

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

**NGUYỄN THỊ DOAN**

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ  
DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN LÝ KINH TẾ  
CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG THỰC HÀNH**

**Hà Nội - 2015**

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

**NGUYỄN THỊ DOAN**

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ  
DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI**

**Chuyên ngành: Quản lý kinh tế**

**Mã số: 60.34.01**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN LÝ KINH TẾ  
CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG THỰC HÀNH**

**Người hướng dẫn khoa học: TS. Phạm Hùng Tiến**

**Hà Nội - 2015**

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Tính cấp thiết của đề tài</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Tình hình nghiên cứu</b> .....	<b>2</b>
<b>3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu</b> .....	<b>5</b>
<b>4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu</b> .....	<b>6</b>
<b>5. Phương pháp nghiên cứu</b> .....	<b>6</b>
<b>6. Những đóng góp của luận văn</b> .....	<b>7</b>
<b>7. Kết cấu luận văn</b> .....	<b>7</b>
<b>CHƯƠNG I</b> .....	<b>9</b>
<b>CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH VÀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH</b> .....	<b>9</b>
<b>1.1. Khái niệm về du lịch và vai trò của ngành kinh tế du lịch trong nền kinh tế quốc dân</b> .....	<b>9</b>
<i>1.1.1. Khái niệm về du lịch</i> .....	<b>9</b>
<i>1.1.2. Vai trò của du lịch trong nền kinh tế quốc dân</i> .....	<b>12</b>
<i>1.1.3. Thách thức của phát triển du lịch trong nền kinh tế thị trường</i> .....	<b>15</b>
<b>1.2. Khái luận về Quản lý nhà nước và quản lý nhà nước về du lịch</b> .....	<b>17</b>
<i>1.2.1. Một số vấn đề cơ bản về Quản lý nhà nước</i> .....	<b>18</b>
<i>1.2.2. Quản lý nhà nước về du lịch</i> .....	<b>20</b>
<b>1.3. Những nhân tố tác động tới Quản lý, phát triển ngành du lịch trên địa bàn Thủ đô</b> .....	<b>24</b>
<i>1.3.1. Nhóm nhân tố chủ quan bên trong Quản lý nhà nước</i> .....	<b>25</b>
<i>1.3.2. Nhóm nhân tố khách quan trong Quản lý nhà nước</i> .....	<b>27</b>
<b>1.4. Kinh nghiệm Quản lý nhà nước về du lịch trong và ngoài nước, một số bài học cho công tác Quản lý du lịch của Hà Nội</b> .....	<b>31</b>
<i>1.4.1. Kinh nghiệm Quản lý nhà nước về du lịch ở một số quốc gia và Thành phố trên thế giới</i> .....	<b>31</b>

<i>1.4.2. Một số kinh nghiệm trong công tác Quản lý nhà nước về du lịch ở nước ta .....</i>	<b>39</b>
<i>1.4.3. Một số bài học cần lưu ý đối với Quản lý du lịch ở Thủ đô Hà Nội.....</i>	<b>41</b>
<b>CHƯƠNG II .....</b>	<b>43</b>
<b>THỰC TRẠNG CÔNG TÁC QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI .....</b>	<b>43</b>
<b>2.1. Tổng quan về du lịch trên địa bàn Thành phố .....</b>	<b>43</b>
<b>2.2. Những kết quả đạt được trong công tác Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội .....</b>	<b>46</b>
<i>2.2.1. Những kết quả trong công tác Quản lý nhà nước về định hướng, chiến lược phát triển du lịch .....</i>	<b>46</b>
<i>2.2.2. Những kết quả trong Quản lý nhà nước đối với luồng khách và hoạt động của khách du lịch .....</i>	<b>49</b>
<i>2.2.3. Những kết quả đạt được trong Quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp và cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch .....</i>	<b>54</b>
<i>2.2.4. Những thành công trong Quản lý nhà nước đối với các tuyến, các điểm du lịch .....</i>	<b>57</b>
<i>2.2.5. Kết quả Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực cho ngành du lịch .....</i>	<b>59</b>
<b>2.3. Những hạn chế và nguyên nhân tồn tại trong công tác Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội.....</b>	<b>61</b>
<i>2.3.1. Những hạn chế và nguyên nhân tồn tại trong công tác xây dựng, ban hành và thực thi chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển. ....</i>	<b>61</b>
<i>2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân trong công tác Quản lý thị trường du lịch và hoạt động của du khách ở Hà Nội .....</i>	<b>63</b>
<i>2.3.3. Những điểm yếu về Quản lý hoạt động kinh doanh du lịch .....</i>	<b>64</b>
<i>2.3.4. Những hạn chế về Quản lý các điểm tuyến, dịch vụ du lịch .....</i>	<b>66</b>

2.3.5. <i>Những hạn chế và nguyên nhân trong Quản lý nguồn nhân lực du lịch</i> .....	67
2.4. <i>Cơ hội và thách thức trong công tác Quản lý, phát triển du lịch Hà Nội</i> .....	68
2.4.1. <i>Những thời cơ, thuận lợi trong Quản lý, phát triển ngành du lịch Hà Nội</i> .....	69
2.4.2. <i>Những thách thức, khó khăn trong Quản lý, phát triển ngành du lịch Hà Nội</i> .....	70
<b>CHƯƠNG III</b> .....	<b>73</b>
<b>GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI</b> .....	<b>73</b>
3.1. <i>Định hướng, mục tiêu phát triển du lịch trên địa bàn Hà Nội đến năm 2030</i>	73
3.1.1. <i>Vị trí, tầm quan trọng của ngành du lịch Thủ đô trong bản đồ du lịch Việt Nam và tổng thể nền kinh tế - xã hội của Thủ đô</i> .....	73
3.1.2. <i>Quan điểm, định hướng, mục tiêu phát triển ngành du lịch Thủ đô đến năm 2030</i> .....	74
3.2. <i>Những giải pháp nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả Quản lý Nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội</i> .....	78
3.2.1. <i>Nâng cao chất lượng công tác Quản lý nhà nước về định hướng, chiến lược phát triển du lịch thông qua công tác quy hoạch và thực hiện quy hoạch</i> .....	78
3.2.2. <i>Chú trọng bảo vệ, tôn tạo các điểm du lịch, cảnh quan, môi trường phục vụ du lịch</i> .....	83
3.2.3. <i>Tăng cường Quản lý nhà nước bằng pháp luật, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước đối với các hoạt động kinh doanh du lịch</i> .....	84
3.2.4. <i>Nâng cao năng lực Quản lý, phát triển thị trường khách và hoạt động của khách du lịch</i> .....	85

<i>3.2.5. Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch</i> .....	87
<i>3.2.6. Sử dụng hiệu quả các công cụ tài chính, thuế, giá cả, hỗ trợ thông tin, chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư và kích cầu du lịch</i> .....	88
<b>3.3. Một số kiến nghị</b> .....	88
<b>KẾT LUẬN</b> .....	91
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

<b>STT</b>	<b>Ký hiệu</b>	<b>Nguyên nghĩa</b>
1	APEC	Hiệp hội kinh tế châu Á- Thái Bình Dương
2	GDP	Tổng sản phẩm trong nước
3	TAT	Cơ quan Du lịch Quốc gia Thái Lan
4	UBND - TP	Ủy ban nhân dân thành phố
5	UNWTO	Tổ chức du lịch thế giới
6	VHTTDL	Văn hóa Thể thao và Du lịch
7	WTO	Tổ chức thương mại Thế giới

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

<b>STT</b>	<b>Bảng</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Trang</b>
1	2.1	Số lượng du khách đến Hà Nội giai đoạn 2009-2013	43
2	2.2	Doanh thu từ du lịch của Thành phố Hà Nội các năm gần đây	44
3	2.3	Lượng khách của các thị trường hàng đầu đến Hà Nội giai đoạn 2003 -2013	50
4	2.4	Công suất sử dụng phòng của các khách sạn	56
5	2.5	Thống kê số lượng lao động trực tiếp trong ngành du lịch Hà Nội	59



## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Du lịch đã và đang trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, được coi là một ngành kinh tế mang tính tổng hợp, góp phần thúc đẩy sự phát triển của nhiều ngành kinh tế khác, tạo công ăn việc làm, mở rộng giao lưu văn hoá và xã hội giữa các địa phương, giúp nâng cao hiểu biết, tăng cường tình đoàn kết, hữu nghị, hoà bình giữa các dân tộc, vùng miền. Đối với nước ta hiện nay, du lịch góp phần không nhỏ vào việc thực hiện Công nghiệp hóa - Hiện đại hóa đất nước. Thu nhập từ hoạt động Du lịch Việt Nam ngày càng cao, trong thời gian gần đây, hàng năm tổng thu bình quân từ ngành Du lịch đạt hơn 130.000 tỷ đồng, đóng góp trên 5% GDP/năm và tạo ra 1,3 triệu việc làm cho người lao động. Du lịch đang dần trở thành một ngành “*công nghiệp không khói*”, đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế- xã hội của đất nước.

Nắm bắt được xu thế đó, trong quá trình đổi mới và hội nhập, Đảng và nhà nước ta đã đề ra những chủ trương, quan điểm hết sức đúng đắn để phát triển du lịch. Nghị quyết Đại hội Đảng các khóa IX, X và XI đều xác định quan điểm *Phát triển du lịch bền vững, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, qua đó góp phần thực hiện Công nghiệp hóa - Hiện đại hóa đất nước, từng bước đưa nước ta trở thành một trung tâm du lịch có tầm cỡ của khu vực*. Thực hiện chủ trương của Đảng, ngày 30/12/2011 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2473/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Theo đó, mục tiêu của chiến lược là phấn đấu đến năm 2020, 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 hóa dân tộc, cạnh tranh được với các nước trong khu vực và đến năm 2030 Việt Nam trở thành quốc gia có ngành du lịch phát triển.

Cũng như bất cứ thủ đô của một quốc gia nào, đối với Hà Nội, du lịch có tầm quan trọng đặc biệt không chỉ dưới góc độ lợi ích kinh tế mà còn là vấn đề bản sắc văn hóa, tâm hồn dân tộc, bản lĩnh chính trị, bộ mặt quốc gia và nhiều góc độ khác.

Trong những năm gần đây, hòa nhịp với công cuộc đổi mới đất nước và tiến trình hội nhập quốc tế, ngành du lịch Hà Nội đã nỗ lực vượt qua khó khăn, huy động nội lực và tranh thủ nguồn lực quốc tế để phát triển. Nhờ đó đã góp phần tích cực vào việc tăng trưởng kinh tế, giữ gìn và phát huy sức sống bản sắc văn hóa cũng như giá trị truyền thống của dân tộc, giải quyết các vấn đề xã hội của thủ đô nói riêng và cả nước nói chung. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, ngành du lịch Thủ đô cũng bộc lộ những hạn chế, bất cập trên nhiều mặt, trong đó có công tác quản lý nhà nước về du lịch của chính quyền địa phương các cấp của Thành phố. Điều này đặt ra cho công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội hàng loạt vấn đề phải giải quyết.

Chính vì vậy, tác giả chọn vấn đề “*Quản lý Nhà nước về Du lịch trên địa bàn Hà Nội*” làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp thạc sỹ chuyên ngành Quản lý kinh tế của mình.

## **2. Tình hình nghiên cứu**

Các vấn đề liên quan đến quản lý nhà nước về du lịch nói chung từ trước đến nay đã và đang là đề tài được nhiều cơ quan, ban ngành, học giả quan tâm nghiên cứu. Đã có nhiều đề tài khoa học có giá trị lý luận và thực tiễn cao góp phần ứng dụng vào việc tăng cường quản lý và phát triển ngành du lịch trên phạm vi cả nước. Tuy nhiên, số lượng đề tài nghiên cứu chuyên về công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn

Hà Nội có thể nói là chưa nhiều. Chúng ta có thể điếm qua một số công trình, đề tài tiêu biểu dưới đây:

- *“Tổ chức khai thác không gian Kiến trúc cảnh quan các khu di tích lịch sử văn hóa thuộc T.P Hà nội và phụ cận nhằm phục vụ cho chiến lược phát triển du lịch Thủ đô”* –Đề tài Khoa học cấp Bộ năm 2006 của TS.KTS Nguyễn Thu Hạnh, Chủ tịch Hiệp hội khoa học phát triển du lịch bền vững. Đề tài củ tác giả đề cập đến công tác quản lý nhà nước ở khía cạnh khai thác không gian kiến trúc cảnh quan các công trình di tích lịch sử văn hóa của Hà Nội và các vùng phụ cận nhằm góp phần định hình chiến lược phát triển du lịch lâu dài và bền vững của Thủ đô Hà Nội.

- *“Hoạt động quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội”* - Luận văn Thạc sỹ Du lịch học Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Đại học Quốc gia Hà Nội của Đỗ Thị Nhài, năm 2008. Luận văn đã hệ thống hóa một số cơ sở lý luận về quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch và doanh nghiệp du lịch; tập trung nghiên cứu thực trạng hoạt động quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội hiện nay dưới các góc độ: tổ chức bộ máy quản lý nhà nước, tổ chức các doanh nghiệp du lịch, thực trạng hoạt động quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội. Trên cơ sở đó đưa ra những đánh giá về thuận lợi, khó khăn, thời cơ, thách thức và các giải pháp về chính sách vĩ mô, cũng như các kiến nghị đối với các cấp có thẩm quyền từ Trung ương đến chính quyền và các ban ngành của Thành phố Hà Nội.

- *“Phát triển nhân lực ngành Du lịch Thủ đô và các địa phương phụ cận”*- Báo cáo tham luận Hội thảo quốc gia lần II *“Đào tạo nhân lực du lịch theo nhu cầu xã hội”* tháng 11/2011 của ThS. Mai Tiến Dũng, Phó Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hà Nội. Tác giả vừa là người nghiên cứu đồng thời vừa là nhà quản lý với cương vị Phó Giám đốc Sở Văn hóa – thể

thao và du lịch thành phố Hà Nội. Trong Báo cáo tham luận của mình, ông đã đi sâu vào lĩnh vực quản lý nhà nước trong phát triển nguồn nhân lực ngành du lịch trên địa bàn Thủ đô gắn kết với các địa bàn xung quanh Hà Nội như một mạng lưới liên kết vùng mà tâm điểm là Hà Nội. Theo đó, tác giả đã đưa ra những nhận định, đánh giá dựa trên sự kết hợp giữa nhãn quan khoa học và những kinh nghiệm thực tiễn mà ông tích lũy được trong quá trình công tác về nhu cầu, thực trạng, xu hướng phát triển nguồn nhân lực cho ngành kinh tế du lịch của Thủ đô và các vùng phụ cận, từ đó đưa ra những giải pháp chủ yếu nhằm góp phần từng bước nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực này trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.

- *“Phát triển thị trường du lịch Hà Nội”*- Luận văn Thạc sĩ ngành: Kinh tế chính trị năm 2012 của Nguyễn Thị Cẩm Thúy thuộc Trung tâm đào tạo, bồi dưỡng giảng viên lý luận chính trị. Tác giả đã khái quát một số vấn đề lý luận và thực tiễn về thị trường du lịch Hà Nội; đưa ra một số kinh nghiệm về thị trường du lịch ở một số tỉnh, thành trong cả nước trước khi đi sâu phân tích những điều kiện tự nhiên, kinh tế xã hội, những nội lực, ngoại lực để phát triển thị trường du lịch Hà Nội. Trên cơ sở đó làm sáng tỏ thực trạng du lịch Hà Nội trong những năm gần đây, mạnh dạn chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của thị trường du lịch Hà Nội. Từ đó tác giả kiến nghị các giải pháp và các định hướng cơ bản nhằm phát triển thị trường du lịch Hà Nội đến năm 2020.

Ngoài ra, còn nhiều công trình, đề tài khoa học khác nghiên cứu về các vấn đề có liên quan. Tuy nhiên, hầu hết các đề tài đều đi sâu vào nghiên cứu một khía cạnh nào đó của hoạt động quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội, chẳng hạn như quản lý di tích, nguồn nhân lực, kiến trúc, quy hoạch, đầu tư phát triển... hoặc không trực tiếp nghiên cứu về công tác quản lý nhà

nước mà nghiên cứu sự phát triển, hoạt động của ngành du lịch dưới sự tác động của quản lý nhà nước của chính quyền địa phương.

Khác với các nghiên cứu trên, ở đề tài này chúng ta sẽ nghiên cứu công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thủ đô một cách trực diện và toàn diện nhất, tức là chúng ta đề cập một cách trực tiếp và đầy đủ về thực trạng công tác quản lý nhà nước từ trung ương đến các cấp ủy, chính quyền, ban ngành, đoàn thể của Thành phố Hà Nội và hệ quả của nó trên tất cả các khía cạnh của đời sống kinh tế du lịch của Thủ đô và ở tất cả các cấp độ từ vĩ mô đến vi mô, cả ngắn hạn và dài hạn. Đây cũng chính là điểm mới của luận văn này so với các công trình, đề tài khoa học từ trước tới nay.

### **3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

#### **- Mục đích nghiên cứu**

- Đánh giá thực trạng công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội, làm rõ những thành công và hạn chế, lý giải nguyên nhân của thực trạng đó (trên tổng thể các nội dung định hướng, chiến lược, quy hoạch và thực hiện quy hoạch; chính sách bảo vệ môi trường các vùng du lịch, xây dựng và quảng bá thương hiệu của du lịch Hà Nội trên phạm vi toàn thế giới, các giải pháp liên kết du lịch của Hà Nội với các tỉnh bạn, nước bạn; quản lý thị trường khách du lịch; đào tạo nguồn nhân lực...).

- Đề xuất những giải pháp, kiến nghị nhằm phát huy những kết quả đạt được, khắc phục những tồn tại, hạn chế nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội.

#### **- Nhiệm vụ nghiên cứu**

+ Nghiên cứu lý luận chung về vai trò và sự cần thiết của việc Quản Lý nhà nước về Du lịch trên địa bàn Hà Nội.

+ Khảo sát, đánh giá thực trạng công tác Quản lý Nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà nội gồm cả ưu điểm, khuyết điểm, nguyên nhân thành công, hạn chế.

+ Đánh giá, phân tích những vấn đề nổi bật, làm rõ những thành tựu cũng như hạn chế trong phát triển kinh tế du lịch trên địa bàn Hà Nội dưới sự tác động của công tác quản lý nhà nước của chính quyền địa phương.

- Nghiên cứu và so sánh kinh nghiệm của các nước, thành phố khác làm cơ sở rút ra những bài học mà Việt Nam nói chung và Thành phố Hà Nội nói riêng có thể vận dụng.

+ Đưa ra một vài nhận định, dự báo về xu hướng phát triển Du lịch trên địa bàn Hà Nội đến năm 2030.

+ Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản lý Nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội.

#### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

##### ***4.1. Đối tượng nghiên cứu***

Tác giả xác định đối tượng nghiên cứu ở đề tài này là công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thành phố Hà Nội được tiếp cận trên hai bình diện là thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả công tác này.

##### ***4.2. Phạm vi nghiên cứu***

Trong khuôn khổ của một Luận văn tốt nghiệp thạc sỹ, tác giả tập trung đánh giá, phân tích những vấn đề nổi bật, làm rõ những thành công cũng như hạn chế trong thực trạng công tác quản lý ngành Du lịch trên địa bàn Thủ đô dưới góc độ phát triển bền vững, và từ đó cố gắng đưa ra một bộ các giải pháp căn bản về công tác quản lý Du lịch trên địa bàn để nâng cao hiệu quả công tác này trong thời gian tới.

#### **5. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp luận: Chủ nghĩa duy vật biện chứng và Chủ nghĩa duy

vật lịch sử.

- Phương pháp cụ thể: Các phương pháp thống kê, tổng hợp và phân tích tài liệu; các phương pháp so sánh và dự báo.

- Phương pháp phân tích theo mô hình SWOT.

## **6. Những đóng góp của luận văn**

Phân tích, đánh giá vai trò của phát triển ngành Du lịch trong tổng thể cơ cấu nền kinh tế ở phạm vi một thành phố đó là địa bàn Hà Nội gắn liền với vai trò và tác động của các chính sách, hoạt động quản lý nhà nước.

Lần đầu tiên tập trung khảo sát, đánh giá thực trạng của công tác Quản lý Nhà nước về Du lịch trên địa bàn Hà nội trên tất cả các khía cạnh của công tác quản lý nhà nước cũng như các mặt của đời sống kinh tế Du lịch Thủ đô, gồm những việc làm được, chưa làm được, nguyên nhân thành công và hạn chế. Nghĩa là tác giả mong muốn đề cập và lý giải vấn đề nghiên cứu một cách bao quát, trực tiếp và đầy đủ nhất cả về lý luận cũng như thực tiễn nghiên cứu.

Đề xuất, kiến nghị những giải pháp mới nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản lý Nhà nước về Du lịch trên địa bàn Hà Nội. Đó là các giải pháp chưa từng được nhắc tới trong các luận văn, đề tài trước hoặc đã được đề cập nhưng mang ở luận văn này giải pháp đó phải mang nội hàm mới, phù hợp với tình hình, bối cảnh kinh tế - xã hội và thực tiễn nghiên cứu đã có nhiều thay đổi.

## **7. Kết cấu luận văn**

Ngoài những phần chung là mở đầu và kết luận, nội dung chính của đề tài được kết cấu như sau:

**Chương I:** Cơ sở lý luận về du lịch và công tác Quản lý Nhà nước về du lịch. Chương này đề cập một số vấn đề lý luận chung như khái niệm, vai trò, nội dung về Du lịch và Quản lý nhà nước về du lịch.

**Chương II:** Thực trạng công tác Quản lý Nhà nước về Du lịch trên địa bàn Hà Nội. Trên cơ sở vận dụng các phương pháp nghiên cứu, phần này đi sâu tìm hiểu thực trạng Quản lý Nhà nước về Du lịch tại Hà Nội, đánh giá những thành tựu đạt được cũng như những tồn tại, khó khăn.

**Chương III:** Những giải pháp nhằm hoàn thiện công tác Quản lý Nhà nước về Du lịch trên địa bàn Hà Nội. Trên cơ sở thực trạng đã được phân tích, đánh giá, tác giả nêu ra một số giải pháp, kiến nghị đối với các cấp, các ngành có liên quan nhằm góp phần nâng cao hiệu quả công tác Quản lý Du lịch trên địa bàn Thành phố.



# CHƯƠNG I

## CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DU LỊCH VÀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH

### 1.1. Khái niệm về du lịch và vai trò của ngành kinh tế du lịch trong nền kinh tế quốc dân

#### 1.1.1. Khái niệm về du lịch

##### a. Định nghĩa về du lịch

Thuật ngữ du lịch bắt nguồn từ tiếng Hy Lạp: *Tonos* nghĩa là “*Đi một vòng*...”. Thuật ngữ này được đưa vào hệ ngữ La tinh thành *Turnur* và sau đó thành *Tour* trong tiếng Pháp với nghĩa là *đi vòng quanh, cuộc dạo chơi*. Theo Robert Langquar (1980), từ *Tourism* (du lịch) lần đầu tiên được sử dụng trong tiếng Anh vào khoảng năm 1800 và được quốc tế hoá, nhiều nước đã sử dụng trực tiếp mà không dịch nghĩa. Trong tiếng Việt, thuật ngữ du lịch là một từ gốc Hán - Việt, tạm hiểu là đi chơi, trải nghiệm.

Ngày nay, du lịch đã trở thành một hiện tượng kinh tế - xã hội phổ biến ở mọi quốc gia. Tuy nhiên, do bối cảnh về không gian, thời gian khác nhau hoặc dưới mỗi góc độ nghiên cứu khác nhau, mỗi người có một cách hiểu về du lịch khác nhau. Theo nghĩa chung nhất, “Du lịch” được hiểu là việc đi lại của từng cá nhân hoặc một nhóm người rời khỏi chỗ ở của mình trong khoảng thời gian nhất định đến một nơi nào đó để nghỉ ngơi, giải trí hay chữa bệnh. Dưới đây, chúng ta chỉ đề cập một số định nghĩa thông dụng:

- Liên Hiệp Quốc (1963) định nghĩa về du lịch như sau: “*Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi ở thường xuyên của họ hay ngoài nước họ với mục đích hoà bình. Nơi họ đến lưu trú không phải là nơi làm việc của họ*”.

Luật du lịch Việt Nam năm 2005 định nghĩa: “*Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định*”<sup>1</sup>.

Tổng hợp các cách tiếp cận như vậy, định nghĩa về du lịch hiện nay bao gồm hai thành tố, đó là:

*Thứ nhất, du lịch là một nhu cầu, hiện tượng xã hội:* sự di chuyển và lưu trú tạm thời trong thời gian rảnh rỗi của cá nhân hay tập thể ngoài nơi cư trú nhằm mục đích phục hồi sức khỏe, nâng cao hiểu biết, có hoặc không kèm theo việc tiêu thụ một số giá trị tự nhiên, kinh tế, văn hoá và dịch vụ nào đó.

*Thứ hai, đó là một ngành hay hoạt động kinh doanh sinh lời:* Cung cấp các ấn phẩm, dịch vụ nhằm thoả mãn nhu cầu nảy sinh trong quá trình di chuyển và lưu trú tạm thời trong thời gian rảnh rỗi của cá nhân hay tập thể ngoài nơi cư trú với mục đích phục hồi sức khỏe, nâng cao nhận thức về thế giới xung quanh.

Cách hiểu về du lịch như vậy có ý nghĩa thúc đẩy quan điểm phát triển đúng đắn về du lịch. Cho đến nay, không ít người, kể cả những người đang làm việc trong ngành du lịch cũng có cách hiểu phiến diện về du lịch thiên về góc độ xã hội hoặc kinh tế. Do đó, họ chỉ tập trung vào thoả mãn nhu cầu tinh thần, sức khỏe mà bỏ qua lợi ích quan trọng của kinh tế hoặc đề cao lợi nhuận bằng việc khai thác triệt để tài nguyên thiên nhiên và các giá trị văn hóa.

Chỉ có hiểu khái niệm du lịch một cách đầy đủ như vậy, chúng ta mới xác định được rằng phát triển du lịch không chỉ là trách nhiệm của nhà nước hay của một cá nhân, tổ chức nào mà là trách nhiệm chung của toàn xã hội.

#### *b. Các loại hình du lịch cơ bản*

---

<sup>1</sup> Khoản 1 Điều 4 Luật du lịch (Luật số 44/2005/QH XI được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XI thông qua ngày 14/6/2005).

Hoạt động du lịch diễn ra rất phong phú và đa dạng. Tùy thuộc vào cách phân chia mà có các loại hình du lịch khác nhau. Mỗi loại hình du lịch đều có những tác động nhất định lên môi trường. Tùy theo căn cứ khác nhau người ta phân du lịch thành nhiều loại hình khác nhau<sup>2</sup>:

*Du lịch Quốc tế*: là sự di chuyển từ nước này sang nước khác, du khách phải ra khỏi vùng lãnh thổ biên giới và tiêu bằng ngoại tệ nơi họ đến du lịch.

*Du lịch nội địa*: là sự di chuyển từ chỗ này sang chỗ khác trong cùng một phạm vi lãnh thổ của một quốc gia.

*Du lịch Lễ hội*: Lễ hội là một nhu cầu không thể thiếu đối với đời sống tâm linh của con người, lễ hội không chỉ đem lại sự hiểu biết về truyền thống văn hóa, phong tục, tập quán của mỗi vùng, mỗi quốc gia mà còn đem lại cho du khách sự bình yên, quên đi những khó khăn vất vả của cuộc sống đời thường.

*Du lịch Văn hóa*: Nhằm đáp ứng nhu cầu nâng cao sự hiểu biết của du khách về những khu di tích lịch sử, những công trình kiến trúc, chế độ xã hội, văn hóa, phong tục tập quán của nơi đến du lịch.

*Du lịch giải trí*: Là một nhu cầu không thể thiếu được của du khách, vì vậy ngoài thời gian tham quan du khách còn phải được thư giãn nghỉ ngơi để phục hồi sức khỏe sau khoảng thời gian làm việc căng thẳng, do đó các khu vui chơi cần phải có các chương trình vui chơi giải trí cho du khách.

*Du lịch tham quan*: Đây là loại hình du lịch nhằm nâng cao sự hiểu biết của con người về thế giới bên ngoài, đối tượng tham quan là tài nguyên du lịch tự nhiên, các khu di tích lịch sử, hoặc các công trình kiến trúc cổ xưa vv....

*Du lịch khám phá*: Du khách muốn khám phá thế giới xung quanh nhằm mục đích nâng cao sự hiểu biết thế giới bên ngoài, du lịch khám phá còn được

---

<sup>2</sup> Trần Đức Thanh, 2003, *Nhập môn khoa học du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội và Nguyễn Văn Đỉnh -Trần Thị Minh Hòa, 2008, *Giáo trình kinh tế du lịch*, NXB Đại học kinh tế Quốc dân.

chia thành du lịch tìm hiểu và du lịch mạo hiểm. Du lịch tìm hiểu là du khách có thể tìm hiểu về phong tục tập quán văn hóa lịch sử, về tài nguyên thiên nhiên môi trường nơi họ đến du lịch. Du lịch mạo hiểm chủ yếu dành cho giới trẻ họ thích rèn luyện bản thân, thích ưa mạo hiểm chính vì vậy họ thường chọn những nơi có nhiều rừng núi để khám phá.

*Du lịch thể thao*: Là loại hình du lịch nhằm đáp ứng lòng ham mê hoạt động thể thao của con người, họ đi du lịch ngoài việc tham quan những danh lam thắng cảnh thì bên cạnh đó họ cũng tìm đến những nơi có điều kiện để tự mình chơi những môn thể thao mà họ yêu thích.

*Du lịch kết hợp với hội thảo, hội nghị, triển lãm, tổ chức các sự kiện* (Du lịch MICE/Meeting, Incentive, Convention, Exhibition ): Đây là loại hình du lịch tiềm năng và ngày càng phát triển, và là một trong những mục tiêu của chiến lược phát triển ngành du lịch Việt Nam. Vì đây là một loại hình du lịch cao cấp, kinh phí tổ chức cho chương trình thường cao hơn so với du lịch thông thường, tùy thuộc vào yêu cầu của từng đối tượng khách hàng. Đòi hỏi các công ty kinh doanh du lịch phải cung ứng dịch vụ trọn gói từ lưu trú, cho đến vận chuyển và xây dựng các chương trình. Đây là cơ hội để các công ty khẳng định được vị thế và thương hiệu của mình về ngành dịch vụ này.

Nhìn chung, các loại hình du lịch thường phối hợp chặt chẽ với nhau, để khai thác hết tiềm năng của các loại hình du lịch, các cơ quan tổ chức du lịch cần nghiên cứu cách thức tổ chức các loại hình du lịch đan xen nhằm đáp ứng nhu cầu tối đa của khách du lịch.

### ***1.1.2. Vai trò của du lịch trong nền kinh tế quốc dân***

Cùng với tiến trình phát triển không ngừng của đời sống vật chất và tinh thần của xã hội loài người, ngày nay du lịch đã trở thành một dạng hoạt động kinh tế - xã hội, một ngành kinh tế tổng hợp có vị trí rất quan trọng. Ở

đây, tôi đề cập đến vai trò của du lịch đối với nền kinh tế quốc dân trên các khía cạnh sau:

*Thứ nhất, du lịch tạo nguồn thu ngân sách và ngoại tệ*

Hoạt động du lịch có thể làm thay đổi cán cân thu chi của khu vực và của đất nước. Du khách quốc tế mang ngoại tệ vào đất nước mà họ đi du lịch, làm tăng nguồn thu ngoại tệ cho nước đến. Theo Tài liệu “*Chỉ số cạnh tranh Du lịch năm 2009*” (*Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI 2009*) do Diễn đàn kinh tế thế giới thì ngành du lịch và lữ hành chiếm khoảng 9,9% GDP, 10,9% xuất khẩu và 9,4% đầu tư của thế giới. Còn theo Báo cáo tóm tắt hoạt động du lịch của LHQ (World Tourism Organization - Tourism Highlights 2008) thì: “*Ngày nay, nguồn thu ngoại tệ xuất khẩu từ dịch vụ du lịch trên thế giới chỉ đứng sau nhiên liệu, hóa chất và ô tô*”. Năm 2008, doanh thu du lịch toàn cầu đạt 1.100 tỷ USD, hay khoảng 3 tỷ USD mỗi ngày<sup>3</sup>.

Du lịch có tác dụng điều hòa thu nhập từ vùng kinh tế phát triển sang vùng kém phát triển hơn, kích thích tăng trưởng kinh tế các quốc gia, địa phương còn nghèo, Đối với các nước đang phát triển thì ngành du lịch lại càng có vai trò quan trọng, như ông Lelei Lelaulu - Chủ tịch Đối tác quốc tế đã phát biểu tại Diễn đàn Du lịch thế giới vì hòa bình và phát triển bền vững năm 2006 tại Brazil: “*Du lịch là phương tiện chuyển giao của cải tự nguyện lớn nhất từ các nước giàu sang các nước nghèo... Khoản tiền do du khách mang lại cho các khu vực nghèo khổ trên thế giới còn lớn hơn viện trợ chính thức của các chính phủ*<sup>4</sup>. Du lịch tạo nguồn thu ngân sách cho các địa phương từ các khoản trích nộp ngân sách của các cơ sở du lịch trực thuộc quản lý trực tiếp của địa phương và từ các khoản thuế phải nộp của các doanh nghiệp du lịch kinh doanh

---

<sup>3,4</sup> Nguồn: <http://niemtin.free.fr/cnkhongkhoivn.htm>

trên địa bàn. Nhiều nước trong khu vực và trên thế giới trung bình mỗi năm thu hàng tỷ USD thông qua việc phát triển du lịch.

*Thứ hai, du lịch thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển*

Hoạt động kinh doanh du lịch đòi hỏi sự hỗ trợ liên ngành để cùng phát triển, chính vì vậy du lịch có quan hệ mật thiết với toàn bộ các hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội. Góp phần vào việc tăng trưởng kinh tế, ổn định giá cả, thăng bằng cán cân thanh toán, phân phối công bằng thu nhập quốc dân.

Theo Tổng thư ký Hiệp hội du lịch Liên Hợp Quốc (UN WTO)- ông Taleb Farid, ngành du lịch thế giới đã phục hồi và vượt trước thời điểm xảy ra khủng hoảng tài chính - tiền tệ 2008; 8 tháng đầu năm 2011, tổng số người đi du lịch trên toàn thế giới ước 642 triệu lượt người, tăng hơn 20 triệu lượt (7%) so với cùng kỳ 2010. Cả năm 2011, ngành du lịch tăng trưởng ước đạt 5-6%, trong đó khu vực Châu Á-Thái Bình Dương tăng 14%, Châu Mỹ tăng 8%, khu vực Caribe tuy khó khăn cũng tăng 3%<sup>5</sup>.

Ở nước ta, ngành du lịch phát triển là một động lực thúc đẩy quá trình sản xuất kinh doanh của nhiều ngành khác nhau trong nền kinh tế quốc dân như giao thông vận tải, xây dựng, bưu chính viễn thông, ngân hàng, sản xuất hàng tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ, thể thao, văn hóa - giải trí vv.... Ngoài ra, còn góp phần khôi phục nhiều ngành nghề, lễ hội truyền thống.

*Thứ ba, du lịch góp phần tạo việc làm, nâng cao đời sống cho người dân*

Du lịch là một ngành kinh tế góp phần tích cực giải quyết việc làm cho người lao động kể cả khu vực chính thức và phi chính thức của nền kinh tế. Do đặc trưng của ngành du lịch là ngành phục vụ, nhiều hoạt động không thể cơ giới hóa được, nên đòi hỏi nhiều lao động sống có kỹ năng, nghiệp vụ. Do vậy, phát triển du lịch sẽ tạo thêm nhiều chỗ làm mới và

---

<sup>5</sup> Theo <http://tamnhin.net/Viet-Nam-Xanh/14567/Du-lich-Dong-luc-thuc-day-kinh-te-the-gioi-.html>

tăng thu nhập cho người dân địa phương. Theo thống kê năm 2000, tổng số lao động trong các hoạt động liên quan đến du lịch chiếm 10,7% tổng số lao động toàn cầu và đến năm 2005 cứ 8 lao động thì có một người làm trong ngành du lịch. Các nguồn tài nguyên du lịch thường nằm ở các vùng xa xôi hẻo lánh, phát triển du lịch làm thay đổi bộ mặt kinh tế - xã hội ở vùng đó và đem lại nhiều công ăn việc làm cho người lao động, cải thiện đời sống vật chất và tinh thần cho người dân nơi đây.

*Thứ tư, tăng cường giao lưu quốc tế và hiểu biết giữa các dân tộc*

Ngày nay trong quá trình hội nhập với xu hướng toàn cầu hóa, sự giao lưu giữa các nước, đặc biệt thông qua con đường du lịch ngày càng phát triển, sẽ tạo điều kiện cho việc trao đổi hàng hóa cũng như các mối quan hệ đối ngoại được củng cố và mở rộng. Du lịch còn là chiếc cầu nối hòa bình giữa các dân tộc trên thế giới làm tăng thêm sự hiểu biết và xích lại gần nhau hơn.

### ***1.1.3. Thách thức của phát triển du lịch trong nền kinh tế thị trường***

Trong khi nhấn mạnh vai trò tích cực của phát triển du lịch chúng ta cũng không được quên rằng nếu phát triển du lịch không đúng cách có thể gây ra những tác động tiêu cực không mong muốn, thậm chí là mang lại những hậu quả khôn lường đối với đời sống kinh tế - xã hội. Chúng ta cần lưu ý một số biểu hiện tiêu cực dưới đây có thể phát sinh khi phát triển du lịch trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hiện nay:

*Phát triển du lịch một cách tự phát, không theo quy hoạch:* Xu hướng này sẽ dẫn đến tình trạng đầu tư phát triển du lịch dàn trải, tràn lan, không có trọng tâm, trọng điểm. Ở nước ta nói chung và ngay tại địa bàn Hà Nội thời gian vừa qua cũng có biểu hiện xu hướng này theo kiểu mạnh ai nấy làm, làm ăn chộp giật, cạnh tranh không lành mạnh. Tình trạng đó làm cho ngành du lịch thiếu tính chuyên nghiệp, hoạt động, kinh doanh kém hiệu quả.

*Phát triển du lịch không phù hợp và cân đối có thể làm gia tăng sự bất bình đẳng xã hội:* Một trong những biểu hiện rõ nhất nguy cơ này trong phát triển du lịch ở nước ta trong thời gian qua là việc xây dựng một số dự án, công trình du lịch lớn như sân golf, khu nghỉ dưỡng cao cấp... tốn rất nhiều diện tích, buộc chính quyền địa phương phải thu hồi đất của người dân để giao cho dự án, trong đó chủ yếu là đất canh tác. Đã có nhiều người dân mất đất, không còn phương tiện để sản xuất và lâm vào tình trạng không có việc làm, bị bần cùng hóa. Thực tế đã nảy sinh nhiều vấn đề, nhiều vụ kiện tụng đông người, phức tạp và kéo dài xung quanh vấn đề này. Có một sự thật trớ trêu là ở một tỉnh ven biển miền Trung nhiều người dân không còn cơ hội được tắm biển tự do như bao đời nay cha ông họ vẫn tắm bởi vì các bãi biển đã được quản lý bởi các doanh nghiệp, chủ đầu tư nắm quyền quản lý, khai thác. Không phải ai cũng có tiền vào những khu như thế, nhất là những người dân chân lấm tay bùn.

*Du lịch phát triển không đúng cách có thể tạo ra sự lai căng về văn hóa, lối sống, làm lu mờ giá trị, bản sắc dân tộc:* Mặt tích cực phát triển du lịch đem lại cơ hội giao thoa giữa các nền văn hóa nhưng bên cạnh đó nó cũng làm phát sinh xung đột về giá trị, bản sắc văn hóa, truyền thống dân tộc. Khách du lịch nước ngoài khi đến nước sở tại họ mang theo nguồn thu nhập đáng kể và những giá trị đặc sắc của các nền văn hóa trên thế giới nhưng đồng thời họ cũng vô tình hay hữu ý mang theo cả những quan niệm, ứng xử, lối sống không phù hợp với văn hóa nước sở tại cũng như không phù hợp với tiến bộ xã hội, thậm chí là *phản văn hóa*. Gần đây, một bộ phận thanh thiếu niên nước ta, nhất là ở các thành phố lớn – nơi thường xuyên có cơ hội giao lưu với du khách, có biểu hiện chạy theo lối sống lai căng, thực dụng, xa rời bản sắc, giá trị truyền thống từ trong trang phục, trang điểm, cách ăn mặc cho đến hành vi, ứng xử. Đơn cử như các biểu hiện như đua xe trái phép, sống gấp,



sống thử..vv... Xa hơn nữa, thiết nghĩ có lẽ phát triển du lịch không lành mạnh cũng là một trong những nguyên nhân làm cho “*một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức lối sống*”.

*Phát triển du lịch không đúng cách và thiếu bền vững sẽ tác hại đến môi trường văn hóa và môi trường tự nhiên:* Nếu các hoạt động kinh doanh du lịch chạy theo lợi nhuận, làm ăn chộp giật, chỉ tập trung khai thác mà không chú ý duy tu, tái tạo các công trình, cảnh quan thì sẽ sớm làm suy kiệt nguồn tài nguyên du lịch. Ngay cả trong trường hợp ý thức được điều này nhưng nhận thức và cách làm không đúng, cũng dẫn đến việc xâm hại các di tích, danh lam thắng cảnh. Chẳng hạn, việc tu bổ Chùa trăm gian ở huyện Chương Mỹ vừa qua là một ví dụ điển hình của hậu quả này: công trình khi được tu bổ đã bị thay đổi nhiều họa tiết hoa văn, kiến trúc, vật liệu, làm giảm đi giá trị văn hóa, tâm linh vốn có của nó.

*Phát triển du lịch không lành mạnh có thể làm phát sinh các tệ nạn xã hội:* Ma túy, mại dâm, cá độ, cờ bạc, rửa tiền và nhiều loại tội phạm, tệ nạn xã hội khác, là những “ngành nghề” ăn theo sự phát triển của du lịch nếu chúng ta buông lỏng sự quản lý nhà nước trên lĩnh vực này. Nhất là trong thời kỳ hội nhập và toàn cầu hóa thì các loại tội phạm quốc tế lợi dụng con đường du lịch để “nhập khẩu” vào nước ta.

## **1.2. Khái luận về Quản lý nhà nước và quản lý nhà nước về du lịch**

Quản lý nhà nước là một dạng , một phương thức hoạt động cơ bản của các nhà nước, dù là theo chính thể, chế độ nào đi nữa. Hoạt động quản lý nhà nước đã gắn liền với quá trình ra đời , tồn tại, phát triển và diệt vong của nhà nước. Muốn cho chức năng quản lý của nhà nước có hiệu lực, hiệu quả thì các thành tố, bộ phận của cơ quan nhà nước phải có sự phân công , phân nhiệm và phối hợp đồng bộ. Một trong những tiêu chí để phân công trong quản lý nhà nước đó là lĩnh vực được quản lý , chẳng hạn như quản lý nhà nước về tài

nguyên – môi trường, quản lý nhà nước về an ninh - trật tự an toàn xã hội , quản lý nhà nước về văn hóa – xã hội, quản lý nhà nước về du lịch... Việc nắm vững cơ sở lý luận của quản lý nhà nước nói chung , quản lý nhà nước về du lịch nói riêng sẽ giúp chúng ta đánh giá một cách khoa học đối với thực trạng công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thủ đô Hà Nội , trên cơ sở đó đưa ra những biện pháp phù hợp nhằm cải biến thực trạng đó theo hướng tích cực, ngày càng nâng cao hiệu lực, hiệu quả của công tác này.

### ***1.2.1. Một số vấn đề cơ bản về Quản lý nhà nước***

#### ***a. Khái niệm quản lý***

Quản lý là thuật ngữ khá phổ biến, xuất hiện từ rất sớm trong Ngôn ngữ học. Từ trước đến nay có rất nhiều cách giải thích thuật ngữ quản lý . Có quan niệm cho rằng quản lý có nghĩa là tác động có chủ đích , là điều hà nh, điều khiển, chỉ huy; lại có quan điểm cho rằng quản lý là cai trị , thống trị, lãnh đạo... Quan niệm chung nhất về quản lý được nhiều người chấp nhận do Ngành điều khiển học đưa ra như sau : Quản lý là sự tác động có định hướng lên bất kỳ một hệ thống nào đó nhằm trật tự hóa và hướng nó phát triển phù hợp với những quy luật nhất định . Quan niệm này vừa phù hợp với lĩnh vực kỹ thuật, vừa áp dụng được trong lĩnh vực xã hội.

Thông thường hiện nay , khi nói đến quản lý một cách chung nhất là người ta đề cập đến quản lý xã hội . Đó là sự tác động chỉ huy , điều khiển các quá trình xã hội và hành vi hoạt động của con người để chúng phát triển phù hợp với quy luật , nhằm đạt được mục đích đã đề ra và thực hiện theo ý chí của người quản lý. Quản lý xã hội được Mác coi là chức năng quản lý đặc biệt được sinh ra từ tính chất xã hội hoá lao động.

Như vậy, Quản lý là một hiện tượng, một hoạt động xã hội của con người. Quản lý trong xã hội nói chung là quá trình tổ chức, điều hành các hoạt

động, tác động đến đối tượng quản lý nhằm đạt được những mục tiêu và yêu cầu nhất định dựa trên những quy luật khách quan.

### *b. Khái niệm quản lý nhà nước*

Có nhiều cách hiểu về quản lý nhà nước . Theo nghĩa chung nhất, quản lý nhà nước vừa là chức năng, vừa là quyền hạn và nhiệm vụ của nhà nước, nó được hiểu là việc Nhà nước sử dụng quyền lực chung đã được thể chế hóa tác động thường xuyên và liên tục đến các quá trình, lĩnh vực hay quan hệ xã hội nhằm đạt được mục đích quản lý.

Chúng ta có thể định nghĩa quản lý nhà nước theo hai bình diện:

- *Theo nghĩa rộng*: Quản lý nhà nước là hoạt động tổ chức, điều hành của hệ thống các cơ quan trong bộ máy nhà nước, nghĩa là bao hàm cả sự tác động, tổ chức của quyền lực nhà nước trên các phương diện lập pháp, hành pháp và tư pháp.

- *Theo nghĩa hẹp*: Quản lý nhà nước được hiểu là hoạt động chấp hành và điều hành của các cơ quan hành chính nhà nước, đó là quá trình tổ chức, điều hành của hệ thống cơ quan hành chính nhà nước đối với các quá trình xã hội và hành vi của con người theo pháp luật nhằm đạt được những mục tiêu yêu cầu nhiệm vụ quản lý nhà nước.

Trong Luận văn này , chúng ta sẽ sử dụng khái niệm quản lý nhà nước theo cả hai nghĩa rộng và hẹp , tùy theo từng vấn đề, phạm vi, góc độ tiếp cận khác nhau để chúng ta xem xét, lý giải vấn đề.

### *c. Các thành tố trong quản lý nhà nước*

Có 3 thành tố chính trong quản lý nhà nước đó là:

- *Chủ thể quản lý là nhà nước* : Nhà nước là chủ thể duy nhất trong quản lý nhà nước. Chỉ có nhà nước mới có đầy đủ các quyền và khả năng thực hiện quản lý toàn bộ hệ thống xã hội . Nhà nước quản lý xã hội bằng các phương pháp giáo dục, thuyết phục và cưỡng chế, thông qua việc sử dụng hệ

thống pháp luật và các công cụ quản lý khác. Nhà nước thực hiện quản lý nhà nước thông qua các cơ quan có thẩm quyền trong bộ máy của mình hoặc các cơ quan, tổ chức, cá nhân được ủy quyền, ủy nhiệm đại diện cho mình.

- *Đối tượng (khách thể) quản lý nhà nước*: là toàn bộ con người và quá trình xã hội. Mọi lĩnh vực hoạt động của đời sống xã hội đòi hỏi đều phải có sự quản lý nhất quán của nhà nước để duy trì trật tự chung, nhằm bảo đảm lợi ích mọi cá nhân, tổ chức cũng như lợi ích chung của toàn xã hội.

- *Mục đích quản lý nhà nước*: là kết quả, cái đích cần phải đạt tới tại một thời điểm nhất định do chủ thể quản lý đề ra. Đây là căn cứ để chủ thể quản lý nhà nước thực hiện các tác động quản lý cũng như lựa chọn các hình thức, phương pháp thích hợp.

#### *d. Bản chất và phương pháp quản lý nhà nước*

Dù được hiểu theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp, bản chất của quản lý nhà nước đó chính là tính quyền lực xã hội đã được thể chế hóa. Đó là sự tác động của các cơ quan có thẩm quyền, đại diện cho nhà nước đến đối tượng quản lý và các quan hệ xã hội thông qua phương pháp chủ yếu là thuyết phục và cưỡng chế. Tính quyền lực nhà nước được thể hiện rõ nhất trong trường hợp nếu các tổ chức, cá nhân không tự giác, tự nguyện tuân thủ thì hiệu lực, hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước sẽ được đảm bảo thực hiện bằng sức mạnh cưỡng chế. Đây là đặc trưng cơ bản cho phép phân biệt quản lý nhà nước với các hoạt động quản lý xã hội thông thường khác không phải là quản lý nhà nước.

#### **1.2.2. Quản lý nhà nước về du lịch**

##### *a. Khái niệm Quản lý nhà nước về du lịch*

Xuất phát từ lý luận chung về quản lý nhà nước như trên, chúng ta có thể hiểu Quản lý nhà nước về du lịch là *sự tác động có tổ chức và điều chỉnh liên tục bằng quyền lực công cộng chủ yếu thông qua pháp luật dựa trên nền*

*tăng của thể chế chính trị nhất định đối với các quá trình, các hoạt động du lịch nhằm đạt được hiệu quả và mục tiêu kinh tế - xã hội do nhà nước đặt ra.*

Dưới góc độ hành chính - kinh tế, quản lý nhà nước về du lịch được hiểu là hoạt động, là quá trình chỉ đạo, điều hành, điều chỉnh các mối quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực kinh doanh du lịch bằng việc thông qua hệ thống pháp luật, các chủ thể quản lý nhà nước (các cơ quan có thẩm quyền) tác động tới các đối tượng quản lý trong quá trình kinh doanh hoạt động du lịch nhằm định hướng cho hoạt động du lịch vận động, phát triển theo mục tiêu kinh tế - xã hội do nhà nước đặt ra.

Như vậy, chúng ta có thể hình dung trong quản lý nhà nước về du lịch có các thành tố sau đây:

- *Chủ thể quản lý*: Là các cơ quan đại diện của Nhà nước hoặc được Nhà nước trao quyền, ủy quyền, đây là các chủ thể duy nhất trong quản lý nhà nước

- *Đối tượng (khách thể) quản lý*: là các hoạt động, quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực du lịch.

- *Mục đích quản lý nhà nước về du lịch*: Đảm bảo ngành du lịch phát triển theo một trật tự chung, nhằm bảo đảm lợi ích mọi cá nhân, tổ chức cũng như lợi ích chung của toàn xã hội.

- *Công cụ quản lý*: Các cơ quan, tổ chức có thẩm quyền thực hiện quản lý ngành du lịch bằng hệ thống các quy định của pháp luật và các công cụ quản lý khác như chính sách, chiến lược, kế hoạch phát triển du lịch...

#### *b. Sự cần thiết của quản lý nhà nước về du lịch*

Từ khi nhà nước ra đời với tư cách là một công cụ quyền lực chung để duy trì trật tự xã hội thì bất cứ lĩnh vực nào của đời sống xã hội đều phải được quản lý bởi Nhà nước. Du lịch là một hiện tượng, một dạng hay lĩnh vực, ngành kinh tế - xã hội tổng hợp bởi vậy nó ngày càng đòi hỏi có sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước.

Sự quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch là đòi hỏi khách quan, cần thiết bởi những lý do sau:

*Một là:* Chính sách, pháp luật của Nhà nước tạo dựng môi trường thuận lợi và an toàn để du lịch phát triển nhanh và hiệu quả hơn. Mặt khác, ngoài chính sách, pháp luật, nhà nước còn có nhiều công cụ để điều tiết quá trình phát triển của du lịch như thuế, phí, giá cả, tiền tệ, thông tin...

*Hai là:* Bất cứ một ngành kinh tế nào cũng không thể phát triển độc lập, hơn thế nữa, du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, bản thân nó muốn phát triển phải có sự phối hợp đồng bộ với các ngành kinh tế khác. Do đó, rất cần thiết phải có sự điều tiết của nhà nước nhằm đảm bảo phát triển ngành du lịch phù hợp với định hướng và yêu cầu phát triển tổng thể nền kinh tế quốc dân.

*Ba là:* Sự quản lý của nhà nước nhằm hạn chế những yếu tố tiêu cực có thể phát sinh từ hoạt động du lịch: duy tu, bảo tồn các công trình văn hóa; chống suy thoái môi trường, cạn kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên; xử lý các vi phạm pháp luật trong hoạt động, kinh doanh du lịch... Đó là những vấn đề mà không một chủ thể nào của nền kinh tế muốn làm và có thể làm được như nhà nước.

### *c. Mục đích và các nội dung chủ yếu của quản lý nhà nước về du lịch*

Mục đích tổng quát nhất của công tác quản lý nhà nước về du lịch là phát triển du lịch bền vững, góp phần quan trọng vào giá trị tổng sản phẩm xã hội, tạo việc làm và thực hiện các mục tiêu về phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia và địa phương.

Để đạt được mục đích trên, công tác quản lý nhà nước về du lịch phải được triển khai đầy đủ các nội dung sau:

#### *- Quản lý nhà nước về định hướng, chiến lược phát triển du lịch*

Nội dung này bao gồm việc đề ra và ban hành các quan điểm, chủ trương, chính sách vĩ mô; các mục tiêu tổng quát, chương trình, kế hoạch phát

triển du lịch dài hạn; xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật về du lịch, quy hoạch và tổ chức thực hiện quy hoạch...

*- Quản lý nhà nước đối với các cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch*

Cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch là các doanh nghiệp, tập thể, tổ chức, cá nhân, hộ gia đình tham gia thị trường du lịch nhằm thu lợi. Các cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch vừa là chủ thể phát triển du lịch vừa là đối tượng quản lý của nhà nước về du lịch bởi vậy đòi hỏi họ phải có đăng ký kinh doanh và làm các nghĩa vụ đối với nhà nước, xã hội. Việc quản lý các cơ sở này là tất yếu khách quan nhằm duy trì trật tự, kỷ cương pháp luật, tạo ra sân chơi bình đẳng về quyền và nghĩa vụ của mọi cá nhân, tổ chức trong lĩnh vực kinh doanh du lịch.

*- Quản lý nhà nước đối với luồng khách và hoạt động của khách du lịch*

Khách du lịch cũng là đối tượng cần được quản lý chặt chẽ. Việc quản lý khách du lịch có hai góc độ. Góc độ thứ nhất nhằm thống kê, nắm bắt tình hình phát triển thị trường du lịch, phân tích dự báo thị trường để có giải pháp thu hút khách, khai thác thị trường phục vụ mục đích tăng trưởng du lịch. Góc độ thứ hai, quản lý các hoạt động của khách du lịch nhằm nắm bắt nhu cầu, thái độ và đánh giá, phân khúc thị trường du khách nhằm phục vụ tốt nhất cho từng nhóm đối tượng, đáp ứng nhu cầu phong phú, đa dạng của du khách. Hơn thế nữa, quản lý tốt hoạt động của du khách cũng là để phòng chống các hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực du lịch.

*- Quản lý nhà nước đối với các tuyến, các điểm du lịch*

Các điểm, tuyến du lịch chính là điểm đến, là nơi thu hút và thỏa mãn nhu cầu của khách. Bởi vậy quản lý tốt các tuyến, điểm du lịch có ý nghĩa rất quan trọng nhằm tạo và duy trì các luồng khách đến với du lịch. Quản lý các tuyến, điểm du lịch là nội dung mang tính phức hợp trong quản lý nhà nước về du lịch ở một địa danh, một công trình hay một chuỗi các địa danh, công

trình du lịch nào đó bao gồm đầy đủ các nội dung quy hoạch và thực hiện quy hoạch, quản lý luồng khách và hoạt động của khách, quản lý các đơn vị, cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch, quản lý an ninh – trật tự...

*- Quản lý nhà nước đối với các ngành, các cơ quan có thẩm quyền và liên quan đến du lịch*

Các ngành, cơ quan có thẩm quyền và liên quan đến du lịch vừa là chủ thể vừa là đối tượng của quản lý nhà nước. Mỗi một ngành, cơ quan phụ trách từng mảng, nội dung quản lý nhà nước khác nhau, có nhiều mối quan hệ ngang và dọc, cùng phối hợp, hỗ trợ đồng thời kiểm soát và chế ước lẫn nhau. Việc quản lý tốt các cơ quan này nhằm phát huy tốt chức trách, nhiệm vụ của họ và tránh tình trạng lạm quyền, hạn chế các tiêu cực phát sinh trong quản lý nhà nước về du lịch.

*- Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực cho ngành du lịch*

Đây cũng là nội dung không thể thiếu trong quản lý nhà nước về du lịch. Du lịch ngày càng phát triển đòi hỏi chất lượng, hiệu quả của nguồn nhân lực cho du lịch ngày càng phải được nâng cao. Các hoạt động dạy nghề, đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, kỹ năng, ngoại ngữ...vv... cho đội ngũ tham gia vào thị trường du lịch cũng như quản lý du lịch ngày càng nở rộ và yêu cầu phải được quản lý một cách thống nhất, chuẩn hóa.

### ***1.3. Những nhân tố tác động tới Quản lý, phát triển ngành du lịch trên địa bàn Thủ đô***

Du lịch vốn dĩ là một ngành kinh tế rất nhạy cảm, nó chịu sự tác động và chi phối bởi rất nhiều yếu tố khác nhau, từ điều kiện tự nhiên, khí hậu, môi trường, dịch bệnh cho đến kinh tế - xã hội, an ninh - chính trị, chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước. Để có thể đưa ra những định hướng, chiến lược và giải pháp đúng đắn, hiệu quả nhằm phát triển ngành du lịch của Thủ đô trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn, chúng ta cần tìm hiểu và đánh giá xác đáng vai trò



của các nhân tố ảnh hưởng Có thể nhìn nhận hai nhóm nhân tố cơ bản dưới đây tác động đến sự quản lý và phát triển du lịch trên địa bàn Hà Nội.

### ***1.3.1. Nhóm nhân tố chủ quan bên trong Quản lý nhà nước***

*a. Các nhân tố liên quan đến chính sách, kỹ năng quản trị của chính quyền các cấp của Thành phố*

- *Các quy định của pháp luật về quản lý ngành du lịch trên phạm vi cả nước cũng như trên địa bàn Thủ đô Hà Nội:* Các văn bản pháp luật chính là cơ sở pháp lý tạo hành lang an toàn, quy chuẩn cho các hoạt động và kinh doanh du lịch. Chính quyền các cấp của Thành phố cần chú trọng ban hành các văn bản quy phạm pháp luật, nhất là các văn bản mang tính pháp lý – hành chính để cụ thể hóa và triển khai thực hiện các chủ trương, quan điểm chỉ đạo, chính sách và pháp luật của Đảng và Nhà nước trên địa bàn Thủ đô phù hợp với điều kiện và đặc điểm của địa phương. Thông qua đó, đảm bảo quá trình gắn kết lợi ích giữa nhà nước và nhân dân; vừa nhằm đạt được các mục tiêu của nhà nước vừa thực hiện ý chí, nguyện vọng của nhân dân.

- *Định hướng, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô:* Thông qua việc xây dựng, ban hành và tổ chức thực hiện các định hướng, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội sẽ huy động các nguồn lực hiện có của địa phương và sự hỗ trợ từ trung ương vào việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội nói chung và ngành du lịch Thủ đô nói riêng.

- *Chính sách thuế, giá của các cơ quan quản lý du lịch ở Trung ương và các cấp của Thành phố cũng như của các tổ chức kinh doanh du lịch:* Đây được coi là các công cụ mang tính chất đòn bẩy, có thể kích thích hoặc kìm hãm sự phát triển của ngành du lịch. Chẳng hạn chính sách giảm giá các dịch vụ - hàng hóa phục vụ du lịch trước và sau thời vụ du lịch chính, hoặc dùng các hình thức khuyến mãi để kéo dài thời gian, thời vụ du lịch.

- *Vai trò, năng lực, hiệu lực, hiệu quả của chính quyền địa phương các cấp của Thành phố trong việc quản lý chung cũng như quản lý ngành du lịch:* Vấn đề bảo đảm an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội ở địa phương; khả năng tổ chức quản lý và khai thác, sử dụng các nguồn lực phát triển kinh tế, xã hội, du lịch của Thủ đô; khả năng tổ chức cung cấp các dịch vụ công (cả dịch vụ hành chính công và dịch vụ công cộng) để đáp ứng yêu cầu của quản lý nhà nước trên địa bàn và nhu cầu của công dân và tổ chức; tính chủ động trong việc hỗ trợ xúc tiến đầu tư phát triển thị trường du lịch.

- *Nguồn vốn đầu tư phát triển du lịch:* Vốn là một trong những nguồn lực rất quan trọng để ngành du lịch Thủ đô có sức phát triển. Cần có chính sách hỗ trợ vay vốn và đổi mới về cơ chế cho vay để tăng khả năng tiếp cận vốn vay của tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh du lịch, tạo ra một môi trường bình đẳng trong tiếp cận tín dụng mà không phân biệt thành phần sở hữu; xem xét sử dụng một số biện pháp kỹ thuật để tăng nguồn vốn cho ngành kinh tế này; nhân rộng mô hình và hiệu quả hoạt động của các Quỹ bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trong ngành du lịch trên địa bàn Thành phố nhằm cải thiện khả năng tiếp cận tốt hơn tới nguồn vốn tín dụng từ hệ thống ngân hàng thương mại; triển khai các hoạt động hỗ trợ các hộ kinh doanh du lịch trong việc đa dạng hóa kênh huy động vốn. Khuyến khích các ngân hàng và quỹ tín dụng cho các hộ kinh doanh du lịch vay vốn và bảo đảm tín chấp cho hoạt động vay vốn.

- *Nguồn nhân lực quản lý và lao động trong ngành du lịch:* Trước hết là yếu tố năng lực, phẩm chất đội ngũ cán bộ, công chức địa phương làm công tác quản lý hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, sự phát triển của ngành du lịch Thủ đô còn phụ thuộc rất nhiều vào nhận thức, văn hóa – lối sống, trình độ, kỹ năng của đội ngũ lao động trực tiếp tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ du lịch. Muốn có đội ngũ cán bộ quản lý và nguồn lao động du

lịch có chất lượng cao, phải chú trọng công tác tuyên truyền, giáo dục, đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực.

*b. Các nhân tố mang tính tổ chức- kỹ thuật*

- *Cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội*: Việc đầu tư xây dựng, phát triển cơ sở hạ tầng, kết cấu vật chất – kỹ thuật có vai trò hết sức quan trọng, tạo đà phát triển kinh tế - xã hội nói chung cũng như phát triển ngành du lịch nói riêng. Điều này càng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với Hà Nội, Thủ đô của cả nước. Các công trình giao thông, công sở, chung cư, cao ốc văn phòng, điện, nước, cơ sở vật chất – dịch vụ tại các địa điểm du lịch... có tác động mạnh mẽ đến việc thúc đẩy du lịch phát triển, làm thỏa mãn hay không thỏa mãn nhu cầu của du khách.

- *Cơ cấu của cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch và cách thức tổ chức hoạt động trong các cơ sở du lịch*: Các yếu tố này ảnh hưởng đến việc phân bố nhu cầu của khách du lịch theo thời gian. Chẳng hạn việc xây dựng các khách sạn có hội trường, bể bơi, sân tennis, các trung tâm nghỉ dưỡng, chữa bệnh... tạo điều kiện cho các cơ sở này hoạt động quanh năm thay vì chỉ hoạt động trong một vài tháng nhất định.

- *Khả năng tổ chức các hoạt động du lịch hợp lý*: Việc phân bố hợp lý các hoạt động vui chơi, giải trí, tổ chức hoạt động cho du khách có thể khắc phục sự ảnh hưởng của những nhân tố khách quan tác động đến thời vụ du lịch.

- *Các hoạt động tuyên truyền, quảng bá*: Các hoạt động này tác động mạnh mẽ đến sự thu hút, phân bố luồng khách du lịch, giúp cho khách du lịch nắm được các thông tin về điểm du lịch để họ sắp xếp kế hoạch đi du lịch một cách hợp lý.

**1.3.2. Nhóm nhân tố khách quan trong Quản lý nhà nước**

*a. Các nhân tố tự nhiên*

- *Điều kiện về tài nguyên du lịch*: Những quốc gia, địa danh có nguồn tài nguyên thiên nhiên ưu đãi cho phát triển du lịch như rừng, núi, sông, biển

hoặc các danh lam thắng cảnh phong phú sẽ làm tăng cường độ phát triển ngành du lịch. Hà Nội không có biển sẽ là một hạn chế lớn đối với việc thu hút khách du lịch. Tuy nhiên, bù lại, Hà Nội có hệ thống các danh lam, thắng cảnh tự nhiên rất phong phú, nhất là từ khi sáp nhập Hà Tây vào Hà Nội.

- *Thời tiết – khí hậu*: Thời tiết -khí hậu là nhân tố có ý nghĩa quan trọng trong việc hình thành tính thời vụ du lịch. Nó tác động mạnh lên cả cung và cầu du lịch trên địa bàn. Sự ảnh hưởng của thời tiết gây ra có thể mở rộng, hoặc thu hẹp lại, tùy thuộc vào đòi hỏi của khách du lịch và tiêu chuẩn của họ khi sử dụng tài nguyên du lịch.

Thời tiết – khí hậu có khả năng ảnh hưởng lớn đến các địa phương, ngành du lịch dựa nhiều vào yếu tố tài nguyên thiên nhiên như nghỉ mát, tắm biển, nghỉ núi... Đối với Hà Nội, xét về mặt cung, khả năng ảnh hưởng của thời tiết là không lớn bởi vì thế mạnh của Thủ đô là các các loại hình du lịch chữa bệnh, du lịch văn hóa, du lịch công vụ. Nhưng xét về mặt cầu thì mức độ ảnh hưởng của thời tiết – khí hậu rất rõ. Chẳng hạn, về mùa hè, một lượng lớn du khách trong và ngoài nước sẽ không chọn Hà Nội mà họ sẽ chọn đi đến các địa phương có biển như Đồ Sơn - Hải Phòng, Vịnh Hạ Long – Quảng Ninh, Sầm Sơn - Thanh Hóa, Cửa Lò – Nghệ An, Nha Trang – Khánh Hoà, Đà Nẵng...

*b. Các nhân tố kinh tế - xã hội, văn hóa - tâm lý*

- *Thu nhập*: Đây là yếu tố quan trọng có ảnh hưởng quyết định tới nhu cầu đi du lịch, có thu nhập thì mới có điều kiện hưởng thụ cuộc sống bằng các chuyến đi du lịch. Thu nhập của người dân càng cao thì nhu cầu đi du lịch càng nhiều. Do đó, ở các nước có nền kinh tế phát triển, thu nhập bình quân đầu người cao thì người dân đi du lịch nhiều hơn ở các nước nghèo.

- *Sự thay đổi tỉ giá hối đoái*: Đây cũng là nhân tố tác động khá lớn đến nhu cầu của khách du lịch. Chẳng hạn đồng tiền quốc gia nơi đến bị mất giá

so với đồng tiền có khả năng chuyển đổi cao như USD, EURO... thì sẽ làm tăng nhu cầu du lịch và ngược lại.

- *Thời gian nhàn rỗi*: Không phải ai có thu nhập cao cũng có thể đi du lịch, người muốn đi du lịch không chỉ có điều kiện về tiền bạc mà còn phải có điều kiện về thời gian. Thời gian nhàn rỗi là nhân tố ảnh hưởng đến sự phân bố không đều của nhu cầu du lịch, con người chỉ có thể đi du lịch vào thời gian nhất định trong năm. Tác động của thời gian nhàn rỗi lên tính thời vụ trong du lịch phải nói đến hai đối tượng chính trong xã hội. Các yếu tố như thời gian nghỉ phép năm của cán bộ, công chức, người làm công ăn lương và thời gian nghỉ của các trường học có ảnh hưởng trực tiếp đến lượng khách du lịch theo thời điểm.

Đối với những người hưu trí, số lượng của đối tượng này ngày càng tăng do tuổi thọ trung bình tăng, thời gian của họ có thể đi du lịch bất kỳ lúc nào nếu có đủ điều kiện kinh tế, đây là lực lượng du khách làm giảm bớt cường độ mùa du lịch chính.

- *Phong tục - tập quán*: Đây là những thói quen, sinh hoạt văn hóa, tinh thần diễn ra thường xuyên, lâu dài, được hình thành dưới tác động của các điều kiện kinh tế – xã hội. Theo thời gian, các điều kiện kinh tế - xã hội thay đổi sẽ hình thành nên các thói quen, nét văn hóa mới nhưng không thể xóa bỏ ngay những giá trị tốt đẹp trong các phong tục, tập quán truyền thống. Chẳng hạn, ở miền Bắc nước ta nói chung, Hà Nội nói riêng, các lễ hội chủ yếu và nở rộ vào mùa xuân, chẳng hạn như lễ hội Chùa Hương, Chùa Thầy, Đền Hùng, Hội Lim... thường diễn ra từ tháng Giêng đến tháng Ba âm lịch.

- *Dịch bệnh*: Dịch bệnh xảy ra cũng là yếu tố trực tiếp làm giảm lượng khách đi du lịch, nhất là những dịch bệnh có nguy cơ dễ lây lan như H1N1, H1N5, Sars... Hà Nội là địa bàn có nguy cơ lây lan bệnh tật rất cao do lượng

người trong và ngoài nước thường xuyên lui tới , cùng với hệ thống bệnh viện tuyến trên thu hút một lượng lớn bệnh nhân đổ về khám chữa bệnh hàng ngày

Như vậy, có hàng loạt các nhân tố ảnh hưởng và chi phối sự phát triển đối với ngành du lịch trên địa bàn Hà Nội. Mỗi nhân tố có mức độ tác động khác nhau nhưng chúng không tác động một cách đơn lẻ mà có sự liên kết, có thể vừa thúc đẩy, vừa chế ngự lẫn nhau. Chẳng hạn, tác động của yếu tố thời tiết - khí hậu sẽ giảm nếu chúng ta có cơ cấu của cơ sở vật chất - kỹ thuật thích hợp; yếu tố điều kiện tài nguyên có phát huy được hay không phụ thuộc phần lớn vào chính sách quản lý, khai thác và sử dụng tài nguyên đó và ý thức tôn trọng, bảo tồn tài nguyên của người làm du lịch cũng như du khách.

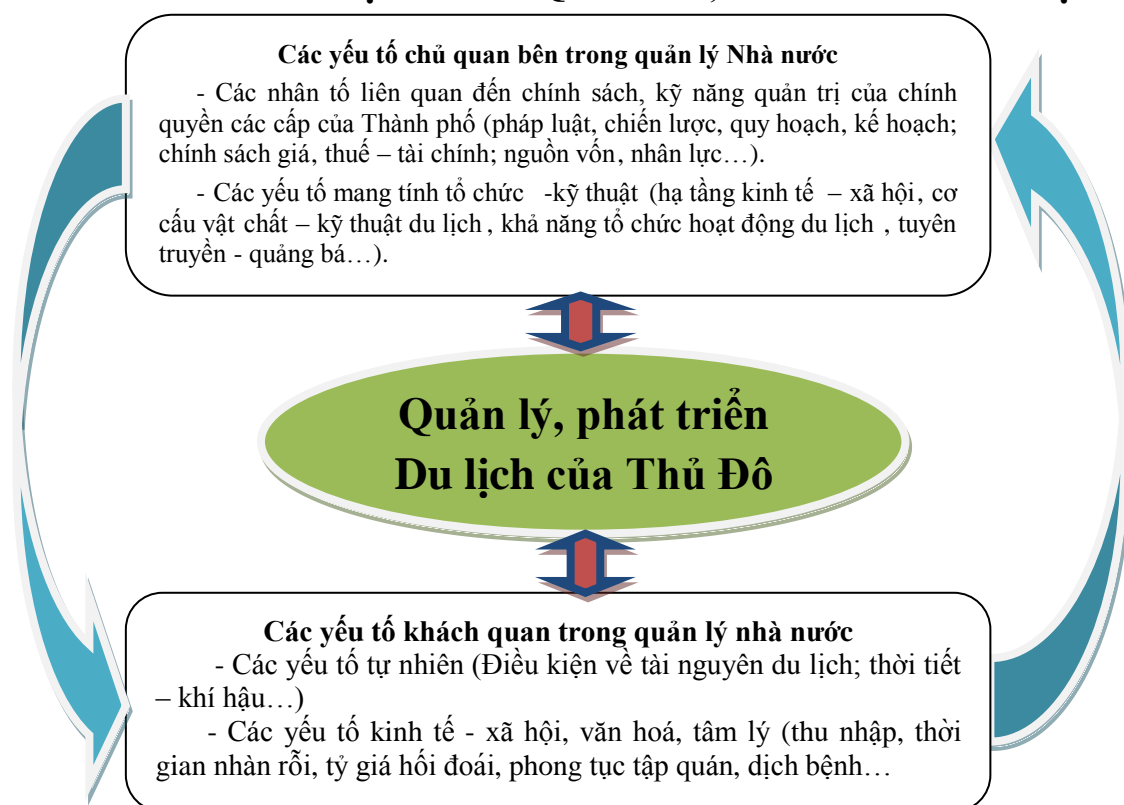
Tuy nhiên, tùy từng thời điểm, có yếu tố nổi lên, có yếu tố lắng xuống với mức độ tác động khác nhau. Trong xã hội ngày càng phát triển, du lịch cũng như bất cứ ngành kinh tế nào khác, không thể trông chờ nhiều vào các yếu tố tự nhiên, khách quan mà đòi hỏi phải nâng cao vai trò nhân tố chủ quan, nhân tố con người để tăng hàm lượng chất xám, giá trị gia tăng trong sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, nâng cao hiệu quả, giá trị của ngành, nền kinh tế. Những thành công trong phát triển du lịch ở một đất nước không nhiều tài nguyên thiên nhiên và lợi thế du lịch như Singapore là một ví dụ điển hình. Ở nước ta, và có lẽ cũng như ở Hà Nội hiện nay, vấn đề chính sách, xây dựng chiến lược, quy hoạch đang là các yếu tố cấp thiết trong quản lý, phát triển nói chung, ngành du lịch nói riêng. Theo nhận định, đánh giá của nhiều học giả, các tổ chức nghiên cứu phát triển thì Việt Nam tồn tại nhiều vấn đề về chính sách, chiến lược dù đã có bước tiến dài trong cải thiện môi trường đầu tư từ một xuất phát điểm thấp. Chẳng hạn, quy trình hoạch định cũng như khâu tổ chức thực hiện chính sách, chiến lược, quy hoạch Việt Nam hiện đang có vấn đề như sự chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ, thiếu sự phân công, phân nhiệm rõ ràng giữa các bộ, ngành, giữa trung ương với địa phương; ít lấy ý kiến tham gia của doanh nghiệp; quy hoạch dàn trải, thiếu tính khả thi.

Mặc dù mỗi yếu tố có mức độ tác động khác nhau, ở những thời điểm khác nhau đối với ngành du lịch nhưng nhìn chung chúng có các mối liên hệ

và ràng buộc qua lại thường xuyên , liên tục . Vì vậy, một mặt chúng ta cần hiểu rõ vai trò của từng yếu tố trong từng điều kiện , thời điểm nhất định , mặt khác phải thấy rõ mối liên hệ hữu cơ giữa các yếu tố để từ đó định hướng và tạo động lực thúc đẩy ngành du lịch của Thủ Đô không ngừng phát triển.

Chúng ta có thể hình dung sự tác động qua lại giữa hai nhóm yếu tố này đến việc quản lý, phát triển du lịch của Thủ đô Hà Nội qua sơ đồ dưới đây:

### **CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUẢN LÝ, PHÁT TRIỂN DU LỊCH**



#### **1.4. Kinh nghiệm Quản lý nhà nước về du lịch trong và ngoài nước, một số bài học cho công tác Quản lý du lịch của Hà Nội**

##### **1.4.1. Kinh nghiệm Quản lý nhà nước về du lịch ở một số quốc gia và Thành phố trên thế giới**

Mỗi nước, mỗi địa danh có những lợi thế nhất định và những chính sách, cung cách khác nhau trong quản lý, phát triển du lịch. Một số quốc gia, nhất là trong khu vực lân cận, có xuất phát điểm và điều kiện tương tự nước ta, nhưng nhờ có chính sách đầu tư, cơ chế quản lý và những biện pháp phát

triển du lịch thích hợp, đã đưa ngành du lịch phát triển rất hiệu quả. Chúng ta có thể tham khảo kinh nghiệm của một số nước và thành phố sau đây:

### **\* Thái Lan và Thủ đô Bangkok**

Đây là nước có ngành du lịch tăng trưởng mạnh và rất thành công ở châu Á. Ngành du lịch thu được nguồn ngoại tệ chủ yếu và cao hơn các ngành sản xuất khác của Thái Lan. Hàng năm, Thái Lan đón một lượng khách du lịch quốc tế trên 10 triệu lượt người. Từ năm 2005 đến nay, Chính phủ Thái Lan đẩy mạnh đầu tư vào ngành công nghiệp không khói này với kết quả đón 13 triệu khách quốc tế, đem về 409 tỷ baht (khoảng 10 tỷ USD vào năm 2005 và 20 triệu khách quốc tế vào năm 2008). Năm 2012, lượng khách quốc tế đến Thái Lan tăng 14,4% lên tới 22 triệu người, giúp doanh thu tăng 24,3% lên 965 tỷ baht (31,6 tỷ USD). Năm 2013, đạt 26,7 triệu khách quốc tế và thu nhập của ngành du lịch chiếm khoảng 9% tổng sản phẩm giá trị quốc nội (GDP) của nước này.

Về tổ chức bộ máy, Cơ quan Du lịch Quốc gia Thái Lan (TAT) là cơ quan quản lý nhà nước cao nhất về du lịch, có trách nhiệm xúc tiến và phát triển du lịch Thái Lan. TAT hoạt động rất hiệu quả bởi có chiến lược nghiên cứu thị trường và xúc tiến quảng bá từ đó đưa ra định hướng và những giải pháp cụ thể cho các doanh nghiệp thực hiện. TAT luôn phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành có liên quan đến du lịch để chỉ đạo triển khai các hoạt động du lịch của các doanh nghiệp; từ đó, thường xuyên đề xuất, trình Chính phủ phê duyệt các chính sách, chiến lược cho đến các chiến dịch, chương trình xúc tiến quảng bá từng thị trường khách, trong từng giai đoạn nhất định.

Một trong những biện pháp hiệu quả đã giúp ngành Du lịch Thái Lan mang lại lợi nhuận cao nhất cho quốc gia này là các chiến dịch quảng bá và xúc tiến đa dạng các hoạt động du lịch như: Năm 1982 là Rattanakosin Bicentennial; 1987 và năm 1992 đều có chủ đề là Năm Du lịch Thái Lan ; hai



năm liền 1998 - 1999 là Chiến dịch Amazing Thailand... Chính nhờ đó mà năm 1997, khi Thái Lan sa vào cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu thì ngành du lịch vẫn giữ vai trò chủ đạo góp phần đưa nền kinh tế Thái Lan từ chỗ thâm hụt, giảm sút đến mức ổn định và sớm tăng trưởng trở lại.

Thời gian đầu, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Thái Lan về du lịch quá tập trung vào tăng trưởng mà xem nhẹ các yếu tố bền vững, do đó đi đôi với sự bùng nổ du lịch là những hệ lụy của sự tăng trưởng nóng như suy thoái môi trường lại tăng. Từ năm 2000, Chính phủ Thái Lan đã nhận thức ra điều đó và chuyển mục tiêu phát triển du lịch bền vững, tập trung vào việc nâng cao phân đóng góp tăng trưởng kinh tế của đất nước, bảo vệ môi trường bằng hàng loạt các chính sách như:

- Khôi phục và giữ gìn các tài nguyên du lịch, bảo vệ môi trường, văn hóa nghệ thuật thông qua việc ưu tiên phát triển du lịch bền vững.

- Thúc đẩy hợp tác giữa khu vực nhà nước và tư nhân, phối hợp với cộng đồng địa phương trong quá trình khai thác, phát triển và quản lý tài nguyên du lịch.

- Hỗ trợ phát triển các đối tượng cung cấp dịch vụ cho du khách thông qua việc áp dụng các tiến bộ về khoa học, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ thông tin.

- Tăng cường hợp tác với các nước láng giềng, phối hợp xúc tiến, quảng bá phát triển các hệ thống thông tin liên lạc, mạng lưới giao thông và các tiện ích phục vụ du lịch.

- Khuyến khích phát triển nguồn nhân lực, tăng cường đào tạo đội ngũ cán bộ du lịch cả về số lượng và chất lượng; thực hiện nghiêm túc các quy định trong việc đảm bảo an ninh du khách và môi trường kinh doanh lành mạnh cho các doanh nghiệp du lịch.

- Quan tâm đồng bộ các vấn đề liên quan đến du lịch như Hàng không, giao thông đường bộ, du lịch đường biển; thủ tục visa, tôn tạo cảnh quan, môi trường du lịch...

Bangkok là một trong những thành phố đi đầu trong ngành du lịch Thái. Có thể đúc kết một số bài học kinh nghiệm hành công dưới đây trong cách làm du lịch của Thái Lan cũng như của thủ đô Bangkok

- Đầu tư mạnh vào cơ sở vật chất.

- Luôn luôn hướng tới các tiêu chuẩn quốc tế, từ chính quyền, tổ chức du lịch chuyên nghiệp đến mỗi người dân đều có ý thức rất cao trong việc phát triển du lịch mang tầm quốc tế.

- Phát triển du lịch đường sông. Bangkok là một trong những thành phố tận dụng tốt nhất tài nguyên sông nước của mình. Con sông Chao Phraya trở thành một đường giao thông dành cho người dân đi lại, chuyên chở trong thành phố. Dòng sông cũng được tận dụng trong nhiều tour du lịch khám phá thành phố, mang lại nhiều lợi nhuận cho Thái Lan.

- Khách hàng thật sự là Thượng đế. Người ta nói Thái Lan là “đất nước của những nụ cười”. Du khách đến Thái Lan luôn được chào đón niềm nở.

- Phát triển ẩm thực đường phố. Không chỉ nhà hàng, quán ăn xa hoa mới mang lại nguồn lợi nhuận. Ở Bangkok, văn hóa ẩm thực đường phố đóng một vai trò vô cùng quan trọng. Đồ ăn tươi đủ loại được bán trên khắp các đường phố, dậy hương thơm và rất bắt mắt, thu hút đông đảo tâm hồn ẩm thực tới Thái Lan.

- Quảng bá hình ảnh đất nước thông qua nhiều kênh quốc tế.

- Luôn biết cách tạo ra những sản phẩm du lịch mới.

- Tạo dựng môi trường du lịch thân thiện.

#### **\* Trung Quốc và Thủ đô Bắc Kinh, thành phố Thượng Hải**

Về bộ máy tổ chức, Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch Trung Quốc là Cục Du lịch Quốc gia Trung Quốc, trực thuộc Quốc Vụ viện (Chính phủ), gồm 2 bộ phận chính là Bộ phận Hành chính và Bộ phận Marketing, mỗi bộ phận do một Phó Cục trưởng phụ trách. Chức năng, nhiệm vụ chủ yếu của Cục Du lịch

Quốc gia gồm: xây dựng, ban hành các chính sách du lịch và giám sát việc tuân thủ, thực hiện các chính sách đó; xây dựng chiến lược phát triển khu du lịch, phối hợp với các ban, ngành liên quan trong hoạt động đầu tư, phát triển du lịch; nghiên cứu và thu thập thông tin du lịch; cấp giấy phép hoạt động lữ hành; xúc tiến, quảng bá du lịch ra nước ngoài.

Chính phủ Trung Quốc xác định du lịch là một trong những trọng điểm tăng trưởng kinh tế mới, một trụ cột được ưu tiên đầu tư phát triển. Chính phủ đã thường xuyên xây dựng và hoàn thiện các cơ chế, chính sách để quản lý và phát triển tốt ngành du lịch. Nổi bật là phương châm tăng cường phát triển du lịch Inbound (đưa khách du lịch quốc tế vào), khuyến khích du lịch nội địa, phát triển du lịch Outbound (đưa khách du lịch ra nước ngoài) vừa phải. Năm 2011, Trung Quốc đã đón trên 55,6 triệu lượt khách với thu nhập đạt 45,814 tỷ USD. Không chỉ có nguồn khách quốc tế tăng trưởng mạnh, Trung Quốc cũng có lượng công dân đi du lịch nước ngoài phát triển ấn tượng và đang dẫn đầu về số lượng tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Trung Quốc phấn đấu đến năm 2020 sẽ trở thành một cường quốc về du lịch trên thế giới.

Trong quá trình phát triển ngành, Trung Quốc chủ yếu phát triển mô hình nhà nước và lấy đó làm chủ đạo với hai nội dung chính:

*Một là*, Nhà nước và các địa phương dựa vào bộ máy quản lý hành chính để định hướng chính sách phát triển của các doanh nghiệp du lịch, tổ chức và tuyên truyền xúc tiến, quản lý thị trường.

*Hai là*, phát huy tính chủ động của chính quyền địa phương, đặc biệt là cấp tỉnh trong việc phối hợp các lực lượng, phát triển mạnh du lịch các địa phương. Nhằm thu hút du khách quốc tế và nội địa, ngành du lịch Trung Quốc đã đưa ra những sản phẩm du lịch độc đáo, đa dạng với các chủ đề được sắp xếp theo từng năm. Chẳng hạn, năm 1992 là Năm du lịch Trung Quốc lần thứ 1, năm 1993 là Năm du lịch phong cảnh, năm 1994 là Năm du lịch di tích văn vật cổ,

năm 2002 là Năm du lịch văn hóa nghệ thuật dân gian, năm 2004 là Năm du lịch đời sống dân dã...

Bắc Kinh và Thượng Hải là hai thành phố lớn nhất nhì của Trung Quốc và là những thành phố hàng đầu về phát triển du lịch. Nếu như Bắc Kinh là trung tâm kinh tế – chính trị – văn hóa lâu đời có một nền văn hóa truyền thống kế thừa hàng ngàn năm thì Thượng Hải là một trong những thành phố năng động, hiện đại nhất thế giới. Thượng Hải có vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của Trung Quốc. Đến đây du khách sẽ thấy sự kết hợp tuyệt vời giữa tính hiện đại và chất cổ điển truyền thống, sự giao thoa giữa phong cách phương Đông và phương Tây. Tuy nhiên, một vấn nạn đang nổi lên thời gian qua ở hai thành phố này làm giảm sút nghiêm trọng lượng khách và doanh thu du lịch đó là ô nhiễm môi trường, đặc biệt là ô nhiễm không khí.

#### **\* Malaysia và Thủ đô Kuala Lumpur**

Chính phủ Malaysia đã sớm nhận thức tầm quan trọng của du lịch trong nền kinh tế nên đã có những bước tiến dài trong quản lý và phát triển du lịch, bằng những chính sách cơ chế hợp lý đã đưa ngành du lịch phát triển dẫn đầu khu vực Đông Nam Á. Đến nay, du lịch Malaysia thu hút từ 14 - 15 triệu lượt du khách quốc tế/năm, với thời gian lưu trú trung bình của mỗi du khách vào khoảng 5-7 ngày. Hãng Hàng không quốc gia Malaysia mở nhiều tuyến bay nội địa và quốc tế, phát triển nhiều trung tâm du lịch mạo hiểm, các khách sạn được phân bố khắp cả nước. Chính cơ sở hạ tầng và mức tăng trưởng cao của nền kinh tế đã tạo thuận lợi cho du lịch phát triển. Malaysia rất chú trọng phát triển du lịch sinh thái. Thị trường thu hút khách trọng điểm là các nước trong khu vực, nhất là Singapore, Thái Lan, Nhật Bản, Đài Loan, Anh...

Về bộ máy quản lý, Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch Malaysia là Cục Xúc tiến Du lịch thuộc Bộ Văn hóa - Nghệ thuật và Du lịch, bao gồm các bộ phận: Vụ Phát triển, Vụ Xúc tiến, Vụ Nghiên cứu và Đào tạo, Vụ quản lý

Hội thảo quốc tế, Vụ Tổng hợp, các Văn phòng đại diện ở nước ngoài và các Trung tâm Thông tin. Malaysia đã đẩy mạnh khâu quảng bá sản phẩm du lịch trên cơ sở đa dạng hóa sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng. Mặt khác, Chính phủ thường xuyên đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng, thiết bị cho ngành du lịch với hàng trăm triệu Ringgit được đầu tư từ ngân sách, đồng thời duy trì, phát triển văn hóa dân tộc, bảo vệ môi trường sinh thái. Chính vì vậy, chỉ sau 5 năm Malaysia đã tăng gấp đôi lượng khách quốc tế từ 7,93 triệu lượt người năm 1999 lên 15,7 triệu lượt người năm 2004; doanh thu từ du lịch đạt hơn 12 tỷ USD, tỷ trọng du lịch trong GDP là 5,6%, xếp thứ 2 trong các ngành có thu nhập ngoại tệ lớn của nền kinh tế. Mua sắm là nguồn thu đóng góp 30% vào tổng thu nhập của du lịch Malaysia. Năm 2011, Malaysia đã đón 24,7 triệu khách du lịch, với doanh thu từ du lịch đạt 58,3 tỷ Ringgit, trong đó doanh thu từ mua sắm là 17,5 tỷ Ringgit.

Thủ đô Kuala Lumpur là trung tâm kinh tế, thương mại, tài chính, bảo hiểm, bất động sản, truyền thông và nghệ thuật của quốc gia. Du lịch làm một thế mạnh và ngày càng đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế theo định hướng dịch vụ của thành phố. Thành phố đã thu hút sự góp mặt của nhiều chuỗi khách sạn toàn cầu. Đây là thành phố được viếng thăm nhiều thứ 6 trên thế giới với 8,9 triệu lượt du khách mỗi năm trong thập kỷ qua. Du lịch Kuala Lumpur phát triển nhờ các đặc trưng văn hóa và cách làm du lịch của thành phố đó là: tính đa dạng văn hóa của thành phố, chi phí tương đối thấp, đồ ăn và mua sắm đa dạng và MICE (Du lịch hội nghị). Thủ đô Kuala Lumpur cũng là địa chỉ mua sắm ưa chuộng của du khách từ nhiều nơi trên thế giới.

#### \* Singapore

Vốn chỉ là một quốc đảo nhỏ với khoảng 710km<sup>2</sup> và hơn 5 triệu người sinh sống (gồm cả gần 2 triệu người nước ngoài) nhưng Singapore đã biết

phát huy triệt để tiềm năng, lợi thế về vị trí địa lý và nguồn lực con người để có những bước phát triển vượt bậc. Một trong những thành công của Singapore thời gian qua phải nói đến sự thành công về chính sách phát triển du lịch. Lịch sử phát triển ngành du lịch Singapore mới chỉ 50 năm trở lại đây nhưng đã tạo dấu ấn với hàng loạt con số ấn tượng, từ số lượng khách tham quan, các điểm đến cho tới doanh thu hàng chục tỷ USD. Hiện nay đất nước này đang dẫn đầu Châu Á về chỉ số cạnh tranh du lịch.

Từ tháng 6 năm 2010, quốc đảo này đã chạm mốc “Một triệu khách du lịch trong một tháng”. Năm 2010 có 11,64 triệu khách quốc tế đến đây và năm 2011 là 13 triệu lượt người, năm 2013 đạt 15 triệu lượt người. Năm 2010, du lịch đóng góp cho nền kinh tế Singapore 18,8 tỷ đô Sing, năm 2012 là 22,2 tỷ đô Sing, chiếm 3% GDP. Singapore hiện có khoảng trên 50.000 phòng khách sạn, với giá dịch vụ trung bình khoảng 245 đô Sing/phòng/ngày (khoảng hơn 4 triệu đồng Việt Nam), tỷ lệ sử dụng phòng năm 2011 đạt đến 86%. Đây thực sự là thành công lớn của ngành du lịch ở một đất nước nhỏ bé, nghèo tài nguyên và không nhiều lợi thế về du lịch như Singapore.

Như vậy, để có được kết quả như trên, phải nói đến sự thành công của Singapore trong việc hoạch định, xây dựng chiến lược và các kế hoạch phát triển du lịch phù hợp cho từng giai đoạn. Từ năm 1965 đến nay, Singapore đã hoạch định chiến lược, xây dựng 6 kế hoạch phát triển du lịch khác nhau, đó là: “Kế hoạch Du lịch Singapore” (năm 1968), “Kế hoạch Phát triển du lịch” (năm 1986), “Kế hoạch Phát triển chiến lược” (năm 1993), “Du lịch 21” (năm 1996), “Du lịch 2015” (năm 2005), “Địa giới du lịch 2020” (năm 2012).

Năm 2012, Singapore chi 300 triệu đô Sing để tổ chức các sự kiện du lịch, chi 340 triệu đô Sing phát triển các sản phẩm du lịch, chi 265 triệu đô Sing phát triển nguồn nhân lực du lịch. Đến năm 2015, Singapore sẽ đầu tư

cho Quỹ phát triển du lịch là 2 tỷ đô Sing, dự kiến đón khoảng 17 triệu khách du lịch quốc tế và doanh thu từ du lịch khoảng 30 tỷ đô Sing.

Những thành công vượt bậc và kinh nghiệm quý báu trong phát triển du lịch của Singapore sẽ là bài học rất hữu ích cho quá trình hoạch định, xây dựng, triển khai thực hiện chiến lược, kế hoạch phát triển du lịch của Việt Nam nói chung và của Thủ đô Hà Nội cũng như các thành phố khác của Việt Nam.

#### ***1.4.2. Một số kinh nghiệm trong công tác Quản lý nhà nước về du lịch ở nước ta***

- *Cần quản lý và phát huy tốt tài nguyên thiên nhiên, văn hóa và nguồn nhân lực*: Nguồn tài nguyên thiên nhiên, văn hoá và nhân lực phục vụ cho du lịch của Việt Nam tương đối phong phú, có nhiều tiềm năng nhờ số lượng của các di sản thiên nhiên, di sản văn hoá, các loài động vật và sự dồi dào của nguồn nhân lực. Tuy nhiên, thế mạnh này chưa được phát huy hiệu quả do những hạn chế trong việc bảo tồn và phát triển nguồn tài nguyên, môi trường, sự yếu kém trong công tác đào tạo nhân lực cũng như chính sách, biện pháp trong thúc đẩy hoạt động du lịch và thu hút khách quốc tế. Tuy tiềm năng dồi dào như vậy nhưng so với nhiều quốc gia trong khu vực trong lĩnh vực này, Việt Nam đang tụt hậu khá xa các đối thủ cạnh tranh trong vùng: xếp sau Philippines 6 bậc, Indonesia 36 bậc, Singapore 53 bậc, Thailand 57 bậc, Malaysia 62 bậc, Trung Quốc 64 bậc và Australia 73 bậc<sup>6</sup>.

- *Chính sách phát triển du lịch là một trong những nhân tố quyết định thành công của ngành du lịch Việt Nam*: chính sách phát triển du lịch tác động trực tiếp đến việc khai thác, bảo tồn các giá trị nguồn tài nguyên và môi trường thiên nhiên; nâng cao năng lực cạnh tranh, hiệu quả quảng bá, thu hút khách du lịch; thúc đẩy sự phát triển dịch vụ du lịch thông qua chính sách đầu

---

<sup>6</sup> <http://www.diendan.org/phe-binh-nghien-cuu/du-lich-viet-nam-canh-tranh-va-van-hoa>).

tư cải thiện chất lượng cơ sở vật chất mang lại tiện nghi, tiện ích cho các hoạt động du lịch; tạo điều kiện dễ dàng về thủ tục và bảo đảm an ninh an toàn cho du khách viếng thăm... Điều cần lưu ý là hiệu năng của chính sách và trình độ phát triển có mối quan hệ tương tác, và do đó, các quốc gia có năng lực cạnh tranh thấp trên các lãnh vực tài nguyên, cơ sở hạ tầng và môi trường kinh doanh du lịch thường cũng có vị thế yếu kém về khuôn khổ luật định liên quan đến phát triển ngành du lịch.

- *Hiện tượng thương mại hóa các cơ sở tôn giáo dẫn đến tình trạng phẫn du lịch*: Thời gian qua các dịch vụ du lịch lễ hội tổ chức tại các cơ sở tôn giáo tôn nghiêm diễn ra một cách xô bồ và hỗn tạp, nhằm mục đích trục lợi, thương mại hóa. Việc quyên góp, quản lý tiền công đức bị buông lỏng. Các cơ sở tôn giáo trở thành địa điểm kinh doanh, thậm chí làm ăn bất chính của nhiều thành phần xã hội. Hiện trên toàn quốc có 15.244 đền chùa, song có hiện tượng quán xá xâm lấn đến tận cửa chùa, cản cả chân du khách. Đơn cử như ở chùa Đậu (Hà Nội) : *“Càng đến gần chùa, nhiều khách thập phương đã thực sự tỏ ra khó chịu. Bao quanh ngôi chùa cổ kính là cơ man những quán ăn như bún chả, miến ngan, hoa quả dầm... Đặc biệt, nhiều người đã mang cả cá mực, cá chỉ vàng đến nướng ngay sát chùa, thậm chí cả bên trong sân chùa. Có một cơn gió, bụi từ các bếp than củi di động bay tứ tung... Mùi cá chỉ vàng, mực nướng quyện vào mùi nhang khói. Đó là chưa kể những gian hàng trò chơi theo kiểu vui chơi có thưởng như ném phi tiêu, ném bóng... Tiếng loa đài hát nhạc Tây, Tà của một gian hàng trò chơi đập vỡ niêu, tiếng của những chiếc cân điện tử... làm khách không thể nghe thấy tiếng tụng kinh của nhà chùa, cho dù nó đã được phát lên loa”* (theo VietnamPlus của TTXVN, ngày 3/3/2009, Kỳ Dương). Hay hiện tượng thương mại hóa ở Lễ hội Chùa Hương: *“Từ suối Yến lên Chùa Thiên Trù, đập vào mắt du khách hàng dãy hàng quán từ các cửa hàng ăn uống, quà lưu niệm đến tắm nóng*



lạnh nhưng thiếu sọt rác và nhà vệ sinh. Những chiếc loa thùng của các hàng quán bên đường đua nhau quảng cáo, mời chào khách, tạo nên âm thanh hỗn tạp. Hàng hóa đủ màu xanh đỏ lòe loẹt, các quán ăn thực phẩm để sát đường, những con mèo, lợn, bê treo cả ngày dưới nắng nóng...”(Vietnamplus, ngày 05-02-2009).

- Những nhược điểm trong tính cách văn hoá thể hiện trong hoạt động kinh doanh du lịch Việt Nam là cần phải được nhìn nhận một cách nghiêm túc như là mối quan ngại của du khách: Hình ảnh của một xứ sở, quốc gia, dân tộc dưới con mắt du khách không phải chỉ được tạo dựng qua sự hoành tráng của các lễ hội hay sự độc đáo, hấp dẫn của các công trình du lịch, mà quan trọng hơn là ở sự thể hiện nếp sống văn hóa thường nhật, qua thái độ phục vụ của các nhân viên ngành du lịch, qua lễ lối kinh doanh và thái độ thân thiện, tinh thần hiếu khách của cư dân bản địa đối với du khách. Ở nước ta nói chung, ngay cả Hà Nội nói riêng, đã và đang xảy ra phổ biến tình trạng chèo kéo, chặt chém, chụp giật du khách, sự xô bồ và hỗn tạp của các lễ hội hay tại các nơi chốn tôn nghiêm... làm cho hình ảnh của đất nước, địa phương bị tổn thương nghiêm trọng, đặc biệt là gây phức tạp, phiền hà, khó chịu cho du khách.

#### **1.4.3. Một số bài học cần lưu ý đối với Quản lý du lịch ở Thủ đô Hà Nội**

Từ những kinh nghiệm về quản lý du lịch trong và ngoài nước nêu trên, chúng ta có thể rút ra một số bài học dưới đây cho công tác quản lý du lịch trên địa bàn Thủ đô Hà Nội:

- *Thứ nhất:* Sự quan tâm của Chính phủ, chính quyền Thành phố là điều kiện hết sức cần thiết thúc đẩy du lịch phát triển. Chúng ta thấy chính phủ các nước Thái Lan, Trung Quốc và Malaysia đều coi trọng phát triển du lịch và đã dành sự ưu tiên đầu tư thỏa đáng cho du lịch cả về cơ chế, chính sách, môi trường tự nhiên và xã hội cũng như hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, cơ sở vật chất.

- *Thứ hai:* Phải có sự chỉ đạo tập trung thống nhất từ trung ương xuống địa phương và sự phối hợp đồng bộ của các ban ngành, địa phương trong cả nước nhằm tạo ra những chiến lược, chính sách phát triển đúng đắn cũng như các sản phẩm du lịch tốt, có chất lượng cao; khai thác hợp lý, hiệu quả tài nguyên du lịch, tạo thương hiệu du lịch và vị thế nhất định với du khách trong và ngoài nước.

- *Thứ ba:* Các nước, địa phương thành công về du lịch đều đã xây dựng được chiến lược, sách lược phát triển du lịch phù hợp, đạt hiệu quả kinh tế cao đồng thời có cơ chế, chính sách linh hoạt nhằm tạo môi trường thuận lợi cho du lịch phát triển rất uyển chuyển, dễ thích ứng. Trong đó, họ xây dựng kế hoạch phát triển ưu tiên cho du lịch có trọng điểm, phù hợp với từng giai đoạn, từng thời kỳ; đồng thời, rất coi trọng và đẩy mạnh hoạt động quảng bá du lịch, mạnh dạn đầu tư cho công tác phát triển thị trường của ngành du lịch ra nước ngoài nói chung và ở một số thị trường trọng điểm... Một trong những điển hình thành công trong công tác này chính là Thành phố Đà Nẵng, đây là một mô hình rất đáng để ngành du lịch thủ đô tham khảo, học tập.

Tóm lại: Du lịch đã phát triển từ một nhu cầu, một dạng hoạt động xã hội trở thành một ngành kinh tế - tổng hợp thiết yếu và đòi hỏi phải có sự quản lý, điều tiết của nhà nước. Việc nghiên cứu, đánh giá thực trạng làm cơ sở đề ra các giải pháp nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thành phố Hà Nội ở những chương sau sẽ được triển khai dựa trên các khía cạnh nội dung nêu trên trong quản lý nhà nước về du lịch. Trong công tác quản lý nhà nước về du lịch, chính quyền các cấp và ngành du lịch Thủ đô cần tham khảo và học tập kinh nghiệm một số nước trong khu vực và trên thế giới cả về xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch và đề ra các chính sách, giải pháp để thúc đẩy phát triển du lịch; về đầu tư hạ tầng kỹ thuật và cơ sở vật chất cho phát triển du lịch; tạo ra những sản phẩm độc đáo, đa dạng, hấp dẫn lôi cuốn sự chú ý của du khách; tăng cường tuyên truyền, quảng bá về du lịch; đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho du lịch.

**CHƯƠNG II**  
**THỰC TRẠNG CÔNG TÁC QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH TRÊN**  
**ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

**2.1. Tổng quan về du lịch trên địa bàn Thành phố**

Trong hơn thập niên đầu thế kỷ 21 vừa qua, ngành du lịch Thủ đô đã có sự phát triển mạnh mẽ cả về chiều rộng và chiều sâu, góp phần làm gia tăng đáng kể lượng khách cũng như thu hút nguồn ngoại tệ lớn cho Thành phố và đất nước. Số lượng du khách và doanh thu từ du lịch của Thành phố không ngừng tăng qua các năm.

**Bảng 2.1: Số lượng du khách đến Hà Nội giai đoạn 2009 - 2013**

Năm	2009		2010		2011		2012		2013	
	Khách quốc tế	Khách nội địa	Khách quốc tế	Khách nội địa	Khách quốc tế	Khách nội địa	Khách quốc tế	Khách nội địa	Khách quốc tế	Khách nội địa
<b>Số lượng (triệu lượt)</b>	1,013	9,6	1,2	10,6	1,887	11,660	2,1	12,3	2,580	13,997
<b>Tỷ lệ tăng trưởng (%/năm)</b>	-21	24,6	18,42	15,22	11	10	11,3	5,5	22,9	13,8

\* Nguồn: Theo số liệu của Sở Văn hóa - thể thao và Du lịch Hà Nội.

Qua Bảng 2.1 chúng ta thấy xu hướng trong 5 năm 2009-2013, số lượng du khách quốc tế và nội địa đến địa bàn Hà Nội tăng liên tục và rất bền vững. Riêng trong năm 2009, số lượng du khách quốc tế đến Hà Nội sụt giảm do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế - tài chính toàn cầu từ cuối 2008 và ảnh hưởng của dịch cúm gia cầm H5N1, nhưng bù lại khách nội địa lại tăng cao nên vẫn cân đối và duy trì được mức độ tăng trưởng. Từ năm 2010 đến nay thì ngành du lịch của Thủ đô tăng trưởng với tốc độ khá đều và bền vững (bình quân trên 10%/năm).

Năm 2013, đã có hơn 16,5 triệu lượt du khách đến Hà Nội, trong đó số lượng khách du lịch quốc tế đến Hà Nội tiếp tục tăng trưởng cao, đạt

2.580.900 triệu lượt khách, tăng 22,9%, khách nội địa ước đạt 13.997.800 lượt, tăng 13,82%.

Đáng chú ý là một số thị trường khách trọng điểm đến Hà Nội đều tăng đáng kể như: Khách Nhật Bản ước đạt 185,680 lượt tăng 11,7%, khách Hàn Quốc ước đạt 135.953 lượt tăng 56,9% khách Úc ước đạt 160.787 lượt tăng 22,5%, khách Đài Loan ước đạt 106.747 lượt tăng 16,3%, khách Mỹ ước đạt 09,6%, khách Anh đạt 99.252 tăng 26,4%. Ngày 20/12/2013, Sở VHTTDL Hà Nội đã tổ chức sự kiện đón vị khách quốc tế thứ hai 500.000 khách đến Hà Nội trong năm 2013 để đánh dấu sự kiện tăng trưởng ấn tượng của du lịch Thủ đô, lần đầu tiên khách quốc tế vượt qua mốc 2,5 triệu lượt người.

Tốc độ tăng trưởng doanh thu cũng đồng thời với sự gia tăng lượng khách qua bảng sau:

**Bảng 2.2: Doanh thu từ du lịch của Thành phố Hà Nội các năm gần đây**  
Đơn vị tính: Tỷ VND;

Thời gian	2004	2007	2010	2011	2012	2013
Doanh thu	5.300	19.189	27.000	30.000	30.680	38.500

\* Nguồn: Theo số liệu của Sở Văn hóa – thể thao và Du lịch Hà Nội

Theo các số liệu trên, trong năm 2013, Du lịch Hà Nội tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tốt cả về lượng khách du lịch quốc tế và nội địa; điều này cho thấy Hà Nội vẫn đang là điểm đến du lịch hấp dẫn, được ưa chuộng đối với khách quốc tế và ngày càng khẳng định được các danh hiệu đã được bình chọn năm 2013 như: Hà Nội được xếp là một trong 10 điểm du lịch hấp dẫn nhất châu Á do tạp chí du lịch Smart Travel bình chọn và được xếp ở vị trí thứ 8 trong số 10 điểm du lịch đang lên của thế giới năm theo kết quả bình chọn của trang web du lịch TripAdvisor. Doanh thu từ du lịch của Hà Nội năm 2013 đạt 38.500 tỉ đồng, tăng 20,31% so với năm 2012.

Triển vọng ngành kinh tế du lịch của Hà Nội trong năm 2014 cũng rất lạc quan: Đầu năm 2014, Ban chỉ đạo phát triển Du lịch thành phố Hà Nội đã ban hành kế hoạch hoạt động giai đoạn 2014-2015 nhằm thúc đẩy phát triển du lịch Thủ đô. Theo đó, Năm 2014, ngành Du lịch Hà Nội phấn đấu đón 3 triệu khách quốc tế và 16 triệu lượt khách nội địa; tăng 20% so với chỉ tiêu 2013. Đồng thời, tiếp tục xây dựng Hà Nội thành trung tâm du lịch lớn, hấp dẫn của cả nước và khu vực, đưa du lịch dần trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô. Cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch ngày càng được tăng cường, hình ảnh và vị thế của Thủ đô từng bước được nâng cao. Tạp chí du lịch trực tuyến Smart Travel bình chọn Hà Nội là điểm du lịch được yêu thích nhất trong 6 điểm đến tại châu Á. Đạt được kết quả đó là do những nỗ lực của quảng bá, xúc tiến du lịch trong và ngoài nước, nâng cao chất lượng dịch vụ, sản phẩm du lịch của Hà Nội trong những năm qua. Những kết quả đạt được như trên là rất đáng quý, tuy nhiên chưa tương xứng với lợi thế, tiềm năng. Ngành du lịch của Hà Nội hiện vẫn còn những hạn chế, bất cập, trong đó có nguyên nhân từ công tác quản lý nhà nước về du lịch.

Dưới đây chúng ta sẽ đi sâu tìm hiểu và đánh giá thực trạng công tác này của Hà Nội trên từng nội dung cụ thể từ cách tiếp cận của mô hình phân tích SWOT.

Cũng cần nói thêm về SWOT. Đó là một công cụ hữu dụng được sử dụng nhằm hiểu rõ Điểm mạnh ( Strengths), Điểm yếu ( Weaknesses), Cơ hội ( Opportunities) và Nguy cơ hay là Thách thức ( Threats) trong một dự án, doanh nghiệp nhưng cũng có thể tham chiếu để áp dụng trong một lĩnh vực Quản lý Nhà nước đối với một ngành nghề, lĩnh vực nào đó. Thông qua phân tích SWOT, doanh nghiệp hoặc chủ thể Quản lý sẽ nhìn rõ mục tiêu của mình cũng như các yếu tố trong và ngoài tổ chức có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực tới mục tiêu đề ra. Trong quá trình xây dựng kế hoạch chiến lược,

phân tích SWOT đóng vai trò là một công cụ căn bản nhất, hiệu quả cao giúp chủ doanh nghiệp hoặc chủ thể quản lý có cái nhìn tổng thể không chỉ về chính doanh nghiệp, lĩnh vực quản lý mà còn về cả những yếu tố ảnh hưởng và quyết định tới sự thành công hay thất bại trong quản lý, phát triển của doanh nghiệp hay lĩnh vực đó .

Mô hình phân tích nói trên chủ yếu dùng trong phân tích, đánh giá thực trạng của một doanh nghiệp. Ở đây, tác giả mạnh dạn vận dụng để phân tích, đánh giá thực trạng công tác quản lý nhà nước về lĩnh vực du lịch trên địa bàn Hà Nội, tuy nhiên mức độ vận dụng mô hình này vào việc phân tích các vấn đề nghiên cứu chỉ trong chừng mực nhất định và mang tính chất tham chiếu bên cạnh những phương pháp nghiên cứu khác là chủ yếu.

## **2.2. Những kết quả đạt được trong công tác Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội**

### ***2.2.1. Những kết quả trong công tác Quản lý nhà nước về định hướng, chiến lược phát triển du lịch***

Cấp ủy và chính quyền các cấp của Thành phố đã bám sát chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước để nhận thức và quán triệt quan điểm *Phát triển du lịch bền vững trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn* trên cơ sở quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của thủ đô, gắn liền với chiến lược phát triển kinh tế trọng điểm vùng Bắc Bộ cũng như chiến lược phát triển tổng thể du lịch của cả nước. Đảng bộ và chính quyền Thành phố xác định phát triển du lịch bền vững là sự nghiệp của toàn xã hội, do đó phải huy động mọi tầng lớp nhân dân. Từ khi cơ cấu lại bộ máy quản lý với sự hợp nhất giữa ba ngành văn hóa, thể thao và du lịch cùng với việc mở rộng địa giới hành chính, công tác định hướng, chiến lược du lịch Hà Nội đã có những chuyển biến mới nhưng cũng đặt ra nhiều vấn đề phải tính toán và xử lý trong quá trình xây dựng lại quy hoạch nhằm tiếp tục khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch và hướng tới phát triển bền vững.

Trong những năm qua, ngành du lịch đã phối hợp Sở Kế hoạch và Đầu tư, các ngành liên quan rà soát quy hoạch, lập danh mục dự án đầu tư xây dựng sản phẩm du lịch mới, tổ chức hội nghị với các nhà đầu tư dự án khu du lịch sinh thái, nghỉ cuối tuần, tổng hợp danh mục trình Ủy ban nhân dân thành phố quyết định, giới thiệu địa điểm, đầu tư xây dựng dự án tạo sản phẩm du lịch mới trên địa bàn.

UBND TP Hà Nội đã ban hành Quyết định số 4597/QĐ-UBND ngày 16/10/2012 về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển du lịch thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Theo đó, quy hoạch đã đánh giá đúng tiềm năng, hiện trạng phát triển du lịch của Hà Nội; xây dựng phương án phát triển du lịch Thành phố có tính khoa học và khả thi cao, phù hợp với Chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Hà Nội và Quy hoạch chung xây dựng Thủ đô đến năm 2030, định hướng đến năm 2050; làm cơ sở xây dựng kế hoạch phát triển du lịch hàng năm.

Trong Quy hoạch chung Hà Nội đến 2030 và tầm nhìn đến 2050 được Thủ tướng chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 1259/QĐ-TTg ngày 26/07/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, với mong muốn đem lại cho thủ đô một vóc dáng văn hiến, văn minh, xứng tầm với một đất nước đang vươn lên mạnh mẽ thì một trong những thành công của đồ án là ý tưởng hành lang xanh và không gian xanh đô thị.

Hành lang xanh chiếm tới 70% tổng diện tích đất tự nhiên, gồm toàn bộ khu vực nông thôn, hệ thống sông hồ, vùng núi đồi. Trong đó, Hành lang xanh quy mô lớn nằm dọc sông Hồng, sông Đáy, sông Tích giữa Vành đai 4 và các đô thị vệ tinh phía Tây. Hành lang xanh quy mô nhỏ hơn nằm ở phía Bắc và phía Đông đô thị trung tâm, dọc theo sông Đuống và sông Cà Lồ. Không gian xanh còn được hình thành ngay trong đô thị trung tâm thông qua hệ thống công viên chuyên đề (như Công viên lịch sử Cổ Loa, công viên gắn với đô thị Yên

Sở, Mỹ Trì...). Hệ thống công viên đô thị sẽ kết nối liên hoàn với hệ thống cây xanh tự nhiên tại khu vực Sóc Sơn, Ba Vì, Hương Tích và hệ thống sông, hồ tự nhiên. Sau quy hoạch chung, toàn bộ quỹ đất đang sử dụng sẽ được rà soát nhằm tăng tỷ lệ cây xanh đô thị lên 10-15m<sup>2</sup>/người. Thành phố bảo vệ nghiêm ngặt các hồ hiện có, quy hoạch đã định hướng phát triển hồ mới, hình thành hệ thống hồ liên hoàn tiêu thoát nước, phục vụ cảnh quan, bảo vệ môi trường. Trong vành đai xanh sông Nhuệ, việc phát triển làng xóm hiện hữu sẽ được kiểm soát chặt chẽ. Tại đây chỉ xây dựng công trình công cộng quy mô nhỏ với đặc trưng sinh thái cây xanh, mặt nước, tạo vùng đệm cách ly giữa nội đô mở rộng với chuỗi đô thị mới dọc phía Đông tuyến Vành đai 4.

Một thành phố du lịch thì không thể thiếu một hành lang xanh như vậy. Mặt khác, quy hoạch *Hành lang xanh* của Thủ đô Hà Nội gắn với chuỗi đô thị gồm 5 thành phố vệ tinh (gồm Sơn Tây, Hòa Lạc, Xuân Mai, Phú Xuyên - Phú Minh và Sóc Sơn) và 3 thị trấn sinh thái (gồm Phúc Thọ, Quốc Oai và Chúc Sơn). Như vậy có thể nhận thấy du lịch được xác định là một trong những động lực phát triển xuyên suốt từ khu vực trung tâm và chuỗi đô thị vệ tinh của Thành phố Hà Nội.

Tiếp theo công tác quy hoạch là quản lý việc thực hiện quy hoạch. Công tác thu hút đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch ở Hà Nội đã được triển khai tập trung vào các khu du lịch chuyên đề mang tầm cỡ Quốc gia, gồm: Sóc Sơn, Cổ Loa (Đông Anh), Ba Vì, Chùa Hương (Mỹ Đức), khu vực đền Sóc (huyện Sóc Sơn), cầu Suối Bơn (Ba Vì), đền Hai Bà Trưng (Phúc Thọ), Cảng du lịch Bát Tràng. Từ năm 2009, một số dự án tiếp tục được chuẩn bị như: đường nối khu du lịch Hương Sơn - Tam Trúc - Khả Phong; mở rộng và hoàn thiện bến Trò Chùa Hương (Mỹ Đức), cải tạo đường từ chợ Sa - Cổ Loa đi chợ Tó và đường nối từ cửa Tây sang cửa Nam khu di tích Cổ Loa (Đông Anh), với tổng vốn hàng trăm tỷ đồng.



### ***2.2.2. Những kết quả trong Quản lý nhà nước đối với luồng khách và hoạt động của khách du lịch***

Đây là một trong những nội dung thiết yếu trong quản lý nhà nước về du lịch. Trên cơ sở nắm bắt nhu cầu, thực trạng và dự báo chính xác thị trường khách du lịch cơ quan nhà nước mới định hướng và đưa ra những giải pháp phát triển du lịch một cách có hiệu quả. Nội dung trọng tâm trong quản lý luồng khách và hoạt động của khách du lịch chính là quản lý thị trường khách du lịch. Ý thức được lợi thế của Thủ đô, các cấp ủy Đảng, chính quyền từ Trung ương đến Thành phố đã tăng cường công tác thu hút, quản lý các luồng khách và hoạt động của các du khách trong và ngoài nước. Việc quản lý thị trường khách du lịch ở Hà Nội trong những năm vừa qua đã có nhiều tiến bộ nhưng cũng còn những khó khăn nhất định.

Để đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng của ngành kinh tế du lịch, cùng với việc xây dựng và thực hiện các dự án đầu tư vào du lịch, củng cố, sắp xếp lại các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh, toàn ngành đã đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, quảng bá về du lịch; mở rộng và nâng cao chất lượng các tour, tuyến du lịch. Qua đó, góp phần thu hút khách trong và ngoài nước đến với Hà Nội. Từ 1,3 triệu lượt khách quốc tế, trên 8 triệu lượt khách nội địa năm 2008, đến năm 2011, du lịch thủ đô đã đón gần 13 triệu lượt khách tham quan, trong đó có 1.887.000 lượt khách quốc tế, 11.660.000 lượt khách nội địa, doanh thu từ hoạt động du lịch đạt 30.000 tỷ đồng, tương ứng tăng 11%, 10% và 11% so với năm 2010. Năm 2013, khách du lịch quốc tế đã vượt ngưỡng 2,5 triệu lượt người, trong khi khách nội địa tăng trên 10%, doanh thu từ du lịch đạt 38,5 nghìn tỷ đồng, tăng 20,31% so với năm 2012.

#### ***Về thị trường khách quốc tế***

Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch ở Hà Nội đã thường xuyên điều tra, cập nhật và nắm chắc tình hình và diễn biến của thị trường khách du

lịch. Tốc độ tăng trưởng khách quốc tế trong giai đoạn 1995 - 2005 của Hà Nội phải nói là khá cao, cụ thể: giai đoạn 1995 - 2000 bình quân hàng năm tăng 13,2%, giai đoạn 2000-2005 bình quân hàng năm tăng 24,2%. Số lượng khách quốc tế tăng từ 300.000 năm 2000 lên 1,1 triệu năm 2005. Trong 4 năm 2003 - 2007 khách quốc tế đến Hà Nội xuất phát từ 162 quốc gia và vùng lãnh thổ với nhiều mục đích nhưng chủ yếu là du lịch hội thảo, hội nghị, du lịch văn hóa - lịch sử, tham quan, lễ hội, du lịch làng nghề - phố cổ. Các loại hình du lịch này chiếm 72% trên tổng số khách du lịch, còn lại là khách thuộc các loại hình du lịch khác. Năm 2013, lượng khách quốc tế đến Hà Nội đã vượt mốc 2,5 triệu (2.580.900 lượt người).

Phân theo thị trường khu vực thì lượng khách đến từ các nước có khả năng chi trả cao như Tây Âu, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á, Australia chiếm số đông. Chỉ tính 10 thị trường hàng đầu thì lượng khách đã chiếm 75 - 80%. Gần đây thị trường khách du lịch đến Việt Nam nói chung, đến Hà Nội nói riêng có sự dịch chuyển đáng kể từ phương Tây sang phương Đông, khách đến từ Châu Á hiện nay chiếm số lượng cao nhất. Nguyên nhân là vì Châu Á đang là khu vực kinh tế năng động và tăng trưởng kinh tế nhanh nhất thế giới, thu nhập và đời sống của nhân dân các nước này đã và đang được cải thiện đáng kể, nhu cầu đi du lịch của người dân tăng lên. Du khách đến Hà Nội từ một số nước như Trung Quốc, Mỹ, Pháp, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đức, Thái Lan... trong những năm qua tăng trên 2 con số mỗi năm. Chúng ta tham khảo bảng dưới đây:

**Bảng 2.3. Lượng khách của các thị trường hàng đầu đến Hà Nội giai đoạn 2003 - 2013**

*Đơn vị tính: Lượt khách*

Năm	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Tổng số</b>	<b>850.000</b>	<b>950.000</b>	<b>1.109.635</b>	<b>1.110.000</b>	<b>1.298.271</b>	<b>1.271.370</b>	<b>1.013.334</b>	<b>1.700.000</b>	<b>1.887.000</b>	<b>2.100.000</b>	<b>2.580.900</b>
<b>Trung Quốc</b>	286.441	246.967	176.874	139.927	188.964	155.774	122.972	163.849	309.400	208.000	/
<b>Hàn Quốc</b>	28.948	61.571	143.277	143.910	111.797	80.265	49.945	48.832	53.058	81.178	135.953
<b>Pháp</b>	70.574	67.273	94.358	84.965	118.623	127.128	99.320	116.034	103.784	/	/
<b>Nhật</b>	71.570	83.611	107.350	104.293	111.006	102.890	94.907	117.475	115.576	157.183	185.680
<b>Mỹ</b>	36.678	49.649	65.403	62.458	87.750	79.458	67.834	98.358	68.394	86.176	93.900

\* Nguồn: Tổng cục Du lịch, Thống kê năm 2011 và các Báo cáo thường niên của Sở Du lịch Hà Nội (Số liệu về khách Pháp, Trung Quốc chưa đầy đủ, các nguồn thống kê các năm 2011 – 2013 có sự mâu thuẫn nên tác giả không đưa vào).

Năm 2013, trên 16,5 triệu lượt khách đã đến Hà Nội, trong đó số lượng khách du lịch quốc tế đến Hà Nội tiếp tục tăng trưởng cao, đạt 2.580.900 lượt khách, so với năm 2012 tăng 22,9%, khách nội địa ước đạt 13.997.800 lượt, tăng 13,82% so với cùng kỳ năm Trước. Một số thị trường khách trọng điểm như: Khách Hàn Quốc ước đạt 135.953 lượt tăng 56,9%, khách Úc ước đạt 160.787 lượt tăng 22,5%, khách Nhật Bản ước đạt 185.680 lượt tăng 11,7%, khách Mỹ ước đạt 93.900, khách Anh đạt 99.252 tăng 26,4%.

Trong 6 tháng đầu năm 2014, Du lịch Hà Nội tiếp tục phát triển khắ lượng khách lưu trú tháng đầu năm ước đạt triệu 900 nghìn lượt, tăng 6,9%, trong đó, lượng khách đến từ Trung Quốc từ tháng 5/2014 đến nay đang giảm sút trông thấy. Thành phố đang có các biện pháp tích cực đẩy mạnh khai thác ở các thị trường khác và kích cầu du lịch trong nước. Tính chung trong 6 tháng đầu năm 2014, lượng khách quốc tế lưu trú tại Hà Nội đến từ một số thị trường vẫn tăng cao so với cùng kỳ như khách Anh (tăng 55,9%), khách Hàn Quốc tăng 53,9%, khách Pháp tăng 37,8%, khách Úc tăng 25,4%..

### *Về thị trường khách nội địa*

Những năm gần đây, khách nội địa đến Hà Nội cũng gia tăng ổn định. Bình quân mỗi năm tăng 15%. Lượng khách tăng từ 1 triệu năm 1999 lên 4,23 triệu vào năm 2005 và 9,6 triệu vào năm 2009. Năm 2013, khách nội địa đến Hà Nội ước đạt 13.997.800 lượt, tăng 13,82%. Hiện Hà Nội thu hút khoảng 50% lưu lượng khách du lịch hàng năm của khu vực phía Bắc là 25% của cả nước. Về lợi nhuận kinh tế, chỉ tính riêng khu vực kinh doanh nhà hàng khách sạn đã đóng góp 3-4% GDP của thành phố. Mặt khác Hà Nội còn là nơi trung chuyển và phân phối khách chủ yếu của khu vực các tỉnh phía Bắc, nhất là khu vực đồng bằng sông Hồng.

Sở dĩ khách du lịch nội địa đến Hà Nội tăng lên là bởi những lý do sau:

*Về khách quan:* Hơn hai mươi lăm năm vừa qua, công cuộc đổi mới đất nước đã đem lại “*những thành tựu to lớn và có ý nghĩa lịch sử*”, đưa nước ta ra khỏi tình trạng kém phát triển, trở thành nước có thu nhập trung bình. Đời sống vật chất và tinh thần của cán bộ và nhân dân ta không ngừng được cải thiện, thu nhập bình quân đầu người tăng lên đáng kể từ mức 114 đôla năm 1991 lên 1.268 USD vào năm 2011 và 1.960 USD vào năm 2013. Do đó, nhu cầu đi lại, giao lưu, tìm hiểu gắn với du lịch tăng cao là điều tất yếu.

*Về chủ quan:* Có sự nỗ lực và nhạy bén của cấp ủy, chính quyền cũng như toàn ngành du lịch Hà Nội, trong đó có vai trò của công tác quản lý thị trường khách du lịch.

Việc nắm chắc và phân tích, dự báo đúng các thị trường khách du lịch đến Hà Nội giúp cho các cơ quan quản lý nhà nước có căn cứ để đưa ra các chính sách, biện pháp chỉ đạo, triển khai các hoạt động tuyên truyền, quảng bá và cung cấp, hỗ trợ thông tin cho các cơ sở, doanh nghiệp kinh doanh du lịch trong việc khai thác các luồng khách một cách hợp lý và hiệu quả. Điều quan trọng là công tác quản lý nhà nước thời gian qua đã tham gia điều tiết và khai

thác hợp lý, nhịp nhàng các luồng khách quốc tế và nội địa. Hai luồng khách này bổ sung cho nhau trong những thời điểm khó khăn, đảm bảo doanh thu ổn định của ngành du lịch. Chẳng hạn, trong thời điểm khủng hoảng tài chính toàn cầu, dịch bệnh SARS, cúm H5N1 hay khủng hoảng nợ ở Châu Âu, lượng khách quốc tế giảm sút trông thấy thì lượng khách nội địa vẫn tăng cao.

*Quản lý hoạt động của khách du lịch:* Bên cạnh việc quản lý thị trường khách nhằm duy trì và không ngừng gia tăng lượng khách, đồng nghĩa với gia tăng doanh thu, lợi nhuận từ du lịch thì một khía cạnh khác cũng không thể bỏ qua đó là quản lý hoạt động của khách du lịch. Quản lý hoạt động của khách du lịch nhằm nắm bắt nhu cầu, sở thích, khả năng chi trả của du khách cũng như đánh giá được chất lượng các hoạt động dịch vụ, đồng thời cũng nhằm bảo vệ an toàn về tính mạng, sức khỏe, tài sản cho du khách; phòng chống các hoạt động xâm phạm an ninh quốc gia và vi phạm pháp luật.

Công tác quản lý các hoạt động của du khách trên địa bàn Hà Nội thời gian qua được tiến hành rất chặt chẽ và có nhiều tiến bộ, nhất là trong việc ứng dụng công nghệ thông tin vào việc quản lý khách. Công tác này được tiến hành thông qua hàng loạt các hoạt động mang tính nghiệp vụ như : Theo dõi được lịch sử làm việc với khách hàng; quản lý thông tin đặt tour; trích lọc, tìm kiếm thông tin khách hàng cũ; quản lý khách đoàn, khách lẻ, passport; báo giá cho khách hàng; quản lý chất lượng tour và dịch vụ; quản lý thông tin đặt dịch vụ; quản lý các dịch vụ cho thuê; quản lý các hoạt động chăm sóc, hậu mãi khách hàng, phân loại, tính điểm cho khách hàng; theo dõi lịch làm việc của nhân viên; theo dõi được doanh thu thông qua các báo cáo...

Điểm mới là trong năm 2013, Thành phố Hà Nội đã thành lập bộ phận hỗ trợ khách du lịch có trụ sở tại 47 Hàng Dầu, Hoàn Kiếm, Hà Nội, nhằm kịp thời cung cấp thông tin du lịch và xử lý những phản ánh, khiếu nại của du khách. Đến nay, bộ phận này đã trở thành bộ phận giúp việc quan trọng và có

hiệu quả của Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Hà Nội góp phần từng bước cải thiện môi trường du lịch trên địa bàn, tạo dựng hình ảnh tốt về du lịch Hà Nội và được đông đảo du khách đánh giá cao.

### ***2.2.3. Những kết quả đạt được trong Quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp và cơ sở hoạt động kinh doanh du lịch***

Khi ngành du lịch tăng trưởng với tốc độ nhanh thì đầu tư và tham gia hoạt động kinh doanh du lịch là lĩnh vực thu hút nhiều vốn và thành phần kinh tế tham gia. Số lượng các doanh nghiệp, cơ sở và người tham gia vào lĩnh vực này tăng lên đáng kể. Năm 2004, Hà Nội đã có hơn 4.000 doanh nghiệp đăng ký hoạt động kinh doanh lữ hành, vận chuyển khách du lịch và kinh doanh các dịch vụ du lịch khác, tăng 1.500 doanh nghiệp so với năm 2003. Đến năm 2007 số doanh nghiệp đăng ký tham gia là 4.320 với 400 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa, 277 doanh nghiệp được cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế (đứng thứ 2 sau TP Hồ Chí Minh và chiếm khoảng 30% toàn quốc), 543 cơ sở lưu trú và 100 doanh nghiệp, hộ gia đình cá thể kinh doanh vận chuyển khách du lịch. Năm 2010 có tới 460 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành quốc tế. Đến nay, con số các doanh nghiệp, cơ sở này vẫn không ngừng tăng lên. Năm 2013, Hà Nội có 569 doanh nghiệp được cấp giấy phép kinh doanh lữ hành Quốc tế; 3.323 hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ; 14 doanh nghiệp ô tô, 4 doanh nghiệp xích lô và 2 doanh nghiệp xe điện. Nhiều doanh nghiệp, hãng kinh doanh lữ hành có quy mô lớn, liên kết chặt chẽ với các đơn vị trong và ngoài nước, ngày càng khẳng định được uy tín, thương hiệu đối với du khách, được xếp vào hàng đầu Việt Nam.

Từ khi có Luật doanh nghiệp năm 2005, số lượng các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực du lịch xuất hiện và tham gia tích cực vào thị trường du lịch Việt Nam. Các doanh nghiệp này có vốn đầu tư lớn, mang tính chuyên nghiệp cao nhắm tới nhóm đối tượng khách du lịch khó

tính nhưng khả năng chi trả cao. Do đó, nhóm này hoạt động đạt năng suất và hiệu quả cao. Tiếp theo là các doanh nghiệp nhà nước hoạt động ở hai lĩnh vực chủ yếu là lữ hành và lưu trú. Thế mạnh của các doanh nghiệp này là chiếm lĩnh những vị trí đặc địa, mặt bằng rộng rãi, đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách như ăn uống, ngủ nghỉ, hội nghị, hội thảo, thuận lợi trong việc đón tiếp khách đoàn, kể cả những đoàn lớn. Những năm gần đây, các doanh nghiệp này ở Hà Nội cũng đã mở hướng vào kinh doanh lữ hành nhằm tận dụng lợi thế đầu môi trung chuyển khách, tour du lịch trong cả nước và khu vực Đông Nam Á, Đông Bắc Á.

Các doanh nghiệp tư nhân và cơ sở kinh doanh cá thể, hộ gia đình kinh doanh trong lĩnh vực du lịch cũng phát triển mạnh mẽ. Thế mạnh của các thành phần kinh tế này là cơ động, nhạy bén, hiệu quả kinh doanh ngày càng được nâng cao. Năm 2003 số ngày phục vụ đối với khách lữ hành đạt 3,3 ngày thì đến nay đã đạt trên 3,3 ngày, đối với khách lưu trú tăng từ 1,9 ngày lên trên 2,5 ngày.

Chính nhờ làm tốt công tác quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh nên trong những năm qua, đầu tư và doanh thu từ ngành du lịch Hà Nội đã tăng lên đáng kể, tốc độ tăng doanh thu tương xứng với tốc độ tăng số lượng các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch đang hoạt động khá ổn định, nhiều doanh nghiệp khẳng định được chỗ đứng của mình. Mỗi loại hình doanh nghiệp có ưu thế riêng trong việc lựa chọn và cung cấp các sản phẩm, dịch vụ nhưng đã có sự liên kết với nhau để san sẻ, hỗ trợ cho nhau quá trình kinh doanh.

Về cơ sở lưu trú, từ năm 2001 đến năm 2008, cùng với sự phát triển của thị trường bất động sản và xu hướng tăng trưởng của lượng du khách, đã kéo theo sự phát triển của hoạt động kinh doanh khách sạn tại nước ta. Các nhà đầu tư trong nước và ngoài nước đã quan tâm đầu tư xây dựng khách sạn chất lượng

cao trên địa bàn thành phố và đang được triển khai tích cực. Giai đoạn này đã ra đời các khu nghỉ dưỡng như: Tản Đà, Thiên Sơn - Suối Ngà, Thác Đa, Đầm Long - Bằng Tạ, hồ Tiên Sa ở Ba Vì. Nhiều cơ sở lưu trú cũ được cải tạo nâng cấp hoặc chuyển giao cho các tập đoàn quản lý chuyên nghiệp đầu tư và nâng cấp, với tổng vốn đầu tư hàng chục nghìn tỷ đồng, nâng cao chất lượng cho các cơ sở lưu trú trước đây. Nhiều địa điểm đầu tư đã được giới thiệu, mời gọi đầu tư khách sạn cao cấp và có 23 dự án xây dựng khách sạn, với số vốn đầu tư khoảng hai tỷ USD, trong đó có 15 dự án đã được phê duyệt, cấp giấy chứng nhận đầu tư. Số lượng phòng khách sạn chiếm gần 10% của cả nước. Năm 2011, toàn thành phố có 1.751 cơ sở lưu trú với tổng số 25.532 phòng, trong đó có 222 khách sạn đã được xếp hạng 1-5 sao với 11.746 phòng, số khách sạn cao cấp đã đạt 13 khách sạn 5 sao với hơn 3000 phòng.

Hoạt động lữ hành và lưu trú trên địa bàn Thủ đô nhìn chung có nhiều khởi sắc, trong đó tình hình kinh doanh của các cơ sở lưu trú trên địa bàn Hà Nội năm 2010 có nhiều chuyển biến tích cực hơn so với năm 2009. Công suất buồng phòng trung bình đạt 63,5%, tăng 4.6% so với năm 2009 (xem Bảng 2.4).

**Bảng 2.4. Công suất sử dụng phòng của các khách sạn**

<b>Địa điểm</b>	<b>2009</b> Đơn vị: %	<b>2010</b> Đơn vị: %	<b>2011</b> Đơn vị: %	<b>2012</b> Đơn vị: %	<b>2013</b> Đơn vị: %	<b>Kết quả xếp hạng</b>
TP Hồ Chí Minh	60,8	64,7	66,0	66,7	68,7	1
Hà Nội	58,9	63,5	64,8	65,4	67,4	3
Đà Nẵng - Hội An	60,3	63,3	64,6	65,2	67,2	4
Đà Lạt	35,0	39,2	40,0	40,4	41,6	5
Phan Thiết	62,2	63,6	64,9	65,5	67,5	2

\*Nguồn: [http://www.itdr.org.vn/list\\_news.vdl](http://www.itdr.org.vn/list_news.vdl)



Năm 2012, do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế khiến công suất sử dụng buồng, phòng khách sạn trên địa bàn ước đạt 55,44% (giảm 2,54% so với năm 2011). Giá phòng trung bình của khối khách sạn từ 3 đến 5 sao cũng giảm nhẹ từ 4,1-9%, trong khi đó khối khách sạn từ 1-2 sao, giá phòng lại có xu hướng tăng trung bình khoảng 11%.

Năm 2013, Tổng số cơ sở lưu trú trên địa bàn thành phố là 3.081 cơ sở trong đó có 1.050 khách sạn, 2.031 nhà nghỉ - nhà khách. Tổng số cơ sở lưu trú đã được thẩm định, xếp hạng trên địa bàn Hà Nội đến năm 2013 là 317 khách sạn. Công suất phòng trung bình toàn hệ thống là 57%. Số ngày lưu trú bình quân đạt 2,2 – 2,5 ngày.

#### ***2.2.4. Những thành công trong Quản lý nhà nước đối với các tuyến, các điểm du lịch***

Có thể dễ dàng nhận thấy thời gian qua ngành du lịch Hà Nội và các doanh nghiệp đã chú trọng đầu tư, nâng cấp các điểm đến nhằm thu hút lượng du khách trong nước và quốc tế. Công tác đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch đã triển khai tập trung vào các khu du lịch chuyên đề mang tầm cỡ quốc gia như: Sóc Sơn, Cổ Loa (Đông Anh), Ba Vì, Chùa Hương (Mỹ Đức). Sau khi mở rộng địa giới hành chính, các dự án đầu tư cơ sở hạ tầng khu du lịch của Hà Nội tiếp tục được đẩy mạnh, hiện đang thực hiện nhiều dự án như: xây dựng đường giao thông tại khu du lịch văn hóa nghỉ cuối tuần khu vực đền Sóc (huyện Sóc Sơn), xây dựng hạ tầng du lịch cầu Suối Bón (Ba Vì), hạ tầng du lịch khu vực đền Hai Bà Trưng (Phúc Thọ); cảng du lịch Bát Tràng và cải tạo nâng cấp tuyến quốc lộ 35- đền Sóc. Một số dự án đã và đang được đấu thầu như: đường nối khu du lịch Hương Sơn - Tam Trúc - Khả Phong; mở rộng và hoàn thiện bến đò Chùa Hương (Mỹ Đức), cải tạo đường từ chợ Sa - Cổ Loa đi chợ Tó và đường nối từ cửa Tây sang cửa Nam khu di tích Cổ Loa (Đông Anh).

Cũng trong giai đoạn từ năm 2001 đến nay, thành phố còn có thêm các khu vui chơi, giải trí, như Công viên Hồ Tây, Thiên đường Bảo Sơn với vốn đầu tư ước tính hơn 100 triệu USD. Bên cạnh các điểm biểu diễn nghệ thuật phục vụ du khách như múa rối Thăng Long, còn có Trung tâm biểu diễn ca trù Thăng Long, Nhà hát chèo Hà Nội, Nhà hát múa rối Trung ương... Phần lớn các đơn vị lữ hành trên địa bàn thành phố đã tăng cường đầu tư sản phẩm du lịch mới gắn với loại hình du lịch sinh thái, MICE, thăm làng nghề cổ cùng các chương trình du lịch liên tỉnh, liên quốc gia. Phương tiện vận chuyển khách du lịch cũng được nâng cấp hiện đại, tiện nghi, theo hướng chuyên nghiệp hóa. Hàng trăm di tích văn hóa - lịch sử được ngành văn hóa và các quận, huyện, các tổ chức quản lý thực hiện trùng tu bằng nhiều nguồn vốn để trở thành những điểm đến du lịch như Chùa Hương, Chùa Thầy, Văn Miếu - Quốc Tử Giám...

Các cơ quan chức năng của Hà Nội đã tranh thủ thời cơ, phát huy lợi thế để chú trọng kết hợp giữa các điểm du lịch với các khu vui chơi, giải trí để tạo sự hấp dẫn và mới mẻ. Du lịch thành phố đang triển khai xây dựng quy hoạch tổng thể đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2050; rà soát, tổng hợp hiện trạng công tác quy hoạch, quản lý và phát triển tài nguyên du lịch; đề xuất các giải pháp nhằm khai thác tài nguyên du lịch. Lập quy hoạch mạng lưới tuyến, điểm du lịch; chỉ đạo, hướng dẫn các chủ đầu tư khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, vui chơi, đẩy nhanh tiến độ hoàn thành quy hoạch. Thúc đẩy triển khai các dự án: như khu du lịch quốc tế Tản Viên tại hồ Suối Hai, khu du lịch hồ Quan Sơn, hồ Tuy Lai, hồ Cẩm Quy, khu I- II Sóc Sơn, khu phố cổ... Các chương trình dự án phát triển làng nghề, làng cổ sẽ được xúc tiến thực hiện như: làng nghề Phú Vinh, làng Việt cổ Đường Lâm và các điểm du lịch sinh thái, nghỉ cuối tuần; tiến hành hỗ trợ kinh phí bảo tồn các loại hình văn hoá dân gian của Hà Nội: tuồng cổ, ca trù, chèo tại một số làng quê vùng nông thôn để phục vụ du lịch

### ***2.2.5. Kết quả Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực cho ngành du lịch***

Trước hết xin nêu vài nét tổng quan về lao động trong ngành du lịch của cả nước trong những năm đầu thế kỷ. Năm 2008, có khoảng 285 nghìn lao động trực tiếp, còn lực lượng lao động gián tiếp ước khoảng 750 nghìn người, chiếm 2,5% lao động toàn quốc. Tỷ lệ lao động có chuyên môn du lịch chiếm khoảng 42,5%... Cơ sở đào tạo nhân lực du lịch cũng tăng đáng kể. Đến nay cả nước có hơn 40 trường đại học có khoa du lịch, ngành đào tạo du lịch hoặc liên quan đến du lịch cùng 43 trường trung cấp du lịch và nhiều trung tâm đào tạo nghề du lịch. Tuy nhiên, các cơ sở đào tạo du lịch chủ yếu tập trung ở Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Huế. Nhiều địa phương có tiềm năng và điều kiện phát triển du lịch nhưng chưa có trường đào tạo du lịch. Do vậy, lực lượng lao động ở đó chủ yếu là chưa được đào tạo, chất lượng thấp. Cũng có một số địa phương có cơ sở đào tạo du lịch nhưng đội ngũ giáo viên vẫn còn thiếu và yếu, cơ sở vật chất còn thiếu thốn, lạc hậu, chất lượng đào tạo thấp.

Là một Thành phố lớn, trung tâm của cả nước nguồn nhân lực cho du lịch của Hà Nội hiện nay có khá hơn nhưng nhìn chung cũng không nằm ngoài bức tranh tổng thể về nguồn nhân lực du lịch của cả nước.

Không thể phủ nhận thực tế sự tăng trưởng của ngành du lịch trong những năm vừa qua đã tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động. Không tính đội ngũ làm du lịch không chuyên, bán chuyên và lượng người lao động trong những lĩnh vực liên quan hoặc “ăn theo” thì số lao động trong ngành du lịch trong giai đoạn vừa qua đã tăng lên đáng kể hàng năm. Chúng ta sẽ thấy rõ điều đó qua số liệu sau đây:

**Bảng 2.5. Thống kê số lượng lao động trực tiếp trong ngành du lịch Hà Nội**

STT	Năm	Số lượng lao động (người)
1	2002	18.000
2	2004	22.200
3	2006	35.000
4	2008	43.000
5	2010	48.000
6	2011	52.000
7	2012	55.000
8	2013	57.000

\* Nguồn: Tổng hợp từ Số liệu của Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch Hà Nội.

Năm 2008, lực lượng lao động trong ngành du lịch là 43.000 người, trong đó 24.000 người trong khối khách sạn, nhà hàng; 6.000 người trong khối lữ hành và 15.000 người trong khối dịch vụ khác...

Năm 2011, số lượng lao động trên toàn ngành của Thủ đô thống kê là 51.118 người, đội ngũ hướng dẫn viên được cấp thẻ hiện có 1.859 người.

Chất lượng nguồn nhân lực và công tác đào tạo nguồn nhân lực của Thành phố cũng được cải thiện đáng kể. Các cơ sở đào tạo, dạy nghề ngày càng được mở rộng, nâng cấp với đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên ngày càng chuyên sâu và loại hình đào tạo được đa dạng hóa, phân thành nhiều trình độ từ thấp đến cao, từ đơn giản đến trình độ, kỹ năng, nghiệp vụ, tay nghề cao. Quy mô tuyển dụng ngày càng lớn, chương trình được cải tiến cả về nội dung và phương pháp, gắn đào tạo người quản lý với chuyên môn nghiệp vụ và ngoại ngữ. Nhờ đó, đến nay Hà Nội đã bước đầu xây dựng được đội ngũ cán bộ, nhân viên và lao động trong ngành du lịch có tay nghề cao, đáp ứng các tiêu chí quốc tế. Hiện có trên 50 % lao động trực tiếp trong ngành du lịch của Hà Nội được đào tạo trong đó: 1,65% có trình độ trên đại học, 42,7% đại học và cao đẳng, 23,8% trung cấp, 18,1 % sơ cấp. 32% trong số đó sử dụng được tiếng Anh giao tiếp, 13,2% biết Tiếng Pháp và 3,6% biết tiếng

Trung Quốc. Ngoài ra không ít người có thể giao tiếp bằng các thứ tiếng khác như tiếng Nhật, Hàn Quốc, Đức<sup>7</sup>...

### **2.3. Những hạn chế và nguyên nhân tồn tại trong công tác Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội**

#### **2.3.1. Những hạn chế và nguyên nhân tồn tại trong công tác xây dựng, ban hành và thực thi chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển**

Tuy đã đạt được nhiều tiến bộ trong công tác này nhưng cho đến nay vẫn chưa khắc phục được tình trạng nhiều chính sách, chiến lược, quy hoạch được xây dựng với sự tham gia hạn chế của doanh nghiệp. Nhiều chính sách, chiến lược, quy hoạch được xây dựng, ban hành không có sự phối hợp ăn ý giữa các bộ, ngành, thậm chí chỉ là bản liệt kê các chính sách mà thiếu kế hoạch hành động cụ thể nên hạn chế tính khả thi. Mỗi bộ, ngành, địa phương có nhiều chiến lược, kế hoạch nên không xác định được lĩnh vực ưu tiên. Chính vì thế dẫn đến tình trạng dàn trải, chông chéo về thẩm quyền và trách nhiệm giữa các bộ, ngành, giữa trung ương và chính quyền Thành phố.

Nói riêng về công tác quy hoạch du lịch, cơ sở hạ tầng đô thị và hạ tầng du lịch của Thành phố cũng còn nhiều bất cập. Trước hết, công tác quy hoạch tổng thể còn chậm, chính sách huy động nguồn lực thực hiện quy hoạch chưa khuyến khích đầu tư du lịch một cách thiết thực và gây băn khoăn cho các nhà đầu tư; tốc độ triển khai các dự án chậm do gặp phải suy thoái kinh tế, sự bất ổn của thị trường chứng khoán, ảnh hưởng của lạm phát và sự ngưng trệ của thị trường bất động sản.

Điển hình là công tác quy hoạch khách sạn trong những năm vừa qua thể hiện sự dự báo thiếu chính xác nhu cầu của xã hội, gây lúng túng cho hoạt

---

<sup>7</sup> Theo Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hà Nội, được trích dẫn trên trang báo điện tử: (<http://www.baotintuc.vn/129N20120404185344347T0/nhin-lai-du-lich-ha-noi.htm> 21:23:00 Thứ Tư, 04/04/2012).

động kinh doanh du lịch nói chung và hoạt động du lịch lữ hành. Theo bà Cao Ngọc Lan – nguyên Phó Giám đốc sở du lịch Hà Nội tính đến 2005, Hà Nội có khoảng 420 khách sạn với 12.500 phòng đạt tiêu chuẩn nhưng với đà tăng trưởng trong những năm đó, mỗi năm thiếu khoảng 2.000 phòng. Tình trạng thiếu phòng khách sạn trầm trọng hơn trong năm 2006 khi trong năm đó Hà Nội chỉ có khoảng 700 phòng tiêu chuẩn được xây mới. Đáng kể nhất là khách sạn Kim Liên với 90 phòng khách tiêu chuẩn 3 sao. Không có khách sạn 4-5 sao nào đi vào hoạt động. Có thời gian cao điểm, Hà Nội phải tính đến phương án sử dụng các khu chung cư cao cấp để phục vụ khách tham dự Hội nghị APEC 2006.

Do thiếu khách sạn, cơ sở lưu trú, trong những năm đó, nhiều khách du lịch của các hãng lữ hành đã phải lựa chọn giải pháp không lưu trú ở Hà Nội. Thậm chí, một số hãng đã bỏ điểm dừng chân Hà Nội, đưa khách vào thẳng Đà Nẵng, Nha Trang. Tình trạng thiếu phòng không được giải quyết sớm sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự phát triển của ngành du lịch.

Việc thiếu khách sạn có phần do nguyên nhân khách quan là các dự án khách sạn cao cấp cần vốn quá lớn, thời gian khấu hao dài trong khi các nhà đầu tư lớn không nhiều. Nhà đầu tư rất thận trọng khi quyết định đầu tư. Trong khi, nhu cầu thị trường gia tăng đột biến khi Hà Nội cùng với cả nước ngày càng tham gia tích cực vào quá trình hội nhập kinh tế thế giới, nhất là từ khi Việt Nam gia nhập WTO. Bên cạnh đó, nguyên nhân chủ quan là công tác quy hoạch và thực hiện quy hoạch chi tiết chưa tốt, các nhà đầu tư thiếu các địa điểm, không gian phù hợp để xây dựng khách sạn. Nguyên nhân của tình trạng này còn nằm ở chỗ, chính quyền chưa có những cơ chế hợp lý.

Để cải thiện tình trạng hiện nay, chúng ta cần cải thiện quy trình xây dựng, ban hành chính sách, chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế – xã hội nói chung và đối với ngành du lịch nói riêng; thực hiện sự phân công, phân nhiệm, phân cấp mạnh mẽ và rõ ràng hơn giữa các cấp, các ngành, trung ương

và địa phương. Thành phố Hà Nội cần tích cực tham mưu, đề xuất với trung ương về cơ chế, chính sách đặc thù đối với Thủ đô, đồng thời chủ động ban hành, cơ chế, chính sách phù hợp trên địa bàn, gắn liền với khâu tổ chức triển khai bằng những kế hoạch, chương trình hành động cụ thể, thiết thực.

### ***2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân trong công tác Quản lý thị trường du lịch và hoạt động của du khách ở Hà Nội***

Không thể phủ nhận những tiến bộ trong công tác quản lý thị trường và hoạt động du khách ở Hà Nội trong những năm qua nhưng thực tế vẫn còn nảy sinh nhiều vấn đề bất cập, nhất là vấn đề quản lý các hoạt động của khách hàng rất phức tạp. Nhiều du khách hàng, nhất là khách nội địa có các hành vi xâm phạm di tích, cảnh quan, môi trường và mọi người xung quanh. Thậm chí thời gian gần đây đã có nhiều du khách vi phạm pháp luật, một số tội phạm xuyên quốc gia lợi dụng con đường đi du lịch để xâm phạm an ninh quốc gia và gây ra các tội phạm khác như buôn bán ma túy, rửa tiền, buôn bán phụ nữ và trẻ em, trộm cắp, cưỡng đoạt tài sản. Điều đáng lo ngại là các loại tội phạm này ngày càng tinh vi, sử dụng công nghệ cao như làm thẻ tín dụng, thẻ thanh toán đa năng... để lừa rút tiền từ ngân hàng, ATM, điện thoại di động gây khó khăn cho công tác phát hiện, điều tra, xử lý của các cơ quan chức năng.

Nguyên nhân của tình trạng trên xuất phát từ cả hai phía: khách du lịch và năng lực của các chủ thể quản lý. Về phía khách du lịch, thành phần khá phức tạp, đa dạng, đến từ nhiều vùng miền, quốc gia, khu vực khác nhau. Họ có văn hóa, thói quen, lối sống, ứng xử không đồng nhất, chưa kể trong đó có nhiều đối tượng chủ đích lợi dụng du lịch để thực hiện mục đích khác. Một bộ phận du khách, nhất là khách nội địa còn thiếu hiểu biết, thiếu ý thức trong việc tôn trọng, bảo vệ tài nguyên, di tích lịch sử...

Nhìn từ góc độ chủ thể quản lý, trình độ, năng lực của nhiều cán bộ còn hạn chế, chưa theo kịp với yêu cầu nhiệm vụ; hiệu lực, hiệu quả quản lý của một số cơ quan chức năng chưa cao, có lúc có nơi còn bị buông lỏng.

### ***2.3.3. Những điểm yếu về Quản lý hoạt động kinh doanh du lịch***

Những kết quả trong công tác quản lý nhà nước về hoạt động kinh doanh du lịch đã góp phần tạo dựng bức tranh lạc quan trong ngành kinh tế du lịch của Thủ đô. Song, nhìn chung, hoạt động kinh doanh du lịch của Hà Nội chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có và mục tiêu đưa du lịch phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn. Cụ thể thời gian qua nổi lên một số vấn đề sau:

- Cơ sở vật chất phục vụ khách lưu trú chưa đáp ứng nhu cầu ngày một đa dạng và tăng cao. Vấn đề suy thoái môi trường như ô nhiễm không khí, nguồn nước, tiếng ồn đang gây bức xúc và làm giảm lượng khách đáng kể đến Hà Nội.

- Sản phẩm hàng hóa và dịch vụ du lịch Hà Nội chưa đa dạng, phong phú. Việc đầu tư mới các khu vui chơi giải trí còn ít. Về cơ bản những điểm đến du lịch, sản phẩm du lịch Hà Nội chủ yếu dựa vào các di tích lịch sử, di sản văn hóa truyền thống tâm linh, việc đầu tư xây mới còn hạn chế. Sản phẩm du lịch nghèo nàn, dịch vụ thấp chưa níu chân du khách lưu trú dài ngày v.v. Nhiều nhà quản lý và kinh doanh cho rằng thời gian qua nhiều khách du lịch của các hãng lữ hành không lưu trú ở Hà Nội. Ví dụ với tour Hà Nội - Hạ Long, trước đây khách lưu trú, mua sắm, tham quan ở Hà Nội, sau đó thuê xe đi Hạ Long thì nay ngược lại, Hà Nội lại là điểm tham quan mà không lưu trú. Thậm chí, một số hãng đã bỏ điểm dừng chân Hà Nội, đưa khách vào thẳng Đà Nẵng, Nha Trang... Một bộ phận khác quốc tế vào Việt Nam hiện nay đi theo đường biển do vậy du khách sẽ càng ít vào Hà Nội hơn...

Có thể xác định một số nguyên nhân của tình trạng trên:

- Việc định hướng, hỗ trợ của các cơ quan quản lý đối với du lịch chưa nhiều, hiệu quả chưa cao; công tác kiểm tra giám sát hoạt động du lịch đôi lúc, đôi nơi còn lỏng lẻo.



- Sự liên kết, phối hợp giữa ngành Du lịch Hà Nội với các địa phương khác chưa thường xuyên. Mặc dù phát triển khá nhanh nhưng số lượng các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh mang tính chuyên nghiệp chưa nhiều. Số lượng các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài còn ít; doanh nghiệp nhà nước chậm đổi mới, hiệu quả kinh doanh thấp; các doanh nghiệp tư nhân và cá thể hộ gia đình còn manh mún, thiếu sự liên kết chặt chẽ.

- Phần lớn các công ty du lịch ở Việt Nam là những công ty vừa và nhỏ, hoạt động thiếu liên kết, còn mang tính chất manh mún, vì vậy việc điều tra, nghiên cứu, thu thập thông tin về thị trường của các công ty này rất hạn chế. Không chỉ thế, khả năng tự tổ chức cũng như nâng cấp chất lượng nội dung các tour du lịch còn yếu.

- Một số doanh nghiệp, cơ sở và người tham gia hoạt động kinh doanh du lịch chạy theo lợi ích cục bộ, trước mắt, làm ăn chộp giật, gây khó chịu, phản cảm cho du khách. Rất nhiều khách du lịch kể cả quốc tế và nội địa khó chịu khi đến Việt Nam vì nạn “chặt chém”, chèo kéo và các dịch vụ ăn theo. Đơn cử trong 9 tháng đầu năm 2011, Thanh tra sở Văn hóa - thể thao và du lịch đã kiểm tra 12 đơn vị lữ hành, xử phạt vi phạm hành chính 2 đơn vị 2,5 triệu đồng. Đồng thời, tiến hành kiểm tra 30 hướng dẫn viên tại một số điểm du lịch và đã xử phạt hành chính 3 trường hợp, với tổng mức phạt 4 triệu đồng. Thanh tra sở cũng đã tiến hành kiểm tra 50 cơ sở lưu trú du lịch, xử phạt hành chính 2 đơn vị với tổng mức tiền phạt là 14 triệu đồng.

Tuy nhiên, nhiều cuộc Thanh tra, kiểm tra, giám sát mang tính chất hình thức, mới thấy phần nổi chứ chưa thực sự phát hiện và xử lý phần chìm của “*tảng băng*”. Ông Mai Tiến Dũng, Phó giám đốc Sở văn hóa - thể thao và du lịch Hà Nội thừa nhận rằng thời gian qua do lực lượng mỏng, chế tài xử phạt chưa cao nên tình hình vi phạm quy định trong kinh doanh du lịch diễn ra khá nhiều như không

có giấy phép kinh doanh trái phép, không khai báo kinh doanh, không niêm yết giá hoặc niêm yết giá bằng ngoại tệ...

#### **2.3.4. Những hạn chế về *Quản lý các điểm tuyến, dịch vụ du lịch***

Tuy Hà Nội đã chú trọng tổ chức khai thác và xây dựng mới các tuyến, điểm du lịch nhưng đến nay các tuyến, điểm du lịch có sức hút mạnh mẽ đối với khách vẫn chưa nhiều. Một số điểm nhóm mới được quy hoạch, đầu tư xây dựng nhưng chưa phát huy hiệu quả. Không chỉ danh lam thắng cảnh, khách còn muốn được phục vụ chu đáo, và thỏa mãn được nhu cầu vui chơi của mình. Hiện nay du lịch Hà Nội ngoài các khu vui chơi như Công viên nước Hồ Tây, Thiên đường Bảo Sơn, khu nghỉ dưỡng Ba Vì,... vẫn còn thiếu những khu resort và dịch vụ vui chơi giải trí cao cấp.

Các dịch vụ du lịch tại khu vực làng nghề cũng chưa thực sự được chú trọng đầu tư thích đáng. Mặc dù dịch vụ mới là nguồn thu chính của du lịch. Ngày đi tham quan, một số khách du lịch nhất là người phương Tây có thói quen tới các quán Bar, hay vũ trường về đêm nhưng rất khó tìm được nơi để đến. Trong nội thành Hà Nội cũng có một vài quán Bar, vũ trường nhưng do qui định về thời gian hoạt động nên không phục vụ du khách muốn chơi khuya, khiến cho dịch vụ này chưa thực sự trở thành một nguồn thu hút khách du lịch.

Nhiều khách nước ngoài cho biết: *sau một ngày đi tham quan, chiều về khách sạn, ăn tối xong du khách không biết làm gì....* Nhiều doanh nghiệp lữ hành than phiền, khi khách quốc tế muốn xem chương trình nghệ thuật đậm đà bản sắc Việt Nam, công ty thường không đáp ứng được bởi Hà Nội thiếu điểm biểu diễn nghệ thuật, vui chơi giải trí.

Theo một số người kinh doanh du lịch tại Hà Nội thì *“Đang có tình trạng chung là sự nghèo nàn của các sản phẩm du lịch nằm ở ngay trong tư duy khai thác, phát triển hệ thống điểm đến, sản phẩm du lịch của ta”*. Từ khi mở rộng địa bàn ra toàn tỉnh Hà Tây, Hà Nội được tăng cường tiềm năng du

lịch làng nghề, phố nghề nhưng hiện nay làng nghề đặc trưng của Hà Nội không giữ được như xưa nữa và du lịch làng nghề, đầu tư cho thương hiệu chưa có gì mới. Một trong những làng nghề thu hút khách du lịch nhất Hà Nội hiện nay là làng gốm Bát Tràng, thế nhưng ngày nay đến Bát Tràng du khách sẽ thấy ngồn ngộn đồ gốm sứ Trung Quốc đang lấn át các sản phẩm gốm sứ truyền thống.

Dịch vụ du lịch ở Hà Nội còn nghèo nàn, thiếu sức lôi cuốn. Hàng chục năm nay, sản phẩm du lịch Hà Nội vẫn chỉ là thăm phố cổ, xem múa rối nước, viếng Lăng Bác, thăm Bảo tàng Dân tộc học. Theo ước tính, có tới 40% số khách du lịch xuống sân bay chỉ ghé qua Hà Nội rồi đến các điểm du lịch khác, không lưu trú tại Hà Nội. Dễ dàng nhận thấy lịch trình các tour đều chủ yếu tập trung vào loại hình du lịch đại chúng theo những chương trình tham quan, ngắm cảnh chung chung.

### ***2.3.5. Những hạn chế và nguyên nhân trong Quản lý nguồn nhân lực du lịch***

Mặc dù có sự phát triển mạnh nhưng nguồn nhân lực du lịch Hà Nội hiện nay vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu sự phát triển và đặt ra hàng loạt vấn đề cho công tác quản lý nguồn nhân lực du lịch cả về số lượng và chất lượng. Cụ thể:

- So với quy mô dân số và nhân lực của Thành phố có gần 7 triệu dân và 67% dân số trong độ tuổi lao động thì con số 51.118 lao động trực tiếp trong ngành du lịch của Hà Nội còn khá thấp.

- Trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tay nghề, văn hóa, học vấn, ngoại ngữ của đội ngũ làm du lịch chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường. Gần 50% đội ngũ cán bộ, nhân viên và lao động trực tiếp trong ngành chưa qua đào tạo; số người sử dụng thành thạo tiếng Anh nói riêng và ngoại ngữ nói chung còn hạn chế. Phong cách phục vụ thiếu tính chuyên nghiệp. Có một thực

trạng là ngay đội ngũ hướng dẫn viên du lịch đi kèm tour cũng chưa phải là những người thực sự có trình độ chuyên môn. Một người phục vụ Tour đảm nhiệm luôn nhiều vai trò (vừa là Hướng dẫn viên, vừa là người điều khiển tour kiêm lễ tân..., do đó họ thường thiếu kiến thức cơ bản và phong văn hóa cần thiết nên cung cấp thông tin sai lạc, hời hợt cho du khách.

Nguyên nhân tình trạng trên là do trong thời gian qua, việc đào tạo ngành, nghề du lịch và những vấn đề liên quan đến du lịch chưa được quan tâm, đầu tư đúng mức. Một số trường học, cơ sở đào tạo dù đầu tư cơ sở vật chất, nâng cấp trang thiết bị nhưng vẫn thiếu, không đồng bộ, nhất là ở các cơ sở mới tham gia đào tạo du lịch. Đội ngũ giáo viên, giảng viên được đào tạo về du lịch hạn chế về số lượng, chất lượng, thiếu giáo viên trình độ cao về chuyên môn và ngoại ngữ. Phương pháp đào tạo chưa được đổi mới, nặng về lý thuyết, thiếu tính thực nghiệm và sức sống thực tế. Công tác tuyên truyền, tập huấn, trang bị kiến thức cho người làng nghề về cách marketing sản phẩm, thái độ đón tiếp khách du lịch, việc đầu tư xây dựng hạ tầng các làng nghề cũng chưa được quan tâm đúng mức... Tình trạng chật chém, chèo kéo, đu bám để ăn xin, bán hàng rong và nhiều dịch vụ “ăn theo” du lịch khác gây khó chịu cho du khách chưa được ngăn chặn có hiệu quả.

#### **2.4. Cơ hội và thách thức trong công tác Quản lý, phát triển du lịch Hà Nội**

Hà Nội là thủ đô ngàn năm văn hiến, có bề dày lịch sử hơn 1000 năm tuổi, có truyền thống văn hóa đa dạng và giàu bản sắc dân tộc. Là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội, trái tim của cả nước, với nhiều giá trị, công trình văn hóa, danh lam thắng cảnh và di tích lịch sử (3.840 khu di tích trên tổng số gần 40.000 di tích Việt Nam), Hà Nội đủ điều kiện và thế mạnh để phát triển thành trung tâm du lịch lớn, có sức hấp dẫn đông đảo du khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên, vai trò Thủ đô và tình hình mới hiện nay

cũng đặt ra cho ngành du lịch Hà Nội cũng như công tác quản lý nhà nước về du lịch những thách thức to lớn.

#### ***2.4.1. Những thời cơ, thuận lợi trong Quản lý, phát triển ngành du lịch Hà Nội***

Cùng với quá trình phát triển của đất nước nói chung, Hà Nội nói riêng, ngành du lịch Thủ đô đang đứng trước những thời cơ, vận hội to lớn.

Vốn là Trung tâm chính trị - Hành chính, kinh tế, văn hoá xã hội của Quốc gia, cộng với những lợi thế có sẵn từ nguồn tài nguyên thiên nhiên, danh lam thắng cảnh, di tích văn hoá, tôn giáo do lịch sử để lại, Hà Nội có nhiều nguồn lực, tiềm năng nội tại để phát triển ngành du lịch nhanh, mạnh cả về chất và lượng. Cùng với sự tăng trưởng của ngành công nghiệp du lịch, các tổ chức, doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh trong nhóm ngành dịch vụ, bao gồm các ngành du lịch lữ hành, nhà hàng khách sạn, dịch vụ ăn uống cũng đang phát triển nở rộ, biểu hiện rõ nét ở nhu cầu tuyển dụng nguồn nhân lực trẻ và chất lượng tăng lên đáng kể. So với các tỉnh, thành phố khác của Việt Nam, Hà Nội là một thành phố có tiềm năng để phát triển du lịch. Trong nội thành, cùng với các công trình kiến trúc, Hà Nội còn sở hữu một hệ thống bảo tàng đa dạng bậc nhất Việt Nam. Thành phố cũng có nhiều lợi thế trong việc giới thiệu văn hoá với du khách nước ngoài thông qua các nhà hát sân khấu dân gian, các làng nghề truyền thống...

Với việc thông qua Chiến lược phát triển tổng thể ngành du lịch Quốc gia và các chương trình, kế hoạch, quy hoạch phát triển ngành du lịch Thủ đô với tầm nhìn đến 2030, Chính phủ cũng như chính quyền địa phương các cấp đã xác định vị trí, tầm quan trọng của ngành du lịch cả nước nói chung và của Hà Nội nói riêng.

Quá trình toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng cũng như thời đại bùng nổ thông tin mang lại cho ngành du lịch Hà Nội

những vận hội vô cùng to lớn. Hà Nội ngày càng được du khách biết đến trong bản đồ du lịch toàn cầu. Trang Web du lịch Trip Advisor xếp Hà Nội đứng thứ 8/10 điểm du lịch đang lên của Thế giới từ 2011 – 2013. Hà Nội đang được quảng bá rộng rãi trong toàn khu vực và thế giới như là hình ảnh của một thành phố của Hoà bình, thủ đô ngàn năm văn hiến đang trên đà phát triển năng động.

Nhận thức của các cấp, các ngành và người dân về du lịch và phát triển một ngành du lịch như một ngành kinh tế mũi nhọn ngày càng đúng đắn và đầy đủ, từ đó tác động đến hành vi, hoạt động du lịch sẽ thúc đẩy cho du lịch Thủ đô phát triển mạnh mẽ theo hướng chuyên nghiệp, văn minh, hiện đại.

#### ***2.4.2. Những thách thức, khó khăn trong Quản lý, phát triển ngành du lịch Hà Nội***

Bên cạnh những thuận lợi cơ bản như trên, ngành du lịch Thủ đô cũng còn nhiều vấn đề phức tạp, đứng trước nhiều thách thức mới trong thời kỳ hội nhập và phát triển. Dưới đây xin nêu một số khó khăn, thách thức cơ bản:

- *Thứ nhất, thị trường du lịch biến đổi khôn lường, môi trường cạnh tranh ngày càng quyết liệt:* Quá trình toàn cầu hóa và hội nhập ngày càng sâu rộng đồng thời cũng tạo ra một môi trường cạnh tranh khốc liệt giữa các quốc gia, địa phương trong phát triển du lịch. Với thị trường trong nước, ngành du lịch Hà Nội phải chạy đua với một Thành phố Hồ Chí Minh đầy năng động, từng được biết đến là Hòn Ngọc Viễn Đông; một Đà Nẵng tươi trẻ đang trở thành nơi đáng sống nhất Việt Nam; một thành phố biển Hạ Long vừa được xếp hạng là một trong bảy kỳ quan thiên nhiên của thế giới hay một Thành phố biển Nha Trang được ví như Hòn Ngọc Biển Đông hay một Đà Lạt đầu mộng mơ... Nhìn ra thị trường khu vực, Hà Nội cũng đối mặt với những thành phố, địa danh du lịch mang thương hiệu quốc tế đến từ các quốc gia Đông Nam Á, Đông Bắc Á.

Cho đến nay, các doanh nghiệp du lịch Hà Nội đa phần đều là quy mô nhỏ, sức cạnh tranh kém. Hà Nội cũng chưa tạo được nhiều sản phẩm du lịch đặc trưng.

*Thứ hai, thách thức về cơ chế, chính sách, trình độ, năng lực quản lý:* Nhận thức, kiến thức quản lý và phát triển du lịch chưa theo kịp yêu cầu trong tình hình mới; cơ chế, chính sách quản lý chưa hợp lý, chưa giải phóng mạnh mẽ 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 đồng bộ, mạch lạc vẫn là những khó khăn đối với phát triển du lịch theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp.

*Thứ ba, thách thức trước yêu cầu phát triển du lịch bền vững:* Sự tăng trưởng du lịch gia tăng sức ép lên môi trường sống, tài nguyên thiên nhiên; quy hoạch phát triển du lịch bị bất hợp lý và thiếu tầm nhìn có thể phá vỡ không gian du lịch; Kết cấu hạ tầng yếu kém, thiếu đồng bộ làm cho việc tiếp cận điểm đến du lịch còn khó khăn, đặc biệt đối với các vùng sâu, vùng xa.; tác động của biến đổi khí hậu; mức sống trong dân cư phần đông còn thấp.

*Thứ tư, thách thức về văn hóa, lối sống, hành vi ứng xử trong việc phát triển một ngành du lịch mang tính chuyên nghiệp:* mâu thuẫn giữa yêu cầu xây dựng nếp sống văn minh với ý thức pháp luật chưa nghiêm và các vấn đề văn hóa - xã hội khác như lối mòn tư duy, ứng xử; vấn nạn giao thông, vệ sinh an toàn thực phẩm; tình trạng làm ăn chộp giật, chèo kéo, ép giá... Đây là những khó khăn, thách thức nội tại không dễ vượt qua để ngành du lịch Hà Nội 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.

Như vậy qua phân tích đánh giá những thành công và hạn chế, thời cơ và thách thức trong công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành Phố Hà Nội chúng ta thấy: Trong những năm qua, Hà Nội đã có nhiều tiến bộ

trong công tác quản lý du lịch trên địa bàn, từ những vấn đề mang tính vĩ mô như định hướng, quy hoạch và thực hiện quy hoạch, cơ chế và chính sách thu hút vốn đầu tư cho đến quản lý thị trường, luồng khách quốc tế và nội địa, cơ sở và doanh nghiệp kinh doanh, nguồn nhân lực du lịch... Nhờ đó tạo điều kiện, môi trường thuận lợi cho ngành du lịch Thủ đô có bước phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng như bức tranh toàn cảnh ngành du lịch của cả nước còn có những mảng sáng tối đan xen, thực trạng công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội cũng tồn tại những vấn đề hạn chế, bất cập.

Kết quả hoạt động du lịch của thành phố Hà Nội giai đoạn 2001-2013 có nhiều tiến bộ, số lượng khách du lịch tăng hàng năm, chất lượng hoạt động du lịch được nâng lên một bước, sản phẩm du lịch có phát triển, góp phần vào phát triển kinh tế xã hội của Thành phố. Tuy nhiên, Du lịch Hà Nội vẫn còn hạn chế như đầu tư chưa được chú trọng, định hướng phát triển sản phẩm, hiệu quả đầu tư chưa cao, năng lực tổ chức bộ máy, phát triển du lịch chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế của thành phố, đặc biệt là chưa có chiến lược phát triển du lịch đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030.

Thực trạng đó đòi hỏi cần có những giải pháp khắc phục hiệu quả hơn nữa nhằm loại bỏ những xung lực đang cản trở ngành du lịch Thủ đô vươn lên tương xứng với tiềm năng và tầm vóc của nó.



### CHƯƠNG III

## GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

### **3.1. Định hướng, mục tiêu phát triển du lịch trên địa bàn Hà Nội đến năm 2030**

#### ***3.1.1. Vị trí, tầm quan trọng của ngành du lịch Thủ đô trong bản đồ du lịch Việt Nam và tổng thể nền kinh tế - xã hội của Thủ đô***

"Công nghiệp không khói" được gán danh cho ngành du lịch đang ngày càng nắm giữ vị trí quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu cũng như Việt Nam và Thủ đô Hà Nội nói riêng. Như trên đã nói, vốn là Trung tâm chính trị - Hành chính, kinh tế, văn hoá xã hội của Quốc gia, cộng với những lợi thế có sẵn từ nguồn tài nguyên thiên nhiên, danh lam thắng cảnh, di tích văn hoá, tôn giáo do lịch sử để lại, Hà Nội có một vị trí quan trọng và xứng đáng trong bản đồ du lịch Quốc gia. Hà Nội ngày càng là điểm đến thu hút khách du lịch với nguồn tài nguyên thiên nhiên và văn hóa khá phong phú, đa dạng cùng nhiều hệ thống nhà hàng, khách sạn, resort do các tập đoàn trong và ngoài nước đầu tư. Ngành du lịch Hà Nội phát triển khá nhanh cả về chất và lượng trong thời gian qua và có tiềm năng, triển vọng tiến xa, tiến mạnh hơn nữa. Cùng với sự tăng trưởng của ngành công nghiệp du lịch, các tổ chức, doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh trong nhóm ngành dịch vụ, bao gồm các ngành du lịch lữ hành, nhà hàng khách sạn, dịch vụ ăn uống cũng đang phát triển nở rộ, biểu hiện rõ nét ở nhu cầu tuyển dụng nguồn nhân lực trẻ và chất lượng tăng lên đáng kể. So với các tỉnh, thành phố khác của Việt Nam, Hà Nội là một thành phố có tiềm năng để phát triển du lịch. Trong nội thành, cùng với các công trình kiến trúc, Hà Nội còn sở hữu một hệ thống bảo tàng đa dạng bậc nhất Việt Nam. Thành phố cũng có nhiều lợi thế trong việc giới thiệu văn hoá với du khách

nước ngoài thông qua các nhà hát sân khấu dân gian, các làng nghề truyền thống... Tuy nhiên, nhiều thống kê, đánh giá cho thấy Hà Nội chưa thực sự là một thành phố du lịch hấp dẫn. Với nhiều du khách quốc tế, thành phố chỉ là điểm trung chuyển trên hành trình khám phá Việt Nam của họ.

Du lịch Hà Nội thời gian qua có những sức bật mới, thể hiện cụ thể qua các chỉ tiêu đạt được năm sau cao hơn năm trước, lượng khách và doanh thu, thu nhập xã hội từ du lịch tăng liên tục và ổn định. Ngành du lịch phát triển đã thu hút hàng trăm ngàn lao động trực tiếp và gián tiếp vào các hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ du lịch. Vị thế du lịch được đề cao trong tổng thể nền kinh tế Thủ đô và được các hiệp hội, tạp chí du lịch thế giới cũng như khu vực đánh giá cao.

Để khắc phục hạn chế, phát huy tiềm năng, lợi thế và những kết quả đã đạt được trong những năm qua, Ban chỉ đạo phát triển du lịch Hà Nội đã chỉ đạo rà soát các khâu quy hoạch và thực hiện quy hoạch, giải quyết những vướng mắc về du lịch, đồng thời đưa ra các chính sách liên kết vùng, liên kết ngành, xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng, xây dựng chuyên đề về du lịch nhằm huy động tối đa các nguồn lực và người dân tham gia phát triển du lịch, xây dựng nhiều tuyến du lịch hấp dẫn để thu hút khách du lịch nội địa và quốc tế.

### ***3.1.2. Quan điểm, định hướng, mục tiêu phát triển ngành du lịch Thủ đô đến năm 2030***

Quan điểm và định hướng chủ đạo đối với ngành du lịch của Thủ đô đó là, Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp mang tính liên ngành, liên vùng, vì vậy cần có chiến lược và giải pháp đồng bộ, nằm trong quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô cũng như của ngành du lịch cả nước, đòi hỏi sự vào cuộc quyết liệt của các bộ, ngành trung ương và chính quyền địa phương các cấp để phấn đấu đến năm 2030 đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô.

Năm 2010, UBND TP Hà Nội đã có Quyết định số 2129/QĐ-UBND phê duyệt nhiệm vụ dự án lập Quy hoạch phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Dự án nhằm đánh giá đúng tiềm năng, hiện trạng phát triển du lịch của Hà Nội, và xây dựng phương án phát triển du lịch Thành phố phù hợp với Chiến lược, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Hà Nội và Quy hoạch chung xây dựng Thủ đô đến năm 2030, định hướng đến năm 2050 cũng như Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 mới được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 30/12/2011. Sau hơn 2 năm triển khai, Dự án quy hoạch này đã được UBND thành phố Hà Nội chính thức phê duyệt bằng Quyết định số 4597/QĐ-UBND ngày 16/10/2012 của UBND Thành phố Hà Nội về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển du lịch thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.

Theo đó, quan điểm, chủ trương chung nhất là Hà Nội sẽ phát triển du lịch bền vững và trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn. Trước hết, Hà Nội sẽ xây dựng lại quy hoạch du lịch trên cơ sở nghiên cứu, rà soát, đánh giá lại tiềm năng và tình hình phát triển du lịch, kể cả việc phải mời chuyên gia nước ngoài tham gia. Tổng vốn đầu tư trong quy hoạch đến năm 2030 là khoảng 370,65 nghìn tỷ đồng, với 5% vốn ngân sách nhà nước tập trung đầu tư cho công tác lập quy hoạch, xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển du lịch, đào tạo nguồn nhân lực, quảng bá xúc tiến du lịch, bảo vệ tài nguyên và môi trường du lịch; 20% vốn tích lũy từ GDP du lịch và của các doanh nghiệp du lịch; còn lại là huy động từ các nguồn khác.

Bên cạnh lợi thế có sẵn về du lịch hội thảo, hội nghị, với địa giới hành chính đã được mở rộng, Hà Nội cần khai thác lợi thế đậm đặc các di tích, danh thắng lịch sử, đình chùa miếu mạo để phát triển du lịch văn hóa, lịch sử. Cùng với thế mạnh về núi non sông nước, Hà Nội có thể phát triển du lịch sinh

thái, nghỉ dưỡng cuối tuần. Hiện nay, khu vực này có 1.181 làng nghề và nhiều làng cổ nổi tiếng sẽ tạo cơ hội xây dựng các tour du lịch làng nghề. Đặc biệt, diện tích Hà Nội mở rộng lớn gấp 3,6 lần so với trước, mở ra triển vọng đầu tư các dự án du lịch như khách sạn, sân golf, khu vui chơi giải trí... Đó sẽ là cơ sở xây dựng kế hoạch phát triển du lịch hàng năm của Hà Nội.

Theo kết luận chỉ đạo của Chủ tịch UBND Tp. Hà Nội tại buổi làm việc ngày 10/8/2011 giữa UBND Thành phố, Bộ văn hóa – thể thao – du lịch, Tổng cục du lịch, Sở Văn hóa thể thao – du lịch Hà Nội và các sở ngành, liên quan thì ngành du lịch Hà Nội cần hướng đến mục tiêu “*Khai thác, phát huy lợi thế du lịch Hà Nội, xây dựng Hà Nội thành trung tâm du lịch hấp dẫn của cả nước và khu vực, đưa du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô. Trong đó, phấn đấu đến năm 2015, thành phố Hà Nội sẽ đón từ 2 đến 3 triệu lượt khách quốc tế và 14-15 triệu lượt khách nội địa*”.<sup>(8)</sup>

Mục tiêu của quy hoạch, phát triển ngành du lịch Thủ đô cũng xác định rõ: tới năm 2020 sẽ đón được 3,2 triệu lượt khách quốc tế và 20 triệu lượt khách nội địa, đạt tổng thu 79.674 tỷ đồng; đến năm 2030 đón được 4,5 triệu lượt khách quốc tế và 26,8 triệu lượt khách nội địa, đạt tổng thu 186.165 tỷ đồng. Qua đó, du lịch Hà Nội sẽ tạo việc làm cho gần 383 nghìn lao động, trong đó có 127,8 nghìn lao động trực tiếp vào năm 2020.

Để đạt được mục tiêu đó, Thành phố cần giải quyết tốt các vấn đề:

\* *Về khuôn khổ pháp lý*

- Xây dựng chiến lược phát triển du lịch của Thủ đô đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, bao gồm: Định hướng phát triển, mục tiêu, nhiệm vụ giải pháp chủ yếu, xác định khâu đột phá nhằm khai thác hiệu quả những tiềm năng, lợi thế so sánh và thuận lợi là Thủ đô của cả nước, trung tâm lớn về văn

---

<sup>8</sup> Nguồn: <http://vinaholidays.com.vn/tin-chi-tiet/ha-noi-dinh-huong-phat-trien-du-lich-giai-doan-2011-2015/1375.html>

hóa, khoa học, giáo dục – đào tạo, kinh tế, đầu mối giao thông, giao thương, giao lưu quốc tế.

- Trên cơ sở chiến lược, xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển và kế hoạch cho từng giai đoạn, các chương trình, đề án trọng điểm ưu tiên đầu tư.

- Xây dựng cơ chế chính sách, thu hút nguồn lực đầu tư, xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển sản phẩm du lịch.

*\* Về sản phẩm dịch vụ du lịch*

- Đa dạng hóa hoạt động du lịch để phát huy lợi thế so sánh: Thủ đô Hà Nội là nơi diễn ra các hoạt động chính trị, ngoại giao có uy tín với quốc tế, Trung tâm thương mại, Hội chợ quốc tế, Trung tâm thể thao, nghỉ dưỡng, chữa bệnh, du lịch phố cổ, làng cổ, làng nghề, du lịch văn hóa lịch sử hồ Tây, hồ Gươm, Hoàng thành Thăng Long, Văn Miếu Quốc Tử Giám và gắn với các hoạt động văn hóa thể thao, kinh tế chính trị khác được tổ chức tại Thủ đô Hà Nội.

- Đẩy mạnh xúc tiến quảng bá du lịch Thủ đô.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và đội ngũ quản lý du lịch, xây dựng hình ảnh, thương hiệu gắn với xúc tiến quảng bá du lịch vào các thị trường tiềm năng, liên kết du lịch với các điểm đến của các tỉnh, thành trong cả nước: đất nước con người Việt Nam, người Hà Nội, nhà ga, sân bay, đội ngũ tiếp viên, nhân viên an ninh, hải quan, hướng dẫn viên du lịch, taxi, xe ô tô đưa đón khách, cảnh quan môi trường thành phố Hà Nội, xây dựng tour, sản phẩm du lịch đặc trưng, nối tour, nối tuyến, đảm bảo có hình ảnh đẹp, ấn tượng trong du khách khi đến tham quan Hà Nội.

*\* Về công tác triển khai*

- Tăng cường phối hợp các địa phương trong cả nước nhất là trong quy hoạch đầu tư xây dựng khai thác hiệu quả hạ tầng sản phẩm du lịch, nối tour và nâng cao chất lượng phục vụ.

- Tranh thủ quan tâm chỉ đạo và hỗ trợ của Trung ương.

- Xây dựng chương trình công tác giữa Tổng cục Du lịch và Sở VHTTDL; Tổ chức giao ban 6 tháng một lần giữa Bộ VHTTDL và Thành phố Hà Nội để chỉ đạo chương trình phát triển du lịch thành phố Hà Nội.

Năm 2013, là năm bắt đầu triển khai thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030, đã đánh dấu sự chuyển biến mạnh mẽ và thành công của du lịch Hà Nội góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô.

### **3.2. Những giải pháp nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả Quản lý Nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội**

Trên cơ sở phân tích và đánh giá thực trạng quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội như trên, để du lịch Thành phố phát triển tương xứng với tiềm năng và tầm vóc của nó, trong thời gian tới công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Hà Nội cần thực hiện tốt một số giải pháp chủ yếu dưới đây:

#### ***3.2.1. Nâng cao chất lượng công tác Quản lý nhà nước về định hướng, chiến lược phát triển du lịch thông qua công tác quy hoạch và thực hiện quy hoạch***

Tiếp tục bổ sung, hoàn thiện chiến lược phát triển du lịch của Thủ đô đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, bao gồm: Định hướng phát triển, mục tiêu, nhiệm vụ giải pháp chủ yếu, xác định khâu đột phá nhằm khai thác hiệu quả những tiềm năng, lợi thế so sánh và thuận lợi, là Thủ đô của cả nước, trung tâm lớn về văn hóa, khoa học, giáo dục – đào tạo, kinh tế, đầu mối giao thông, giao thương, giao lưu quốc tế.

Công tác quy hoạch và thực hiện quy hoạch chính là nhằm đảm bảo định hướng, chiến lược của Đảng và Nhà nước về du lịch được thực thi trong thực tế. Công tác quy hoạch cần phải được tiến hành thường xuyên, đồng bộ và đảm bảo tính khả thi, tránh tình trạng “quy hoạch treo”. Trước hết, cấp ủy Đảng và chính quyền thành phố phải bám sát chủ trương, chính sách của

Đảng và Nhà nước về phát triển du lịch để tổ chức triển khai thực hiện quy hoạch tổng thể ngành du lịch vừa được Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt, đồng thời thường xuyên rà soát, giám sát thực hiện quy hoạch, bổ sung và hoàn thiện quy hoạch phát triển ngành du lịch trên địa bàn dựa trên Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 vừa được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, đây là văn bản pháp lý quan trọng nhằm định hướng và mở ra vận hội mới cho ngành du lịch cả nước nói chung và Hà Nội nói riêng. Theo đó, quan điểm xuyên suốt vẫn là: *Phát triển du lịch bền vững theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp, kết hợp du lịch nội địa với quốc tế; du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội.*

Mặt khác, như phân trên đã nói, du lịch là một ngành kinh tế - xã hội tổng hợp, liên quan đến nhiều ngành, nghề, lĩnh vực, đòi hỏi có sự liên kết nhiều đơn vị, địa phương. Hà Nội lại là trung tâm của cả nước, bởi vậy, công tác quản lý quy hoạch và thực hiện quy hoạch là rất quan trọng, đòi hỏi có tính đồng bộ cao. Công tác quy hoạch phải có tính khả thi cao và phải được hiện thực hóa. Do đó, phải làm tốt công tác quản lý thực hiện quy hoạch. Muốn vậy, đòi hỏi phải có sự chỉ đạo thống nhất từ cấp trung ương tới địa phương; sự tham gia tích cực của các ban, ngành, đoàn thể có liên quan từ cấp Thành phố đến cấp quận, huyện và cơ sở. Trong quá trình xây dựng quy hoạch và đầu tư xây dựng các khu, điểm du lịch trọng điểm cần tham khảo ý kiến của các chuyên gia ngành du lịch cũng như các nhà khoa học trong các lĩnh vực khác. Việc định hướng thị trường, điều tra xã hội học là cần thiết để triển khai chương trình, dự án đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và tài nguyên du lịch đúng mục đích, hiệu quả thiết thực.

Trên cơ sở đó, thiết nghĩ trong thời gian tới Hà Nội cần giải quyết tốt những vấn đề dưới đây:

*a. Cải thiện quy trình xây dựng, ban hành chính sách, chiến lược, làm tốt công tác quy hoạch tổng thể đô thị gắn với phát triển du lịch*

Quá trình xây dựng, dự thảo chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển du lịch cần được công khai và lấy ý kiến rộng rãi của nhân dân, các doanh nghiệp, các nhà khoa học, các tổ chức kinh tế - xã hội, nghề nghiệp. Chính quyền Thành phố cần tổ chức thực hiện tốt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 vừa được phê duyệt. Trong quá trình thực hiện cần chú trọng theo dõi, sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm, nếu cần thì bổ sung, điều chỉnh kịp thời.

Thành phố cần thường xuyên rà soát, bổ sung, điều chỉnh và hoàn thiện công tác quy hoạch đô thị nói chung và quy hoạch các khu, điểm du lịch nói riêng. Trong đó, cần dành địa điểm, không gian tiếp tục hình thành một số Khu, điểm du lịch mang tầm cỡ quốc gia, khu vực và quốc tế. Đối với các khu du lịch trọng điểm cần tham khảo ý kiến của nhiều ngành, nhiều đối tượng, thậm chí có thể thuê nước ngoài làm quy hoạch. Công tác quy hoạch phải tạo được sức hút đối với các nhà đầu tư. Đồng thời phải huy động các nguồn lực tiếp tục đầu tư cơ sở hạ tầng “lót đường” cho du lịch.

Cần lưu ý công tác quản lý và thực hiện quy hoạch giao thông đô thị là hết sức quan trọng. Hiện nay tai nạn và ùn tắc giao thông đang là vấn nạn trên địa bàn Thủ đô, ảnh hưởng không nhỏ đến ngành du lịch. Nguyên nhân là do chưa làm tốt công tác quy hoạch, ý thức tôn trọng và chấp hành giao thông của người dân chưa cao, còn nhiều hành vi vi phạm lòng lề đường, hành lang an toàn giao thông, thực chất là vi phạm trong việc thực hiện quy hoạch giao thông.

*b. Quy hoạch đồng bộ các ngành, khu du lịch, thương mại đi liền với các phát triển các phố nghề, làng nghề truyền thống và các ngành sản xuất sản phẩm phụ trợ*



Tiếp tục quy hoạch, tôn tạo, khôi phục và phát huy các phố cổ, làng nghề truyền thống. Khôi phục làng nghề, lễ hội truyền thống để tạo thêm nhiều các sản phẩm du lịch hấp dẫn. Các khu phố cổ, làng nghề của Hà Nội từ lâu đã là điểm nhấn của du lịch Thủ đô. Hà Nội đã có những khu phố đi bộ như Hàng Đào - Đồng Xuân. Thời gian tới cần tăng cường thêm thời gian dành cho việc đi bộ và mở rộng mô hình này sang một số tuyến phố khác trong nội đô. Đã nhiều năm nay, các bộ ngành Trung ương phối hợp với chính quyền các cấp Thành phố có nhiều dự án, chương trình tôn tạo, bảo tồn và quy hoạch khu phố cổ. Theo đó có thể định vị khu phố cổ Hà Nội gồm hai khu vực bảo vệ, tôn tạo đặc trưng như sau:

- *Khu vực bảo vệ, tôn tạo cấp 1:* Được giới hạn bởi các phố Hàng Chiếu, Hàng Đường, Hàng Ngang, Hàng Bạc, Hàng Mắm và Trần Nhật Duật (diện tích khoảng 19 ha).

- *Khu vực bảo vệ, tôn tạo cấp 2:* Bao gồm phần còn lại trong khu Phố Cổ.

Đặc trưng kiến trúc cổ của khu phố này là các ngôi nhà nhỏ bé, thường có sân chung, lô nhô tiếp nối nhau từ dãy phố này đến dãy phố khác đã tạo nên những giá trị văn hóa từ xưa đến nay của Hà Nội nhưng hiện nay nhiều khu phố đã xuống cấp, đòi hỏi phải trùng tu, tôn tạo. Để khai thác tiềm năng giá trị văn hóa truyền thống và du lịch khu phố cổ, quận Hoàn Kiếm – Hà Nội đang triển khai nhiều đề án “Phát triển dịch vụ, thương mại, du lịch trong khu phố cổ”, “Khôi phục phố nghề Kim Hoàn- Hàng Bạc”, “Mở rộng không gian đi bộ trong khu phố cổ và khu vực hồ Hoàn Kiếm”... Theo ông Hà Văn Siêu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch cho rằng: Khu phố cổ Hà Nội về cơ bản hạ tầng khá hoàn thiện, vấn đề ở đây là nâng cao chất lượng dịch vụ và tạo sản phẩm để giữ chân du khách. Việc mở rộng không gian phố cổ theo hướng là phố đi bộ để nơi đây trở thành nơi giao lưu, tìm hiểu nét văn hóa truyền thống đặc trưng giữa cư dân bản địa và du khách. Mặt khác, cần liên

kết các cửa hàng kinh doanh sản phẩm du lịch ở đây với các cơ sở sản xuất xung quanh như làng hoa, làng đúc đồng, làng gốm sứ, mây tre đan... Sau khi sáp nhập, Hà Nội trở thành “Đất trăm nghề” (hiện có 1.270 làng nghề và làng có nghề, chiếm gần 60% tổng số làng với 47/52 nghề trên toàn quốc. Trong đó những làng nghề phát triển rất mạnh như gốm sứ, dệt may, da giày, điêu khắc, trạm trổ, khảm trai, thêu ren, sơn mài, mây tre đan, dát vàng bạc, đá quý, kim hoàn)<sup>9</sup>. Đến nay những làng nghề này vẫn rất cần phát triển mạnh với những chủ trương, chính sách đổi mới, mở cửa theo cơ chế thị trường. Theo đó, UBND thành phố cần tiếp tục xây dựng các chương trình, kế hoạch, đề án phát triển ngành nghề nông thôn, trong đó tập trung vào việc hỗ trợ phát triển sản xuất, khôi phục và phát triển các nghề và làng nghề truyền thống, tìm kiếm và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước.

Hoàn thành xây dựng, phê duyệt Quy hoạch phát triển khu vực Ba Vì - Suối Hai thành khu du lịch quốc gia đến năm 2020, định hướng đến năm 2030; Hoàn thành phê duyệt Đề án phát huy giá trị không gian lễ hội Gióng tại Gia Lâm và Sóc Sơn; Đề án phát triển du lịch cộng đồng khu vực Ba Vì.

Đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch, nâng cao chất lượng tổ chức dịch vụ du lịch tại các điểm di sản văn hóa như di tích lịch sử đền Ngọc Sơn và khu vực hồ Hoàn Kiếm; di tích lịch sử Nhà tù Hỏa Lò; di tích lịch sử - văn hoá Quốc gia đặc biệt Văn Miếu - Quốc Tử Giám để thu hút khách tham quan, du lịch...

### *c. Xây dựng và phát triển hành lang xanh trong và xung quanh đô thị*

Không gian xanh là yêu cầu, là điểm nhấn không thể thiếu nếu không muốn nói là sống còn của Thành phố du lịch. Việc quy hoạch và quản lý không gian xanh không chỉ là vấn đề tạo dựng cảnh quan, môi trường mà còn phải gắn với việc phát triển vành đai xanh sản xuất, cung cấp hoa, cây cảnh,

---

<sup>9</sup> Theo số liệu của Sở Công thương Hà Nội thống kê năm 2009;

rau sạch, thực phẩm sạch... cho du khách đến Hà Nội. Trong tất cả các quy hoạch Hà Nội xưa đến nay đều khẳng định Hà Nội có vành đai xanh. Việc đưa ra vành đai xanh là nhằm không chế dân cư nội thành. Nhưng vành đai xanh của Hà Nội cũ và hành lang xanh của Hà Nội mới hiện nay khác hẳn nhau nên sắp tới tất yếu phải có sự rà soát các dự án, rà soát các khu đô thị. Việc rà soát này thực ra đã được tiến hành trước đó, khi hàng loạt dự án phía Tây đã phải tạm đình chỉ và chỉ có số ít dự án tiếp tục được triển khai.

### ***3.2.2. Chú trọng bảo vệ, tôn tạo các điểm du lịch, cảnh quan, môi trường phục vụ du lịch***

Các điểm du lịch, công trình, cảnh quan chính là những yếu tố thu hút du khách, là đối tượng khai thác chủ yếu của ngành kinh tế du lịch. Muốn phát triển bền vững thì không chỉ khai thác mà còn phải tái tạo, duy trì sức sống của các điểm du lịch, cảnh quan, môi trường sinh thái. Một mặt, các cơ quan có thẩm quyền phải có những quy định và hành động cụ thể để ngăn chặn, xử lý nghiêm khắc các hành vi xâm hại công trình du lịch, cảnh quan, môi trường, Mặt khác phải làm tốt công tác tuyên truyền, nâng cao ý thức trách nhiệm của du khách và người dân. Để làm tốt công tác này cần phân định rõ ràng trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị quản lý, gắn quyền lợi với nghĩa vụ. Các giải pháp phải được tiến hành đồng bộ với các nội dung sau:

- Trước hết, Hà Nội cần rà soát, thống kê và đánh giá đầy đủ tiềm năng về tài nguyên, môi trường và các điểm, công trình du lịch để có thể thường xuyên theo dõi biến động và thực thi các giải pháp kịp thời bảo vệ, tôn tạo chúng.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin về hiện trạng tài nguyên, môi trường du lịch, chú trọng áp dụng các công nghệ hiện đại trong công tác này như công nghệ thông tin địa lý (GIS), vệ tinh viễn thám. Trên cơ sở đó phải lập được hệ thống tiêu chí quản lý về tài nguyên và môi trường du lịch.

- Cần quy định bắt buộc phải có đánh giá tác động đối với tài nguyên và môi trường gồm cả môi trường sinh thái tự nhiên và xã hội trong quy hoạch và xây dựng các dự án, công trình đô thị.

- Thắt chặt các quy định về xử lý nước thải, rác, nhất là nước thải, rác công nghiệp. Tăng cường các chế tài, xử lý nghiêm khắc đối với các hành vi vi phạm, khen thưởng kịp thời những cá nhân, tổ chức có thành tích tốt trong công tác này.

- Đối với các giá trị văn hóa phi vật thể: tạo cơ chế nâng cao thu nhập của người dân trong các hoạt động cung cấp sản phẩm, dịch vụ văn hóa truyền thống; tuyên truyền, vận động du khách tôn trọng thuần phong, mỹ tục của người dân địa phương.

- Đẩy mạnh xã hội hóa công tác này nhằm huy động các nguồn lực đầu tư từ sự đóng góp của cộng đồng, doanh nghiệp, các tổ chức hiệp hội du lịch, khách du lịch... vào việc tôn tạo và khai thác tài nguyên du lịch.

### ***3.2.3. Tăng cường Quản lý nhà nước bằng pháp luật, nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước đối với các hoạt động kinh doanh du lịch***

Như trên đã nói hoạt động kinh doanh du lịch cũng như mọi hoạt động kinh tế khác đều phải tiến hành trong khuôn khổ của pháp luật, đó chính là “sân chơi chung” đảm bảo quyền và nghĩa vụ hợp pháp của mọi chủ thể tham gia quan hệ kinh tế được tôn trọng và thực hiện bằng sức mạnh quyền lực của Nhà nước. Việc tăng cường quản lý nhà nước trong lĩnh vực này trước hết phải tạo cơ chế cho mọi tổ chức và cá nhân trong mọi thành phần kinh tế có cơ hội ngang nhau trong đầu tư và tham gia hoạt động kinh doanh du lịch thông qua nhiều hình thức, có thể thành lập doanh nghiệp, liên doanh liên kết, góp vốn đầu tư hoặc tiến hành một số công việc cụ thể. Việc tăng cường quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch tạo môi

trường pháp lý bình đẳng và an toàn trong quá trình kinh doanh, đồng thời giúp cơ quan có thẩm quyền kiểm soát được tình hình kinh doanh du lịch, kiểm soát việc thực hiện các nghĩa vụ của doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh du lịch đối với nhà nước và cộng đồng xã hội như đóng các loại thuế, phí, các hoạt động tuyên truyền, từ thiện, nhân đạo... Mặt khác, chỉ có tăng cường quản lý hoạt động của các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh, tổ chức và cá nhân trong hoạt động kinh doanh du lịch mới kịp thời ngăn chặn và xử lý những hành vi, hoạt động vi phạm pháp luật, xâm phạm tính mạng, sức khỏe, tài sản của người khác, làm ảnh hưởng xấu đến uy tín của ngành du lịch Thủ đô cũng như hình ảnh của Việt Nam trong con mắt của bạn bè quốc tế.

#### ***3.2.4. Nâng cao năng lực Quản lý, phát triển thị trường khách và hoạt động của khách du lịch***

Cũng như bất cứ ngành kinh tế nào khác, thị trường có vai trò quan trọng trong việc điều tiết cung - cầu và phân bổ các nguồn lực, là nơi có thể quyết định sự thành bại của một sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ hay của một doanh nghiệp nào đó. Thị trường khách du lịch ở nước ta nói chung và Hà Nội nói riêng đang có sự tăng trưởng nhanh về số lượng và ngày càng mở rộng phạm vi, cơ cấu dân cư của mỗi nước, mỗi khu vực trên toàn thế giới. Mục tiêu quản lý chính là nhằm nắm chắc nhu cầu, biến động của các luồng khách nhằm có các chính sách, biện pháp thích hợp tạo môi trường thuận lợi để thu hút khách du lịch, đem lại nguồn thu cho ngành du lịch.

Để quản lý, khai thác tốt thị trường du lịch cần làm tốt công tác thu thập, phân tích thông tin và dự báo chính xác các luồng khách quốc tế và nội địa; cần có sự phân luồng khách, thời điểm đi đến để chuẩn bị đón tiếp, phục vụ chu đáo, tránh tình trạng bị động, chờ khách, khi thì thừa thớt, khi thì lại quá tải.. Đối với khách quốc tế, cần đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá, đa dạng hóa các thị trường, tránh lệ thuộc vào một thị trường nào đó

Trong tình hình trước mắt hiện nay , cần đẩy mạnh khai thác các thị trường các nước khác nhằm hạn chế tối đa sự giảm sút của du khách đến từ Trung Quốc do ảnh hưởng của tình hình căng thẳng ở Biển Đông

Trong năm 2014, tại Hà Nội cần chỉ đạo đẩy mạnh các hoạt động quảng bá và xúc tiến du lịch quốc tế như: Tổ chức Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam - Hà Nội năm 2014 (VITM 1- Hà Nội 2014); Hội nghị thường niên lần thứ XIII Hội đồng Xúc tiến Du lịch châu Á - CPTA và triển lãm du lịch bên lề hội nghị tại Đài Bắc - Đài Loan 9/2014; hội nghị Ban điều hành TPO và Diễn đàn Du lịch TPO - Tổ chức Xúc tiến Du lịch các thành phố Châu Á - Thái Bình Dương 10/2014. Bên cạnh đó, ngành Du lịch thủ đô cũng sẽ tham gia Hội chợ du lịch Quốc tế ITB - Singapore vào tháng 10/2014; tổ chức chương trình xúc tiến điểm đến du lịch Hà Nội tại Tokyo (Nhật Bản) và Đông Âu (Ba Lan - Sec - Hungary)...

Hoạt động du lịch giúp người dân có cơ hội nâng cao hiểu biết, mở mang kiến thức, giao lưu văn hóa, thỏa mãn nhu cầu thưởng thức giá trị vật chất và tinh thần của mỗi người; đem lại nguồn doanh thu cho ngành du lịch và người dân sở tại. Mặt khác, hoạt động của du khách cũng cần phải tuân theo những chuẩn mực nhất định nhằm ngăn ngừa, phòng tránh và xử lý các hành vi tiêu cực như xâm hại cảnh quan môi trường, di tích lịch sử, công trình du lịch và các tệ nạn xã hội, thậm chí là lợi dụng con đường du lịch để thực hiện các loại tội phạm, xâm phạm an ninh quốc gia... Hà Nội là trung tâm của cả nước, cũng là nơi tập trung nhiều hoạt động của các loại tội phạm kể cả trong nước và xuyên quốc gia, nhất là các tội phạm có liên quan đến an ninh - quốc phòng như tình báo, phản gián... Do đó, ngành du lịch cần phối hợp tốt với các ngành chức năng như công an, quân đội, tòa án... quản lý, theo dõi chặt chẽ và đấu tranh có hiệu quả đối với các hành vi này, góp phần lành mạnh hóa môi trường du lịch Thủ đô.

### ***3.2.5. Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch***

Nguồn nhân lực là nhân tố quyết định trong các hoạt động kinh tế. Trong bức tranh toàn cảnh nguồn nhân lực nước ta hiện nay, bên cạnh những mặt mạnh cũng bộc lộ nhiều điểm yếu chưa đáp ứng kịp thời những yêu cầu của thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế, nguồn nhân lực ngành du lịch đặt ra nhiều vấn đề phải giải quyết.

Ước tính đến năm 2020 ngành du lịch của thành phố cần có 10.000-15.000 hướng dẫn viên du lịch; 2.500 nhân viên nghiên cứu và khai thác thị trường du lịch; 3.000 nhân viên điều hành, 2.000 nhân viên xây dựng chương trình, sản phẩm<sup>10</sup> ... Với nguồn nhân lực thiếu và yếu, thua xa nhiều nước trong khu vực và khả năng đào tạo như hiện nay thì đây là thách thức lớn của ngành du lịch trong "cuộc chiến" cạnh tranh thị phần. Nếu không xây dựng được sản phẩm du lịch và dịch vụ có chất lượng thì sẽ là sự lãng phí rất lớn. Để xây dựng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho du lịch Hà Nội trong những năm tới, cần thiết phải tiến hành các giải pháp sau:

- Cấp thành phố cần định hướng, xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng, tạo nguồn, phát triển nguồn nhân lực, từ cán bộ quản lý cho đến cán bộ, nhân viên có trình độ cao cho đến đào tạo phổ thông toàn dân.

- Đổi mới nội dung, phương pháp giảng dạy tại các trường đại học, cơ sở đào tạo, dạy nghề du lịch. Gắn đào tạo, dạy nghề với nhu cầu của thị trường lao động (đào tạo theo đơn đặt hàng), đảm bảo chuẩn đầu ra theo qui định của Bộ Giáo dục và đào tạo.

- Nâng cấp, xây dựng một số trường, trung tâm đào tạo du lịch có đẳng cấp; đẩy mạnh hợp tác quốc tế, liên doanh, liên kết trong đào tạo nhằm tạo

---

<sup>10</sup> Nguồn: *Sở Văn hóa – thể thao và Du lịch Hà Nội*.

dựng một đội ngũ cán bộ quản lý, kỹ năng nghề và giám sát đáp ứng chuẩn quốc tế.

- Thường xuyên theo dõi những biến động của lực lượng lao động trong ngành du lịch, gắn đào tạo với đào tạo lại, thường xuyên bồi dưỡng, tập huấn ngắn ngày cho những người tham gia hoạt động kinh doanh du lịch, nhất là đội ngũ Hướng dẫn viên du lịch.

### ***3.2.6. Sử dụng hiệu quả các công cụ tài chính, thuế, giá cả, hỗ trợ thông tin, chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư và kích cầu du lịch***

Bên cạnh tăng cường quản lý nhà nước bằng pháp luật và làm tốt công tác quy hoạch thì đây là những công cụ hữu hiệu để chính quyền thành phố điều tiết, quản lý và thúc đẩy phát triển ngành du lịch.

Sử dụng tốt các công cụ tài chính, thuế, giá cả nhằm tăng thu, tránh thất thu thuế và các nguồn thu khác cho ngân sách nhà nước. Mặt khác, trong những trường hợp cần thiết, nhà nước cũng phải sử dụng các công cụ tài chính này can thiệp kịp thời để duy trì sự ổn định, tránh xảy ra khủng hoảng trong phát triển du lịch, chẳng hạn như sử dụng chính sách bình ổn giá trong trường hợp chống lạm phát, giảm phát hay khoan nợ ngân hàng, hỗ trợ lãi suất đầu tư phát triển du lịch, miễn giảm thuế, cho nợ thuế khi hoạt động sản xuất, kinh doanh du lịch gặp khó khăn.

Ngoài ra, các chính sách ưu đãi trong thu hút đầu tư phát triển du lịch như miễn giảm tiền sử dụng đất một cách hợp lý, nhà nước đầu tư hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, hỗ trợ đào tạo nhân lực hay cho vay tiêu dùng đều có thể được sử dụng để điều tiết cung – cầu của thị trường du lịch. Hà Nội cần tranh thủ những cơ chế đặc thù dành cho Thủ đô để đẩy mạnh phát triển kinh tế – xã hội nói chung và ngành du lịch trên địa bàn nói riêng

### **3.3. Một số kiến nghị**

Để thực hiện tốt các giải pháp nêu trên, để du lịch Hà Nội phát triển xứng đáng với tầm vóc của nó và công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thủ đô ngang tầm nhiệm vụ, tác giả xin đưa ra một số kiến nghị dưới đây:



*Thứ nhất, đối với các cơ quan có thẩm quyền hoạch định chính sách, xây dựng pháp luật và ban hành văn bản:* Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật, chính sách về du lịch. Du lịch là một ngành kinh tế - tổng hợp có liên quan đến nhiều ngành, nghề và lĩnh vực khác, Quốc hội cần rà soát các văn bản Luật về du lịch và có liên quan đến du lịch để sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện, nhất là trong điều kiện Việt Nam đã gia nhập WTO và xu thế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới cũng như quá trình khu vực hóa, toàn cầu hóa diễn ra ngày càng mạnh mẽ thì có khi ban hành các văn bản Luật cần tham chiếu các quy định mang tính quốc tế. Chính phủ và chính quyền địa phương các cấp cần giải thích, vận dụng và cụ thể hóa Luật, ban hành những quy định phù hợp với Luật và yêu cầu thực tiễn của Thủ đô nhằm đảm bảo tính thống nhất, tạo điều kiện thuận lợi cho cơ quan có thẩm quyền và người dân trong việc áp dụng pháp luật vào quá trình quản lý nhà nước về du lịch.

*Thứ hai, đối với cấp ủy Đảng, chính quyền địa phương:* Thành ủy, Ủy ban nhân dân Thành phố tiếp tục ban hành các cơ chế, chính sách thu hút đầu tư vào phát triển du lịch, nhất là trong việc xây dựng, khai thác các điểm, tuyến du lịch cũng như bảo tồn, tôn tạo các giá trị, công trình văn hóa, cảnh quan môi trường nhằm duy trì, phát triển và khai thác hợp lý các nguồn tài nguyên du lịch. Sử dụng đồng bộ, có hiệu quả các công cụ tài chính, thuế, giá cả, thông tin - truyền thông, chính sách khuyến khích, thu hút đầu tư và kích cầu về du lịch.

*Thứ ba, đối với cơ quan quản lý ngành ở Trung ương và địa phương:* Tổng cục du lịch và ngành du lịch Hà Nội quan tâm triển khai công tác nghiên cứu, dự báo thị trường khách du lịch, từ đó cung cấp những luận chứng, luận cứ để bổ sung, điều chỉnh quy hoạch phát triển ngành du lịch theo từng giai đoạn, đồng thời chủ động phân luồng, đón bắt thời cơ, thời điểm để phục vụ khách tốt nhất. Đẩy mạnh liên doanh, liên kết và hợp tác quốc tế trong hoạt động kinh

doanh du lịch cũng như đào tạo, dạy nghề, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong ngành du lịch.

*Thứ tư, đối với tình hình chủ thể quản lý nhà nước về du lịch trong mối quan hệ phối hợp:* Phân định rõ trách nhiệm, quyền hạn, nhiệm vụ và xây dựng cơ chế phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền trong quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thủ đô với các bộ, ban, ngành từ trung ương xuống cơ sở như các ngành văn hóa, giáo dục, y tế, giao thông vận tải... để tạo ra sức mạnh tổng hợp, đồng bộ của bộ máy quản lý hành chính nhà nước, tránh tình trạng chồng chéo hoặc đùn đẩy trách nhiệm.

## KẾT LUẬN

Từ một nhu cầu, hiện tượng xã hội, du lịch đã từng bước trở thành một ngành kinh tế tổng hợp có vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Khi ngành du lịch ngày càng lớn mạnh thì nó cũng đòi hỏi phải ngày càng nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý của nhà nước. Sau gần 30 năm đổi mới, nhất là trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế và toàn cầu hóa diễn ra ngày càng mạnh mẽ hiện nay, được sự quan tâm của Đảng và Nhà nước thông qua những chủ trương, định hướng, chiến lược đúng đắn, ngành du lịch và công tác quản lý nhà nước về du lịch cả nước nói chung cũng như ở Hà Nội nói riêng đã được củng cố và có bước phát triển mạnh mẽ. Thông qua những kết quả đạt được cũng như những hạn chế, bất cập trong từng mặt, từng lĩnh vực cụ thể của công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thành phố, tác giả xin đưa ra một số kết luận như sau:

*Một là:* Phát triển du lịch là một quá trình kinh tế - xã hội, là phát triển một ngành kinh tế tổng hợp có liên quan đến nhiều ngành nghề, lĩnh vực khác. Sự phát triển của du lịch một mặt góp phần tích cực thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển, mặt khác nó cũng có thể gây ra những tác động tiêu cực, những hậu quả không mong muốn nếu không được định hướng, quản lý tốt. Bởi vậy, quản lý nhà nước là một trong những yêu cầu tất yếu khách quan không thể thiếu đối với ngành du lịch cũng như đối với bất cứ ngành kinh tế hay lĩnh vực nào khác của đời sống xã hội. Quản lý nhà nước về du lịch chính là nhân tố đảm bảo sự phát triển du lịch của Hà Nội một cách bền vững, lành mạnh theo định hướng của Đảng và Nhà nước.

*Hai là:* Trong những năm qua, công tác quản lý nhà nước đối với du lịch trên địa bàn Thành phố Hà Nội đã có nhiều chuyển biến, góp phần thúc đẩy ngành du lịch phát triển mạnh mẽ theo cả chiều rộng và chiều sâu. Việc định hướng, xây dựng chiến lược phát triển ngành du lịch được thực hiện nghiêm túc, công tác quy hoạch và thực hiện quy hoạch cũng như quản lý các điểm, tuyến du

lịch đã có nhiều tiến bộ, cơ bản đảm bảo tính đồng bộ và tính khả thi, phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển thủ đô cũng như quy hoạch chiến lược phát triển ngành du lịch của cả nước đến năm 2030. Công tác quản lý về thị trường và hoạt động của khách du lịch cũng như các doanh nghiệp, cơ sở tham gia hoạt động kinh doanh du lịch ngày càng được cải thiện, đã chú trọng áp dụng công nghệ thông tin, nhất là phần mềm quản lý khách hàng để nâng cao hiệu quả; nhờ đó, cơ quan nhà nước có thẩm quyền đã nắm chắc tình hình di biến động của các luồng khách vào và ra khỏi địa bàn cũng như tình hình tăng trưởng về lượng khách, doanh thu, thu nhập và mọi mặt khác của các tổ chức, cá nhân tham gia thị trường du lịch. Công tác quản lý nguồn nhân lực bước đầu được chú trọng, trước hết là trong nhận thức và công tác đào tạo, dạy nghề theo hướng chuyên nghiệp; nhờ đó, lực lượng lao động trong ngành du lịch ngày càng nâng cao chất lượng về mọi mặt (trình độ văn hóa, học vấn, ngoại ngữ, kỹ năng nghiệp vụ...). Kinh tế du lịch đang từng bước khẳng định vị thế là một ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô, góp phần thúc đẩy Thủ đô Hà Nội phát triển ngang tầm tiềm năng và vị thế.

*Ba là:* Bên cạnh những kết quả đạt được rất đáng trân trọng như trên, công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thủ đô hiện nay cũng không tránh khỏi những hạn chế, bất cập rất cần được tháo gỡ để ngành du lịch tiếp tục cất cánh. Hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước chưa cao, công tác quản lý nhà nước có lúc có nơi còn bị buông lỏng dẫn đến tình trạng vi phạm quy hoạch, vi phạm pháp luật trong hoạt động kinh doanh du lịch. Chất lượng nguồn nhân lực của ngành du lịch tuy có được nâng lên nhưng chưa đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về du lịch và kinh doanh du lịch chưa được quan tâm thỏa đáng, hiệu quả thấp. Nhiều du khách và người dân dù vô tình hay cố ý vẫn có những hành vi làm xâm hại đến các giá trị, công trình văn hóa, tài nguyên du lịch...

*Bốn là:* Để phát huy những kết quả đã đạt được, khắc phục những hạn chế, bất cập trong thực trạng công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn Thủ đô, Thành phố cần thực hiện đồng bộ các giải pháp kinh tế, chính trị, văn hóa - xã hội, trong đó chú trọng tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước bằng pháp luật đối với ngành du lịch; sử dụng các công cụ ngân sách, thuế, tài chính nhằm khuyến khích đầu tư, phát triển du lịch, đẩy mạnh công tác xã hội hóa, huy động tổng thể các nguồn lực xã hội theo quan điểm phát triển du lịch là sự nghiệp của toàn dân./

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch (2008), *“Tài liệu hội thảo phát triển nguồn nhân lực du lịch trong điều kiện nước ta gia nhập WTO”*.
2. Luật Du lịch: số 44/2005/QHXI khóa XI.
3. Mai Tiến Dũng (2010) Tham luận tại hội thảo Quốc gia lần thứ hai về *“Đào tạo nguồn nhân lực ngành Du lịch theo nhu cầu xã hội”*.
4. Nhà xuất bản chính trị quốc gia( 2006) *“Việt Nam 20 năm đổi mới”*.
5. Nguyễn Văn Đính; Trần Thị Minh Hòa, *“Giáo Trình Kinh Tế Du lịch”*, NXB Đại học kinh tế Quốc dân, Hà Nội ( 2009)
6. Nguyễn Hữu Thọ, *“Giáo trình Tâm lý học du lịch”*, NXB Đại học Quốc gia, Hà Nội 2009.
7. Quyết Định 2473/QĐ - TTg ngày 31/12/2011 của thủ tướng chính phủ phê duyệt về *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
8. Quyết định số 4597/QĐ-UBND ngày 16/10/2012 của UBND Thành phố Hà Nội về việc phê duyệt *“Quy hoạch phát triển du lịch thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030”*
9. Quyết định số 201-TTg/2013 ngày 22/01/2013 về việc phê duyệt *“Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*.
10. Sở Du lịch Hà Nội, *“Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội”*.
11. Số liệu thống kê của phòng quản lý lễ hành sự văn hóa - Thể thao và du lịch Hà Nội
12. Tạp chí du lịch Việt Nam tháng 3/2006.
13. Tổng cục Du lịch Việt Nam(2006), *“Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam 2001- 2010”*

14. Trần Thị Minh Hoà , “*Giáo trình Thanh toán quốc tế trong du lịch*” – NXB Trường Đại học kinh tế Quốc dân, Hà Nội 2006.
15. Trần Thị Thuý Lan - Nguyễn Đình Quang, “*Giáo trình tổng quan du lịch*”, NXB Hà Nội (2009)
16. Trần Đức Thanh (2003), “*Nhập môn khoa học Du lịch*” Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.

### **Trang Web**

17. [http:// www.baomoi .com.vn](http://www.baomoi.com.vn)
18. <http://www.dulichvn.org.vn>
19. <http://www.hanoitourism.gov.vn/>
20. <http://niemtin.free.fr/cnkhongkhoivn.htm>
21. <http://prezi.com/wivwppaibld/cac-nhan-to-anh-huong-den-cau-dich-vu-luu-tru/>
22. [http://www. tamnhin.net](http://www.tamnhin.net)
23. <http://thanglong.chinhphu.vn/Home/Dua-du-lich-tro-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon/20144/10884.vgp>
24. <http://www.vietnamnet.vn>
25. <http://www.vietnamtourism.gov.vn>
26. <http://www.vietnamhotels.gov.vn>
27. [http:// www.vinaholidays.com.vn](http://www.vinaholidays.com.vn)