu bắt kịp xu hướng thời đại, nhanh chóng tiếp thu công nghệ mới và ứng dụng trong phát triển du lịch.

Thời gian qua, bức tranh hoạt động du lịch toàn cầu đã và đang phổ biến nên 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 và lớn nhất toàn cầu, góp phần vào sự phát triển và thịnh vượng của các quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển. Đối với những vùng sâu, vùng xa, việc phát triển du lịch được coi là công cụ xóa đói, giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế. Đây là cơ hội to lớn có tính xu thế và 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 để nhanh chóng đạt mục tiêu. Gần đây, loại hình du lịch cộng đồng ngày càng phổ biến, là cơ hội thúc đẩy phát triển kinh tế cho các vùng nghèo và quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

Về thách thức, bên cạnh những cơ hội, ngành du lịch Việt Nam phải đối mặt với những thách thức không nhỏ trong quá trình hội nhập và phát triển. Thị trường thế giới ngày càng có nhiều biến động khó lường; cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã và vẫn tác động mạnh tới quy mô, tính

chất của thị trường gửi khách đến Việt Nam. Năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam còn non yếu, chất lượng, hiệu quả thấp, thiếu bền vững trong khi môi trường cạnh tranh giữa các quốc gia, khu vực và giữa các ngành, các vùng, sản phẩm ngày càng gay gắt. Nhận thức và năng lực quản lý du lịch nước ta chưa đổi mới thực sự để có thể đáp ứng được yêu cầu mới; cơ chế, chính sách còn bất cập, chưa giải phóng mạnh năng lực kinh doanh; vai trò của khối tư nhân, hội nghề nghiệp chưa được phát huy đúng mức; hệ thống văn bản quy phạm pháp luật chưa thống nhất và chưa phát huy được hiệu quả toàn diện. Do đó, phát triển du lịch theo hướng hiện đại, trình độ cao vẫn gặp rất nhiều khó khăn, vướng mắc.

Ngoài ra, du lịch tăng trưởng sẽ gia tăng sức ép lên môi trường; quy hoạch phát triển du lịch không đồng bộ dẫn tới không gian du lịch bị phá vỡ; tài nguyên có nguy cơ bị tàn phá, môi trường du lịch bị xâm hại, thách thức nghiêm trọng tới yêu cầu phát triển bền vững. Kết cấu hạ tầng du lịch nước ta còn yếu kém, thiếu đồng bộ, làm giảm khả năng tiếp cận điểm đến du lịch, nhất là đối với các vùng núi cao, vùng sâu, vùng xa. Sản phẩm, dịch vụ du lịch chưa thật sự đặc sắc, còn trùng lặp và thiếu quy chuẩn; chất lượng chưa đáp ứng, dẫn tới sức cạnh tranh yếu, kém hấp dẫn; xúc tiến quảng bá thiếu chuyên nghiệp và hiệu quả, đầu tư ít và manh mún, thiếu nhân lực chuyên nghiệp; thiếu đội ngũ chuyên gia đầu ngành với sự quản lý tinh thông và lao động trình độ cao; mức sống của người dân phân đông chưa cao, ý thức pháp luật còn hạn chế. Một loạt các vấn đề xã hội khác, như an toàn giao thông, vệ sinh an toàn thực phẩm, chèo kéo, ép giá... cũng đặt ra

những thách thức lớn với ngành du lịch Việt Nam trong quá trình phát triển để đạt tới trình độ chuyên nghiệp, nâng cao chất lượng, hiệu quả, giá trị gia tăng, thương hiệu và sức cạnh tranh.

Mặt khác, 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 đã là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (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. Sức ép cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt khi du lịch Việt Nam vẫn là ngành kinh tế còn non trẻ và còn nhiều điểm yếu. Cạnh tranh giữa các điểm đến trong khu vực đang quyết liệt hơn với quy mô và tính chất mới dưới tác động của yếu tố công nghệ mới, bao gồm cạnh tranh cả về dòng vốn đầu tư, khách du lịch, chất lượng và hiệu quả kinh doanh và xây dựng hình ảnh, thương hiệu quốc gia,...

Biến đổi khí hậu cũng đang có tác động mạnh mẽ hơn so với dự báo. Du lịch 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 diễn biến bất thường của thời tiết có tác động trực tiếp, gây khó khăn, trở ngại tới hoạt động du lịch, nhất là ở miền Bắc và khu vực Bắc Trung Bộ - nơi có khí hậu khắc nghiệt vào mùa đông. Việt Nam cũng được xác định là một trong các quốc gia chịu tác động mạnh nhất của biến đổi khí hậu, nước biển dâng.

Ngày nay, nhu cầu du lịch thế giới đang thay đổi, hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hóa 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 xóa đói, giảm nghèo, du lịch hướng về cộng đồng, 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 trình độ chuyên môn đối với du lịch Việt Nam. Nếu không nắm bắt kịp xu hướng này, ngành du lịch nước ta sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, mất thị phần.

2 - Trước yêu cầu mới của phát triển và hội nhập, ngành du lịch Việt Nam đã xác định lấy hiệu quả về kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường là mục tiêu tổng thể của phát triển; lấy chất lượng và thương hiệu là yếu tố quyết định; phát triển doanh nghiệp là động lực đòn bẩy cho phát triển; phân cấp mạnh và liên kết về quản lý là phương châm với quan điểm trọng tâm có tính đột phá trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 là: Chuyển từ phát triển trên diện rộng sang phát triển theo chiều sâu; phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; bảo đảm chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh. Mục tiêu của ngành du lịch là đến năm 2020, du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Phấn đấu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển với tốc độ tăng trưởng trung bình cả thời kỳ 2011 -

2020 đạt 11,5 - 12%/năm; đến năm 2020 sẽ đón 10 - 10,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 47 - 48 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 18 - 19 tỷ USD, đóng góp 6,5 - 7% trong tổng sản phẩm nội địa (GDP); có tổng số 580.000 buồng lưu trú với 35 - 40% đạt chuẩn từ 3 đến 5 sao; tạo ra 3 triệu việc làm, trong đó có 870.000 lao động trực tiếp du lịch. Năm 2030, phần đầu tổng thu từ khách du lịch tăng gấp 2 lần năm 2020.

Để hoàn thành mục tiêu trên, ngành du lịch đã xác định thực hiện đồng bộ 6 nhóm giải pháp chủ yếu như sau:

Một là, phát triển sản phẩm du lịch gắn với không gian 7 vùng du lịch đặc trưng: vùng miền núi và Trung du 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 và vùng đồng bằng sông Cửu Long. Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch chất lượng, đặc sắc, đa dạng và đồng bộ, có giá trị gia tăng cao, bảo đảm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch nội địa và quốc tế; phát triển sản phẩm du lịch “xanh”, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương. Quy hoạch, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch; tập trung ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái; từng bước hình thành hệ thống khu, tuyến, điểm du lịch quốc gia; khu, tuyến, điểm du lịch địa phương và đô thị du lịch.

Hai là, phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Quy hoạch, đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng giao thông, thông tin, truyền thông, năng lượng, cấp thoát nước, môi trường và

các lĩnh vực liên quan một cách đồng bộ để phục vụ yêu cầu phát triển du lịch. Đầu tư nâng cấp phát triển hệ thống hạ tầng xã hội về văn hóa, y tế, giáo dục, như hệ thống bảo tàng, nhà hát, cơ sở khám, chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe và cơ sở giáo dục, đào tạo đủ điều kiện, tiện nghi tham gia phục vụ khách du lịch. Bảo đảm chất lượng, hiện đại, tiện nghi hệ thống khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, ăn uống, giải trí, đi lại tham quan... đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

Ba là, đào tạo và phát triển nhân lực du lịch cả về số lượng và chất lượng; cân đối cơ cấu ngành, nghề và trình độ đào tạo, đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế. Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo về du lịch với cơ sở vật chất kỹ thuật, thiết bị giảng dạy hiện đại; chuẩn hóa chất lượng giảng viên và chương trình ở các cơ sở đào tạo. Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển nhân lực du lịch phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch từng thời kỳ, từng vùng, miền trong cả nước; từng bước thực hiện nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch, chú trọng nhân lực quản lý và lao động có tay nghề cao; đa dạng hóa phương thức đào tạo; khuyến khích đào tạo tại chỗ, tự đào tạo theo nhu cầu.

Bốn là, phát triển thị trường, xúc tiến quảng bá và thương hiệu du lịch. 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. Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm. Đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế đến từ Đông Bắc Á (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc), Đông Nam Á

và Thái Bình Dương (Xin-ga-po, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Ô-xtrây-li-a); Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan); Bắc Âu; Bắc Mỹ (Mỹ, Ca-na-đa) và Đông Âu (Nga, U-crai-na); mở rộng thu hút khách du lịch đến từ các thị trường mới: Trung Đông, Ấn Độ... Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm; quảng bá du lịch gắn với hình ảnh quốc gia; gắn xúc tiến du lịch với xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư, ngoại giao, văn hóa. Tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở thương hiệu du lịch vùng, địa phương, doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm; chú trọng phát triển những thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để bảo đảm hiệu ứng thống nhất.

Năm là, chú trọng đầu tư và hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho phát triển du lịch. Nâng cao năng lực quản lý của Nhà nước về du lịch, có chính sách ưu tiên hỗ trợ đầu tư vào xây dựng hạ tầng du lịch, đào tạo nhân lực và xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch; có chính sách liên kết, huy động nguồn lực để tập trung đầu tư nâng cao năng lực và chất lượng cung ứng dịch vụ du lịch, hình thành một số trung tâm du lịch có tầm cỡ khu vực và quốc tế; đầu tư phát triển các khu, điểm du lịch quốc gia, đô thị du lịch. Thực hiện chính sách phát triển bền vững; ưu đãi đối với du lịch sinh thái, du lịch "xanh", du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm; khuyến khích xã hội hóa, thu hút nguồn lực trong và ngoài nước đầu tư phát triển du lịch. Thực hiện tốt công tác hoạch định chiến lược, quy hoạch phát

triển du lịch, bảo đảm chất lượng và tính khả thi cao; thống kê, theo dõi, quản lý luồng khách và chỉ tiêu đối với du lịch ra nước ngoài trong mối tương quan với việc không ngừng nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hoạt động du lịch trong nước. Đẩy mạnh áp dụng hệ thống tiêu chuẩn ngành; tăng cường kiểm tra, giám sát nhằm kiểm soát các hoạt động kinh doanh; hình thành hệ thống kiểm định, đánh giá và quản lý chất lượng, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh. Tăng cường phân cấp trong quản lý, bảo đảm vai trò quản lý vĩ mô của Nhà nước, đồng thời tạo sự chủ động của doanh nghiệp và sự tham gia tích cực của cộng đồng dân cư. Nâng cao vai trò và trách nhiệm của chính quyền địa phương trong việc bảo đảm môi trường, văn minh du lịch, an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các khu, điểm du lịch. Tiếp tục đổi mới doanh nghiệp nhà nước; khuyến khích doanh nghiệp có tiềm lực và thương hiệu mạnh; chú trọng phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là hộ gia đình gắn với phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn ở vùng sâu, vùng xa. Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học, công nghệ; nâng cao nhận thức về du lịch, đồng thời đề cao trách nhiệm xã hội và môi trường trong mọi hoạt động du lịch.

Sáu là, đẩy mạnh hợp tác quốc tế về du lịch; tích cực triển khai hiệu quả các chương trình hợp tác song phương và đa phương, gắn với thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam. Mở rộng các quan hệ, tranh thủ sự hỗ trợ của các nước, các tổ chức quốc tế góp phần đẩy nhanh sự phát triển và hội nhập của du lịch Việt Nam, nâng cao hình ảnh và vị thế du lịch Việt Nam trên trường quốc tế. □