

Một số giải pháp phát triển du lịch Hà Nội : Luận văn ThS. Kinh doanh và quản lý: 60 3405 / Lưu Anh Tuấn ; Nghd. : TS. Nguyễn Thị Kim Chi

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu được trong đời sống xã hội loài người và phát triển với tốc độ ngày càng nhanh trên phạm vi toàn thế giới, nó đã thu hút khoảng 200 triệu lao động với doanh thu 3.500 tỷ USD/năm.

Ở nước ta, thực tế ngành du lịch chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong GDP. Là một nước do xuất phát điểm từ một nền kinh tế nông nghiệp lạc hậu, các chỉ tiêu mức sống còn chênh lệch lớn so với nhiều quốc gia trên thế giới; trong điều kiện đó với nước ta phát triển du lịch là điều kiện tốt nhất để thu hút được nguồn ngoại tệ, khai thác được nguồn lao động dư thừa, thực hiện xuất khẩu tại chỗ và xuất khẩu vô hình, tạo tiền đề cho phát triển các ngành kinh tế khác và chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Trong điều kiện đổi mới kinh tế theo hướng thúc đẩy hợp tác quốc tế thì du lịch giữ một vai trò hết sức quan trọng, thông qua du lịch làm cho thế giới hiểu rõ đất nước, con người, nền văn hoá phong phú lâu đời và lịch sử hào hùng của dân tộc, trên cơ sở đó tranh thủ được cảm tình của nhân dân thế giới, tăng cường tình hữu nghị và hiểu biết lẫn nhau giữa nhân dân ta với nhân dân thế giới, góp phần tạo nền tảng vững chắc cho việc duy trì hoà bình và hợp tác quốc tế.

Bắt nhịp vào xu hướng phát triển du lịch của cả nước, hoạt động du lịch của Hà Nội trong những năm qua đã đạt được những hiệu quả kinh tế - xã hội bước đầu đã góp phần cho kinh tế vùng phát triển, dân trí được nâng cao, tạo ra nhiều công ăn việc làm cho nhân dân thủ đô, góp phần gìn giữ bản sắc văn hoá, bảo vệ môi trường sinh thái, gìn giữ an ninh chính trị và trật tự an toàn xã hội. Kết quả đó đã thể hiện sự nhất quán giữa nhận thức và hành động, thể hiện sự quan tâm chỉ đạo của Thành phố và Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch. Tuy nhiên, trong thời gian qua tình hình thế giới và trong nước có nhiều biến động, ảnh hưởng trực tiếp tới phát triển du lịch, mặt khác bắt

đầu từ ngày 1 tháng 8 năm 2008 Hà Nội được mở rộng lãnh thổ, Hà Tây sát nhập vào Hà Nội, đặt cho ngành du lịch của Thành phố trước những thách thức mới. Thực tế, trong thời gian qua hoạt động của du lịch Hà Nội đã có kết quả tốt, tuy nhiên, kết quả đó chưa tương xứng với tiềm năng và yêu cầu nhiệm vụ mới đề ra, đó là ***phát triển nhanh du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng gia tăng.***

Trong hoàn cảnh hiện tại, hoạt động du lịch của Hà Nội thực sự cần những giải pháp toàn diện và đồng bộ để mở đường định hướng và thực thi đổi mới hoạt động du lịch của Thành phố và đạt hiệu quả kinh tế - xã hội cao. Xuất phát từ những tiếp cận đó, tôi đã chọn đề tài **“Một số giải pháp phát triển du lịch Hà Nội”** làm đề tài luận văn thạc sỹ ngành Quản trị kinh doanh.

2. Tình hình nghiên cứu

Thời gian qua, ở nước ta cũng đã có nhiều công trình nghiên cứu về du lịch như:

- *“Đào tạo Marketing và xúc tiến du lịch bền vững ở Việt nam”*. Đề tài của Viện nghiên cứu phát triển du lịch thuộc Tổng Cục Du lịch.

- *“Nghiên cứu và đánh giá một số đặc điểm của thị trường Nhật Bản và Trung Quốc nhằm phát triển nguồn khách của Du lịch Việt Nam”*. Đề tài của Viện nghiên cứu phát triển du lịch thuộc Tổng Cục Du lịch

- *“Du lịch Hải phòng - Thực trạng, phương hướng và giải pháp”* luận văn cao học của tác giả Phạm Thị Khánh Ngọc, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

- *“Thị trường du lịch quốc tế ở Việt Nam. Hiện trạng và giải pháp”* luận văn cao học của tác giả Trịnh Minh Phương, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

- *“Các giải pháp thu hút khách Việt Nam đi du lịch nước ngoài tại Công ty cổ phần Thương mại và Du lịch quốc tế Vinatour”* luận văn cao học của tác giả Nguyễn Thị Minh Thu, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Liên quan đến du lịch của Hà Nội có các đề tài như: “Nghiên cứu những giải pháp phát triển du lịch lữ hành của Thủ đô”, “Thực trạng hoạt động kinh doanh và một số định hướng, giải pháp chủ yếu để các khách sạn Hà Nội kinh doanh có hiệu quả”, “Các giải pháp nâng cao chất lượng các tour du lịch trên địa bàn Hà Nội”, “Đánh giá

hiệu quả kinh tế - xã hội của du lịch phục vụ chiến lược hội nhập đối với kinh tế Hà Nội”...

Các đề tài và bài viết trên đã đề cập đến các khía cạnh khác nhau của du lịch cũng như phát triển du lịch, các giải pháp du lịch và giải pháp thu hút khách cho du lịch địa phương. Tuy nhiên, nhiều vấn đề về du lịch của TP. Hà Nội mới chỉ có những bài báo, xã luận đề cập những khía cạnh nhất định, mà chưa có bài viết một cách hoàn chỉnh, hệ thống, sâu sắc; hơn nữa, từ khi Hà Tây sát nhập vào Hà Nội thì có nhiều vấn đề đã được thay đổi và nhiều câu hỏi được đặt ra như giải pháp nào để phát triển du lịch Hà Nội mới trong điều kiện có thêm nhiều di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh..., có sự thay đổi về không gian, cấp quản lý... nhiều vấn đề phức tạp hơn.

Do vậy, giải quyết được vấn đề nêu trên sẽ góp phần quan trọng vào sự hiểu biết thực trạng hoạt động kinh doanh du lịch của Hà Nội và các giải pháp khắc phục những tồn tại, thúc đẩy phát triển tiềm năng du lịch nơi đây, thu hút khách du lịch cho một địa phương có rất nhiều địa điểm du lịch hấp dẫn như Hà Nội. Đặc biệt trong tình hình Việt Nam đã là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới WTO vào tháng 11-2006, và Hà Tây sát nhập vào Hà Nội vừa qua, sẽ có nhiều vấn đề mới liên quan, tác động đến du lịch nước ta nói chung và du lịch Hà Nội nói riêng

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.

Nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển du lịch Hà Nội. Phân tích đánh giá và chỉ rõ nguyên nhân, tiềm năng phát triển ngành du lịch của Hà Nội trong bối cảnh tiếp tục đổi mới và hội nhập quốc tế. Từ đó, đưa ra các giải pháp để phát triển du lịch Hà Nội trong điều kiện mới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là hoạt động du lịch của Hà Nội.

Phạm vi nghiên cứu là thực trạng phát triển du lịch Hà Nội từ năm 2003 đến nay, làm cơ sở cho việc đưa ra các giải pháp nhằm phát triển du lịch Hà Nội trong thời gian tới

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử là chủ yếu, ngoài ra còn sử dụng các phương pháp khác như:

Phương pháp thống kê so sánh, Phương pháp phân tích hệ thống, Phương pháp quy nạp cùng một số biểu, bảng, tài liệu tham khảo để nhìn nhận giải pháp đang nghiên cứu một cách thống nhất, xâu chuỗi, phân tích giải pháp trong mối quan hệ tác động giữa các yếu tố khác nhau.

6. Những đóng góp mới của luận văn

Thứ nhất, hệ thống hoá và phát triển những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển du lịch.

Thứ hai, Đánh giá một cách toàn diện thực trạng, tiềm năng, cơ hội và thách thức đối với sự phát triển du lịch của Hà Nội trong điều kiện mới.

Thứ ba, đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh hoạt động du lịch của Hà Nội đến năm 2020.

7. Bố cục của luận văn.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, Luận văn được cấu trúc thành 3 chương :

Chương 1. Những cơ sở lý luận về phát triển du lịch

Chương 2. Thực trạng phát triển du lịch Hà Nội.

Chương 3. Định hướng và biện pháp phát triển du lịch Hà Nội.

PHẦN MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 1. NHỮNG CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.1. Tổng quan về du lịch

1.1.1. Khái niệm về du lịch.

Du lịch được hiểu là *tổng hợp các biện pháp và các mối quan hệ nảy sinh từ sự tác động qua lại giữa khách du lịch, các nhà kinh doanh, chính quyền và cộng đồng dân cư địa phương trong quá trình đón tiếp khách du lịch.*

1.1.2. Thể loại du lịch

Căn cứ vào mục đích chuyến đi: Du lịch thiên nhiên, Du lịch văn hoá, Du lịch lễ hội, Du lịch hoạt động, Du lịch giải trí, Du lịch thể thao, Du lịch chuyên đề, Du lịch tôn giáo, Du lịch sức khỏe, Du lịch dân tộc học.

Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ :Du lịch quốc tế, Du lịch trong nước, Du lịch nội địa, Du lịch quốc gia,...

Thể loại du lịch cũng có thể căn cứ vào sự tương tác của du khách đối với nơi đến du lịch, căn cứ vào địa điểm địa lý, căn cứ vào phương tiện giao thông, căn cứ vào phương tiện lưu trú, căn cứ vào thời gian du lịch, căn cứ vào lứa tuổi, căn cứ vào hình thức tổ chức, căn cứ vào phương thức hợp đồng.

1.1.3. Vai trò của phát triển du lịch

1.1.3.1 Vai trò về mặt kinh tế trong nền kinh tế quốc dân

Du lịch tác động vào quá trình tạo nên thu nhập quốc dân

Du lịch là hoạt động xuất khẩu có hiệu quả cao nhất

Du lịch khuyến khích và thu hút vốn đầu tư nước ngoài

Du lịch thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển theo

1.1.3.2. Vai trò về mặt xã hội đối với đất nước

Du lịch góp phần giải quyết công ăn việc làm cho người lao động

Du lịch củng cố và phát triển các mối quan hệ kinh tế quốc tế

Du lịch làm giảm quá trình đô thị hoá ở các nước kinh tế phát triển

Du lịch là phương tiện tuyên truyền quảng cáo

1.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch

Thời gian rỗi của nhân dân, Mức sống về vật chất và trình độ văn hóa chung của người dân cao, Giao thông vận tải phát triển: Không khí chính trị hòa bình, ổn định trên thế giới, Tình hình và xu hướng phát triển của đất nước, Tình hình chính trị hòa bình, ổn định của đất nước và các điều kiện an toàn đối với du khách Tài nguyên du lịch, Nhân tố về sự sẵn sàng phục vụ khách du lịch

1.2. Kinh nghiệm phát triển du lịch của một số nước trong khu vực và bài học cho Việt Nam

1.2.1. Kinh nghiệm của một số nước

1.2.1.1. Thái Lan

“Ngành công nghiệp không khói” được ra đời để mô tả đầy đủ quy mô và kỹ nghệ kinh doanh du lịch ở đất nước Chùa Vàng. Với chủ trương chú trọng vào kinh doanh lớn, lợi dụng quy luật lợi thế theo quy mô, Thái Lan nhanh chóng đáp ứng nhu cầu mọi mặt của một lượng khổng lồ du khách, và cũng thu về nguồn ngoại tệ tương ứng.

1.2.1.2. Malaysia

hính phủ Malaysia xác định con đường phát triển không nóng, không ồn ào, Malaysia dần chiếm các điểm chốt trên con đường tiến tới mục tiêu trở thành nước công nghiệp phát triển.

1.2.1.3. Singapore

Nhờ lợi thế về vị trí địa lý, du lịch Singapore có sức hút mạnh. Singapore đã biết kết hợp khéo léo, điều chuyển doanh thu giữa các ngành hàng không, dịch vụ, du lịch, thương mại, môi trường, văn hóa, nghệ thuật, v.v để tạo thành một chuỗi dịch vụ du lịch - mua sắm đan xen với sự tiện lợi nhất cho du khách.

1.2.2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Có chiến lược phát triển ngành du lịch bền vững

Phát triển du lịch kết hợp phát triển sản xuất, thương mại và dịch vụ đồng bộ.

Không buông lỏng quản lý nhà nước đối với các hoạt động kinh doanh du lịch của doanh nghiệp, các hoạt động của du khách, nhằm bảo vệ những giá trị quốc gia, giá trị dân tộc truyền thống.

Có chính sách bảo vệ tài nguyên, môi trường, các điểm du lịch

Phát triển du lịch rộng khắp ở các địa phương để khai thác tối ưu tiềm năng du lịch, giải quyết việc làm, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thực hiện mục tiêu xóa đói giảm nghèo.

Những bài học rút ra từ thành công cũng như thất bại của các nước trong khu vực ít nhiều có tác dụng đối với công tác quản lý nhà nước về du lịch ở nước ta. Tuy không thể dập khuôn những giải pháp đã được kiểm định ở nước ngoài, song sẽ là tham khảo cho các chính sách ở nước ta.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH HÀ NỘI

2.1. Vị trí du lịch Hà Nội trong chiến lược phát triển du lịch cả nước và chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô.

2.1.1. Vị trí của Hà Nội trong chiến lược phát triển du lịch của cả nước

Trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến 2010 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tháng 4 năm 2002 và trong định hướng phát triển du lịch Việt Nam theo các vùng lãnh thổ thì Hà Nội là trung tâm của vùng và của địa bàn động lực tăng trưởng du lịch Hà Nội - Hải Phòng - Hạ Long. Sản phẩm du lịch đặc trưng của vùng là du lịch văn hóa, sinh thái kết hợp với du lịch tham quan, nghiên cứu, nghỉ dưỡng.

Hà Nội là thủ đô, đồng thời cũng là một trung tâm chính trị, văn hóa và du lịch quan trọng của Việt Nam. Hà Nội là thủ đô lâu đời và tháng 10 năm 2010 sẽ kỷ niệm 1000 năm Thăng Long.

2.1.2. Vị trí của du lịch trong chiến lược phát triển KTXH của Hà Nội.

Xác định vị trí quan trọng của ngành Du lịch đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô và để khai thác hợp lý các tiềm năng du lịch phong phú, Hà Nội đã coi phát triển du lịch là một trong những thế mạnh chủ yếu trong chiến lược phát triển kinh tế của Thủ đô. Vì vậy, quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội đã được xây dựng và điều chỉnh phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế-xã hội chung của Thủ đô.

Trong quy hoạch đó đưa ra những các dự báo, phương án phát triển du lịch trong 20 năm tiếp theo và xây dựng định hướng, xu thế phát triển một cách đồng bộ, mặt khác, cũng đưa ra những giải pháp phù hợp trong từng thời kỳ, phù hợp với từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô trong tương lai.

Thủ đô đã đạt những kết quả rất đáng ghi nhận: Tốc độ tăng trưởng GDP quý 1/2009 đạt 10,7%, là mức tăng cao nhất trong 6 năm gần đây. Tính chung, trong 4 tháng đầu năm 2009, giá trị sản xuất công nghiệp tăng 15,2%, mức huy động vốn xã hội đạt 12 ngàn tỷ đồng, tăng 15%, trong đó vốn đầu tư nước ngoài đạt 650 triệu USD, tăng hơn 2 lần; tổng mức bán hàng hóa và dịch vụ tăng 28%; kim ngạch xuất khẩu đạt 1,7 tỷ USD, tăng 27% so với cùng kỳ năm trước. Đặc biệt, việc huy động nội lực của Thủ đô phát triển mạnh từ nhiều thành phần với việc ra đời, đi vào hoạt động của hơn 3.600 DN mới với tổng vốn đăng ký hơn 37 ngàn tỷ đồng, tăng 80%. Thu ngân sách đạt 25.800 tỷ đồng, tăng 64,6%.

2.2. Tiềm năng du lịch của Hà Nội

2.2.1. Vị trí địa lý

Hà Nội nằm hai bên bờ sông Hồng, giữa vùng đồng bằng Bắc Bộ trù phú. Với vị trí và địa thế đẹp, thuận lợi, Hà Nội là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hoá và khoa học lớn, đầu mối giao thông quan trọng của Việt Nam. Vĩ độ bắc: 20⁰53' đến 21⁰23'. Kinh độ đông: 105⁰44' đến 106⁰02'. Giáp với các tỉnh: Thái Nguyên, Vĩnh Phúc ở phía Bắc; Hà Nam và Hoà Bình ở phía Nam; Bắc Ninh, Bắc Giang, Hưng Yên ở phía Đông; Hoà Bình và Phú Thọ ở phía Tây. Thiên nhiên và lịch sử đã mang lại cho Hà Nội nguồn tài nguyên du lịch

quý giá để có thể tạo ra các sản phẩm du lịch vừa độc đáo, vừa đa dạng và hấp dẫn.

2.2.2. Đặc điểm địa hình

Hà Nội nằm ở trung tâm vùng đồng bằng Bắc Bộ. Địa hình cơ bản là đồng bằng. Trừ huyện Ba Vì có địa hình đồi núi, các huyện Sóc Sơn, Thạch Thất, Quốc Oai, Chương Mỹ, Mỹ Đức, thành phố Sơn Tây và một phần huyện Đông Anh có địa hình gò đồi.

Ngoài các sông lớn như sông Hồng (đoạn đi qua Hà Nội gọi là Nhĩ Hà), sông Đà, sông Tích, sông Đáy còn có các sông nhỏ như sông Tô Lịch, sông Lừ, sông Sét, sông Nhuệ, v.v...

Địa hình đồi núi chỉ chiếm một phần nhỏ phía Tây Bắc với đỉnh Ba Vì cao nhất 1296m, phía Tây Nam là các đồi đá vôi thấp giáp với đường 21A và huyện Mỹ Đức có hai dãy núi Hương Sơn và Lương Ngải dạng đại hình Kast với hệ thống hồ, phễu, máng, trũng, tạo nên những khối núi đá vôi riêng biệt đáng thấp và thấp cui, cùng với những hang động rất có giá là đồi với du lịch như động Hương Tích, động Hình Bồng, động Tuyết Sơn ... với cấu tạo địa hình như trên thì vùng đồng bằng là những cảnh quan quen thuộc gần gũi với mọi người đó là những làng quê trù phú ẩn mình trong những lũy tre xanh mang nét đặc trưng riêng biệt của miền Bắc kết hợp với các dãy núi có hang động đẹp (hang Cắc Cờ...) rất hấp dẫn khách du lịch.

2.2.3. Khí hậu

Khí hậu Hà Nội là khí hậu nhiệt đới gió mùa ẩm, mùa hè nóng, mưa nhiều và mùa đông lạnh, mưa ít.

Nằm trong vùng nhiệt đới, Hà Nội quanh năm tiếp nhận được lượng bức xạ mặt trời dồi dào và có nhiệt độ cao. Do chịu ảnh hưởng của biển, Hà Nội có độ ẩm và lượng mưa khá lớn.

- Nhiệt độ thấp nhất là 2,7⁰C (tháng 1/1955).

- Nhiệt độ cao nhất: 42,8⁰C (tháng 5/1926).

Khách du lịch có thể tới thăm Hà Nội quanh năm. Tuy nhiên, mùa xuân, mùa thu và mùa đông rất thích hợp với du khách ở những vùng hàn đới.

2.2.4. Cây xanh

Một trong nhiều lý do để du khách yêu mến các thành phố của Việt Nam, đặc biệt ở Hà Nội là những tán lá xanh mướt, những con đường rợp bóng cây. Còn vào mùa hè, cây cối ở đây khoác lên mình một tấm áo rực rỡ sắc màu.

2.2.5. Dân cư

Dân số của Hà Nội có 6.1 triệu người. Dân cư Hà Nội phân bố không đều giữa các lãnh thổ hành chính và giữa các vùng sinh thái. Mật độ dân số trung bình của Hà Nội là 2881 người/km². Mật độ này cao gấp gần 12 lần so với mức trung bình của cả nước, gần gấp đôi mật độ dân số của vùng đồng bằng sông Hồng và là thành phố có mật độ cao nhất cả nước.

2.2.6. Kinh tế

3 tháng đầu năm 2009, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của thành phố ước đạt 3,1%. Đây là con số tăng trưởng thấp nhất từ trước đến nay. Các hoạt động thương mại, dịch vụ, tăng nhưng không cao, kim ngạch xuất khẩu ước đạt 1,5 tỷ USD, tăng 8,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Du lịch và sản xuất nông nghiệp bị suy giảm mạnh nhất; trong đó, nông nghiệp giảm 18,4% so với năm 2008.

2.2.7. Văn hóa

Tất cả các cơ quan thông tấn, báo chí, xuất bản cấp quốc gia đều đóng tại Hà Nội. Tin tức của mọi vùng lãnh thổ trên đất nước cũng được phát ra từ đây trên sóng phát thanh và truyền hình. Hàng trăm tờ báo và tạp chí, hàng chục đầu sách mới của gần 40 nhà xuất bản trung ương phát hành khắp nơi, ra cả nước ngoài, làm phong phú đời sống văn hóa của nhân dân và giới thiệu hình ảnh Việt Nam với bạn bè thế giới.

Đi trên đường phố thủ đô, ta thường bắt gặp các khuôn mặt quen thuộc của nhiều văn nghệ sĩ và nhà khoa học danh tiếng. Trụ sở trung ương các hội văn học - nghệ thuật, các hội khoa học - kỹ thuật, các xưởng phim, nhà hát quốc gia của các bộ môn nghệ thuật đều đóng ở thủ đô.

Hà Nội là một trong những địa phương đi đầu trong cả nước về xây dựng nếp sống văn minh và gia đình văn hóa mới.

Di tích lịch sử văn hóa: Quảng trường Ba Đình, Lăng Hồ Chí Minh, Chùa Một Cột, Phủ Tây Hồ, Khu di tích - thắng cảnh Hương Sơn, Chùa Thầy, Chùa Tây Phương, Chùa Đậu, Chùa Mía

Lễ hội truyền thống: Lễ hội Phủ Đồng. Lễ hội Đồng Đa, Lễ hội Đền Cổ Loa, Lễ hội chùa hương: Lễ hội chùa Thầy, Hội đền Và, Hội chùa Đậu, Hội đền Hát Môn .

Các ngành nghề thủ công

Hà Nội được coi là quê hương của những làng nghề thủ công truyền thống, là đất trăm nghề. Thăng Long với 13 trại, 61 phường

thời Lý-Trần, 36 phố phường thời Lê-Nguyễn là nơi tụ hội các làng nghề từ khắp mọi miền đất nước đổ về.

2.3. Thực trạng hoạt động du lịch của Hà Nội

2.3.1. Khái quát kết quả kinh doanh của ngành Du lịch Hà Nội

Năm 2007, doanh thu từ hoạt động du lịch tăng gấp 5,17 lần so với năm 1998 và tăng gấp xấp xỉ 4,2 lần so với năm 2003. Doanh thu xã hội và xuất khẩu tại chỗ từ du lịch đã tăng lên tương ứng với sự tăng trưởng của lượng khách. Du lịch Hà Nội phát triển đã góp phần tạo thêm nhiều việc làm cho cả lao động phổ thông cũng như lao động có trình độ cao, thu hút hàng vạn lao động trực tiếp và hàng trăm ngàn lao động gián tiếp từ các dịch vụ khác.

Bảng 2.2. Lượng khách du lịch quốc tế đến Hà Nội và Việt Nam thời kỳ 2003 – 2007

Chỉ tiêu	Đơn vị	2003	2004	2005	2006	2007
Hà Nội	Lượt	850.000	950.000	1.109.635	1.110.000	1.300.000
Việt Nam	nt	2.428.735	2.927.876	3.467.757	3.600.000	4.200.000
Tỷ lệ HN/VN	%	35,0	32,4	32,0	30,8	31,0

Hà Nội là trung tâm thu hút khách du lịch quốc tế lớn thứ hai của cả nước, chỉ đứng sau thành phố Hồ Chí Minh. Thị phần khách quốc tế của Hà Nội ngày càng lớn, từ chỗ chiếm 20% của cả nước giai đoạn 1998-2000, đã tăng lên trên 30% giai đoạn 2003-2007 và luôn chiếm xấp xỉ 1/3 của cả nước.

2.3.2. Kết cấu hạ tầng phục vụ cho du lịch

2.3.2.1. Về giao thông

2.3.2.2. Cấp nước, thông tin, chiếu sáng đô thị

2.3.3. Thị trường khách du lịch

2.3.3.1. Thị trường khách du lịch quốc tế

Giai đoạn 2003-2007, khách du lịch quốc tế đến Hà Nội từ hơn 162 quốc gia và vùng lãnh thổ, đạt mức tăng trưởng bình quân 16,5%/năm. Năm 2007, khách quốc tế tăng 3 lần, khách nội địa tăng 5,2 lần so với năm 1998.

Bảng 2.3. Lượng khách của các thị trường hàng đầu đến Hà Nội

Đơn vị tính: Lượt khách

ST T	Tên Nước	2003	2004	2005	2006	2007	
		Lượng khách	% so với năm trước	% so với năm trước	% so với năm trước	Lượng khách	% so với năm trước
I	Tổng số	850.000	111,2	116,8	100,3	1.300.000	117,2
1	Trung Quốc	257.477	95,8	71,7	79,1	188.964	135,0
2	Nhật	71.570	116,8	128,4	97,2	111.006	106,4
3	Pháp	70.574	95,3	140,3	90,0	118.623	139,6
4	Anh	31.421	114,9	126,0	101,2	54.874	119,2
5	Úc	35.637	144,5	144,4	97,3	104.520	144,5
6	Hàn Quốc	28.948	212,7	232,7	100,4	111.797	77,7
7	Mỹ	36.678	135,4	131,7	95,5	87.750	140,5
8	Đức	26.272	113,9	132,7	109,3	55.354	127,5
9	Đài loan	23.240	123,3	111,0	82,2	40.582	155,3
10	Thái Lan	16.292	105,0	106,8	218,1	59.141	148,4
Cộng		598.109	112,4	118,6	95,8	932.611	122,2
11	Malaix ia	13.711	88,7	154,0	146,8	54.750	199,3
12	Singap or	12.156	115,7	140,6	121,7	35.056	145,7
13	Hà Lan	11.896	104,8	119,2	114,7	22.298	130,8
14	Canad a	11.657	134,9	125,9	104,0	28.760	139,7
15	Tây Ban Nha	5.677	175,1	224,9	93,3	24.126	115,6

(Nguồn: Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hà Nội)

2.3.3.2 Khách du lịch nội địa

Thủ đô Hà Nội là một trong những trung tâm du lịch đón nhiều khách du lịch nội địa với lượng khách trung bình chiếm trên 25% tổng lượng khách du lịch hàng năm của cả nước, khoảng xấp xỉ 50% tổng lượng khách khu vực phía Bắc.

Trong nhiều năm gần đây, với lợi thế là Thủ đô, thị trường khách nội địa cũng tăng trung bình 15%/năm, Tốc độ tăng trưởng khách nội địa tương đối ổn định. Nếu năm 2003 mới chỉ đón 3 triệu lượt, thì đến năm 2007, Hà Nội đã đón 5,4 triệu lượt tăng gần gấp 2 lần tương đương với khoảng 30% tổng số lượt khách du lịch nội địa của cả nước.

2.3.4. Doanh thu, thu nhập từ du lịch

Doanh thu từ du lịch là tất cả các khoản thu do khách du lịch chi trả trên địa bàn trong chuyến du lịch. Mức chi tiêu bình quân của khách quyết định đến chỉ số doanh thu du lịch. Doanh thu xã hội từ du lịch tăng đáng kể, trung bình đạt trên 16,6%/năm: năm 2003 đạt 4.600 tỷ đồng, năm 2007 là 19.160 tỷ, tăng gấp 4,2 lần.

Cơ cấu chi tiêu hiện nay của du khách chưa cân đối, chi tiêu cho dịch vụ lưu trú du lịch và dịch vụ ăn uống chiếm tỉ trọng cao nhất so với các dịch vụ du lịch khác: khách tập trung cho chi lưu trú 66%; ăn uống 15%; mua sắm thương mại đạt 1%; đi lại 7% còn lại chi cho các dịch vụ khác là 11%. Như vậy, 2/3 khoản chi của du khách là cho ngành du lịch (lưu trú), ngành thương mại chiếm 1% (mua sắm).

2.3.5. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch

2.3.5.1. Các cơ sở lưu trú

Tính đến hết năm 2007, toàn Thành phố có 543 cơ sở lưu trú với 13.392 phòng đạt tiêu chuẩn và các hạng sao theo quy định, gồm có 183 khách sạn đã được xếp hạng từ 3 sao trở lên với 8.674 phòng (8 khách sạn 5 sao, 6 khách sạn 4 sao, 20 khách sạn 3 sao), chiếm tỷ lệ 38% tổng cơ sở lưu trú và 65% tổng số phòng. Số lượng phòng của Hà Nội chiếm xấp xỉ 10% so với cả nước, trên 50% so với 12 tỉnh lân cận.

Bảng 2.4. Số lượng cơ sở lưu trú trên địa bàn Thành phố Hà Nội

ST T	Chỉ tiêu	Năm 2003		Năm 2005		Năm 2007	
		Số lượng CSLT	Số phòng	Số lượng CSLT	Số phòng	Số lượng CSLT	Số phòng
*	Tổng số	360	10.773	427	12.425	543	13.392
*	Trong đó:						

1	Khách sạn 5 sao	7	3.062	8	2.344	8	2.457
2	Khách sạn 4 sao	5	817	5	840	6	1.080
3	Khách sạn 3 sao	22	1.542	22	1.956	20	1.697
4	Khách sạn 2 sao	55	1.597	81	2.547	83	2.412
5	Khách sạn 1 sao	34	677	53	922	57	925
6	Khách sạn đạt tiêu chuẩn tối thiểu	5	51	10	113	9	1.0

2.3.5.2. *Cơ sở dịch vụ ăn uống, ẩm thực*

Bên cạnh các tiện nghi ăn uống phong phú như các nhà hàng ăn Âu, Á, caffe, bar và các cơ sở dịch vụ khác được xây dựng riêng, các tiện nghi dịch vụ ăn uống, phục vụ đám cưới, hội nghị trong khách sạn phát triển nhanh phong phú và đa dạng. Các đối tượng du khách đến từ các quốc gia trên thế giới, các địa phương trong cả nước với thị hiếu và khẩu vị ăn khác nhau đều được phục vụ với nhiều loại sản phẩm ẩm thực dân tộc và quốc tế.

2.3.5.3. *Cơ sở dịch vụ mua sắm, hàng lưu niệm và dịch vụ liên quan*

Hà Nội có điều kiện thuận lợi cho việc phát triển hoạt động dịch vụ mua sắm với hệ thống các trung tâm thương mại, siêu thị đang hình thành; một số đường phố thuộc khu phố cổ Hà Nội được cải tạo, nâng cấp thành các tuyến đi bộ, mua sắm, chợ đêm ... đang là những điểm đến hấp dẫn, tăng thêm tính phong phú, đa dạng cho du lịch Thủ đô.

2.3.5.4. *Cơ sở dịch vụ vui chơi, giải trí, văn hoá, thể thao*

a. *Về giải trí văn hoá:*

b. *Về thể thao:*

c. *Cơ sở vui chơi giải trí:*

d. *Công viên cây xanh giải trí:*

2.3.6. **Tuyến, điểm, sản phẩm du lịch**

Tuyến, điểm, sản phẩm du lịch tại khu vực nội thành

Tuyến, điểm, sản phẩm du lịch tại khu vực ngoại thành và các tỉnh lân cận.

2.3.7. **Các thành phần kinh tế tham gia kinh doanh trong lĩnh vực du lịch**

Tính đến hết năm 2007, tại Hà Nội có trên 4.320 doanh nghiệp đăng ký tham gia kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, tuy nhiên, trong thực tế, mới chỉ có trên 400 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nội địa, 277 doanh nghiệp có giấy phép kinh doanh lữ hành quốc tế (đứng thứ hai toàn quốc, chiếm trên 30% tổng số doanh nghiệp lữ hành quốc tế của cả nước), 543 cơ sở lưu trú và gần 100 doanh nghiệp và hộ cá thể kinh doanh vận chuyển khách du lịch.

Các hãng lữ hành ở Hà Nội phát triển nhanh về số lượng, có quan hệ chặt chẽ với các đối tác nước ngoài trên khắp thế giới và dần khẳng định được về uy tín, chất lượng phục vụ với du khách quốc tế. Việc khai thác luồng khách được thực hiện qua nhiều hình thức: qua mạng, website, qua các hãng gửi khách nước ngoài... Hàng năm (kể từ năm 1999 đến nay), Hà Nội thường có 2-3 doanh nghiệp đạt danh hiệu Topten doanh nghiệp lữ hành hàng đầu Việt Nam.

Bảng 2.5. Số lượng doanh nghiệp lữ hành và vận chuyển khách du lịch

Loại DN	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng số DN đăng ký	776	1.130	2.276	4.000	4.320
<i>Trong đó:</i>					
- DN lữ hành quốc tế	61	84	115	136	277
- DN lữ hành nội địa và dịch vụ du lịch khác	678	998	2.092	3.789	3.943
- DN vận chuyển khách du lịch	37	48	69	75	100

2.3.8. Nguồn nhân lực du lịch

Lao động ngành du lịch thời gian qua được tăng nhanh về số lượng và tương đối đảm bảo về mặt chất lượng. Số lượng lao động đạt đạt xấp xỉ dự báo của quy hoạch: năm 2003, Hà Nội có trên 20 ngàn lao động, trong đó có 11,7 ngàn lao động trực tiếp; năm 2005 có xấp xỉ 30 ngàn lao động, trong đó có khoảng hơn 21 ngàn lao động trực tiếp, năm 2007 có tới 40 ngàn lao động (tăng gấp 2,2 lần so với năm 2003).

Bảng 2.6. Thống kê số lượng lao động của ngành Du lịch Hà Nội

Đơn vị tính : Người

Chỉ tiêu	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng số lao động	18.000	20.000	222000	30.000	35.000	40.000

2.4. Đánh Giá chung

2.4.1. Một số kết quả đạt được trong hoạt động phát triển du lịch

Khắc họa hình ảnh về điểm đến nhiều hứa hẹn, cải tạo hiểu biết về một đất nước, một Thủ đô:

Tăng cường thu hút ngoại tệ, xuất khẩu tại chỗ:

Góp phần phát huy các giá trị văn hóa:

Góp phần bảo toàn tài nguyên vốn có:

Phát triển du lịch gắn liền với giải quyết việc làm, xóa đói giảm nghèo:

2.4.2. Hạn chế

Nhận thức xã hội về kinh tế du lịch chưa đầy đủ, thuận lợi

Hệ thống chính sách chưa hoàn thiện và bắt kịp với sự phát triển của hoạt động du lịch

Sản phẩm du lịch còn đơn điệu, chưa có sức hấp dẫn, thu hút du khách.

CHƯƠNG 3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ BIỆN PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH HÀ NỘI

3.1. Những xu thế phát triển và một số dự báo chủ yếu của du lịch thế giới và khu vực.

3.1.1. Xu thế phát triển của du lịch thế giới.

Một là Du lịch sẽ trở thành một nhu cầu phổ biến và cần thiết

Hai là, hầu hết các quốc gia trên thế giới chú trọng phát triển du lịch

Ba là, xu thế CNH và HĐH du lịch

Bốn là, khu vực hoá, quốc tế hoá.

Năm là, xu thế hạn chế tính thời vụ trong du lịch .

Sáu là, sự thay đổi hướng đi thành phần cơ cấu của luồng khách du lịch

3.1.2. Một số dự báo thị trường du lịch thế giới và khu vực ASEAN

3.1.2.1. Dự báo về thị trường du lịch thế giới

Khối lượng cầu du lịch tăng nhanh:

Cung du lịch phát triển mạnh với xu thế liên kết trong cạnh tranh nhu cầu Cung du lịch đạt tới mức độ thừa.

3.1.2.2. Một số dự báo thị trường du lịch khu vực ASEAN và những tác động của nó đến du lịch Việt Nam.

Một là: ASEAN sẽ là khu vực được coi là hấp dẫn và có tốc độ tăng trưởng cầu du lịch vào hàng nhất thế giới.

Hai là: Kinh doanh du lịch vẫn được coi là hướng phát triển chủ đạo trong chiến lược phát triển kinh tế của các quốc gia khu vực ASEAN. Cung về du lịch trong các nước khu vực sẽ có sự tiếp tục tăng trưởng nhanh vào những năm tới.

Ba là: hợp tác du lịch trong khu vực ASEAN đã và sẽ mở ra nhiều cơ hội để biến khu vực này thành điểm du lịch thống nhất, hấp dẫn và độc đáo.

3.2. Dự báo phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020

3.2.1. Định hướng phát triển du lịch Hà Nội đến 2020

Để thực hiện các mục tiêu chiến lược nêu trên, du lịch Hà Nội cần :

- Tăng dần tỷ trọng đóng góp của ngành du lịch Hà Nội vào tổng thu nhập nội địa của Thành phố.

- Góp phần nâng cao vị trí của đất nước, của Hà Nội trên trường quốc tế. Giới thiệu với thế giới về truyền thống văn hoá, đất nước và con người Việt Nam.

- Lưu giữ những giá trị vốn có của nền văn hoá Việt Nam, nâng cao và làm lan toả không ngừng để giao lưu rộng rãi với các nền văn hoá trên thế giới.

- Tạo điều kiện cho các ngành văn hoá, dịch vụ phát triển, thu hút thêm lao động, góp phần giải quyết các vấn đề xã hội.

- Góp phần kiến tạo môi trường sinh thái, môi trường sống trong lành, phục hồi sức khoẻ nhân dân.

- Đa dạng hoá các sản phẩm du lịch

- Xây dựng các loại hình du lịch chuyên đề như: nghiên cứu các di tích lịch sử kiến trúc qua các thời đại; tham quan phố cổ, làng nghề, làng cổ ; nghỉ dưỡng kết hợp với các hoạt động thể thao...

- Tập trung đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch, các cơ sở vui chơi giải trí, tạo dựng các sản phẩm du lịch mới.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch

- Đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ du lịch

- Hội nhập khu vực và thế giới hiện đang trở thành một xu thế phát triển tất yếu khách quan và ngày càng phát triển mạnh mẽ. Việt Nam là một quốc gia độc lập những cũng không thể tách khỏi xu hướng phát triển này, đặc biệt là trong lĩnh vực hội nhập kinh tế quốc tế.

3.2.2. Mục tiêu chiến lược phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020

Một là, sự cần thiết phải thúc đẩy du lịch Hà Nội trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

Hai là, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động trên cơ sở khai thác lợi thế về điều kiện tự nhiên, sinh thái, truyền thống văn hoá, lịch sử, đáp ứng nhu cầu du lịch trong nước và phát triển nhanh du lịch quốc tế, sớm đạt trình độ phát triển của khu vực.

Ba là, xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất, hình thành các khu du lịch trọng điểm, đẩy mạnh hợp tác, liên kết với các nước.

3.2.3. Một số chỉ tiêu phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020

3.2.3.1. Lượng khách

Từ nay đến năm 2010 Hà Nội sẽ có nhiều chương trình để chuẩn bị kỷ niệm 1000 năm Thăng Long, đây sẽ là điều kiện để thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

Trên cơ sở phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến du lịch, Thành phố đã xây dựng ba phương án (xem bảng 3.1). Dự kiến tốc độ tăng trưởng lượng khách từ nay đến năm 2020 khoảng 20%, trong đó thời kỳ 2009-2010 tăng khoảng 12-15%. Như vậy, theo phương án 2 dự án đến năm 2010 Hà Nội sẽ đón khoảng trên một triệu rưỡi lượt khách quốc tế, ngày lưu trú bình quân là 4,15 ngày. Đến năm 2020, các con số này đã là 4 triệu và 4,65

3.2.3.2. Doanh thu từ du lịch

Hiện nay mỗi du khách tại Hà Nội chi tiêu bình quân là 100USD/ngày và khách nội địa là 200.000đồng/ngày. Trong những năm tới khi sản phẩm du lịch được đa dạng hoá, chất lượng được nâng cao thì mức độ chi tiêu của du khách cũng dần được nâng lên. Dự kiến đến năm 2010, mỗi du khách quốc tế sẽ chi tiêu khoảng 130USD/ngày và du khách nội địa là 400.000đồng/ngày (có tính đến tỷ lệ lạm phát). Các chỉ tiêu cho năm 2020 sẽ là 200USD và 800.000đồng.

Bảng 3.1. Dự báo số lượng khách đến 2010 và tầm nhìn 2020

Phương án	Khách	Chỉ tiêu	2010	2015	2020
Phương án 1	Quốc tế	Số lượng khách (ngàn)	1.375	2.300	4.000
		Ngày lưu trú bình quân	3.87	4.00	4.50
		Tổng ngày khách	5.321	9.200	18.000

	Nội địa	(ngàn)			
		Số lượng khách (ngàn)	5.022	7.000	9.000
		Ngày lưu trú bình quân	2.5	2.4	3.1
		Tổng ngày khách (ngàn)	12.304	16.800	27.900
Phương án 2	Quốc tế	Số lượng khách (ngàn)	1.562	2.500	4.000
		Ngày lưu trú bình quân	4.15	4.45	4.65
		Tổng ngày khách (ngàn)	6.482	11.125	18.600
	Nội địa	Số lượng khách (ngàn)	6.124	7.500	11.000
		Ngày lưu trú bình quân	2.70	3.10	3.50
		Tổng ngày khách (ngàn)	16.535	23.250	38.500
Phương án 3	Quốc tế	Số lượng khách (ngàn)	1.796	2.700	4.500
		Ngày lưu trú bình quân	4.25	4.50	4.70
		Tổng ngày khách (ngàn)	7.633	12.150	21.150
	Nội địa	Số lượng khách (ngàn)	7.226	8.000	12.000
		Ngày lưu trú bình quân	3.10	3.30	3.60
		Tổng ngày khách (ngàn)	22.401	26.400	43.200

Bảng 3.2. Dự báo doanh thu từ du lịch

Đơn vị tính : triệu USD

Năm	2010	2015	2020
Doanh thu từ du lịch quốc tế	691,0	1.668	3.500
Doanh thu từ du lịch nội địa	278,1	871	1.812
Tổng doanh thu	869,1	2.539	5.312

Dự kiến mức độ chi tiêu của du khách: theo tính toán của cơ quan quản lý nhà nước về du lịch của Hà Nội thì hiện nay khách du lịch đến Hà Nội dành phần lớn chi tiêu của mình cho lưu trú. Việc chuyển dịch cơ cấu chi tiêu của khách là một yêu cầu quan trọng

trong kinh doanh du lịch. Muốn tăng nguồn thu thì phải bổ sung và đa dạng hoá các loại hình dịch vụ, hướng chi tiêu của du khách vào các dịch vụ vui chơi giải trí và các dịch vụ bổ sung khác.

3.2.3.3. Nhu cầu khách sạn.

Bảng 3.3. Dự báo về số phòng khách sạn cần có 2010-2020

Năm	2010	2015	2020
Nhu cầu cho khách sạn tiêu chuẩn quốc tế	9.800	14.000	19.000
Nhu cầu cho khách sạn bình dân	12.400	14.000	13.000
Tổng cộng	22.200	28.000	32.000

3.2.3.4. Nhu cầu lao động

Bảng 3.4. Nhu cầu lao động trong ngành du lịch 2010-2020

(Đơn vị tính: ngàn người)

Năm	2010	2015	2020
Lao động trực tiếp	63,5	98,5	163,9
Lao động gián tiếp	139,8	216,7	360,6
Tổng cộng	203,2	315,2	624,5

3.2.3.5. Nhu cầu về các khu vui chơi, giải trí

Hà Nội vẫn thiếu các khu vui chơi giải trí, vì vậy việc xây dựng các khu vui chơi giải trí này là vô cùng quan trọng. Những năm 2010-2015 nhu cầu vui chơi giải trí của người dân ngày càng cao nên cần tăng mạnh việc xây dựng các khu vui chơi giải trí mới. Đối với hoạt động du lịch, các khu vui chơi giải trí chính là một phương thức kéo dài thêm thời gian lưu trú của khách, đồng thời tăng thêm mức chi tiêu của khách du lịch.

3.3. Một số giải pháp nhằm thực hiện mục tiêu phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020 .

3.3.1. Giải pháp về phía cơ quan quản lý nhà nước

Giải pháp thứ nhất: Hà Nội cần có quy hoạch phát triển đồng bộ các ngành dịch vụ, thương mại, đặc biệt các ngành sản xuất vật chất phục vụ cho du lịch Thủ đô.

Cơ quan quản lý nhà nước cấp thành phố cần có phương thức điều hành mềm dẻo để phối hợp hoạt động giữa du lịch với các ngành khác trên địa bàn. Có thể thực hiện trên các nội dung sau:

Thứ nhất, củng cố các làng nghề truyền thống
Thứ hai, phát triển vành đai rau sạch, thực phẩm sạch quanh Hà Nội.

Giải pháp thứ hai: Có chính sách khuyến khích đầu tư vào ngành du lịch một cách hợp lý, đảm bảo phát triển bền vững.

Thứ nhất, cần có một chiến lược phát triển bền vững.

Thứ hai, xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Thành phố (đặc biệt là trong điều kiện Hà Nội mở rộng như hiện nay),

Thứ ba, thực hiện tư vấn cho doanh nghiệp

Thứ tư, có cơ chế thu hút đầu tư hợp lý

Giải pháp thứ ba: Có chính sách cụ thể về bảo vệ, tôn tạo các điểm du lịch, cảnh quan, môi trường, quản lý dịch tễ, các vấn đề xã hội.

Một số vấn đề cần triển khai cụ thể:

a- Bảo vệ, tôn tạo tài nguyên môi trường du lịch

b- Đối với các tài nguyên thiên nhiên

Giải pháp thứ tư: Có chính sách phát triển nguồn nhân lực hợp lý cho ngành du lịch

Thứ nhất, nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực ngành du lịch ở các trường du lịch,

Thứ hai, chuyển đào tạo đại trà sang đào tạo theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp.

Thứ ba, đổi mới quan niệm về bằng cấp.

Giải pháp thứ năm: Cần có chính sách thuế riêng đối với từng giai đoạn khai thác hoạt động kinh doanh du lịch.

Nội dung giải pháp này gồm các vấn đề sau:

Thứ nhất, có chính sách miễn, giảm thuế trong một vài năm đầu cho những doanh nghiệp mới khởi nghiệp và áp thuế cao trong các giai đoạn sau.

Thứ hai, đối với các dự án phát triển du lịch, nhất là du lịch sinh thái và đặc biệt là ở những vùng đất còn hoang sơ, nơi có cơ sở hạ tầng còn chưa phát triển, Nhà nước cần có những chính sách thuế hỗ trợ cụ thể và thiết thực cho từng dự án đầu tư hạ tầng, dự án phát triển sản phẩm du lịch.

3.3.2. Giải pháp về phía doanh nghiệp du lịch của Hà Nội.

Các doanh nghiệp phải xác định được quy mô và mô hình phát triển phù hợp.

Các doanh nghiệp du lịch Hà Nội nên chú trọng phát triển theo các định hướng cơ bản sau:

Thứ nhất chú trọng phát triển các doanh nghiệp theo quy mô vừa và nhỏ.

Thứ hai, tại các khu vực du lịch chưa phát triển hoặc các khu du lịch thời vụ nên lựa chọn phát triển theo mô hình đa dạng hoá hoạt động.

Thứ ba, đồng thời bên cạnh mô hình phát triển đa dạng hoá hoạt động thì phát triển doanh nghiệp theo hướng chuyên doanh hoá mặt hàng nhằm thoả mãn một loại nhu cầu cho nhiều đoạn thị trường mục tiêu

Thứ tư, đối với những doanh nghiệp có quy mô nhỏ, tiềm lực yếu nên hướng vào phát triển theo mô hình thị trường mục tiêu để hướng vào một tập khách hàng cụ thể.

Đẩy nhanh và thực hiện có hiệu quả tiến trình cổ phần hoá và chuyển các nhà khách, nhà nghỉ sang kinh doanh theo cơ chế doanh nghiệp du lịch

Về đội ngũ lao động và bộ máy tổ chức.

Coi trọng và đầu tư thích đáng cho tổ chức và hoạt động marketing.

Tăng cường quản lý đầu tư và tổ chức cho quá trình kinh doanh

3.3.3. Đề xuất và kiến nghị

3.3.3.1. Các đề xuất, kiến nghị đối với Nhà nước

Một là, Nhà nước tiếp tục hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp

luật về du lịch, ban hành các chính sách, văn bản pháp quy kịp thời, tránh chồng chéo; Cần có luật bảo vệ người tiêu dùng, luật cạnh tranh và chống độc quyền, cải tiến thủ tục xuất nhập cảnh thuận tiện hơn nữa.

Hai là, có chính sách đầu tư thoả đáng cho phát triển du lịch, cụ thể là chính sách đầu tư hạ tầng du lịch, đầu tư phát triển các khu du lịch, các điểm tham quan du lịch. Cho ngành du lịch được hưởng những ưu tiên cho phát triển như các ngành sản xuất như cho vay với lãi suất ưu đãi, giảm giá cho các dịch vụ bưu chính, điện nước, hàng không..., áp dụng chính sách một giá. Có chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp du lịch (cơ chế, chính sách thuế và qui chế để phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù). Hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình hội nhập. Xem xét lại thuế VAT chưa hợp lý với kinh doanh lữ hành (hiện

nay là 10% thuế dịch vụ +5% thuế vận chuyển), vận chuyển khách du lịch (xe nhập vào hiện nay phải chịu thuế nhập khẩu (100%) và thuế tiêu thụ đặc biệt (45%) quá cao làm cho giá dịch vụ cao gây khó khăn cho doanh nghiệp triển khai việc trả nợ Đông Âu và Nga bằng các dịch vụ du lịch. Giảm thuế thu nhập đối với người Việt Nam để kích cầu du lịch nội địa. Có các chính sách khuyến khích hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhỏ và trẻ. Đặt ra các chế tài xử lý những trường hợp vi phạm quy định bảo tồn di tích, danh lam thắng cảnh, các điểm du lịch, vui chơi giải trí.

3.3.3.2. Các đề xuất, kiến nghị đối với Tổng cục Du lịch

- Tăng cường hoạt động của Cục xúc tiến du lịch để quảng bá du lịch Việt Nam ra nước ngoài trong đó có các hoạt động xúc tiến của du lịch Hà Nội. Kết hợp với các đại sứ quán để lập các văn phòng đại diện du lịch ở một số thị trường nước ngoài trọng điểm nhằm thu hút khách.

- Đầu tư kinh phí thỏa đáng và hỗ trợ kinh phí cho Hà Nội để tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch.

- Đẩy mạnh hơn nữa công tác nghiên cứu thị trường du lịch thế giới, cung cấp thông tin cho các địa phương và doanh nghiệp.

- Ban hành và hoàn thiện các văn bản quản lý Nhà nước về du lịch, hướng dẫn các địa phương, các doanh nghiệp thực hiện.

- Tăng cường kiểm tra nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch của các cơ sở lưu trú cũng như công ty lữ hành, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên.

- Hỗ trợ các địa phương, đặc biệt là Hà Nội trong việc đào tạo nguồn nhân lực du lịch (hướng dẫn chương trình, nội dung). Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, nghiên cứu trình Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Học viện Du lịch; xây dựng chương trình nội dung đào tạo thống nhất về lĩnh vực du lịch tại các trường Đại học, Cao đẳng, dạy nghề; tổ chức đào tạo lại và đào tạo mới lực lượng lao động có kỹ năng nghiệp vụ du lịch theo hướng phù hợp với Hội nhập kinh tế quốc tế.

- Cần xúc tiến thành lập các Tổng công ty du lịch với qui mô lớn, không nên để các công ty, doanh nghiệp nhỏ lẻ, manh mún như hiện nay, tích cực triển khai cổ phần hóa các doanh nghiệp trực thuộc làm động cơ để tăng cường thu hút khách, nâng cao chất lượng, giảm chi phí, tăng hiệu quả.

3.3.3.3. Các đề xuất, kiến nghị đối với Thành phố Hà Nội

Đề nghị UBND xem xét, quan tâm bố trí các khu đất còn trống cho phép qui hoạch xây dựng khách sạn và phân bố đều tại các Quận-Huyện.

Đề nghị Thành phố có chính sách cụ thể trong phạm vi chức năng để hỗ trợ cho du lịch phát triển

3.3.3.4 Các đề xuất, kiến nghị đối với các ban, ngành của Hà Nội

- *Với Ngành Ngoại giao và Công an*: cần cải tiến thủ tục cấp thị thực cho khách vào Việt Nam du lịch dễ dàng hơn, chi phí thấp hơn; khuyến khích những nhà báo nước ngoài viết bài quay phim giới thiệu về du lịch Việt Nam, không nên thu lệ phí quay phim của họ.

- *Ngành Giao thông - Vận tải* chú ý đến việc xây dựng hạ tầng dẫn đến điểm tham quan du lịch, tạo điều kiện nhanh chóng về thủ tục với những đoàn khách đi ô tô qua cửa khẩu.

- *Ngành Tài chính*: Trong bối cảnh cạnh tranh, các doanh nghiệp nhiều khi phải chi hoa hồng môi giới từ 15-20% doanh thu mới có khách nhưng không được trừ vào chi phí khi tính thuế. Hiện nay phí môi giới ở các đơn vị quốc doanh phải áp dụng mức theo quy định của nhà nước quá thấp so với thực tế, tư nhân thường trả phí hoa hồng mức cao, khiến cạnh tranh bất bình đẳng.

- *Ngành Tài nguyên - Môi trường*: có hướng dẫn và hỗ trợ địa phương và chủ quản lý tài nguyên bảo vệ môi trường tại các khu du lịch, điểm du lịch.

- *Ngành Ngân hàng* cần áp dụng các hình thức thanh toán hiện đại thuận tiện cho khách hàng trong mua hàng hoá và dịch vụ trên địa bàn Thủ đô

- *Các ngành điện, nước, bưu chính viễn thông* cần phối hợp với ngành Du lịch nghiên cứu giảm giá điện, nước, dịch vụ viễn thông,....

KẾT LUẬN

Trong những năm qua, nhất là từ năm 1994 đến nay, du lịch Việt Nam nói chung và du lịch Hà Nội nói riêng đã đạt được những thành tựu đáng kể. Điều đó được thể hiện qua các chỉ tiêu về số lượng khách du lịch quốc tế cũng như khách nội địa, doanh thu từ du lịch và tỷ trọng đóng góp vào ngân sách đều tăng qua các năm. Ngoài ra du lịch phát triển còn tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người lao động, góp phần vào giáo dục tình yêu đất nước, truyền thống văn hóa - lịch sử của dân tộc cho du khách. Bên cạnh những thành tựu trên du

lịch Hà Nội vẫn chưa đáp ứng được những yêu cầu đặt ra, chưa tương xứng với nguồn tài nguyên du lịch, nguồn lực và thế mạnh của Hà Nội, đặc biệt là từ khi Hà Tây được sát nhập vào Hà Nội, về mở rộng thị trường du lịch và đầu tư vào những điểm du lịch để tạo ra những điểm du lịch đã hình thành, phát huy những thuận lợi cơ bản của Hà Nội cùng với những chính sách để cho du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, được sự hỗ trợ và khuyến khích phát triển của Nhà nước, Thành ủy, UBND Thành phố, sự ủng hộ của các cấp các ngành và nhân dân của các địa phương. Tuy vậy hoạt động du lịch lại mang tính liên ngành, liên khu vực, tổ chức kinh doanh du lịch đa phần còn nhỏ lẻ, thị trường trong nước và quốc tế còn biến động. Do đó chiến lược đầu tư và phát triển du lịch của Hà Nội còn gặp rất nhiều khó khăn thách thức đòi hỏi phải tiếp tục nghiên cứu quy hoạch tổng thể gắn với phát triển kinh tế xã hội của Hà Nội.

Luận văn *“Một số giải pháp phát triển du lịch Hà Nội”*, nhằm đóng góp một phần vào sự nghiệp phát triển du lịch nói riêng, kinh tế nói chung của Hà Nội. Qua quá trình tìm hiểu thực tế và phân tích tình hình nội bộ hoạt động du lịch, kết hợp với nghiên cứu các mô hình lý thuyết chiến lược, luận văn đã đưa ra những giải pháp chiến lược với mục tiêu phát triển các điểm mạnh tận dụng những cơ hội để hạn chế những đe dọa và khắc phục những điểm yếu trong phát triển du lịch của Hà Nội.

Trong phạm vi nghiên cứu những kết quả đạt được chỉ nhằm mục đích chỉ ra những nội dung cần thiết phục vụ cho phát triển du lịch của Hà Nội nhằm hướng tới thị trường khách du lịch nội địa cũng như thị trường khách du lịch quốc tế, đồng thời làm tăng ngân sách của Hà Nội. Những giải pháp đưa ra là các đề xuất chiến lược nhằm thúc đẩy phát triển nền kinh tế của Hà Nội mới một cách toàn diện. Đảng bộ và nhân dân Thành phố nhất định sẽ thực hiện thắng lợi các giải pháp chiến lược phát triển kinh tế của Thành phố mà trong đó phát triển du lịch sẽ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Các giải pháp đưa ra được dựa trên cơ sở phát huy nội lực và lợi thế của Hà Nội nhằm tăng trưởng kinh tế với nhịp độ cao và bền vững. Tuy nhiên, để thực hiện những giải pháp trên, cần có sự lãnh đạo tập trung, sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, các cấp, sự nỗ lực của các địa phương và các làng nghề truyền thống. Ngoài ra, còn tranh thủ sự hỗ trợ của Trung ương, các tổ chức quốc tế và các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư cho du lịch và mở rộng thị trường. Thực hiện được như vậy, chắc chắn hoạt động du lịch của Hà Nội sẽ phát

triển mạnh góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội chung của Thành phố.