

# CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRƯỚC NHỮNG THÁCH THỨC MỚI HIỆN NAY

NGUYỄN TRÙNG KHÁNH \*

*“Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 22-1-2020, khẳng định quan điểm phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại. Trước những thách thức mới từ đại dịch COVID-19, ngành du lịch đang triển khai các phương án ứng phó, những giải pháp đột phá để phục hồi, phát triển, bảo đảm hoàn thành các mục tiêu mà Chiến lược đã đề ra.*

## Những thành công của ngành du lịch giai đoạn 2011 - 2019

Trong giai đoạn 2011 - 2019, ngành du lịch Việt Nam đạt được những thành tựu đáng khích lệ, góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao vị thế, hình ảnh đất nước. Năm 2019 là năm thứ 10 liên tiếp ngành du lịch có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định kể từ sau cuộc khủng hoảng kinh tế - tài chính toàn cầu năm 2009. Khách du lịch tăng lên đáng kể, từ 6 triệu lượt khách quốc tế, 30 triệu lượt khách nội địa (năm 2011) tăng lên 18 triệu lượt khách quốc tế, 85 triệu lượt khách nội địa (năm 2019), tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011 - 2019 đạt 14,9%/năm đối với khách quốc tế, 15%/năm đối với khách nội địa (Biểu đồ 1).

Cùng với sự gia tăng lượng khách, tổng thu từ khách du lịch và đóng góp của ngành du lịch vào GDP cũng tăng lên đáng kể.

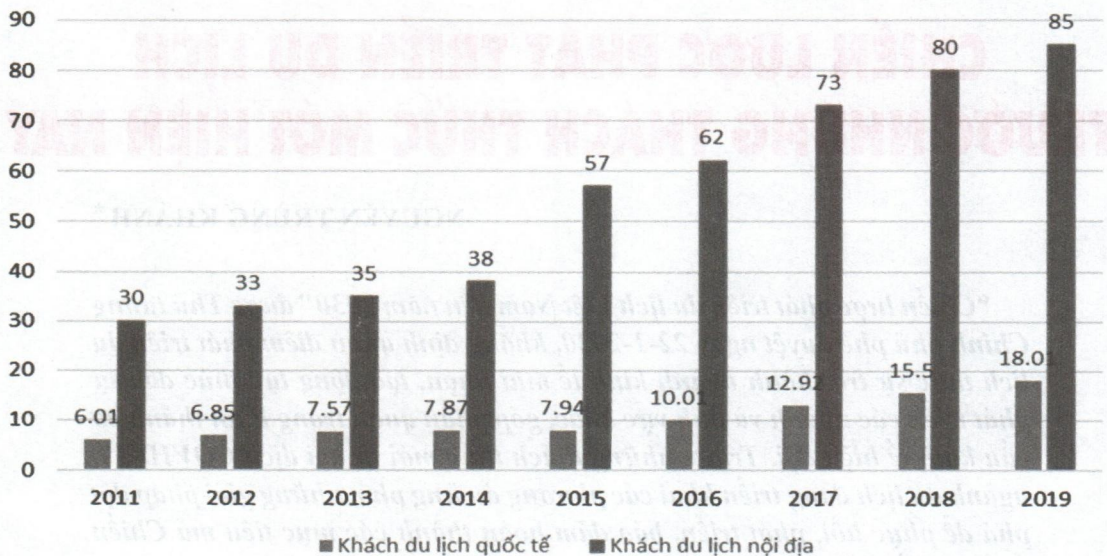
Năm 2011, tổng thu từ khách du lịch mới chỉ đạt 130.000 tỷ đồng, đóng góp 3,1% vào GDP. Đến năm 2019, tổng thu từ khách du lịch đã tăng lên 726.000 tỷ đồng (tăng hơn 5,5 lần so với năm 2011), mức tăng trưởng bình quân cho cả giai đoạn 2011 - 2019 đạt 24%/năm, đóng góp của ngành du lịch vào GDP đạt 9,2% (Biểu đồ 2).

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ngày càng được cải thiện, nâng cao cả về chất và lượng. Năm 2011, cả nước có 13.756 cơ sở lưu trú, với tổng số 256.739 buồng, đến năm 2019, tăng lên 30.000 cơ sở lưu trú với 650.000 buồng (Bảng 1). Tốc độ tăng trưởng bình quân số buồng lưu trú cả giai đoạn 2011 - 2019 đạt khoảng 12,3%/năm, công suất sử dụng buồng trung bình đạt khoảng 59%/năm. Các loại hình lưu trú ngày càng đa dạng, từ hệ thống cơ

\* TS, Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch

**Biểu đồ 1: Khách du lịch quốc tế và nội địa giai đoạn 2011 - 2019**

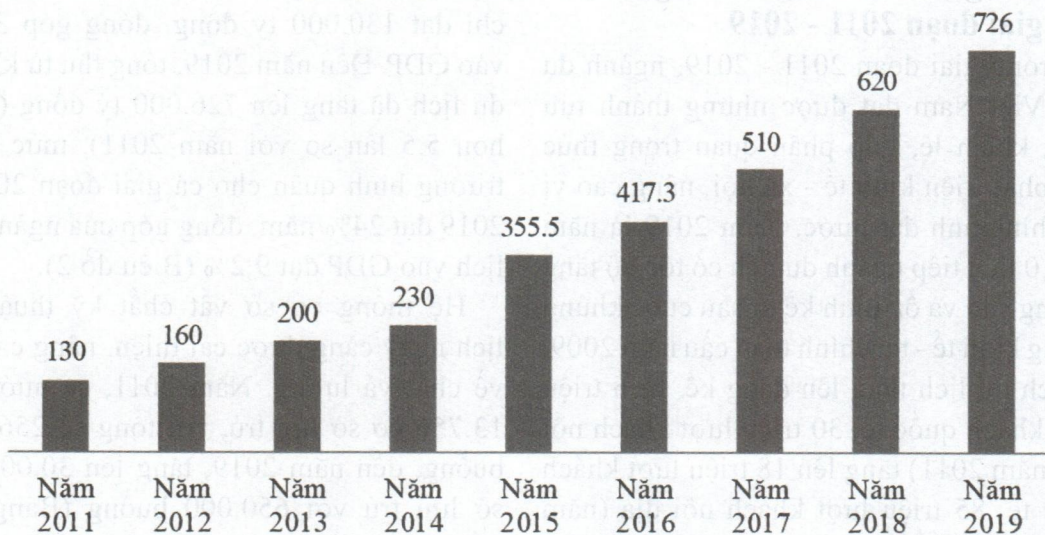
*Đơn vị tính: Nghìn lượt khách*



*Nguồn: Tổng cục Du lịch, năm 2020*

**Biểu đồ 2: Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2011 - 2019**

*Đơn vị tính: Nghìn tỷ đồng*



*Nguồn: Tổng cục Du lịch, năm 2020*

sở lưu trú cao cấp (khách sạn 4-5 sao, căn hộ du lịch cao cấp, biệt thự du lịch) đến hệ thống khách sạn xếp hạng từ 1-3 sao, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du

lịch thuê (homestay), làng du lịch, tàu thủy lưu trú du lịch,...

Năng lực cạnh tranh ngành du lịch ngày càng được nâng cao. Năm 2019, Việt Nam

**Bảng 1: Cơ sở lưu trú du lịch giai đoạn 2011 - 2019**

Năm	Số lượng cơ sở	Tăng trưởng (%)	Số buồng	Tăng trưởng (%)	Công suất buồng bình quân (%)
2011	13.756	11,4	256.739	8,3	59,7
2012	15.381	11,8	277.661	8,1	58,8
2013	15.673	1,9	324.800	17	57,4
2014	16.000	2,1	332.000	2,2	69,0
2015	19.000	18,8	370.000	11,4	55,0
2016	21.000	10,5	420.000	13,5	57,0
2017	25.600	21,9	508.000	21,0	56,5
2018	28.000	9,4	550.000	8,3	-
2019	30.000	7,1	650.000	18,2	-

*Nguồn: Tổng cục Du lịch, năm 2020*

xếp hạng 63/140 quốc gia và vùng lãnh thổ, tăng 4 bậc so với năm 2017, tăng 17 bậc so với năm 2011. Nhiều chỉ số trụ cột về năng lực cạnh tranh du lịch đã được cải thiện tích cực, đặc biệt là các chỉ số: *Mức độ mở cửa đối với quốc tế* (tăng 15 bậc), *môi trường bền vững* (tăng 8 bậc), *hạ tầng hàng không* (tăng 11 bậc), *hạ tầng dịch vụ du lịch* (tăng 7 bậc), *mức độ ưu tiên cho ngành du lịch* (tăng 1 bậc), *chỉ số môi trường kinh doanh* (tăng 1 bậc).

Bên cạnh thành công về các chỉ tiêu tăng trưởng, ngành du lịch cũng nhận được nhiều giải thưởng danh giá của tổ chức Giải thưởng Du lịch thế giới (World Travel Awards), như “Điểm đến di sản hàng đầu thế giới 2019”, “Điểm đến Golf tốt nhất thế giới 2019”, “Điểm đến ẩm thực hàng đầu châu Á 2019”; “Điểm đến hàng đầu châu Á” (2 năm liên tiếp), “Điểm đến Golf tốt nhất châu Á” (3 năm liên tiếp). Có thể nói, du lịch Việt Nam ngày càng phát triển vững

mạnh, từng bước khẳng định vị trí, thương hiệu trong khu vực và trên thế giới.

Tính đến năm 2019, có thể đánh giá, ngành du lịch Việt Nam đã đạt được thành công tốt đẹp trong suốt chặng đường 10 năm. Tiếp nối sự phát triển mạnh mẽ đó, ngày 22-1-2020, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 147/QĐ-TTg, về *phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030* (gọi tắt là Chiến lược). Chiến lược được kỳ vọng tạo ra bước đột phá mới cho sự phát triển du lịch giai đoạn tới.

Chiến lược khẳng định 5 quan điểm phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới: 1- Phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại; 2- Phát triển du lịch bền vững và bao trùm, trên nền tảng tăng trưởng xanh, tối đa hóa sự đóng góp của du lịch cho các mục tiêu phát triển bền

vững của Liên hợp quốc; quản lý, sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học, chủ động thích ứng với biến đổi khí hậu, bảo đảm quốc phòng, an ninh; 3- Chú trọng phát triển du lịch văn hóa, gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc; 4- Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng, hiệu quả; đẩy mạnh ứng dụng những thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao; 5- Phát triển đồng thời du lịch quốc tế và du lịch nội địa; đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ thông qua du lịch; tăng cường liên kết nhằm phát huy lợi thế tài nguyên tự nhiên và văn hóa; phát triển đa dạng sản phẩm du lịch, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam.

Chiến lược đề ra những định hướng, mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam trong 10 năm tới. Cụ thể:

**Đến năm 2025:** Tổng thu từ khách du lịch đạt 1.700 - 1.800 nghìn tỷ đồng (tương đương 77 - 80 tỷ USD), tăng trưởng bình quân 13% - 14%/năm; đóng góp trực tiếp 12% - 14% vào GDP; tạo ra khoảng 5,5 - 6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 2 triệu việc làm trực tiếp, tăng trưởng bình quân 12% - 14%/năm; phần đầu đón được ít nhất 35 triệu lượt khách quốc tế và 120 triệu lượt khách nội địa, duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 12% - 14%/năm và khách nội địa từ 6% - 7%/năm.

**Đến năm 2030:** Tổng thu từ khách du lịch đạt 3.100 - 3.200 nghìn tỷ đồng (tương đương 130 - 135 tỷ USD), tăng trưởng bình quân 11% - 12%/năm; đóng góp 15% - 17% vào GDP; tạo ra khoảng 8,5 triệu việc làm, trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực

tiếp, tăng trưởng bình quân 8% - 9%/năm; phần đầu đón được ít nhất 50 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa; duy trì tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế từ 8% - 10%/năm và khách nội địa từ 5% - 6%/năm. Du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn và phát triển bền vững. Việt Nam trở thành điểm đến đặc biệt hấp dẫn, thuộc nhóm 30 quốc gia có năng lực cạnh tranh du lịch hàng đầu thế giới, đáp ứng đầy đủ yêu cầu và mục tiêu phát triển bền vững.

Để đạt được những mục tiêu đã đề ra theo 5 quan điểm phát triển đã được xác lập, Chiến lược xác định 9 nhóm giải pháp trọng tâm mà ngành du lịch phải thực hiện trong thời gian tới, gồm: Đổi mới tư duy về phát triển du lịch; hoàn thiện thể chế, chính sách phát triển du lịch; phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch; phát triển nguồn nhân lực du lịch; phát triển và đa dạng hóa thị trường khách du lịch; phát triển sản phẩm du lịch; đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá, xây dựng thương hiệu du lịch; ứng dụng khoa học và công nghệ; quản lý nhà nước về du lịch.

“Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” là đột phá chính sách cho phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới, cụ thể hóa Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16-1-2017, của Bộ Chính trị, về “*Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*” và Luật Du lịch năm 2017.

### **Bối cảnh mới và những thách thức cho sự phát triển du lịch Việt Nam**

Từ nay đến năm 2030, tình hình thế giới được dự báo có nhiều biến chuyển nhanh chóng, sâu sắc cả về chính trị, an ninh, kinh tế, văn hóa, xã hội, môi trường, ảnh hưởng

trực tiếp đến sự phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn tới.

Tình hình chính trị thế giới tiếp tục có nhiều diễn biến phức tạp, khó lường, đặc biệt là sự cạnh tranh chiến lược giữa các nước lớn, xung đột vũ trang, tranh chấp chủ quyền tại nhiều “điểm nóng”, an ninh bất ổn, khủng bố cục bộ tại một số quốc gia;...

Năm 2019 kinh tế toàn cầu có những dấu hiệu khả quan về sự phục hồi mạnh mẽ, tuy nhiên đến năm 2020 lại bị sụt giảm nghiêm trọng do tác động của đại dịch COVID-19 khiến cho diễn biến kinh tế toàn cầu rất khó đoán trong 10 năm tới. Châu Á - Thái Bình Dương tiếp tục là khu vực phát triển năng động, đang dần trở thành một trong những trung tâm quyền lực của kinh tế thế giới trong thế kỷ XXI, trong đó, Đông Nam Á được đánh giá là khu vực đang tăng trưởng khá mạnh mẽ và ổn định.

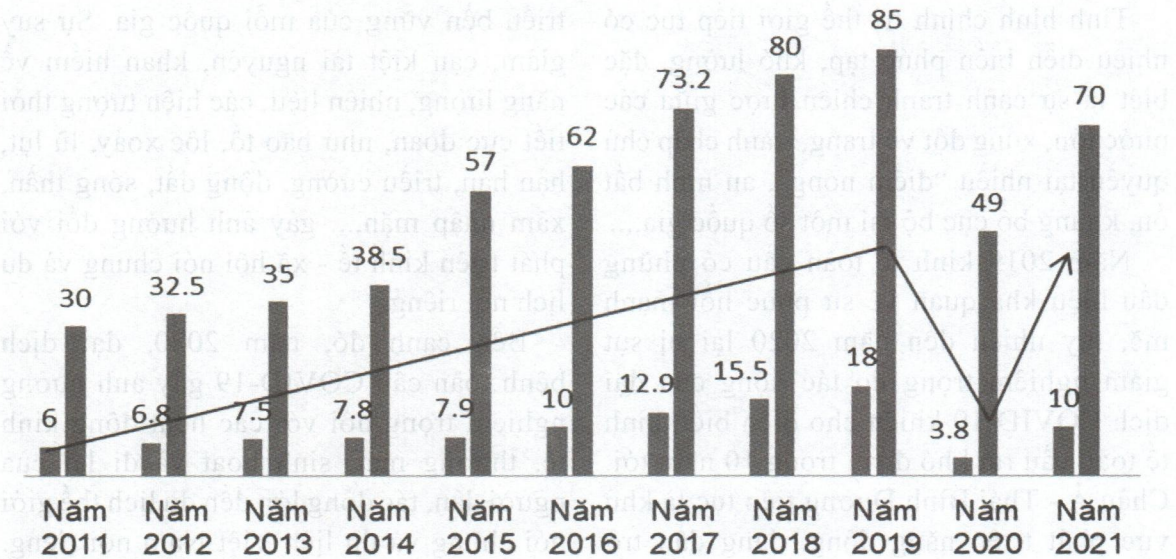
Toàn cầu hóa và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư tạo ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức cho phát triển kinh tế - xã hội. Trong đó, Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số, công nghệ thực tế ảo, năng lượng tái tạo, kết cấu hạ tầng mạng toàn cầu, trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây, in-tơ-nét vạn vật, kinh tế chia sẻ, thúc đẩy “siêu tự động hóa”, “siêu kết nối”, mở ra cơ hội dài hạn về tăng hiệu quả và năng suất lao động. Thực tiễn này cũng đặt ra yêu cầu phải chuyển đổi số quốc gia, đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của Chính phủ, hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, phương thức sống, làm việc của người dân, phát triển môi trường số an toàn, nhân văn, rộng khắp.

Ô nhiễm môi trường và biến đổi khí hậu đang là vấn đề toàn cầu, đe dọa sự phát triển bền vững của mỗi quốc gia. Sự suy giảm, cạn kiệt tài nguyên, khan hiếm về năng lượng, nhiên liệu; các hiện tượng thời tiết cực đoan, như bão tố, lốc xoáy, lũ lụt, hạn hán, triều cường, động đất, sóng thần, xâm nhập mặn,... gây ảnh hưởng đối với phát triển kinh tế - xã hội nói chung và du lịch nói riêng.

Bên cạnh đó, năm 2020, đại dịch bệnh toàn cầu COVID-19 gây ảnh hưởng nghiêm trọng đối với các hoạt động kinh tế, thương mại, sinh hoạt và đi lại của người dân, tác động lớn đến du lịch thế giới nói chung và du lịch Việt Nam nói riêng. Chuỗi tăng trưởng liên tục 10 năm của du lịch Việt Nam bị “đứt gãy”, các chỉ tiêu phát triển du lịch trong năm 2020 không thể hoàn thành như mục tiêu Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị đã đề ra. Số liệu thống kê cho thấy, tháng 1-2020, Việt Nam đón khoảng 1.994.125 lượt khách quốc tế, tháng 2-2020 con số này giảm xuống còn khoảng 1.242.731 lượt, tháng 3-2020 tiếp tục giảm sâu còn 449.923 lượt (giảm 68% so với cùng kỳ năm 2019 và giảm 63% so với tháng 2-2020). Tháng 4-2020, Việt Nam thực hiện giãn cách xã hội theo chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ, ngành du lịch dừng đón khách quốc tế,... Như vậy, năm 2020, ngành du lịch chỉ đón được 3,8 triệu lượt khách quốc tế (giảm 78,7% so với năm 2019), trong đó, hơn 96% là khách quốc tế đến trong quý I năm 2020. Tổng thu của ngành du lịch cũng bị thiệt hại nghiêm trọng, chỉ đạt khoảng 200 nghìn tỷ đồng năm 2020 (bằng tổng thu từ khách du lịch của năm 2013), thiệt hại khoảng 23 tỷ USD (tương đương khoảng

**Biểu đồ 3: Kịch bản 1 - tăng trưởng khách du lịch sau đại dịch COVID-19**

Đơn vị tính: Triệu lượt khách



Nguồn: Tổng cục Du lịch, năm 2020

530.000 tỷ đồng). Trong quý I năm 2021, khách quốc tế đến nước ta đạt hơn 48.000 người, giảm 98,7% so với cùng kỳ năm trước. Đại dịch COVID-19 còn diễn biến phức tạp trên phạm vi toàn cầu, có thể ảnh hưởng đến ngành du lịch đến hết năm 2021 và năm tiếp theo. Có thể dự báo tác động của COVID-19 đối với ngành du lịch Việt Nam theo hai kịch bản sau:

**Kịch bản 1:** Đại dịch COVID-19 cơ bản được kiểm soát trên phạm vi toàn cầu trong quý III của năm 2021, du lịch bắt đầu phục hồi trong quý IV của năm 2021 và bước vào giai đoạn phát triển bình thường sau đó.

Đây là kịch bản tích cực, là sự kỳ vọng của Việt Nam và thế giới. Du lịch là ngành dễ bị tổn thương nhưng cũng là ngành có khả năng phục hồi nhanh nhất sau đại dịch. Nếu kịch bản này diễn ra, ngành du lịch Việt Nam có thể nghiên cứu đón khách quốc tế trở lại sau đó và

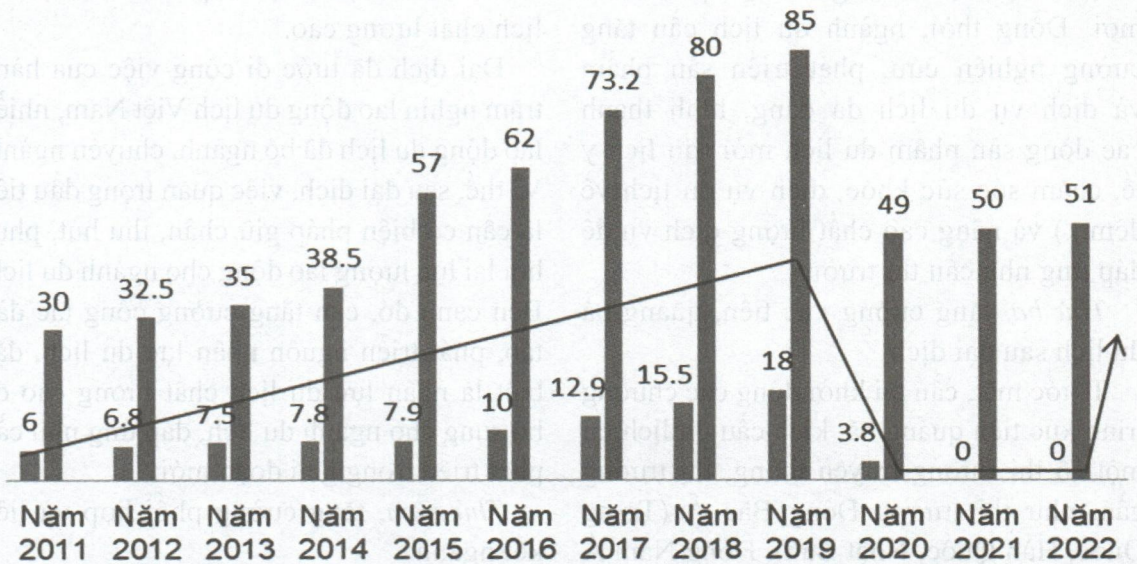
thị trường khách nội địa được phục hồi tương đối ổn định. Biểu đồ tăng trưởng du lịch theo kịch bản này sẽ theo hình chữ “V” - tức tăng trưởng nhanh và liên tục sau đại dịch (Biểu đồ 3).

**Kịch bản 2:** Đại dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, chưa thể được kiểm soát trên phạm vi toàn cầu trong năm 2021, du lịch tiếp tục chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch trong năm 2021 và năm tiếp theo.

Đây là kịch bản xấu có thể xảy ra, ngành du lịch tiếp tục chịu ảnh hưởng nặng nề và kéo dài trong 2 năm tới, Chính phủ tiếp tục thực hiện các biện pháp phòng dịch an toàn, không thể đón khách quốc tế, khách nội địa tiếp tục chững lại ở mức tương đương năm 2020, tổng thu từ khách du lịch không có biến động nhiều so với năm 2020, thậm chí có thể bị giảm do không có khách quốc tế. Biểu đồ tăng trưởng du lịch theo kịch bản này sẽ theo hình chữ “U” (Biểu đồ 4).

**Biểu đồ 4: Kịch bản 2 - tăng trưởng khách du lịch sau đại dịch COVID-19**

Đơn vị tính: Triệu lượt khách



Nguồn: Tổng cục Du lịch, năm 2020

**Giải pháp phục hồi và phát triển du lịch Việt Nam trong giai đoạn mới**

Để phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh mới, đặc biệt trong và sau đại dịch toàn cầu COVID-19, ngành du lịch cần triển khai thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp. Trong đó, các nhiệm vụ, giải pháp đã được đề ra tại “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” cần tiếp tục được triển khai thực hiện nhưng có ưu tiên, chọn lọc những nhóm giải pháp trọng tâm cho phù hợp với bối cảnh tình hình mới sau đại dịch. Cụ thể là:

*Thứ nhất*, ổn định và thúc đẩy tăng trưởng thị trường khách nội địa, tiếp tục hỗ trợ doanh nghiệp du lịch trong và sau đại dịch.

Trước mắt, trong bối cảnh không thể gia tăng lượng khách quốc tế khi chưa kiểm soát được dịch hoặc lượng khách quốc tế tăng chậm sau đại dịch, thì ổn định và thúc

đẩy tăng trưởng thị trường khách nội địa là giải pháp quan trọng. Điều này vừa đáp ứng nhu cầu du lịch của người dân trong nước, vừa bảo đảm khả năng duy trì cho các doanh nghiệp du lịch trong ngắn hạn.

Chính phủ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cần tiếp tục có chính sách, cơ chế thích hợp để hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch, như hỗ trợ thuế, giá; hỗ trợ vay vốn ngân hàng với lãi suất ưu đãi; hỗ trợ công tác xúc tiến, quảng bá, tiếp cận thị trường; thực thi các chính sách kích cầu du lịch.

*Thứ hai*, tiếp tục đầu tư, hoàn thiện kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển đa dạng sản phẩm và dịch vụ du lịch.

COVID-19 mặc dù gây ảnh hưởng nghiêm trọng đối với ngành du lịch nhưng đây cũng là khoảng thời gian ngành du lịch nhìn nhận lại quá trình phát triển, chỉnh trang lại cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch,

hoàn thiện kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch để chuẩn bị cho một giai đoạn phát triển mới. Đồng thời, ngành du lịch cần tăng cường nghiên cứu, phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch đa dạng, hình thành các dòng sản phẩm du lịch mới (du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ du lịch về đêm...) và nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu thị trường.

*Thứ ba*, tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch sau đại dịch.

Trước mắt, cần tái khởi động các chương trình xúc tiến quảng bá, kích cầu du lịch tại một số thị trường truyền thống, thị trường gần, như thị trường Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản), Đông Nam Á (Thái Lan, Ma-lai-xi-a,...); đồng thời, tiếp tục nghiên cứu, tiếp cận và mở rộng các thị trường tiềm năng, thị trường xa, như Tây Âu, Bắc Mỹ, Nga, Ô-xtrây-li-a, Niu Di-lân...

Sau đại dịch, tâm lý, xu hướng, nhu cầu của khách du lịch sẽ có những thay đổi nhất định. Vì thế, công tác xúc tiến, quảng bá du lịch không những phải triển khai tích cực mà còn phải thay đổi, điều chỉnh phương pháp, cách thức tổ chức cho phù hợp. Bên cạnh các phương pháp xúc tiến, quảng bá truyền thống, như tổ chức các sự kiện quốc tế, hội chợ, hội nghị, hội thảo, quảng bá qua các phương tiện truyền thông đại chúng, quảng bá thông qua các hãng hàng không, các đại lý lữ hành quốc tế... cần phải áp dụng các phương pháp hiện đại, ứng dụng công nghệ số, thực hiện ma-két-tin số, quảng bá trực tuyến, quảng bá trên các kênh truyền hình nổi tiếng, như CNN, BBC, National Geographic, Discovery và thiết lập văn phòng đại diện tại một số quốc gia, một số thị trường trọng điểm.

*Thứ tư*, phục hồi và phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực du lịch chất lượng cao.

Đại dịch đã tước đi công việc của hàng trăm nghìn lao động du lịch Việt Nam, nhiều lao động du lịch đã bỏ ngành, chuyển ngành. Vì thế, sau đại dịch, việc quan trọng đầu tiên là cần có biện pháp giữ chân, thu hút, phục hồi lại lực lượng lao động cho ngành du lịch. Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác đào tạo, phát triển nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt là nhân lực du lịch chất lượng cao để bổ sung cho ngành du lịch, đáp ứng nhu cầu phát triển trong giai đoạn mới.

*Thứ năm*, tăng cường phối hợp và liên kết ngành.

Tăng cường phối hợp với ngành hàng không trong công tác xúc tiến, quảng bá, kết nối và phát triển thị trường du lịch; phối hợp với các cơ quan hải quan, thuế trong việc tạo thuận lợi cho khách du lịch quốc tế xuất, nhập cảnh Việt Nam và mua hàng miễn thuế; phối hợp với ngành nông nghiệp trong việc cung ứng thực phẩm đầu vào cho các nhà hàng, cơ sở kinh doanh ăn uống, bảo đảm an toàn thực phẩm phục vụ khách du lịch; phối hợp với ngành công an bảo đảm an ninh, trật tự tại các khu, điểm du lịch, phòng, chống các loại tội phạm,...

*Thứ sáu*, xây dựng môi trường du lịch thân thiện, an toàn.

Sau đại dịch, có thể xuất hiện trở lại các hiện tượng chèo kéo khách, cò mồi, nâng giá, ép giá, lừa đảo, cướp giật,... gây ảnh hưởng lớn đến hình ảnh du lịch Việt Nam. Vì vậy, cần chú trọng công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho cộng đồng, doanh nghiệp và toàn xã hội, tích cực hành động để xây dựng hình ảnh du lịch Việt Nam thân thiện, an toàn, hiếu khách. □