

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

---

1. **Trần Thị Bích Hằng** - Chính sách phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.  
**Mã số: 116.1TRMg.12** 2  
*Policies to Develop Vietnam's Tourism into a Key Economic Industry*
2. **Doãn Kế Bôn** - Tác động của biện pháp tự vệ đối với Thép nhập khẩu đến hoạt động sản xuất, kinh doanh Thép ở Việt Nam. **Mã số: 116.1IIE.M. 12** 16  
*Impacts of Safeguard Measures against Imported Steel on Import - Export and Business Activities in Vietnam*

### QUẢN TRI KINH DOANH

---

3. **Trần Thị Hoàng Hà** - Vận dụng mô hình DOCS của DENISON trong đánh giá văn hóa doanh nghiệp ở một số doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng quy mô vừa và nhỏ trên địa bàn Hà Nội.  
**Mã số 116.2BAdm.21** 23  
*The Application of DENISON's DOCS Model in Corporate Culture Assessment in Small and Medium Consumer-goods Enterprises in Hanoi.*
4. **Đàm Bích Hà** - Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến tổ chức hệ thống thông tin kế toán trong các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 116.2BAcc.22** 30  
*Evaluating Factors Influencing the Organization of Accounting Information System in Commercial Enterprises in Hanoi*
5. **Vũ Tuấn Dương và Nguyễn Bách Khoa** - Nghiên cứu sự thỏa mãn nhu cầu người học với chất lượng dịch vụ đào tạo tiếng Anh tại Language Link Việt Nam. **Mã số: 116.2BMkt.21** 41  
*A Study on the Satisfaction of Learners on Service Quality of English Training at Language Link Vietnam*
6. **Nguyễn Văn Khoa và Phạm Thị Huyền** - Nghiên cứu chất lượng dịch vụ giáo dục của các trường mầm non và phổ thông ngoài công lập dựa trên đánh giá của phụ huynh. **Mã số: 116.2GEMg.21** 53  
*The study on the Parents Assessment based Educational Service Quality at Private Kindergarten and General Schools*

### Ý KIẾN TRAO ĐỔI

---

7. **Vũ Thị Bích Hải** - Nghiên cứu về cách thức tuyển dụng chuyên gia nước ngoài ở chi nhánh các công ty đa quốc gia của Nhật Bản tại Việt Nam. **Mã số: 116. 3HRMg.32** 65  
*A Study on the Methods of Recruiting Foreign Experts in Vietnamese Branches of Japanese Multinational Companies*

# **CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN**

**Trần Thị Bích Hằng**  
Trường Đại học Thương mại  
Email: tranbichhang@tmu.edu.vn

**Ngày nhận:** 13/04/2018      **Ngày nhận lại:** 18/04/2018      **Ngày duyệt đăng:** 20/04/2018

*Ngành du lịch nước ta ngày càng khẳng định được vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu đến năm 2020 cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, ngành du lịch cần triển khai phù hợp các chính sách về xuất nhập cảnh, marketing, đào tạo nhân lực, pháp luật, thuế, đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật,... Trên nền tảng dữ liệu thứ cấp, bài viết tổng hợp, phân tích, nhận định và diễn giải một số vấn đề lý luận về ngành kinh tế du lịch mũi nhọn, chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và thực tiễn cần tháo gỡ về chính sách phát triển du lịch Việt Nam trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.*

**Từ khóa:** du lịch Việt Nam, chính sách phát triển du lịch, kinh tế du lịch, ngành kinh tế mũi nhọn.

## **Đặt vấn đề**

Ngay từ những ngày đầu thế kỷ XXI, Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH) 10 năm 2001-2010 và kế hoạch 5 năm 2001-2005 được Đại hội Đảng lần thứ IX thông qua đã khẳng định “Nhanh chóng phát triển du lịch thật sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn”. Điều này đã minh chứng du lịch là ngành kinh tế nhận được sự quan tâm rất lớn và rất sớm của Đảng và Chính phủ. Tuy nhiên, sự quan tâm này đã không mang lại kết quả như kỳ vọng. Thực tế, ngành du lịch nước ta đã có những bước phát triển và đóng góp đáng kể cho nền KT-XH nhưng chưa thực sự đột phá và tương xứng với tiềm năng du lịch vốn có. Nguyên nhân được xác định là do thiếu sự chuẩn bị kỹ lưỡng, chưa có kế hoạch hành động cụ thể, không huy động được tổng lực,...

Trước thực tế ấy, ngày 16/01/2017 Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết 08 về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nghị quyết này một lần nữa tái khẳng định du lịch là ngành kinh tế quan trọng của nước ta. Sau hơn 15 năm, với một quyết tâm cao hơn, Bộ Chính trị đã thể hiện rõ mục tiêu “đến năm 2020, ngành du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy phát triển KT-XH” cùng với hàng loạt nhiệm vụ và giải pháp cụ thể đi kèm. Đây thật sự là tín hiệu vui mừng cho ngành du lịch nước ta, mở ra nhiều cơ hội mới trong thời gian tới. Song song với đó, ngành du lịch nước ta cũng đối mặt với nhiều thách thức. Để Nghị quyết 08 không chỉ dừng lại ở khẩu hiệu và tránh được “vết xe đổ” của giai đoạn trước, việc luận giải những lý luận cơ bản về điều kiện, chính sách phát triển du lịch trở thành ngành

kinh tế mũi nhọn là hết sức cần thiết để làm tiền đề nghiên cứu thực trạng và đúc rút một số vấn đề cần tháo gỡ về chính sách phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

## **1. Tổng quan tình hình và phương pháp nghiên cứu**

### **1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu**

Ở nước ta, từ đầu thế kỷ XXI, những lý luận sơ khai về quan điểm và điều kiện phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đã lần đầu tiên được đề cập trong Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch thật sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn” do Tổng cục Du lịch và Báo Nhân dân tổ chức (2002). Cũng tại Hội thảo này, một số nhà nghiên cứu đã bàn luận về giải pháp phát triển du lịch Việt Nam và du lịch của một số địa phương trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Từ đầu năm 2017, sau khi Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị được ban hành, thực tiễn phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn cũng được nghiên cứu nhiều hơn. Các nghiên cứu này tập trung chủ yếu vào đánh giá thực tiễn phát triển du lịch ở nước ta và đề xuất một số khuyến nghị nhằm phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó có đề xuất tăng cường một số chính sách về pháp luật, xuất nhập cảnh, tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động du lịch,...

Bên cạnh đó, cũng có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đề cập đến nội dung các chính sách phát triển du lịch (Đổng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình, 2001; Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie, 2009; Vũ Đức Minh, 2009; John R. Walker, Josieelyn T. Walker, 2011;...). Để phát triển du lịch, các tác giả đã có sự đồng thuận khá cao về việc triển khai đồng bộ nhiều chính sách khác nhau, chẳng hạn như chính sách xuất nhập cảnh đối với du khách; chính sách marketing nhằm quảng bá, xúc tiến du lịch đến khách hàng; chính sách thuế đối với khách du lịch; chính sách đầu tư vào cơ sở hạ tầng (CSHT) du lịch và thu hút đầu tư phát triển cơ sở vật chất (CSVC) du

lịch để góp phần tạo điều kiện du lịch thuận lợi cho du khách;...

Có thể nhận thấy, việc nghiên cứu chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn chưa được luận giải chặt chẽ và hệ thống về mặt lý luận. Ở góc độ thực tiễn, việc nghiên cứu chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn ở nước ta cũng đã được đề cập song chưa toàn diện. Với việc kế thừa kết quả của các công trình đã công bố, những khoảng trống nêu trên sẽ được giải quyết cụ thể hơn trong nghiên cứu này.

### **1.2. Phương pháp nghiên cứu**

Bài viết giới hạn sử dụng dữ liệu thứ cấp để hệ thống hóa chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; phân tích thực trạng một số chính sách và luận giải những vấn đề đặt ra đối với chính sách phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

## **2. Một số vấn đề lý luận cơ bản về chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn**

### **2.1. Ngành kinh tế du lịch mũi nhọn**

Bàn về ngành kinh tế du lịch, đã có nhiều định nghĩa được đưa ra. Theo David Weaver, Martin Oppermann (2000) “Ngành du lịch được định nghĩa là tổng hợp các hoạt động công nghiệp và thương mại để sản xuất các hàng hóa và dịch vụ phục vụ toàn bộ hoặc chủ yếu nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch”. Trong khi đó, Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009) lại định nghĩa cụ thể hơn “Ngành du lịch là ngành tổng hợp các yếu tố lữ hành, khách sạn, vận chuyển và các yếu tố cấu thành khác kể cả xúc tiến quảng bá nhằm phục vụ các nhu cầu và mong muốn đặc biệt của khách du lịch”. Các tác giả Đổng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình (2009) cho rằng “Ngành du lịch là sản nghiệp có tính tổng hợp lấy du khách làm đối tượng, cung cấp sản phẩm cần thiết và dịch vụ cho du khách, tạo điều kiện tiện lợi cho hoạt động du lịch của họ”,... Mặc dù định nghĩa về ngành du lịch có các cách hiểu khác nhau nhưng về cơ bản có thống nhất ở

hai điểm: ngành du lịch là một ngành dịch vụ có tính tổng hợp và ngành du lịch có mục đích phục vụ các nhu cầu của khách du lịch.

Nói đến ngành kinh tế du lịch, có thể thấy nổi bật lên những đặc trưng như có tính tổng hợp; có tính phục vụ/là ngành dịch vụ; có tính không biên giới; có tính thời vụ; có tính nhạy cảm; có tính phụ thuộc,... (Đặng Đức Đạm, 2002; Vũ Đức Minh, 2009 và Đồng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình, 2009). *Tính tổng hợp* của ngành du lịch được thể hiện rõ nét ở chỗ du lịch khai thác lợi thế tổng hợp về tự nhiên, sinh thái, văn hóa, xã hội, lịch sử,... và mọi nguồn lực của nền kinh tế. Cụ thể, để đáp ứng được nhu cầu tổng hợp của khách du lịch về đi lại, ăn uống, tham quan, giải trí, mua sắm,... hoạt động kinh doanh du lịch (KDDL) phải là sự tổng hợp của nhiều ngành nghề cung ứng các hàng hóa và dịch vụ khác nhau. *Tính phục vụ* của ngành du lịch thể hiện ở chỗ ngành du lịch cung cấp chủ yếu là sản phẩm dịch vụ với đầy đủ các đặc điểm vô hình, không tách rời, không đồng nhất và không lưu trữ. *Tính không biên giới* của ngành du lịch được lý giải bởi du lịch gắn liền với sự dịch chuyển. Việc phục vụ nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch không giới hạn về không gian, vị trí địa lý, thậm chí có thể vượt qua biên giới của một quốc gia. *Tính thời vụ* của ngành du lịch cũng thể hiện rõ nét bởi các hoạt động KDDL có cường độ và tần suất khác nhau tùy vào từng khoảng thời gian trong năm. Những dịp lễ, tết,... trong năm thường là khoảng thời gian chính vụ, nhu cầu về du lịch thường tập trung cao và ngược lại. *Tính nhạy cảm* của ngành du lịch thường cao hơn nhiều ngành kinh tế khác, chịu sự tác động của nhiều yếu tố kinh tế, chính trị, pháp luật, xã hội, an ninh, tự nhiên,... Ngành du lịch cũng có tính phụ thuộc vào tài nguyên du lịch, vào trình độ phát triển kinh tế của quốc gia nguồn khách cũng như quốc gia điểm đến,...

Là một ngành kinh tế, du lịch có vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Trước hết, ngành du lịch có vai trò đóng góp vào tổng sản phẩm quốc nội (Gross Domestic Product - GDP) của một quốc gia, có thể góp phần cải thiện cán cân thanh toán quốc gia. Bên cạnh đó, ngành du lịch còn có vai trò quan trọng trong thu nhập quốc dân và tạo việc làm, từ đó góp phần phát triển KT-XH quốc gia. Như vậy, ngành kinh tế du lịch có vai trò quan trọng trong việc phát triển của mỗi quốc gia. (David Weaver, Martin Oppermann, 2000; Đồng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình, 2001; Cao Sỹ Kiêm, 2002; Vũ Đức Minh, 2009; Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie, 2009; Jonh R. Walker, Josieelyn T. Walker, 2011).

Những đóng góp của ngành du lịch đối với nền kinh tế của mỗi quốc gia là không thể phủ nhận. Tuy nhiên, tùy thuộc vào quan điểm, điều kiện phát triển mà mỗi quốc gia có thể coi du lịch là ngành kinh tế quan trọng, ngành kinh tế mũi nhọn hay không. Theo đúc kết của tác giả Cao Sỹ Kiêm (2002) và Nguyễn Quang Thái (2002), một ngành được gọi là kinh tế mũi nhọn nghĩa là ngành có vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân và phải đảm bảo các điều kiện cơ bản:

- Phát triển với tốc độ cao, bền vững, phát huy được lợi thế so sánh

- Có đóng góp quan trọng vào sự phát triển KT-XH của quốc gia, thể hiện ở các tiêu chí: tỷ trọng đóng góp vào GDP cao (6-10%), tạo nhiều cơ hội việc làm, thúc đẩy phát triển các ngành kinh tế khác,...

- Có khả năng cạnh tranh về chất lượng sản phẩm, hệ thống doanh nghiệp thật sự phát triển, hiệu quả kinh doanh tổng hợp của toàn ngành cao.

Đồng nhất với quan điểm nêu trên, Phùng Hữu Phú (2002) cũng đã quan niệm "Ngành kinh tế du lịch mũi nhọn là ngành kinh tế có vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, sự phát triển của nó có ý nghĩa nhiều mặt đối với nền kinh tế và đời

sống nhân dân, góp phần nâng vị thế của quốc gia trên trường quốc tế”.

Tóm lại, du lịch chỉ có thể phát triển trở thành ngành kinh tế mũi nhọn khi ngành kinh tế du lịch phải không ngừng phát triển và phát triển bền vững, phải khẳng định được vai trò quan trọng về KT-XH, về sự đóng góp vào tổng sản phẩm quốc nội, tạo việc làm, thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Quan điểm này cũng phù hợp với thực tiễn ở nhiều nước mà du lịch đang được coi là ngành kinh tế mũi nhọn như Thụy Sĩ, Thái Lan, Singapore,...

**2.2. Các chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn**

Việc phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn không chỉ cần có mục tiêu phát triển du lịch rõ ràng, những giải pháp và nhiệm vụ phát triển du lịch cụ thể mà cần thiết phải triển khai được những chính sách phát triển du lịch phù hợp (xem bảng 2.1).

*Chính sách xuất nhập cảnh*

Chính sách xuất nhập cảnh liên quan trực tiếp đến việc thực hiện chuyển đi của khách du lịch quốc tế. Chính sách xuất nhập cảnh được thể hiện ở việc Chính phủ có quyết định miễn giảm visa hoặc các quy định về thủ tục xuất nhập cảnh có được nói lỏng (về thời gian và hình thức xin visa, về thời hạn của visa,...),... hay không. Thông thường, chính sách xuất nhập cảnh càng thuận lợi, khách du lịch quốc tế càng có xu hướng gia tăng.

*Chính sách marketing*

Hoạt động marketing thực sự cần thiết để nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm mới, xúc tiến, quảng bá và phân phối sản phẩm,... nhằm tạo lập hình ảnh, uy tín và phát triển du lịch quốc gia. Hoạt động marketing được triển khai thông qua chính sách đầu tư ngân sách cho quảng bá du lịch; chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các sự kiện văn hóa, du lịch quốc gia và quốc tế; chính sách đầu tư nghiên cứu và định hướng khai thác các tuyến, điểm du lịch mới,...

**Bảng 2.1:** Các chính sách phát triển du lịch chủ yếu

<b>Chính sách phát triển du lịch</b>	<b>Nguồn</b>
Chính sách xuất nhập cảnh	Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009)
Chính sách marketing	Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009) Đổng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình (2001) Jonh R. Walker, Josieelyn T. Walker (2011) Vũ Đức Minh (2009)
Chính sách đào tạo	Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009) Đổng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình (2001) Jonh R. Walker, Josieelyn T. Walker (2011)
Chính sách pháp luật	Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009) Jonh R. Walker, Josieelyn T. Walker (2011) Vũ Đức Minh (2009)
Chính sách thuế	Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009) Vũ Đức Minh, 2009
Chính sách đầu tư phát triển CSHT và thu hút đầu tư phát triển CSVC du lịch	Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009) Jonh R. Walker, Josieelyn T. Walker (2011) Vũ Đức Minh (2009)

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

### *Chính sách đào tạo*

Yếu tố nhân lực trong lĩnh vực dịch vụ nói chung và du lịch nói riêng được khẳng định vị trí và vai trò quan trọng. Do đó, vấn đề giáo dục và đào tạo nhân lực không chỉ thuộc về trách nhiệm của cơ sở kinh doanh du lịch mà còn là trách nhiệm chung của Chính phủ mỗi quốc gia. Chính sách đào tạo được thể hiện thông qua hoạt động hỗ trợ nâng cao nhận thức, kiến thức, kỹ năng cho người tham gia cung cấp dịch vụ du lịch; hoạt động chỉ đạo xây dựng chương trình đào tạo, tạo đầu mối hợp tác trong đào tạo du lịch,... nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch.

### *Chính sách pháp luật*

Môi trường pháp lý hỗ trợ rất đặc lực cho sự phát triển du lịch. Hệ thống pháp luật chặt chẽ, đồng bộ, toàn diện sẽ tạo môi trường thuận lợi cho các cơ sở kinh doanh du lịch, bảo đảm quyền lợi hợp pháp cho khách hàng cũng như các đối tượng khác tham gia vào hoạt động du lịch.

Như vậy, có thể thấy, một khi các chính sách phát triển du lịch là phù hợp, tạo được động lực để du lịch phát triển nhanh, bền vững, khẳng định được vai trò quan trọng về KT-XH, nâng cao được năng lực cạnh tranh của quốc gia trong khu vực và trên thế giới thì cũng được xem là các chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Điều này cũng đồng nghĩa với việc, để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tùy thuộc vào tiềm năng và điều kiện phát triển du lịch của mỗi quốc gia, cần phải có những điều chỉnh về nội dung chính sách để thực hiện tốt các tiêu chí đóng góp của du lịch về kinh tế, xã hội không chỉ trong trước mắt mà còn cả về lâu dài.

### *Chính sách thuế*

Thuế là nguồn thu quan trọng cho ngân sách quốc gia. Trong lĩnh vực du lịch, chính sách thuế thường được đưa ra dưới hình thức gián thu đối với các dịch vụ du lịch hoặc thuế trực tiếp lên du khách, bao gồm: (1) Thuế sản phẩm du lịch có tính chất thương mại (Thuế VAT); (2) Thuế đối với

người tiêu dùng khi là khách du lịch (Thường áp dụng đối với khách du lịch quốc tế và được thu tại cửa khẩu, như là thuế đối với khách du lịch out-bound nhằm hạn chế dòng ngoại tệ chảy ra nước ngoài, thuế nhập cảnh - dưới dạng các khoản lệ phí đối với khách quốc tế inbound, thuế hải quan - thuế xuất nhập khẩu đối với hàng hóa vượt quá số lượng quy định,...); (3) Thuế sử dụng tiện nghi du lịch (dưới dạng các khoản phí khi khách hàng sử dụng dịch vụ vui chơi giải trí, tham quan khu du lịch,... - bao gồm trong giá vé vào cửa).

### *Chính sách đầu tư phát triển CSHT & thu hút đầu tư phát triển CSVC du lịch*

Để phát triển du lịch, hệ thống CSHT phục vụ du lịch cần phải được tạo lập nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tiếp cận điểm đến, sinh hoạt cũng như giao tiếp. Bên cạnh đó, nhằm thỏa mãn nhu cầu của du khách, Chính phủ cũng cần có các chính sách hấp dẫn để thu hút đầu tư tạo dựng hệ thống CSVC du lịch tiện nghi, đồng bộ.

Các chính sách đầu tư phát triển CSHT được phân cấp quản lý và đầu tư từ Trung ương đến địa phương, trên cơ sở các nguồn vốn đầu tư từ ngân sách Nhà nước, các nguồn vốn vay ODA, vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài (FDI), các nguồn tài trợ của các tổ chức, các quốc gia,... Các nguồn vốn đầu tư sẽ được sử dụng để xây dựng đường xá, cầu cống; hệ thống thông tin liên lạc; hệ thống điện, cấp thoát nước,...

Song song với hệ thống CSHT phục vụ du lịch, mỗi quốc gia đều cần thu hút đầu tư vào CSVC du lịch thông qua các chính sách cụ thể về ưu đãi thuế đất, thuế thu nhập doanh nghiệp,...

### **3. Chính sách và kết quả phát triển du lịch nước ta thời gian qua**

#### **3.1. Thực trạng chính sách phát triển du lịch của nước ta**

Nhận thức rõ tầm quan trọng của các chính sách phát triển du lịch, từ năm 2011 đến nay, đã có nhiều chính sách được triển khai. Đặc biệt, từ sau khi Nghị quyết 08 về Phát triển du lịch trở

thành ngành kinh tế mũi nhọn, nhiều chính sách đã có những điều chỉnh mạnh mẽ, hướng tới mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Có thể khái quát thực trạng một số chính sách chủ yếu sau đây:

#### *Chính sách xuất nhập cảnh*

Thời gian qua, chính sách xuất nhập cảnh của nước ta đã có nhiều cải cách theo hướng thông thoáng, thuận lợi hơn. Hàng loạt văn bản luật, nghị quyết, nghị định, quyết định, thông tư đã được ban hành với phương châm “ba giảm” (giảm thời gian, giảm thủ tục, giảm chi phí). Thực tế, nhiều đối tượng đã được xem xét miễn visa khi đến nước ta, bao gồm: Việt kiều, người nước ngoài là vợ, chồng, con của Việt kiều hoặc của công dân Việt Nam; công dân của một số nước; khách du lịch của một số nước đi theo tour qua các doanh nghiệp lữ hành.

Đặc biệt từ đầu năm 2017, thực hiện chủ trương phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chính sách xuất nhập cảnh đã có những chuyển biến mạnh mẽ. Trước hết phải kể đến việc áp dụng cấp thị thực điện tử (e-visa). Từ ngày 01/02/2017, Nghị định 07/2017/NĐ-CP của Chính phủ cho phép công dân của 40 nước trên thế giới được nhập cảnh vào Việt Nam với mục đích du lịch, tìm kiếm đối tác kinh tế,... thông qua hệ thống e-visa. Nghị định cũng quy định rõ, trong thời hạn 03 ngày làm việc, kể từ ngày nhận đủ thông tin đề nghị và phí cấp thị thực, Cục Quản lý xuất nhập cảnh (Bộ Công an) phải xem xét, giải quyết và trả lời người đề nghị cấp thị thực điện tử tại Trang thông tin cấp thị thực điện tử. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng rất chú trọng đến chính sách xuất nhập cảnh cho khách du lịch quốc tế trọng điểm, có sức chi trả cao. Cụ thể: Sau khi kết thúc thời gian gia hạn miễn visa lần 1 vào ngày 30/6/2017, Chính phủ tiếp tục gia hạn lần 2 chính sách miễn visa cho du khách từ 5 nước Tây Âu (Anh, Pháp, Đức, Italia, Tây Ban Nha) trong khoảng thời gian từ ngày 01/7/2017 đến 30/6/2018

nếu có thời gian lưu trú không quá 15 ngày. Kết quả là khách du lịch quốc tế từ 5 quốc gia này đã tăng vọt lên.

Tính đến cuối tháng 12/2017, đã có 22 quốc gia được miễn giảm visa khi đến Việt Nam, trong đó miễn visa đơn phương cho công dân 13 nước (Nhật Bản, Hàn Quốc, Na Uy, Phần Lan, Đan Mạch, Thụy Điển, Nga, Anh, Pháp, Đức, Italia, Tây Ban Nha,...) và miễn visa song phương với 9 nước trong khối ASEAN (Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thái Lan). Tuy nhiên, trong số 22 nước này có khá nhiều quốc gia được đánh giá là “lạ lẫm”, ít quan tâm và lựa chọn đi du lịch Việt Nam, chẳng hạn như Belarus, Chile,... Bên cạnh đó, 10 quốc gia có lượng khách du lịch đến Việt Nam nhiều nhất lại gần như không có tên trong danh sách được miễn giảm visa. Điều này cho thấy việc miễn giảm visa chưa thật sự đúng với thị trường khách có nhu cầu cao.

Một hạn chế nữa của chính sách visa là xem xét miễn giảm visa từng năm, khách được miễn visa với thời hạn 15 ngày, khi rời khỏi Việt Nam thì 30 ngày sau mới được nhập cảnh trở lại. Điều này cũng gây khó khăn cho việc thu hút khách.

#### *Chính sách marketing*

Giai đoạn vừa qua, chính sách marketing đã được tăng cường mạnh mẽ. Trước hết là việc tiếp thị khá thành công hình ảnh du lịch Việt Nam “vẻ đẹp bất tận”. Ngoài ra, ngành du lịch nước ta cũng đã tích cực hơn trong việc tham gia các hội chợ, sự kiện du lịch quốc tế lớn (Travex, ITB Đức, MITT Nga, VTM Anh,...); tổ chức các sự kiện văn hóa; mời cơ quan truyền thông nước ngoài đến tìm hiểu sản phẩm, đưa tin quảng bá, giới thiệu đất nước và con người Việt Nam; gắn quảng bá du lịch với điện ảnh; giới thiệu được website “Xúc tiến du lịch Việt Nam” với 3 ngôn ngữ Việt, Anh, Nhật; triển khai các chiến dịch e-marketing nhằm nâng chất lượng truyền thông hình ảnh du lịch Việt Nam;...

Tuy nhiên, so với nhiều nước trong khu vực, hiện nay, nguồn kinh phí xúc tiến quảng bá cho du lịch Việt Nam còn thấp, trung bình chỉ khoảng 2 triệu USD/năm (bằng khoảng 2,9% của Thái Lan, 2,5% của Singapore và 1,9% của Malaysia). Việc tham gia các hội chợ, sự kiện du lịch quốc tế của Việt Nam cũng còn khiêm tốn.

Bên cạnh đó, việc thành lập các Trung tâm Xúc tiến Đầu tư Thương mại Du lịch/Trung tâm Xúc tiến Du lịch tại 58/63 tỉnh, thành trong cả nước cùng với sự chủ động của các doanh nghiệp du lịch đã góp phần không nhỏ trong việc quảng bá hình ảnh du lịch quốc gia.

Đặc biệt, để triển khai quy định về Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch của Luật Du lịch 2017, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cũng đang tiến hành xây dựng dự thảo thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch với các nội dung về bộ máy quản lý, chức năng, nhiệm vụ, nguồn vốn, cơ chế hoạt động,... để trình Chính phủ phê duyệt. Khi Quỹ chính thức được đi vào vận hành, chắc chắn rằng nguồn ngân sách marketing sẽ dồi dào hơn nhờ sự góp sức chính thức từ phía các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch; phần trích lập Quỹ tăng thêm từ lệ phí visa, vé tham quan,... của khách hàng ngoài khoản ngân sách nhà nước cấp. Bên cạnh đó, các nội dung hoạt động marketing nhằm nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, xúc tiến quảng bá, củng cố thương hiệu du lịch,... cũng sẽ được triển khai thiết thực và hiệu quả hơn.

### *Chính sách đào tạo*

Thời gian qua, chính sách đào tạo nhân lực du lịch cũng đã được chú trọng. Dưới sự chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tổ chức, chỉ đạo các Sở Du lịch tổ chức nhiều chương trình đào tạo, hỗ trợ đào tạo nhân lực quản lý nhà nước về du lịch, nhân lực tại các cơ sở kinh doanh du lịch thông qua các lớp học, hội thảo, hội thi nghề,... Ngoài ra, ngành du lịch nước ta cũng đã có chính sách phối hợp chặt chẽ với các tổ chức quốc tế trong đào tạo nhân lực du lịch. Với sự giúp

đỡ của dự án EU-ESRT, hệ thống đào tạo nghề du lịch, bao gồm hệ thống Tiêu chuẩn nghề du lịch Việt Nam (VTOS) đã được triển khai rộng rãi toàn ngành. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng đã chỉ đạo Bộ Giáo dục và Đào tạo phối hợp với nhiều ban ngành thúc đẩy nâng cao năng lực đào tạo, bồi dưỡng của hệ thống cơ sở đào tạo du lịch cả nước.

Theo thống kê của Tổng cục Du lịch, đến năm 2017, cả nước có 62 trường đại học, 80 trường cao đẳng, 117 trường trung cấp, 2 công ty đào tạo và 23 trung tâm tham gia đào tạo và cung ứng nhân lực du lịch. Mỗi năm, các cơ sở đào tạo cung ứng khoảng 20.000 lao động. Tuy nhiên, tính đến năm 2015, tỷ lệ lao động có chuyên môn về du lịch của cả nước chiếm gần 45% tổng số; hơn 60% lao động biết và sử dụng được các ngoại ngữ khác nhau; sang đến giữa năm 2017, trong toàn ngành chỉ có 42% lao động được đào tạo về du lịch, 38% lao động được đào tạo từ các ngành khác chuyển sang và khoảng 20% chưa qua đào tạo chính quy mà chỉ được huấn luyện tại chỗ. Có thể thấy, năng lực cũng như tốc độ phát triển của các cơ sở đào tạo du lịch nước ta chưa đáp ứng đủ nhu cầu thực tế.

Cùng với kế hoạch triển khai Nghị quyết 08 về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, Chính phủ đã chỉ đạo Bộ Giáo dục và Đào tạo tổ chức triển khai đổi mới chương trình đào tạo du lịch gắn với thực hành. Ngày 20/10/2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã chính thức ban hành công văn hướng dẫn các trường đại học, học viện xây dựng đề án đào tạo các ngành về du lịch theo cơ chế đặc thù giai đoạn 2017-2020. Nội dung đề án đã quy định rõ, các trường chủ động xây đổi mới, xây dựng chương trình đào tạo về du lịch, trong đó có từ 50% thời gian đào tạo tại các cơ sở thực tế. Như vậy, đề án đã đặt ra yêu cầu các cơ sở đào tạo phải tăng cường hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp trong đào tạo; người học không chỉ học “chay” mà còn được rèn luyện kỹ năng, thực hành, thực tập nghề nghiệp ngay tại doanh nghiệp



với môi trường và điều kiện đảm bảo, từ đó tăng cường khả năng làm việc ngay, đáp ứng tốt nhu cầu của doanh nghiệp sau khi tốt nghiệp. Có thể nói, đề án này mở ra cơ hội đáp ứng cả về số lượng và chất lượng nguồn nhân lực du lịch của cả nước trong thời gian tới.

#### *Chính sách pháp luật*

Có thể nói, điểm nổi bật nhất của chính sách pháp luật thời gian qua là đã ban hành được Luật Du lịch 2017 thay thế cho Luật Du lịch 2005. Theo lãnh đạo Tổng cục Du lịch, Luật Du lịch 2017 đã có nhiều điểm đổi mới, phù hợp hơn với điều kiện thực tiễn; đã chuyển tải được nhiều tư tưởng của Nghị quyết 08 của Bộ Chính trị, trong đó: (1) Khách du lịch được đưa vào trọng tâm, được bảo vệ lợi ích hợp pháp thông qua các quy định về trách nhiệm của các bên có liên quan; (2) Thủ tục hành chính cũng đã được đơn giản hóa, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các DNLH quốc tế xin giấy phép hoạt động và cơ sở lưu trú (CSLT) du lịch đăng ký xếp hạng; (3) Những hành vi nghiêm cấm trong hoạt động KDDL đã được quy định chi tiết hơn, góp phần đảm bảo môi trường KDDL cạnh tranh lành mạnh; (4) Quy định về tiêu chuẩn hướng dẫn viên (HDV) đã có những điểm đổi mới theo hướng nâng cao chất lượng, đảm bảo chuyên môn, kỹ năng hành nghề, kỹ năng ứng xử,... với khách du lịch tốt hơn; (5) Vấn đề nguồn thu và tổ chức vận hành Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch cũng đã được quy định rõ hơn, tăng cường tính khả thi và hiệu quả của Quỹ;...

Bên cạnh đó, nhiều Nghị định, Thông tư cũng đã được xây dựng và ban hành để hướng dẫn, phổ biến và triển khai Luật Du lịch 2017, tạo hành lang pháp lý vững chắc cho phát triển du lịch.

Ngoài ra, một số văn bản dưới luật cũng đã được phê duyệt nhằm tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tháo gỡ những khó khăn, tạo lập môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch bền vững.

Tuy nhiên, môi trường pháp lý cho phát triển du lịch chưa thật sự thông thoáng. Một số quy định

còn mang tính hình thức, khó áp dụng, hiệu quả không cao.

#### *Chính sách thuế*

Ở nước ta, chính sách thuế trong lĩnh vực du lịch được triển khai dưới nhiều hình thức: thuế VAT, thuế hải quan và một số hình thức khác dưới dạng lệ phí, như lệ phí sân bay, lệ phí khu du lịch,...

Cũng giống như nhiều dịch vụ, hàng hóa khác, khách du lịch cũng phải nộp thuế VAT khi tiêu dùng các sản phẩm du lịch có tính chất thương mại như dịch vụ lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí,... Từ năm 2012, chính sách hoàn thuế giá trị gia tăng (VAT) cho người nước ngoài đã được áp dụng, mang lại lợi ích lớn cho khách du lịch quốc tế, góp phần kích cầu du lịch Việt Nam. Mặc dù vậy, việc triển khai chính sách hoàn thuế VAT lại chưa được thực hiện hiệu quả do 2 nguyên nhân cơ bản: (1) Công tác tuyên truyền, hướng dẫn khách du lịch quốc tế được hoàn thuế và làm thủ tục hoàn thuế VAT chưa tốt khiến nhiều khách du lịch quốc tế không biết được hoàn thuế VAT khi mua sắm; (2) Số lượng các doanh nghiệp đăng ký bán hàng hoàn thuế còn ít; nhiều doanh nghiệp bán hàng hoàn thuế chưa thực hiện đúng nghiệp vụ, gây khó khăn cho công tác kiểm tra hàng hóa, hoàn thuế của cơ quan nhà nước.

Từ ngày 01/10/2017, Bộ Giao thông Vận tải đã đưa ra quy định tăng mức thu đối với phí phục vụ hành khách và bảo đảm an ninh hành khách, hành lý thêm khoảng 30.000 đồng/người. Mặc dù giá vé hàng không không tăng nhưng mức chi phí mà khách hàng phải bỏ ra khi sử dụng dịch vụ hàng không đã tăng lên. Song điều này cũng để được chấp nhận bởi đây là khoản lệ phí hợp lý để góp phần tăng vốn đầu tư ngược trở lại cho hạ tầng hàng không, là phần chi phí không đáng kể so với giá vé hàng không.

Bên cạnh đó, mức thuế hải quan đối với hàng hóa vượt quá số lượng quy định của khách du lịch quốc tế đến, lệ phí sử dụng dịch vụ vui chơi giải trí,

tham quan khu du lịch,... hiện được đánh giá là phù hợp với mặt bằng chung của các nước.

*Chính sách đầu tư phát triển CSHT & thu hút đầu tư phát triển CSVC du lịch*

Theo Tổng cục Du lịch, thời gian qua, đầu tư CSHT (sân bay, bến cảng, cáp treo, đường xá, trạm dừng chân, bến đỗ,...) phục vụ phát triển du lịch đã được Nhà nước rất quan tâm. Riêng năm 2015, nguồn vốn đầu tư của Nhà nước cho phát triển CSHT đạt trên 3.500 tỷ.

Tuy nhiên, các chuyên gia kinh tế cho rằng, mặc dù lượng vốn đầu tư cho CSHT khá lớn nhưng chưa thật sự đáp ứng được nhu cầu phát triển du lịch. Nhiều cảng hàng không quốc tế hiện vẫn còn quá nhỏ hẹp, quá tải vào chính vụ; hệ thống giao thông tiếp cận nhiều điểm du lịch tiềm năng ở vùng sâu, vùng xa còn quá khó khăn; hệ thống trạm dừng chân, bến đỗ chưa được quy hoạch và xây dựng hợp lý, còn thiếu và chất lượng phục vụ khách du lịch chưa tốt;... Trong khi đó, việc huy động vốn tư nhân, vốn ODA đầu tư vào CSHT còn quá hạn chế.

Để giải quyết vấn đề này, ngày 23/11/2017, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 1861/QĐ-TTg Phê duyệt chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2016-2020 với mục tiêu tổng quát là phát triển CSHT du lịch đồng bộ, hiện đại, thuận lợi. Tổng kinh phí của chương trình lên tới 30.664,551 tỷ đồng, được huy động từ ngân sách trung ương, ngân sách địa phương, ODA và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác.

Thời gian qua, chính sách thu hút đầu tư CSVC du lịch cũng được triển khai mạnh mẽ. Nhiều chính sách ưu đãi về tiền thuê đất, thuế thu nhập doanh nghiệp, tạo điều kiện trong giải phóng mặt bằng, hỗ trợ cơ sở hạ tầng,... cho các nhà đầu tư vào các khu du lịch, các khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí,... đã được các địa phương ban hành.

Theo Tổng cục Du lịch, nếu năm 2015 cả nước có gần 20.000 cơ sở lưu trú (CSLT) với hơn 419.280 buồng, tăng hơn 29.000 buồng so với

mục tiêu chiến lược đặt ra; trong đó có 752 CSLT được xếp hạng 3-5 sao; thì đến cuối năm 2017, số cơ sở lưu trú du lịch trong cả nước đã tăng lên là 25.000, trong đó có 15.800 cơ sở lưu trú đã được xếp hạng, 110 khách sạn 5 sao, 4 khu căn hộ du lịch 5 sao và 75 biệt thự du lịch cao cấp. Lĩnh vực khách sạn, khu nghỉ dưỡng cũng đã thu hút được nhiều nhà đầu tư lớn, uy tín trong và ngoài nước như Tập đoàn Accord, IHG, Marriot, Hilton, Park Hyatt, Vingroup, Sun Group, Mường Thanh,... Một số CSLT không đảm bảo tiêu chuẩn xếp hạng cũng đã bị thu hồi hạng sao, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú du lịch.

Bên cạnh đó, hàng loạt khu vui chơi giải trí hiện đại mang tầm cỡ quốc tế của nhiều nhà đầu tư có tiềm lực cũng đã được đưa vào hoạt động nhằm gia tăng giá trị, hiện đại hóa CSVC du lịch, điển hình như Vinpearl Phú Quốc, Vinpearl Quy Nhơn, Vinpearl Hạ Long,... Tuy nhiên, quy mô và số lượng của các khu vui chơi giải trí vẫn còn yếu và thiếu so với nhu cầu của khách du lịch.

### **3.2. Kết quả phát triển du lịch nước ta**

Kể từ sau khi Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, cùng với việc triển khai hàng loạt chính sách phát triển du lịch nói trên, ngành du lịch nước ta đã đạt được những kết quả rất khả quan. Đóng góp của ngành du lịch vào nền kinh tế quốc dân ngày càng được khẳng định. Cụ thể:

#### *Về tình hình khách và tổng thu từ khách du lịch*

Theo Tổng cục Du lịch Việt Nam, giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng trung bình của khách quốc tế đạt 5,7%/ năm, tốc độ tăng trưởng khách nội địa đạt khoảng 16,3%/ năm, tổng thu từ khách du lịch của cả nước đạt mức tăng trưởng trung bình hơn 25%/ năm. Giai đoạn 2016 - 2017, lượng khách và tổng thu từ khách du lịch của nước ta vẫn giữ được tốc độ phát triển tốt. Trong năm 2017, khách quốc tế đạt 12,9 triệu lượt, tăng 12,9% so với năm 2016 và gấp hơn 2 lần so với

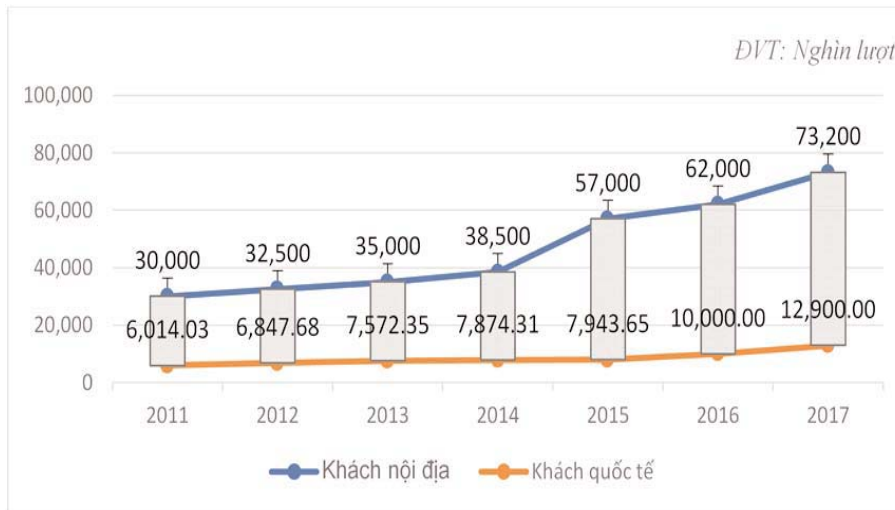
năm 2010; khách nội địa đạt 73,2 triệu lượt, tăng hơn 11,81% so với năm 2016 và gấp 2,44 lần so với năm 2010; tổng thu từ khách du lịch đạt khoảng 510.900 tỷ đồng, tăng trên 12,77% so với năm 2016 (xem hình 3.1).

Về tình hình đóng góp của ngành du lịch đối với nền kinh tế quốc dân

Đóng góp vào GDP quốc gia: Giai đoạn 2011-2017, đóng góp của du lịch vào GDP quốc gia đã được cải thiện đáng. Nếu năm 2011, tổng đóng

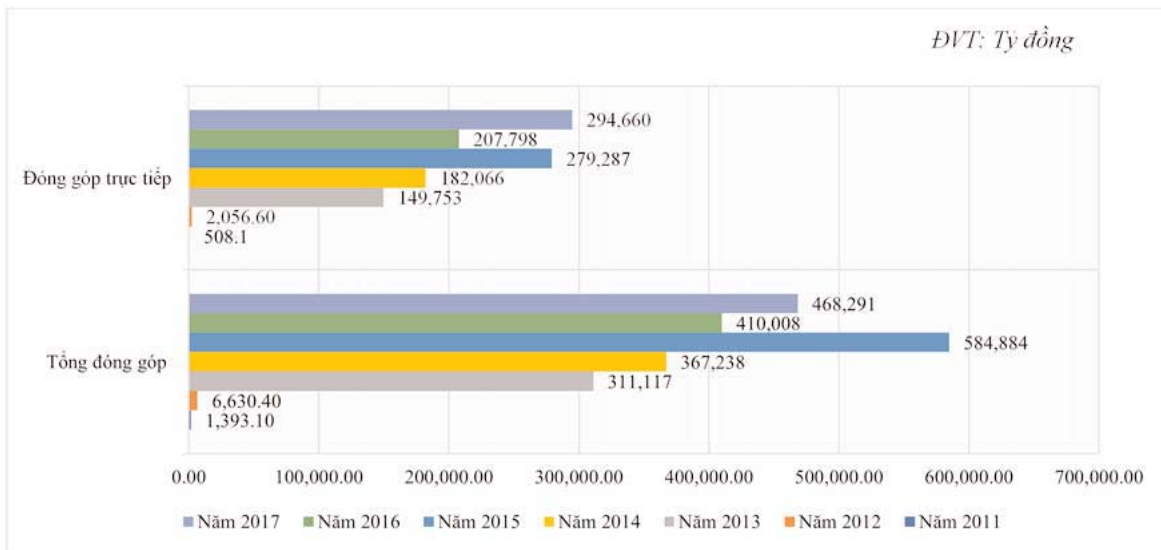
góp của du lịch vào GDP quốc gia chỉ là 1.393,1 tỷ đồng thì năm 2017 con số này đạt 468.291 tỷ đồng. Đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP quốc gia cũng tăng nhanh, năm 2011 là 508,1 tỷ đồng thì năm 2017 đã tăng 5,8 lần, đạt 294.660 tỷ đồng (xem hình 3.2).

Sự đóng góp của ngành du lịch vào GDP cả nước cũng rất quan trọng, tổng đóng góp liên tục chiếm trên 9%



Nguồn: Tổng cục Du lịch

**Hình 3.1:** Khách nội địa và khách quốc tế của Việt Nam giai đoạn 2011-2017



Nguồn: WTTC

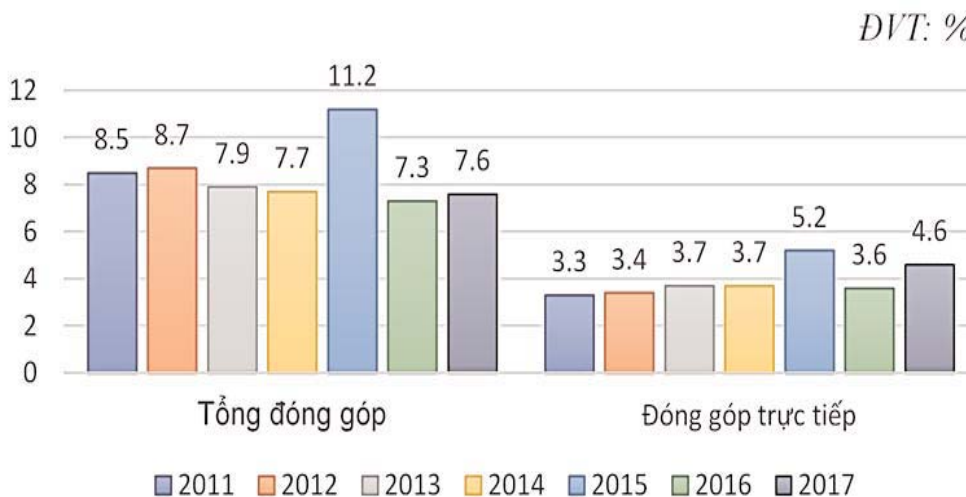
**Hình 3.2:** Đóng góp của du lịch vào GDP quốc gia giai đoạn 2011-2017

giai đoạn 2012-2017 và đóng góp trực tiếp chiếm trên dưới 6% giai đoạn 2013-2017. Riêng năm 2015, tỷ lệ đóng góp của du lịch vào GDP quốc gia rất cao (chiếm 13,9% tổng đóng góp và 6,6% đóng góp trực tiếp). Năm 2017, tổng đóng góp và đóng góp trực tiếp của du lịch vào GDP cả nước tương ứng là 9,4% và 5,9%, tăng so với năm 2016 (xem hình 3.3).

Đóng góp vào lĩnh vực việc làm toàn quốc: Tương tự như đóng góp vào GDP quốc gia, du lịch đóng góp rất lớn vào việc tạo cơ hội việc làm cho dân cư. Năm 2011, tổng đóng góp của du lịch vào lĩnh vực việc làm toàn quốc 18.769.500 việc làm thì năm 2017 là 4.061.000 việc làm. Trong đó, đóng góp trực tiếp của du lịch vào lĩnh vực việc làm toàn quốc năm 2011 là 7.281.000 việc làm và năm 2017 tăng lên là 2.467.500 việc làm.

Tỷ lệ đóng góp của du lịch vào lĩnh vực việc làm cũng khá cao. Giai đoạn 2011-2017, tỷ lệ tổng đóng góp việc làm của ngành du

lịch chiếm trên 7,3% và tỷ lệ đóng góp trực tiếp chiếm trên 3,3% trên cả nước (xem hình 3.4).



Nguồn: WTTC

**Hình 3.4:** Tỷ lệ đóng góp của du lịch vào lĩnh vực việc làm toàn quốc

### Về đầu tư du lịch

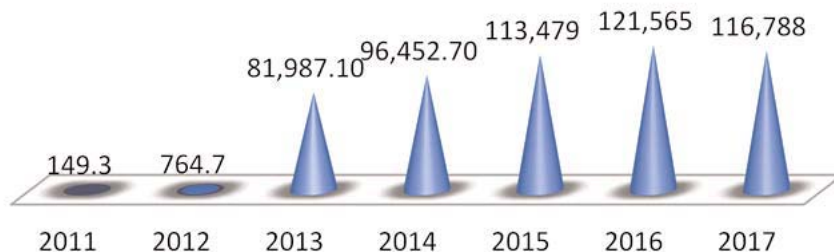
Cùng với sự tăng trưởng về đóng góp vào GDP, vào lĩnh vực việc làm, du lịch cũng đóng góp khá tốt vào lĩnh vực đầu tư. Nếu giai đoạn 2011-2012 chỉ chiếm 4,6-4,7% thì giai đoạn 2013-2016 đã



Nguồn: WTTC

**Hình 3.3:** Tỷ lệ đóng góp của du lịch vào GDP quốc gia giai đoạn 2011-2017

chiếm 7,9-10,4% trong tổng đầu tư cả nước. Năm 2017, đầu tư vào lĩnh vực du lịch đã đạt được 116.788 tỷ đồng, tăng gần 8 lần so với năm 2011 (xem hình 3.5).



Nguồn: WTTC

**Hình 3.5:** Đầu tư vào lĩnh vực du lịch giai đoạn 2011-2017

**4. Đánh giá chung về kết quả phát triển du lịch và những vấn đề đặt ra đối với chính sách phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn**

**4.1. Đánh giá chung về kết quả phát triển du lịch nước ta**

Mặc dù tỷ lệ đóng góp đã được cải thiện đáng kể song quy mô đóng góp của du lịch nước ta vào nền kinh tế quốc gia vẫn chỉ ở mức thấp. Vài năm trở lại đây, du lịch Việt Nam chỉ đứng thứ 40/184 nước về quy mô đóng góp trực tiếp vào GDP và xếp thứ 55/184 nước về quy mô tổng đóng góp vào GDP quốc gia.

So sánh kết quả mà ngành du lịch nước ta đã đạt được trong giai đoạn vừa qua với những điều kiện để du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn cho thấy:

Du lịch nước ta đã phát huy được phần nào lợi thế so sánh về nguồn lực, tốc độ phát triển những năm gần đây khá ổn định, bền vững (thể hiện ở tốc độ tăng trưởng khách, tốc độ tăng trưởng thu nhập từ du lịch);

Du lịch nước ta đã có những đóng góp nhất định vào sự phát triển KT-XH của đất nước. Tỷ trọng

đóng góp trực tiếp vào GDP, vào lĩnh vực việc làm ổn định nhưng chưa cao. Ngành du lịch cũng đã góp phần thúc đẩy được nhiều ngành kinh tế khác phát triển như vận tải, thương mại, viễn thông, xây

ĐVT: tỷ đồng

dựng, nông nghiệp,... Điều này đã được minh chứng rõ nét thông qua tỷ lệ tổng đóng góp gián tiếp của du lịch vào GDP và lĩnh vực việc làm khá cao;

Năng lực cạnh tranh về sản phẩm du lịch ngày càng được nâng lên. Nhiều sản phẩm du

lịch đặc thù có giá trị cao, hấp dẫn và thu hút khách. Hệ thống doanh nghiệp du lịch ngày càng lớn mạnh và phát triển. Tuy nhiên việc khai thác tiềm năng tài nguyên du lịch chưa thật sự hiệu quả; hệ thống doanh nghiệp còn yếu kém về năng lực tổ chức và quản lý, quy mô phần nhiều còn nhỏ lẻ; hiện tượng cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các doanh nghiệp vẫn diễn ra khá phổ biến.

**4.2. Những vấn đề đặt ra đối với chính sách phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn**

Để phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thời gian tới, các cấp, ngành cần phải tăng cường phối hợp chặt chẽ, đồng bộ nhằm giải quyết được một số vấn đề đặt ra đối với các chính sách phát triển du lịch nước ta trở thành ngành kinh tế mũi nhọn như sau:

*Thứ nhất*, đối với chính sách xuất nhập cảnh, Chính phủ cần tiếp tục xem xét miễn giảm visa cho công dân một số nước, đặc biệt là các nước có tỷ lệ khách đến Việt Nam cao; mạnh dạn đơn phương miễn giảm visa cho các thị trường khách tiềm năng. Ngoài ra, việc xem xét miễn giảm visa có thể kéo dài hơn, thời hạn miễn visa cần nâng

lên, đồng thời rút ngắn thời gian được phép quay trở lại Việt Nam. Triển khai có hiệu quả hơn việc cấp visa điện tử.

*Thứ hai*, đối với chính sách marketing, Chính phủ cần nhanh chóng phê duyệt và chỉ đạo thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch nhằm tăng cường nguồn kinh phí cho các hoạt động marketing; chỉ đạo triển khai chính sách xã hội hóa nguồn kinh phí phục vụ hoạt động này; cần tiếp tục chỉ đạo duy trì và phát triển các hình thức quảng bá, tuyên truyền du lịch, đặc biệt cần tận dụng triệt để ứng dụng marketing điện tử.

*Thứ ba*, đối với chính sách đào tạo nhân lực, Chính phủ cần tạo điều kiện và chỉ đạo quyết liệt Bộ Giáo dục và Đào tạo phối hợp chặt chẽ với các cơ quan hữu quan trong việc triển khai nhanh chóng, hiệu quả đề án đào tạo nhân lực du lịch theo cơ chế đặc thù, trong đó chú trọng đổi mới chương trình đào tạo gắn với thực hành nhằm góp phần nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực, hạn chế tình trạng phải đào tạo lại; có cơ chế kiểm soát đảm bảo tuyên bố chuẩn đầu ra cả về kiến thức, kỹ năng, ngoại ngữ, thái độ. Ngành du lịch cũng cần tiếp tục tận dụng hiệu quả sự hỗ trợ từ phía các tổ chức quốc tế trong đào tạo nhân lực du lịch.

*Thứ tư*, đối với chính sách pháp luật, trước hết cần triển khai tuyên truyền mạnh mẽ Luật Du lịch 2017 đến tất cả các đối tượng có liên quan nhằm đảm bảo mọi đối tượng chịu sự điều chỉnh của Luật đều biết, hiểu và thực hiện đúng trách nhiệm, quyền hạn cũng như đảm bảo lợi ích theo quy định. Chính phủ cũng cần nhanh chóng chỉ đạo xây dựng và ban hành đồng bộ các Nghị định, Thông tư hướng dẫn triển khai Luật Du lịch 2017, tạo hành lang pháp lý vững chắc, môi trường kinh doanh du lịch thuận lợi, bình đẳng, cạnh tranh lành mạnh. Đặc biệt, cần chú trọng giám sát, chỉ đạo triển khai thực thi các quy định pháp luật, kịp thời nắm bắt và có giải pháp tháo gỡ các khó khăn khi thực thi quy định pháp luật.

*Thứ năm*, đối với chính sách thuế, Chính phủ cần chỉ đạo thực hiện tốt hơn công tác tuyên truyền, hướng dẫn khách du lịch quốc tế về việc được hoàn thuế và làm thủ tục hoàn thuế VAT khi mua sắm tại Việt Nam; có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đủ điều kiện đăng ký bán hàng hoàn thuế; tập huấn nghiệp vụ kỹ lưỡng cho nhân viên các doanh nghiệp để đảm bảo thực hiện đúng việc kê khai hóa đơn, tạo điều kiện thuận lợi cho việc giải quyết thủ tục hoàn thuế đối với khách du lịch quốc tế. Ngoài ra, Chính phủ cũng nên mạnh dạn áp dụng chính sách thuế trực tiếp đối với khách du lịch quốc tế để tăng nguồn thu cho phát triển du lịch mà thực tế nhiều nước áp dụng rất thành công như Nhật Bản, Malaysia, Áo, Bỉ, Pháp, Tây Ban Nha, Mỹ,...

*Thứ sáu*, đối với chính sách phát triển CSHT và thu hút đầu tư CSVC phục vụ du lịch, Chính phủ chỉ đạo triển khai nghiêm túc, đúng tinh thần, mục tiêu của chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2016-2020. Ngoài ra, cần có cơ chế khuyến khích các địa phương mạnh dạn thu hút vốn đầu tư ODA, vốn tư nhân cho phát triển hệ thống sân bay, cáp treo, trạm dừng chân, bến đỗ,... Về CSVCKT du lịch, ngoài việc tiếp tục tạo điều kiện về thuế đất, thuế thu nhập doanh nghiệp,... để thu hút các nhà đầu tư tầm cỡ trong và ngoài nước đầu tư vào hệ thống CSLT, khu vui chơi giải trí chất lượng cao, hiện đại; Chính phủ cũng cần chỉ đạo giám sát, quản lý chặt chẽ việc hoạt động của các cơ sở này, cương quyết đóng cửa hoặc thu hồi thứ hạng sao nếu vi phạm quy định, ảnh hưởng đến uy tín, chất lượng dịch vụ của toàn ngành.

### **Kết luận:**

Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đòi hỏi phải đáp ứng các điều kiện cũng như chính sách phát triển du lịch nhất định. Tuy nhiên, việc triển khai các chính sách phát triển du lịch nước ta thời gian qua mặc dù có nhiều đổi mới, sáng tạo, hiệu quả nhưng cũng còn bất cập. Vì

vậy, mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vẫn còn một khoảng cách khá lớn. Nếu giải quyết được những vấn đề đặt ra về chính sách xuất nhập cảnh, chính sách marketing, chính sách đào tạo, chính sách pháp luật, chính sách thuế, chính sách phát triển CSHT và thu hút đầu tư phát triển CSVN thì chắc chắn đến năm 2020, ngành du lịch nước ta sẽ cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. ♦

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Ban chấp hành Trung ương (2017), *Nghị quyết số 08 - NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Công văn số 4929/BGDĐT- GDĐH ngày 20/10/2017 về việc áp dụng cơ chế đặc thù đào tạo các ngành về du lịch*.
3. Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2009), *Tourism: Principles, Practices & Philosophies*, 11<sup>th</sup> edition, John Wiley & Sons, Inc.
4. Chính phủ (2017), *Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị khóa XII về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
5. David Weaver, Martin Oppermann (2000), *Tourism Management*, John Wiley & Sons Australia, Ltd.
6. Đồng Ngọc Minh, Vương Lôì Đình (2001), *Kinh tế du lịch và du lịch học (sách dịch)*, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
7. John R. Walker, Josieelyn T. Walker (2011), *Tourism: Concepts and Practices*, Pearson Education, USA.
8. Cao Sỹ Kiêm (2002), *Cơ sở lý luận và thực tiễn của chính sách phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch thật sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn”, Báo Nhân dân - Tổng cục Du lịch.

9. Vũ Đức Minh (2009), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, NXB Thống kê, Hà Nội.

10. Phùng Hữu Phú (2002), *Quan điểm và giải pháp phát triển du lịch Hà Nội trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch thật sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn”, Báo Nhân dân - Tổng cục Du lịch.

11. Nguyễn Quang Thái (2002), *Vai trò, vị trí của du lịch trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Phát triển du lịch thật sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn”, Báo Nhân dân - Tổng cục Du lịch.

12. Thủ tướng Chính phủ (2017), *Quyết định số 1861/QĐ-TTg Phê duyệt chương trình mục tiêu phát triển hạ tầng du lịch giai đoạn 2016-2020*.

13. Tổng cục Du lịch (2015), *Báo cáo tóm tắt Kết quả 5 năm (2011-2015) thực hiện Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030*.

14. WTTC (2012,2013,2014,2015,2016,2017, 2018), *Travel & Tourism Economic Impact Vietnam*.

#### **Summary**

Tourism industry has affirmed its increasingly important roles in Vietnam's national economy. However, in order to achieve the goal of becoming the key economic sector of the country by 2020, it needs to work out appropriate policies on visa, marketing, human resource training, law, tax, infrastructure and facilities, etc. Based on the secondary data, the article synthesizes, analyzes, identifies and interprets some theoretical issues on the key tourism industry, policies to turn tourism into a key economic sector, and policy obstacles that need to be removed to develop Vietnam's tourism into a key economic sector in the coming time.