

BÁO CÁO TỔNG KẾT CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG QUỐC GIA VỀ DU LỊCH 2000-2005

Cuộc khủng hoảng tài chính-tiền tệ châu Á những năm 1997-1998 đã cuốn nền kinh tế nhiều nước trên thế giới vào vòng suy thoái, đặc biệt là lĩnh vực dịch vụ. Ngành Du lịch nước ta, sau một thời gian tăng trưởng liên tục, đã chững lại và sụt giảm cả về lượng khách, doanh thu và thu hút đầu tư. Trước tình hình ấy, Tổng cục Du lịch đã trình Chính phủ đề án phát triển du lịch trong tình hình mới, đề xuất giải pháp tháo gỡ khó khăn nhằm chặn đà suy giảm, phục hồi tăng trưởng và tạo đà cho Du lịch Việt Nam phát triển khi bước vào thiên niên kỷ mới. Thủ tướng Chính phủ đã báo cáo Bộ Chính trị, và ngày 11/11/1998, Bộ Chính trị đã có kết luận, ra Thông báo số 179/TB-TW về việc phát triển du lịch trong tình hình mới. Từ đó, Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch được thành lập; Chương trình Hành động quốc gia về Du lịch và các sự kiện du lịch Việt Nam năm 2000 với tiêu đề "Việt Nam-Điểm đến của Thiên niên kỷ mới" được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, triển khai thực hiện trong 2 năm 2000-2001. Phát huy kết quả đã đạt được, nhằm thực hiện chủ trương chiến lược của Đảng và Nhà nước ta **"Phát triển du lịch thật sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn"**, Tổng cục Du lịch đã xây dựng, trình và được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Hành động quốc gia về Du lịch giai đoạn 2002-2005 (văn bản số 289/CP-KTTH, ngày 21/3/2002).

Chương trình HDQG về Du lịch của cả 2 giai đoạn (dưới đây gọi tắt là Chương trình) được ra đời và triển khai trong bối cảnh thế giới diễn biến phức tạp, ảnh hưởng không thuận tới du lịch toàn cầu. Xung đột sắc tộc, tôn giáo và nạn khủng bố gia tăng. Nội chiến tại một số nước Đông Âu, chiến tranh Afganistan,... gây bất ổn kéo dài. Du lịch vừa có dấu hiệu phục hồi sau sự kiện khủng bố 11/9/2001 tại Mỹ thì lại chịu tác động của chiến tranh Iraq. Kinh tế thế giới tăng trưởng chậm và không vững chắc. Tại Đông Nam Á, để khắc phục hậu quả khủng hoảng tài chính-tiền tệ, Chính phủ nhiều nước áp dụng các chính sách khuyến khích phát triển du lịch, coi du lịch là cứu cánh giảm thiểu thâm hụt ngân sách và vực dậy nền kinh tế. Cạnh tranh du lịch trong khu vực vì vậy ngày càng gay gắt hơn. ở trong nước, thiên tai xảy ra nhiều nơi, mức độ tàn phá lớn. Đại dịch SARS chưa qua, lại phải đương đầu với dịch cúm gia cầm. Bên cạnh đó, việc triển khai Chương trình có những thuận lợi, thời cơ mới. Vị thế của nước ta trên trường quốc tế ngày càng được nâng cao. Hình ảnh một Việt Nam hòa bình, ổn định và mến khách được tạo lập, được dư luận quốc tế bình chọn là điểm đến an toàn-thân thiện. Hội nhập, hợp tác quốc tế ngày càng sâu, rộng. Kinh tế đạt mức tăng trưởng cao trong nhiều năm liên tục, đời sống nhân dân được cải thiện. Đảng và Nhà nước quan tâm, có chính sách, biện pháp ưu tiên phát triển du lịch.

Trong bối cảnh ấy, dưới sự chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch, được sự hưởng ứng, ủng hộ của các bộ, ngành và các địa phương, Tổng cục Du lịch đã phát huy những lợi thế có được, lãnh đạo tổ chức triển khai đồng bộ các hoạt động của Chương trình cả trong và ngoài nước đảm bảo mục tiêu, hiệu quả, góp phần đưa Du lịch nước nhà từng bước vượt qua khó khăn, vững tiến trên hành trình trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

PHẦN 1

KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH THỰC HIỆN

Hoạt động của Chương trình tập trung vào 4 mảng nội dung chính: 1. Tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến du lịch; 2. Đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm; 3. Đẩy mạnh phối hợp liên ngành, khuyến khích các hoạt động du lịch và, 4. Tăng cường quản lý Nhà nước về Du lịch. Tình hình triển khai cụ thể như sau:

I. TUYÊN TRUYỀN, QUẢNG BÁ VÀ XÚC TIẾN DU LỊCH

1. Thông tin tuyên truyền trên báo chí

Công tác tuyên truyền về chủ trương, đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước ta trong phát triển du lịch, về tình hình du lịch trong và ngoài nước và hoạt động của Ngành nói chung và của Chương trình nói riêng được duy trì thường xuyên trên hệ thống thông tin đại chúng trong nước:

- Trên Đài truyền hình Trung ương: xây dựng các chương trình giới thiệu về đất nước-con người, về các điểm du lịch trọng điểm của Việt Nam phát sóng định kỳ trên "Du lịch qua màn ảnh nhỏ" của VTV2 và gần đây là VTV4. Cung cấp tư liệu, thông tin thời sự về hoạt động của Ngành và phối hợp với VTV1 tổ chức các buổi trao đổi, tọa đàm, đối thoại về du lịch. Trong một số sự kiện xúc tiến quan trọng ở cả trong và ngoài nước, mời đại diện của VTV tham dự, kịp thời phản ánh rộng rãi hoạt động của Ngành trên sóng truyền hình.

- Hợp tác phát sóng định kỳ (vào Thứ Tư và Chủ nhật hàng tuần) trên Đài Tiếng nói Việt Nam các chuyên mục "Tìm hiểu chính sách du lịch", "Bảo vệ môi trường du lịch" "ý kiến doanh nghiệp", "Câu chuyện hướng dẫn viên", "Đi đâu, xem gì, ăn gì" và trang tin du lịch trong nước, quốc tế "Việt nam-Đất nước con người", "Nhìn ra thế giới", "Thư bạn yêu du lịch":,....

- Trên các báo viết có lượng phát hành lớn: Mở chuyên trang Du lịch, cung cấp thông tin cho độc giả về chính sách, định hướng phát triển, về vị trí, vai trò và hoạt động của Ngành trên các báo Nhân Dân, Quan hệ Quốc tế, Lao Động, Vietnam News, Báo ảnh Việt Nam, Báo và Tạp chí Du lịch.

Đối với thị trường ngoài nước, bên cạnh việc thông tin trực tiếp tại chỗ nhân các sự kiện xúc tiến, Chương trình đã phối hợp với các cơ quan, đối tác liên quan, nhất là Hàng không và hệ thống cơ quan đại diện của nước ta để tăng cường thông tin, giới thiệu hình ảnh điểm đến Việt Nam trên các chuyến bay quốc tế của Vietnam Airlines, trên một số kênh truyền hình quốc tế lớn và báo viết chuyên ngành (TTG của Thái Lan, Travel của Hoa Kỳ, Echo Tourisme và Voyages Ebdo của Pháp, Paradise của Australia). Đã chủ trì tổ chức mời và tổ chức đón tiếp 38 đoàn đại diện các hãng lữ hành, thông tấn báo chí của các thị trường gửi khách lớn vào tham quan, khảo sát (fam trip) và viết bài về điểm đến Việt Nam (đoàn NHK Nhật Bản, lữ hành-báo chí Hoa Kỳ, Pháp, Thụy Sĩ, Đức, Hàn Quốc,...). Ngoài ra, đã phối hợp với Vietnam Airlines, Air France, Cathay Pacific,... tổ chức hàng chục đoàn fam tour khác, giới thiệu sản phẩm của Du lịch Việt Nam.

2. Ứng dụng công nghệ tin học, quảng bá hình ảnh điểm đến Việt Nam trên mạng INTERNET.

Chương trình đã từng bước đầu tư nâng cấp hệ thống trang thiết bị tin học phục vụ quảng bá trên mạng INTERNET gồm 04 máy chủ riêng biệt, máy chuyên dụng thiết kế công nghệ cao, bổ sung thiết bị mạng và phần mềm hỗ trợ để nâng cao hiệu quả website; đồng thời, thuê bao server và đường truyền dùng riêng (tốc độ 128 KB), duy trì tên miền phục vụ quản lý, cung cấp và khai thác thông tin. Trên cơ sở đó, đã xây dựng, duy trì, nâng cấp các websites:

- <http://www.vietnamtourism.com>: Giới thiệu tổng quan về văn hóa, lịch sử, đất nước, con người và tiềm năng du lịch Việt Nam bằng 5 ngôn ngữ Việt, Anh, Pháp, Trung, Nhật.
- <http://www.vietnamtourism.gov.vn>: Trang thông tin điện tử của Tổng cục Du lịch (bằng tiếng Anh và tiếng Việt).
- <http://www.vietnamtourism-info.com> và <http://www.dulichvn.org.vn>: thông tin du lịch trực tuyến, thể hiện bằng 2 ngôn ngữ Anh, Việt.
- <http://www.myhotelvietnam.com>: Hệ thống đặt phòng trực tuyến.

Bên cạnh đó, Chương trình đã xây dựng và phát hành một số sản phẩm quảng bá công nghệ cao như CD-ROM Di sản Thế giới ở Việt Nam, CD-ROM Lễ hội truyền thống Việt Nam (bằng 3 ngôn ngữ Việt, Anh và Pháp).

3. Xây dựng các loại sản phẩm quảng bá du lịch

92 biển quảng cáo tấm lớn được xây dựng tại các nút giao thông, cửa khẩu quốc tế quan trọng và tại các trung tâm du lịch thuộc 53 địa phương trong cả nước giới thiệu điểm đến Du lịch Việt Nam với du khách trong và ngoài nước. Sử dụng trên 2.000 băng rôn, cờ phướn các loại phục vụ công tác tuyên truyền quảng bá du lịch trong dịp tổ chức các lễ hội truyền thống và sự kiện du lịch của Ngành. Đối với sản phẩm multimedia, đã sản xuất phim giới thiệu về Du lịch Việt Nam (20') và phim quảng bá Con đường Di sản miền Trung (15'), phim tư liệu Du lịch Việt Nam 45 năm xây dựng và trưởng thành; xây dựng phim quảng cáo 30 giây và thuê phát trên màn hình điện tử LED-VINAVISON với tần suất 60 lần/ngày liên tục trong 1 năm; hoàn thành và đưa vào sử dụng 1 CD-ROM về Di sản Thế giới và 1 CD-ROM về Lễ hội Du lịch ở Việt Nam. Bên cạnh đó, Chương trình đã phối hợp và hỗ trợ Tổng cục Cảnh sát Nhân dân-Bộ Công an hoàn thành phim phóng sự về tình hình thực hiện Chỉ thị 07/TTg của Thủ tướng Chính phủ về đảm bảo an ninh, an toàn và trật tự xã hội tại các điểm du lịch và trong dịp diễn ra các lễ hội, sự kiện du lịch.

Về ấn phẩm, Chương trình đã in, phát hành trên 4,5 triệu đầu ấn phẩm các loại bằng 5 ngoại ngữ Anh, Pháp, Trung, Nhật, Đức và một phần bằng tiếng Việt. Các ấn phẩm này chủ yếu được sử dụng trong các chiến dịch xúc tiến hình ảnh điểm đến ở ngoài nước như hội chợ, road show, hội nghị, hội thảo, diễn đàn về Du lịch, festival,... và cung cấp 32.000 kg ấn phẩm các loại cho 29 cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài. Đã thiết kế, sản xuất và sử dụng trên 20.000 đầu tặng phẩm, đồ lưu niệm các loại như huy hiệu logo Ngành, ca ra vát, áo phông, nón, mũ, túi vải,...(có in logo và slogan của Chương trình hoặc logo của Ngành).

Chương trình đã phối hợp mở và hỗ trợ duy trì hoạt động (địa điểm, thiết bị, ấn phẩm, nhân công) của 5 phòng thông tin du lịch tại các sân bay Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Phú Bài, Đà Nẵng và Cần Thơ giải đáp, chỉ dẫn và cung cấp thông tin cần thiết tại chỗ cho khách.

4. Quảng bá du lịch nhân các sự kiện quốc tế lớn tại Việt Nam

Tranh thủ các sự kiện quốc tế được tổ chức tại Việt Nam, Chương trình đã tiến hành các hoạt động giới thiệu hình ảnh điểm đến Việt Nam, về đất nước, con người Việt Nam với các đối tượng trực tiếp tham dự sự kiện và, thông qua các kênh báo chí (cả báo nói, hình và viết) với công chúng quốc tế.

- Chương trình du lịch thể thao tổng hợp RAID Gauloises với sự tham gia của 544 khách quốc tế (255 vận động viên, 56 nhà báo, 102 trợ lý vận động viên và trên 100 nhà điều hành) đến từ 17 quốc gia trên thế giới. Đây là chương trình lớn, kéo dài 2 tuần lễ, đi qua 9 tỉnh phía bắc của Việt Nam (từ Bắc Hà-Lao Cai và kết thúc tại Cát Bà-Hải Phòng), các hoạt động đa dạng, từ đi bộ, đua xe đạp địa hình, thuyền cao su, leo thác, đi trên dây cáp, đua bè và thuyền nan, thuyền kayak, hành trình dài trên 1000 km với cảnh quan hùng vĩ và con người thân thiện, tổ chức an toàn và chuyên nghiệp cao. Hình ảnh và tin tức về Việt Nam được phát trên 40 kênh truyền hình quốc tế và đăng tải trên hàng chục tờ báo nước ngoài liên tục trước, trong và sau sự kiện.

- Ngay từ năm 2001, dưới sự chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch và Ban Tổ chức SEA GAMES 22, Chương trình đã phối hợp với các bộ ngành, địa phương liên quan triển khai các hoạt động xúc tiến du lịch và phục vụ Đại hội thể thao Đông Nam Á lần thứ 22. Chương trình đã hỗ trợ 11 địa phương (được chọn làm nơi thi đấu của SEA GAMES 22 và PARA GAMES 2) tổ chức các hoạt động hưởng ứng, chào đón và tuyên truyền trên báo chí; chỉnh trang môi trường tại các điểm du lịch, nơi đón khách; tổ chức 50 lớp tập huấn nghiệp vụ (nấu các món ăn đạo Hồi, lễ tân, hướng dẫn, phục vụ bàn, buồng, pha chế rượu, ngoại ngữ) cho 3000 lượt người tham gia phục vụ Đại hội; đầu tư xây dựng mới 5 tours và nâng cấp, cải tiến trên 30 tours các loại (tour trong ngày, mua sắm, tham quan cho các phu nhân, các vận động viên,...) phục vụ các đối tượng khách; hỗ trợ đầu tư phát triển du lịch làng nghề Bát Tràng (Hà Nội), Chu Đậu (Hải Dương), Đông Hồ (Bắc Ninh),... và sản xuất các loại đồ lưu niệm du lịch phục vụ khách tham dự Đại hội. Bên cạnh đó, Chương trình tham gia và hoàn thành tốt nhiệm vụ ở Tiểu ban Hậu cần, chịu trách nhiệm bố trí 75 khách sạn cho các vận động viên, trọng tài, quan chức và 100 khách sạn phục vụ các phòng viên báo chí quốc tế; lên 13 thực đơn chuẩn (kể cả thức ăn Halal food-hợp khẩu vị mọi đối tượng) và bố trí đội ngũ đầu bếp lành nghề phục vụ, đảm bảo an toàn, vệ sinh và chất lượng); tổ chức biên soạn sách hướng dẫn về điều kiện ăn nghỉ phục vụ khách tham dự SEA GAMES 22 và PARA GAMES 2.

- Nhân Hội nghị Bộ trưởng Du lịch Đông Á-Thái Bình Dương tại Huế (6/2004, với sự tham gia của 187 đại biểu từ gần 20 quốc gia khu vực châu Á-Thái Bình Dương và đại diện các tổ chức quốc tế UNESCAP, UNESCO, Cơ quan phát triển của Hà Lan-SNV), Chương trình đã tổ chức tuyên truyền sâu rộng về Hội nghị trên báo chí và tổ chức gian hàng bên lề Hội nghị để trưng bày hình ảnh về Du lịch Việt Nam. Tuyên bố của Tổ chức Du lịch Thế giới (WTO) về Du lịch văn hóa và xóa đói giảm nghèo mang tên "**Tuyên bố Huế**" đã góp phần nâng cao vị trí, quảng bá điểm du lịch Cố đô Huế và tô đậm hình ảnh Việt Nam trên thế giới. Thông qua việc tổ chức thành công Hội nghị, các quan chức WTO và đại biểu tham dự Hội nghị đánh giá cao khả năng phát triển loại hình du lịch MICE của Việt Nam.

Ngoài các sự kiện trên, Chương trình còn tích cực tổ chức các hoạt động xúc tiến du lịch nhân các sự kiện quốc tế khác tổ chức tại nước ta: Hội nghị ASEM 5 (10/2004), Đoàn xe tay lái bên phải Ấn Độ-ASEAN (12/2004),...

5. Tổ chức và tham gia các sự kiện xúc tiến trong và ngoài nước

5.1. Trong nước

Cùng với việc xúc tiến, tuyên truyền quảng bá trên báo chí, internet, thông qua các sự kiện quốc tế lớn được tổ chức tại Việt Nam, Chương trình đã tổ chức và đầu tư hỗ trợ, hướng dẫn, tham gia tổ chức tuyên truyền quảng bá du lịch qua hoạt động của gần 100 sự kiện du lịch trong nước: Hội chợ Xuân Du lịch 2000 (Hà Nội), Liên hoan Du lịch Đất phương Nam 2000 (TP.HCM), Liên hoan Du lịch quốc tế Hà Nội (2000, 2003, 2005), Giao Thừa Thiên niên kỷ (Đồng Nai), Tuần Văn hóa-Du lịch Hội An năm 2000, Lễ hội Tháp Bà Ponaga (Khánh Hòa), Quán Thế Âm (Đà Nẵng), Ka tê (Ninh Thuận), Ooc Om Booc (Sóc Trăng), Bà Chúa Xứ (An Giang), Festival Huế 2 năm một lần, 110 năm Đà Lạt, Festival Hoa Đà Lạt, 100 năm Sapa, Đêm rằm phố cổ Hội An, Nhịp cầu xuyên Á-Quảng Trị, Con đường Di sản miền Trung, Liên hoan Du lịch Cà Mau, Liên hoan Văn hóa-Du lịch Đà Nẵng, Hè Phố biển Nha Trang, Hội nghị Bộ trưởng Du lịch Đông Á-Thái Bình Dương tại Huế, Lễ hội Việt-Nhật tại TP. Hồ Chí Minh, Lễ hội Sắc hoa Đà Lạt... Đặc biệt, Chương trình đã phối hợp tổ chức các hoạt động theo chủ đề hàng năm: Năm Du lịch Hạ Long 2003, Năm Du lịch Điện Biên Phủ 2004, Năm Du lịch Nghệ An 2005 và hưởng ứng các năm du lịch này là chuỗi các hoạt động phối hợp ở cả trong và ngoài nước.

5.2. Ngoài nước

Hoạt động xúc tiến trên thị trường ngoài nước là một trong các trọng tâm của Chương trình. Trong 5 năm, Chương trình đã tổ chức tham gia 52 hội chợ du lịch quốc tế định kỳ hàng năm và tổ chức 29 chương trình giới thiệu điểm đến (road show) tại các thị trường gửi khách quan trọng. Cụ thể, năm 2000: Tham gia 10 hội chợ du lịch quốc tế chuyên ngành (WTM-Anh, JATA-Nhật Bản, ITB-Đức, TOP RESA-Pháp, CITM-Thượng Hải-Trung Quốc, ITE Hồng Kông, các hội chợ tại Lào, Thái Lan, Singapore, Reunion-Pháp) và 4 đợt road show tại Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc và Australia; năm 2001: 7 hội chợ (ITB-Đức, ITE-Hồng Kông, CITM-Côn Minh-Trung Quốc, JATA-Nhật Bản, Bressure-Pháp, Lễ hội Du lịch-Việt Nhật, Tuần lễ Du lịch Việt Nam tại Bỉ) và 4 đợt road show tại Đức, Pháp, Singapore và Thái Lan; năm 2002: 7 hội chợ (ITB-Đức, Brussels Holiday (Bỉ), TOP RESA-Pháp, WTF-Nhật Bản, TUR-Thụy Điển, ATF-Campuchia, Salon Mondial-Pháp) và 5 đợt road show tại Trung Quốc, Australia, 2 đợt tại Hàn Quốc, Pháp; năm 2003: 10 hội chợ (ITB-Đức, AHETE-Malaysia, WTF-Nhật, ATF-Lào, Stockholm và TUR-Thụy Điển, WTM-Anh, TOP RESA-Pháp, Hội Báo Nhân đạo-Pháp, IT & CMA-Thái Lan) và 9 road show tại Mỹ, Đức, 2 ở Nhật, Australia, Anh, Pháp, Thụy Điển, Lào; năm 2004: 8 hội chợ (ITB-Đức, JATA-Nhật, TOP RESA-Pháp, AHETE-Malaysia, Hội báo Nhân đạo-Pháp, KOTFA-Hàn Quốc, WTM-Anh, Hội chợ Beer-Đức) và 4 road show (Thụy Sĩ, Thụy Điển, Ấn Độ, Trung Quốc); năm 2005: đã tổ chức được 12 hội chợ (ATF-Malaysia, ITB-Đức, Barcelona-Tây Ban Nha, BITTM-Bắc Kinh, World Expo-Nhật Bản, TTM-Thái Lan, KOTFA-Hàn Quốc, Côn Minh-Trung Quốc, JATA-Nhật, TOP RESA-Pháp, Lugano-Thụy Sĩ, WTM-Anh) và 3 road show (Frankfurt-Đức, Nga và Hoa Kỳ).

II. ĐA DẠNG HÓA, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, TĂNG KHẢ NĂNG CẠNH TRANH

1. Phát triển du lịch văn hóa gắn với các lễ hội truyền thống dân tộc

Từ năm 2000, được sự phối hợp của các bộ ngành liên quan và các địa phương (nhất là Bộ Văn hóa-Thông tin), Chương trình đã lựa chọn, hỗ trợ khôi phục và tổ chức 20 lễ hội truyền thống tiêu biểu/năm, gắn với việc tuyên truyền quảng bá nâng cao nhận thức du lịch trong nhân dân với việc hình thành các tours du lịch văn hóa phục vụ khách trong và ngoài nước. Các lễ hội này chủ yếu được tổ chức bằng nguồn lực huy động tại chỗ, Chương trình tham gia định hướng, hỗ trợ một phần kinh phí nhằm gắn các hoạt động lễ hội với việc thu hút khách. Các lễ hội truyền thống được Chương trình hỗ trợ khôi phục, tổ chức được duy trì hàng năm gắn với việc tuyên truyền thu hút khách, tạo điều kiện cho các hãng lữ hành xây dựng thành tour bán cho khách, như: Chử Đồng Tử-Hung Yên, Nguyễn Bình Khiêm-Hải Phòng, Công chiêng-Hòa Bình và Tây Nguyên, Lồng tồng-Thái Nguyên, đền Hùng-Phú Thọ, Ponaga-Khánh Hòa, Ooc Om Booc-Sóc Trăng, Làng Sen-Nghệ An, Cầu ngư-Huế, Phủ Dầy-Nam Định,...v.v.

2. Đầu tư nâng cấp các khu, điểm du lịch

Trong các năm đầu (2000-2001), Chương trình đã tiến hành khảo sát 20 điểm du lịch (tại Sapa-Lào Cai, Ba Bể-Bắc Cạn, Cồ Loa-Hà Nội, Đồ Sơn-Hải Phòng, Chùa Hương-Hà Tây, Tam Cốc-Bích Động ở Ninh Bình, Kim Liên-Nghệ An, Phong Nha-Quảng Bình, Thuận An-Huế, Hội An và Mỹ Sơn-Quảng Nam, Phan Thiết-Mũi Né ở Bình Thuận, Tuyên Lâm-Lâm Đồng, Long Hải-Bà Rịa-Vũng Tàu, Củ Chi (TP.HCM), Núi Bà Đen-Tây Ninh, Thới Sơn-Tiền Giang, Núi Sam-An Giang, Chùa Hang-Mũi Nai và Phú Quốc-Kiên Giang), thu thập số liệu, thông tin và tiến hành phân tích đánh giá hiện trạng tài nguyên-môi trường du lịch, tình hình khai thác, tổ chức quản lý các hoạt động kinh doanh, hiện trạng quy hoạch, kiến trúc và hạ tầng cơ sở để trên cơ sở đó, đề xuất kế hoạch đầu tư nâng cấp trong các năm từ 2002 đến nay (theo chương trình đầu tư hạ tầng cơ sở du lịch của Chính phủ).

3. Cải tiến sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ và phục vụ

3.1. Tổ chức các hội thi chuyên ngành

Các hội thi chuyên ngành được tổ chức từ cấp địa phương, vùng đến toàn quốc là dịp cọ sát, cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo khí thế thi đua trong toàn ngành, tăng sức cạnh tranh của Du lịch Việt Nam. Chương trình đã tổ chức các hội thi toàn quốc về Hướng dẫn viên du lịch, về Lễ tân, ẩm thực. Đồng thời, hàng năm đều tổ chức bình chọn các doanh nghiệp du lịch (lữ hành, khách sạn) và trao giải cho 10 doanh nghiệp lữ hành, 10 khách sạn hàng đầu của Ngành.

3.2. Khảo sát xây dựng mới và nâng cấp tours chuyên đề

Tổ chức khảo sát tour đường bộ liên quốc gia Việt-Lào-Thái, tour dọc sông Mê Công đoạn từ Việt Nam-Campuchia và xây dựng mới 5 tours liên vùng:

- Con đường huyền thoại-Đường Hồ Chí Minh dọc theo dải Trường Sơn;
- Hành trình Di sản miền Trung;
- Hành trình 1000 năm những kinh đô Việt Nam;
- Hướng về cội nguồn (Yên Bái-Lào Cai-Phú Thọ);

- Con đường xanh Tây Nguyên.

Xây dựng mới và nâng cấp 34 tours địa phương (tour sinh thái gắn với di tích lịch sử cách mạng-Bình Phước, Du khảo đồng quê-Hải Phòng, tour làng nghề-Bắc Ninh, Hà Tây, Hải Dương, tour đi bộ tại Hòa Bình, lặn biển-Nha Trang, Hạ Long, tour sinh thái Ban Mê Thuật,..)

3.3. Tập huấn, bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch

Lực lượng lao động trực tiếp trong ngành Du lịch ngày càng tăng, với khoảng 23 vạn lao động trực tiếp và 50 vạn lao động gián tiếp, chiếm 2,5% lực lượng lao động toàn quốc và chủ yếu ở độ tuổi dưới 30 (60%). Trong đó, lao động trực tiếp ở các ngành nghề chuyên sâu (lễ tân, phục vụ buồng, bar, bàn, hướng dẫn, nấu ăn,...) chiếm tới 75%. Tuy nhiên, trong số này, chỉ có 42,5% lao động được đào tạo về nghiệp vụ du lịch. Chương trình đã hỗ trợ tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn ngắn hạn về nghiệp vụ du lịch cho các đối tượng này theo phương thức: Địa phương chủ động tập hợp nhu cầu, chiêu sinh mở lớp và lo về địa điểm, trang thiết bị giảng dạy; doanh nghiệp đóng góp một phần (chủ yếu cho thực hành) và Chương trình hỗ trợ về nội dung, giáo trình, giáo viên. Với hình thức đó, Chương trình đã tổ chức được trên 200 lớp bồi dưỡng, tập huấn về nghiệp vụ du lịch và ngoại ngữ cho hàng nghìn lượt lao động du lịch ở 47 địa phương.

3.4. Phát triển du lịch làng nghề

Du lịch làng nghề ngày càng được du khách quan tâm. Chương trình đã phối hợp cùng các bộ, ngành và địa phương liên quan xác định các làng nghề có thể gắn với phát triển du lịch và lồng ghép với dự án khác về đầu tư phát triển làng nghề của Bộ Kế hoạch-Đầu tư, Bộ Thương mại. Từ đó:

- Tham gia đề xuất về chính sách và cơ chế phát triển du lịch làng nghề (ưu tiên hỗ trợ phát triển hạ tầng, bảo vệ môi trường, xúc tiến bán sản phẩm, chính sách đối với nghệ nhân, vay vốn ưu đãi,...); Hỗ trợ chỉnh trang cảnh quan, vệ sinh môi trường địa điểm tham quan cho 8 làng nghề ở cả 3 miền Bắc-Trung-Nam;

- Mời hàng chục lượt nghệ nhân và đại diện cơ sở sản xuất (mặt hàng đặc sắc) tham gia biểu diễn thực hành mẫu, bán hàng lưu niệm tại các sự kiện xúc tiến của Ngành ở nước ngoài;

- Tổ chức xây dựng mới và nâng cấp được 16 tours du lịch làng nghề (Bát Tràng-Hà Nội, Đông Hồ-Bắc Ninh, Chu Đậu-Hải Dương, Mộc-Kim Bông, Gốm-Đồng Nai, tour làng nghề Hà Tây, Bến Tre,...); Phối hợp và hỗ trợ tổ chức 3 đợt Liên hoan Du lịch làng nghề.

3.5. Hoạt động văn nghệ dân gian phục vụ khách tại các điểm du lịch đông khách

Mỗi năm, Chương trình hỗ trợ hoạt động này tại 10-15 điểm tham quan: Đàn ca tài tử (Thới Sơn-Tiền Giang), Hát Phường vải (Kim Liên-Nghệ An), Múa hát công chiêng (Buôn Đôn-Đắk Lắk), Chiếu chèo ở đền Ngọc Sơn và Văn Miếu (Hà Nội), Nghệ thuật Chăm (Bảo tàng Chăm-Đà Nẵng và Mỹ Sơn-Quảng Nam), Diễn tích tuồng và múa trống (Bảo tàng Quang Trung-Bình Định),...

III. ĐẨY MẠNH PHỐI HỢP LIÊN NGÀNH, TẠO ĐIỀU KIỆN THUẬN LỢI, KHUYẾN KHÍCH CÁC HOẠT ĐỘNG DU LỊCH

1. Khảo sát liên ngành trong và ngoài nước:

Khảo sát ở miền Bắc được tiến hành trong tháng 01/2000 tại Hải Phòng, Quảng Ninh, Hạ Long, Móng Cái, Lạng Sơn, sân bay quốc tế Nội Bài. Khảo sát ở miền Nam tiến hành trong tháng 02/2000 tại Sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất, thành phố Hồ Chí Minh, Mộc Bài-Tây Ninh. Đoàn khảo sát liên ngành Du lịch, Công an, Hải quan, Tài chính đã làm việc với các Sở Du lịch và Sở Thương mại-Du lịch, các cơ quan chức năng liên quan tại các địa phương nơi đoàn đến, các đơn vị kinh doanh du lịch, cửa khẩu, cảng, điểm du lịch... về những tồn tại cần tháo gỡ và đề xuất kiến nghị giải quyết.

Khảo sát Thái Lan (tháng 3/2000): Băng-cốc, Pataya; Khảo sát Trung Quốc (tháng 6/2000) tại Quảng Tây. Đoàn khảo sát liên ngành Du lịch, Công an, Hải quan, Thuế đã làm việc với cơ quan Du lịch quốc gia, các cơ quan chức năng liên quan như thuế, công an, hàng không, một số điểm du lịch, sân bay... ở Quảng Tây và Băng-cốc, Pataya; đã báo cáo 2 chuyên khảo sát, đề xuất, kiến nghị với Ban chỉ đạo Nhà nước về du lịch.

2. Hội thảo, xây dựng văn bản tháo gỡ các vướng mắc, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động du lịch:

Chương trình đã làm việc với các bộ, ngành liên quan và tổ chức các hội thảo, hình thành các cơ sở để xây dựng các văn bản liên quan đến hoạt động du lịch. Tháng 2/2000, họp với Bộ Công an, Bộ Tư pháp, Cục Lãnh sự Bộ Ngoại giao, Tổng cục Hải quan, Văn phòng Ủy ban Quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế để bàn kế hoạch rà soát văn bản liên quan đến du lịch; Tháng 5/2000, làm việc với Bộ Văn hóa-Thông tin về vấn đề cảnh quan, vệ sinh môi trường các điểm di tích lịch sử, tham quan du lịch; Tháng 7/2000, làm việc với Bộ Văn hoá-Thông tin và Bộ Tài Chính về vấn đề phí, lệ phí quay phim chụp ảnh tại các điểm du lịch; Tháng 3 và tháng 8/2000, làm việc với Tổng cục Thuế (Bộ Tài chính) về vấn đề hoàn thuế VAT tại các cửa khẩu quốc tế cho khách du lịch; Tháng 1 và tháng 5/2000, làm việc với các bộ, ngành liên quan tại Cục Cảnh sát Đường bộ - Đường sắt (Bộ Công an) về việc xây dựng đề án cho phép khách du lịch được mang phương tiện giao thông đường bộ vào Việt Nam du lịch; Tháng 2 và tháng 8/2000, làm việc, góp ý với Hải quan, Công an, Hàng không về việc khai 3 tờ khai tại cửa khẩu sân bay quốc tế và về việc tăng cường trang thiết bị máy móc, cải tiến quy trình kiểm tra hành lý của khách tại các sân bay quốc tế; Tháng 9/2000, làm việc với Bộ Tài chính về phí, lệ phí xuất nhập cảnh, đặc biệt với khách tàu biển; tháng 11/2001, tổ chức Hội thảo Du lịch-Hàng không để bàn biện pháp giải quyết những vướng mắc hiện nay của khách du lịch qua đường hàng không.

3. Xây dựng phần mềm cải tiến việc làm thủ tục xuất nhập cảnh cho khách du lịch tàu biển nhằm mục đích cải tiến một bước việc làm thủ tục cho khách du lịch tàu biển. Chương trình đã phối hợp với Bộ Tư lệnh Biên phòng triển khai, hoàn thành phần mềm cải tiến việc làm thủ tục cho khách du lịch tàu biển và áp dụng từ 2001.

IV. TĂNG CƯỜNG HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH

1. Tổng điều tra nguồn nhân lực du lịch trong toàn quốc

Nội dung này được triển khai thực hiện từ đầu năm 2000, phối hợp với Tổng cục Thống kê, các Vụ, đơn vị, địa phương trong toàn ngành Du lịch trong phạm vi cả

nước: Tổ chức 02 hội thảo để xây dựng các loại biểu mẫu, phiếu điều tra; 02 hội nghị tại Vũng Tàu và Hà Nội để tập huấn quy trình, phương thức tiến hành điều tra cho cán bộ các địa phương; sau đó triển khai điều tra ở tất cả các tỉnh; tổng hợp và phân tích số liệu điều tra. Dự án được hoàn thành vào năm 2001.

2. Tham gia, góp phần kiện toàn các vụ chức năng, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác của cơ quan Tổng cục Du lịch và các đơn vị sự nghiệp của Ngành.

Đã thành lập những đơn vị mới như Cục Xúc tiến Du lịch, Trường Trung học Nghiệp vụ Du lịch Huế, Trường Trung học Nghiệp vụ Du lịch Hải Phòng; đã nghiên cứu đề trình Chính phủ thành lập văn phòng đại diện của Tổng cục Du lịch tại một số thị trường du lịch trọng điểm; phối hợp với các bộ, ngành có liên quan và các tỉnh, thành phố trực thuộc củng cố tổ chức, bộ máy và tăng cường hiệu quả quản lý của các Sở Du lịch, Sở Du lịch-Thương mại và bộ phận quản lý về du lịch trong các Sở Thương mại-Du lịch; từng bước hoàn thiện cơ chế làm việc giữa Cơ quan Tổng cục Du lịch với các Sở Du lịch, Du lịch-Thương mại và Thương mại-Du lịch. Vai trò chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch ngày càng được phát huy thể hiện qua quy chế và các hoạt động của Ban, tăng cường sự phối hợp liên ngành một cách hiệu quả nhằm tháo gỡ những khó khăn trong ngành Du lịch.

3. Xây dựng và tập huấn triển khai Quy trình đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao năng lực lao động ngành Du lịch và xây dựng Chương trình khung đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, ngoại ngữ cho lao động trong các cơ sở lưu trú du lịch:

Quy trình đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao năng lực nhân lực du lịch đã được Nhóm Chuyên gia nghiên cứu, xây dựng trong năm 2002 với sự tham gia, góp ý kiến của các Vụ, đơn vị trong ngành Du lịch và các chuyên gia về giáo dục, thông qua 02 hội thảo. Trong năm 2003, đã tổ chức 03 Hội nghị tập huấn thực hiện Quy trình cho cán bộ các Sở quản lý nhà nước về du lịch trong cả nước và một số cơ sở đào tạo du lịch. Chương trình khung đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, ngoại ngữ cho lao động trong các cơ sở lưu trú du lịch đã được xây dựng trong năm 2003 cho các nghiệp vụ: Lễ tân khách sạn, Phục vụ Bar, Phục vụ Bàn, Phục vụ Buồng, Chế biến món ăn, Ngoại ngữ (Tiếng Trung và tiếng Anh).

4. Hội nghị đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch:

Hội nghị đã được tổ chức vào 9/2004, tại Khách sạn Melia Hà Nội, với sự tham gia của gần 200 đại biểu đến từ Tổng cục Du lịch, các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch địa phương, các cơ sở đào tạo du lịch, các doanh nghiệp du lịch hàng đầu, các cơ quan, bộ ngành liên quan và các cơ quan thông tấn, báo chí Trung ương và Hà Nội. Hội nghị đã được tổ chức chu đáo, đạt được mục đích đề ra là tổng hợp công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân lực du lịch trong thời gian qua, đề ra định hướng trong thời gian tới, tăng cường sự phối hợp phát triển nguồn nhân lực du lịch giữa các cơ quan quản lý, cơ sở đào tạo và doanh nghiệp trong công tác phát triển nguồn nhân lực du lịch.

5. Tổ chức bồi dưỡng kiến thức quản lý nhà nước về du lịch cho cán bộ các Sở quản lý du lịch địa phương tại 3 miền:

Các khóa bồi dưỡng được tổ chức tại Hà Nội, Huế, Nha Trang, Cần Thơ và Vũng Tàu, với sự tham gia của gần 300 cán bộ của các Sở quản lý du lịch địa phương. Các khóa học đã tổ chức được cán bộ các Sở đánh giá cao về nội dung chương trình với các chuyên đề sát với công tác thực tế quản lý của cán bộ các Sở (Quản lý nhà nước về du lịch, Chiến lược phát triển du lịch, Tài nguyên du lịch, Quy hoạch du lịch và Marketing du lịch); giảng viên là các cán bộ quản lý, nhà khoa học có uy tín, kinh nghiệm của ngành Du lịch giảng dạy; công tác tổ chức được thực hiện chu đáo, chặt chẽ.

PHẦN 2 ĐÁNH GIÁ CHUNG

I. NHỮNG KẾT QUẢ CHỦ YẾU

Chương trình HQQG về Du lịch trong 2 giai đoạn 2000-2001 và 2002-2005 đã nhận được sự hưởng ứng, ủng hộ của các cấp, các ngành. Dưới sự chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch, Tổng cục Du lịch đã tổ chức triển khai thực hiện tương đối toàn diện cả 4 nội dung: 1. Tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến du lịch, nâng cao nhận thức phát triển du lịch trong giai đoạn mới; 2. Đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh; 3. Đẩy mạnh phối hợp liên ngành, tạo điều kiện thuận lợi, khuyến khích các hoạt động du lịch và, 4. Tăng cường hiệu lực và hiệu quả quản lý Nhà nước về Du lịch. Kết quả 5 năm thực hiện Chương trình thể hiện nổi bật ở các điểm sau:

Một là, nâng cao nhận thức về Du lịch: Công tác tuyên truyền, quảng bá du lịch được duy trì thường xuyên, có chiều sâu trên các phương tiện thông tin đại chúng và thông qua các hoạt động đa dạng khác đã góp phần chuyển biến tích cực nhận thức về Du lịch của các cấp, các ngành và toàn xã hội đối với vị trí, vai trò và lợi ích nhiều mặt của Du lịch. Từ đó, đã tạo ra khí thế phát triển du lịch trong cả nước và các địa phương đã có những chuyển động thật sự từ tổ chức, chương trình, kế hoạch, cách làm, chế độ chính sách, đầu tư,.... Đến nay, 51 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đã thành lập Ban Chỉ đạo phát triển du lịch. Các cấp uỷ Đảng, chính quyền địa phương đã ra các nghị quyết, chỉ thị về phát triển du lịch. Trên 20 tỉnh, thành phố xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng hoặc mũi nhọn trong chiến lược phát triển kinh tế-xã hội của địa phương. Đó là những tiền đề quan trọng huy động nguồn lực tổng hợp, giúp Du lịch Việt Nam vượt qua được thách thức những năm đầu thiên niên kỷ ba: nạn khủng bố, xung đột vũ trang gây mất ổn định, họa thiên tai, giảm thiểu được thiệt hại do hậu quả dịch SARS và cúm gà để lại.

Hai là, tăng cường hiệu quả phối hợp liên ngành, tháo gỡ vướng mắc, tạo điều kiện thuận lợi và khuyến khích các hoạt động du lịch. Từ tác động tích cực của Du lịch đến các ngành khác, quan hệ phối hợp liên ngành đã bắt đầu thể hiện tính chủ động, tự giác và dần đi vào nề nếp, không dừng lại ở nhu cầu một phía của ngành Du lịch mà xuất phát từ nhu cầu và quyền lợi chung. Thông qua hoạt động của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch, đã kịp thời tháo gỡ vướng mắc về cơ chế, chính sách, tạo điều kiện thuận lợi và khuyến khích các hoạt động du lịch. Ngoài 6 nước ASEAN, Việt Nam đã miễn thị thực cho công dân Nhật Bản, Hàn Quốc và

công dân 4 nước Bắc Âu đến Việt Nam du lịch. Hàng không Việt Nam tăng cường năng lực chuyên chở, mở lại và mở thêm nhiều đường bay mới. Thủ tục xuất nhập cảnh, cư trú đi lại cho khách du lịch đã được Ban soạn thảo Pháp lệnh xuất nhập cảnh, cư trú đi lại cho người nước ngoài (bổ sung sửa đổi) đưa vào Pháp lệnh và Nghị định hướng dẫn. Thủ tướng Chính phủ đã giao Bộ Công an chủ trì xây dựng đề án cho khách quốc tế được mang phương tiện giao thông đường bộ vào Việt Nam du lịch. Xây dựng trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 07 về tăng cường giữ gìn trật tự trị an về vệ sinh môi trường tại các điểm tham quan du lịch và phối hợp tổ chức triển khai có hiệu quả. Bộ Văn hoá-Thông tin đã xây dựng và ban hành văn bản đề nghị các địa phương nghiêm cấm việc thu phí quay phim chụp ảnh tại các điểm du lịch. Tổng cục Thuế bước đầu thống nhất nghiên cứu đề án, xây dựng mô hình hoàn thuế VAT tại cửa khẩu cho khách quốc tế mang hàng mua ở Việt Nam ra. Hiện nay đã áp dụng việc gộp 3 tờ khai (Hải quan, Công an, Y tế) thành 1 tờ khai chung tại các cửa khẩu quốc tế. Giảm phí visa cho khách tàu biển từ 25 USD xuống còn 10 USD. Phần mềm cải tiến việc làm thủ tục cho khách du lịch tàu biển và chạy thử tại cửa khẩu đường biển Quảng Ninh, sau đó đã được chuẩn hoá và hoạt động tốt, được Bộ Tư lệnh Biên phòng đánh giá cao, có tác dụng thiết thực trong công tác chuyên môn, góp phần tạo điều kiện thuận lợi với khách và các doanh nghiệp làm du lịch. Thông tin về rà soát văn bản hiện hành về du lịch và liên quan đến du lịch đã cung cấp cho Bộ Tư pháp theo kế hoạch của Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế rà soát văn bản của Việt Nam trong tiến trình hội nhập.

Ba là, tô đậm hình ảnh điểm đến Việt Nam trên thị trường ngoài nước. Các hoạt động xúc tiến đa dạng, cả trong và ngoài nước đã góp phần tạo lập điểm đến Việt Nam hòa bình, ổn định và mến khách. Trên 4,5 triệu bản ấn phẩm quảng bá du lịch các loại được phát hành, trong đó, có 32 tấn được chuyển tới 29 cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài để cung cấp thông tin cho khách trước khi đi Việt Nam du lịch. Tổ chức và phối hợp tổ chức hàng chục sự kiện văn hoá-du lịch trong nước; hỗ trợ khôi phục gần 50 lễ hội truyền thống tiêu biểu và nâng cấp phục vụ mục đích du lịch. Tổ chức 29 đợt phát động, mở rộng thị trường và tham gia gần 50 hội chợ du lịch quốc tế tại các thị trường trọng điểm: Nhật Bản, Pháp, Anh, Đức, Úc, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc... Website www.vietnamtourism.com tiếp tục được nâng cấp và cải tiến, thu hút hàng triệu lượt người truy cập, tham khảo tìm hiểu thông tin về Du lịch Việt Nam trong một năm. Tại Hội nghị châu Á lần thứ 11 (Băng Cốc-Thái Lan, tháng 11/2003), Việt Nam được 500 nhà cung cấp dịch vụ lữ hành và khách sạn hàng đầu thế giới bình chọn là điểm đến ưa chuộng nhất châu Á.

Bốn là, cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch. Sản phẩm du lịch Việt Nam, từ chỗ chủ yếu được hình thành thụ động, dịch vụ thiếu chuyên nghiệp, thông qua hoạt động của Chương trình, đã được cải thiện rõ rệt cả về chất lượng và số lượng. 20 điểm du lịch đông khách được khảo sát và có kế hoạch đầu tư nâng cấp, góp phần tạo nét mới và tăng tính đa dạng của sản phẩm. Chương trình đã hỗ trợ kinh phí và phối hợp thiết lập được 5 tours du lịch liên hoàn trong nước và nâng cấp 2 tours liên quốc gia (Việt-Lào-Thái và dọc sông Mê Kông từ Việt Nam-Campuchia). Việc hỗ trợ khôi phục và tổ chức các lễ hội truyền thống, các sự kiện văn hóa-du lịch đã tạo điều kiện hình thành các tours chuyên đề tìm hiểu văn hóa-lịch sử truyền thống cộng đồng các dân tộc Việt Nam. Festival Huế 2 năm một lần,

Đêm Rằm Phố cổ Hội An, Hội đua ghe Ngo-Lễ cúng Trăng ở Sóc Trăng, Lễ hội Ka-tê ở Ninh Thuận,.... đã trở thành sản phẩm độc đáo thu hút du khách quốc tế và trong nước. Chương trình đã đầu tư xây dựng mới và nâng cấp 34 tours ở các địa phương trong cả nước, từ văn hóa- lịch sử, sinh thái, làng nghề, thể thao-mạo hiểm. Các doanh nghiệp lữ hành quốc tế, từ các tours cơ bản này, đã vận dụng xây dựng thành các chương trình đa dạng, phù hợp thị hiếu khách, tổ chức xúc tiến, quảng cáo rộng rãi trên thị trường ngoài nước và đưa vào khai thác. Việc định hướng và hỗ trợ các hoạt động văn nghệ văn hóa dân gian tại trên 40 điểm du lịch đông khách đã góp phần nâng cao tính đa dạng và chất lượng của sản phẩm, nhân rộng hoạt động này trên toàn quốc.

Trên 200 lớp bồi dưỡng, tập huấn về nghiệp vụ du lịch và ngoại ngữ cho hàng chục nghìn lượt lao động du lịch ở 47 địa phương được Chương trình hỗ trợ tổ chức đã góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và phục vụ. Việc tổ chức bình chọn và trao giải cho 10 doanh nghiệp lữ hành, 10 khách sạn hàng đầu của Ngành hàng năm, các hội thi chuyên ngành được tổ chức từ cấp địa phương, vùng đến toàn quốc là dịp cọ sát, thúc đẩy cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo khí thế thi đua trong toàn ngành, tăng sức cạnh tranh của Du lịch Việt Nam. Từ kết quả của Hội thi Hướng dẫn viên du lịch, Lễ tân và ẩm thực toàn quốc, nhiều địa phương đã lên kế hoạch tổ chức theo định kỳ.

Năm là kết quả về giải ngân và quản lý Chương trình. Tổng kinh phí của Chương trình của cả 2 giai đoạn 2000-2001 và 2002-2005 được Nhà nước cấp là 112,506 tỷ đồng (2000-2001: 27,506 tỷ đồng; 2002-2005: 85 tỷ đồng), bình quân 18,751 tỷ đồng/năm, tương đương 1,15 triệu USD/năm. Trong đó, kinh phí chuyển về hỗ trợ cho các hoạt động ở địa phương là 37,197 tỷ đồng (chiếm 34% tổng ngân sách Chương trình). Tỷ lệ giải ngân các năm đều đạt trên 90%. Việc sử dụng ngân sách đảm bảo đúng mục tiêu, mục đích, không để xảy ra thất thoát, lãng phí.

Năm mặt được nêu trên đồng thời là nguyên nhân cơ bản của mặt được thứ sáu là đã góp phần quan trọng vào kết quả kinh tế-xã hội của toàn Ngành, thể hiện cụ thể ở các điểm sau:

1. Chặn đà suy giảm do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính-tiền tệ khu vực, giảm thiểu thiệt hại do hậu quả nạn khủng bố, xung đột vũ trang trên thế giới, họa thiên tai và dịch SARS, dịch cúm gà ở trong ước, tạo đà cho Du lịch Việt Nam phát triển và khẳng định vị thế của ngành kinh tế mũi nhọn. Hoạt động của Chương trình đã góp phần khôi phục và duy trì tốc độ tăng trưởng chung của toàn ngành, tăng thị phần đối với các thị trường trọng điểm như Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Pháp, Đức, Thụy Điển, Australia. Ước tính, kết thúc năm 2005, Việt Nam sẽ đón được 3,4 triệu lượt khách quốc tế, xấp xỉ gấp đôi lượng khách quốc tế so với năm 1999. Tốc độ tăng trưởng bình quân về khách quốc tế trong giai đoạn 2000 đến 2004 đạt trên 10%. Đặc biệt, khách quốc tế đến nước ta trong giai đoạn này trải đều các tháng trong năm và cơ cấu khách có chuyển biến về chất. Khách từ các thị trường có sức chi trả cao đến Việt Nam năm 2004 so với năm 1999 tăng mạnh: khách Nhật tăng 235,4%, Hoa Kỳ 129,5%, Australia: 204%, Đức: 260,4%, Thụy Điển: 173,3%; khách Hàn Quốc và Tây Ban Nha tăng đột biến, đạt tới 537,7% và 295,3%.

Khách du lịch thuần túy có tỷ trọng ngày càng cao và chủ yếu đi bằng đường không. Theo kết quả điều tra chi tiêu của khách năm 2004, thời gian lưu lại bình quân của một lượt khách đi bằng đường hàng không và theo tour là 7,7 ngày và chi tiêu bình quân một lượt khách đạt 672,7 USD (87,4 USD/ngày); nếu khách tự sắp xếp chuyến đi là 18,2 ngày và chi tiêu bình quân một lượt là 1.341,30 USD (73,8 USD/ngày)[1]. Các số liệu này cho phép đánh giá chất lượng khách được cải thiện, góp phần tăng doanh thu. Khách du lịch nội địa năm 2004 cũng tăng 11,5% so với năm 2003, đạt trên 14,5 triệu lượt người và tăng trên 4 triệu lượt người so với năm 1999.

Khách tăng, nhất là khách từ thị trường xa, thị trường có sức chi trả cao đã góp phần tăng thu nhập du lịch, năm 2005 ước đạt trên 2 tỷ đô la Mỹ, gấp trên hai lần so với năm 1999.

2. *Thu hút vốn đầu tư phát triển du lịch:* Hoạt động của Chương trình đã kích thích và góp phần huy động các nguồn lực xã hội cho xúc tiến quảng bá, đào tạo nhân lực, cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm,.... Tổng kinh phí của Chương trình hỗ trợ cho Quảng Bình trong 5 năm qua triển khai các hoạt động du lịch tại địa phương là 970 triệu đồng và đã góp phần huy động các nguồn lực tại chỗ gấp gần 20 lần, lên tới 1.700 tỷ đồng, với 14 dự án[2] đầu tư xây dựng các tuyến, điểm du lịch tại Quảng Bình. Từ việc chỉ đạo, tham gia tư vấn ý tưởng, giúp đỡ về mặt nội dung, cách làm, chỉ với số vốn 350 triệu đồng hỗ trợ cho 3 tỉnh Yên Bái-Phú Thọ-Lào Cai để xây dựng và tổ chức chương trình du lịch "Hướng về cội nguồn" năm 2005, chính quyền 3 tỉnh này đã đầu tư 38 tỷ đồng để triển khai kế hoạch liên kết phát triển du lịch vùng, hưởng ứng Năm Du lịch Nghệ An. Tại một số địa phương vùng sâu, vùng xa, còn có nhiều khó khăn, tỷ lệ huy động nguồn tài lực cho phát triển du lịch trên địa bàn thấp hơn, nhưng cũng gấp 5-6 lần so với vốn hỗ trợ từ Chương trình (ở Đắc Lắc, tỷ lệ này là 16,8% vốn Chương trình, 44,8% ngân sách tỉnh, 38,4% là vốn đóng góp của các doanh nghiệp và huy động khác[3]).

3. *Thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, tạo thêm nhiều việc làm mới:* Sản phẩm thủ công mỹ nghệ được khách du lịch quan tâm và tiêu thụ nhiều hơn. Trước năm 2000, chi phí thuê phòng khách sạn trong một chuyến đi của khách quốc tế đến Việt Nam chiếm tỷ lệ 50-60% và tỷ lệ chi tiêu cho mua sắm của khách đạt thấp so với mặt bằng chung trong khu vực. Du lịch làng nghề được ưu tiên hỗ trợ phát triển, bước đầu tổ chức xúc tiến hiệu quả và thí điểm bình chọn, xếp loại các điểm bán hàng lưu niệm du lịch nhằm cải tiến mẫu mã, chất lượng, tỷ lệ chi tiêu cho mua sắm của khách đã được nâng lên 18,6% (thuê phòng còn 29,3% [4]). Hàng hóa thực phẩm phục vụ nhu cầu khách góp phần tăng thu ngoại tệ thông qua xuất khẩu tại chỗ, thúc đẩy nông nghiệp, ngư nghiệp và công nghiệp chế biến phát triển. Khách đông, tỷ trọng có sức chi trả cao tăng lên và chất lượng sản phẩm, dịch vụ được cải thiện là những yếu tố quan trọng nâng tỷ lệ giá trị gia tăng của sản phẩm du lịch và tạo thêm nhiều việc làm mới. Tại Ninh Bình, bình quân mỗi năm trong giai đoạn 2000-2005, thu hút thêm 200 lao động trực tiếp trong ngành du lịch; tại Khánh Hòa, tỷ lệ này là 312 lao động trực tiếp/năm[5]. Theo cách tính của WTO, 1 lao động du lịch trực tiếp sẽ có 9 lao động gián tiếp. Tính chung trong cả nước, Chương trình đã góp phần tạo thêm mỗi năm hàng ngàn chỗ làm việc mới và hàng vạn chỗ làm gián tiếp.

4. *Từng bước xã hội hóa phát triển du lịch, góp phần bảo vệ môi trường và thực hiện chính sách xóa đói giảm nghèo, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.* Hoạt động của Chương trình đã góp phần hình thành các chính sách, biện pháp khuyến khích phát triển du lịch phù hợp trên từng địa bàn, từng vùng. 20 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn hoặc quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế-xã hội địa phương. Hầu hết các địa phương đều có nghị quyết riêng hoặc lồng nội dung về phát triển du lịch. Từ đó, đã động viên và thu hút các lực lượng tại chỗ tham gia phát triển du lịch, bảo vệ môi trường. Ý thức về quyền lợi-trách nhiệm cộng đồng trong bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch được nâng lên rõ rệt. Việc xã hội hóa hoạt động du lịch ở Hội An chẳng những đem lại lợi ích kinh tế mà còn có nghĩa cho phát triển du lịch bền vững với một môi trường (tự nhiên, xã hội) thuận. Công tác tuyên truyền, quảng cáo, đào tạo, hoạt động kinh doanh,... được mở rộng chủ yếu bằng nguồn lực tại chỗ và vốn huy động. Kết quả đó đã tác động trở lại, thu hút ngày càng nhiều khách, tăng thu nhập, cải thiện đời sống dân cư địa phương và góp phần xóa đói, giảm nghèo, phát triển vùng sâu, vùng xa. Du lịch phát triển đã góp phần thay đổi cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tỷ trọng dịch vụ và đối với nhiều nơi (TP. HCM, Hà Nội, Quảng Ninh, Hội An, Huế, Sa Pa, Khánh Hòa...). Năm 2004, tỷ lệ du lịch-dịch vụ trong GDP của tỉnh Khánh Hòa là 36%, đặc biệt, tỷ lệ công nghiệp-dịch vụ của Thành phố Hồ Chí Minh lên tới 98%.

Chương trình Hành động quốc gia về Du lịch từ 2000 đến 2005 đã tạo ra sự đột phá, một bước nhảy vọt về chất, làm chuyển biến nhận thức và hành động của các cấp uỷ đảng, chính quyền địa phương và toàn xã hội, huy động nhiều nguồn lực cho sự nghiệp phát triển du lịch Việt Nam, tạo đà tăng trưởng cao cho thời gian tiếp theo, góp phần làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn đối với các đảng bộ địa phương, Đại hội Đảng toàn quốc trong việc tổng kết và xác định phương hướng, chủ trương, biện pháp phát triển du lịch, đưa du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Hoạt động du lịch khởi sắc đã tạo ra khả năng tiêu thụ tại chỗ cho hàng hoá và dịch vụ sản xuất trong nước, góp phần thúc đẩy các ngành sản xuất vật chất và dịch vụ phát triển, tăng tỷ trọng dịch vụ trong tổng thu nhập quốc dân; khôi phục nhiều nghề thủ công truyền thống; góp phần vào sự phát triển của Hàng không, Văn hoá-Thông tin và các ngành khác liên quan đến du lịch. Những hiệu quả trên lại tác động tích cực thúc đẩy toàn xã hội tham gia vào sự nghiệp phát triển du lịch, tạo nhiều việc làm mới, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế cả nước và từng địa phương, thực hiện chính sách xóa đói giảm nghèo, mở rộng giao lưu giữa các vùng, miền trong nước và quốc tế.

II. HẠN CHẾ, VƯỚNG MẮC VÀ NGUYÊN NHÂN CHỦ YẾU

1. *Việc tổ chức triển khai thực hiện Chương trình còn thiếu tính chủ động và thiếu sáng tạo trong xã hội hóa các nguồn lực (nhân, tài, vật lực) cho phát triển du lịch, còn bị bó hẹp trong phạm vi ngành Du lịch. Đầu tư cho xúc tiến quảng bá du lịch chưa được nhận thức đúng trong các cấp các ngành, còn lẫn với quảng cáo, nên chưa được chú ý quan tâm xây dựng cơ chế tạo nguồn kinh phí và phối hợp lực lượng trong các chiến dịch quảng bá về đất nước, con người và du lịch Việt Nam.* Thông qua sự điều phối của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch, hoạt động

phối hợp liên ngành trong thực hiện Chương trình tuy đã được cải thiện, nhưng các cấp, các ngành chưa thực sự coi việc triển khai Chương trình là một trong những trách nhiệm của mình; sự phối kết hợp chưa thật tốt, chưa đủ để đáp ứng đòi hỏi của hoạt động du lịch mang tính liên ngành, liên vùng và xã hội hoá cao. Hoạt động của Chương trình tuy đã bước đầu đã kích thích, lôi cuốn được các nguồn lực tham gia nhưng còn ở mức thấp, chưa đi vào nề nếp và còn có tư tưởng ỷ lại, trông chờ, cho đó là trách nhiệm của riêng ngành Du lịch.

2. Tổ chức bộ máy còn có những bất cập, lực lượng trực tiếp triển khai Chương trình mỏng, hoạt động kiêm nhiệm nên việc triển khai còn bị động, thiếu tính chuyên nghiệp và hiệu quả chưa cao. Chương trình có khối lượng công việc lớn, trải rộng trên phạm vi toàn quốc và cả ở nước ngoài. Trong khi đó, lực lượng điều phối và trực tiếp tổ chức triển khai Chương trình ở Tổng cục Du lịch hoạt động kiêm nhiệm. ở các địa phương, bộ phận chuyên trách xúc tiến vừa yếu lại vừa thiếu, chưa đáp ứng được yêu cầu nhiệm vụ mới trong thời kỳ hội nhập và cạnh tranh gay gắt hiện nay. Công tác đào tạo bồi dưỡng về nghiệp vụ xúc tiến quảng bá tuy đã có nhiều cố gắng song vì nhu cầu lớn, trong một thời gian ngắn chưa kịp chuẩn bị đồng bộ về cơ sở vật chất kỹ thuật, về chương trình và đội ngũ giáo viên, nên chưa đáp ứng được yêu cầu đào tạo mới và đào tạo lại cho lực lượng làm công tác xúc tiến, quảng bá trong Ngành. Một số hoạt động xúc tiến ở nước ngoài, nhất là việc tham các hội chợ du lịch quốc tế, tổ chức các chương trình giới thiệu điểm đến còn mang nặng hình thức, theo lối mòn, đơn điệu, thiếu tính chuyên nghiệp và hiệu quả chưa cao.

3. Các hoạt động xúc tiến du lịch ở nước ngoài của Chương trình trong những qua đã góp phần khắc họa và tô đậm điểm đến Việt Nam an toàn, thân thiện và hấp dẫn. Tuy nhiên, các hoạt động này chưa được tiến hành một cách sâu rộng, thường xuyên và hiệu quả tới các đối tượng khách sở tại do Tổng cục Du lịch chưa có Văn phòng đại diện ở nước ngoài. Hình ảnh Việt Nam được cải thiện rõ nét trên trường quốc tế, nhưng thông tin cụ thể cho chuyến đi du lịch Việt Nam của đại bộ phận các đối tượng khách nước ngoài còn rất thiếu. Các thông tin về Du lịch Việt Nam cung cấp qua các chiến dịch xúc tiến tại chỗ, qua báo chí mới đáp ứng được một phần rất nhỏ đối với công chúng và chưa thường xuyên, không đầy đủ. Kinh nghiệm các nước có du lịch phát triển trong khu vực cho thấy, văn phòng đại diện du lịch quốc gia ở nước ngoài sẽ khắc phục được vướng mắc trên thông qua các hoạt động tại chỗ, có kế hoạch, thường xuyên. Đối với Việt Nam, việc có văn phòng đại diện du lịch ở nước ngoài còn tạo điều kiện tiếp cận công nghệ mới, học hỏi kinh nghiệm phát triển du lịch và huy động các nguồn lực tổng hợp từ lực lượng Việt kiều cho hoạt động xúc tiến, quảng bá.

4. Cơ chế giải ngân Chương trình còn có những vướng mắc, chưa có chính sách ưu tiên huy động nguồn lực, nhất là nội lực, để phát triển du lịch. Việc tổ chức chọn thầu, đấu thầu sản xuất các ấn phẩm quảng bá, đồ lưu niệm còn lúng túng, tiến độ chậm so với kế hoạch. Việc thuê tư vấn nước ngoài trong xúc tiến quảng bá, mặc dù đã được Thủ tướng Chính phủ có ý kiến chỉ đạo tại công văn 1653/CP-KTTH, ngày 04/11/2004, song chậm triển khai áp dụng. Một số sở quản lý du lịch lúng túng, chưa làm tốt công tác tham mưu, đề xuất đối với lãnh đạo đảng và chính

quyền địa phương trong phát triển du lịch nói chung và trong phối hợp, lồng ghép với các hoạt động của Chương trình tại địa phương.

5. Vai trò chỉ đạo, tư vấn về ý tưởng, hướng dẫn nội dung, chuyên môn, kỹ thuật và tổ chức triển khai của Tổng cục Du lịch chưa thật sự chủ động, sâu sát và thường xuyên, nhất là đối với các địa phương vùng sâu, vùng xa, còn nhiều khó khăn trong phát triển du lịch. Xuất phát từ tính liên vùng, liên ngành của du lịch, Chương trình đã hỗ trợ kinh phí để triển khai các hoạt động tại 64 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Tuy nhiên, nhiều địa phương có xu hướng trông chờ, ỷ lại kinh phí hỗ trợ từ Chương trình và, trước một số trường hợp đã rồi, kế hoạch chung bị động điều chỉnh. Đối với một số trung tâm du lịch lớn và các tỉnh, thành phố có kinh nghiệm trong việc lập đề án, thuyết trình rõ việc lồng ghép hỗ trợ của Chương trình với các nguồn lực tại chỗ thường được hỗ trợ nhiều hơn. Trong khi đó, một số tỉnh khó khăn, ít có điều kiện phát triển du lịch thì chưa được Chương trình thật sự quan tâm và hướng dẫn đầy đủ, đã cố gắng tìm cách để làm. Từ đó, xuất hiện tình trạng một số hoạt động lễ hội, sự kiện du lịch rập khuôn, nặng về phô trương, sân khấu hóa, kém hiệu quả du lịch.

III. NHỮNG BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Hơn 5 năm triển khai thực hiện Chương trình đã để lại những bài học quý báu, nổi lên là một số điểm chủ yếu sau đây:

Một là, trong bối cảnh hết sức khó khăn của ngành Du lịch những năm vừa qua, được sự quan tâm của Chính phủ, Chương trình đã được phê duyệt và triển khai kịp thời là một tháo gỡ tâm vĩ mô, tạo cơ hội cho ngành Du lịch vượt qua khủng hoảng. Kinh tế Việt Nam có điểm xuất phát thấp, ngành Du lịch đang ở giai đoạn đầu của sự phát triển. Kinh nghiệm cho thấy, các ngành dịch vụ, nhất là Du lịch, Hàng không thường chịu tác động mạnh của những biến động không thuận do tình hình thế giới và trong nước đem lại. Sau khủng hoảng tài chính-tiền tệ khu vực, nạn khủng bố, sóng thần, SARS, cúm gà,... rất nhiều quốc gia khu vực tập trung phát triển du lịch, dùng du lịch làm cứu cánh vực dậy nền kinh tế. Trung Quốc đẩy mạnh phát triển du lịch, phấn đấu đứng vào vị trí hàng đầu du lịch thế giới trước 2010. Các nước này có chính sách phát triển du lịch hấp dẫn hơn, tạo cạnh tranh lớn hơn cho du lịch nước ta. Trong điều kiện ấy, sự quan của Đảng và Chính phủ đối với Du lịch đã tạo điều kiện cho Ngành vượt qua khủng hoảng, tiếp tục phát triển, rút ngắn khoảng cách tụt hậu so với các nước có du lịch phát triển trong khu vực.

Hai là, bài học về phát huy vai trò chủ đạo, tính năng động trong điều phối hoạt động Chương trình của ngành Du lịch. Bộ máy điều phối, tổ chức triển khai Chương trình hoạt động kiêm nhiệm, không phát sinh đầu mối tổ chức bộ máy riêng mà gắn với nhiệm vụ của Ngành. Dưới sự chỉ đạo của Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch, Ban Chủ nhiệm Chương trình đã nêu cao trách nhiệm, tính chủ động và năng động trong huy động lực lượng phối hợp, đảm bảo tiến độ, nội dung hoạt động của Chương trình, hoàn thành và hoàn thành vượt mức các mục tiêu đề ra. Lực lượng báo chí trong nước tham gia tích cực tuyên truyền, quảng bá nâng cao nhận thức về du lịch. Chính quyền các cấp đã quan tâm hơn, có chương trình, kế hoạch cụ thể lồng ghép với hoạt động Chương trình. Các chiến dịch xúc tiến ngoài nước đã thu

hút được sự tham gia hưởng ứng của các địa phương, các bộ ngành liên quan như Ngoại giao, Hàng không, Văn hóa-Thông tin, Thương mại,... và của các doanh nghiệp du lịch (lữ hành, khách sạn, vận chuyển,...)

Ba là, phải chú trọng tuyên truyền quảng bá, xúc tiến du lịch và không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch, tăng khả năng cạnh tranh. Xúc tiến quảng bá là tiền đề quan trọng cho phát triển du lịch, cần được tiến hành một cách khoa học, chuyên nghiệp, sâu rộng và thường xuyên. Muốn tăng cường thu hút khách du lịch, với số lượng nhiều, thời gian lưu trú lâu và mức chi tiêu cao, một mặt phải nghiên cứu thị trường tỷ mỹ, hệ thống, làm cơ sở xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, chất lượng cao, đa dạng, giá cả phù hợp khả năng thanh toán của khách. Mặt khác, vấn đề quan trọng là phải tuyên truyền quảng bá ở tầm vĩ mô và quảng cáo ở tầm doanh nghiệp thật sâu, rộng ở trong và ngoài nước dưới nhiều hình thức, thành những chiến dịch, quy mô lớn, tập trung vào những thị trường trọng điểm để phát động, củng cố và mở rộng thị trường. Bên cạnh huy động nguồn lực trong nước, cần chú trọng hợp tác, hội nhập quốc tế đa dạng, đa phương để tranh thủ sự hỗ trợ quốc tế, khai thác khách, nguồn vốn, kinh nghiệm, công nghệ cho sự phát triển và gắn với thị trường khu vực và thế giới.

Bốn là sự phối hợp liên ngành, địa phương chặt chẽ và đồng bộ: Hoạt động của Chương trình đòi hỏi và chỉ có thể đem lại hiệu quả cao nhất khi có sự phối hợp liên ngành, địa phương chặt chẽ và đồng bộ. Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch đã chỉ đạo và tổ chức điều phối có hiệu quả các hoạt động liên quan Chương trình, tháo gỡ kịp thời khó khăn vướng mắc liên ngành, nhất là trong việc đơn giản hóa thủ tục xuất nhập cảnh, tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch quốc tế vào Việt Nam.

Năm là xã hội hoá hoạt động du lịch, phát triển du lịch bền vững. Chương trình đã bước đầu đã huy động được nguồn lực tổng hợp, từ ngân sách địa phương và vốn, công sức của nhân dân, các tổ chức xã hội, các thành phần kinh tế trong và ngoài nước để triển khai các hoạt động; nâng cao một bước vai trò và trách nhiệm của các cơ quan Nhà nước, các cấp chính quyền và nhân dân trong sự nghiệp phát triển du lịch. Đó chính là một trong các cơ sở quan trọng cho phát triển du lịch bền vững và là một bài học kinh nghiệm cần phát huy.

PHẦN 3 KIẾN NGHỊ

Trên cơ sở đánh giá chung, phân tích những mặt được và chưa được, rút ra nguyên nhân và bài học kinh nghiệm, nhằm kế thừa và phát huy kết quả của Chương trình đã đạt được, tiếp tục triển khai Nghị quyết Đại hội Đảng IX trong lĩnh vực Du lịch, chuẩn bị tiền đề, điều kiện thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ X, Tổng cục Du lịch xin kiến nghị với Thủ tướng Chính phủ như sau:

1. Đề nghị Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình Hành động quốc gia về Du lịch giai đoạn 2006-2010 (Tờ trình và đề án kính gửi kèm)

2. Đề nghị Thủ tướng Chính phủ cho phép mở Văn phòng đại diện của Tổng cục Du lịch ở nước ngoài, trước mắt là tại Pháp, Nhật Bản và từ năm 2007 đến 2010 là Hoa Kỳ, Trung Quốc, Đức, Singapore và Australia.

3. Đề nghị Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, cho phép Tổng cục Du lịch áp dụng cơ chế đặc thù và ban hành Quy chế thuê tổ chức, cá nhân nước ngoài thực hiện xúc tiến quảng bá du lịch./.

TỔNG CỤC DU LỊCH

[1] TCDL: Kết quả điều tra chi tiêu của khách quốc tế tại Việt Nam năm 2004, trang 10.

[2] Trích Báo cáo của Ban Chỉ đạo phát triển du lịch Quảng Bình, số 187/BCDDL, 18/3/2005, trang 7.

[3] Báo cáo của Sở TM-DL Đắk Lắk, số 17/BC-TMDL, ngày 18/3/2005, trang 2.

[4] TCDL: Kết quả điều tra chi tiêu của khách quốc tế tại Việt Nam năm 2004, trang 23.

[5] Báo cáo tổng kết CT HĐQG về DL số 40/BCDDL, ngày 03/3/05 và số 23/BC-DLTM, ngày 15/3/05 của Sở DL Ninh Bình và Sở DL-TM Khánh Hòa.