**XÚC TIẾN DU LỊCH TỪ CHÍNH SÁCH ĐƠN GIẢN HÓA THỦ TỤC THỊ THỰC**

***Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam***

1. **Hiện trạng chính sách thị thực tạo thuận lợi cho phát triển du lịch**

*1.1. Chính sách miễn thị thực song phương*

Việt Nam áp dụng chính sách miễn thị thực song phương cho 15 nước với các thời hạn tạm trú khác nhau gồm: Brunei, Myanmar (14 ngày); Philippines (21 ngày); Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Singapore, Thái Lan, Kazakhstan, [Kyrgyzstan](https://en.wikipedia.org/wiki/Kyrgyzstan), Mông Cổ, Belarus (30 ngày);Chile, Panama (90 ngày).

*1.2. Chính sách miễn thị thực đơn phương*

Hiện nay, Việt Nam đang áp dụng chính sách miễn thị thực đơn phương cho 12 nước gồm: Anh, Pháp, Đức, Ý, Tây Ban Nha, Na Uy, Thụy Điển, Phần Lan, Đan Mạch, Nga, Nhật Bản, Hàn Quốc.

Nghị quyết số 44/NQ-CP ngày 7/3/2025 của Chính phủ quy định miễn thị thực cho công dân 12 nước đến hết ngày 14/3/2028, thời hạn tạm trú không quá 45 ngày kể từ ngày nhập cảnh, không phân biệt loại hộ chiếu, mục đích nhập cảnh.

*1.3. Chính sách miễn thị thực cho du khách nước ngoài đến Phú Quốc*

Du khách mang hộ chiếu nước ngoài được phép lưu trú tại đảo Phú Quốc không quá 30 ngày không cần xin thị thực. Những người quá cảnh qua một cổng quốc tế tại Việt Nam đến thăm Phú Quốc được miễn yêu cầu thị thực.

*1.4. Chính sách thị thực* *điện tử*

- Luật Luật số 23/2023/QH15 có hiệu lực ngày 15/8/2023 sửa đổi một số điều của Luật Xuất cảnh, nhập cảnh nâng thời hạn của thị thực điện tử từ 30 ngày lên không quá 90 ngày. Quy định thị thực điện tử có giá trị một lần hoặc nhiều lần *(quy định trước đây, thời hạn thị thực điện tử là không quá 30 ngày, thị thực điện tử có giá trị một lần).*

- Bổ sung “vùng lãnh thổ” vào đối tượng được áp dụng cấp thị thực điện tử *(so với trước đây chỉ áp dụng cho đối tượng là “các quốc gia”).*

- Quy định thẩm quyền quyết định danh sách các nước và vùng lãnh thổ áp dụng E-visa. Nghị quyết 127/NQ-CP của Chính phủ ngày 14/8/2023 có hiệu lực cùng ngày với Luật số 23, quy định việc áp dụng cấp thị thực điện tử cho công dân tất cả các nước và vùng lãnh thổ *(so với trước đây là chỉ áp dụng cho danh sách 80 quốc gia).*

*1.5. Chính sách miễn thị thực ngắn hạn, có điều kiện*

- Chính sách mới trong năm 2025: **Nghị quyết số 11/NQ-CP ngày 15/1/2025** về việc miễn thị thực theo Chương trình kích cầu phát triển du lịch trong năm 2025 cho công dân các nước: Cộng hoà Ba Lan, Cộng hòa Séc và Liên bang Thụy Sỹ:

+ Thời hạn tạm trú 45 ngày kể từ ngày nhập cảnh với mục đích du lịch theo chương trình của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế của Việt Nam tổ chức, không phân biệt loại hộ chiếu, trên cơ sở đáp ứng đủ các điều kiện nhập cảnh theo quy định của pháp luật Việt Nam.

+ Chính sách miễn thị thực khi nhập cảnh Việt Nam cho công dân các nước nêu trên được thực hiện từ ngày 01/03/2025 đến hết ngày 31/12/2025 theo khuôn khổ Chương trình kích cầu phát triển du lịch trong năm 2025.

+ Bộ VHTTDL đã ban hành Kế hoạch thực hiện Nghị quyết 11 của Bộ VHTTDL (Kế hoạch số 760/KH-BVHTTDL ngày 26/2/2025) và Chương trình kích cầu phát triển du lịch trong năm 2025 (Quyết định số 444-QĐ-BVHTTDL ngày 28/2/2025).

**2. Đánh giá chung và định hướng truyền thông xúc tiến du lịch Việt Nam thời gian tới về mở rộng hơn nữa chính sách thị thực**

***\* Đánh giá chung:*** Chính sách thị thực là một trong những công cụ cạnh tranh điểm đến du lịch quan trọng nhất hiện nay, đặc biệt trong bối cảnh các quốc gia đang đẩy mạnh thu hút khách quốc tế hậu COVID-19.

- Chính sách thị thực điện tử (e-visa) hiện nay của Việt Nam được đánh giá tích cực nhờ mở rộng diện áp dụng lên cho tất cả các quốc gia và vùng lãnh thổ, kéo dài thời hạn lưu trú đến 90 ngày và thủ tục đăng ký thuận tiện, hoàn toàn trực tuyến, đã góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến và cải thiện trải nghiệm nhập cảnh cho du khách quốc tế.

- Việc áp dụng chính sách miễn thị thực đơn phương cùng với một loạt chính sách thị thực mới có hiệu lực từ ngày 15/8/2023, thí điểm chính sách miễn thị thực ngắn hạn theo Chương trình kích cầu phát triển du lịch cho công dân 03 thị trường Thụy Sĩ, Ba Lan, Séc (hiệu lực từ ngày 1/3/2025-31/12/2025) tạo thành một chuỗi chính sách mang tính đột phá về thị thực tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch quốc tế đi du lịch Việt Nam. Việc tuyên truyền, quảng bá chính sách trong công tác xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam ở nước ngoài sẽ có hiệu ứng và đạt được hiệu quả tốt hơn.

- Nhìn chung, thời gian qua, chính sách thị thực nhập cảnh của Việt Nam đã theo xu hướng ngày càng thông thoáng nhưng so với các nước trong khu vực, mức độ cạnh tranh về thị thực nhập cảnh của Việt Nam còn chưa thực sự cao. Trong khu vực ASEAN và các nước láng giềng, các nước là điểm đến cạnh tranh với du lịch Việt Nam có chính sách thị thực nhập cảnh thuận lợi, có thể kể đến như: Malaysia miễn thị thực cho công dân 166 nước; con số này của Philippines là 157; Singapore là 158; Indonesia là 169; Thái Lan là 93 nước và vùng lãnh thổ (tăng lên từ 57 nước, từ ngày 15/7/2024); Trung Quốc là 38 nước (tăng lên từ 29 nước, từ ngày 22/11/2024). Ngoài ra, các nước đã áp dụng hàng loạt các chính sách visa mới linh hoạt như: Thái Lan và Trung Quốc đã áp dụng chính sách miễn thị thực vĩnh viễn cho công dân của nhau; Miễn thị thực 30 ngày cho công dân Ấn Độ và Kazakhstan miễn thị thực đến 90 ngày cho công dân Nga (Thái Lan); Tăng số lượng quốc gia được cấp visa tại cửa khẩu từ 19 lên 31 quốc gia và vùng lãnh thổ (Thái Lan); Cấp visa đoàn tại cửa khẩu, miễn thị thực cho khách quá cảnh 240 giờ cho 54 quốc gia (Trung Quốc)….

- Vì vậy, việc tiếp tục nghiên cứu để tham mưu đề xuất những chính sách thị thực mới thông thoáng thuận lợi hơn cho khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là một yêu cầu thực tế nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam, đẩy nhanh phát triển du lịch, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế 8% trở lên, đóng góp tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội chung của đất nước trong bối cảnh mới.

***-*** Theo tinh thần chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại các văn bản **Nghị quyết 82/NQ-CP** ngày 18/5/2023 của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững; **Chỉ thị 08/CT-TTg** ngày 23/2/2024 của Thủ tướng Chính phủ về phát triển du lịch toàn diện, nhanh và bền vững thời gian tới; **Công điện 34/CĐ-TTg** ngày 10/4/2025 về việc thúc đẩy phát triển du lịch, bảo đảm thực hiện tốc độ tăng trưởng kinh tế hai con số, các Bộ Công an và Bộ Ngoại giao (là 2 bộ chủ trì) được giao phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các bộ ngành liên quan nghiên cứu tiếp tục đề xuất các chính sách thị thực mới ưu đãi cho quốc gia và đối tượng (mở rộng danh sách miễn thị thực; chính sách thị thực ưu đãi, tạo thuận lợi cho các đối tượng cần ưu tiên thu hút trong các lĩnh vực).

*(Hiện các đề xuất cụ thể về các nội dung trên còn đang trong quá trình tham mưu đề xuất dưới dạng các văn bản mật, chưa được phê duyệt. Do đó, Cục DLQGVN chưa có thông tin cụ thể cung cấp cho báo chí).*

**3. Định hướng truyền thông xúc tiến du lịch Việt Nam thời gian tới**

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ về phát triển du lịch với phương châm *“Sản phẩm đặc sắc - Dịch vụ chuyên nghiệp - Thủ tục thuận tiện và đơn giản - Giá cả cạnh tranh - Môi trường vệ sinh sạch và đẹp - Điểm đến an toàn, văn minh, thân thiện”, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) tiếp tục định hướng công tác xúc tiến du lịch Việt Nam theo hướng:*

- Vừa củng cố các thị trường hiện nay, vừa mở rộng thị trường mới, phân đoạn thị trường có mức chi tiêu cao, tiềm năng; ưu tiên xúc tiến du lịch tại Đông Bắc Á, Đông Nam Á và Châu Âu, Úc, Mỹ, thị trường điểm năng mới nổi như Ấn Độ, tạo động lực lan tỏa tới các thị trường khác.

- Đề xuất thí điểm thành lập Văn phòng xúc tiến du lịch ở một số thị trường du lịch trọng điểm.

- Định vị thương hiệu du lịch quốc gia theo đúng chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Hội nghị “Phát triển du lịch Việt Nam nhanh, bền vững” vào tháng 11/2023: *“Việt Nam - Điểm đến an toàn, thân thiện, hấp dẫn, nhân văn, hiếu khách, thuận lợi”*, *“ấm lòng du khách, hài lòng chủ nhà”*.

- Trong bối cảnh cạnh tranh điểm đến ngày càng gay gắt, ngành du lịch Việt Nam định hướng xúc tiến - quảng bá theo hướng chuyên nghiệp hóa, đa dạng hóa thị trường, đẩy mạnh số hóa và tăng cường hợp tác liên ngành, liên vùng và quốc tế:

+ Tái định vị thương hiệu du lịch quốc gia gắn với thông điệp “Vietnam – Timeless Charm” và các giá trị mới như: trải nghiệm xanh, văn hóa sâu sắc, ẩm thực độc đáo và con người thân thiện.

+ Tập trung xúc tiến theo chiều sâu tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng: Đông Bắc Á (Trung Quốc, Hàn Quốc), Tây Âu, Úc, Mỹ, Ấn Độ; kết hợp khai thác các phân đoạn thị trường như du lịch golf, chăm sóc sức khỏe, MICE, và du lịch đường sông.

+ Đẩy mạnh chuyển đổi số trong xúc tiến, bao gồm ứng dụng AI, dữ liệu lớn, quảng bá qua nền tảng số toàn cầu (Google, Facebook, TikTok, OTA, KOLs quốc tế); triển khai hệ sinh thái số về xúc tiến du lịch quốc gia.

+ Tăng cường hợp tác liên kết vùng và quốc tế, trong đó ưu tiên các sáng kiến tiểu vùng Mê Công (GMS), ASEAN, CLV, ACMECS; phối hợp chặt chẽ với hàng không, truyền thông, và khối tư nhân trong các chiến dịch truyền thông chung.

+ Đa dạng hóa hình thức xúc tiến: từ hội chợ quốc tế, roadshow, đến hình thức trải nghiệm thực tế ảo, du lịch số.

- **Chương trình kích cầu phát triển du lịch năm 2025** là một trong những giải pháp trọng tâm để tăng trưởng thị trường, kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của khách du lịch quốc tế và nội địa. Trong đó, hoạt động xúc tiến – quảng bá sẽ tập trung vào:

+ Tổ chức chiến dịch truyền thông đồng bộ trong và ngoài nước, gắn với thông điệp “Việt Nam - Đi để yêu” phiên bản mới, thúc đẩy hình ảnh điểm đến “an toàn, thân thiện, chất lượng, hấp dẫn”.

+ Đẩy mạnh xúc tiến tại các thị trường mục tiêu có chính sách visa thuận lợi theo lộ trình cải cách thị thực mới, đồng thời phối hợp kích cầu với hàng không, lữ hành lớn để mở các gói combo ưu đãi bay - nghỉ - trải nghiệm.

+ Triển khai các chương trình roadshow và hội chợ quốc tế trọng điểm như ITB Berlin, WTM London, cùng các chuỗi sự kiện giới thiệu du lịch Việt Nam (Roadshow) tại Đông Bắc Á, châu Âu, Úc, Ấn Độ và Bắc Mỹ.

+ Tổ chức Năm Du lịch quốc gia 2025 và chuỗi sự kiện du lịch quốc tế tại các địa phương trọng điểm nhằm lan tỏa hiệu ứng kích cầu vùng.

+ Tích hợp truyền thông số và truyền thông đa nền tảng trong hoạt động xúc tiến kích cầu, đặc biệt thông qua những người có ảnh hưởng quốc tế, nền tảng video ngắn (TikTok, YouTube Shorts) và các chiến dịch hợp tác với Đại lý du lịch trực tuyến toàn cầu (Booking, Agoda, Expedia...)./.