DU LỊCH VIỆT NAM: HỘI NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN

● BÙI THỊ NHÂN

TÓM TẮT:

Điều kiện thiên nhiên của Việt Nam luôn được khách du lịch nước ngoài đánh giá cao với những bờ biển kéo dài đẹp nhất thế giới, những ngôi đền cổ kính và những con người chất phác chân thành. Chính những điều kiện đó đã tạo đà phát triển mạnh mẽ cho du lịch Việt Nam. Bài nghiên cứu tiến hành đánh giá ảnh hưởng của một số cam kết hội nhập của Việt Nam về lĩnh vực du lịch đối với ngành Du lịch trong nước, phân tích thực trạng hiện nay của ngành Du lịch Việt Nam. Từ đó, đưa ra các đề xuất nhằm cải thiện những điểm hạn chế của ngành Du lịch Việt Nam trong thời kỳ hội nhập và phát triển hiện nay.

Từ khóa: du lịch, du lịch Việt Nam, hội nhập.

1. Đặt vấn đề

Ngành Du lịch Việt Nam được xem là một ngành kinh tế mũi nhọn do địa lý đất nước Việt Nam có tiềm năng du lịch đa dạng và vô cùng phong phú. Năm 2019, ngành Du lịch Việt Nam lập kỳ tích lần đầu tiên đón 18 triệu lượt khách quốc tế, tăng 16,2% so với năm 2018. Giai đoạn từ 2015-2019, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng 2,3 lần, tăng từ 7,9 triệu lượt lên 18 triệu lượt, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 22,7%/ năm. Việt Nam liên tục nằm trong nhóm những quốc gia có tốc độ tăng trưởng khách du lịch nhanh nhất thế giới. Năm 2019, du lịch Việt Nam nhận giải thưởng "Điểm đến di sản hàng đầu thế giới" do World Travel Awards trao tặng, "Điểm đến Golf tốt nhất thế giới" do World Golf Awards trao tặng. Cùng với đó, World Travel Awards cũng vinh danh Việt Nam là Điểm đến hàng đầu châu Á trong 2 năm liên tiếp 2018-2019, Điểm đến văn hóa hàng đầu châu Á năm 2019, Điểm đến ẩm thực hàng đầu châu Á năm 2019.

Tuy nhiên, ngành Du lịch Việt Nam có những hạn chế nhất định, như: tỷ lệ khách quay trở lại thấp (10-40%); Chi tiêu của khách du lịch quốc tế tại Việt Nam không cao, do những sản phẩm du lịch của Việt Nam chưa hấp dẫn, thiếu gắn kết, các hoạt động giải trí, mua sắm, chăm sóc khách chưa đa dạng, công tác xúc tiến quảng bá chưa thực sự hiệu quả,... nguyên nhân có thể do cơ chế về nguồn lực, cơ chế vận hành, chưa thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch ở nước ngoài, Quỹ hỗ trợ và phát triển du lịch chưa được vận hành và đi vào hoạt động; hạ tầng sân bay có xu hướng quá tải, chưa đáp ứng được tốc độ tăng trưởng cao về số lượng khách du lịch; chính sách thị thực nhập cảnh còn hạn chế so với các điểm đến cạnh tranh trực tiếp của du lịch Việt Nam như Lào, Thái Lan,...

2. Một số cam kết hội nhập của Việt Nam trong lĩnh vực Du lịch

Đầu tháng 01/2007, Việt Nam đã chính thức gia nhập tổ chức WTO sau khi Quốc hội phê chuẩn. Theo Hiệp định chung về Thương mại và Dịch vụ (GATS), Việt Nam đã cam kết tất cả 11 ngành dịch vụ, riêng dịch vụ du lịch, Việt Nam chỉ cam kết đối với các phân ngành dịch vụ đại lý du lịch và kinh doanh lữ hành du lịch, dịch vụ sắp xếp chỗ trong khách sạn, dịch vụ cung cấp thức ăn và đồ uống. Tất cả các thành viên ASEAN sẽ được áp dụng tự động các cam kết này.

GATS đã quy định rõ, có 4 phương thức cung cấp dịch vụ, gồm:

Phương thức thứ 1: cung cấp qua biên giới có nghĩa là dịch vụ được cung cấp từ lãnh thổ của một Thành viên này sang lãnh thổ của một Thành viên khác mà không có sự di chuyển của cả người cung cấp và người tiêu thụ. Việt Nam đã cam kết không hạn chế với phương thức này.

Phương thức thứ 2: người tiêu dùng của một Thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một Thành viên khác để tiêu dùng dịch vụ, gọi tắt là tiêu dùng ngoài lãnh thổ. Việt Nam cũng đã cam kết không hạn chế với phương thức này.

Phương thức thứ 3: hiện diện thương mại - nhà cung cấp dịch vụ của một Thành viên này thiết lập các hình thức hiện diện như công ty 100% vốn nước ngoài, doanh nghiệp liên doanh, chi nhánh,... trên lãnh thổ của một Thành viên khác để cung cấp dịch vụ. Đối với phương thức này, Việt Nam cũng cam kết xóa bỏ hạn chế vốn sở hữu nước ngoài đối với các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam dưới hình thức liên doanh, liên kết trong hoạt động đại lý du lịch, kinh doanh lữ hành du lịch. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ lữ hành du lịch có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được phép cung cấp dịch vụ đưa khách vào du lịch Việt Nam và lữ hành nội địa đối với khách vào du lịch Việt Nam như là một phần của dịch vụ đưa khách vào du lịch Việt Nam. Các doanh nghiệp sở hữu nước ngoài không được phép thực hiện các dịch vụ gửi khách trong nước. Công ty nước ngoài tuy được phép đưa cán bộ quản lý vào làm việc tại Việt Nam, nhưng ít nhất 20% cán bộ quản lý của công ty phải là người Việt Nam.

Phương thức thứ 4: hiện diện thể nhân có nghĩa là thể nhân cung cấp dịch vụ của một Thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một Thành viên khác để cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, Việt Nam không cho phép hướng dẫn viên du lịch nước ngoài được phép hành nghề tại Việt Nam.

Như vậy, so với một số ngành dịch vụ khác, Việt Nam đã mở cửa thị trường du lịch tương đối mạnh mẽ. Một số nghiên cứu cho thấy, cơ hội mang lại cho ngành Du lịch Việt Nam sau khi gia nhập WTO chắc chắn sẽ nhiều hơn thách thức nếu các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp tiến hành đánh giá lại năng lực, định vị và xây dựng chiến lược rõ ràng trong việc tham gia vào chuỗi giá trị gia tăng một cách chủ động song song với việc phát huy thế mạnh riêng vốn có của mình.

Trong cộng đồng kinh tế ASEAN:

Du lịch Việt Nam được triển khai theo hướng thúc đẩy ký kết và thực hiện các hiệp định thỏa thuận hợp tác cấp chính phủ, cấp ngành đa phương và song phương, tranh thủ sự hợp tác, hỗ trợ của các nước thông qua các dự án, chương trình, và các cam kết mở cửa tự do hóa thương mại dịch vụ du lịch trong khuôn khổ WTO, ASEAN, APEC, GMS,... Trong đó, ASEAN là một trong những khuôn khổ hợp tác mà Du lịch Việt Nam tham gia có tính chất sâu rộng và mang lại hiệu quả nhất.

Từ cuối những năm 1990, sau khi gia nhập ASEAN, năm 1995, Việt Nam bắt đầu tìm hiểu và tham gia các cơ chế hợp tác du lịch, đã từng bước tham gia tích cực các hoạt động trong các tiểu ban công tác du lịch từ đầu những năm 2000 và chủ động hội nhập vào cuối những năm 2000. Năm 2009, Việt Nam đã đăng cai và tổ chức thành công Hội nghị Bộ trưởng Du lịch và Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) - một sự kiện lớn nhất trong năm của du lịch ASEAN, Việt Nam đã thực hiện đầy đủ các cam kết về thị trường đối với các lĩnh vực khách sạn, dịch vụ xếp chỗ ở khách sạn, dịch vụ phục vụ ăn uống, dịch vụ kinh doanh lữ hành quốc tế.

Thông qua việc xây dựng các tài liệu hướng dẫn triển khai MRA-TP (2013), du lịch Việt Nam đã chủ động góp phần vào việc triển khai MRA-TP chung của ASEAN. Bên cạnh đó, tại diễn đàn du lịch ASEAN - ATF 2009 diễn ra ở Hà Nội, Việt Nam đã ký Thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau trong ASEAN về nghề du lịch để làm cơ sở cho việc phát triển nguồn nhân lực du lịch ASEAN và tạo chiều hướng thuận lợi cho sự dịch chuyển lao động trong khu vực.

Hàng năm, Du lịch Việt Nam tham gia Hội chợ Du lịch quốc tế TRAVEX bên lề Diễn đàn Du lịch ASEAN, tham gia và có đóng góp tích cực tại các phiên họp định kỳ và họp chuyên đề. Bên cạnh ATF năm 2009, Việt Nam cũng đã đăng cai tổ chức thành công cuộc họp chuyên đề về Marketing và Phát triển sản phẩm du lịch ASEAN (2013) và sẽ tiếp tục tổ chức phiên họp các nhóm công tác du lịch dự kiến vào tháng 4/2016. Bên cạnh các nội dung hợp tác du lịch ASEAN nói chung, Việt Nam còn tích cực và chủ động trong các cơ chế hợp tác du lịch tiểu vùng và giữa ASEAN với các nước, tổ

chức đối tác. Các khuôn khổ hợp tác phổ biến là: Hợp tác kinh tế ACMECS (hợp tác kinh tế gồm 5 nước Campuchia, Lào, Myanmar, Thái Lan và Việt Nam); Hợp tác GMS (còn gọi là chương trình hợp tác Tiểu vùng Mê Kông mở rộng, gồm Việt Nam, Lào, Campuchia, Thái Lan, Myanmar và tỉnh Vân Nam, tỉnh Quảng Tây của Trung Quốc); Hợp tác CLMV (gồm Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam); Hợp tác giữa ASEAN với các nước và tổ chức đối tác (ASEAN với 3 nước Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc; ASEAN với Nga, ASEAN với Ấn Độ, ASEAN với Tổ chức Du lịch thế giới UNWTO, ASEAN với Ngân hàng phát triển châu Á ADB,...), và hợp tác du lịch song phương để đóng góp vào cơ chế hợp tác du lịch trong ASEAN.

3. Thực trạng hội nhập quốc tế của thị trường du lịch Việt Nam

Sự phát triển vượt trội của ngành Du lịch Việt Nam góp một phần không nhỏ vào GDP, bao gồm cả đóng góp trực tiếp, gián tiếp và đầu tư công. Đồng thời, đứng đầu về doanh thu ngoại tệ trong các loại hoạt động dịch vụ xuất khẩu doanh thu của ngành Du lịch chiếm trên 50% trong xuất khẩu dịch vụ của cả nước, nếu xét theo cơ cấu doanh thu ngoại tệ trong xuất khẩu dịch vụ và còn là một ngành có doanh thu ngoại tệ lớn nhất, trên cả các ngành dịch vụ tài chính, vận tải hay bưu chính viễn thông. Với tư cách là hoạt động xuất khẩu tại chỗ, du lịch đã đem lại hiệu quả kinh tế cao và tạo ra nhiều việc làm có thu nhập cho xã hội.

Bên cạnh đó, Việt Nam được UNESCO công nhận hệ thống di sản thế giới liên tiếp gia tăng về số lượng là các trọng tâm trong thực tiễn xây dựng sản phẩm, thu hút khách du lịch, điển hình như cảnh quan vịnh Hạ Long, di sản văn hóa Huế, phố cổ Hội An, di tích Mỹ Sơn; du lịch động Phong Nha-Kẻ Bàng, du lịch nghỉ dưỡng trên bãi biển Mũi Né, Nha Trang, Phú Quốc,... thu hút ngày càng nhiều sự quan tâm của khách du lịch trong và ngoài nước. Các lễ hội với quy mô lớn như: lễ hội bà chúa Xứ, Festival hoa Đà Lạt, lễ hội pháo hoa Đà Nẵng, lễ hội Chùa Hương, Festival Huế,... đã từng bước trở thành những sản phẩm du lịch xứng tầm với các quốc gia khác trong khu vực. Tất cả đã tạo nên điểm đến nổi bật, Việt Nam dần được hình thành và định vị tại các thị trường khách du lịch mục tiêu.

Tuy nhiên, du lịch Việt Nam thời gian qua đã bộc lộ những hạn chế, bất cập chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của xã hội. Theo Tổng cục Du lịch, Việt Nam được xếp thứ 24/141 quốc gia về tài nguyên du lịch, nhưng chỉ đứng thứ 75/141 về năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu; xếp hạng 89 vềmức độ mở cửa với quốc tế, trong đó yêu cầu về thị thực xếp hạng 119 (Việt Nam mới miễn thị thực cho công dân 22 nước, so với Thái Lan là 61, Malaysia là 155, Singapore là 158, Indonesia là 169 nước).

Bên cạnh những thành tựu đạt được, du lịch Việt Nam cũng đang gặp nhiều khó khăn. Một số nội dung tiêu chí là ngành kinh tế mũi nhọn chưa đạt hoặc đạt nhưng chưa bền vững, như: Chiến lược phát triển thị trường khách chưa rõ ràng, thiếu tính khoa học và không nhạy bén với sự biến động của kinh tế và chính trị nên khi có diễn biến xảy ra đã không chủ động và không lường hết tác động đến thị trường khách; chiến lược kinh doanh của các công ty du lịch thiếu bền vững và lâu dài về thị trường khách du lịch quốc tế, đang còn bị động phụ thuộc vào một vài thị trường khách lớn; kích cầu du lịch nội địa chưa hiệu quả, năng lực cạnh tranh còn thấp,...

Ngày 11/3/2020, Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) chính thức công bố dịch COVID-19 do virus Corona chủng mới (SARS-CoV-2) là đại dịch toàn cầu. Ngành Du lịch Việt Nam cũng không ngoại lệ, chịu sự ảnh hưởng và rất lớn của dịch bệnh Covid-19, do lo ngại sự lây lan của dịch, nên đã bị hạn chế đáng kể một số lượng lớn du khách nước ngoài và nội địa. Theo Tổng cục Thống kê, du khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 3/2020 giảm mạnh, chỉ đạt gần 450.000 lượt khách, giảm 68,1% so với cùng kỳ năm 2019 và giảm 63,8% so với tháng 2. Đặc biệt, hai thị trường khách quốc tế lớn nhất của du lịch Việt Nam đó là Trung Quốc và Hàn Quốc đều giảm 91,5% và 91,4%.

Khách du lịch đến từ châu Á chiếm 72,54% với 2.674.367 lượt khách, nhưng giảm hơn 21% so với cùng kỳ năm 2019. Thị trường khách du lịch đến từ châu Âu đứng thứ hai với 648.731 lượt khách, chiếm 17,6%, nhưng giảm 5% so với cùng kỳ năm 2019. Thị trường khách du lịch đến từ châu Mỹ (chủ yếu là Mỹ) với 234.050 lượt khách, chiếm 0,63% nhưng giảm 20,24% so với cùng kỳ năm 2019. Thị trường khách du lịch đến từ châu Úc với 102.181 lượt khách, chiếm 2,77%, nhưng cũng giảm 14,37% so với cùng kỳ năm 2019.

Theo dự báo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), sự ảnh hưởng của dịch Covid-19 sẽ khiến ngành Du lịch toàn cầu bị thiệt hại tương đối lớn. Dự kiến lượng khách du lịch quốc tế sẽ giảm 20-30%, ước tính tổn thất khoảng 300-450 tỷ USD đối với hoạt động du lịch quốc tế trong năm 2020, tương đương gần 1/3 trong số 1.500 tỷ USD mà ngành này thu được vào năm 2019.

4. Những đề xuất

Vấn đề đặt ra với Du lịch Việt Nam hiện nay là: Du lịch phát triển chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng của xã hội; Sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và chưa có sự khác biệt, khả năng cạnh tranh chưa cao; Chất lượng dịch vụ du lịch chưa đáp ứng yêu cầu. Hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch chưa cao; Môi trường du lịch, an toàn thực phẩm và an toàn giao thông còn nhiều bất cập; Công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều hạn chế về nguồn lực, sự phối hợp và tính chuyên nghiệp, hiệu quả chưa cao; Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu vừa yếu; Doanh nghiệp du lịch chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa; vốn, nhân lực và kinh nghiệm quản lý còn hạn chế; Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa được phát huy.

Để khắc phục được những khiếm khuyết, đẩy mạnh ngành kinh tế mũi nhọn, Việt Nam nói chung và ngành Du lịch nói riêng cần có giải pháp kịp thời để tháo gỡ khó khăn và phát huy những lợi thế du lịch của Việt Nam, cụ thể:

Tập trung các nguồn lực thực hiện đồng bộ và hiệu quả một số giải pháp mang tính đột phá, như: đổi mới nhận thức, tư duy về phát triển du lịch; Cơ cấu lại ngành Du lịch bảo đảm tính chuyên nghiệp, hiện đại và phát triển bền vững theo quy luật của kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế; tăng cường xúc tiến quảng bá du lịch, tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý của nhà nước về du lịch,... nhằm duy trì nhịp độ tăng trưởng, hoàn thành tốt các mục tiêu và nhiệm vụ đặt ra.

Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng giao thông và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành, đảm bảo đồng bộ phục vụ yêu cầu phát triển du lịch. Đầu tư nâng cấp phát triển hệ thống hạ tầng xã hội, phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đảm bảo chất lượng, hiện đại, tiện nghi, đồng bộ đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Hiện đại hóa và quy hoạch mạng lưới giao thông công cộng. Thực hiện tốt công tác bảo tồn, tôn tạo các di tích lịch sử văn hóa, kiến trúc nghệ thuật, danh lam thắng cảnh gắn với lễ hội truyền thống tại các địa phương để phát huy giá trị các di tích lịch sử, trở thành điểm đến hấp dẫn du khách.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch theo hướng chuyên nghiệp hóa, trong đó quan tâm đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ, đặc biệt là người dân ở các khu, điểm du lịch cộng đồng; tăng cường đào tạo nghiệp vụ, ngoại ngữ và kỹ năng phục vụ cho đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên du lịch đảm bảo tính chuyên nghiệp cao. Đào tạo nguồn nhân lực theo nhu cầu của doanh nghiệp, khuyến khích đào tạo nghề để chuyển dịch lao động từ lĩnh vực nông nghiệp sang dịch vụ. Thực hiện chuẩn hóa nguồn nhân lực du lịch hợp chuẩn với khu vực và quốc tế, đặc biệt chú trọng nhân lực quản lý du lịch và lao động có tay nghềcao.

Khuyến khích doanh nghiệp du lịch đặt văn phòng đại diện tại nước ngoài, tận dụng và phát huy hết vai trò của cộng đồng người Việt ở nước ngoài, nâng cao vai trò, trách nhiệm của các cơ quan đại diện Việt Nam tại nước ngoài trong trong hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch. Mở rộng các quan hệ hợp tác song phương và đa phương, tranh thủ sự hỗ trợ của các nước, các tổ chức quốc tếgóp phần thúc đẩy nhanh sự phát triển và hội nhập của du lịch Việt Nam, nâng cao hình ảnh và vị thếdu lịch Việt Nam trên trường quốc tế, gắn thị trường du lịch Việt Nam với thị trường du lịch trong khu vực và thếgiới.

Trong bối cảnh hậu đại dịch Covid-19, ngành Du lịch cần phải có những giải pháp kịp thời như sau:

Xu hướng du lịch trong khoảng cách gần bằng phương tiện cá nhân sẽ thay thế cho những chuyến bay xuyên quốc gia, lục địa để đảm bảo an toàn sức khỏe trong bối cảnh mới. Do đó, các chuyến đi sẽ được rút ngắn, hướng về các di sản văn hóa, thiên nhiên, tránh những tụ điểm tập trung đông đúcvà du lịch nội địa sẽ là xu hướng trong thời gian tới. Vì vậy, để hấp dẫn du lịch nội địa, cần có giải pháp đồng bộ từ việc tổ chức các hoạt động kích cầu du lịch nội địa, tổ chức liên kết các nhà cung cấp dịch vụ để hình thành những chương trình du lịch trọn gói với giá ưu đãi cho khách du lịch Việt Nam. Cần đầu tư các tuyến du lịch nội địa mới, chú trọng khai thác du lịch sinh thái cộng đồng, du lịch gắn với bảo vệ môi trường.

Nhà nước cần duy trì những chính sách miễn

giảm thuế cho các doanh nghiệp trong ngành Du lịch, như: miễn giảm thuế giá trị gia tăng cho tiêu dùng du lịch và các doanh nghiệp du lịch, giảm chi phí môi trường cho các doanh nghiệp du lịch, giảm thuế khoán đối với các hộ kinh doanh du lịch cá thể, áp dụng mức giá điện theo đơn giá điện sản xuất cho các cơ sở kinh doanh nhà hàng, dịch vụ lưu trú du lịch thay vì áp dụng mức giá dịch vụ,...

Bên cạnh các chương trình kích cầu du lịch, các biện pháp bảo đảm an toàn phòng chống dịch cần được các địa phương, doanh nghiệp lữ hành, du lịch, khách sạn, các hãng hàng không,... thực hiện triệt để, nghiêm túc. Việc bảo đảm an ninh, an toàn sức khỏe cho người dân tại các cơ sở, điểm đến du lịch trở thành nhiệm vụ kép với việc hồi sinh ngành Du lịch trong thời gian tới ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Tổng cục Thống kê (2020), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý I/2020,* Hà Nội: NXB Thống kê.

2. Nhật Nam (2020), Ba kịch bản gỡ rối cho ngành Du lịch trong cuộc chiến với Covid-19, Báo điện tử Chính phủ, truy cập tại *http://baochinhphu.vn/Du-lich/Ba-kich-ban-go-roi-cho-nganh-du-lich-trong-cuoc-chien-voi-COVID19/392817.vgp*

3. Một số website: *tapchitaichinh.vn/, gso.gov.vn, vietnambiz.vn, vietnamtourism.gov.vn, thuvienphapluat.vn*

Ngày nhận bài: 3/2/2021
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/2/2021
Ngày chấp nhận đăng bài: 23/2/2021

Thông tin tác giả:
ThS. BÙI THỊ NHÂN
Trường Đại học Phan Thiết

VIETNAM'S TOURISM INDUSTRY: INTERNATIONAL INTEGRATIOON AND DEVELOPMENT

● Master. **BUI THI NHAN**
Phan Thiet University

ABSTRACT:

Vietnam's beautiful natural landscape and cultural beauty have attracted many foreign travellers from around the world. Vietnam has great potential in developing tourism activities. This study assesses the impacts of some Vietnams international integration commitments on the tourism sector on the domestic tourism industry. The study also analyzes the current development of Vietnams tourism sector. Based on the study's findings, some recommendations are proposed to help Vietnams tourism industry overcome shortcomings in the context of the countrys international integration process.

Keywords: tourism, Vietnams tourism, integration.