

# NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

Hồ Quế Hậu

Trường Đại học kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Email: hauqueho57@gmail.com

Ngày nhận: 16/01/2020

Ngày nhận bản sửa: 09/4/2020

Ngày duyệt đăng: 05/01/2021

## Tóm tắt:

*Việt Nam là một nước có tài nguyên tự nhiên và văn hóa dân tộc đặc sắc, có sức hấp dẫn lớn đối với khách du lịch, cho phép nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của ngành du lịch. Bài viết này nhằm (i) Phân tích đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam trong thời gian qua; (ii) tìm ra nguyên nhân hạn chế tồn tại và (iii) đề xuất những giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy ngành du lịch Việt Nam đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp ngày càng nhiều cho kinh tế- xã hội. Tuy nhiên du lịch Việt Nam vẫn chưa theo kịp các nước trong khu vực mà nguyên nhân là do chưa có chiến lược phát triển và các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch hiệu quả. Vì vậy trong thời gian tới phải thực thi những giải pháp khả thi để nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành du lịch.*

**Từ khóa:** Du lịch, năng lực cạnh tranh, phát triển ngành.

**Mã JEL:** L8, R38, O14

## Improvement of the competitiveness of Vietnam tourism

### Abstract:

*Vietnam, a country with abundant natural resources and national culture, has a great attraction to tourists, allowing to further enhance the Competing on Capabilities of the tourism. This study aims to (i) analyze and assess the Competitive capability of the tourism in Vietnam in recent years, (ii) find out the reasons for limited existence and (iii) propose solutions to improve the Competing on Capabilities of the tourism. The research results show that Vietnam's tourism is becoming a spearhead economic sector contributing more and more to the socio-economy. However, Vietnam's tourism has not kept up with other countries in the region. The reason is that there is no effective development strategy and solutions to improve the Competing on Capabilities of the tourism. Therefore, in the coming time, it is necessary to implement feasible solutions for improving the Competing on Capabilities for tourism.*

**Keywords:** Tourism, competitiveness, tourism development.

**JEL Codes:** L8, R38, O14.

## 1. Giới thiệu

Du lịch Việt Nam là một ngành kinh tế mũi nhọn, có tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú. Do đó, năm 2002 và năm 2011 Thủ tướng chính phủ Việt Nam đã ban hành “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam”. Cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, du lịch Việt Nam đã phát triển mạnh, tạo thêm việc làm cho toàn xã hội. Tuy nhiên, *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch* chưa được cải thiện nhiều, chưa tương xứng với tài nguyên tự nhiên và văn hóa đất nước (Hoàng Tuấn Anh, 2016), đang đối mặt với nhiều yếu kém như ô nhiễm môi trường, hư hỏng di tích, tình trạng chèo kéo, bắt chẹt khách, tăng giá phòng tùy tiện, cơ sở hạ tầng du lịch thiếu, dịch vụ kém (Lê Ngọc Hồ, 2013). Vì vậy, Việt Nam cần phải làm nhiều hơn nữa để ngành du lịch thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Từ thực tiễn và yêu cầu nêu trên cho thấy việc nghiên cứu vấn

đề “*Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam*” là hết sức cần thiết. Bài viết này nhằm (i) Phân tích đánh giá *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam* trong thời gian qua; (ii) tìm ra nguyên nhân hạn chế tồn tại và (iii) đề xuất những giải pháp để *nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam*. *Bài viết sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp các tài liệu thứ cấp để thực hiện các mục tiêu nghiên cứu*. Phần tiếp theo bài báo trình bày tổng quan cơ sở lý luận, kết quả nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới.

## **2. Tổng quan cơ sở lý luận**

### **2.1. Một số khái niệm liên quan đến nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch**

Du lịch là một dạng nghỉ dưỡng, tham quan tích cực ngoài nơi cư trú với mục đích nghỉ ngơi, giải trí, xem danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, công trình văn hóa nghệ thuật (Viện Từ điển học và Bách khoa toàn thư Việt Nam, 2008). Ngành Du lịch được hiểu là ngành sản xuất bán và trao cho khách các dịch vụ và hàng hoá nhằm đảm bảo việc đi lại, lưu trú, ăn uống, giải trí, thông tin đem lại lợi ích kinh tế cho quốc gia và các tổ chức kinh doanh đó. Theo Porter (1990) cạnh tranh (kinh tế) là giành lấy thị phần và tìm kiếm lợi nhuận (Trích dẫn trong Phan Huy Xu & cộng sự, 2017). Barney (1991) cho rằng lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp là tạo ra giá trị, năng lực cốt lõi cung cấp tiềm năng tiếp cận với thị trường, đóng góp vào lợi ích tăng lên cho khách hàng và rất khó để người khác thực hiện. Dwyer & Kim (2003) cho rằng để đạt được *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch* của mình, bất kỳ điểm đến nào cũng đảm bảo sự hấp dẫn và trải nghiệm du lịch được cung cấp, phải vượt trội so với các điểm đến thay thế cho du khách tiềm năng.

### **2.2. Những tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch.**

Theo quan điểm của Porter (1990), năng lực cạnh tranh được đánh giá qua 2 tiêu chí là thị phần và lợi nhuận là mục tiêu của sản xuất kinh doanh và biểu hiện vị trí trên thị trường so với đối thủ cạnh tranh. Dupeyras & MacCallum (2013) đề xuất những tiêu chí: năng suất lao động, doanh thu trên mỗi du khách. World Bank (2019) sử dụng các tiêu chí: số lượng và tăng trưởng khách du lịch (khách quốc tế và nội địa), số lượng và tăng trưởng doanh số, tỉ lệ đóng góp vào GDP, thời gian lưu trú, chi tiêu của du khách, tỉ lệ khách quay trở lại, mức độ hài lòng của du khách, tạo việc làm của ngành, xếp hạng quốc gia theo chỉ số năng lực cạnh tranh về du lịch.

### **2.3. Những yếu tố tạo thành năng lực cạnh tranh ngành du lịch**

Theo Porter (1990), mô hình năng lực cạnh tranh của Quốc gia hay của một ngành còn gọi là mô hình kim cương bao gồm: (i) Yếu tố sản xuất, (ii) điều kiện cầu, (iii) các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan, (iv) chiến lược, cơ cấu, môi trường cạnh tranh, (v) cơ hội và (vi) Nhà nước. Theo Dwyer & Kim (2003) các yếu tố *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch* bao gồm: Nguồn lực và nhân tố hấp dẫn căn bản, các nhân tố và nguồn lực hỗ trợ, quản lý điểm đến, chính sách, quy hoạch, phát triển điểm đến, các yếu tố hạn định và mở rộng. Từ các mô hình đã có, bài viết này sử dụng mô hình *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch* với các yếu tố sau:

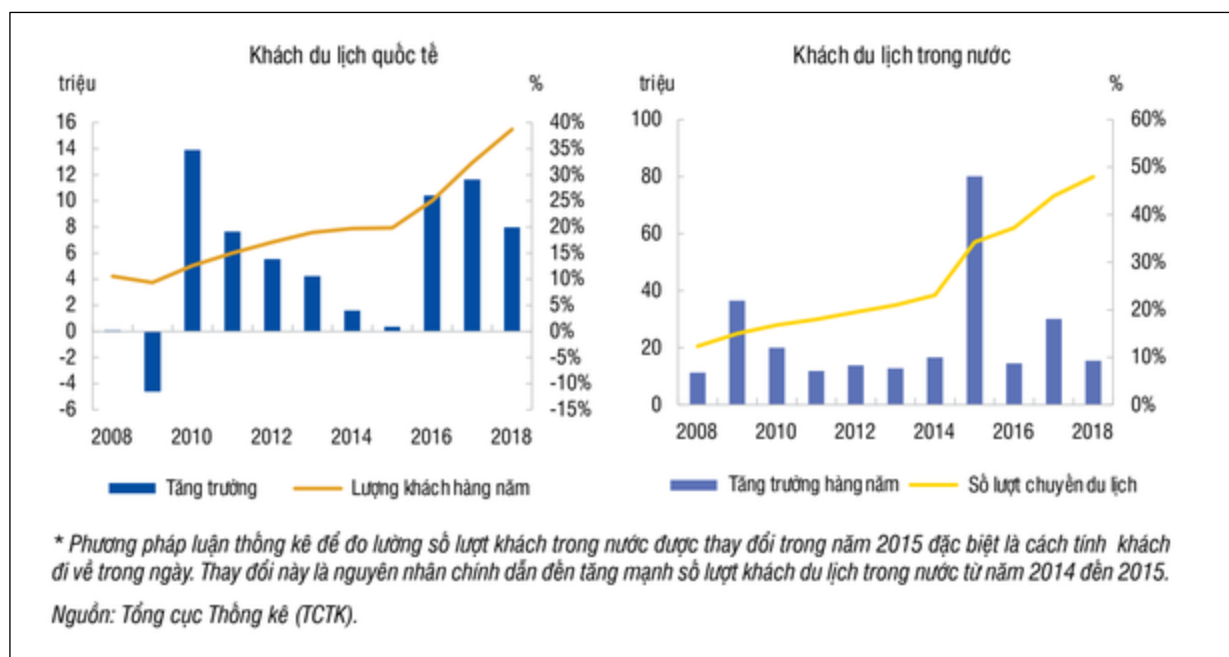
- *Các yếu tố đầu vào cho kinh doanh du lịch bao gồm:* tài nguyên tự nhiên, nhân văn, văn hóa (Ritchie & Crouch, 2000; Franke & cộng sự, 1991), tiếp thị điểm đến, kế hoạch phát triển và quản lý môi trường (Ritchie & Crouch, 2000), áp dụng khoa học công nghệ (Dwyer & Kim, 2003), nguồn vốn đầu tư (Ritchie & Crouch, 2000), nguồn nhân lực (Day & Wensley, 1988), cơ sở hạ tầng (Smith, 1994), chất lượng dịch vụ (Go & Govers, 1999), dịch vụ mua sắm (Hobson, 1996), có ý nghĩa tạo sự hấp dẫn chính khách du lịch và cung cấp nguồn lực chủ yếu cho hoạt động du lịch.

- *Điều kiện cầu của thị trường du lịch bao gồm:* Qui mô và đặc điểm của thị trường mục tiêu, các xu hướng, loại hình mới, nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ (Hassan, 2000, 239), giá cả, khả năng tiếp cận cho du khách (Dwyer & Kim, 2003; Ritchie & Crouch, 2000). Những yếu tố này tạo ra động lực và tiêu chuẩn sản phẩm dịch vụ cho ngành du lịch.

- *Xây dựng các quan hệ liên kết, hỗ trợ trong cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch* bao gồm liên kết giữa các vùng, giữa doanh nghiệp du lịch với chính quyền địa phương, với các ngành giao thông, thương mại, ngân hàng, viễn thông... cùng tham gia vào chuỗi giá trị du lịch (Heath, 2003).

- *Chiến lược, cơ cấu và môi trường cạnh tranh trong ngành* bao gồm: lựa chọn các chiến lược và đấu trường cạnh tranh (Aaker, 1989, 105), chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, cơ cấu ngành (Dwyer

**Hình 1: Số lượt và tăng trưởng khách du lịch quốc tế và nội địa toàn ngành 2008-2018**



& công sự, 2000), môi trường cạnh tranh trong ngành du lịch (Dwyer & Kim, 2003; Ritchie & Crouch, 2000).

- *Phát huy vai trò của Nhà nước bao gồm:* Xây dựng chiến lược, quy hoạch ngành, tổ chức quảng bá du lịch quốc gia, chính sách nhà nước hỗ trợ phát triển du lịch, quản lý an ninh trật tự, vệ sinh, môi trường trong hoạt động du lịch (Hassan, 2000, 239), chính sách tài chính, tiền tệ, thị trường lao động (Dwyer & cộng sự, 2000).

### 3. Kết quả nghiên cứu

#### 3.1. Đánh giá thành tựu và hạn chế của năng lực cạnh tranh ngành du lịch Việt Nam

Từ Đổi mới và hội nhập 1986, du lịch Việt Nam đã từng bước phát triển đáng khích lệ. Nếu năm 1990 chỉ có 260 ngàn lượt khách du lịch quốc tế thì đến năm 2019 đạt 18 triệu lượt tăng 16,2% so với năm 2018. Nếu năm 2000 lượng khách nội địa mới có 11,2 triệu lượt thì đến năm 2019 đạt 85 triệu lượt, tăng trên 6% so với năm 2018. Tốc độ tăng trưởng bình quân tăng trên 15%/năm và hiện đang ở mức 21%. Với kết quả này, Việt Nam được đánh giá là một trong 10 quốc gia có mức tăng trưởng du lịch nhanh nhất thế giới (Thanh Giang, 2019) trong khi Thái Lan, Singapore, Malaysia đều có dấu hiệu chững lại (Nguyễn Hiến, 2019)

Tổng thu từ du lịch những năm gần đây có sự tăng trưởng vượt bậc, năm 2014 chỉ đạt 322,86 nghìn tỷ đồng, thì đến năm 2018 đạt khoảng 637 nghìn tỷ đồng, tăng gần 2 lần (Tổng cục du lịch, 2019).

Du lịch đóng góp ngày càng cao trong tỷ trọng GDP quốc gia: năm 2016 đóng góp khoảng 6,96% GDP; năm 2017 đạt 7,9% GDP; năm 2018 đạt 8,4% GDP (Tổng cục du lịch, 2019). Nếu diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) công bố bảng xếp hạng *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch* năm 2015 Việt Nam tăng thêm 8 bậc đứng hạng 75/141 quốc gia trên thế (Thế giới và Việt Nam, 2016) thì năm 2019 Việt Nam được thăng 4 bậc lên vị trí 63/140 (Kinh tế Sài Gòn Online, 2019). Năm 2019 là năm thứ hai liên tiếp Việt Nam giữ vững danh hiệu “Điểm đến hàng đầu châu Á” do Giải thưởng Du lịch Thế giới (WTA) 2019 bình chọn (Tổng cục thống kê, 2019).

**Bảng 1: Doanh thu du lịch toàn ngành 2008-2018**

	2014	2015	2016	2017	2018
Tổng thu từ khách du lịch(ngàn tỷ đồng)	322,86	355,55	417,27	541,00	637,00
Tốc độ tăng trưởng(%)	11,4		17,5	29,7	17,7

Nguồn: Tổng cục du lịch (2020).

**Bảng 2: Mức chi tiêu bình quân của khách du lịch quốc tế ở Việt Nam**

	Trị giá (Đô la Mỹ)			Cơ cấu (%)		
	2011	2013	2017	2011	2013	2017
Chi tiêu bình quân 1 ngày	105,7	95,8	96,0	100,0	100,0	100,0
Thuê phòng	28,2	26,8	30,3	26,7	28,0	31,6
Ăn uống	21,3	21,3	22,2	20,2	22,2	23,1
Đi lại tại Việt Nam	18,6	16,7	15,1	17,6	17,4	15,7
Thăm quan	7,9	7,4	8,4	7,5	7,7	8,7
Mua hàng hóa	15,5	12,7	14,5	14,6	13,3	15,1
Y tế	1,1	1,0	0,8	1,0	1,0	0,9
Chi khác	13,1	9,9	4,7	12,4	10,4	4,9

Nguồn: Tổng cục thống kê(2020).

Tuy nhiên, du lịch Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế, yếu kém. Tỷ lệ khách quốc tế quay trở lại Việt Nam từ lần thứ hai trở đi rất thấp, năm 2017 là 40% và trước đó năm 2014 chỉ khoảng 33%, trong khi đó ở Singapore và Thái Lan là 60-70% (Hà Trang, 2019). Mức chi tiêu của du khách chỉ khoảng 96 USD mỗi ngày, trong khi ở Thái Lan lên đến 163 USD (Minh Châu, 2019). Năng suất lao động còn thấp, mỗi nhân sự trong ngành tạo ra chưa tới 3.500 USD chỉ bằng 40% so với Thái Lan và 45% so với Malaysia (Minh Sơn, 2018). Theo Hội đồng Du lịch thế giới, khách du lịch đóng góp tới 13% GDP của khu vực Đông - Nam Á năm 2018 (Đức Trung, 2020), trong khi ở Việt Nam năm 2018, du lịch chỉ đóng góp 8,4 % GDP (Truyền Phương, 2019). Thêm nữa, trên thế giới ngành du lịch tạo việc làm cho 10% lao động toàn cầu (Nguyễn Hương, 2019) trong khi đó tỉ lệ ở Việt Nam chỉ chiếm 5,3% tổng số lao động (Tổng cục thống kê, 2019). Thời gian lưu trú của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam chỉ đạt từ 2,6 ngày đến 3,5 ngày so với 9 ngày đến Thái Lan (Vietnam discovery Travel, 2020). Đáng lo ngại hơn, Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) năm 2019 xếp du lịch Việt Nam được hạng 63/140, thấp hơn thứ hạng các nước Xin-ga-po (17), Thái Lan (31), Ma-lai-xi-a (29), In-đô-nê-xi-a (40); chỉ trên Bru-nây (72), Phi-líp-pin (75), Lào (97) và Cam-pu-chia (98) (Tiền Phong, 2019). Tình hình trên cho thấy *năng lực cạnh tranh của ngành du lịch* của Việt Nam tuy có nhiều tiến bộ so với chính mình nhưng chưa thể so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực ASEAN nhất là với Singapore và Thái Lan.

### 3.2. Nguyên nhân những hạn chế tồn tại trong năng lực cạnh tranh của ngành du lịch

#### 3.2.1. Ngành du lịch đã quá lạm dụng việc khai thác ưu thế tài nguyên tự nhiên

Tài nguyên tự nhiên cho du lịch của Việt Nam đang suy thoái một cách đáng lo ngại bởi tình trạng ô nhiễm môi trường từ chất thải trong các cơ sở du lịch chưa được thu gom và xử lý trước khi thải ra môi trường. Ngành du lịch Việt Nam thường chỉ chú trọng khai thác quá mức các thắng cảnh thiên nhiên, việc “xã hội hóa” các danh thắng dẫn đến việc các công ty này không quan tâm bảo trì đúng mức, do đó cảnh quan đang bị xuống cấp, vì vậy tài nguyên du lịch bị khai thác cạn kiệt, đang suy thoái. Năm 2019, Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) xếp hạng Việt Nam đứng thứ hạng thấp 121/140 về sự bền vững về môi trường (Hình 2) (Tiền Phong, 2020).

#### 3.2.2. Việc khai thác tài nguyên văn hóa - lịch sử - dân tộc chưa tương xứng với tiềm năng do thiếu đầu tư phát triển

Trong hơn 20 năm phát triển du lịch, lợi thế lịch sử văn hóa con người được khai thác một cách tự phát, chưa có tính đồng bộ, liên kết. Việt Nam vẫn chưa có được một sân khấu, nhà hát biểu diễn nghệ thuật dân tộc nào đủ lớn, ngoại trừ múa rối nước. Theo đánh giá của Diễn đàn kinh tế thế giới WEF so với Indonesia và Philippines, du lịch Việt Nam vẫn thấp hơn các nước này về sức thu hút du lịch, nguồn lực văn hóa (Đoàn Mạnh Cường, 2015).

#### 3.2.3. Sản phẩm và dịch vụ của ngành du lịch Việt Nam còn đơn điệu thiếu sáng tạo chưa nhạy bén với các xu hướng du lịch mới

Thực tế, những loại hình du lịch phổ biến nhất ở nước ta hiện nay vẫn là những loại hình truyền thống như du lịch tham quan, nghỉ dưỡng, thăm viếng đền, chùa, lễ hội... sản phẩm du lịch của chúng ta còn chưa phong phú, đa dạng và chưa hấp dẫn cao đối với du khách. Du khách đến thành phố chỉ loanh quanh với các di tích đã có từ thời kỳ Pháp thuộc và các trung tâm thương mại quen thuộc. Sản phẩm du lịch chưa thể hiện

**Bảng 3: Một số chỉ số năng lực cạnh tranh của ngành du lịch theo diễn đàn kinh tế thế giới**

Quốc gia	Môi trường du lịch	Chính sách hỗ trợ phát triển	Cơ sở hạ tầng	Tài nguyên du lịch và văn hóa	Xếp hạng thế giới	Xếp hạng khu vực
Singapor	5	1	5	40	11	1
Mã Lai	40	24	41	24	25	2
Thái Lan	74	49	37	21	35	3
Indonesia	80	9	75	17	50	4
Campuchia	105	64	113	82	68	5
Philippin	90	17	82	56	74	6
Việt Nam	73	112	94	33	75	7
Lào	84	80	100	94	96	8
Myanma	131	136	137	87	134	9

Nguồn: Diễn đàn kinh tế thế giới - WEF(2015).

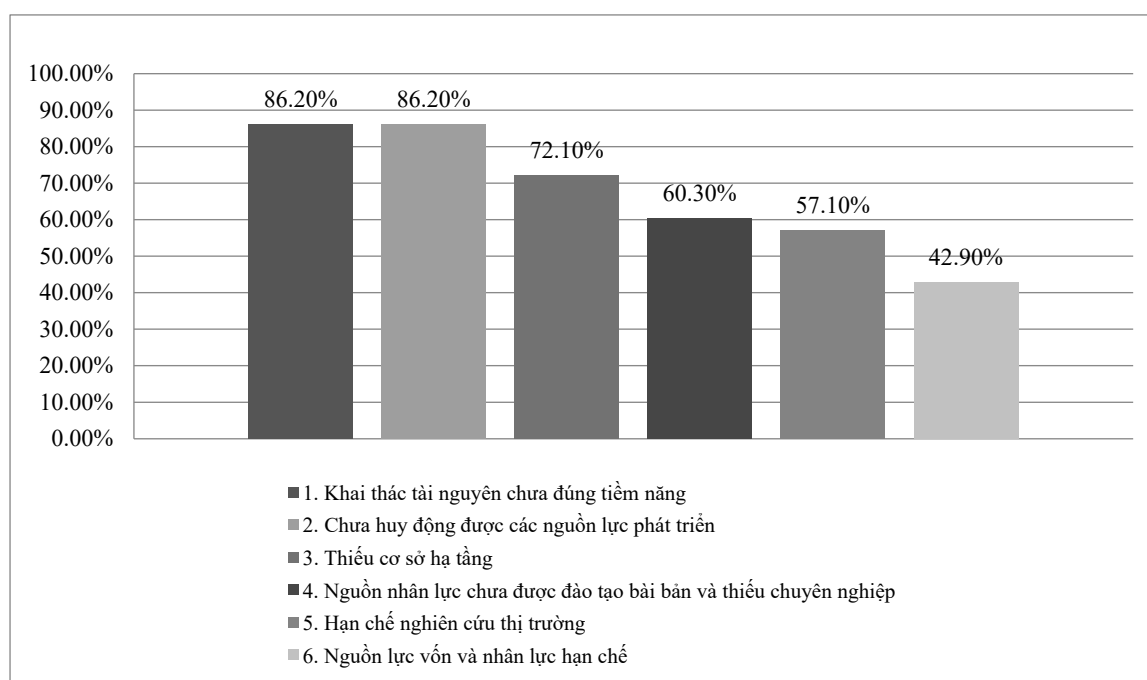
được đặc trưng vùng, miền; thiếu những sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng của Việt Nam, thiếu dịch vụ vui chơi giải trí, thiếu các dịch vụ đẳng cấp.

Du khách đến Việt Nam đa phần là tìm hiểu, khám phá lịch sử, văn hóa, con người, ít người nghĩ đến việc mua sắm và vì vậy mức chi tiêu của khách du lịch thấp. Việc khai thác phát triển du lịch dựa trên các thế mạnh ở các làng nghề truyền thống hiện nay còn hạn chế.

#### 3.2.4. Các doanh nghiệp trong ngành du lịch chưa quan tâm nhiều đến đầu tư cho công tác ứng dụng kỹ thuật - công nghệ vào các hoạt động du lịch

Cách mạng công nghiệp 4.0 tận dụng sức mạnh của số hóa và công nghệ thông tin nhưng nhiều doanh nghiệp du lịch chưa nhận thức được quá trình đó. Không nhiều doanh nghiệp du lịch ứng dụng công nghệ trở thành đòn bẩy phát triển doanh nghiệp. Ứng dụng công nghệ thông tin trong đại đa số các doanh nghiệp mới dừng ở mức cơ bản, chưa khai thác được lợi thế của công nghệ thu hút khách hàng, điều hành doanh nghiệp; hầu hết các doanh nghiệp lữ hành, điểm tham quan và các đơn vị vận chuyển còn hạn chế trong việc

**Hình 3: Những hạn chế, yếu kém trong các yếu tố của năng lực cạnh tranh ngành du lịch Việt Nam**



Nguồn: Tiến Vinh (2019).



**Bảng 4. Biến động cơ cấu các thành phần kinh tế theo doanh thu 2013-2017**

	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Doanh thu (Tỷ đồng) / Cơ cấu (%)	24.820,6	27.799,4	30.444,1	32.530,3	36.111,8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kinh tế ngoài Nhà nước (tỷ đồng/cơ cấu %)	15.682,4	20.003,6	22.452,5	23.996,2	27.091,7	63,2	72,0	73,7	73,8	75,0
Kinh tế Nhà nước (tỷ đồng/cơ cấu %)	6.628,5	4.459,8	4.803,1	4.899,2	4.958,7	26,7	16,0	15,8	15,1	13,7

ứng dụng công nghệ số.

3.2.5. *Phát triển nguồn nhân lực chưa được thực hiện có bài bản và chưa đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp du lịch*

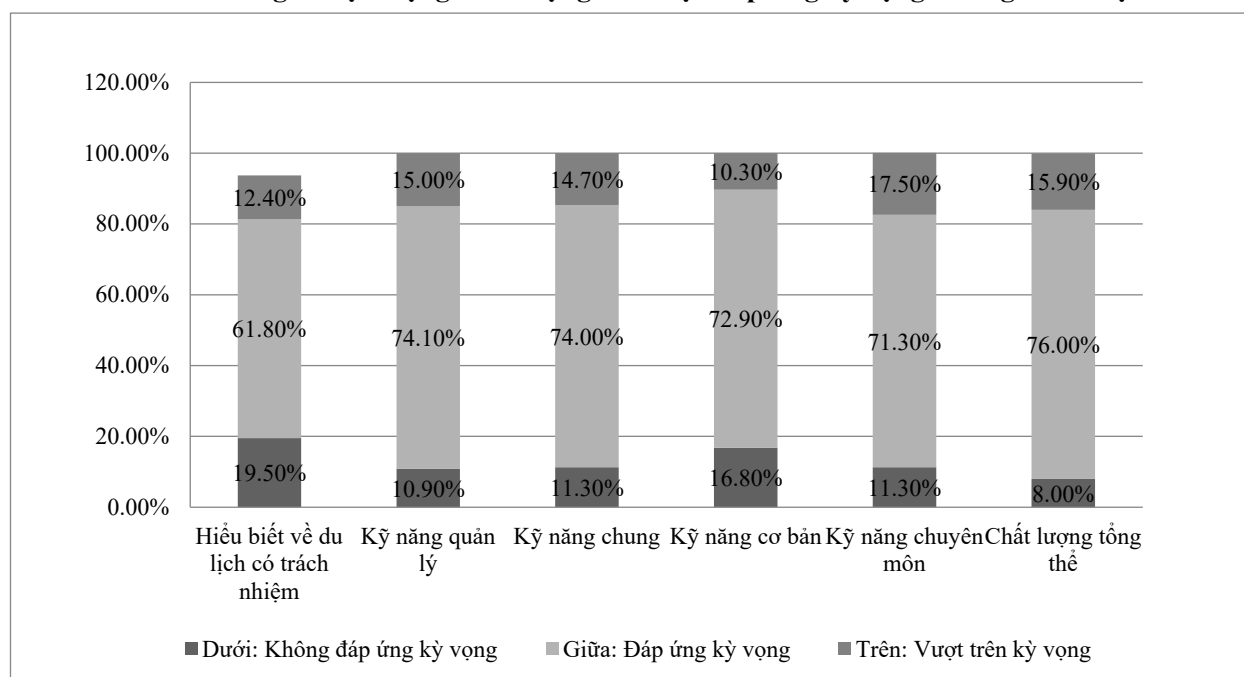
Thống kê của Tổng Cục Du lịch cho thấy, chưa đầy 50% lao động qua đào tạo; số lao động đại học và sau đại học chỉ đạt 7,5% và chỉ có 15% thông thạo tiếng Anh (Quốc Định, 2019). Theo các nước EU tỷ lệ trình độ đại học so với đào tạo nghề là 1:6, trong khi Việt Nam tỷ lệ “thầy/thợ” hiện nay là 1:3 (Trần Thị Minh Hòa, 2015). Tỷ lệ lao động đáp ứng kỳ vọng của doanh nghiệp du lịch còn thấp chỉ từ 68-76% (Chương trình phát triển năng lực du lịch, 2015) (hình 4).

3.2.6. *Huy động nguồn vốn đầu tư phát triển du lịch và phát triển cơ cấu kinh tế nhiều thành phần trong ngành du lịch chưa khai thác hết tiềm năng*

Cơ cấu kinh tế nhiều thành phần trong ngành du lịch đang chuyển dịch đúng hướng, nhưng 75% các doanh nghiệp du lịch nội địa là doanh nghiệp cá thể (Tổng cục thống kê, 2017) vốn ít dẫn đến sức cạnh tranh yếu kém. Đến cuối năm 2017, cả nước đã thu hút khoảng 15 tỷ USD vốn FDI đầu tư vào du lịch nhưng chỉ chiếm 4% tổng vốn đầu tư FDI toàn bộ nền kinh tế, trừ ngành khách sạn (Hiếu Minh, 2018).

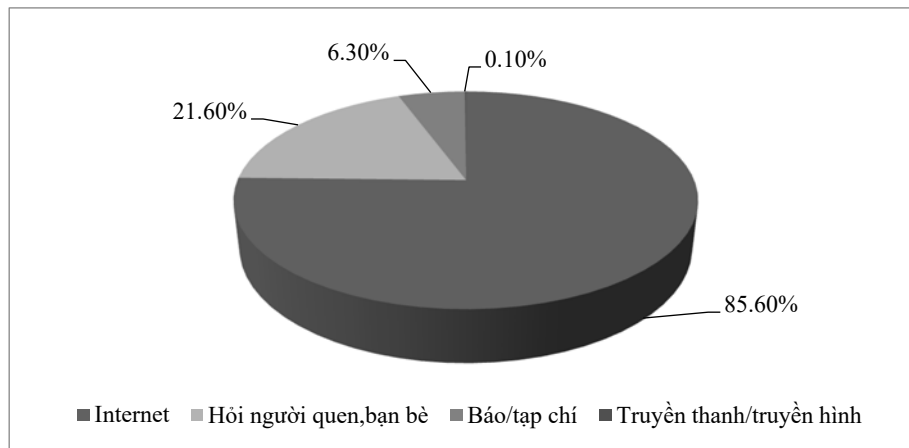
3.2.7. *Xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch chưa đồng bộ và chưa đáp ứng đủ nhu cầu phát triển du lịch.*

**Hình 4: Đánh giá thực trạng chất lượng nhân lực đáp ứng kỳ vọng của ngành du lịch**



Nguồn: Chương trình phát triển năng lực du lịch (2015).

**Hình 5: Cơ cấu phương tiện truyền thông ngành du lịch lữ hành Việt Nam**



*Nguồn: Tiến Vinh (2019).*

Mặc dù thời gian qua cơ sở hạ tầng đã được đầu tư nâng cấp, tuy nhiên, vẫn còn chậm, thiếu đồng bộ. Theo đánh giá của Diễn đàn kinh tế thế giới WEF về du lịch, Việt Nam yếu kém ở chỉ số cơ sở hạ tầng (Lê Thanh Tùng & cộng sự, 2016). Nhiều trung tâm và điểm du lịch lớn còn thiếu khách sạn, phương tiện vận chuyển cao cấp. Xét về tiềm năng, Thái Lan, Malaysia hay Singapore... đều không hơn Việt Nam, nhưng yếu tố hạ tầng và dịch vụ thì Việt Nam sẽ còn phải “tăng tốc” hơn nữa mới có thể bắt kịp các nước đó.

*3.2.8. Việc mở rộng khả năng tiếp cận điểm đến cho du khách chưa mạnh dạn mở rộng để thu hút nhiều hơn khách du lịch*

Chính phủ Việt Nam miễn thị thực (visa) cho công dân 24 nước. Trong đó miễn visa đơn phương cho công dân 13 nước bao gồm: Nhật Bản, Hàn Quốc, Na Uy, Phần Lan, Đan Mạch, Thụy Điển, Nga, Belarus, Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Italy... Đồng thời, miễn visa song phương với 9 nước trong khối ASEAN: Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thái Lan... (Nga, 2019). Tuy nhiên, tư duy “có đi có lại” trong chính sách miễn visa là không phù hợp. Việt Nam mới miễn visa cho 24 thị trường, trong khi Thái Lan thực hiện miễn đơn phương cho hơn 60 quốc gia (Mai An, 2020). Diễn đàn Kinh tế thế giới xếp hạng du lịch Việt Nam về mức độ mở cửa quốc tế (hạng 73/136) trong đó thị thực nhập cảnh rất thấp 116/136. Việt Nam yếu kém về khả năng tiếp cận điểm đến, visa cửa khẩu, mức độ ưu tiên cho du lịch (Lê Thanh Tùng & cộng sự, 2016)

*3.2.9. Xây dựng các quan hệ liên kết hỗ trợ hoạt động du lịch chưa đồng bộ và chặt chẽ*

Mối quan hệ giữa ngành du lịch và các ngành kinh tế khác hỗ trợ tại Việt Nam chưa tốt nên tình trạng nhiều nhà cung ứng không đáp ứng chất lượng dịch vụ/hàng hóa. Vẫn còn tình trạng giải quyết chậm các thủ tục hành chính cho du khách tại các cửa khẩu. Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch chưa ưu tiên tạo công ăn việc làm và tiêu thụ các sản phẩm của người dân địa phương. Liên kết giữa các Bộ, ngành, địa phương còn thiếu thường xuyên. Liên kết giữa các tỉnh thành và với các quốc gia lân cận chỉ mới là bước đầu, còn mang tính hình thức, chưa phát huy được tác dụng.

*3.2.10. Quản lý nhà nước chưa thật sự hiệu lực hiệu quả, cơ chế chính sách còn bất cập*

Công tác xây dựng và thực hiện quy hoạch vẫn còn nhiều bất cập, thiếu các quy hoạch phát triển du lịch liên vùng, do đó nguồn lực phát triển vẫn trong tình trạng “trăm hoa đua nở” giữa các địa phương. Việc tổ chức quảng bá và quảng cáo du lịch Việt Nam cấp quốc gia còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của ngành du lịch, cũng như chưa ngang tầm với các nước trong khu vực, kinh phí còn hạn hẹp chỉ có 50 tỷ đồng (2,5 triệu USD)/năm, trong lúc đó Thái Lan, Singapore, Malaysia chỉ khoảng trên 100 triệu USD/năm (Nhân dân, 2019).

Việc quản lý, kiểm soát môi trường du lịch còn lỏng lẻo. Hệ thống kiểm soát của quản lý nhà nước chưa theo kịp yêu cầu. Nhiều vị khách đã lên tiếng phàn nàn về tình trạng vệ sinh môi trường tại các khu, các điểm du lịch... làm giảm sức hấp dẫn, giảm chất lượng các dịch vụ du lịch, khiến du khách có ấn tượng không tốt về hình ảnh du lịch Việt Nam.

Việc quản lý trật tự, an toàn cho khách du lịch nhất là khách du lịch quốc tế chưa bảo đảm. Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh cho biết trong 9 tháng đầu năm 2019, đã giải quyết 3.661 vụ taxi, xích lô, hàng rong, ăn xin chèo kéo, đeo bám du khách. Mức độ vi phạm của những vụ chặt chém tăng, gây bức xúc dư luận (N.Bình, 2019). Có nhiều kẽ hở, xuất hiện các dịch vụ du lịch chui, lừa đảo du khách. Các chính sách hỗ trợ của Nhà nước trong việc hoàn thuế giá trị gia tăng cho khách nước ngoài còn nhiều hạn chế. Các chính sách hỗ trợ của các địa phương với doanh nghiệp du lịch có tính chất dàn trải nhiều nội dung mang tính hình thức và tính hiệu quả không cao.

#### **4. Đề xuất giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành du lịch Việt Nam**

Trong bối cảnh Việt Nam đã gia nhập Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương - CPTPP và hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) và 15 hiệp định FTA đã có, ngành Du lịch đứng trước những cơ hội to lớn và cả những thách thức không nhỏ trên con đường phát triển. Để ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp như sau:

##### **4.1. Xây dựng chiến lược phát triển 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**

Để thực hiện chiến lược đó, ngoài những loại hình du lịch đã có, ngành du lịch Việt Nam cần có những sản phẩm đặc thù quốc gia và cho từng địa phương. Cần cố phát triển hệ thống sản phẩm và điểm đến du lịch, cơ cấu lại nguồn lực phát triển du lịch. Cần mở rộng thị trường du lịch tránh lệ thuộc vào một thị trường. Muốn vậy phải tăng cường nguồn lực cho xúc tiến quảng bá hình ảnh đất nước, con người, lịch sử văn hóa Việt Nam.

##### **4.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch**

Cần quản lý chặt chẽ các loại dịch vụ, phí dịch vụ phục vụ du khách; nâng cao ý thức phục vụ trong kinh doanh, tránh làm mất giá trị văn hóa truyền thống. Đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, nhất là các chuỗi liên kết dịch vụ, đáp ứng tiêu chuẩn du lịch quốc tế, đi đôi với bảo tồn, quảng bá hình ảnh và phát huy vai trò các di tích lịch sử, các điểm đến và khu du lịch. Xây dựng hình ảnh thương hiệu, nhận diện du lịch quốc gia. Đẩy mạnh liên kết với các nước trong khu vực, khai thác tuyến hàng lang Đông - Tây, hình thành các tuyến du lịch chung như: Chương trình giữa Việt Nam - Campuchia - Lào, tuyến đường bộ 3 nước Việt Nam - Lào - Thái Lan để nâng cao sức hấp dẫn, thu hút khách từ các nước ASEAN và khách du lịch từ nước thứ ba vào ASEAN nói tour sang Việt Nam.

##### **4.3. Phát triển hạ tầng du lịch, cơ sở lưu trú**

Cần phát triển hạ tầng du lịch, cơ sở lưu trú có chất lượng cao và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch. Cần đầu tư xây dựng các khách sạn, khu du lịch cao cấp, các cơ sở dịch vụ ăn uống, nhà hàng, cơ sở giải trí văn hóa, thể thao, hội nghị triển lãm, làm cho diện mạo ngành du lịch có những thay đổi căn bản. Phát triển đồng bộ hệ thống vận tải du lịch, đường không, đường biển, đường sắt, tăng cường kết nối giao thông tới các khu, điểm du lịch.

##### **4.4. Đẩy mạnh sự liên kết trong phát triển du lịch**

Cần đẩy mạnh sự liên kết trong phát triển du lịch phù hợp với đặt điểm văn hóa, có tính tổng hợp liên ngành, liên vùng và xã hội hóa cao. Vì vậy để nâng cao CCT cần phối hợp đồng bộ các bên có liên quan, kết nối với các cấp, các ngành, với địa phương. Xác lập quan hệ vừa là “đối thủ” vừa là “đối tác” các doanh nghiệp du lịch trong nước và liên kết với doanh nghiệp FDI để tham gia vào chuỗi giá trị thế giới và khu vực.

##### **4.5. Tăng cường ứng dụng tiến bộ kỹ thuật công nghệ**

Tăng cường ứng dụng tiến bộ kỹ thuật công nghệ vào kinh doanh du lịch, đầu tư R&D với doanh nghiệp, thực hiện kinh tế số, xây dựng du lịch thông minh và cách mạng công nghệ 4.0 nhằm hỗ trợ khách du lịch; chú trọng các ứng dụng hỗ trợ du khách đặt và thanh toán dịch vụ du lịch trực tuyến; tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách du lịch; có khả năng theo sát hành trình, chủ động cung cấp thông tin đáp ứng nhu cầu của du



khách trong suốt hành trình du lịch; ứng dụng thuyết minh du lịch tự động.

#### 4.6. Phát triển nguồn nhân lực

Tăng cường phát triển nguồn nhân lực du lịch trên cơ sở tăng cường năng lực cho các cơ sở đào tạo và giảng viên; đa dạng hóa hình thức đào tạo, đẩy mạnh xã hội hóa và hợp tác quốc tế về đào tạo; nâng cao kỹ năng nghề qua hoàn thiện và áp dụng các bộ tiêu chuẩn nghề hướng dẫn viên, nhân viên du lịch và nhân lực quản trị và lao động nghề. Phát triển nguồn nhân lực cộng đồng dân cư tại các điểm đến, hướng dẫn, đào tạo, bồi dưỡng cho người dân bản địa trở thành đội ngũ tuyên truyền, quảng bá du lịch, đại diện cho hình ảnh và nét đẹp của từng địa phương, từng vùng miền và của đất nước. Muốn làm được điều đó phải có giải pháp chia sẻ lợi ích kinh tế cho cộng đồng dân cư cùng hưởng lợi từ hoạt động du lịch.

#### 4.7. Nâng cao hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước với ngành du lịch

Hoàn thiện các quy định pháp luật về du lịch, xây dựng chiến lược tổng thể, quy chuẩn trong lĩnh vực du lịch; kiện toàn bộ máy quản lý nhà nước, mô hình tổ chức quản lý ngành du lịch đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch. Thường xuyên kiểm tra các hoạt động của doanh nghiệp, nhằm tạo môi trường thuận lợi, cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng để các doanh nghiệp và cộng đồng phát triển du lịch. Ngăn ngừa và loại bỏ tình trạng tổ chức tour bất hợp pháp. Tăng cường công tác quản lý chất lượng dịch vụ và an ninh du lịch, đảm bảo an ninh, an toàn cho khách du lịch loại bỏ tình trạng ép giá, trộm cắp, cò mồi... Mở rộng sự tham gia của các thành phần kinh tế, đơn giản hóa thủ tục hay “Mở cửa bầu trời” cho ngành du lịch “cất cánh”; có chính sách miễn thị thực dài hạn cho các thị trường trọng điểm; có cơ chế chính sách hỗ trợ về thuế, giá thuê đất; mạnh dạn miễn thị thực cho các thị trường tiềm năng, đặc biệt là đơn giản hóa thủ tục cấp visa.

#### Tài liệu tham khảo

- Aaker, D. (1989), ‘Managing Assets and Skills: The Key to Sustainable Competitive Advantage’ *California Management Review*, 21(3), 91–106.
- Barney, J.B. (1991) ‘Firms resources and sustained competitive advantage’, *Journal of Management*, 17, 99–120.
- Chương trình phát triển năng lực du lịch (2015), *Báo cáo kỹ thuật nghiên cứu khảo sát lực lượng lao động du lịch năm 2015 3 tỉnh duyên hải Miền Trung Thừa Thiên Huế, TP Đà Nẵng, Quảng Nam*, truy cập ngày 8-8-2019 tại <http://vietnamtourism.gov.vn/esrt/FileDownload79.pdf>
- Day, G.S. & Wensley, R. (1988) ‘Assessing advantage: A framework for diagnosing competitive superiority’, *Journal of Marketing*, 52 (April), 1–20.
- Dupeyras, A. & N. MacCallum (2013), ‘Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document’, *OECD Tourism Papers*, 2013/02, OECD Publishing, truy cập từ: <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Dwyer, L. & Kim, C.,(2003), ‘Destination Competitiveness: Determinants and Indicators’, *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369-414.
- Dwyer, L.; Forsyth, P. & Rao, P. (2000), ‘Price competitiveness of tourism packages to Australia: Beyond the ‘Big Mac’ index’, *International Journal of Tourism Research*, 3(2), 123–139
- Đoàn Mạnh Cường (2015), ‘Phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam trong sự cạnh tranh với các nước trong khu vực ASEAN’, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế “toàn cầu hoá du lịch và địa phương hoá du lịch*, March, 2015, HochiminhCity, Vietnam.
- Đức Trung (2020), ‘Ngành du lịch lao đao’, *nhandan.com.vn*, truy cập lần cuối ngày 8-4-2020 từ: <https://www.nhandan.com.vn/thegioi/chuyen-thoi-su/item/43730302-nganh-du-lich-lao-dao.html>
- Franke, R.H., Hofstede, G. & Bond, M. (1991) ‘Cultural roots of economic performance: A research note’, *Strategic Management Journal*, 12, 165–73.
- Go, F. & Govers, R. (1999) ‘The Asian perspective: Which international conference Destinations in Asia Are the Most Competitive?’, *Journal of Convention & Exhibition Management*, 1 (4).
- Hà Trang (2019), ‘10 khách quốc tế, mới có một người quay trở lại Việt Nam’, *dulich.dantri.com.vn*, truy cập lần cuối ngày 1-1-2020, từ <https://dulich.dantri.com.vn/du-lich/10-khach-quoc-te-moi-co-mot-nguoi-quay-tro-lai-viet-nam-20190606154557164.htm>
- Hassan, S. (2000), ‘Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry’. *Journal of Travel Research*, 38 (3) (February), 239–45.

- Heath, E. (2003), 'Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness', *Proceedings of the Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, Coffs Harbour, February.
- Hiếu Minh (2018), 'Du lịch hút mạnh đầu tư, nhưng chưa hết rào cản', *tinnhanhchungkhoan.vn*, truy cập lần cuối ngày 3-4-2020 từ: <https://tinnhanhchungkhoan.vn/thuong-truong/du-lich-hut-manh-dau-tu-nhung-chua-het-rao-can-251268.html>
- Hobson, P. (1996), 'Leisure shopping and tourism: The case of the Korean market to Australia', *Turizam*, 44, 228–44.
- Hồng Nhung (2018), 'Du lịch tận dụng cơ hội bứt phá từ Cách mạng Công nghiệp 4.0', *vietnamtourism*, truy cập lần cuối ngày 14-8-2019 tại <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/27830>
- <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/printer/30595>
- Kinh tế Sài Gòn Online (2019), 'Du lịch Việt Nam tăng 4 hạng về năng lực cạnh tranh', *thesaigontimes.vn*, truy cập lần cuối ngày 12-1-2020, tại <https://www.thesaigontimes.vn/293772/WEF-Doanh-thu-tren-moi-du-khach-cua-Viet-Nam-chi-bang-589-cua-khu-vuc.html>
- Lê Ngọc Hồ (2013), 'Tôi ngưỡng mộ du lịch Campuchia', *vnexpress.net*, truy cập lần cuối ngày 02-8-2019 tại <https://vnexpress.net/y-kien/toi-nguong-mo-du-lich-campuchia-2414536.html>
- Lê Thanh Tùng & Lê Tuấn Anh (2016), 'Hoàn thiện chiến lược phát triển ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh Cộng đồng Kinh tế ASEAN được thành lập', *Phát Triển & Hội Nhập*, 26 (36).
- Mai An (2020), 'Giải tỏa lo lắng thiếu hụt du khách', *sggp.org.vn*, truy cập lần cuối ngày 6-4-2020 từ <https://www.sggp.org.vn/giai-toa-lo-lang-thieu-hut-du-khach-638251.html>
- Management* 1(4), 37–50.
- Minh Châu (2019), 'Chi tiêu của du khách đến Việt Nam chỉ khoảng 96 USD/ngày', *baomoi.com*, truy cập lần cuối ngày 1-2-2020 từ: <https://baomoi.com/chi-tieu-cua-du-khach-den-viet-nam-chi-khoang-96-usd-ngay/c/29509251.epi>
- Minh Sơn (2018), 'Nhân sự du lịch Việt Nam năng suất chưa bằng một nửa Thái Lan', *vnexpress.net*, truy cập lần cuối ngày 12-2-2020 từ <https://vnexpress.net/nhan-su-du-lich-viet-nam-nang-suat-chua-bang-mot-nua-thai-lan-3849657.html>
- N.Bình (2019), '9 tháng, 3.661 vụ taxi, hàng rong... chèo kéo, 'chặt chém' du khách', *tuoitre.vn*, truy cập lần cuối ngày 7-4-2020 từ: <https://tuoitre.vn/9-thang-3-661-vu-taxi-hang-rong-cheo-keo-chat-chem-du-khach-20190930144906175.htm>
- Nga (2019), 'Các nước được miễn thị thực Việt Nam', *visakhoinguyen.com*, truy cập lần cuối ngày 4-4-2020, từ <https://visakhoinguyen.com/cac-nuoc-duoc-mien-thi-thuc-viet-nam.html>
- Nguyễn Hiến (2019), 'So sánh lượng khách du lịch đến Việt Nam và các nước ASEAN từ năm 2000-2019', *andrews.edu.vn*, truy cập lần cuối ngày 14-8-2019 từ <https://andrews.edu.vn/infographic-so-sanh-luong-khach-du-lich-den-viet-nam->
- Nguyễn Hương (2019), 'Thúc đẩy việc làm trong ngành Du lịch', *baodulich.net.vn*, truy cập lần cuối ngày 7-4-2020 từ <http://baodulich.net.vn/Thuc-day-viec-lam-trong-nganh-Du-lich-02-20410.html>
- Nhân dân (2019) 'Tọa đàm trực tuyến "Quảng bá du lịch: Cần những bước đột phá"', *nhandan.com.vn*, truy cập lần cuối ngày 5-4-2020, từ <https://www.nhandan.com.vn/du-lich/tin-tuc/item/41117402-toa-dam-truc-tuyen-%E2%80%9CQuang-ba-du-lich-can-nhung-buoc-dot-pha%E2%80%9D.html>
- Porter, M.E.(1990), 'The Competitive Advantage of Nations', *Harvard Business Review*, *economie*, truy cập lần cuối ngày 13-7-2019 tại [http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter\\_1990\\_-\\_the\\_competitive\\_advantage\\_of\\_nations.pdf](http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf)
- Phạm Trung Lương (2015), *Phát triển du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Quốc Định (2019), 'Nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành du lịch', *daidoanket.vn*, truy cập lần cuối ngày 3-2-2020 từ <http://daidoanket.vn/du-lich/nang-cao-nang-luc-can-hanh-tranh-cho-nganh-du-lich-tintuc443661>
- Ritchie, JRP.& Crouch, GI.(2000), 'The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective', *Tourism Management*, 21(1), 1-7
- Smith, S. (1994), 'The tourist product', *Annals of Tourism Research* 21 (3), 582–95.
- Tiền Phong (2019), 'Du lịch Việt Nam cải thiện đáng kể năng lực cạnh tranh theo Báo cáo của Diễn đàn kinh tế thế giới', *vietnamtourism.gov.vn*, truy cập lần cuối ngày 7-4-2020 tại: <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/30023>
- Tiến Vinh (2019), 'Ngành du lịch lữ hành Việt Nam: Nhìn lại năm cũ và dự báo tương lai', *vnmedia*, truy cập lần cuối ngày 13-8-2019, tại <http://www.vnmedia.vn/du-lich/201901/nganh-du-lich-lu-hanh-viet-nam-nhin-lai-nam-cu-va-du-bao-tuong-lai-623850/>

- Tổng cục du lịch (2019), ‘Hơn 2 năm triển khai Nghị quyết 08: lượng khách quốc tế đến tăng trưởng đột phá’, *vietnamtourism*, truy cập lần cuối ngày 8-5-2020 tại:
- Tổng cục du lịch (2020) ‘Số liệu thống kê, Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2008 – 2018’, truy cập lần cuối ngày 24-6-2020 từ <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/statistic/receipts>
- Tổng cục thống kê (2017), *Doanh thu du lịch lữ hành theo giá thực tế phân theo thành phần kinh tế*, truy cập từ <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=720>
- Tổng cục thống kê (2019), *Thông cáo báo chí về tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2019*, truy cập từ <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=382&idmid=2&ItemID=19453>
- Tổng cục thống kê (2020). ‘Số liệu thống kê, thương mại giá cả’, *gso.gov.vn*, truy cập lần cuối ngày 5-4-2020 từ: <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=720>
- Thái Sơn(2018), ‘Khai thác du lịch gắn với bảo vệ môi trường’, *nhandan.com.vn*, truy cập lần cuối ngày 5-4-2020, từ [https://www.nhandan.com.vn/nation\\_news/item/35214402-khai-thac-du-lich-gan-voi-bao-ve-moi-truong.html](https://www.nhandan.com.vn/nation_news/item/35214402-khai-thac-du-lich-gan-voi-bao-ve-moi-truong.html)
- Thanh Giang (2019), ‘Ngành du lịch tạo cơ hội việc làm, không để ai bị tụt hậu’, *www.msn.com*, truy cập lần cuối ngày 15-3-2020 từ <https://www.msn.com/vi-vn/news/news/other/ng%3%A0nh-du-l%1%BB%8Bch-t%1%BA%A1o-c%6%A1-h%1%BB%99i-vi%1%BB%87c-l%3%A0m-kh%3%B4ng-%C4%91%1%BB%83-ai-b%1%BB%8B-t%1%BB%A5t-h%1%BA%ADu/ar-AAHK4mr?li=AA4RBG>
- Trần Thị Minh Hòa (Chủ biên, 2015), *Du lịch Việt Nam thời kỳ hội nhập*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Truyền Phương (2019), ‘Hơn 2 năm triển khai Nghị quyết 08: lượng khách quốc tế đến tăng trưởng đột phá’, *vietnamtourism.gov.vn*, truy cập lần cuối ngày 15-3-2020 tại <http://vietnamtourism.gov.vn/index.php/printer/30595>
- [va-cac-nuoc-asean-tu-nam-2000-2019/](http://va-cac-nuoc-asean-tu-nam-2000-2019/)
- Vietnam Discovery Travel (2020), ‘Khách Du Lịch Đến Nha Trang Có Thời Gian Lưu Trú Cao Gấp Gần 4 Lần TPHCM’, *kenhdulichkhampha*, truy cập lần cuối ngày 2-2-2020, từ <https://kenhdulichkhampha.com/khach-du-lich-den-nha-trang-co-thoi-gian-luu-tru-cao-gap-gan-4-lan-tpHCM>
- Viện Từ điển học và Bách khoa toàn thư Việt Nam (2008), *bachkhoatoanthu*, truy cập lần cuối ngày 22-7-2019 tại <http://bachkhoatoanthu.vass.gov.vn/noidung/tintuc/Lists/vientudienkht/>
- World Bank (2019), ‘*Taking stock, Recent Economic Developments of Vietnam*’, truy cập từ: <http://documents.worldbank.org/curated/en/439611561653730211/Taking-Stock-Recent-Economic-Developments-of-Vietnam-Special-Focus-Vietnams-Tourism-Developments-Stepping-Back-from-the-Tipping-Point-Vietnams-Tourism-Trends-Challenges-and-Policy-Priorities>