

Du lịch Việt Nam trước yêu cầu phát triển và hội nhập khu vực và quốc tế

6/1/2014

TÁC GIẢ : NGUYỄN VĂN TUẤN, TỔNG CỤC TRƯỞNG TỔNG CỤC DU LỊCH



Trong bối cảnh nền kinh tế Thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng vẫn đang trong quá trình khắc phục suy thoái, tái cấu trúc và từng bước tìm kiếm động lực tăng trưởng mới, mặc dù phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức nhưng ngành Du lịch Việt Nam đã nhanh chóng phục hồi và tăng trưởng khá. Kết thúc năm 2013, cả nước đón 7,57 triệu lượt khách quốc tế, tăng 10,6%; 35 triệu lượt khách nội địa; tổng thu trực tiếp từ khách du lịch đạt 200 ngàn tỷ đồng. Như vậy, chỉ 4 năm sau khi bị suy giảm vào năm 2009, lượng khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng gấp 2 lần; tổng thu du lịch tăng 2,3 lần và đã hoàn thành mục tiêu 2015 của Chiến lược trước 2 năm. Có thể khẳng định, giai đoạn vừa qua, ngành Du lịch đã trải qua một bước dài tăng trưởng với sự mở rộng quy mô, lớn mạnh tiềm lực về cơ sở vật chất kỹ thuật dịch vụ du lịch; hệ thống hạ tầng gắn với quy hoạch và đầu tư phát triển các khu, tuyến, điểm, đô thị du lịch trên 7 vùng du lịch của cả nước; hệ thống doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực lữ hành, lưu trú, vận chuyển, giải trí...với chuỗi các sản phẩm du lịch đa dạng hướng tới nhiều thị trường mới, đồng thời với lực lượng lao động trực tiếp và gián tiếp được tăng cường cả về số lượng và trình độ chuyên nghiệp... Những thành tựu đó đã đánh dấu mốc quan trọng trong lịch sử phát triển ngành Du lịch trước thềm hội nhập và phát triển của thời kỳ mới.

Tuy nhiên, nhìn nhận một cách khách quan có thể thấy thực trạng phát triển du lịch Việt Nam những năm qua vẫn còn nhiều hạn chế và chưa phát huy đúng với tiềm năng và nguồn lực vốn có, chưa thể hiện được đẳng cấp chất lượng, hiệu quả, tính bền vững, thương hiệu và sức cạnh tranh. Trước yêu cầu phát triển và hội nhập, ngành Du lịch đối diện với những cơ hội và những thách thức:

Về cơ hội:

Trước hết là cơ hội gia tăng tiếp cận nguồn khách quốc tế khi Việt Nam hội nhập sâu và toàn diện với khu vực và thế giới. Hợp tác trong khối ASEAN ngày càng tăng cường về

chiều sâu. Việt Nam đang trở thành điểm đến, thị trường mới nổi với những lợi thế nhất định trong hợp tác song phương và đa phương. Các dòng khách du lịch đang có xu hướng dịch chuyển mạnh tới khu vực Châu Á-Thái Bình Dương trong đó Việt Nam ngày càng được thế giới biết đến với những giá trị về bản sắc văn hóa và cảnh quan sinh thái đặc sắc của đất nước và con người Việt Nam và được ví như “ngôi sao” đang lên. Đây là cơ hội vàng khi Châu Á-Thái Bình Dương nói chung và ASEAN nói riêng đang trở thành khu vực năng động nhất toàn cầu, có sức hấp dẫn du lịch mạnh mẽ. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), 9 tháng đầu năm 2013, Châu Á-Thái Bình Dương tăng trưởng 6% và Đông Nam Á tăng trưởng 12% trên mức trung bình toàn cầu 5%. Xu hướng này mang đến những dòng khách quốc tế tìm đến Việt Nam là một điểm đến cần khám phá với những giá trị và trải nghiệm mới. Đặc biệt, Việt Nam ở rất gần với thị trường khổng lồ Trung Quốc và các nước Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc) với trên 1,5 tỷ người tiêu dùng du lịch có thu nhập cao và đang tăng mạnh. Cơ hội thu hút một phần thị trường khách du lịch đến từ các quốc gia này mở ra cho du lịch Việt Nam một chân trời rộng lớn.

Tình hình chính trị xã hội của Việt Nam ổn định; kinh tế tiếp tục tăng trưởng dù tốc độ có chậm lại, đất nước hội nhập với khu vực và thế giới ngày càng sâu và toàn diện với chính sách ngoại giao rộng mở, đa dạng hóa, đa phương hóa, Việt Nam là bạn và đối tác tin cậy của các nước; vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế được cải thiện, tiếp tục nhận được sự hợp tác, hỗ trợ tích cực của cộng đồng quốc tế, đặc biệt là hợp tác trong khối ASEAN hướng tới cộng đồng ASEAN vào năm 2015, hợp tác GMS, ACMECS, APEC, TPP... là những điều kiện thuận lợi mở đường cho du lịch phát triển. Quan hệ ngoại giao tích cực của Việt Nam với thế giới đang mở ra cơ hội thu hút đầu tư vốn và công nghệ vào Việt Nam nói chung và đầu tư du lịch nói riêng. Các nền kinh tế lớn, các tổ chức quốc tế đang tích cực hỗ trợ Việt Nam trong quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường, trong đó dòng đầu tư FDI và ODA cho phát triển du lịch ngày một tăng cùng với quá trình tiếp cận thị trường, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và tiếp nhận chuyển giao công nghệ.

Đồng thời, kinh tế trong nước phát triển, thu nhập và đời sống của đại bộ phận tầng lớp trung lưu trở lên ở nước ta ngày càng gia tăng tạo ra động lực kích cầu du lịch mạnh mẽ. Số lượng khách du lịch nội địa đông đảo với trên 35 triệu lượt (2013) đã trở thành động lực tạo cơ hội cho ngành Du lịch mở rộng quy mô và thúc đẩy tăng trưởng các lĩnh vực dịch vụ về mọi phương diện và loại hình du lịch đa dạng.

Xu hướng phát triển của nền kinh tế tri thức, khoa học công nghệ được ứng dụng ngày càng có hiệu quả và có sức lan tỏa vô cùng nhanh và rộng. Kinh nghiệm quản lý tiên tiến, công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao làm thay đổi căn bản phương thức quan hệ kinh tế, đặc biệt công nghệ thông tin truyền thông được ứng dụng mạnh trong hoạt động du lịch. Việt Nam có cơ hội đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng khi bắt kịp xu hướng và nhanh chóng tiếp thu công nghệ mới ứng dụng trong phát triển du lịch.

Du lịch đã là một xu hướng phổ biến trên toàn cầu, du lịch quốc tế liên tục tăng trưởng; du lịch nội địa chiếm tỷ trọng lớn; du lịch khoảng cách xa có xu hướng tăng nhanh. Du lịch trở thành một trong những ngành kinh tế dịch vụ phát triển nhanh nhất và lớn nhất trên bình diện toàn cầu, góp phần vào sự phát triển và thịnh vượng của các quốc gia, đặc biệt là

các nước đang phát triển, vùng sâu, vùng xa coi phát triển du lịch là công cụ xoá đói, giảm nghèo và tăng trưởng kinh tế. Đây là cơ hội to lớn có tính xu thế và thời đại mà Việt Nam có thể tận dụng để phát triển các loại hình du lịch mới, đa dạng tận dụng lợi thế về tài nguyên du lịch để nhanh chóng đạt mục tiêu phát triển, đặc biệt xu hướng du lịch cộng đồng đang nổi lên là cơ hội thúc đẩy phát triển kinh tế cho các vùng nghèo và quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

Về thách thức:

Thị trường thế giới biến động khó lường; hậu quả của khủng hoảng kinh tế toàn cầu tác động mạnh tới quy mô, tính chất của thị trường gửi khách đến Việt Nam. Năng lực cạnh tranh của ngành Du lịch còn non yếu, chất lượng, hiệu quả thấp, thiếu bền vững trong khi môi trường cạnh tranh giữa các quốc gia, khu vực và giữa các ngành, các vùng, sản phẩm ngày càng gay gắt khi hội nhập sâu và toàn diện vào khu vực và toàn cầu.

Nhận thức, kiến thức quản lý và phát triển du lịch chưa đáp ứng yêu cầu; Cơ chế, chính sách quản lý còn bất cập chưa giải phóng mạnh năng lực kinh doanh; vai trò và năng lực của khối tư nhân, hội nghề nghiệp chưa được phát huy đúng mức; hệ thống văn bản quy phạm pháp luật chưa thống nhất và phát huy hiệu lực, hiệu quả toàn diện vẫn là những khó khăn đối với phát triển du lịch theo hướng hiện đại, trình độ cao.

Du lịch tăng trưởng gia tăng sức ép lên môi trường; quy hoạch phát triển du lịch bị tác động mạnh bởi xung đột về lợi ích và thiếu tầm nhìn trong đầu tư phát triển dẫn tới không gian du lịch bị phá vỡ; tài nguyên có nguy cơ bị tàn phá, suy thoái nhanh và môi trường du lịch bị xâm hại là những thách thức đối với phát triển bền vững. Kết cấu hạ tầng yếu kém, thiếu đồng bộ làm cho khả năng tiếp cận điểm đến du lịch gặp nhiều khó khăn, nhất là đối với các vùng núi cao, vùng sâu vùng xa. Sản phẩm, dịch vụ du lịch chưa thật sự đặc sắc, còn trùng lặp và thiếu quy chuẩn; chất lượng chưa đáp ứng dẫn tới sức cạnh tranh yếu, kém hấp dẫn; xúc tiến quảng bá thiếu chuyên nghiệp và hiệu quả, đầu tư ít và manh mún, thiếu nhân lực chuyên nghiệp; thiếu đội ngũ chuyên gia đầu ngành, quản lý tinh thông và lao động trình độ cao; tính thời vụ, thời tiết khắc nghiệt, đặc biệt ở miền Bắc và miền Bắc Trung bộ; tác động của biến đổi khí hậu; mức sống trong dân cư phần đông còn thấp, nếp sống văn minh, ý thức pháp luật không nghiêm và các vấn đề xã hội khác như an toàn giao thông, vệ sinh an toàn thực phẩm, chèo kéo, ép giá... Đây là những khó khăn thách thức vô cùng lớn để đạt tới trình độ phát triển chuyên nghiệp với chất lượng, hiệu quả, giá trị gia tăng, thương hiệu và sức cạnh tranh quốc gia.

Mặt khác du lịch Việt Nam sẽ chịu tác động mạnh mẽ của những bất ổn chính trị, xung đột, khủng bố, dịch bệnh, thiên tai, khủng hoảng kinh tế, tài chính tại ở các nước đối tác, các thị trường truyền thống. Khi đã là thành viên của WTO, những tác động tiêu cực này sẽ diễn ra mạnh mẽ hơn, khó lường hơn trong khi năng lực thích ứng và ứng phó với những biến động trên thị trường của Việt Nam còn hạn chế. Đây là thách thức bao trùm trong quá trình hội nhập du lịch toàn cầu, ứng phó với khủng hoảng kinh tế, chính trị trên bình diện quốc tế. Sức ép cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt khi du lịch Việt Nam vẫn là ngành kinh tế còn non trẻ và còn nhiều điểm yếu. Cạnh tranh giữa các điểm đến trong khu vực

đang trở lên quyết liệt hơn với quy mô và tính chất mới do có yếu tố công nghệ mới và toàn cầu hóa, bao gồm cạnh tranh cả về dòng vốn đầu tư và thu hút khách, cả về chất lượng và hiệu quả kinh doanh và xây dựng hình ảnh, thương hiệu quốc gia, đòi hỏi phải tập trung nguồn lực để đầu tư nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm du lịch.

Biến đổi khí hậu đang có tác động mạnh mẽ hơn so với dự báo. Du lịch biển đảo sẽ đứng trước thách thức vô cùng lớn và khó lường trước ảnh hưởng của triều cường, mực nước biển dâng ở các vùng duyên hải, vùng châu thổ sông Hồng và sông Cửu Long. Những dị thường của khí hậu tác động trực tiếp gây khó khăn, trở ngại tới hoạt động du lịch. Trên bình diện thế giới, Việt Nam được xác định là một trong các quốc gia chịu tác động mạnh nhất của biến đổi khí hậu bởi mực nước biển dâng.

Nhu cầu du lịch thế giới đang thay đổi, hướng tới những giá trị mới được thiết lập trên cơ sở giá trị văn hoá truyền thống (tính độc đáo, nguyên bản), giá trị tự nhiên (tính nguyên sơ, hoang dã), giá trị sáng tạo và công nghệ cao (tính hiện đại, tiện nghi). Du lịch bền vững, du lịch xanh, du lịch có trách nhiệm, du lịch cộng đồng gắn với xoá đói giảm nghèo, du lịch hướng về cội nguồn, hướng về thiên nhiên là những xu hướng nổi trội. Chất lượng môi trường trở thành yếu tố quan trọng cấu thành giá trị thụ hưởng du lịch. Đây là thách thức vô cùng lớn về quan điểm, nhận thức và chuyên môn kỹ thuật, nếu không nắm bắt kịp xu hướng này sẽ đứng trước nguy cơ tụt hậu, mất thị phần và hiệu quả thấp.

Nắm bắt xu thế phát triển và hội nhập, tranh thủ những cơ hội và phát huy các nguồn lực, bài học rút ra để xác định bước đột phá căn bản cho giai đoạn tới là: **thứ nhất**, lấy hiệu quả về kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường là mục tiêu tổng thể của phát triển; **thứ hai**, lấy chất lượng và thương hiệu là yếu tố quyết định; **thứ ba**, doanh nghiệp là động lực đòn bẩy cho phát triển và **thứ tư**, phân cấp mạnh và liên kết về quản lý là phương châm.

Quan điểm trọng tâm có tính đột phá trong Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đó là: *Chuyển từ phát triển trên diện rộng sang phát triển theo chiều sâu; phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, trọng điểm; đảm bảo chất lượng và hiệu quả, khẳng định thương hiệu và khả năng cạnh tranh*. Đây là quan điểm định hướng cho sự phát triển của du lịch Việt Nam trong giai đoạn tới, trên cả bình diện quốc gia và từng vùng, từng địa phương.

Về mục tiêu phát triển đến năm 2020, đưa du lịch cơ bản trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hoá dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và thế giới. Phấn đấu đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển. Với tốc độ tăng trưởng trung bình cả thời kỳ 2011-2020 đạt 11,5-12%/năm; đến năm 2020 sẽ đón 10-10,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 47-48 triệu lượt khách du lịch nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 18-19 tỷ USD, đóng góp 6,5-7% GDP cả nước; có tổng số 580.000 buồng lưu trú với 35-40% đạt chuẩn từ 3 đến 5 sao; tạo ra 3 triệu việc làm trong đó có 870.000 lao động trực tiếp du lịch. Năm 2030: tổng thu từ khách du lịch tăng gấp 2 lần năm 2020.

Để thực hiện quan điểm và mục tiêu trên, 7 nhóm giải pháp chủ yếu được xác định là:

1) Phát triển sản phẩm du lịch gắn với không gian 7 vùng du lịch đặc trưng: Vùng Miền núi và trung du Bắc Bộ; Vùng Đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc; Vùng Bắc Trung Bộ; Vùng Duyên hải Nam Trung Bộ; Vùng Tây Nguyên; Vùng Đông Nam Bộ và Vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch chất lượng, đặc sắc, đa dạng và đồng bộ, có giá trị gia tăng cao, đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách du lịch nội địa và quốc tế; phát triển sản phẩm du lịch “xanh”, tôn trọng yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương. Quy hoạch, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch; tập trung ưu tiên phát triển sản phẩm du lịch biển, đảo, du lịch văn hóa và du lịch sinh thái; từng bước hình thành hệ thống khu, tuyến, điểm du lịch quốc gia; khu, tuyến, điểm du lịch địa phương và đô thị du lịch.

2) Phát triển hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch: Quy hoạch, đầu tư phát triển hệ thống hạ tầng giao thông, thông tin, truyền thông, năng lượng, cấp thoát nước, môi trường và các lĩnh vực liên quan đảm bảo đồng bộ để phục vụ yêu cầu phát triển du lịch. Đầu tư nâng cấp phát triển hệ thống hạ tầng xã hội về văn hóa, y tế, giáo dục như hệ thống bảo tàng, nhà hát, cơ sở khám chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe và cơ sở giáo dục, đào tạo đủ điều kiện, tiện nghi tham gia phục vụ khách du lịch; Phát triển đồng bộ, đảm bảo chất lượng, hiện đại, tiện nghi hệ thống khu, điểm du lịch, cơ sở lưu trú, ăn uống, giải trí, đi lại tham quan... đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

3) Đào tạo và phát triển nhân lực du lịch đảm bảo chất lượng, số lượng, cân đối về cơ cấu ngành nghề và trình độ đào tạo đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch và hội nhập quốc tế. Phát triển mạng lưới cơ sở đào tạo về du lịch mạnh với cơ sở vật chất kỹ thuật, thiết bị giảng dạy đồng bộ, hiện đại; chuẩn hóa chất lượng giảng viên và chương trình đào tạo. Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển nhân lực du lịch phù hợp với nhu cầu phát triển du lịch từng thời kỳ, từng vùng, miền trong cả nước; từng bước thực hiện chuẩn hóa nhân lực du lịch hợp chuẩn với khu vực và quốc tế, đặc biệt chú trọng nhân lực quản lý và lao động có tay nghề cao; đa dạng hóa phương thức đào tạo; khuyến khích đào tạo tại chỗ, tự đào tạo theo nhu cầu.

4) Phát triển thị trường, xúc tiến quảng bá và thương hiệu du lịch:

Tập trung thu hút có lựa chọn các phân đoạn thị trường khách du lịch có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày; Phát triển mạnh thị trường du lịch nội địa, chú trọng phân đoạn khách nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, nghỉ cuối tuần và mua sắm; Đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế đến từ Đông Bắc Á (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc), Đông Nam Á và Thái Bình Dương (Sing-ga-po, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a, Thái Lan, Úc); Tây Âu (Pháp, Đức, Anh, Hà Lan); Bắc Âu; Bắc Mỹ (Mỹ, Ca-na-đa) và Đông Âu (Nga, Ukraina); mở rộng thu hút khách du lịch đến từ các thị trường mới: Trung Đông, Ấn Độ...

Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch theo hướng chuyên nghiệp, nhằm vào thị trường mục tiêu, lấy sản phẩm du lịch và thương hiệu du lịch là trọng tâm; quảng bá du lịch gắn

với quảng bá hình ảnh quốc gia, phù hợp với các mục tiêu đã xác định; gắn xúc tiến du lịch với xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và ngoại giao, văn hóa.

Tập trung phát triển thương hiệu du lịch quốc gia trên cơ sở thương hiệu du lịch vùng, địa phương, doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm; chú trọng phát triển những thương hiệu có vị thế cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế. Tăng cường sự phối hợp giữa các ngành, các cấp và địa phương để đảm bảo hiệu ứng thống nhất.

5) Đầu tư và chính sách phát triển du lịch: Nhà nước có chính sách ưu tiên hỗ trợ đầu tư vào hạ tầng du lịch, đào tạo nhân lực và xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch; có chính sách liên kết, huy động nguồn lực để tập trung đầu tư nâng cao năng lực và chất lượng cung ứng dịch vụ du lịch, hình thành một số trung tâm du lịch có tầm cỡ khu vực và quốc tế. Ưu tiên tập trung đầu tư phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia, đô thị du lịch. Thực hiện chính sách phát triển bền vững; ưu đãi đối với du lịch sinh thái, du lịch “xanh”, du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm; khuyến khích xã hội hóa, thu hút nguồn lực trong và ngoài nước đầu tư phát triển du lịch.

6) Hợp tác quốc tế về du lịch: Tích cực triển khai hiệu quả các chương trình hợp tác song phương và đa phương, gắn với thị trường trọng điểm của du lịch Việt Nam; Mở rộng các quan hệ, tranh thủ sự hỗ trợ của các nước, các tổ chức quốc tế góp phần đẩy nhanh sự phát triển và hội nhập của du lịch Việt Nam, nâng cao hình ảnh và vị thế du lịch Việt Nam trên trường quốc tế.

7) Quản lý Nhà nước về du lịch: Hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho phát triển du lịch. Tăng cường năng lực quản lý nhà nước về du lịch; đẩy mạnh liên kết hợp tác liên ngành, liên vùng; thực hiện tốt công tác hoạch định chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch đảm bảo chất lượng và tính khả thi cao; thống kê, theo dõi, quản lý luồng khách và chỉ tiêu đối với du lịch ra nước ngoài trong mối tương quan với việc không ngừng nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hoạt động du lịch trong nước. Đẩy mạnh áp dụng hệ thống tiêu chuẩn ngành; tăng cường kiểm tra, giám sát nhằm kiểm soát, duy trì chất lượng dịch vụ; hình thành hệ thống kiểm định, đánh giá và quản lý chất lượng, qua đó tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh trong ngành du lịch. Tăng cường phân cấp trong quản lý, đảm bảo vai trò quản lý vĩ mô của Nhà nước, đồng thời tạo sự chủ động của doanh nghiệp và sự tham gia tích cực của cộng đồng dân cư. Nâng cao vai trò và trách nhiệm của chính quyền địa phương trong việc bảo đảm môi trường, văn minh du lịch, an ninh, trật tự, an toàn xã hội tại các khu, điểm du lịch. Tiếp tục đổi mới doanh nghiệp nhà nước; khuyến khích doanh nghiệp có tiềm lực và thương hiệu mạnh; chú trọng phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là hộ gia đình gắn với phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn ở vùng sâu, vùng xa. Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học, công nghệ; nâng cao nhận thức về du lịch, đồng thời đề cao trách nhiệm xã hội và môi trường trong mọi hoạt động du lịch.

Nguyễn Văn Tuấn - Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch