

SỰ THAM GIA CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM TRONG ASEAN

LÊ HỒNG NGỌC

Tóm tắt: Bài báo phân tích sự tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong ASEAN giai đoạn 1995 - 2019, từ đó nhận diện khả năng hội nhập và cạnh tranh trong khu vực. Kết quả cho thấy, ngành du lịch Việt Nam đã và đang tích cực, chủ động tham gia vào nhiều cam kết, có nhiều nỗ lực hợp tác và phát triển, nhờ đó khẳng định được vị thế trong khu vực. Tuy nhiên, việc mở cửa thị trường và hội nhập cũng đem lại cho ngành du lịch Việt Nam nhiều cơ hội và thách thức trong việc cạnh tranh và giữ vững vị trí trong khu vực. Bài báo đưa ra một số gợi mở nhằm tranh thủ các cơ hội hội nhập giúp ngành du lịch Việt Nam vượt qua thách thức cạnh tranh để có thể tham gia sâu rộng hơn vào sân chơi khu vực ASEAN.

Từ khóa: du lịch, Việt Nam, ASEAN

PARTICIPATION OF VIETNAMESE TOURISM INDUSTRY IN THE ASEAN

Abstract: The article analyzes the participation of Vietnam's tourism industry in ASEAN in the period 1995 - 2019, thereby identifying the possibility of integration and competition in the region. The results show that Vietnam's tourism industry has been actively participating in many areas, making efforts for cooperation and development, thereby affirming its position in the region. The article gives some suggestions on how to take advantage of integration opportunities to help Vietnam's tourism industry overcome competitive challenges so that it can participate more deeply in the ASEAN regional playing field.

Keywords: tourism, Vietnam, ASEAN

1. Đặt vấn đề

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp mang tính liên ngành, liên vùng. Việc mở cửa, hội nhập và tham gia vào các thị trường ở cấp độ khu vực và toàn cầu đem lại rất nhiều cơ hội cho ngành du lịch quốc gia, đồng thời cũng gia tăng cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế.

Việt Nam là một trong những nước thành viên được hưởng lợi chính từ phát triển du lịch của khu vực ASEAN [1]. Ngành du lịch Việt Nam đã và đang hội nhập sâu rộng và toàn diện vào khu vực thông qua việc tích cực tham gia các cơ chế, ký kết các thỏa thuận song phương và đa phương,

thúc đẩy các dòng lữ hành quốc tế, mở rộng thị trường du lịch trong và ngoài nước... góp phần tích cực trong việc tạo ra sự hấp dẫn về du lịch, đóng góp vào sự năng động và tăng trưởng chung của khu vực. Ngành du lịch Việt Nam ngày càng giữ vai trò quan trọng, khẳng định được vị thế trên thị trường khu vực và quốc tế, tạo bước đệm để cạnh tranh và phát triển.

Hiện nay, ASEAN đang hướng đến việc trở thành một “điểm đến du lịch duy nhất” bền vững và toàn diện [1]. Điều này hàm ý rằng, hợp tác ASEAN vừa thúc đẩy ngành du lịch của các nước thành viên, vừa gia tăng sức ép cạnh tranh

giữa các nước [2]. Đây là thách thức mà ngành du lịch Việt Nam phải đối mặt để có thể khẳng định, củng cố và nâng cao vị thế trong khu vực, từ đó tối ưu hóa việc tận dụng cơ hội, thu được lợi ích từ quá trình hội nhập phục vụ cho quá trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Bài viết phân tích quá trình tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong khu vực ASEAN qua hai khía cạnh hợp tác và cạnh tranh về du lịch, qua đó nhận định về những cơ hội và thách thức đối với ngành du lịch Việt Nam trong khu vực và đưa ra một số gợi mở nhằm thúc đẩy sâu rộng hơn quá trình tham gia này.

2. Cơ sở dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Cơ sở dữ liệu: bài báo sử dụng các tài liệu và số liệu thứ cấp liên quan đến sự tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong khu vực, được thu thập chọn lọc từ các nguồn tài liệu và cơ sở dữ liệu của Ban Thư ký ASEAN, Diễn đàn Kinh tế Thế giới, Trung tâm Thương mại Quốc tế và Tổ chức Thương mại Quốc tế trong giai đoạn từ năm 1995 (thời điểm Việt Nam chính thức gia

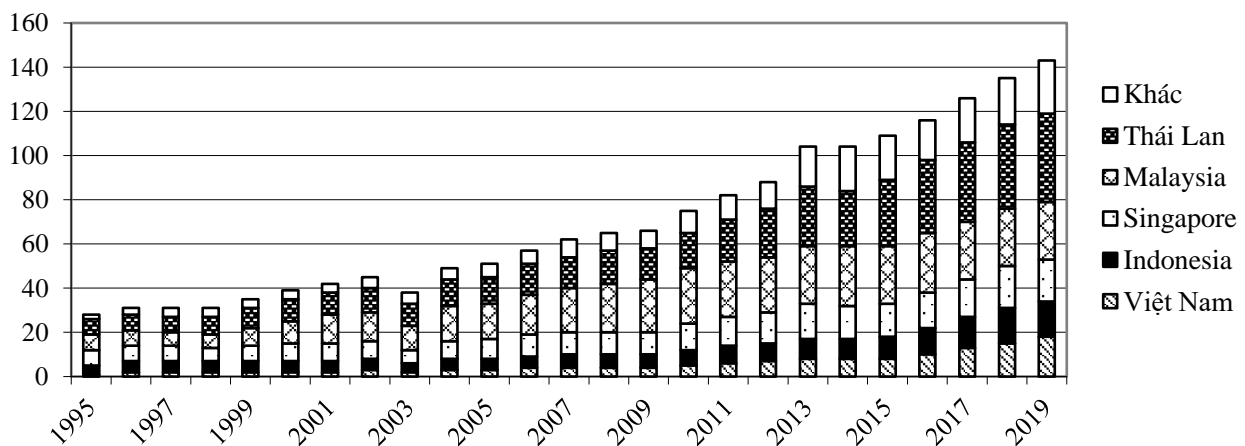
nhập ASEAN) đến năm 2019.

Phương pháp nghiên cứu: bài báo sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn (desk-research), phân tích và tổng hợp tài liệu thứ cấp, thống kê mô tả và phân tích số liệu thứ cấp từ các công trình nghiên cứu đã công bố, các báo cáo về hội nhập trong lĩnh vực du lịch của Việt Nam và một số nước thành viên khác trong ASEAN.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Thực trạng phát triển của ngành du lịch Việt Nam trong khu vực ASEAN

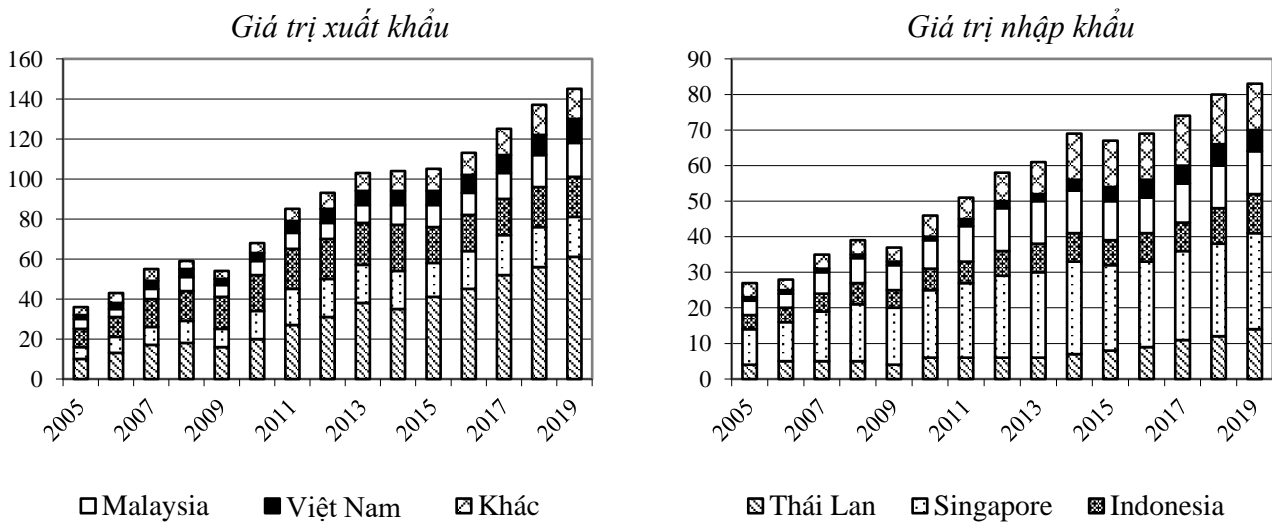
Theo thống kê của Ban thư ký ASEAN, lượng du khách quốc tế đến ASEAN tăng mạnh từ 29,7 triệu lượt khách lên 143,5 triệu lượt khách trong giai đoạn 2015 - 2019 (tăng 483,6%). Theo thống kê của UNESCO, Thái Lan, Malaysia, Singapore, Indonesia và Việt Nam là những nước đón nhiều du khách quốc tế nhất, đồng thời cũng là những nước có nhiều điểm di sản được thế giới công nhận nhất, có nguồn tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng nhất ASEAN [3].



Hình 1. Lượng du khách quốc tế đến ASEAN giai đoạn 1995 - 2019 phân theo điểm đến (triệu lượt khách) [4]

Trong giai đoạn 1995 - 2019, so với các nước ASEAN khác (Hình 1), lượng du khách quốc tế đến Việt Nam tuy xếp sau Thái Lan, Malaysia, Singapore và Indonesia nhưng tỷ trọng lại tăng từ 4,5% lên đến 12,6% [4]. Ngoài ra, tốc độ tăng trưởng du khách quốc tế đến Việt Nam cũng cao nhất trong nhóm 5 nước này đạt 1.232,7% (Thái Lan 472,5%, Malaysia 249,5%, Indonesia 272,5% và Singapore 167,8%) [4]; tuy nhiên, vẫn xếp sau Campuchia (2.909,2%) và Lào (1.282,9%) [4]. Điều này hàm ý rằng, ngành du lịch của hai nước này đang trên đà tăng trưởng mạnh mẽ và trở thành những điểm đến được du khách quan tâm.

Trong bối cảnh hội nhập, du lịch là một ngành kinh tế quan trọng, được xem như một dòng thương mại dịch vụ quốc tế [5]. Kim ngạch thương mại dịch vụ du lịch cũng phản ánh kết quả hoạt động và khả năng cạnh tranh của ngành du lịch các quốc gia. Theo thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế, giai đoạn 2005 - 2019 (Hình 2), giá trị xuất khẩu dịch vụ du lịch của ASEAN tăng từ 35 tỷ USD lên 143,9 tỷ USD; giá trị nhập khẩu tăng từ 25,6 tỷ USD lên 83,6 tỷ USD; cán cân thương mại dịch vụ du lịch quốc tế của ASEAN trong cả giai đoạn luôn đạt thặng dư với giá trị tăng từ 9,4 tỷ USD lên 60,3 tỷ USD [6].



Hình 2. Kim ngạch thương mại dịch vụ du lịch quốc tế của ASEAN giai đoạn 1995 - 2019 phân theo quốc gia (tỷ USD) [6]

Trong giai đoạn 1995 - 2015, giá trị xuất khẩu dịch vụ du lịch quốc tế của Việt Nam tăng từ 2,3 tỷ USD lên 11,8 tỷ USD (xếp thứ 5 ASEAN); nhập khẩu tăng từ 0,9 tỷ USD lên 6,2 tỷ USD (xếp thứ 6 ASEAN); giá trị thặng dư thương mại dịch vụ du lịch quốc tế tăng từ 1,4 tỷ USD lên 5,7 tỷ USD, gần bắt kịp với mức tăng của Malaysia (từ 5,1 tỷ USD lên 7,5 tỷ USD) nhưng bị Thái Lan bỏ xa (từ 5,8 tỷ USD lên 46,3 tỷ

USD) [6]. Ngoại trừ Philippines và Singapore bị thâm hụt cán cân thương mại du lịch, Indonesia và Campuchia cũng đang dần bắt kịp Việt Nam.

3.2. Cam kết của Việt Nam về hội nhập ASEAN trong lĩnh vực du lịch

Trong những năm gần đây, quá trình hợp tác trong khu vực đã và đang được nâng cấp, hướng đến mức độ tích hợp và tiến bộ cao hơn thông qua sự hình thành của Cộng đồng ASEAN và

các trụ cột, đặc biệt là sự ra đời của Cộng đồng Kinh tế ASEAN. Trong lộ trình này, du lịch là một cấu phần quan trọng, được ưu tiên phát triển để trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong hội nhập khu vực.

Cơ sở cho sự tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong ASEAN chính là những cam kết của Việt Nam về hội nhập du lịch như: Thỏa thuận du lịch ASEAN năm 2002, Hiệp định khung về hội nhập các ngành ưu tiên của ASEAN năm 2004, Nghị định thư hội nhập ngành du lịch ASEAN năm 2004, Thỏa thuận công nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN năm 2012, Thỏa thuận thành lập Ban thư ký vùng năm 2015 để thực hiện Thỏa thuận công nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN, Hiệp định du lịch ASEAN năm 2016... Việt Nam cũng đã rất chủ động và tích cực đóng góp vào việc xây dựng các văn bản về du lịch của khu vực ASEAN như Chiến lược marketing du lịch ASEAN giai đoạn 2011 - 2015 hay Chiến lược du lịch ASEAN giai đoạn 2016 - 2025.

Ở phạm vi rộng hơn, cam kết của Việt Nam về du lịch trong ASEAN thể hiện qua: Hiệp định khung ASEAN về dịch vụ năm 1995, các Nghị định thư thực hiện các gói cam kết theo Hiệp định khung ASEAN về dịch vụ các năm 1997 - 1998 và 2001 - 2019, Hiệp định thương mại dịch vụ ASEAN năm 2020... Cam kết của Việt Nam được đánh giá là mở cửa nhiều hơn so với cam kết về thương mại dịch vụ của Tổ chức Thương mại Quốc tế, thể hiện sự nỗ lực của Việt Nam trong hội nhập về du lịch [7].

Đồng thời, Việt Nam cũng cam kết mở cửa và hội nhập du lịch theo các khuôn khổ đa phương trong và ngoài ASEAN: Chiến lược hợp

tác kinh tế Ayeyawady - Chao Phraya - Mekong (Campuchia, Lào, Myanmar, Việt Nam và Thái Lan), Khuôn khổ CLMV (Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam), ASEAN+3 (ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc), ASEAN - Ấn Độ... Việt Nam cũng đã ký cam kết trong các khuôn khổ hợp tác tăng cường du lịch giữa ASEAN - Ấn Độ năm 2012, với Mỹ năm 2016... Việt Nam cũng có nhiều cam kết hội nhập du lịch ở quy mô toàn cầu, thông qua các khuôn khổ Hiệp định chung về Thương mại và Dịch vụ của Tổ chức Thương mại Quốc tế, cam kết mở cửa tự do hóa thương mại dịch vụ du lịch trong khuôn khổ Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương...

Việt Nam đã đăng cai tổ chức nhiều sự kiện quan trọng như: Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN năm 2009, Diễn đàn du lịch ASEAN các năm 2009 và 2019, Hội chợ du lịch quốc tế thường niên... [8]. Việt Nam cũng tham gia các sự kiện ngoài nước như các hội chợ và diễn đàn du lịch quốc tế.

Ngoài ra, ngành du lịch có mối quan hệ chặt chẽ và liên kết với nhiều ngành kinh tế khác. Do đó, Việt Nam đã ký kết và thực hiện các cam kết trong nhiều lĩnh vực liên quan để hỗ trợ du lịch như: di chuyển lao động, di chuyển vốn, đầu tư nước ngoài vào cơ sở hạ tầng kỹ thuật, dịch vụ vận tải hành khách, dịch vụ y tế...

Có thể thấy, ngành du lịch Việt Nam đã chủ động và tích cực tham gia vào các thị trường du lịch khu vực và quốc tế thông qua các khuôn khổ cam kết và hành động thực tiễn, khẳng định vị thế và nâng cao giá trị từ phát triển du lịch đối với quốc gia và khu vực.

3.3. Vấn đề tham gia vào khu vực ASEAN

của ngành du lịch Việt Nam

ASEAN là một trong những khuôn khổ hợp tác mà ngành du lịch Việt Nam tham gia sâu rộng và có hiệu quả nhất [9], thông qua các cơ chế hợp tác ngay từ khi chính thức trở thành thành viên của ASEAN. Thực trạng phát triển du lịch, cam kết hợp tác cùng với các hoạt động thúc đẩy hội nhập đã và đang khẳng định các nỗ lực của ngành du lịch Việt Nam, thể hiện được tiếng nói và “chỗ đứng” nhất định trong khu vực.

Tuyên bố hình thành Cộng đồng ASEAN với trụ cột đầu tiên là Cộng đồng Kinh tế ASEAN (vào ngày 31/12/2015), đã mở rộng hơn cánh cửa cho ngành du lịch Việt Nam tham gia sâu rộng và toàn diện hơn vào khu vực. Hiện nay, Việt Nam đã ký thỏa thuận công nhận lẫn nhau về bằng cấp và tư cách hành nghề đối với 08 ngành dịch vụ (trong đó có du lịch thông qua Khung tham chiếu trình độ và Hiệp định ASEAN về di chuyển thể nhân, tạo ra cơ chế tự do lưu thông lao động du lịch có chất lượng cao trong khu vực). Bên cạnh đó, Kế hoạch Chiến lược du lịch ASEAN giai đoạn 2016 - 2025 xác định ASEAN sẽ trở thành một điểm đến du lịch duy nhất, đa dạng và độc đáo với cam kết phát triển du lịch có trách nhiệm, bền vững, toàn diện và cân bằng; qua đó, ngành du lịch Việt Nam sẽ trở thành một cấu phần quan trọng, liên kết chặt chẽ hơn nữa với các ngành du lịch của các quốc gia khác trong khu vực.

Theo đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, chỉ số khả năng cạnh tranh về lữ hành và du lịch của các nước ASEAN có xu hướng giảm kể từ năm 2007 đến năm 2019, trong đó bao gồm cả những điểm đến nổi tiếng nhất khu vực (như Singapore (từ 5,8 xuống 4,8), Malaysia (từ 5,1

xuống 4,5), Thái Lan (từ 4,8 xuống 4,5), Indonesia (từ 4,5 xuống 4,3) và Philippines (từ 4 xuống 3,8) [10].

Ngược lại, khả năng cạnh tranh về lữ hành và du lịch của Việt Nam được duy trì tương đối ổn định (gần mức 4,0/7,0 điểm) và luôn nằm trong nhóm 5 nước ASEAN có khả năng cạnh tranh cao [9]. Cụ thể, Việt Nam có sự cải thiện đáng kể về năng lực cạnh tranh trên các khía cạnh tài nguyên du lịch, môi trường kinh doanh du lịch, mức độ ưu tiên phát triển, hạ tầng cơ sở du lịch, công nghệ thông tin và đặc biệt là khả năng cạnh tranh về giá so với Thái Lan, Malaysia và Singapore... [11].

Một điểm cần lưu ý rằng, mặc dù là một điểm đến du lịch, nhưng ASEAN không phải là một chính thể mà là một khu vực với nhiều nước thành viên có cả sự tương đồng và khác biệt. Do đó, sự tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong khu vực không chỉ có một chiều hợp tác phát triển mà còn có cả xu hướng cạnh tranh để khẳng định vị thế.

Ngành du lịch Việt Nam vẫn bị bỏ lại ở khoảng cách khá xa so với Thái Lan và Malaysia, đồng thời cũng có khả năng bị bắt kịp bởi Campuchia và Lào trong thời gian tới. Đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19, ngành du lịch Việt Nam phải đối mặt với thách thức không chỉ khôi phục các hoạt động du lịch mà còn khôi phục thương hiệu và sức hút đối với du khách quốc tế.

Bên cạnh đó, Cộng đồng Kinh tế ASEAN cũng tạo ra không ít thách thức cho ngành du lịch Việt Nam. Chẳng hạn như, việc ký thỏa thuận công nhận lẫn nhau về bằng cấp và tư cách hành nghề du lịch sẽ tạo ra sự khác biệt về văn

hóa, pháp luật và trình độ chuyên môn đối với lao động du lịch của Việt Nam và các nước ASEAN khác (rào cản đối với lao động có trình độ thấp và sức ép cạnh tranh đối với lao động có trình độ cao) [12].

Trên khía cạnh cạnh tranh, Việt Nam có nhiều lợi thế so sánh để phát triển du lịch nhưng việc khai thác để nâng cao năng lực cạnh tranh còn rất hạn chế. Trong giai đoạn 2005 - 2019, nếu như giá trị chỉ số lợi thế so sánh hiện hữu trong thương mại quốc tế về dịch vụ du lịch của Malaysia được duy trì, lợi thế của Thái Lan không ngừng tăng mạnh, thì giá trị chỉ số này của Việt Nam có xu hướng giảm và dần chuyển thành bất lợi [11].

Theo đánh giá thường kỳ của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, trong giai đoạn 2007 - 2019, Việt Nam có được sự cải thiện về lợi thế môi trường phát triển du lịch (như có sự an toàn đối với du khách, hệ thống y tế có chất lượng và khả năng tiếp cận nước sạch nhằm đảm bảo sức khỏe của du khách, chất lượng công nghệ thông tin và truyền thông...), chính sách phát triển du lịch (như ưu tiên phát triển du lịch, khả năng cạnh tranh về giá, tính bền vững của môi trường...), cơ sở hạ tầng du lịch (như hạ tầng và dịch vụ hàng không, đường bộ và cảng...) và tài nguyên du lịch [10]. Tuy nhiên, có thể thấy rằng, mặc dù Việt Nam có lợi thế về tài nguyên du lịch lớn hơn Singapore, nhưng giá trị thương mại dịch vụ du lịch quốc tế của Singapore ngày càng nở rộng khoảng cách so với Việt Nam [11]. Điều này hàm ý rằng, việc sở hữu các lợi thế không đồng nghĩa với khả năng khai thác các lợi thế để tạo ra các giá trị.

4. Kết luận và khuyến nghị

Sự tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong khu vực ASEAN được thể hiện qua hai khía cạnh hợp tác và cạnh tranh về du lịch. Du lịch Việt Nam đã tranh thủ được rất tốt hiệu quả hội nhập khu vực thông qua việc xây dựng hình ảnh để thu hút du khách, từng bước cải thiện thương hiệu du lịch quốc gia.

Tuy nhiên, khi Cộng đồng Kinh tế ASEAN được triển khai sâu rộng hơn, sức ép cạnh tranh về du lịch trong khu vực sẽ ngày càng lớn, đặt ra yêu cầu phải tạo ra sự khác biệt để khẳng định vị thế và nâng cao năng lực cạnh tranh, vượt qua được những rào cản và tránh bị “tụt hậu” trong khu vực.

Trong bối cảnh đó, bài viết đưa ra một số gợi ý mở nhằm thúc đẩy quá trình tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong ASEAN như sau:

Thứ nhất, Việt Nam cần tiếp tục thực hiện các chính sách và biện pháp phát triển du lịch để củng cố nền tảng tăng trưởng. Huy động các nguồn lực phát triển và lấy đà thúc đẩy hoạt động thương mại dịch vụ du lịch, qua đó tạo ra các giá trị cao hơn và bền vững hơn.

Thứ hai, Việt Nam cần tiếp tục chủ động và tích cực trong các cam kết mở cửa thị trường và hợp tác phát triển du lịch trong khuôn khổ thúc đẩy hội nhập khu vực, hợp tác song phương và đa phương. Nắm bắt cơ hội khai thác các nguồn lực nhằm khai thác lợi thế và khắc phục bất lợi, tạo động lực thúc đẩy ngành du lịch quốc gia. Ngoài ra, Việt Nam cần học hỏi từ bài học kinh nghiệm của các nước láng giềng như Singapore, Thái Lan và Malaysia trong quá trình tham gia vào các khuôn khổ hội nhập và hợp tác khu vực.

Thứ ba, Việt Nam cần nhận thức rằng quá

trình tham gia của ngành du lịch quốc gia vào ASEAN trong môi trường có mức độ cam kết hợp tác và sức ép cạnh tranh cao. Vừa hợp tác vừa cạnh tranh, Việt Nam phải tạo ra sự khác biệt nhưng vẫn phải đảm bảo tính hài hòa chung so với các quốc gia trong khu vực; có kế hoạch,

lộ trình thực hiện các cam kết và thỏa thuận chung của khu vực về hội nhập và phát triển du lịch; đồng thời xây dựng các quy hoạch và chiến lược quốc gia có sự hài hòa với các quy hoạch và chiến lược khu vực để tranh thủ các lợi thế, tiềm năng và nguồn lực phát triển du lịch.

Bài báo là sản phẩm của đề tài khoa học cấp cơ sở "Sự tham gia của ngành du lịch Việt Nam trong ASEAN: Thực trạng và giải pháp" do Viện Địa lý nhân văn chủ trì, ThS. Lê Hồng Ngọc làm chủ nhiệm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban thư ký ASEAN (2015), *Kế hoạch Chiến lược Du lịch ASEAN 2016 - 2025*, Jakarta.
2. Chheang V. (2013), *Tourism and Regional Integration in Southeast Asia*, VRF series no. 481, Institute of Developing Economies - Kapan External Trade Organizations.
3. Cơ sở dữ liệu của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hiệp Quốc, <http://whc.unesco.org>, truy cập 15/6/2021.
4. Cơ sở dữ liệu của Ban Thư ký ASEAN, <https://data.aseanstats.org>, truy cập 15/6/2021.
5. Rodyu S., Wetprasit P. (2018), *An Analysis of Comparative Advantage of Thai Tourism with Chinese Tourists compared to other ASEAN+6 Countries*, European Journal of Business and Management 10 (21), 160-182.
6. Cơ sở dữ liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế, <https://www.trademap.org>, truy cập 15/6/2021.
7. Vũ Thanh Hương, Trần Việt Dung (2015), *Việt Nam với quá trình tự do hóa thương mại dịch vụ hướng tới Cộng đồng Kinh tế ASEAN*, Tạp chí Khoa học & Phát triển, số 13/2015.
8. Bùi Thị Nhân (2021), *Du lịch Việt Nam: Hội nhập và phát triển*, Tạp chí Công thương, số 5/2021.
9. Trần Phú Cường (2017), *Du lịch Việt Nam hội nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN*, Trung tâm thông tin du lịch - Tổng cục Du lịch.
10. WEF (2007 - 2019), *The Travel & Tourism Competitiveness Report series*, Geneva.
11. Lê Hồng Ngọc (2020), *Đánh giá lợi thế về tài nguyên du lịch của một số nước ASEAN và vấn đề đặt ra cho Việt Nam*, Tạp chí Nghiên cứu Địa lý nhân văn, số 4/2020.
12. Nguyễn Thị Diệu Hiền, Trần Phương Thảo (2017), *Tự do di chuyển lao động trong Cộng đồng Kinh tế ASEAN: Cơ hội và thách thức đối với nhân lực có kỹ năng ở Việt Nam*, Tạp chí Công Thương, số 6/2017.

Thông tin tác giả:

Lê Hồng Ngọc, Viện Địa lý nhân văn - Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
Địa chỉ: Số 1 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
Email: ngochlh.gm@gmail.com; ĐT: 093 2322 154

Nhật ký tòa soạn

Ngày nhận bài: 17/6/2021
Biên tập: 9/2021