



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN DU LỊCH VIỆT NAM NĂM 2015



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN DU LỊCH VIỆT NAM

2015



MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	3
1. DU LỊCH VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH TOÀN CẦU VÀ KHU VỰC NĂM 2015.....	4
2. DU LỊCH VIỆT NAM QUA CÁC CON SỐ	15
3. HOẠT ĐỘNG LỮ HÀNH VÀ VẬN CHUYỂN.....	21
4. HOẠT ĐỘNG LƯU TRÚ DU LỊCH	27
5. HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN DU LỊCH	32
6. HỢP TÁC QUỐC TẾ	40
7. TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH VIỆT NAM.....	43
PHỤ LỤC	47

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN: Các nước Đông Nam Á

Bộ VH TTDL: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

CSLTDL: Cơ sở lưu trú du lịch

DLBV: Du lịch bền vững

Dự án EU-ESRT: Dự án Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội do Liên minh Châu Âu tài trợ

GDP: Tổng sản phẩm trong nước

HDVDL: Hướng dẫn viên du lịch

TCDL: Tổng cục Du lịch

TCTK: Tổng cục Thống kê

TTCI: Chỉ số năng lực cạnh tranh Lữ hành và Du lịch

TTTTDL: Trung tâm Thông tin du lịch

UNWTO: Tổ chức Du lịch thế giới

WEF: Diễn đàn Kinh tế thế giới

WTTC: Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới

Tổng hợp và biên tập thông tin: Trung tâm Thông tin du lịch

Phối hợp tham gia xây dựng và cung cấp thông tin: các chuyên gia từ vụ Hợp tác quốc tế, vụ Lữ hành, vụ Kế hoạch, Tài chính, vụ Khách sạn, vụ Thị trường du lịch, vụ Tổ chức cán bộ, Văn phòng, Viện Nghiên cứu phát triển du lịch (Tổng cục Du lịch)



LỜI GIỚI THIỆU



Nguyễn Văn Tuấn
Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch

Năm 2015 đã chứng kiến những nỗ lực của ngành Du lịch nhằm lấy lại đà tăng trưởng khách. Có thể nói khoảng thời gian từ tháng 6/2014 đến tháng 6/2015 đã gây nên những khó khăn chưa từng có đối với ngành Du lịch Việt Nam. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam giảm 13 tháng liên tục do những tác động của các biến cố khách quan và cả nguyên nhân chủ quan. Trong bối cảnh đó, nhờ sự quan tâm và vào cuộc quyết liệt của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự phối hợp của các Ban, Bộ, ngành, địa phương cùng sự cố gắng của toàn Ngành, nhiều giải pháp, chính sách đã được ban hành và thực thi hiệu quả, tạo lực đẩy quan trọng đưa du lịch vượt qua khó khăn, trở lại quỹ đạo tăng trưởng.

Nhờ sự phục hồi trong nửa cuối năm 2015, lượng khách quốc tế đến Việt Nam vẫn tăng 0,9% so với năm 2014, đạt 7,94 triệu lượt; khách nội địa đạt 57 triệu lượt; tổng thu từ khách du lịch đạt 355,5 nghìn tỷ đồng.

Năm 2015, ngành Du lịch Việt Nam kỷ niệm 55 năm ngày thành lập (1960-2015) và chứng kiến những dấu ấn quan trọng, tạo nền tảng cơ bản cho sự phục hồi và tăng trưởng cho năm 2016 và những năm tiếp theo. Đó là những chính sách về miễn thị thực cho một số thị trường trọng điểm, tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, cải thiện môi trường du lịch, tháo gỡ khó khăn, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, nâng cao nhận thức của xã hội về du lịch. Cùng với đó là sự vươn lên của các doanh nghiệp, đặc biệt là các nhà đầu tư chiến lược trong lĩnh vực kinh doanh cơ sở lưu trú, tổ hợp vui chơi giải trí cao cấp đã góp phần tạo bước đột phá, nâng cao chất lượng và năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam.

Đảng và Nhà nước ta đã xác định mục tiêu phát triển du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn vào năm 2020. Du lịch Việt Nam có tiềm năng lớn và còn nhiều dư địa phát triển. Trong thời gian tới, ngành Du lịch sẽ tập trung nghiên cứu và đề xuất xây dựng hành lang pháp lý, cơ chế chính sách tạo điều kiện thuận lợi nhất cho kinh tế du lịch phát triển, đóng góp ngày càng nhiều vào GDP đất nước, khai thác hiệu quả và bền vững tài nguyên du lịch Việt Nam.

Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam năm 2015 sẽ cung cấp bức tranh toàn cảnh về kết quả hoạt động của Ngành trong năm 2015, đóng góp của du lịch vào nền kinh tế quốc dân và triển vọng phát triển trong những năm tiếp theo.



1

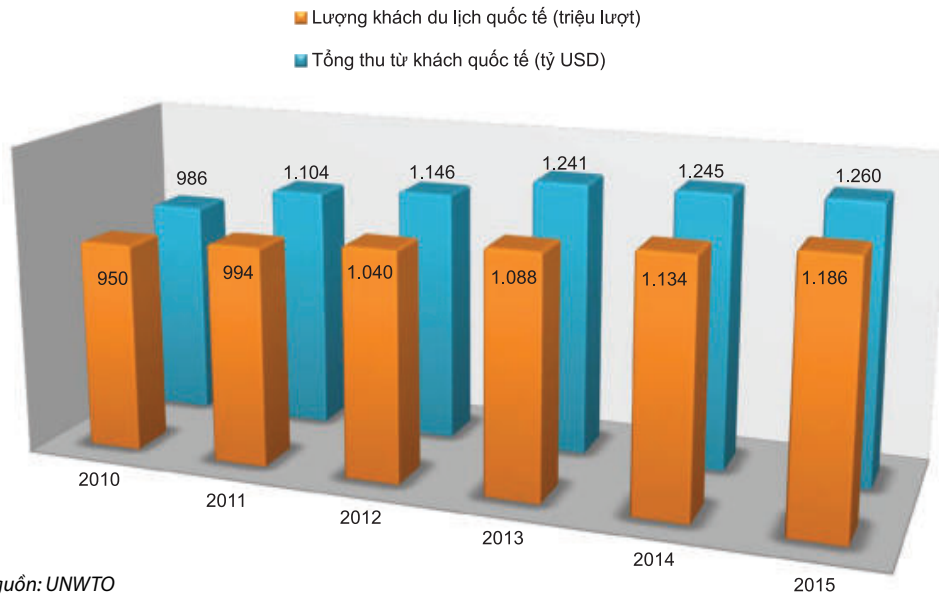
DU LỊCH VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH TOÀN CẦU VÀ KHU VỰC

NĂM 2015

DU LỊCH TIẾP TỤC KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ THÚC ĐẨY SỰ THỊNH VƯỢNG CỦA THẾ GIỚI

Năm 2015, cộng đồng quốc tế đã kỷ niệm Ngày Du lịch thế giới (27/9) mang chủ đề “Một tỷ du khách, một tỷ cơ hội” với việc lượng khách du lịch quốc tế đi lại trên toàn cầu đạt 1,186 tỷ lượt, tăng 52 triệu lượt (+4,6%) so với năm 2014, đánh dấu năm thứ 6 liên tiếp đạt mức tăng trưởng hàng năm từ 4% trở lên. Tổng thu từ khách du lịch quốc tế trên toàn cầu năm 2015 ước đạt 1.260 tỷ USD, tăng nhẹ so với mức 1.245 tỷ USD năm 2014.

Biểu đồ 1: Lượng khách và tổng thu từ khách quốc tế, 2010 - 2015



Đóng vai trò quan trọng trong thương mại dịch vụ, năm 2015, du lịch quốc tế tạo ra 1.500 tỷ USD giá trị xuất khẩu (tương đương trung bình hơn 4 tỷ USD mỗi ngày), chiếm 7% tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của thế giới (tăng so với mức 6% năm 2014). Về xuất khẩu, du lịch xếp thứ 3 sau nhiên liệu và hóa chất, vượt thực phẩm và sản xuất ô tô.

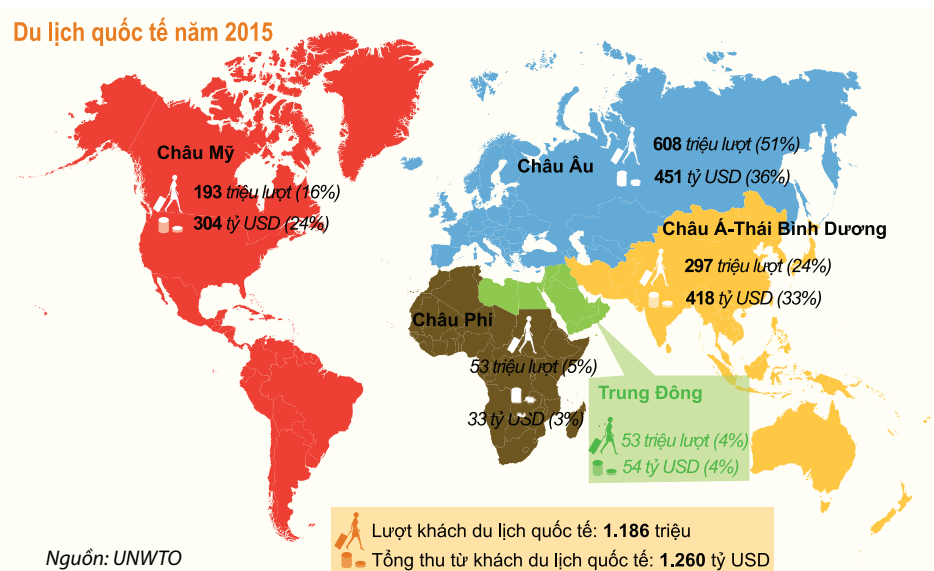
Theo Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới (WTTC), năm 2015, ngành du lịch đã tạo ra 284 triệu việc làm, tương

đương với tỷ lệ 1/11 việc làm được tạo ra trong nền kinh tế toàn cầu.

Những con số ấn tượng trên phản ánh tiềm năng cũng như năng lực ngày càng cao của du lịch trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế - xã hội, cùng với đó là tăng cường giao lưu văn hóa, phát triển bền vững, xóa đói giảm nghèo, bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường.

Về tăng trưởng khách du lịch quốc tế năm 2015, khu vực châu Mỹ và châu Á - Thái Bình Dương dẫn đầu với mức tăng gần 6%, tiếp theo là châu Âu (+4,7%), Trung Đông (+1,7%);

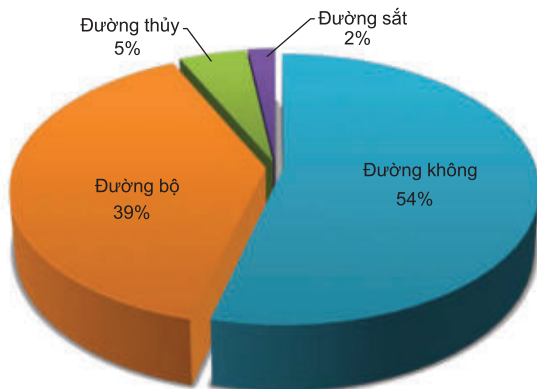
châu Phi giảm (-3,3%) chủ yếu là do kết quả tăng trưởng âm của các điểm đến ở Bắc Phi.



Tổng thu từ khách du lịch quốc tế năm 2015 đạt 1.260 tỷ USD, tăng 4,4% so với năm 2014 tính theo giá thực tế (căn cứ vào biến động tỷ giá hối đoái và lạm phát). Trong đó, châu Mỹ đạt mức tăng trưởng ấn tượng nhất với 7,8%, tiếp theo là Trung Đông (+4,4%), châu Á - Thái Bình Dương (+4%), châu Âu (+3%) và châu Phi (+2,4%).

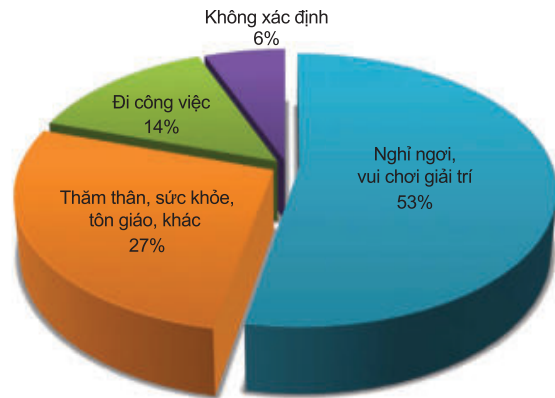
Thị phần vận chuyển hàng không chiếm số lượng lớn với 54%; đường bộ (39%), đường sắt (2%) và đường thủy (5%). 632 triệu lượt khách du lịch quốc tế (tương đương 53%) đi du lịch vì mục đích nghỉ ngơi, vui chơi giải trí; mục đích công việc chiếm 14%; mục đích khác như thăm thân, du lịch tôn giáo, chữa bệnh... chiếm 27%; còn lại 6% không xác định mục đích chuyến đi.

Biểu đồ 2: Du lịch quốc tế đến phân theo phương tiện vận chuyển, 2015



Nguồn: UNWTO

Biểu đồ 3: Du lịch quốc tế đến phân theo mục đích chuyến đi, 2015



Nguồn: UNWTO

Các điểm đến hàng đầu trên thế giới

Pháp, Mỹ, Tây Ban Nha và Trung Quốc tiếp tục đứng đầu cả về lượng khách và tổng thu từ khách du lịch quốc tế, cùng với ba quốc gia khác có mặt ở cả hai bảng xếp hạng là I-ta-li-a, Anh và Đức. Đáng chú ý, trong 10 điểm đến hàng đầu

về tổng thu từ khách du lịch quốc tế, Thái Lan xếp thứ 6 với 44,6 tỷ USD. Hai đặc khu hành chính Hồng Kông và Ma Cao của Trung Quốc lần lượt xếp thứ 9 và 10 với 36,2 tỷ USD và 31,3 tỷ USD.



Paris (Pháp)

Bảng 1: 10 điểm đến hàng đầu về lượng khách quốc tế

Thứ hạng	Điểm đến	Loại	(Triệu lượt)		Tăng/giảm (%)	
			2014	2015	14/13	15/14
1	Pháp	TF	83,7	84,5	0,1	0,9
2	Mỹ	TF	75,0	77,5	7,2	3,3
3	Tây Ban Nha	TF	64,9	68,2	7,0	5,0
4	Trung Quốc	TF	55,6	56,9	-0,1	2,3
5	I-ta-li-a	TF	48,6	50,7	1,8	4,4
6	Thổ Nhĩ Kỳ *	TF	36,8	36,2	5,5	-1,6
7	Đức	TCE	33,0	35,0	4,6	6,0
8	Anh	TF	32,6	34,4	5,0	5,6
9	Mê-xi-cô	TF	29,3	32,1	21,5	9,4
10	Nga	TF	29,8	31,3	5,3	5,0

Nguồn: UNWTO (Dữ liệu tổng hợp tháng 7/2016)

* Bộ Văn hóa và Du lịch Thổ Nhĩ Kỳ

Bảng 2: 10 điểm đến hàng đầu về tổng thu từ khách du lịch quốc tế¹

Thứ hạng	Điểm đến	USD				Nội tệ	
		(Tỷ)		Tăng/giảm (%)		Tăng/giảm (%)	
		2014	2015	14/13	15/14	14/13	15/14
1	Mỹ	191,3	204,5	7,8	6,9	7,8	6,9
2	Trung Quốc	105,4	114,1	n/a	8,3	n/a	9,8
3	Tây Ban Nha	65,1	56,5	3,9	-13,2	3,9	4,0
4	Pháp	58,1	45,9	2,8	-21,0	2,8	-5,4
5	Anh	46,5	45,5	11,8	-2,3	6,2	5,2
6	Thái Lan	38,4	44,6	-8,0	16,0	-2,7	22,0
7	I-ta-li-a	45,5	39,4	3,6	-13,3	3,6	3,8
8	Đức	43,3	36,9	4,9	-14,9	4,9	1,9
9	Hồng Kông (TQ)	38,4	36,2	-1,4	-5,8	-1,5	-5,8
10	Ma Cao (TQ)	42,6	31,3	-1,1	-26,4	-1,1	-26,5

Nguồn: UNWTO (Dữ liệu tổng hợp tháng 7/2016)

¹ Lưu ý: Trung Quốc, Mỹ và Anh điều chỉnh tăng tổng thu từ khách quốc tế năm 2015 và vài năm trước, do thay đổi phương pháp tính

TF = Lượt khách quốc tế qua cửa khẩu (chỉ tính khách lưu trú qua đêm, không tính khách tham quan trong ngày); TCE = Lượt khách quốc tế nghỉ qua đêm tại các cơ sở lưu trú

n/a: chưa thể xác định được

Các thị trường nguồn lớn nhất của du lịch quốc tế

Trung Quốc, Mỹ, Đức, Anh, Pháp là những thị trường nguồn có mức chi tiêu du lịch quốc tế cao nhất. Trung Quốc dẫn đầu với gần 128 triệu lượt khách đi du lịch nước ngoài năm 2015 và chi tiêu du lịch quốc tế đạt 292,2 tỷ USD, tăng 26,2% so với năm trước và tăng trưởng liên tục 2 con số kể từ năm 2004 đến nay. Thị trường lớn thứ 2 là Mỹ với 73,5 triệu lượt khách đi du lịch nước ngoài và chi tiêu gần 113 tỷ USD. Bốn quốc gia Tây Âu là Anh, Pháp, Đức, I-ta-li-a đều nằm trong top 10 thị trường nguồn hàng đầu.

Hàn Quốc lọt vào danh sách này với 19,3 triệu lượt khách và chi tiêu 25 tỷ USD. Nga xếp thứ 6 với mức chi tiêu cho du lịch quốc tế đạt 34,9 tỷ USD với 36,8 triệu lượt khách.

Theo khu vực, châu Âu là thị trường nguồn số 1, cung cấp một nửa lượng khách quốc tế (50,1%), kế tiếp là châu Á - Thái Bình Dương (24,4%), châu Mỹ (16,8%), Trung Đông (3,1%) và châu Phi (3%).

Bảng 3: 10 thị trường nguồn hàng đầu của du lịch quốc tế

Thứ hạng		Chi tiêu du lịch quốc tế ¹ (tỷ USD)		Tăng/giảm tính theo nội tệ (%)		Thị phần (%)	Dân số (triệu)	Chi tiêu bình quân đầu người (USD)	Lượng khách đi du lịch nước ngoài (triệu lượt)		
		2014	2015	14/13	15/14	2015	2015	2015	Loại	2014	2015
1	Trung Quốc	234,7	292,2	n/a	26,2	23,2	1.375	213	VD	116,6	127,9
2	Mỹ	105,5	112,9	7,6	7,0	9,0	322	351	TD	68,2	73,5
3	Đức	93,3	77,5	2,1	-0,6	6,2	82	946	TD	83,0	..
4	Anh	62,6	63,3	3,5	8,9	5,0	65	972	TD	58,4	64,2
5	Pháp	48,7	38,4	15,4	-5,6	3,0	64	598	TD	28,2	..
6	Nga	50,4	34,9	13,7	10,0	2,8	146	239	VD	45,9	36,8
7	Canada	33,8	29,4	3,3	0,6	2,3	36	820	TD	33,5	32,3
8	Hàn Quốc	23,2	25,0	3,0	15,6	2,0	51	493	VD	16,1	19,3
9	I-ta-li-a	28,8	24,4	6,9	1,4	1,9	61	402	TD	27,2	27,5
10	Úc	26,4	23,5	-1,3	6,9	1,9	24	978	VD	9,1	9,5

Nguồn: UNWTO (Dữ liệu tổng hợp tháng 7/2016)

¹ Do thay đổi phương pháp tính, Trung Quốc điều chỉnh tăng mức chi tiêu du lịch quốc tế năm 2015 và số liệu năm 2014; Mỹ điều chỉnh giảm mức chi tiêu du lịch quốc tế từ năm 2013

TD = Chuyển du lịch của khách lưu trú qua đêm (không tính khách tham quan trong ngày)

VD = Chuyển du lịch của khách lưu trú qua đêm và khách tham quan trong ngày

n/a: chưa thể xác định được

Vận chuyển hàng không

Dữ liệu sơ bộ của Tổ chức Hàng không Dân dụng Quốc tế (ICAO), Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế (IATA) và Hội đồng Cảng hàng không Quốc tế (ACI) cho thấy vận chuyển hàng không năm 2015 đạt kết quả đáng ghi nhận và tăng trưởng tương đối đều giữa vận chuyển nội địa và quốc tế, cụ thể: tổng lượng khách di chuyển bằng đường không đạt 3,5 tỷ lượt (+6,5%); lưu lượng vận chuyển hành khách tính theo tổng số km vận chuyển hành khách thương mại (RPKs - Revenue Passenger Kilometres) cũng tăng 6,5%; vận chuyển hành khách qua các sân bay tăng 6,1%.

Theo ICAO, đến năm 2015, ngành hàng không quốc tế có khoảng 1.400 hãng hàng không thương mại, 4.130 sân bay và 173 nhà cung ứng dịch vụ không lưu (ANSP); tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng thúc đẩy tăng trưởng của du lịch và thương mại.

Năm 2015, các hãng hàng không giá rẻ vận chuyển 950 triệu lượt hành khách (chiếm hơn 27% tổng lượng khách di chuyển bằng đường không), trong đó hàng không giá rẻ châu Á - Thái Bình Dương chiếm 31%, châu Âu (30%) và Bắc Mỹ (26%).

Kinh doanh lưu trú

Hiệu quả kinh doanh của ngành lưu trú thể hiện qua 3 chỉ số quan trọng bao gồm công suất buồng, giá buồng trung bình và doanh thu mỗi buồng cung ứng. Theo STR Global - một công ty chuyên tư vấn thị trường trong ngành lưu trú,

năm 2015, châu Âu và châu Mỹ đạt được những kết quả tốt hơn trong cả 3 chỉ số trên so với châu Á - Thái Bình Dương, châu Phi và Trung Đông.

Bảng 4: Kết quả kinh doanh lưu trú của du lịch quốc tế theo khu vực

	Công suất buồng			Giá buồng trung bình			Doanh thu mỗi buồng cung ứng		
	2014	2015	Tăng/giảm	2014	2015	Tăng/giảm	2014	2015	Tăng/giảm
	(%)	(%)	(%)	(USD)	(USD)	(%)	(USD)	(USD)	(%)
Châu Á - Thái Bình Dương	68,2	68,2	0,0	109	109	-0,5	75	74	-0,4
Châu Âu*	68,6	70,1	1,5	107	112	4,6	73	79	7,1
Châu Mỹ	64,3	65,3	1,0	116	121	4,6	74	79	6,2
Châu Phi và Trung Đông	63,4	62,9	-0,5	159	160	0,7	101	101	0,0

Nguồn: STR (Bắc Mỹ) và STR Global

*Đơn vị tính Euro

CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG

Năm 2015, châu Á - Thái Bình Dương xếp thứ hai (sau châu Âu) về lượng khách và tổng thu từ khách du lịch quốc tế: đón 279 triệu lượt khách quốc tế, tăng 15 triệu lượt (+5,6%) so với năm 2014, chiếm 23,5% tổng lượng khách quốc tế toàn cầu. Tổng thu từ khách du lịch quốc tế năm 2015 của khu vực đạt 418,3 tỷ USD (tăng 4% so với năm 2014), chiếm 33,2% tổng thu ngành du lịch quốc tế. Trung bình mỗi lượt khách quốc tế mang lại nguồn thu 1.500 USD.

Bảng 5: Lượng khách và tổng thu từ khách du lịch quốc tế khu vực châu Á - Thái Bình Dương

	Lượng khách quốc tế đến			Tổng thu từ khách du lịch quốc tế			
	2015 (triệu lượt)	Thị phần (%)	15/14 (%)	2015 (tỷ USD)	Thị phần (%)	15/14 (%)	Trung bình mỗi lượt (USD)
Thế giới	1.186	100	4,6	1.260	100	4,4	1.060
Châu Á - Thái Bình Dương	279,2	23,5	5,6	418,3	33,2	4,0	1.500
Đông Bắc Á	142,1	12,0	4,3	236,7	18,8	0,8	1.670
Đông Nam Á	104,6	8,8	7,6	108,3	8,6	7,8	1.030
Châu Đại Dương	14,2	1,2	7,4	41,9	3,3	9,9	2.940
Nam Á	18,3	1,5	4,4	31,4	2,5	7,1	1.720

Nguồn: UNWTO (Dữ liệu tổng hợp tháng 7/2016)

Đông Nam Á đạt mức tăng trưởng khách quốc tế đến cao nhất với 7,6%. Trong đó những điểm đến có lượng khách quốc tế đến tăng trưởng ở mức hai con số gồm: Thái Lan (+20%), Mi-an-ma (+52%), Lào (+12%), Phi-líp-pin (+11%) và In-đô-nê-xi-a (+10%). Các quốc gia đạt mức tăng trưởng nhẹ có Cam-pu-chia (+6%), Xin-ga-po (+1,6%) và Việt Nam (+0,9%).

Châu Đại Dương đạt 7% về tăng trưởng khách quốc tế đến. Trong đó, hai điểm đến chính đều đạt kết quả khả quan: Niu Di-lân (+10%), Úc (+8%).

Đông Bắc Á: Kết quả tăng trưởng khách quốc tế đến không đồng đều. Trong khi Nhật Bản tăng trưởng ngoạn mục (+47,1%), Đài Loan (+5,3%), Trung Quốc (+2,3%) tăng nhẹ, thì Hàn Quốc lại giảm 6,8% do tác động của dịch MERS-coV.

Nam Á: Lượng khách quốc tế đến tăng 4% so với năm 2014. Trong đó, Ấn Độ (+5%), Xri Lan-ca (+18%, là năm thứ 6 liên tiếp đạt mức tăng trưởng hai con số), Man-đi-vơ (+2%). Lượng khách quốc tế đến Nê-pan năm 2015 giảm do ảnh hưởng của trận động đất vào tháng 4/2015.

• **Về vận chuyển hàng không**, theo IATA, châu Á - Thái Bình Dương đạt mức tăng trưởng vận chuyển khách (trên các

đường bay nội địa và quốc tế) cao thứ hai trên thế giới (+9%), chỉ sau khu vực Trung Đông (+12%).

Vận chuyển quốc tế của khu vực châu Á - Thái Bình Dương năm 2015 tăng trưởng 8,2% so với năm 2014. Số lượng đường bay thẳng trong khu vực tăng 7,3%; năng lực vận chuyển tăng 6,5%, qua đó đưa công suất sử dụng ghế đạt 78,2% (+1,3%).

Vận chuyển nội địa nổi bật với Ấn Độ và Trung Quốc đạt mức tăng trưởng năm 2015 tính theo RPKs cao nhất thế giới, với mức tăng lần lượt là +19,8% và +11%.

• **Về kinh doanh lưu trú**, năm 2015, khu vực châu Á - Thái Bình Dương đạt kết quả trung bình: công suất buồng duy trì ở mức 68,2%, giá buồng trung bình 109 USD và doanh thu mỗi buồng cung ứng đạt 74 USD.

Đông Bắc Á và Đông Nam Á có công suất buồng ở mức bình thường. Tuy nhiên, một số thành phố có công suất buồng ấn tượng, trong đó cao nhất là Osaka đạt 90,8% (+2,8%) và Tokyo đạt 86,7%. Kế tiếp là Băng Cốc đạt 75,2% (+12,9%), Hà Nội đạt 72,6% (+8,3%). Trong khi đó, công suất buồng của Seoul giảm 8,4%, xuống còn 68,9%.

Bảng 6: Công suất buồng tại một số thị trường khu vực Đông Bắc Á và Đông Nam Á (%)

		2014	2015	Tăng/giảm
Đông Bắc Á		68,2	67,9	-0,3
Hàn Quốc	Seoul	77,3	68,9	-8,4
Nhật Bản	Osaka	88,0	90,8	2,8
	Tokyo	86,8	86,7	-0,1
Đông Nam Á		67,5	67,4	-0,1
In-đô-nê-xi-a	Bali	66,6	60,8	-5,8
	Jakarta	65,1	59,3	-5,8
Ma-lai-xi-a	Kuala Lumpur	70,7	65,5	-5,2
Phi-líp-pin	Ma-ni-la	67,9	66,5	-1,4
Thái Lan	Băng Cốc	62,3	75,2	12,9
	Phuket	68,6	72,0	3,4
Việt Nam	Hà Nội	67,9	76,2	8,3
Xin-ga-po	Xin-ga-po	82,8	82,5	-0,3

Nguồn: STR Global



VỊ TRÍ CỦA DU LỊCH VIỆT NAM TRONG KHU VỰC VÀ TRÊN THẾ GIỚI

Theo số liệu của Tổ chức Du lịch Thế giới, năm 2015, du lịch Việt Nam xếp thứ 41 toàn thế giới về lượng khách quốc tế đến và thứ 36 về tổng thu từ khách quốc tế; xếp thứ 5 trong khu vực Đông Nam Á về cả 2 chỉ số trên, sau Thái Lan, Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po và In-đô-nê-xi-a.

Năm 2015, du lịch Việt Nam đón 7,94 triệu lượt khách quốc tế, chiếm 7,6% tổng lượng khách quốc tế đến Đông Nam Á năm 2015, chiếm 2,8% trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Bảng 7: Khách quốc tế đến Đông Nam Á, 2013 - 2015

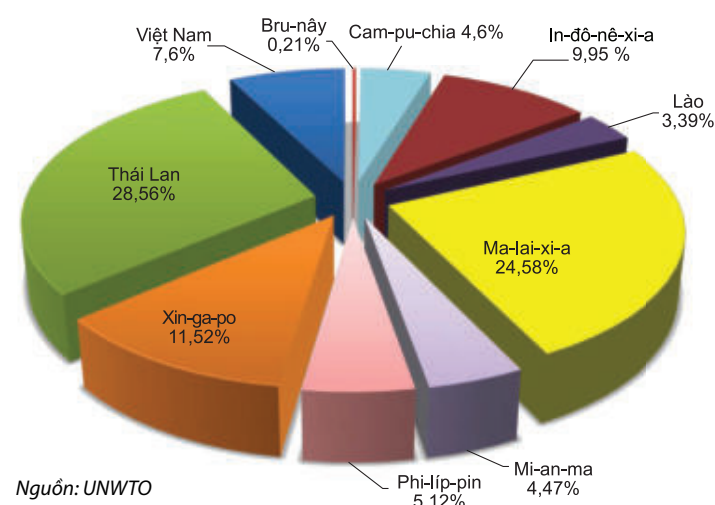
Thứ hạng (2015)	Điểm đến	Loại	Lượng khách quốc tế (1.000 lượt)			Tăng/giảm (%)			Cơ cấu (%)
			2013	2014	2015	13/12	14/13	15/14	2015
Châu Á - Thái Bình Dương			249.925	264.293	279.214	6,9	5,7	5,6	
Đông Nam Á			94.475	97.263	104.629	11,3	3,0	7,6	100
10	Bru-nây	TF	225	201	218	7,6	-10,6	8,5	0,21
7	Cam-pu-chia	TF	4.210	4.503	4.775	17,5	7,0	6,1	4,60
	Đông Ti-mo	TF	79	60	...	36,2	-24,3
4	In-đô-nê-xi-a	TF	8.802	9.435	10.408	9,4	7,2	10,3	9,95
9	Lào	TF	2.700	3.164	3.543	17,9	17,2	12,0	3,39
2	Ma-lai-xi-a	TF	25.715	27.437	25.721	2,7	6,7	-6,3	24,58
8	Mi-an-ma	TF	2.044	3.081	4.681	93,0	50,7	51,9	4,47
6	Phi-líp-pin	TF	4.681	4.833	5.361	9,6	3,2	10,9	5,12
1	Thái Lan	TF	26.547	24.810	29.881	18,8	-6,5	20,4	28,56
5	Việt Nam	VF	7.572	7.874	7.944	10,6	4,0	0,9	7,60
3	Xin-ga-po	TF	11.898	11.864	12.052	7,2	-0,3	1,6	11,52

Nguồn: UNWTO (Dữ liệu tổng hợp tháng 7/2016)

TF = Lượt khách quốc tế tại cửa khẩu (khách lưu trú qua đêm, không tính khách tham quan trong ngày)

VF = Lượt khách quốc tế tại cửa khẩu (bao gồm cả khách lưu trú qua đêm và khách tham quan trong ngày)

Biểu đồ 4: Khách quốc tế đến Đông Nam Á năm 2015



Bảng 8: Tổng thu từ khách quốc tế của các quốc gia Đông Nam Á, 2013 - 2015

Thứ hạng (2015)	Điểm đến	Tổng thu từ khách quốc tế (triệu USD)			Cơ cấu (%)
		2013	2014	2015	2015
	Đông Nam Á	107.883	108.094	108.263	100
	Bru-nây	96	79
7	Cam-pu-chia	2.659	2.953	3.130	2,90
	Đông Ti-mo	29	35	51	0,05
4	In-đô-nê-xi-a	9.119	10.261	10.761	9,94
9	Lào	596	642	679	0,63
2	Ma-lai-xi-a	21.496	22.595	17.597	16,25
8	Mi-an-ma	959	1.612	2.092	1,93
6	Phi-líp-pin	4.690	5.030	5.276	4,87
1	Thái Lan	41.780	38.423	44.553	41,15
5	Việt Nam *	8.283,1	8.965,7	9.101,6	...
3	Xin-ga-po	19.209	19.134	16.743	15,46

Nguồn: UNWTO (Dữ liệu tổng hợp tháng 7/2016)

* Số liệu theo phương pháp tính của Việt Nam

Năng lực cạnh tranh lĩnh vực hành và du lịch của Việt Nam tăng 5 bậc so với năm 2013

Theo Báo cáo Chỉ số năng lực cạnh tranh Lĩnh vực hành và Du lịch năm 2015 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF), Việt Nam đứng ở vị trí thứ 75/141 quốc gia trong bảng xếp hạng, tăng 5 bậc so với năm 2013, tăng 14 bậc so với năm 2009.

Ba quốc gia có chỉ số TCI cao nhất khu vực châu Á - Thái Bình Dương là Úc, Nhật Bản và Xin-ga-po. Trong khu vực Đông Nam Á, Xin-ga-po dẫn đầu và đứng vị trí thứ 11 toàn cầu; kế tiếp là Ma-lai-xi-a (xếp thứ 25 toàn cầu) và Thái Lan (xếp thứ 35 toàn cầu).

Bảng 9: Chỉ số TCI năm 2015 của các quốc gia/nền kinh tế khu vực châu Á - Thái Bình Dương

Quốc gia/ nền kinh tế	Thứ hạng trong khu vực	Thứ hạng toàn cầu	Quốc gia/ nền kinh tế	Thứ hạng trong khu vực	Thứ hạng toàn cầu
Đông Á và châu Đại Dương			Đông Nam Á và Nam Á		
Úc	1	7	In-đô-nê-xi-a	11	50
Nhật Bản	2	9	Ấn Độ	12	52
Hồng Kông (TQ)	4	13	Xri Lan-ca	13	63
Niu Di-lân	5	16	Phi-líp-pin	14	74
Trung Quốc	6	17	Việt Nam	15	75
Hàn Quốc	8	29	Bu-tan	16	87
Đài Loan (TQ)	9	32	Lào	17	96
Mông Cổ	18	99	Nê-pan	19	102
Đông Nam Á và Nam Á			Cam-pu-chia	20	105
Xin-ga-po	3	11	Pa-ki-xtan	21	122
Ma-lai-xi-a	7	25	Băng-la-đét	22	127
Thái Lan	10	35	Mi-an-ma	23	134

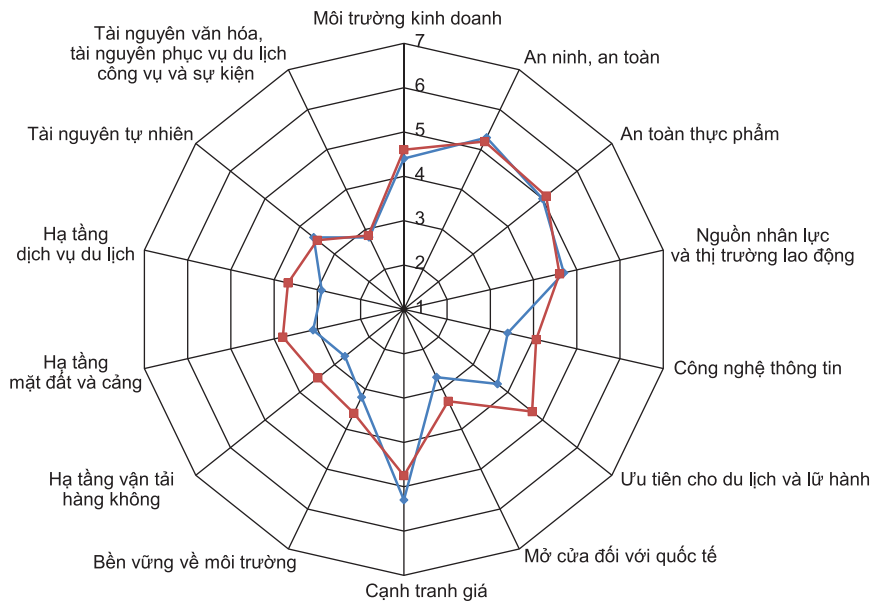
Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới



Chỉ số TTCI được tính toán từ 14 chỉ số phân theo 4 nhóm (có thang điểm từ 1 đến 7). Về nhóm Môi trường, Việt Nam đạt 4,56 điểm (xếp thứ 73); nhóm Chính sách đạt 3,72 điểm (xếp thứ 112); nhóm Tài nguyên tự nhiên và văn hóa đạt 3,20 điểm (xếp thứ 33); nhóm Cơ sở hạ tầng bị đánh giá thấp nhất trong số 4 nhóm, đạt 2,93 điểm (xếp thứ 94).

Trong 14 chỉ số, du lịch Việt Nam được đánh giá cao về giá cả cạnh tranh khi đứng ở vị trí thứ 22/141 quốc gia. Bị đánh giá thấp nhất là tính bền vững về môi trường trong hoạt động du lịch với vị trí 132/141 quốc gia và mức độ ưu tiên cho du lịch và lữ hành (xếp thứ 119/141).

Biểu đồ 5: Năng lực cạnh tranh du lịch và lữ hành của Việt Nam so với khu vực châu Á - Thái Bình Dương 2015



Nguồn: Diễn đàn Kinh tế thế giới

— Việt Nam — Châu Á - Thái Bình Dương





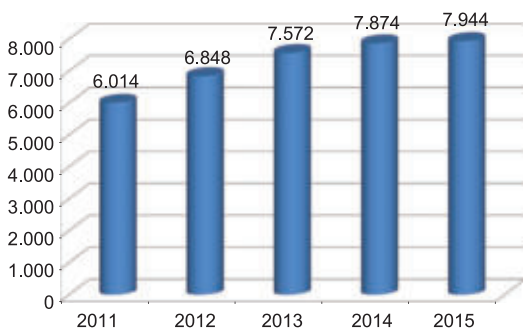
2

DU LỊCH VIỆT NAM QUA CÁC CON SỐ

Năm 2015, ngành Du lịch Việt Nam đón hơn 7,94 triệu lượt khách quốc tế và phục vụ 57 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 355,5 nghìn tỷ đồng. Tính đến cuối năm 2015, cả nước có 1.564 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế và 20.323 cơ sở lưu trú với 399.982 buồng.

KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN VIỆT NAM NĂM 2015

Biểu đồ 6: Khách quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015 (nghìn lượt)



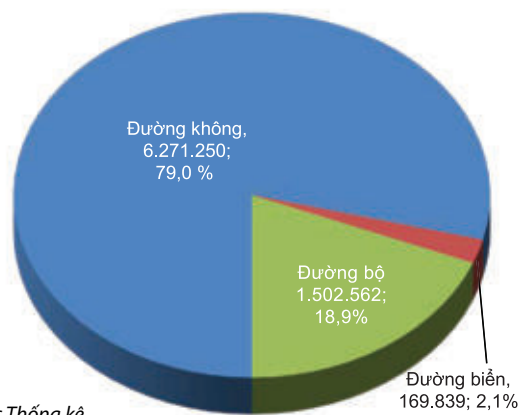
Nguồn: Tổng cục Thống kê



Khách đến bằng đường hàng không chiếm đa số

Năm 2015, Việt Nam đón 7.943.651 lượt khách quốc tế, tăng nhẹ 0,9% so với năm 2014. Trong đó, lượng khách đến bằng phương tiện đường không là 6.271.250 lượt, chiếm 79,0% tổng số khách quốc tế đến Việt Nam, tăng 0,8% so với năm 2014; khách đến bằng phương tiện đường biển là 169.839 lượt, chiếm 2,1%, tăng 256,9%; khách đến bằng phương tiện đường bộ là 1.502.562 lượt, chiếm 18,9%, giảm 6,5%.

Biểu đồ 7: Khách quốc tế đến Việt Nam chia theo phương tiện đến



Nguồn: Tổng cục Thống kê

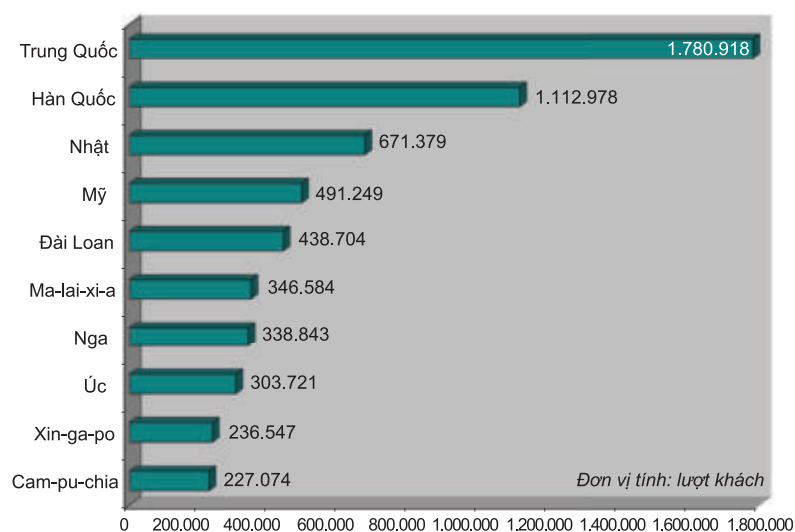
Đông Bắc Á là thị trường nguồn lớn nhất

Khu vực Đông Bắc Á với Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và Đài Loan vẫn là thị trường nguồn hàng đầu của Du lịch Việt Nam với 4.003.979 lượt khách, chiếm một nửa (50,4%) tổng số khách quốc tế đến Việt Nam trong năm 2015.

Tiếp theo, khách đến từ các nước Đông Nam Á chiếm khoảng 16,4% tổng số khách quốc tế đến Việt Nam trong năm 2015; khách Châu Âu chiếm trên 15,0%, riêng khách Tây Âu chiếm khoảng 8,3%. Các thị trường Mỹ, Úc và Niu Di-lân lần lượt chiếm 6,2% và 4,2%.



Biểu đồ 8: 10 thị trường khách quốc tế hàng đầu năm 2015



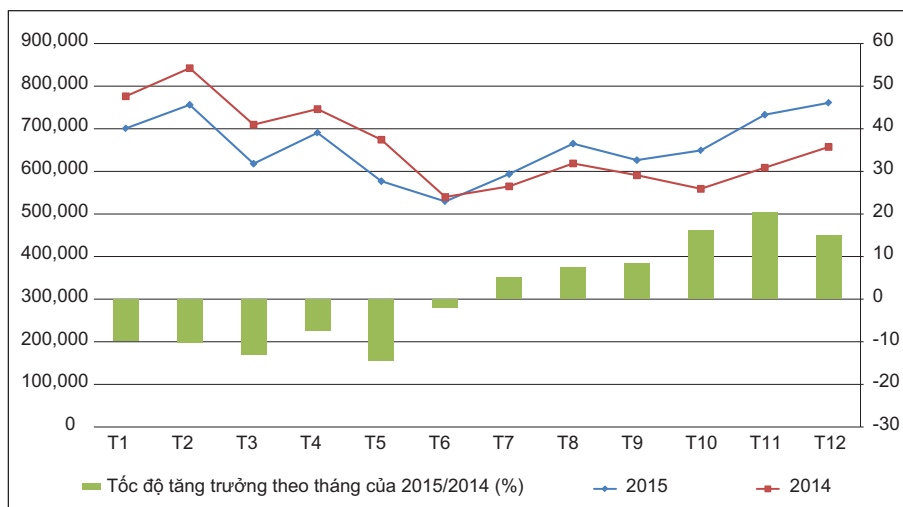
Nguồn: Tổng cục Thống kê

6 tháng cuối năm khách đã tăng trở lại

Nhìn chung, năm 2015 là một năm khó khăn đối với ngành du lịch Việt Nam trong hoạt động đón khách quốc tế. Trong 6 tháng đầu, tốc độ tăng trưởng khách quốc tế đến Việt Nam theo tháng liên tục bị sụt giảm so với cùng kỳ năm 2014

(Biểu đồ 9). 6 tháng cuối năm, khi mà các chính sách kích cầu du lịch và miễn visa cho một số nước Tây Âu được đưa vào triển khai thì lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng trở lại, và đã đạt mức tăng trưởng hai con số trong 3 tháng cuối.

Biểu đồ 9: Khách quốc tế đến Việt Nam theo tháng trong năm 2014 và 2015 (lượt khách)



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Năm 2015, các thị trường chính có lượng khách đến Việt Nam tăng so với năm 2014 gồm: Hàn Quốc (+31,3%); Xin-ga-po (+16,9%); Đài Loan (+12,8%); Mỹ (+10,7%); I-ta-li-a (+10,6%); Tây Ban Nha (+10,4%); Phần Lan (+8,8%), Hà Lan (+7,8%),

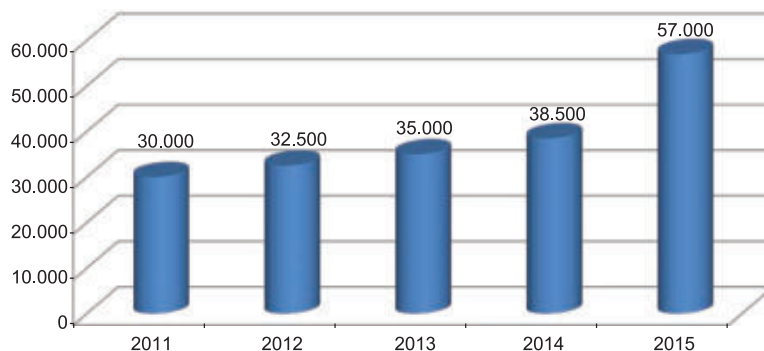
Anh (+5,2%), Đức (4,7%) và Ma-lai-xi-a (+4,1%). Bốn thị trường Tây Âu (I-ta-li-a, Tây Ban Nha, Anh, Đức) đều tăng trưởng sau khi được miễn thị thực vào Việt Nam.

KHÁCH DU LỊCH NỘI ĐỊA NĂM 2015

Năm 2015, khách du lịch nội địa đạt **57 triệu lượt khách**, tăng 48% so với năm 2014 (do thay đổi phương pháp thống kê), trong đó có 29,6 triệu lượt khách có nghỉ qua đêm tại các cơ sở lưu trú du lịch (tương đương 51,9%).

Những nỗ lực triển khai cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên du lịch Việt Nam” và sự vào cuộc của các địa phương, hiệp hội du lịch, doanh nghiệp du lịch, các hãng hàng không trên toàn quốc tham gia chương trình kích cầu du lịch nội địa là những yếu tố chính mang lại kết quả tích cực này, qua đó góp phần quan trọng duy trì tăng trưởng của du lịch Việt Nam.

Biểu đồ 10: Khách du lịch nội địa giai đoạn 2011-2015 (nghìn lượt)



Nguồn: Tổng cục Du lịch

TỔNG THU TỪ KHÁCH DU LỊCH NĂM 2015

Tổng thu từ khách du lịch năm 2015 đạt 355,5 nghìn tỷ đồng (Bảng 10), tăng khoảng 10% so với năm 2014, trong đó tổng thu từ khách du lịch quốc tế là 197,3 nghìn tỷ đồng (Phụ lục 1.2), tổng thu từ khách du lịch nội địa là 158,2 nghìn tỷ đồng (Phụ lục 1.3).

Mặc dù lượng khách năm 2015 chỉ tăng nhẹ ở mức 0,9% so với năm 2014 nhưng tổng thu từ khách du lịch vẫn tăng 10,04% so với năm 2014 do lượng khách du lịch nội địa tăng 48,0% và lượng khách quốc tế đến ở các thị trường có mức chi tiêu cao tăng trưởng khá.

Bảng 10: Tổng thu trong nước từ khách du lịch phân theo sản phẩm dịch vụ và nhóm khách

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT		Thu từ khách quốc tế đến	Thu từ khách du lịch nội địa	Tổng
	Cộng	197.368,71	158.186,15	355.554,86
1	Lưu trú	54.866,14	32.522,21	87.388,35
2	Ăn uống	43.890,68	39.044,03	82.934,71
3	Đi lại	34.440,52	37.254,78	71.695,30
4	Tham quan	15.111,49	11.079,48	26.190,97
5	Hàng hóa	26.401,79	22.989,83	49.391,62
6	Văn hóa, thể thao, giải trí	8.346,79	4.628,57	12.975,36
7	Y tế	1.993,55	1.924,57	3.918,12
8	Khác	12.317,75	8.742,68	21.060,43

Nguồn: Tính toán của chuyên gia và TTTDL

ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH VÀO GDP

Bảng 11: Đóng góp của du lịch vào GDP năm 2015

Các chỉ tiêu	Tổng thu từ khách du lịch (tỷ đồng)	Giá trị gia tăng (tỷ đồng)	Giá trị đóng góp trực tiếp (tỷ đồng)	Tỷ lệ đóng góp trực tiếp vào GDP
Giá trị	355.554	227.444	265.540	6,33%

Nguồn: Tính toán của chuyên gia và TTTDL

Như vậy, đóng góp tổng hợp của du lịch vào GDP năm 2015 là 476,5 nghìn tỷ đồng, chiếm 11,37% (chưa bao gồm phần thu từ chi tiêu trong nước của người Việt Nam đi du lịch ra

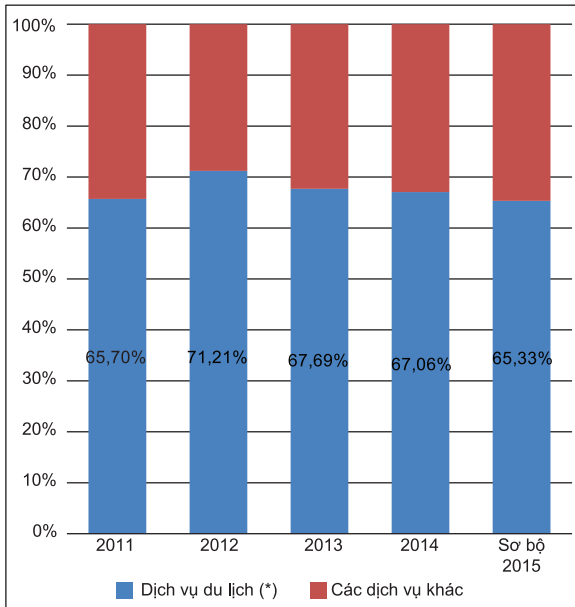
nước ngoài). Trong đó phần đóng góp trực tiếp là 6,33% và gián tiếp (mới chỉ tính từ góc độ tiêu dùng của chuỗi cung ứng nội địa) là 5,04%.

XUẤT KHẨU, NHẬP KHẨU DỊCH VỤ DU LỊCH

Trong giai đoạn 2011-2015, dịch vụ du lịch luôn là ngành có giá trị xuất khẩu cao nhất trong số các ngành dịch vụ (Phụ lục 1.4). Đồng thời, xuất khẩu dịch vụ du lịch luôn chiếm phần lớn trong tổng số xuất khẩu các ngành dịch vụ (Biểu đồ 11).

Trong giai đoạn này, giá trị xuất siêu về dịch vụ du lịch đạt giá trị cao nhất (5.200 triệu đô la Mỹ) vào năm 2013 (Biểu đồ 12).

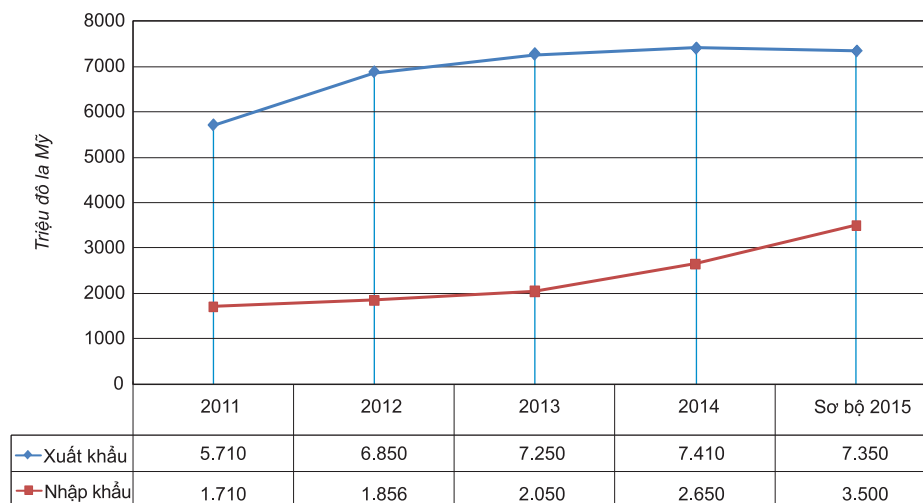
Biểu đồ 11 - Xuất khẩu dịch vụ du lịch trong tổng số xuất khẩu các ngành dịch vụ



Nguồn: Tổng cục Thống kê

(*) Travel Services

Biểu đồ 12: Tình hình xuất, nhập khẩu dịch vụ du lịch^(*) giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH VÀO TẠO VIỆC LÀM CHO XÃ HỘI

Du lịch tạo ra một khối lượng việc làm đáng kể cho xã hội, bao gồm **việc làm trực tiếp** (những việc làm trong lĩnh vực khách sạn, đại lý lữ hành, hãng hàng không và các dịch vụ vận chuyển hành khách khác (không tính dịch vụ vận

chuyển hành khách từ nhà đến nơi làm việc), nhà hàng và dịch vụ vui chơi giải trí phục vụ khách du lịch); và **việc làm gián tiếp** (những tác động đến từ đầu tư, chuỗi cung cấp,...).

ĐÀO TẠO VÀ NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH

Năm 2015, Tổng cục Du lịch đã tổ chức 30 khóa đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn cho khoảng 2.210 học viên nhằm nâng cao kiến thức quản lý, kỹ năng, nghiệp vụ về du lịch (Phụ lục 1.5).

Đến tháng 8/2015, cả nước có 284 cơ sở đào tạo du lịch bao gồm các trung tâm, lớp đào tạo nghề, công ty đào tạo, các trường trung cấp, cao đẳng và đại học. Đây là những nơi cung cấp nhân lực được đào tạo chuyên sâu về du lịch. Nhân lực trong hệ thống cơ sở đào tạo du lịch, trong đó tập trung vào các cơ sở đào tạo trung cấp, cao đẳng, đại học là một trong những nguồn nhân lực chủ yếu của ngành du lịch (Phụ lục 1.6). Đội ngũ giảng viên, giáo viên, đào tạo viên và cán bộ quản lý thường xuyên tham gia các khóa đào tạo nâng cao nghiệp vụ (Phụ lục 1.7).

Nhân lực thuộc các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và đơn vị sự nghiệp trong ngành Du lịch từ trung ương đến địa phương là một trong những nguồn nhân lực lao động trực tiếp của ngành Du lịch. Theo số liệu điều tra năm 2015, đa số nhân lực thuộc nhóm này có trình độ đại học trở lên (98%) và 50% được đào tạo chuyên ngành Du lịch; phần lớn là công chức trẻ (với 45% là từ 35 tuổi trở xuống) và số lượng làm việc trên 10 năm chiếm 26% (Phụ lục 1.8).



ĐẦU TƯ VÀ QUY HOẠCH DU LỊCH

Về đầu tư, năm 2015 là năm nhiều nhà đầu tư Việt Nam đã tiến hành đầu tư hàng loạt các dự án xây dựng, phát triển cơ sở lưu trú du lịch, các khu du lịch, vui chơi giải trí... tạo sức bật cho du lịch phát triển, tiêu biểu như tập đoàn Vingroup, tập đoàn SunGroup, tập đoàn Mường Thanh, tập đoàn FLC...

Sự đầu tư đó đã góp phần quan trọng hình thành hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch hiện đại, đồng bộ tại nhiều địa phương trong cả nước, nâng cao năng lực cạnh tranh, từng bước khẳng định thương hiệu du lịch Việt Nam theo hướng chất lượng.

Về quy hoạch du lịch, năm 2015, Chính phủ đã phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đến năm 2030 (tháng 6/2015); và Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Điện Biên Phủ - Pá Khoang, tỉnh Điện Biên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (tháng 8/2015). (Phụ lục 1.16)





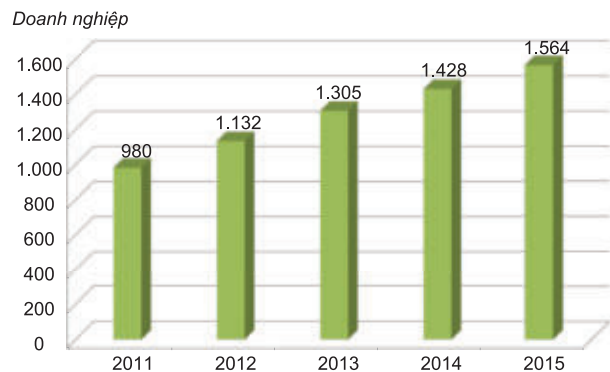
3

HOẠT ĐỘNG LỮ HÀNH VÀ VẬN CHUYỂN

DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH GÓP PHẦN TÍCH CỰC KÍCH CẦU DU LỊCH

Năm 2015, các doanh nghiệp lữ hành đã tích cực tham gia các hoạt động nhằm tăng cường sức hấp dẫn cho điểm đến Việt Nam, góp phần tăng sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam trên trường quốc tế, bao gồm: khảo sát xây dựng sản phẩm, xúc tiến quảng bá điểm đến trong và ngoài nước, các chương trình hội thảo giới thiệu du lịch Việt Nam tại các thị trường nguồn, chương trình kích cầu du lịch Việt Nam. Những nỗ lực đó góp phần đưa lượng khách quốc tế đến Việt Nam tăng trưởng trở lại từ giữa năm 2015 sau 13 tháng bị sụt giảm do các nguyên nhân khách quan. Lượng khách du lịch nội địa tiếp tục có sự tăng trưởng mạnh. Nhiều doanh nghiệp lữ hành đạt thành tích tốt trong kinh doanh, được ghi nhận và trao Giải thưởng Du lịch Việt Nam.

Biểu đồ 13: Số lượng doanh nghiệp lữ hành quốc tế giai đoạn 2011-2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế

Chỉ tính riêng trong năm, có:

- 174 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế được cấp mới giấy phép kinh doanh.
- 304 doanh nghiệp được cấp đổi giấy phép.
- 38 doanh nghiệp bị thu hồi giấy phép.

Bảng 12: Số lượng và cơ cấu doanh nghiệp lữ hành quốc tế chia theo loại hình doanh nghiệp năm 2015

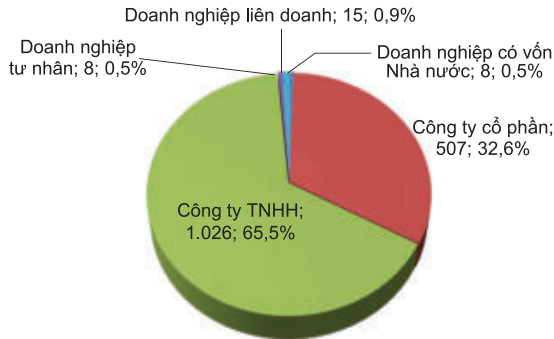
Đơn vị: Doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Doanh nghiệp có vốn nhà nước	Công ty cổ phần	Công ty TNHH	Doanh nghiệp tư nhân	Doanh nghiệp liên doanh	Tổng số
Số lượng doanh nghiệp	8	507	1.026	8	15	1.564
Cơ cấu (%)	0,5	32,6	65,5	0,5	0,9	100

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Tính đến hết năm 2015, tổng số doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế của Việt Nam đạt 1.564 doanh nghiệp, tăng 9,5% so với năm 2014.

Biểu đồ 14: Cơ cấu doanh nghiệp lữ hành quốc tế tính đến hết năm 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Trong số các doanh nghiệp lữ hành quốc tế, số lượng doanh nghiệp thuộc loại hình trách nhiệm hữu hạn và cổ phần chiếm tỷ lệ cao nhất, lần lượt đạt 65,5% và 32,6%. Các doanh nghiệp thuộc loại hình doanh nghiệp có vốn nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp liên doanh đều chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ, dưới 1%.

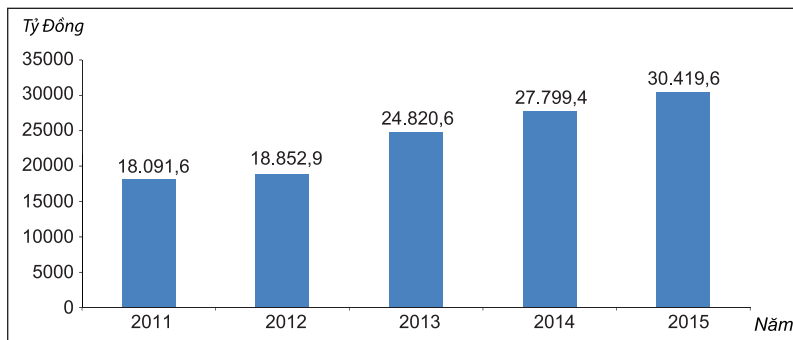
Doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa

Bên cạnh các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế, Việt Nam có hàng nghìn doanh nghiệp chỉ kinh doanh lữ hành nội địa.

Kết quả hoạt động kinh doanh lữ hành

Doanh thu từ dịch vụ lữ hành

Biểu đồ 15: Doanh thu của các doanh nghiệp lữ hành, giai đoạn 2011 - 2015



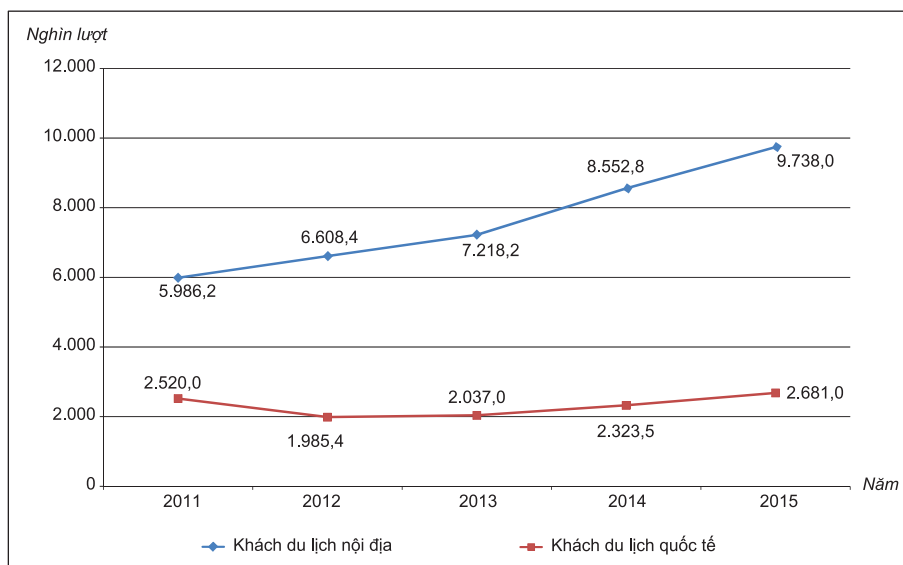
Nguồn: Tổng cục Thống kê

Năm 2015, tổng doanh thu của các doanh nghiệp lữ hành đạt 30.419,6 tỷ đồng, tăng 9,4% so với năm 2014.

Trong đó, doanh thu của các doanh nghiệp lữ hành thuộc khu vực kinh tế ngoài nhà nước giữ vai trò chủ đạo.

Khách do các doanh nghiệp lữ hành phục vụ

Biểu đồ 16: Số lượt khách do các doanh nghiệp lữ hành phục vụ giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Tổng số khách du lịch quốc tế và nội địa do các doanh nghiệp lữ hành phục vụ năm 2015 ước đạt 12.419 nghìn lượt, tăng 14,2% so với năm 2014.

Ước tính năm 2015, lượng khách này tăng 15,4% so với năm 2014, đạt 2.681 nghìn lượt.

Đối với khách du lịch nội địa, do đời sống được nâng cao,

nhu cầu nghỉ ngơi, khám phá và đi du lịch của người dân vì thế cũng tăng lên. Lượng khách du lịch nội địa do các doanh nghiệp lữ hành phục vụ liên tục gia tăng theo các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2015 là 12,9%; riêng năm 2015, đạt 9.738 nghìn lượt khách, tăng 13,9% so với năm 2014.

Vận chuyển đường hàng không tiếp tục đà phát triển

Theo thống kê của Cục Hàng không Việt Nam, tính đến 2015:

- **Đường hàng không quốc tế:** có 55 hãng thuộc 25 quốc gia, vùng lãnh thổ và 3 hãng hàng không Việt Nam đang khai thác 98 đường bay quốc tế đi/đến Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Nha Trang, Vinh, Phú Quốc, Hải Phòng.

Lượng khách quốc tế đến Việt Nam bằng đường hàng không chiếm gần 79% tổng lượng khách quốc tế.

- **Đường hàng không nội địa:** 4 hãng hàng không của Việt Nam đang khai thác 50 đường bay nối Hà Nội, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh, với 18 cảng hàng không nội địa theo hệ thống mạng đường bay trực-nhan, điểm-điểm rộng khắp toàn quốc.

Một số cảng hàng không đang được triển khai thực hiện xây mới, nâng cấp, mở rộng như nâng cấp nhà ga quốc tế tại cảng hàng không Cam Ranh; xây mới cảng hàng không Quảng Ninh (dự kiến khánh thành vào năm 2018), cảng hàng không Long Thành, Lào Cai (dự kiến hoàn thành sau năm 2020), nhà ga quốc tế mới tại cảng hàng không Đà Nẵng (dự kiến khánh thành năm 2017)...

Sự phối hợp của các hãng hàng không với doanh nghiệp lữ hành trong việc xúc tiến, quảng bá các điểm đến và khai thác các chương trình du lịch trọn gói ngày càng chặt chẽ, điển hình là sự phối hợp giữa Vietnam Airlines và các doanh nghiệp lữ hành Việt Nam trong việc triển khai các chương trình xúc tiến du lịch tại các thị trường châu Âu (Anh, Đức, Pháp, Nga); ASEAN (Thái Lan, Xin-ga-po, Ma-lai-xi-a...), Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan), Úc...

Khai thác du lịch đường thủy chưa phát huy hết tiềm năng

Nằm ở vị trí trung tâm của khu vực Đông Nam Á, trên tuyến đường giao thông hàng hải thuận lợi giữa Bắc và Nam châu Á, Việt Nam được đánh giá là điểm đến có nhiều lợi thế để phát triển loại hình du lịch tàu biển. Thực tế đã **đón nhiều hãng tàu biển lớn** trên thế giới như: SuperStar Gemini, Super Star Aquarius, Dream Cruise, Super Star Virgo, Super Star Libra (Star Cruises), Costa Victoria (Costa Cruises), Hapag Lloyd Cruises, Phoenix Cruises, Orion Expedition Cruises, Quantum of the Seas, Voyager of the Seas (Royal Caribbean Cruise Lines)...

Tuy nhiên, **lượng khách tàu biển đến Việt Nam** còn ít và chỉ chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam. Năm 2015, lượng khách tàu biển chỉ đạt 169.839 lượt, chiếm 2,1%. Trong vòng 5 năm trở lại đây, lượng khách tàu biển tới Việt Nam cao nhất là vào năm 2012, nhưng cũng chỉ chiếm 4,2%. Một trong những nguyên nhân của tình trạng

trên là do hầu hết hệ thống cảng biển và hạ tầng cảng biển còn đang trong giai đoạn đầu tư, sản phẩm du lịch phục vụ khách tàu biển chưa đa dạng và thiếu các hoạt động bổ trợ, vui chơi giải trí trên bờ. Thời gian khách tàu biển lưu lại trên bờ thường ngắn và chi tiêu chưa cao.

Về du lịch đường sông, đây là sản phẩm du lịch đặc trưng, chủ lực của các tỉnh, thành phố thuộc Đồng bằng sông Cửu Long. Tuy nhiên, khách du lịch đường sông có mức chi tiêu khá thấp do các sản phẩm và dịch vụ du lịch đường sông còn đơn điệu, thiếu chuyên nghiệp. Năm 2015, TP. Hồ Chí Minh đưa vào khai thác tuyến du lịch đường thủy nội đô khám phá kênh Nhiêu Lộc - Thị Nghè. Tuy nhiên, việc chưa hoàn thiện về hạ tầng và dịch vụ cùng với nhiều bất cập khác như nguồn nước ô nhiễm, sự lên xuống của triều cường... khiến cho tuyến du lịch này chưa thu hút nhiều du khách.

Thúc đẩy phát triển du lịch đường bộ

Những năm gần đây, hạ tầng giao thông đường bộ và các dịch vụ hỗ trợ được đầu tư nâng cấp theo hướng hiện đại nối liền các cửa khẩu quốc tế và các điểm du lịch, hệ thống cửa khẩu quốc tế được đầu tư nâng cấp, các hiệp định vận tải đường bộ với các nước có chung đường biên giới được ký kết và triển khai theo hướng tạo điều kiện thuận lợi cho các phương tiện xe cá nhân... nên du lịch đường bộ của Việt Nam có sự khởi sắc, đặc biệt là loại hình du lịch bằng xe tự lái (caravan). Các **tuyến caravan** chủ yếu được khai thác hiện nay bao gồm chương trình caravan Việt Nam - Lào - Thái Lan - Cam-pu-chia xuất phát cảnh qua các cửa khẩu quốc tế: Lao Bảo

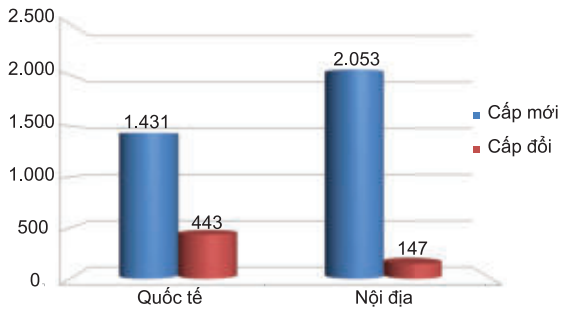
(Quảng Trị), Cầu Treo (Hà Tĩnh), Tày Trang (Điện Biên), Mộc Bài, Xa Mát (Tây Ninh), Bờ Y (Kon Tum)...

Tính đến hết năm 2015, Việt Nam đã có hệ thống đường cao tốc với tổng chiều dài 710km. Các **tuyến cao tốc** đã được đưa vào khai thác, sử dụng gồm: Cầu Giẽ - Ninh Bình, Nội Bài - Lào Cai, Nội Bài - Nhật Tân, Hà Nội - Hải Phòng, Đại lộ Thăng Long, TP. Hồ Chí Minh - Long Thành - Dầu Giây, TP. Hồ Chí Minh - Trung Lương,... đã góp phần rút ngắn thời gian di chuyển giữa các địa phương, tạo đà phát triển cho du lịch đường bộ.



Hướng dẫn viên du lịch

Biểu đồ 17: Số thẻ HDVDL được cấp trong năm 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Năm 2015, Vụ Lữ hành (Tổng cục Du lịch) đã hướng dẫn các Sở VH-TTDL cấp 4.074 thẻ hướng dẫn viên du lịch (HDVDL), trong đó có 1.874 thẻ HDVDL quốc tế và 2.200 thẻ HDVDL nội địa. Tính đến hết năm 2015, cả nước có 17.209 thẻ HDVDL được cấp, trong đó có 10.123 thẻ HDVDL quốc tế (Phụ lục 1.9) và 7.086 thẻ HDVDL nội địa. Tuy nhiên, vẫn có sự thiếu hụt HDVDL sử dụng các ngoại ngữ “hiếm” như Hàn Quốc, I-ta-li-a, In-đô-nê-xi-a, Cam-pu-chia, Hà Lan... Số lượng HDVDL quốc tế sử dụng các ngoại ngữ này chỉ chiếm khoảng 4,8% tổng số HDVDL quốc tế.

Bảng 13: Số lượng HDVDL được cấp thẻ trong năm 2015 và tính đến hết năm 2015

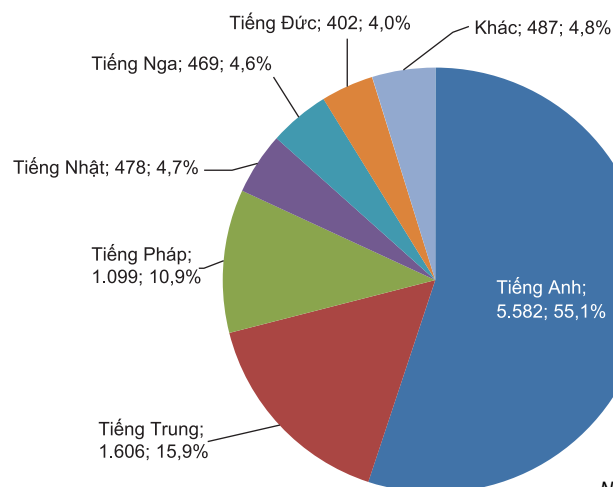
Đơn vị: Thẻ

Thẻ HDVDL	Quốc tế	Nội địa	Tổng số
Năm 2015	1.874	2.200	4.074
<i>Trong đó:</i>			
- Cấp mới	1.431	2.053	3.484
- Cấp đổi	443	147	590
Tính đến hết năm 2015	10.123	7.086	17.209

Nguồn: Tổng cục Du lịch



Biểu đồ 18: Cơ cấu thẻ HDVDL quốc tế chia theo một số ngoại ngữ tính đến hết năm 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

* Về các cơ sở đào tạo nghiệp vụ HDVDL, tính đến hết năm 2015, trên địa bàn cả nước có 46 cơ sở được Tổng cục Du lịch cho phép đăng ký mở các lớp đào tạo ngắn hạn. Các cơ sở

đào tạo được ủy quyền đã cấp 6.754 chứng chỉ nghiệp vụ hướng dẫn du lịch cho các học viên, giải quyết phần nào tình trạng khan hiếm số lượng hướng dẫn viên du lịch.

Thuyết minh viên du lịch

Việc tổ chức bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch, cấp giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch cho thuyết minh viên được Tổng cục Du lịch ủy quyền cho Sở VH-TT-DL các địa phương triển khai thực hiện.

Tính đến hết năm 2015 đã có 17/63 Sở triển khai và cấp 918 giấy chứng nhận thuyết minh viên du lịch. Trong năm 2015, Tổng cục Du lịch đã tổ chức 4 khóa đào tạo nghiệp vụ cho các thuyết minh viên du lịch tại Kiên Giang, Tuyên Quang và Hải Dương.





4

HOẠT ĐỘNG LƯU TRÚ DU LỊCH

HỆ THỐNG CƠ SỞ LƯU TRÚ TĂNG TRƯỞNG VƯỢT BẬC

Việt Nam có khá nhiều loại hình cơ sở lưu trú du lịch (CSLTDL) với chất lượng được xếp hạng ở các mức độ khác nhau giúp du khách có nhiều lựa chọn khi đi du lịch Việt Nam. Đồng thời, những chuỗi khách sạn có đẳng cấp quốc tế đi vào hoạt động góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho du lịch Việt Nam.

Riêng năm 2015, toàn quốc có thêm 98 CSLTDL mới được xếp hạng 3-5 sao và 3 CSLTDL mới được xếp hạng cao cấp, trong đó riêng phân khúc cao cấp (4-5 sao) là 42 cơ sở, với

9.653 buồng (*Phụ lục 1.12*), tăng lần lượt 27,3% và 77,2% so với số được xếp hạng năm 2014.

Bảng 14: Số lượng CSLT 3-5 sao và cao cấp năm 2015

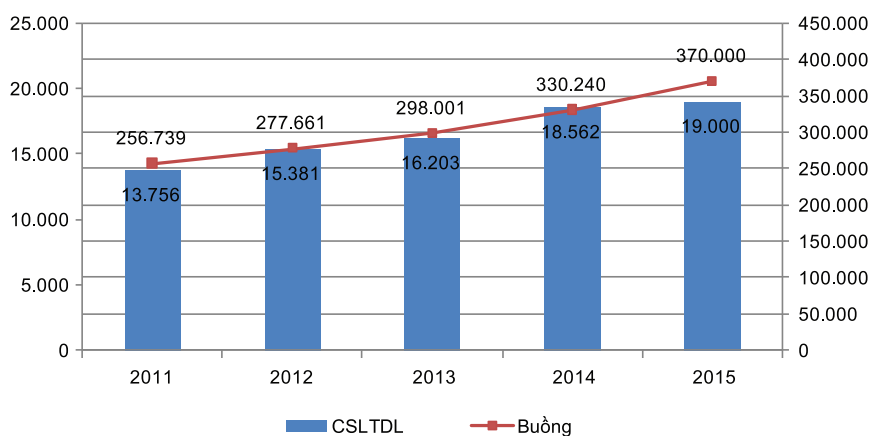
	Được xếp hạng năm 2014		Được xếp hạng năm 2015		Tính đến cuối năm 2015	
	Số lượng CSLT	Số buồng	Số lượng CSLT	Số buồng	Số lượng CSLT	Số buồng
5 sao	10	2.309	16	5.813	89	23.786
4 sao	23	3.140	26	3.840	216	27.644
3 sao	6	153	56	3.670	445	31.032
Cao cấp			3	450	13	1.633
Tổng	39	5.602	101	13.733	763	84.095

Nguồn: Tổng cục Du lịch

Tính đến cuối năm 2015, cả nước có 13.029 CSLTDL được xếp hạng với 288.935 buồng, tăng tương ứng 5,3% và 9,8% so với năm 2014 (Phụ lục 1.13), trong đó nhóm trung và cao

cấp (3-5 sao) là 763 (chỉ chiếm 5,8%) trên tổng số, nhưng chiếm 29,1% về số buồng với 84.095 buồng. Công suất sử dụng buồng lưu trú năm 2015 là 55%.

Biểu đồ 19: Số lượng CSLTDL và số buồng giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Hình thành những chuỗi khách sạn có đẳng cấp quốc tế

Trong năm 2015, các nhà đầu tư Việt Nam đã khẳng định được vị thế trên thị trường, hình thành những chuỗi khách sạn có đẳng cấp quốc tế mang thương hiệu Việt như chuỗi khách sạn Vinpearl của tập đoàn Vingroup, chuỗi khách sạn của tập đoàn Sun Group, chuỗi khách sạn của tập đoàn Mường Thanh, chuỗi khách sạn của tập đoàn FLC, chuỗi

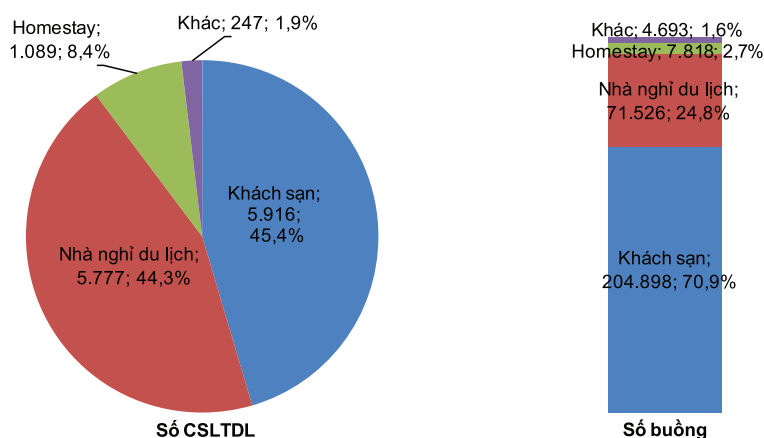
khách sạn A25, chuỗi khách sạn Golf, Công ty quản lý H&K...

Bên cạnh đó, sự hiện diện của các tập đoàn quản lý khách sạn hàng đầu thế giới như Accord, IHG, Mariot, Movenpick, Park Hyatt, Starwood, Hilton, Victoria... đã góp phần tạo bước tiến trong dịch vụ lưu trú du lịch, thay đổi diện mạo và tăng cường năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam.

Loại hình khách sạn chiếm tỷ trọng lớn

Trong số các CSLTDL được xếp hạng thì loại hình khách sạn có tỷ trọng lớn nhất với 5.916 cơ sở, chiếm 45,4%. Tiếp theo là nhà nghỉ du lịch với 5.777 cơ sở, chiếm 44,3%; homestay với 1.089 cơ sở (chiếm 8,4%) tập trung chủ yếu ở các khu vực ngoại thành, thôn bản, vùng dân tộc ít người, vùng núi, đồng bằng sông Cửu Long... Các loại hình khác gồm làng du lịch, căn hộ du lịch, biệt thự du lịch, tàu thủy du lịch, bãi cắm trại du lịch chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ (1,9%).

Biểu đồ 20: Cơ cấu CSLTDL được xếp hạng phân theo loại hình tính đến hết năm 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Đánh giá chất lượng khách sạn tiếp tục được quan tâm

Năm 2015, tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn đã được sửa đổi, phiên bản mới là TCVN 4391: 2015 Khách sạn - Xếp hạng. Theo đó, từ năm 2016, loại hình khách sạn sẽ được xếp hạng

theo tiêu chuẩn mới, trong đó có các tiêu chí phải đạt và các tiêu chí chấm điểm, giúp cho việc đánh giá chất lượng khách sạn chính xác và phù hợp với thực tế hơn.

Phân chia theo 7 vùng du lịch

Bảng 15: CSLTDL đã được xếp hạng chia theo 7 vùng du lịch tính đến hết năm 2015

Vùng	Số CSLTDL		Số buồng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc	2.698	20,7	57.582	19,9
Trung du và miền núi Bắc Bộ	2.455	18,8	32.607	11,3
Bắc Trung Bộ	1.298	10,0	37.383	12,9
Duyên hải Nam Trung Bộ	1.322	10,1	48.900	16,9
Tây Nguyên	1.079	8,3	19.135	6,6
Đông Nam Bộ	2.800	21,5	67.056	23,2
Đồng bằng sông Cửu Long	1.377	10,6	26.272	9,2
Tổng cộng	13.029	100	288.935	100

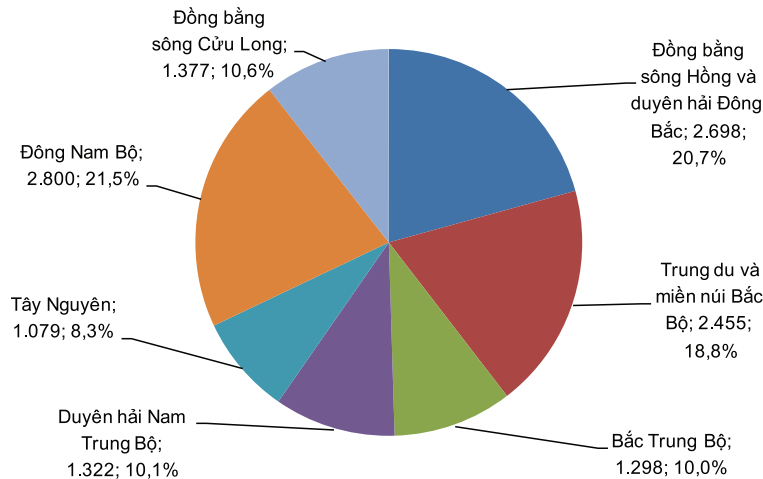
Nguồn: Tổng cục Du lịch

Số lượng CSLTDL và số buồng không đồng đều nhau do sự chênh lệch về phát triển du lịch giữa các vùng, sự phân bố các trung tâm du lịch lớn tại mỗi vùng.

2 vùng có số lượng lớn về CSLTDL đã được xếp hạng là Đông Nam Bộ (có TP. Hồ Chí Minh) và Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc (có Thủ đô Hà Nội).

Đứng cuối cùng trong 7 vùng du lịch cả về cơ cấu CSLTDL và cơ cấu buồng là vùng Tây Nguyên với 1.079 CSLTDL đã được xếp hạng, chiếm 8,3% với 19.135 buồng, chiếm 6,6%.

Biểu đồ 21: Cơ cấu CSLTDL đã được xếp hạng phân theo vùng du lịch tính đến hết năm 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LƯU TRÚ

Doanh thu dịch vụ lưu trú

Do sự sụt giảm của thị trường Nga và do giá dầu giảm, công suất buồng ở các địa phương đón nhiều khách Nga và khách làm trong lĩnh vực dầu khí như Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu giảm từ 10% đến 20%. 6 tháng cuối năm, nhìn chung thị trường khách quốc tế đã hồi phục, thị trường nội địa tăng

trường mạnh nên hầu hết các cơ sở lưu trú du lịch đạt được công suất và doanh thu cao hơn năm 2014. Năm 2015, doanh thu dịch vụ lưu trú của cả nước ước đạt 41.970,2 tỷ đồng, tăng 7,5% so với năm 2014.

Bảng 16: Doanh thu dịch vụ lưu trú giai đoạn 2011 - 2015

Chỉ tiêu	2011	2012	2013	2014	2015
Doanh thu dịch vụ lưu trú (tỷ đồng)	34.097,8	37.439,6	35.152,3	39.047,5	41.970,2
Tốc độ tăng trưởng (%)	18,0	9,8	-6,1	11,1	7,5

Nguồn: Tổng cục Thống kê

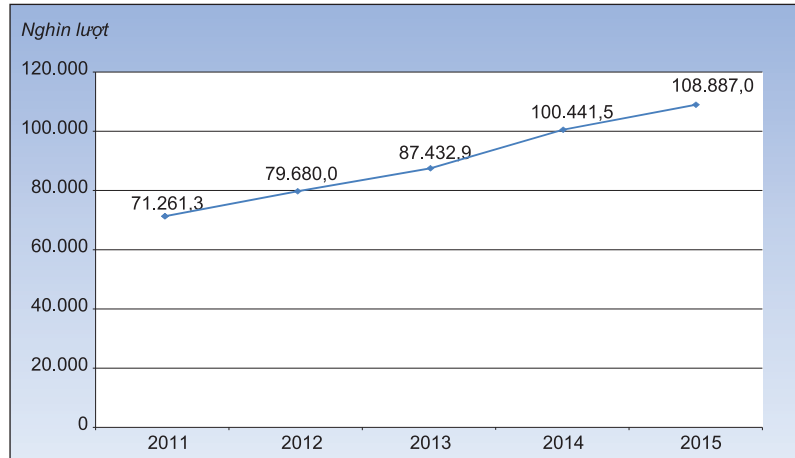
Trong cả giai đoạn 2011 - 2015, doanh thu dịch vụ lưu trú có xu hướng tăng, chỉ có một năm duy nhất giảm là 2013 (-6,11%) do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế toàn cầu, khách

có xu hướng thắt chặt chi tiêu nên thời gian lưu trú ngắn hơn và lựa chọn những cơ sở lưu trú có mức giá phải chăng hơn.

Số lượt khách do cơ sở lưu trú phục vụ

Số lượt khách do cơ sở lưu trú phục vụ năm 2015 đạt 108.887 nghìn lượt, tăng 8,4% so với năm 2014.

Biểu đồ 22: Số lượt khách do cơ sở lưu trú phục vụ giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG TẠI CƠ SỞ LƯU TRÚ DU LỊCH

Để chứng nhận CSLTDL làm tốt công tác bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, hiện có 2 nhãn hiệu là *Nhãn Du lịch bền vững Bông sen xanh* với các tiêu chí do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định và *Nhãn xanh ASEAN* với các tiêu chí được thống nhất áp dụng chung trong cộng đồng các quốc gia thành viên ASEAN.

Năm 2015, với sự hỗ trợ của Dự án Tăng cường năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội do Liên minh châu Âu tài trợ, Tổng cục Du lịch đã triển khai phổ biến tuyên truyền về Nhãn du lịch bền vững Bông sen xanh, Nhãn xanh

ASEAN, Thông tư liên tịch số 19/2013/TTLT-BVHTTDL-BTNMT của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Bộ Tài nguyên và Môi trường về hướng dẫn bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch, tổ chức lễ hội, bảo vệ và phát huy giá trị di tích (trong đó có quy định cụ thể những nội dung yêu cầu đối với CSLTDL) và các giải pháp bảo vệ môi trường cho các CSLTDL tại 3 miền Bắc, Trung, Nam; tổ chức 4 lớp tập huấn cho 38 Sở Du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch ở khu vực Tây Bắc mở rộng, Trung Bộ và Nam Bộ.





5

HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN DU LỊCH

Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam năm 2015 chịu sự chi phối và ảnh hưởng bởi những yếu tố thuận lợi và khó khăn đan xen. Nhiều hoạt động phong phú, đa dạng được triển khai một cách đồng bộ cả trong và ngoài nước, góp phần quan trọng trong việc chặn đà suy giảm và phục hồi lượng khách quốc tế đến Việt Nam cũng như góp phần tăng trưởng lượng khách du lịch nội địa.

TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN DU LỊCH

Năm 2015, du lịch Việt Nam tiếp tục chịu tác động tiêu cực từ những yếu tố khách quan bên ngoài, đó là tình hình bất ổn trên Biển Đông, biến động kinh tế, chính trị ở một số nơi trên thế giới dẫn đến giá dầu thô giảm, một số đồng tiền bị mất giá mạnh như đồng Yên Nhật, đồng Rúp Nga... làm ảnh hưởng đến đời sống cũng như chi phí đi du lịch của người dân. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam liên tục giảm từ giữa năm 2014 đến giữa năm 2015.

Trong bối cảnh đó, ngành Du lịch Việt Nam đẩy mạnh công tác xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong và ngoài nước với nhiều đổi mới về phương thức tổ chức, nâng cao tính

chuyên nghiệp, sáng tạo, huy động được nhiều nguồn lực cùng tham gia. Cùng với đó, chính sách miễn visa nhập cảnh với thời hạn lưu trú không quá 15 ngày cho công dân các nước Anh, Pháp, Đức, I-ta-ly, Tây Ban Nha và Bê-la-rút đã phát huy hiệu quả rõ rệt.

Các địa phương trong cả nước đã chủ động hơn trong công tác xúc tiến, quảng bá và liên kết phát triển thương hiệu du lịch vùng, địa phương; một số địa phương được tái lập Sở Du lịch tạo điều kiện cho công tác xúc tiến, quảng bá được đẩy mạnh hơn.

Hoạt động xúc tiến quảng bá tiếp tục được tập trung tại các thị trường ưu tiên với các hình thức:

- Tham gia Hội chợ Du lịch quốc tế;
- Tổ chức các chương trình phát động thị trường;
- Tổ chức đón đoàn báo chí, doanh nghiệp du lịch (famtrip, presstrip);
- Tổ chức họp báo (trong năm 2015, Tổng cục Du lịch đã tổ chức họp báo thông tin về chính sách, sản phẩm du lịch tại một số điểm trung chuyển khách lớn nhất trong khu vực châu Á để thu hút dòng khách đến từ nước thứ ba qua các điểm trung chuyển này).

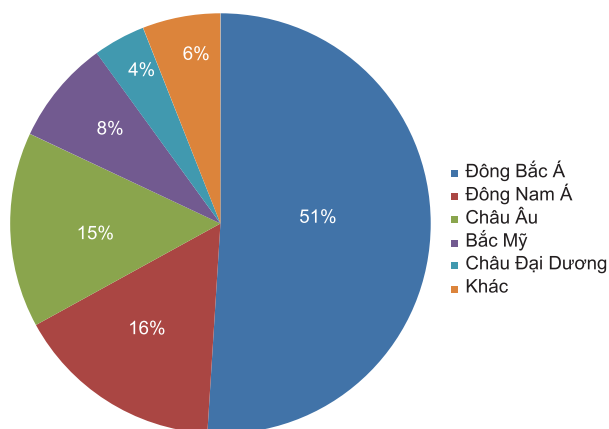


HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN DU LỊCH TẠI CÁC THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ ƯU TIÊN VÀ TIỀM NĂNG

Thị trường quốc tế ưu tiên

Đông Bắc Á			Đông Âu	Đông Nam Á			Tây Âu			Châu Đại Dương	
Trung Quốc	Hàn Quốc	Nhật Bản	Nga	Thái Lan	Ma-lai-xi-a	Xin-ga-po	Anh	Pháp	Đức	Úc	Niu Di-lân

Biểu đồ 23: Thị phần khách du lịch đến Việt Nam năm 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Đông Bắc Á

Thị trường Trung Quốc

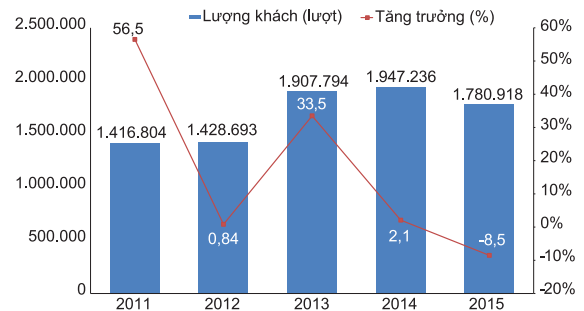
Hoạt động nổi bật:

- Tham gia hội chợ: Quế Lâm, CITM tại Côn Minh;
- Chương trình Phát động thị trường tại các thành phố: Bắc Kinh, Trùng Khánh và Thành Đô (Tứ Xuyên) được tổ chức với quy mô lớn, huy động sự tham gia và đóng góp xã hội hóa của nhiều doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, hãng hàng không vận chuyển khách của cả Việt Nam và Trung Quốc.
- Tổ chức họp báo tại Hồng Kông.

Tình hình căng thẳng trên biển Đông đã ảnh hưởng rất mạnh tới lượng khách Trung Quốc đến Việt Nam, giảm liên tục trong 6 tháng đầu năm, có tháng giảm tới 50,7% so với cùng kỳ năm 2014.

Trung Quốc vẫn được xác định là một thị trường nguồn quan trọng hàng đầu.

Biểu đồ 24: Tăng trưởng khách du lịch Trung Quốc đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Những hoạt động xúc tiến quảng bá góp phần tích cực thu hút khách Trung Quốc đến Việt Nam tăng trưởng trở lại trong nửa cuối năm 2015, có tháng tăng 35,6% so với cùng kỳ năm 2014, đưa tổng số khách Trung Quốc cả năm 2015 đạt 1.780.918 lượt, chỉ còn giảm 8,5% so với năm 2014 và dự báo sẽ tăng trưởng mạnh hơn trong năm 2016.

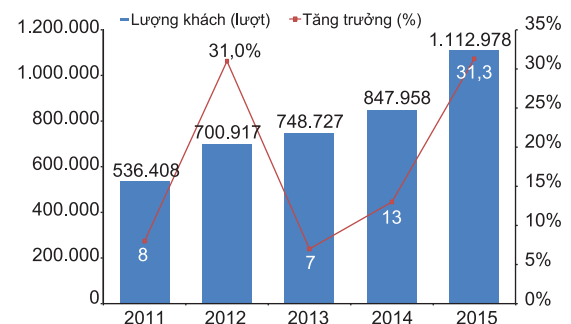
Thị trường Hàn Quốc

Hoạt động nổi bật:

- Đón đoàn báo chí, doanh nghiệp du lịch Hàn Quốc đến Việt Nam khảo sát;
- Tổ chức chương trình xúc tiến du lịch trong dịp Lễ hội Du lịch - Văn hóa Việt Nam tại Hàn Quốc;
- Một số địa phương và doanh nghiệp du lịch tham dự Hội chợ du lịch KOTFA Hàn Quốc.



Biểu đồ 25: Tăng trưởng khách du lịch Hàn Quốc đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Tiếp tục đà tăng trưởng ấn tượng trong những năm qua, Hàn Quốc đã khẳng định vị trí là một thị trường lớn quan trọng của Du lịch Việt Nam. Hàn Quốc là một trong những thị trường khách du lịch tăng trưởng mạnh nhất trong năm 2015, lần đầu tiên vượt qua mốc 1 triệu lượt khách (1.112.978 lượt), tăng 31,3% so với năm 2014. Dự báo trong năm 2016, khách Hàn Quốc đến Việt Nam tiếp tục tăng trưởng mạnh và cùng với Trung Quốc là hai thị trường đạt lượng khách trên 1 triệu.

Thị trường Nhật Bản

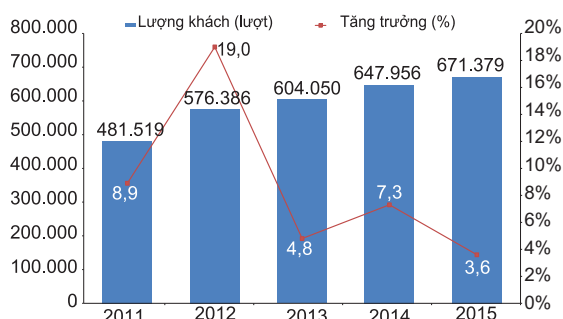
Hoạt động nổi bật:

- Tham gia hội chợ JATA;
- Đón đoàn báo chí, doanh nghiệp du lịch Nhật Bản đến Việt Nam;
- Lần đầu tiên Lễ hội Văn hóa - Du lịch Việt Nam được tổ chức tại 2 thành phố Osaka và Tokyo, với nhiều hoạt động giao lưu văn hóa, nghệ thuật và hội thảo xúc tiến du lịch Việt Nam.



Mặc dù năm 2015 khách Nhật Bản đi du lịch nước ngoài nhìn chung suy giảm do đồng Yên mất giá nhưng lượng khách Nhật Bản đến Việt Nam vẫn đạt 671.379 lượt, tăng 3,6% so với năm 2014. Việc tăng cường các hoạt động xúc tiến, quảng bá, cùng với xu hướng tăng giá trở lại của đồng Yên, dự báo sẽ góp phần tăng trưởng khách du lịch Nhật Bản trong năm 2016.

Biểu đồ 26: Tăng trưởng khách du lịch Nhật Bản đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Đông Âu

Thị trường Nga

Hoạt động nổi bật:

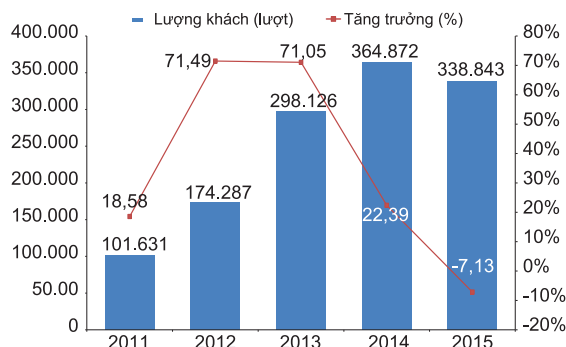
- Tham gia các hội chợ MITT, Intour Market, Leisure Otdykh tại Mát-xcơ-va;
- Đón đoàn doanh nghiệp và báo chí chuyên ngành du lịch;
- Tổ chức Hội thảo phát triển du lịch Việt - Nga.



Tuy nhiên, do biến động chính trị, đồng Rúp mất giá ảnh hưởng đến đời sống cũng như chi phí đi du lịch của người Nga nên lượng khách Nga đến Việt Nam chỉ đạt 338.843 lượt, giảm 7,1% so với năm 2014.

Những tháng cuối năm 2015, kinh tế Nga dần ổn định và việc chuyển hướng các điểm đến du lịch của người Nga, khách du lịch Nga đến Việt Nam có xu hướng tăng trở lại trong năm 2016.

Biểu đồ 27: Tăng trưởng khách du lịch Nga đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Đông Nam Á

Một số thị trường quan trọng gửi số lượng lớn khách du lịch đến Việt Nam như Ma-lai-xi-a, Xin-ga-po đạt mức tăng trưởng lần lượt là 4,1% và 16,9%. Trong khi đó, có thị trường lại giảm sút mạnh như Cam-pu-chia (-43,8%), Lào (-16,6%), Thái Lan (-13,1%), In-đô-nê-xi-a (-9,3%).

Dự báo năm 2016, các thị trường quan trọng ở khu vực này sẽ phục hồi và tiếp tục phát triển.



Hoạt động nổi bật:

- Tham gia ATF và TRAVEX tại Myanmar;
- Tham gia hội chợ: TTM Plus tại Thái Lan, ITB Asia tại Xin-ga-po;
- Đón đoàn Famtrip từ thị trường In-đô-nê-xi-a, Thái Lan;
- Tổ chức Chương trình phát động thị trường tại Thái Lan, Ma-lai-xi-a;
- Họp báo tại Xin-ga-po.



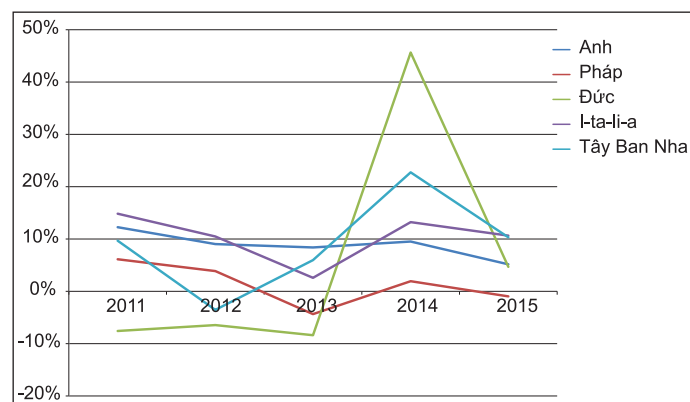
Tây Âu (Nhóm các nước Anh, Đức, Pháp, I-ta-li-a và Tây Ban Nha)

Năm 2015, Chính phủ Việt Nam ban hành Nghị quyết về việc miễn thị thực cho công dân 5 nước Tây Âu (Anh, Pháp, Đức, I-ta-li-a, Tây Ban Nha).

Hoạt động nổi bật:

- Tham gia hội chợ: ITB - Berlin tại Đức, WTM tại Anh.
- Tổ chức các chương trình họp báo, phát động thị trường du lịch;
- Đón các đoàn famtrip, presstrip đến Việt Nam.

Biểu đồ 28: Tốc độ tăng trưởng khách du lịch Tây Âu đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Du lịch

Mặc dù chính sách miễn thị thực mới được ban hành nhưng hiệu quả chính sách đã thể hiện rõ nét, lượng khách quốc tế từ các thị trường này đều có sự tăng trưởng, trong đó

khách từ thị trường Tây Ban Nha và I-ta-li-a đều tăng trên 10% so với năm 2014 và dự báo sẽ tăng trưởng mạnh hơn nữa trong năm 2016.

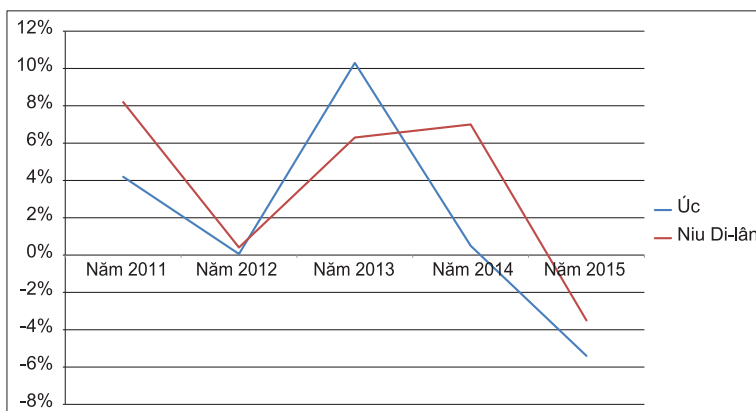
Thị trường Úc và Niu Di-lân

Năm 2015, lượng khách du lịch đến Việt Nam từ Úc và Niu Di-lân đều giảm so với năm 2014. Tuy nhiên với sự phát triển của các hãng hàng không và công tác quảng bá ngày càng được đẩy mạnh, dự báo năm 2016, lượng khách từ hai thị trường này sẽ tăng trưởng trở lại.

Hoạt động nổi bật:

- Đón các đoàn famtrip, presstrip từ Úc và Niu Di-lân;
- Tỉnh Quảng Nam đón đoàn làm phim Úc, TP. Hồ Chí Minh tham gia hội chợ du lịch Aime (Melbourne, Úc) và TP. Đà Nẵng tổ chức chương trình xúc tiến du lịch tại khu vực cảng Darling, Sydney (Úc).

Biểu đồ 29: Tốc độ tăng trưởng khách du lịch Úc và Niu Di-lân đến Việt Nam giai đoạn 2011 - 2015



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Thị trường quốc tế tiềm năng

Thị trường khách du lịch quốc tế tiềm năng được xác định gồm có thị trường: **Ấn Độ** và **Trung Đông**.

Tuy chưa có thống kê con số cụ thể về lượng khách đến từ hai thị trường trên nhưng dự báo khách từ các thị trường này đến Việt Nam sẽ tăng trong thời gian tới do kết quả của hoạt động xúc tiến du lịch và kết nối đường không trong khu vực thuận tiện hơn.

Hoạt động nổi bật:

- Tham gia Hội chợ Du lịch PATA tại Bangalore - Ấn Độ;
- Tham gia triển lãm dịch vụ toàn cầu GES (Ấn Độ);
- Đón đoàn famtrip từ Ấn Độ, đoàn làm phim từ Bollywood...;
- TP. Hồ Chí Minh đại diện cho du lịch Việt Nam tham gia Hội chợ du lịch quốc tế ATM tại Dubai (Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất).



XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH VIỆT NAM

Năm 2015, Tổng cục Du lịch xây dựng **Chiến lược phát triển thương hiệu du lịch Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2030** dựa trên bộ nhận diện thương hiệu đã có với tiêu đề “Việt Nam - Vẻ đẹp bất tận” và biểu trưng Hoa sen.

Mục tiêu của Chiến lược phát triển thương hiệu hướng tới là nâng cao nhận thức, kỹ năng và hình thành đội ngũ nhân sự phụ trách phát triển thương hiệu; tập trung phát triển một số thương hiệu điểm đến du lịch và vùng du lịch nổi bật; quảng bá điểm đến và hình ảnh tiêu biểu giúp nhận diện thương hiệu ở các thị trường trọng điểm.

Phát triển thương hiệu du lịch vùng và địa phương được xác định gắn với sản phẩm du lịch đặc trưng, đó là:

- Vùng trung du miền núi Bắc Bộ: du lịch sinh thái núi và văn hóa dân tộc thiểu số;
- Vùng đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc: di sản thiên nhiên và văn hóa nền văn minh lúa nước;

- Vùng Bắc Trung Bộ: di sản văn hóa thế giới;
- Vùng duyên hải Nam Trung Bộ: nghỉ dưỡng biển, đảo;
- Vùng Tây Nguyên: sinh thái núi và văn hóa dân tộc thiểu số;
- Vùng Đông Nam Bộ: du lịch thành phố và du lịch MICE;
- Vùng đồng bằng sông Cửu Long: sinh thái sông nước.

Về giải pháp, Chiến lược ưu tiên quảng bá, xúc tiến và quản lý phát triển sản phẩm du lịch. Cùng với đó là thực hiện đồng bộ và dài hạn các giải pháp về tuyên truyền và nâng cao nhận thức, cũng như xây dựng cơ chế, chính sách đầu tư; hỗ trợ các địa phương và doanh nghiệp du lịch; tăng cường năng lực quản lý; tăng cường liên kết và phối hợp liên vùng, liên ngành và hợp tác quốc tế.

Chiến lược cũng đã xác định khung kế hoạch hành động trong 2 giai đoạn từ 2016-2020 và từ 2021-2025.



Chiến lược phát triển thương hiệu chú trọng tăng nội hàm, ưu tiên truyền tải **4 giá trị cốt lõi** là: *thời gian, sự cam kết, sự huyền bí, cảm xúc mãnh liệt* và **4 dòng sản phẩm du lịch**: *du lịch văn hóa; du lịch biển, đảo; du lịch sinh thái, thiên nhiên; du lịch thành phố*. Các dòng sản phẩm du lịch được giới thiệu trọng điểm theo thị trường mục tiêu. ”



CÁC SỰ KIỆN, HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN DU LỊCH NỔI BẬT TRONG NƯỚC

Năm 2015, nhiều hoạt động xúc tiến du lịch được tổ chức ở cả quy mô quốc gia và địa phương, tiêu biểu như:

- *Kỷ niệm 55 năm Ngày thành lập ngành Du lịch Việt Nam (9/7/1960 - 9/7/2015).*
- *Năm Du lịch quốc gia Thanh Hóa - 2015* với chủ đề “Kết nối các di sản thế giới”. Tỉnh Thanh Hóa đã phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cùng các tỉnh/thành trên cả nước tổ chức thành công 61 hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch, thương mại; thu hút 5,53 triệu lượt khách du lịch trong và ngoài nước đến với Thanh Hóa, tổng thu từ khách du lịch đạt 5.200 tỷ đồng, tăng 45% so với năm trước.
- *Chương trình kích cầu du lịch nội địa* với thông điệp “Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam - Mỗi chuyến đi thêm yêu Tổ quốc” đã góp phần khuyến khích thị trường du lịch nội địa tăng trưởng tốt, đạt 57 triệu lượt trong năm 2015.
- *Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội lần thứ 3* với chủ đề “Việt Nam - Đất nước của các di sản” đã thu hút sự tham gia của 654 cơ quan và doanh nghiệp với 502 gian hàng, trong

đó có 145 gian hàng của các doanh nghiệp và cơ quan xúc tiến quốc gia của 24 quốc gia và vùng lãnh thổ. Có khoảng 3.000 lượt doanh nghiệp đến làm việc tại Hội chợ và khoảng 55.000 lượt người đến tham quan và mua sản phẩm du lịch.

- *Hội chợ Du lịch quốc tế TP. Hồ Chí Minh - ITE HCMC 2015* với chủ đề “Một thập kỷ - Một khu vực - Một thế giới” đã thu hút sự tham gia của 250 đơn vị triển lãm/thương hiệu đến từ 21 quốc gia và vùng lãnh thổ, 200 người mua đến từ các thị trường trọng điểm trong khu vực và quốc tế và 25.623 lượt khách đến tham quan và mua sản phẩm du lịch.

• Một số sự kiện tiêu biểu tại các địa phương:

- Lễ hội Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh (26-29/3);
- Lễ hội Pháo hoa quốc tế Đà Nẵng (28-29/4);
- Lễ hội Nghề truyền thống Huế (29/4-3/5);
- Tuần lễ Du lịch xanh Đồng bằng sông Cửu Long (27/6-3/7);
- Lễ hội hoa Tam giác mạch ở Hà Giang (12-15/11)...



Các hoạt động khác

- Xây dựng phim quảng bá du lịch Việt Nam gồm các phiên bản 30 giây, 5 phút và 10 phút với các ngôn ngữ tiếng Việt, Anh, Nhật, Nga, Trung và Hàn Quốc;
- Quảng bá du lịch Việt Nam trên kênh truyền hình du lịch nổi tiếng của Anh - Travel Channel trong thời gian 2 tháng;
- Hỗ trợ các địa phương xây dựng và phát triển sản phẩm du lịch và tổ chức các sự kiện, lễ hội, hoạt động xúc tiến du lịch khác.

Ngoài ra, để giới thiệu thêm thông tin và quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, Tổng cục Du lịch sử dụng:

- Website www.vietnamtourism.com với 7 ngôn ngữ (Việt, Anh, Pháp, Hàn, Nhật, Nga và Trung);
- Trang Fanpage Vietnam Timeless Charm trên facebook www.facebook.com/Vietnamtourism.fanpage;
- Kênh hình ảnh quảng bá du lịch Việt Nam trên Youtube tại địa chỉ: <https://www.youtube.com/c/vietnamtourismmedia>.



6

HỢP TÁC QUỐC TẾ

TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ CỦA DU LỊCH VIỆT NAM

Quá trình hội nhập quốc tế của du lịch Việt Nam bắt đầu từ những năm 1990 và hội nhập toàn diện thông qua các cơ chế hợp tác đa phương, thiết lập các quan hệ hợp tác song phương, tham gia tích cực các tổ chức quốc tế khoảng đầu những năm 2000. Từ cuối những năm 2000, nhất là sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) vào năm 2007, du lịch Việt Nam bắt đầu giai đoạn chủ động hội nhập quốc tế, tăng cường hiệu quả thiết thực trong các khuôn khổ hợp tác.

Tích cực tham gia các khuôn khổ hợp tác đa phương

Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN)

- Tham gia Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) 2015 tại Mi-an-na, đảm nhiệm vai trò Phó Trưởng nhóm công tác về Du lịch chất lượng (QTWG).
- Tăng cường các hoạt động hợp tác quốc tế về du lịch của ASEAN với các đối tác chung như ASEAN-Nhật Bản (AJC),

ASEAN-Hàn Quốc (AKC), ASEAN-Trung Quốc cũng như với Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO).

Hợp tác Tiểu vùng Mê Kông mở rộng (GMS)

- Đăng cai tổ chức thành công Diễn đàn Du lịch Mê Kông MTF 2015 tại Đà Nẵng vào tháng 6.

- Tổ chức phiên họp Nhóm công tác Du lịch GMS lần thứ 35 để thông qua Chiến lược Marketing Du lịch GMS 2015 - 2020.

- Tổ chức 3 hội thảo chuyên đề về phát triển sản phẩm, marketing và đầu tư du lịch.

Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á-Thái Bình Dương (APEC)

- Tham gia phiên họp Nhóm Công tác về Du lịch (TWG - Tourism Working Group) tại Phi-lip-pin.

- Tích cực chuẩn bị cho Năm APEC 2017.

Chiến lược Hợp tác kinh tế Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong (ACMECS) và Hợp tác du lịch Cam-pu-chia - Lào - Mi-an-ma - Việt Nam (CLMV).

- Tham dự Hội nghị Bộ trưởng Du lịch CLMV lần 3 và Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ACMECS lần 2 tại Mi-an-ma vào tháng 7, thông qua kế hoạch hợp tác ACMECS giai đoạn 2016 - 2018.

- Hợp tác với Lào để chính thức khai trương mô hình kiểm tra “một cửa, một lần dừng” tại cửa khẩu quốc tế Lao Bảo - Den Savanh vào tháng 2, giúp giảm thời gian và chi phí làm thủ tục tại cửa khẩu.

- Tham gia đóng góp ý tưởng cho các sự kiện xúc tiến và tiếp thị du lịch, triển khai các chương trình du lịch chung nhằm hiện thực hóa ý tưởng “Năm quốc gia, Một điểm đến”

- Ký các văn bản hợp tác song phương với các quốc gia thành viên về thúc đẩy trao đổi luồng khách, tạo điều kiện đi lại thuận lợi cho du khách, thường xuyên trao đổi thông tin về chính sách, sản phẩm du lịch, hỗ trợ lẫn nhau tham gia và tổ chức các sự kiện du lịch quốc tế, đào tạo phát triển nguồn nhân lực du lịch; thiết lập các nhóm công tác nhằm đảm bảo triển khai hiệu quả các hoạt động xúc tiến, quảng bá chung.

Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO)

- Tham dự hội nghị quốc tế về Du lịch và Văn hóa UNWTO/UNESCO tại Cam-pu-chia vào tháng 1, Đại hội đồng UNWTO lần thứ 21 tại Cô-lôm-bi-a vào tháng 9 với tư cách là Phó Chủ tịch đương nhiệm của Ủy ban Đông Á - Thái Bình Dương và đã có một số hoạt động bên lề khác:

- Làm việc với UNWTO về việc phối hợp tổ chức hội nghị quốc tế về Du lịch và Thể thao bên lề Đại hội Thể thao Bãi biển châu Á (ABG) tại Đà Nẵng vào năm 2016.

- Điều phối, chủ trì dự án Phát triển sản phẩm du lịch đường sông do UNWTO hỗ trợ ASEAN.

Hiệp hội Du lịch Châu Á - Thái Bình dương (PATA)

- Tham gia hội chợ Du lịch quốc tế PATA Travel Mart 2015, hội nghị Thường niên của PATA, giải thưởng PATA Gold Awards, các chương trình học bổng của PATA.

- Chi hội PATA Việt Nam thường xuyên có các cuộc tiếp xúc với các quan chức PATA, chi hội PATA các nước thành viên nhằm thông tin về hoạt động của chi hội; bàn định hướng và khả năng hợp tác giữa các doanh nghiệp thành viên của PATA, các doanh nghiệp thành viên chi hội khác cũng như khả năng thu hút đối tác bên ngoài... Chi hội PATA Việt Nam đã phối hợp với Tổng cục Du lịch tổ chức nhiều sự kiện du lịch quan trọng, đón các đoàn khảo sát từ thị trường nước ngoài, tổ chức hội thảo...

Quỹ quốc tế bảo vệ thiên nhiên (World Wide Fund For Nature - WWF)

- Việt Nam đã tích cực tham gia các hoạt động của WWF với mục đích bảo vệ môi trường và chống biến đổi khí hậu hướng tới phát triển bền vững thông qua các hoạt động xây dựng mô hình du lịch sinh thái cộng đồng; phát triển loại hình du lịch lưu trú tại nhà dân; nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, tập huấn nghiệp vụ du lịch và kết nối người dân tại các vùng sinh thái, vườn quốc gia với các công ty du lịch, lữ hành...



Tiếp tục đẩy mạnh hợp tác du lịch song phương

Trong năm 2015, Việt Nam đã ký kết 9 văn bản hợp tác song phương, nâng tổng số điều ước quốc tế, thỏa thuận quốc tế về du lịch mà Việt Nam đã ký kết và tham gia lên 86 văn bản, tạo cơ sở pháp lý tăng cường hợp tác du lịch với các đối tác trong và ngoài khu vực.

Các văn bản đã ký kết trong năm 2015 gồm

- (1) Thỏa thuận hợp tác du lịch với Hung-ga-ri;
- (2) Bản ghi nhớ về hợp tác du lịch tàu biển với Xin-ga-po;
- (3) Bản ghi nhớ hợp tác du lịch với An-giê-ri;
- (4) Thỏa thuận hợp tác du lịch với Bồ Đào Nha;
- (5) Bản ghi nhớ về hợp tác du lịch với Cò-lôm-bi-a;
- (6) Bản ghi nhớ về hợp tác du lịch với Cam-pu-chia;
- (7) Kế hoạch hợp tác về văn hóa, nghệ thuật và du lịch với Lào;

(8) Kế hoạch hợp tác du lịch 2016-2018 với Mi-an-ma;

(9) Kế hoạch hợp tác du lịch 2016-2018 với Bê-la-rút.

Một số hoạt động hợp tác song phương:

(1) Với Trung Quốc: tham gia góp ý nội dung và các vòng đàm phán ký “Hiệp định hợp tác khai thác phát triển du lịch khu vực thác Bản Giốc”.

(2) Với Đài Loan: tổ chức Hội nghị Hợp tác Du lịch Việt Nam - Đài Loan lần thứ 4 tại TP. Hồ Chí Minh.

(3) Với Xi-lô-va-ki-a: ký “Thỏa thuận hợp tác trong lĩnh vực văn hóa giai đoạn 2015 - 2019 (tháng 5/2015); tổ chức các hoạt động kỷ niệm 65 năm thiết lập quan hệ ngoại giao hai nước: “Ngày Văn hóa Việt Nam tại Xi-lô-va-ki-a 2015”, triển lãm “Không gian Văn hóa Việt Nam”.

Chuẩn bị sẵn sàng cho việc triển khai MRA-TP

Việt Nam là một trong những quốc gia đã hoàn thành sớm các thủ tục pháp lý để ký kết Hiệp định thành lập Ban Thư ký khu vực nhằm điều phối các hoạt động triển khai Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN (MRA-TP) vào tháng 8/2015. Đến cuối năm 2015, 10 nước ASEAN đã hoàn thành việc ký kết hiệp định.

Để phục vụ cho việc triển khai MRA-TP, trong năm 2015, Việt Nam đã tổ chức các hội thảo tại Hà Nội, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh để hướng dẫn các doanh nghiệp, cơ sở đào tạo sử dụng hệ thống Đăng ký nghề du lịch ASEAN (ATPRS). Bộ Giáo dục và Đào tạo cũng đã chủ trì, phối hợp với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội cùng các bộ, ngành, đơn vị liên quan xây dựng khung Trình độ quốc gia để có cơ sở so sánh và công nhận tương đương với khung Trình độ khu vực ASEAN nói chung và lĩnh vực du lịch nói riêng.

Bên cạnh đó, để công nhận tương đương các tiêu chuẩn nghề du lịch theo MRA-TP, Việt Nam cần có các tiêu chuẩn nghề quốc gia. Vì vậy, ngay từ đầu năm 2015, Tổng cục Du lịch đã tham mưu để Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề nghị Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội tiến hành các quy trình, thủ tục công nhận 2 bộ tiêu chuẩn nghề Lễ tân và Buồng là các bộ tiêu chuẩn quốc gia theo quy định mới về quy trình công nhận tiêu chuẩn quốc gia của Luật Việc làm.

Năm 2015, Tổng cục Du lịch đã tổ chức nhiều hội thảo, họp báo để tuyên truyền, tập huấn, nâng cao nhận thức về việc hội nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) cũng như MRA-TP. Đề án “Tăng cường hội nhập AEC trong lĩnh vực du lịch” với trọng tâm là triển khai MRA-TP và phát triển nguồn nhân lực du lịch phục vụ cho công tác quản lý nhà nước trên các lĩnh vực liên quan cũng đã được Tổng cục Du lịch triển khai xây dựng.





7

TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CỦA DU LỊCH VIỆT NAM

DẤU ẤN CHÍNH SÁCH - TIỀN ĐỀ CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Năm 2015 trong bối cảnh gặp rất nhiều khó khăn, thách thức, ngành Du lịch nhận được sự quan tâm chỉ đạo quyết liệt và kịp thời của Đảng, Nhà nước. Trong nghị quyết các phiên họp thường kỳ Chính phủ thường xuyên đề cập đến lĩnh vực du lịch. Hàng loạt các văn bản chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã được ban hành để tháo gỡ khó khăn cho du lịch:

- Nghị quyết 39/NQ-CP ngày 01/06/2015 của Chính phủ về việc miễn thị thực có thời hạn đối với công dân nước Cộng hòa Belarus;
- Nghị quyết 46/NQ-CP ngày 18/06/2015 của Chính phủ về việc miễn thị thực có thời hạn đối với công dân các nước: Vương quốc Anh, Cộng hòa Pháp, Cộng hòa Liên bang Đức, Vương quốc Tây Ban Nha, Cộng hòa Italia;
- Chỉ thị số 14/CT-TTg ngày 02/07/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch;
- Nghị định số 82/2015/NĐ-CP ngày 24/09/2015 của Chính phủ quy định về việc miễn thị thực cho người Việt Nam định cư ở nước ngoài và người nước ngoài là vợ, chồng, con của người Việt Nam định cư ở nước ngoài hoặc của công dân Việt Nam;
- Nghị định số 57/2015/NĐ-CP ngày 16/6/2015 của Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 152/2013/NĐ-CP ngày 04 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định về quản lý phương tiện cơ giới do người nước ngoài đưa vào Việt Nam du lịch.

- Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch đã chỉ đạo các Bộ, ngành, địa phương tăng cường phối hợp với ngành Du lịch để xây dựng và triển khai các chính sách hỗ trợ tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy du lịch phát triển.

Cùng với việc chủ động đề xuất, tham mưu Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trình Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ ban hành các văn bản chính sách, Tổng cục Du lịch đã tích cực điều phối các hoạt động liên kết các cơ quan quản lý du lịch địa phương, doanh nghiệp du lịch triển khai các chương trình hành động của Ngành, đặc biệt là triển khai các nội dung chỉ đạo trong Nghị quyết 92/NQ-CP, Chỉ thị 14/CT-TTg và các Nghị quyết về miễn thị thực.

Trong năm 2015, Tổng cục Du lịch đã tổ chức hội nghị tổng kết 10 năm thi hành Luật Du lịch 2005 và tiếp tục triển khai xây dựng nội dung dự thảo Luật Du lịch (sửa đổi), nhằm xây dựng hành lang pháp lý thuận lợi cho phát triển du lịch trong giai đoạn mới; Tổ chức hội thảo đánh giá kết quả 5 năm thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

Nhận thức về du lịch đã có sự chuyển biến tích cực hơn, ngành Du lịch đã nhận được sự ủng hộ của nhiều Bộ ngành nhằm triển khai các giải pháp tháo gỡ các rào cản liên quan đến du lịch, nhất là liên quan đến việc đảm bảo môi trường du lịch, tạo điều kiện thuận lợi thu hút khách. Nhiều địa

phương, đặc biệt là các địa bàn du lịch trọng điểm đã đưa nhiệm vụ đẩy mạnh phát triển du lịch trở thành một trong những nội dung tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ các cấp.

Cùng với các văn bản của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, một số văn bản khác liên quan đến lĩnh vực du lịch được ban hành trong năm 2015 gồm:

- Thông tư số 22/2015/TT-BLĐTBXH ngày 18/6/2015 của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội quy định chương trình khung trình độ trung cấp nghề, chương trình khung trình độ cao đẳng nghề cho 05 nghề Phiên dịch tiếng Anh du lịch, Marketing du lịch, Kỹ thuật làm bánh, Điều dưỡng, Kế toán lao động tiền lương và bảo hiểm xã hội;

- Thông tư số 31/2015/TT-BCA ngày 06/7/2015 của Bộ Công an hướng dẫn một số nội dung về cấp thị thực, thẻ tạm trú, giấy phép xuất nhập cảnh, giải quyết thường trú cho người nước ngoài tại Việt Nam;

- Thông tư liên tịch số 19/2015/TTLT-BGTVT-BVHTTDL ngày 15/7/2015 của Bộ Giao thông vận tải và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc hướng dẫn vận tải khách du lịch bằng xe ô tô và cấp biển hiệu cho xe ô tô vận tải khách du lịch;

- Quyết định số 4095/QĐ-BKH-CN ngày 31/12/2015 của Bộ Khoa học và Công nghệ về việc công bố Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 4391:2015 Khách sạn - Xếp hạng.

CƠ HỘI, THUẬN LỢI



Sự quan tâm của Đảng và Nhà nước

Thuận lợi lớn nhất đối với ngành Du lịch trong giai đoạn này là sự quan tâm rất lớn của Đảng, Nhà nước với việc đã ban hành nhiều chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho du lịch và đã định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Du lịch thế giới tiếp tục tăng trưởng

Theo Tổ chức Du lịch thế giới, xu hướng du lịch thế giới nhìn chung sẽ tiếp tục tăng trưởng trong giai đoạn tới, trong đó khu vực vành đai châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục đóng vai trò là một trọng điểm thu hút đầu tư và khách du lịch, tạo động lực tăng trưởng cho du lịch toàn cầu.

Sự hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN

Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) đã chính thức được hình thành từ cuối năm 2015, mở ra cơ hội lớn thúc đẩy quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam, trong đó du lịch được coi là một trong những ngành tiên phong.

Tiến tới tham gia Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP)

Tham gia hiệp định TPP, Việt Nam có cơ hội mở rộng giao lưu kinh tế, tăng cường xuất khẩu vào các nền kinh tế quan trọng trong khu vực, từng bước đổi mới nền kinh tế theo hướng nâng cao chất lượng sản xuất hàng hóa và dịch vụ, trong đó có du lịch, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn cao của Hiệp định.

Điện ảnh và Truyền hình - kênh quảng bá “vàng” cho du lịch Việt Nam

Các điểm đến Việt Nam có cơ hội được quảng bá rộng rãi trên thế giới thông qua những sự kiện nổi bật như: hàng Sơn

Đoàn được đài truyền hình ABC (Mỹ) phát sóng giới thiệu trực tiếp ở Mỹ; bộ phim “Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh” với các cảnh quay tại Phú Yên nhận giải “Phim hay nhất” tại Liên hoan Phim quốc tế Silk Road 2015 được tổ chức tại Phúc Châu, Trung Quốc...

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin

Du khách ngày càng có xu hướng sử dụng internet, mạng xã hội để tìm hiểu thông tin, tương tác phục vụ cho hành trình du lịch của mình. Tận dụng xu hướng này sẽ mang cơ hội để lôi cuốn, thu hút khách ở khắp nơi trên thế giới đến Việt Nam.

Đầu tư xã hội vào lĩnh vực du lịch đang gia tăng

Năm 2015 đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống khách sạn, khu nghỉ dưỡng du lịch, tổ hợp vui chơi giải trí ở phân khúc cao cấp với sự tham gia của các nhà đầu tư chiến lược, các tập đoàn lớn góp phần nâng cao chất lượng, đẳng cấp dịch vụ du lịch ở Việt Nam, nâng cao năng lực cạnh tranh của Du lịch Việt Nam.

KHÓ KHĂN, THÁCH THỨC

Thách thức từ bên ngoài

Môi trường an ninh quốc tế còn tiềm ẩn những diễn biến bất thường

Trong vài năm gần đây, thế giới đã chứng kiến nhiều biến động sâu sắc về an ninh, chính trị ở một số khu vực có khả năng ảnh hưởng đến dòng khách du lịch trên thế giới, qua đó đòi hỏi Du lịch Việt Nam cần tăng cường hơn công tác dự báo, ứng phó nhanh chóng với những tình huống khẩn cấp, bất thường.

Biến đổi khí hậu toàn cầu

Việt Nam là một trong vài quốc gia được dự báo có thể phải chịu tác động nặng nề của hiện tượng mực nước biển dâng.

Nếu không có những nghiên cứu, phân tích và dự báo chính xác tình hình và các giải pháp đối phó hữu hiệu thì biến đổi khí hậu có thể gây ra những hậu quả không nhỏ đối với sự phát triển kinh tế du lịch ở nước ta.

Sự cạnh tranh quyết liệt của các điểm đến trong khu vực

Trong khu vực ASEAN, bên cạnh những điểm đến truyền thống có ngành du lịch phát triển như Xin-ga-po, Thái Lan, Phi-líp-pin, Ma-lai-xi-a, những điểm đến mới nổi như Campuchia, Lào, Mi-an-ma cũng đang có tốc độ tăng trưởng cao và tập trung đầu tư cho du lịch.

Thách thức nội tại

Nhận thức xã hội về phát triển du lịch chưa cao

Nhìn chung, trong những năm qua, nhận thức xã hội về vai trò, vị trí của du lịch còn hạn chế, chưa nhìn nhận ở góc độ một ngành kinh tế tổng hợp, có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế đất nước, dẫn đến sự liên kết, phối hợp của các ngành, địa phương và cộng đồng trong phát triển du lịch chưa thực sự chặt chẽ.

Mức độ mở cửa của Việt Nam còn hạn chế

Việt Nam hiện miễn thị thực (không phân biệt loại hộ chiếu) cho công dân 22 quốc gia, còn thấp so với các quốc gia phát

triển về du lịch trong khu vực như Xin-ga-po (150), Ma-lai-xi-a (155), Thái Lan (55), In-đô-nê-xi-a (45).

Môi trường du lịch còn nhiều bất cập

Công tác quản lý điểm đến và chất lượng dịch vụ du lịch ở nhiều địa phương còn lỏng lẻo cùng với việc ý thức của người kinh doanh du lịch dẫn đến còn tồn tại tình trạng chèn ép khách, nâng giá không kiểm soát, thiếu tôn trọng khách, gây mất an ninh, trật tự tại một số địa phương; tình trạng mất vệ sinh môi trường; thiếu an toàn trong một số hoạt động vận chuyển khách, dịch vụ phục vụ khách.

Hạ tầng giao thông phục vụ du lịch còn hạn chế

Hai cảng hàng không quốc tế quan trọng nhất là Nội Bài và Tân Sơn Nhất đã có dấu hiệu quá tải do lượng khách tăng nhanh. Hệ thống cảng biển phục vụ du lịch còn rất hạn chế, chưa khai thác hiệu quả tiềm năng khách du lịch đường biển vốn là đối tượng có khả năng chi tiêu cao. Ngành đường sắt chưa có nhiều đổi mới để thu hút khách du lịch sử dụng phương tiện này. Hệ thống đường bộ tới một số điểm du lịch chưa được đầu tư nâng cấp, ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận điểm đến của khách du lịch.

Thiếu các sản phẩm du lịch trọng điểm có đẳng cấp quốc tế

Nhìn chung, sản phẩm du lịch ở Việt Nam chưa phong phú, nhiều nơi có sự trùng lặp, thiếu các sản phẩm du lịch thực sự đặc sắc mang đặc trưng của Việt Nam và mang đẳng cấp quốc tế, chưa tạo được động lực để đột phá trong thu hút khách du lịch.

Đầu tư công cho quảng bá du lịch chưa tương xứng

Đầu tư công cho xúc tiến du lịch quốc gia của Việt Nam còn rất thấp so với các nước khác như Thái Lan, Xin-ga-po, Phi-líp-pin, Ma-lai-xi-a... Bên cạnh đó, phương thức xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam cũng còn những hạn chế, chưa tận dụng được hết ưu thế của marketing điện tử.

Nguồn nhân lực du lịch còn thiếu và yếu

Hiện nay nhu cầu nhân lực làm việc trong ngành Du lịch là rất lớn tuy nhiên nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu còn thấp cả về số lượng và chất lượng, nhất là nhân lực trình độ cao. Đây là một yếu tố làm ảnh hưởng đến quá trình phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp hóa của Việt Nam.

TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM

Mục tiêu

Du lịch Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2020 thu hút được 17 - 20 triệu lượt khách du lịch quốc tế, 82 triệu lượt khách du lịch nội địa; đóng góp trên 10% GDP, tổng thu từ khách

du lịch đạt 35 tỉ USD; giá trị xuất khẩu thông qua du lịch đạt 20 tỉ USD; tạo ra 4 triệu việc làm, trong đó có 1,6 triệu việc làm trực tiếp.

Triển vọng

- Với tài nguyên thiên nhiên đa dạng, văn hóa độc đáo, Việt Nam có rất nhiều tiềm năng và dư địa để phát triển du lịch trở thành một điểm đến hấp dẫn trong khu vực và trên thế giới.

- Với sự quan tâm của Đảng và Nhà nước, nhận thức và hành động của các cấp, các ngành và xã hội để phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn sẽ ngày càng mạnh mẽ. Môi trường hoạt động du lịch ở các địa phương sẽ ngày càng được cải thiện. Hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch sẽ được tăng cường.

- Với việc hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN, Việt Nam sẽ khai thác mạnh hơn nguồn khách từ các thị trường này. Các thị trường nguồn truyền thống như Đông Bắc Á, Tây Âu, Mỹ, Nga, Úc sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng. Các thị trường tiềm năng như Ấn Độ, Trung Đông sẽ có bước tăng trưởng khi các chương trình hợp tác, quảng bá xúc tiến của hai bên được đẩy mạnh và phát huy hiệu quả.

- Du lịch Việt Nam sẽ tiếp tục thu hút các nhà đầu tư ở trong nước và quốc tế, đặc biệt là các nhà đầu tư chiến lược, các thương hiệu quốc tế uy tín. Việt Nam sẽ hướng đến hình thành các trọng điểm du lịch thực sự, trước hết đột phá xây dựng một số sản phẩm có chất lượng cao, đẳng cấp quốc tế để tạo động lực thu hút khách và khẳng định thương hiệu.

- Vấn đề phát triển du lịch bền vững và có trách nhiệm tiếp tục sẽ là một trong những vấn đề trọng tâm trong nghị trình hành động của ngành Du lịch.

- Công tác quảng bá thông qua các công cụ marketing điện tử sẽ ngày càng được chú trọng, đa dạng hóa. Xu hướng tin học hóa, ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý nhà nước và xúc tiến du lịch sẽ ngày càng trở nên rõ nét và đóng vai trò quan trọng.



1. SỐ LIỆU THỐNG KÊ

1.1: Số liệu khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2015

Chỉ tiêu	Số lượng khách quốc tế đến (lượt)	Năm 2015 so với năm 2014 (%)
Tổng số	7.943.651	100,9
I. Chia theo phương tiện đến		
1. Đường không	6.271.250	100,8
2. Đường biển	169.839	356,9
3. Đường bộ	1.502.562	106,5
II. Chia theo một số thị trường		
Trung Quốc	1.780.918	91,5
Hàn Quốc	1.112.978	131,3
Nhật Bản	671.379	103,6
Mỹ	491.249	110,7
Đài Loan	438.704	112,8
Ma-lai-xi-a	346.584	104,1
Nga	338.843	92,9
Úc	303.721	94,6
Xin-ga-po	236.547	116,9
Cam-pu-chia	227.074	56,2
Thái Lan	214.645	86,9
Anh	212.798	105,2
Pháp	211.636	99,0
Đức	149.079	104,7
Lào	113.992	83,4
Ca-na-đa	105.670	101,3

1.1: Số liệu khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2015 (tiếp theo)

Chỉ tiêu	Số lượng khách quốc tế đến (lượt)	Năm 2015 so với năm 2014 (%)
Phi-líp-pin	99.757	96,5
In-đô-nê-xi-a	62.240	90,7
Hà Lan	52.967	107,8
Tây Ban Nha	44.932	110,4
I-ta-lia	40.291	110,6
Thụy Điển	32.025	98,6
Niu Di-lân	31.960	96,5
Thụy Sĩ	28.750	96,7
Đan Mạch	27.414	101,4
Bỉ	23.939	103,1
Na Uy	21.425	94,4
Phần Lan	15.043	108,8
Các thị trường khác	507.091	113,6

Nguồn: Tổng cục Thống kê

1.2: Tổng thu từ khách quốc tế đến Việt Nam năm 2015 (tỷ đồng)

STT		Khách có nghỉ đêm	Khách tham quan trong ngày	Tổng	Cơ cấu (%)
	Tổng cộng	196.301,04	1.067,67	197.368,71	100,0
1	Lưu trú	54.866,14	-	54.866,14	27,80
2	Ăn uống	43.598,46	292,22	43.890,68	22,24
3	Đi lại	34.254,53	185,99	34.440,52	17,45
4	Tham quan	15.056,29	55,20	15.111,49	7,66
5	Hàng hóa	26.068,78	333,01	26.401,79	13,38
6	Văn hóa, thể thao, giải trí	8.283,90	62,89	8.346,79	4,23
7	Y tế	1.963,01	30,54	1.993,55	1,01
8	Khác	12.209,93	107,82	12.317,75	6,23

Nguồn: Tính toán của chuyên gia và TTTDL

1.3: Tổng thu từ khách du lịch nội địa năm 2015 (tỷ đồng)

STT		Khách có nghỉ đêm	Khách tham quan trong ngày	Tổng	Cơ cấu (%)
	Tổng cộng	131.085,08	27.101,07	158.186,15	100
1	Lưu trú	32.522,21	-	32.522,21	20,56
2	Ăn uống	31.840,57	7.203,46	39.044,03	24,68
3	Đi lại	29.205,76	8.049,02	37.254,78	23,55
4	Tham quan	8.743,37	2.336,11	11.079,48	7,00
5	Hàng hóa	17.762,03	5.227,80	22.989,83	14,53
6	Văn hóa, thể thao, giải trí	2.661,03	1.967,54	4.628,57	2,93
7	Y tế	1.756,54	168,03	1.924,57	1,22
8	Khác	6.593,57	2.149,11	8.742,68	5,53

Nguồn: Tính toán của chuyên gia và TTTDL

1.4: Tình hình xuất, nhập khẩu dịch vụ giai đoạn 2011 - 2015 (triệu USD)

Ngành dịch vụ	2011	2012	2013	2014	2015
I. XUẤT KHẨU	8.691	9.620	10.710	11.050	11.250
Dịch vụ du lịch ⁽¹⁾	5.710	6.850	7.250	7.410	7.350
Dịch vụ vận tải	2.227	2.070	2.230	2.320	2.430
Dịch vụ bưu chính viễn thông	145	138	140	145	148
Dịch vụ tài chính	208	150	183	175	180
Dịch vụ bảo hiểm	81	64	60	58	55
Dịch vụ Chính phủ	110	110	125	137	142
Dịch vụ khác	210	238	722	805	945
II. NHẬP KHẨU	11.859	11.050	13.820	15.000	16.015
Dịch vụ du lịch ⁽¹⁾	1.710	1.856	2.050	2.650	3.595
Dịch vụ vận tải ⁽²⁾	8.226	6.953	7.340	7.738	8.050
Dịch vụ bưu chính viễn thông	67	57	85	82	85
Dịch vụ tài chính	217	175	460	480	486
Dịch vụ bảo hiểm ⁽²⁾	567	874	911	1.020	1.015
Dịch vụ Chính phủ	152	167	185	195	200
Dịch vụ khác	920	968	2.789	2.835	2.584

Nguồn: Tổng cục Thống kê

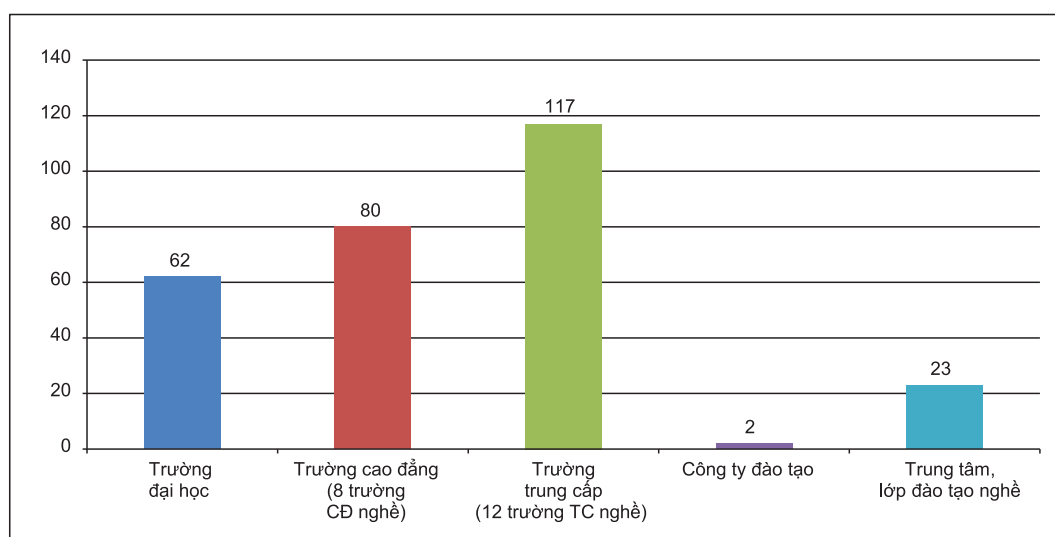
⁽¹⁾ Travel services

⁽²⁾ Điều chỉnh tỷ lệ chi phí vận tải (F), phí bảo hiểm (I) năm 2015

1.5: Các khóa đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn do Tổng cục du lịch tổ chức trong năm 2015

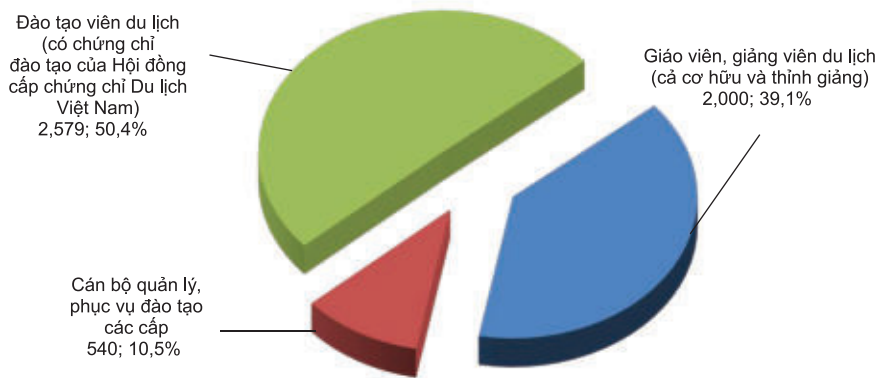
STT	Tên khóa học	Số khóa	Địa điểm	Số lượng học viên	Đối tượng
1	Lớp bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên sâu cho giám đốc khách sạn	2	Vĩnh Phúc, Kiên Giang	200	Giám đốc, quản lý các cơ sở lưu trú du lịch
2	Lớp bồi dưỡng nghiệp vụ khách sạn (buồng, bàn, lễ tân)	6	Đà Nẵng, Khánh Hòa, Bình Thuận, Đắk Lắk, Quảng Ngãi, Thừa Thiên - Huế	720	Nhân viên các cơ sở lưu trú du lịch
3	Lớp quản lý Nhà nước về du lịch	2	Cần Thơ, Nghệ An	150	Công chức tại các Sở VHTTDL, viên chức các đơn vị sự nghiệp thuộc Trung tâm xúc tiến, phòng văn hóa thông tin
4	Lớp tiếng Nhật trình độ cơ bản	3	Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam	152	Người lao động trong ngành du lịch thuộc địa phương
5	Lớp tiếng Nga trình độ cơ bản	5	Bình Định, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận, Bà Rịa - Vũng Tàu	250	Người lao động trong ngành du lịch thuộc địa phương
6	Tập huấn về Thống kê du lịch	8	Hà Nội, Đà Nẵng, TP.HCM, Cần Thơ, Khánh Hòa, Lào Cai, Quảng Ninh, Ninh Bình	464	Công chức, viên chức thuộc Tổng cục Du lịch; thuộc cơ quan quản lý du lịch các địa phương; các doanh nghiệp kinh doanh du lịch.
7	Nghiệp vụ Thuyết minh viên du lịch	4	Kiên Giang, Tuyên Quang, Hải Dương	260	Thuyết minh viên tại các điểm du lịch

1.6: Cơ sở đào tạo du lịch (tính đến tháng 8/2015)



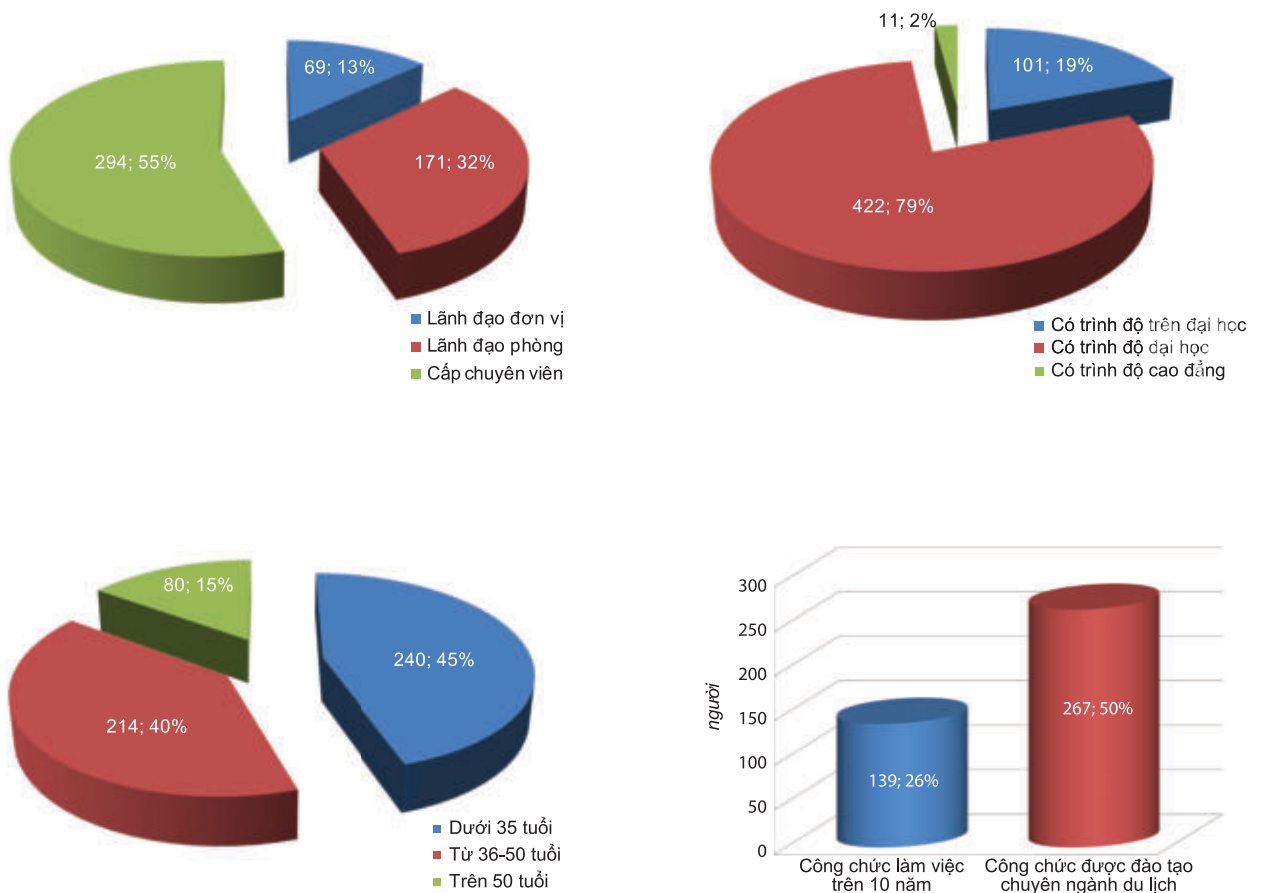
Nguồn: Tổng cục Du lịch

1.7: Cơ cấu tham gia đào tạo du lịch năm 2015



Nguồn: Bộ VHTTDL

1.8: Cơ cấu nhân lực tại các cơ quan quản lý Nhà nước về du lịch (trung ương và địa phương) năm 2015



Nguồn: Dự án EU-ESRT

1.9: Số lượng thẻ HDVDL quốc tế chia theo một số ngoại ngữ

STT	Ngoại ngữ	Cấp mới, cấp đổi năm 2015	Tính đến hết 2015	
			Số lượng	Cơ cấu
1	Tiếng Anh	1.131	5.582	55,14
2	Tiếng Trung	300	1.606	15,86
3	Tiếng Pháp	119	1.099	10,86
4	Tiếng Nhật	79	478	4,72
5	Tiếng Nga	93	469	4,63
6	Tiếng Đức	28	402	3,97
7	Tiếng Tây Ban Nha	33	190	1,88
8	Tiếng Thái	41	145	1,43
9	Tiếng Hàn Quốc	29	72	0,71
10	Tiếng I-ta-lia	11	44	0,43
11	Tiếng In-đô-nê-xia	6	16	0,16
12	Khác	4	20	0,2
	Tổng cộng	1.874	10.123	100

Nguồn: Tổng cục Du lịch





1.12: Danh sách CSLTDL được xếp hạng 4-5 sao và cao cấp trong năm 2015

STT	Tên CSLTDL	Hạng	Số buồng	Tỉnh/TP
1	KS Lotte Hotel Hanoi	5 sao	318	Hà Nội
2	KS Đồng Khởi (Grand Hotel)	5 sao	104	TP. Hồ Chí Minh
3	KS The Reverie Sai Gòn	5 sao	286	TP. Hồ Chí Minh
4	KS Le Meridien Saigon	5 sao	350	TP. Hồ Chí Minh
5	KS Liberty Central Saigon Citypoint	5 sao	171	TP. Hồ Chí Minh
6	KS nghỉ dưỡng Sông Giá	5 sao	138	Hải Phòng
7	KS nghỉ dưỡng FLC Sầm Sơn	5 sao	520	Thanh Hóa
8	KS nghỉ dưỡng Olalani	5 sao	285	Đà Nẵng
9	KS Grand Mercure Đà Nẵng	5 sao	272	Đà Nẵng
10	Khu nghỉ dưỡng Premier Village Đà Nẵng	5 sao	111 villa	Đà Nẵng
11	KS Intercontinental Nha Trang	5 sao	279	Khánh Hòa
12	KS Best Western Premier Havana Nha Trang	5 sao	750	Khánh Hòa
13	Vinpearl Nha Trang Bay Resort & Villa	5 sao	1011	Khánh Hòa
14	KS Mường Thanh Nha Trang Centre	5 sao	458	Khánh Hòa
15	Vinpearl Resort Phú Quốc	5 sao	750	Kiên Giang

1.12: Danh sách CSLTDL được xếp hạng 4-5 sao và cao cấp trong năm 2015 (tiếp theo)

STT	Tên CSLTDL	Hạng	Số buồng	Tỉnh/TP
16	KS Salinda Phú Quốc	5 sao	121	Kiên Giang
17	Căn hộ DL Sherwood	Cao cấp 5 sao	240	TP. Hồ Chí Minh
18	Căn hộ Dolphin Residen	Cao cấp 5 sao	78	Hà Nội
19	KS nghỉ dưỡng Teracotta	4 sao	315	Lâm Đồng
20	Bavico International Hotel Nha Trang	4 sao	285	Khánh Hòa
21	KS Mường Thanh Thanh Hóa	4 sao	219	Thanh Hóa
22	KS Hà Nội Sahul	4 sao	216	Hà Nội
23	KS À La Carte Đà Nẵng	4 sao	202	Đà Nẵng
24	KS Mường Thanh Bắc Giang	4 sao	195	Bắc Giang
25	KS Minh Toàn Galaxy	4 sao	175	Đà Nẵng
26	KS Champa Island	4 sao	168	Khánh Hòa
27	Làng Pháp (French Village)	4 sao	162	Đà Nẵng
28	KS Galina	4 sao	161	Khánh Hòa
29	KS VDB Nha Trang	4 sao	150	Khánh Hòa
30	KS nghỉ dưỡng Almanity	4 sao	145	Quảng Nam
31	KS Đông Á Plaza Hotel	4 sao	143	Thái Nguyên
32	KS Hạ Long Paradise	4 sao	128	Quảng Ninh
33	KS Dragon Sea	4 sao	120	Thanh Hóa
34	KS Sapaly Lào Cai	4 sao	116	Lào Cai
35	KS nghỉ dưỡng Famiana Resort & Spa	4 sao	106	Kiên Giang
36	KS Holiday Beach	4 sao	94	Đà Nẵng
37	KS Nemo	4 sao	92	Bà Rịa - Vũng Tàu
38	KS Legend Sea	4 sao	90	Khánh Hòa
39	KS nghỉ dưỡng Asean	4 sao	81	Hà Nội
40	KS Eldora	4 sao	81	Thừa Thiên - Huế
41	KS Dừa	4 sao	81	Bến Tre
42	KS Hoa Diên Vĩ (Iris)	4 sao	81	Cần Thơ
43	Khu căn hộ DL Somerset Central TD Hải Phòng	Cao cấp 4 sao	132	Hải Phòng
44	KS Lotus Mũi Né Resort & Spa	4 sao	80	Bình Thuận
45	KS nghỉ dưỡng Mường Thanh Holiday Mũi Né	4 sao	154	Bình Thuận

Nguồn: Tổng cục Du lịch

1.13: Số lượng CSLTDL được xếp hạng phân theo loại hình tính đến hết năm 2015

Loại hình/xếp hạng	Số lượng CSLTDL	Số buồng
Khách sạn	5.916	204.898
5 sao	89	23.786
4 sao	216	27.644
3 sao	444	30.970
2 sao	1.518	54.995
1 sao	3.649	67.503
Làng du lịch	3	153
3 sao	1	62
2 sao	1	41
1 sao	1	50
Tàu thủy du lịch	175	2.005
2 sao	76	1.155
1 sao	99	850
Biệt thự du lịch	53	663
Cao cấp	3	75
Đạt chuẩn	50	588
Căn hộ du lịch	15	1.812
Cao cấp	10	1.558
- Cao cấp 5 sao	3	504
- Cao cấp 4 sao	1	132
- Cao cấp	6	922
Đạt chuẩn	5	254
Nhà nghỉ du lịch	5.777	71.526
Homestay	1.089	7.818
Bãi cắm trại du lịch	1	60
Tổng số	13.029	288.935

Nguồn: Tổng cục Du lịch

1.14: CSLTDL đã xếp hạng phân theo vùng du lịch tính đến hết năm 2015

	Vùng	Số CSLTDL	Cơ cấu (%)	Số buồng	Cơ cấu (%)
I	Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc	2.698	20,7	57.582	19,9
1	Bắc Ninh	430		4.258	
2	Hà Nam	82		1.266	
3	Hà Nội	514		20.433	
4	Hải Dương	12		408	
5	Hải Phòng	207		6.286	
6	Hưng Yên	224		2.560	
7	Nam Định	21		790	
8	Ninh Bình	204		3.229	
9	Quảng Ninh	611		12.235	
10	Thái Bình	113		1.624	
11	Vĩnh Phúc	280		4.493	
II	Trung du và miền núi Bắc Bộ	2.455	18,8	32.607	11,3
12	Bắc Giang	281		3.840	
13	Bắc Kạn	194		1.698	
14	Cao Bằng	172		2.308	
15	Điện Biên	68		1.110	
16	Hà Giang	130		2.030	
17	Hòa Bình	99		1.064	
18	Lai Châu	68		1.266	
19	Lạng Sơn	177		2.422	
20	Lào Cai	259		3.881	
21	Phú Thọ	266		3.309	
22	Sơn La	47		616	
23	Tuyên Quang	260		2.563	
24	Thái Nguyên	335		5.068	
25	Yên Bái	99		1.432	
III	Bắc Trung bộ	1.298	10,0	37.383	12,9
26	Hà Tĩnh	136		3.491	
27	Nghệ An	107		5.344	
28	Quảng Bình	279		4.265	
29	Quảng Trị	99		2.341	
30	Thanh Hóa	520		15.688	
31	Thừa Thiên Huế	157		6.254	
IV	Duyên hải Nam Trung bộ	1.322	10,1	48.900	16,9
32	Bình Định	103		2.646	
33	Bình Thuận	196		7.862	

1.14: CSLTDL đã xếp hạng phân theo vùng du lịch tính đến hết năm 2015 (tiếp theo)

	Vùng	Số CSLTDL	Cơ cấu (%)	Số buồng	Cơ cấu (%)
34	Đà Nẵng	274		12.810	
35	Khánh Hoà	358		16.061	
36	Ninh Thuận	23		987	
37	Phú Yên	110		2.305	
38	Quảng Nam	230		5.209	
39	Quảng Ngãi	28		1.020	
V	Tây Nguyên	1.079	8,3	19.135	6,6
40	Đắk Nông	10		295	
41	Đắk Lắk	45		1.599	
42	Gia Lai	52		1.343	
43	Kon Tum	113		1.675	
44	Lâm Đồng	859		14.223	
VI	Đông Nam bộ	2.800	21,5	67.056	23,2
45	Bà Rịa Vũng Tàu	265		9.622	
46	Bình Dương	82		2.423	
47	Bình Phước	73		1.021	
48	Đồng Nai	21		827	
49	Tây Ninh	275		3.750	
50	TP. Hồ Chí Minh	2.084		49.413	
VII	Đồng bằng sông Cửu Long	1.377	10,6	26.272	9,2
51	An Giang	54		1.696	
52	Bạc Liêu	44		980	
53	Bến Tre	23		496	
54	Cà Mau	23		948	
55	Cần Thơ	111		3.297	
56	Đồng Tháp	39		945	
57	Hậu Giang	11		125	
58	Kiên Giang	300		6.761	
59	Long An	264		3.288	
60	Sóc Trăng	63		1.277	
61	Tiền Giang	262		4.130	
62	Trà Vinh	100		1.172	
63	Vĩnh Long	83		1.157	
	Tổng cộng	13.029	100	288.935	100

Nguồn: Tổng cục Du lịch

1.15: Tổ chức và tham gia Hội chợ du lịch (trong nước và quốc tế) từ năm 2011- 2015

STT	Hội chợ	Thời gian
I. THAM GIA CÁC HỘI CHỢ DU LỊCH QUỐC TẾ		
2015		
1	Hội chợ TTM Plus 2015 tại Thái Lan	3-5/6/2015
2	Hội chợ Du lịch quốc tế ITB Berlin 2015	4-8/3/2015
3	Hội chợ Du lịch quốc tế ITB Asia 2015 - Singapore	21-23/10/2015
4	Hội chợ Triển lãm Du lịch Trung Quốc - ASEAN 2015 tại Quế Lâm	29-31/5/2015
5	Hội chợ Du lịch Thế giới WTM 2015	2-5/11/2015
6	Hội chợ Travex (Mianmar)	27-29/01/2015
7	Hội chợ Du lịch Intourmarket (Nga)	14-17/3/2015
8	Hội chợ Du lịch quốc tế MITT 2015 (Nga)	18-21/3/2015
9	Hội chợ JATA (Nhật Bản)	24-27/9/2015
10	Hội chợ Du lịch quốc tế PATA Travel Mart (PTM) 2015 (Ấn Độ)	06-08/9/2015
11	Hội chợ Thương mại và Dịch vụ GES 2015 tại thành phố Delhi	23-28/4/2015
12	Hội chợ Du lịch quốc tế Trung Quốc 2015 (CITM 2015) tại Côn Minh	13-15/11/2015
13	Hội chợ Thương mại, Du lịch quốc tế Việt - Trung năm 2015	16-22/12/2015
2014		
1	Hội chợ TTM Plus 2014 tại Thái Lan	2-7/6/2014
2	Hội chợ Du lịch Thế giới WTM 2014	3-6/11/2014
3	Hội chợ Travex 2014 (Malaysia)	15-24/01/2014
4	Hội chợ Du lịch quốc tế ITF tại Đài Bắc	7-10/11/2014
2013		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế ITB Berlin 2013	6-10/2013
2	Hội chợ Travex (Lào)	21-24/1/2013
3	Hội chợ Du lịch quốc tế MITT 2013 (Nga)	20-23/3/2013
4	Hội chợ Biển đảo quốc tế Nha Trang - Việt Nam	7-10/6/2013
5	Hội chợ Du lịch quốc tế Trung Quốc (CITM) tại Côn Minh	24-27/10/2013
2012		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế ITB Berlin 2012	7-11/3/2012
2	Hội chợ Du lịch Thế giới WTM 2012	5-8/11/2012
3	Hội chợ Travex (In-đô-nê-xi-a)	08-15/1/2012
4	Hội chợ Du lịch quốc tế MITT 2012 (Nga)	21-24/3/2012
5	Hội chợ JATA (Nhật Bản)	17- 24/9/2012
6	Hội chợ Du lịch quốc tế Trung Quốc 2012 (CITM 2015) tại Thượng Hải	13-18/11/2012

1.15: Tổ chức và tham gia Hội chợ du lịch (trong nước và quốc tế) từ năm 2011- 2015 (tiếp theo)

STT	Hội chợ	Thời gian
2011		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế ITB Berlin 2011	9-13/3/2011
2	Hội chợ Du lịch quốc tế ITB Asia 2015 - Singapore	19-21/10/2015
3	Hội chợ Triển lãm Du lịch Trung Quốc - ASEAN 2011 tại Quế Lâm	16-18/9/2011
4	Hội chợ Du lịch Thế giới WTM 2011	7-10/11/2015
5	Hội chợ Travex (Cam-pu-chia)	15-21/01/2011
6	Hội chợ Du lịch quốc tế MITT 2011 (Nga)	16-19/3/2011
7	Hội chợ JATA (Nhật Bản)	29/9-2/10/2011
8	Hội chợ CITM tại Côn Minh - Trung Quốc	27-30/10/2011
II. TỔ CHỨC VÀ THAM GIA HỘI CHỢ TRONG NƯỚC		
2015		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội 2015	3-6/4/2015
2	Hội chợ Du lịch quốc tế ITE HCMC 2015	10-12/9/2015
3	Tuần lễ Du lịch xanh Đồng bằng sông Cửu Long	26/6-2/7/2015
2014		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội 2014	3-6/4/2014
2	Hội chợ Du lịch quốc tế ITE HCMC 2014	11-13/9/2014
2013		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội 2013	18-21/4/2013
2	Hội chợ Du lịch quốc tế ITE HCMC 2013	11-14/9
3	Hội chợ Du lịch Biển đảo quốc tế Nha Trang - Việt Nam 2013 (ISTE Nha Trang - Việt Nam 2013)	7-10/6
4	Hội chợ Du lịch Đồng bằng sông Hồng mở rộng - Hải Phòng 2013	10-14/5
2012		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế ITE HCMC 2012	12-15/9
2011		
1	Hội chợ Du lịch quốc tế ITE HCMC 2011	14-17/9

Nguồn: Tổng cục Du lịch

1.16: Quy hoạch du lịch được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt năm 2015

1	Quyết định số 870/QĐ-TTg ngày 17/6/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Côn Đảo, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu đến năm 2030.
2	Quyết định số 1465/QĐ-TTg ngày 24/8/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển Khu du lịch quốc gia Điện Biên Phủ - Pá Khoang, tỉnh Điện Biên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

2. CÁC SỰ KIỆN VÀ DANH HIỆU ĐƯỢC BÌNH CHỌN

2.1. Mười (10) sự kiện du lịch tiêu biểu năm 2015 (do Tổng cục Du lịch công bố theo kết quả bầu chọn của phóng viên các cơ quan báo chí)

1. Kỷ niệm 55 năm Ngày thành lập ngành Du lịch Việt Nam (9/7/1960 - 9/7/2015) và trao Giải thưởng Du lịch Việt Nam năm 2014.
2. Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng được UNESCO vinh danh vào Danh sách di sản thế giới lần thứ 2; hang Sơn Đoòng được đài truyền hình ABC (Mỹ) phát sóng trực tiếp qua chương trình Good Morning America (Chào buổi sáng nước Mỹ).
3. Chương trình kích cầu du lịch nội địa năm 2015 với chủ đề "Người Việt Nam du lịch Việt Nam - Mỗi chuyến đi thêm yêu Tổ quốc".
4. Chính phủ ban hành nhiều chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch.
5. Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam lần thứ 3 (VITM Hanoi 2015) với chủ đề "Việt Nam - Đất nước của các di sản".
6. Trong năm 2015, nhiều trang mạng, tạp chí du lịch nổi tiếng thế giới bình chọn, trao tặng nhiều giải thưởng cho điểm đến, sản phẩm, dịch vụ của Du lịch Việt Nam.
7. Clip quảng bá Du lịch Việt Nam được phát sóng trên kênh truyền hình Travel Channel (Anh).
8. Năm Du lịch quốc gia 2015 - Thanh Hóa với chủ đề "Kết nối các di sản thế giới".
9. InterContinental Danang Sun Peninsula Resort lần thứ hai được World Travel Awards công nhận là khu nghỉ dưỡng sang trọng bậc nhất thế giới 2015.
10. Hội chợ Du lịch ITE HCMC 2015 lần thứ 11 với chủ đề "Một thập kỉ - Một khu vực - Một thế giới".



Hang Sơn Đoòng - Quảng Bình

2.2. Danh hiệu quốc tế bình chọn Du lịch Việt Nam năm 2015 (Du lịch Việt Nam qua góc nhìn báo chí quốc tế năm 2015)

1. Quốc gia

- Việt Nam đứng đầu trong 5 **địa điểm du lịch thu hút nhất trong năm 2015** (CTV News và báo điện tử The Malay Mail).
- Việt Nam vào danh sách các **điểm nghỉ ngơi lý tưởng nhất thế giới** (Tạp chí International Living).
- Việt Nam vào danh sách **đất nước đáng tham quan năm 2015** (Tạp chí du lịch Wanderlust).
- Sự kiện thường niên lần thứ 27 Virtuoso Travel Week Conference (Hội nghị Tuần lễ hành Virtuoso) chọn Việt Nam là **điểm đến mùa thu 2015**.
- Chuyên mục du lịch của tờ Telegraph (Anh) gợi ý Việt Nam là **điểm đến tránh rét tuyệt vời**.

2. Địa phương

- **Vịnh Hạ Long** và **Phong Nha** vào danh sách kỳ quan thiên nhiên ngoạn mục tuyệt đẹp trên thế giới (Business Insider của Mỹ).
- **Vịnh Hạ Long** lọt danh sách 15 kỳ quan núi đá vôi đẹp nhất thế giới (BBC của Anh).
- **Hà Nội** xếp vị trí thứ 4 trong danh sách các điểm đến hàng đầu thế giới năm 2015 (TripAdvisor).
- **Hà Nội** và **TP. Hồ Chí Minh** nằm trong danh sách 10 thành phố hấp dẫn nhất châu Á (Travel+Leisure) và trong danh sách 10 điểm đến trên thế giới có chi phí du lịch hợp lý nhất (Lonely Planet).
- **TP. Hồ Chí Minh** lọt danh sách 10 thành phố có tốc độ phát triển du lịch nhanh nhất thế giới (CNN Mỹ).
- **Hội An** là điểm đến lý tưởng cho du khách ở châu Á (nhật báo La Stampa - Ý).
- **Đà Nẵng** lọt danh sách 52 điểm đến hấp dẫn nhất năm 2015 (New York Times).
- **Đèo Hải Vân** lọt danh sách các cung đường ngoạn mục trên thế giới (Tờ The Guardian).
- **Sa Pa** lọt danh sách 9 điểm đến lý tưởng được chờ đợi khám phá trong năm 2015 (Roughguides - Anh).
- **Phú Quốc** là 1 trong 10 điểm trăng mật lý tưởng nhất thế giới (Roughguides).
- **Địa đạo Vịnh Mốc** vào danh sách kỳ quan chưa được khám phá (Thrillist - Mỹ).

3. Ẩm thực, trải nghiệm, dịch vụ

- **Nem rán** của Việt Nam nằm trong danh sách **10 món ăn ngon nhất thế giới** (CNN).
- **Ẩm thực đường phố** và "**Đêm phố cổ Hội An**" lọt danh sách 25 trải nghiệm du lịch tuyệt vời nhất thế giới (Rough Guides - Anh).
- **Cáp treo Bà Nà** - 1 trong 10 cáp treo ấn tượng nhất thế giới (CNN).

2.3. Giải thưởng Du lịch Việt Nam

Năm 2015, 80 doanh nghiệp du lịch được trao Giải thưởng Du lịch Việt Nam dựa vào đánh giá kết quả hoạt động năm 2014



10 Khách sạn 5 sao hàng đầu Việt Nam

1. Khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi, thành phố Hà Nội
2. Khách sạn Bến Thành (Rex Hotel), thành phố Hồ Chí Minh
3. Khách sạn New World Sài Gòn, thành phố Hồ Chí Minh
4. Khách sạn Champs Caravelle, thành phố Hồ Chí Minh
5. Vinpearl Resort Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa
6. Khách sạn Cửu Long (Majestic Hotel), thành phố Hồ Chí Minh
7. Khách sạn Daewoo Hà Nội, thành phố Hà Nội
8. Khách sạn Fusion Maia Đà Nẵng, thành phố Đà Nẵng
9. Khách sạn Six Senses Hideaway Ninh Van Bay, tỉnh Khánh Hòa
10. Khách sạn Quốc tế Li Lai, tỉnh Quảng Ninh

10 Khách sạn 4 sao hàng đầu Việt Nam

1. Khách sạn Novotel Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa
2. Khách sạn Hoàn Cầu (Hotel Continental Saigon), thành phố Hồ Chí Minh
3. Khách sạn Sài Gòn Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang
4. Khách sạn Đệ Nhất (First Hotel), thành phố Hồ Chí Minh
5. Khách sạn Yasaka Sài Gòn Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa
6. Khách sạn Michelia, tỉnh Khánh Hòa
7. Khách sạn Grand - Palace, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu
8. Khu du lịch Làng Tre Mũi Né (Bamboo Village Beach Resort & Spa) tỉnh Bình Thuận
9. Khách sạn Sài Gòn Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh
10. Khách sạn Victoria Cần Thơ, thành phố Cần Thơ

10 Khách sạn 3 sao hàng đầu Việt Nam

1. Khách sạn Victory, thành phố Hồ Chí Minh
2. Khách sạn Bông Sen, thành phố Hồ Chí Minh
3. Khách sạn Hương Sen, thành phố Hồ Chí Minh
4. Khách sạn Viễn Đông, thành phố Hồ Chí Minh
5. Khách sạn Đông Xuyên, tỉnh An Giang
6. Khách sạn Công đoàn Việt Nam, thành phố Hà Nội
7. Khách sạn Hòa Bình, thành phố Hà Nội
8. Khách sạn Cửu Long, thành phố Cần Thơ
9. Khách sạn Thanh Bình 2, thành phố Hồ Chí Minh
10. Khách sạn Bel Ami, thành phố Hồ Chí Minh



**10 Doanh nghiệp kinh doanh
lữ hành quốc tế hàng đầu đón khách
du lịch vào Việt Nam**

1. Công ty TNHH Du lịch H.I.S Sóng Hàn Việt Nam, thành phố Đà Nẵng
2. Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist, thành phố Hồ Chí Minh
3. Công ty Cổ phần Du lịch Apex Việt Nam, thành phố Hồ Chí Minh
4. Công ty Cổ phần Du lịch Exotissimo Việt Nam, thành phố Hồ Chí Minh
5. Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Á Đông Vidotour, thành phố Hồ Chí Minh
6. Công ty TNHH JTB-TNT, thành phố Hồ Chí Minh
7. Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Bến Thành, thành phố Hồ Chí Minh
8. Công ty TNHH Du lịch Thiên Niên Kỷ, thành phố Hồ Chí Minh
9. Công ty Cổ phần Fiditour, thành phố Hồ Chí Minh
10. Công ty Cổ phần Lữ hành HG (HG Travel), thành phố Hà Nội

**10 Doanh nghiệp kinh doanh
lữ hành quốc tế hàng đầu đưa khách
đi du lịch nước ngoài**

1. Công ty Cổ phần Du lịch và Tiếp thị Giao thông vận tải Việt Nam (Vietravel), thành phố Hồ Chí Minh
2. Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist, thành phố Hồ Chí Minh
3. Công ty Cổ phần Truyền thông Du lịch Việt, thành phố Hồ Chí Minh
4. Công ty Cổ phần Fiditour, thành phố Hồ Chí Minh
5. Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Bến Thành, thành phố Hồ Chí Minh
6. Công ty TNHH Du lịch và Sự kiện Việt, thành phố Hồ Chí Minh
7. Công ty Cổ phần Du lịch Việt Nam - Hà Nội, thành phố Hà Nội
8. Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Hoàn Mỹ, thành phố Hồ Chí Minh
9. Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch và Thương mại TST, thành phố Hồ Chí Minh
10. Công ty TNHH Du lịch Trần Việt, thành phố Hồ Chí Minh

**10 Doanh nghiệp kinh doanh
lữ hành nội địa hàng đầu
Việt Nam**

1. Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist, thành phố Hồ Chí Minh
2. Công ty Cổ phần Du lịch và Tiếp thị Giao thông vận tải Việt Nam (Vietravel), thành phố Hồ Chí Minh
3. Công ty Cổ phần Fiditour, thành phố Hồ Chí Minh
4. Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Bến Thành, thành phố Hồ Chí Minh
5. Công ty Cổ phần Du lịch Hòa Bình Việt Nam, thành phố Hồ Chí Minh
6. Công ty Cổ phần Du lịch Việt Nam - Hà Nội, thành phố Hà Nội
7. Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Chợ Lớn, thành phố Hồ Chí Minh
8. Công ty Cổ phần Truyền thông Du lịch Việt, thành phố Hồ Chí Minh
9. Công ty Cổ phần Du lịch Việt Nam VITOURS, thành phố Đà Nẵng
10. Công ty TNHH Dã ngoại Lửa Việt, thành phố Hồ Chí Minh



3 Doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển khách du lịch bằng ô tô hàng đầu Việt Nam

1. Công ty TNHH MTV Dịch vụ Lữ hành Saigontourist, thành phố Hồ Chí Minh
2. Công ty Cổ phần Du lịch Hòa Bình Việt Nam, thành phố Hồ Chí Minh
3. Công ty TNHH Thiên Thảo Nguyễn, thành phố Hà Nội

3 Nhà hàng ăn uống phục vụ khách du lịch hàng đầu Việt Nam

1. Nhà hàng Việt Nam House, thành phố Hồ Chí Minh
2. Nhà hàng Lemongrass, thành phố Hồ Chí Minh
3. Nhà hàng Làng Việt, tỉnh Tiền Giang

1 Cửa hàng mua sắm phục vụ khách du lịch hàng đầu Việt Nam

1. Cơ sở tranh thêu tay XQ, thành phố Đà Nẵng

3 Điểm dừng chân phục vụ khách du lịch hàng đầu Việt Nam

1. Doanh nghiệp tư nhân Thương mại Minh Anh, tỉnh Hải Dương
2. Không gian nhà Việt Nam (Vina-house Space), tỉnh Quảng Nam
3. Trạm dừng chân Mekong, tỉnh Tiền Giang

5 Điểm tham quan du lịch hàng đầu Việt Nam

1. Di tích Quốc gia đặc biệt Văn Miếu - Quốc Tử Giám, thành phố Hà Nội
2. Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam, thành phố Hà Nội
3. Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam, thành phố Hà Nội
4. Khu Di tích và Du lịch Mỹ Sơn, tỉnh Quảng Nam
5. Khu du lịch Bà Nà Hills Mountain Resort, thành phố Đà Nẵng

5 Sân golf hàng đầu Việt Nam

1. Sân golf Đà Nẵng, thành phố Đà Nẵng
2. Sân golf Sky Lake, thành phố Hà Nội
3. Sân golf Vinpearl Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa
4. Sân golf Đồng Mô, thành phố Hà Nội
5. Sân golf Sông Giá, thành phố Hải Phòng



TỔNG CỤC DU LỊCH

80 Quán Sứ, Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam
Tel: (84-4) 3942 3760; Fax: (84-4) 3942 4115
Website: www.vietnamtourism.gov.vn