

Để du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của TP. Hà Nội

ĐỖ XUÂN ĐÀ*

Năm 2016, du lịch Hà Nội đã lần đầu chạm mốc bốn triệu lượt khách quốc tế, cùng gần 18 triệu lượt khách trong nước; tổng thu từ hoạt động du lịch đạt hơn 62 nghìn tỷ đồng. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, du lịch Hà Nội vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế, chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của Thủ đô.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỦA TP. HÀ NỘI

Từ lâu, Hà Nội đã trở thành điểm đến, thu hút du khách quốc tế lớn nhất cả nước bởi vẻ đẹp cổ kính, trầm mặc, thanh lịch của Thủ đô ngàn năm văn hiến. Hà Nội có tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn phong phú, có hệ thống hồ đẹp, tạo nên giá trị cảnh quan rất riêng của Hà Nội, như: Hồ Tây, hồ Hoàn Kiếm, hồ Quan Sơn, Suối Hai, đầm Vân Trì... đặc biệt Khu di tích Hoàng thành Thăng Long, lễ Hội Gióng ở đền Phù Đổng và đền Sóc, Ca trù được UNESCO công nhận là di sản văn hóa thế giới. Ngoài ra, hệ thống các văn bia tiến sĩ thời Lê Mạc tại Văn Miếu Quốc Tử Giám được UNESCO công nhận là di sản tư liệu thế giới thuộc Chương trình Ký ức thế giới của UNESCO. Do vậy, Hà Nội luôn được du khách quốc tế đánh giá là điểm đến hấp dẫn. Điều này càng có ý nghĩa khi từ năm 2008 diện tích của Hà Nội được mở rộng gấp 3,6 lần diện tích cũ, với dân số hơn 6,5 triệu người, mở ra nhiều tiềm năng cho ngành du lịch. Với gần 5.000 di tích, trong đó 803 di tích đã được xếp hạng, đứng đầu cả nước về số lượng di tích lịch sử, hội đủ điều kiện để phát triển du lịch văn hóa, di tích lịch sử, tâm linh... Ngoài ưu thế về các di tích, danh thắng lịch sử của mảnh đất nghìn năm văn hiến, Hà Nội đang nổi lên là địa điểm lý tưởng cho du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng và giải trí.

Cùng với việc mở rộng địa giới hành chính, Hà Nội có thêm nhiều khu điểm du lịch đặc sắc phục vụ khách. Hà Nội hiện có một số khu du lịch sinh thái chất lượng phục vụ tương đối tốt là: Tản Đà, Ao Vua, Khoang Xanh - Suối Tiên, Resot Asian. Ngoài ra, còn có thêm một số khu du lịch vui chơi giải trí, như: Thiên đường Bảo Sơn (Hoài Đức), Việt Phú Thành Chương, Công viên nước Hồ Tây... có quy mô khá lớn đã đi vào hoạt động.

Hiện nay, Hà Nội đang phát triển các loại hình, sản phẩm du lịch chủ yếu, như: du lịch văn hóa, lịch sử, di tích danh thắng, bảo tàng; du lịch làng nghề, phố nghề, ẩm thực; du lịch MICE, du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng cuối tuần, du lịch nông nghiệp và trang trại (Ba Vì), du lịch võ thuật, du lịch chữa bệnh và phục hồi sức khỏe...

Hà Nội cũng có cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch chất lượng khá tốt. Hiện, Thành phố có 3.081 cơ sở lưu trú với khoảng 38.000 phòng và 1.500 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành. Thành phố có nhiều cơ sở dịch vụ ăn uống, ẩm thực phong phú gồm các nhà hàng Âu - Á, tiệm cà phê, bar, các cơ sở dịch vụ vui chơi giải trí cao cấp, như: Sân golf Đồng Mô (Sóc Sơn), Khu Du lịch Sóc Sơn, Đồi 79 Mùa Xuân (huyện Mê Linh)...

Hiện nay, trên địa bàn Thành phố đã đưa vào khai thác một số dự án quy mô vốn đầu tư lớn, như: Khách sạn JW Marriot với 450 phòng; Khách sạn Lotte với 300 phòng; Khách sạn Intercontinental Hanoi Landmark 350 phòng; Khách sạn Crown Plaza, Grand Plaza... Theo đánh giá của các tổ chức tư vấn, những khách sạn 5 sao mới này của Hà Nội có kết quả hoạt động tốt, công suất sử dụng phòng khoảng 72%, giá thuê phòng trung bình 70-80 USD/đêm và đã góp phần nâng cao chất lượng các cơ sở lưu trú, tạo điểm nhấn trong phát triển du lịch Thủ đô.

* UBND TP. Hà Nội | Email: doxuanda@gmail.com

Một số dự án khác, như: xây dựng sân golf và dịch vụ Long Biên, sân golf và dịch vụ hồ Văn Sơn (Chương Mỹ) đã đưa vào sử dụng, tạo động lực cho phát triển du lịch. Các khu du lịch sinh thái sân golf Sóc Sơn, Khu Du lịch Thung lũng Xanh, Làng sinh thái đồi Gia Nông (Sóc Sơn), các khu resort ngoại thành Hà Nội... cũng đang trong giai đoạn nghiên cứu, lập dự án đầu tư hoặc đã, đang thi công.

Nhân lực du lịch Hà Nội cũng đã phát triển mạnh với 88.000 lao động trực tiếp có chất lượng tốt. Cụ thể, khoảng 80% nhân viên các doanh nghiệp lữ hành quốc tế và khách sạn từ 3 đến 5 sao đều có trình độ đại học trở lên. Đặc biệt, các doanh nghiệp liên doanh nước ngoài có đội ngũ cán bộ trình độ cao, chuyên nghiệp, được đào tạo bài bản. 2.613 hướng dẫn viên du lịch quốc tế được cấp thẻ đều có thể sử dụng được ít nhất một ngoại ngữ.

Từ mấy năm nay, Hà Nội luôn được một số tạp chí du lịch uy tín hàng đầu thế giới, như: Travel and Leisure (Mỹ), Smart Travel Asia (HKG) tổ chức bình chọn và đạt danh hiệu Top 10 điểm đến du lịch hấp dẫn nhất châu Á.

Có thể nói, du lịch Hà Nội đang phát triển theo đúng định hướng, bảo đảm bền vững và có hiệu quả; thị trường du lịch được mở rộng, lượng khách không ngừng tăng, sản phẩm du lịch từng bước được đa dạng hóa trên cơ sở phát triển thế mạnh tiềm năng tài nguyên du lịch đem lại mức tăng trưởng ổn định về tổng thu từ du lịch.

Giai đoạn 2010-2015, trong bối cảnh tình hình khó khăn chung do tác động của suy thoái kinh tế và những bất ổn chính trị tại một số nước trên thế giới, gồm có các thị trường khách trọng điểm của Việt Nam, lượng khách du lịch đến Hà Nội tăng bình quân hơn 10%/năm (trong đó, khách quốc tế tăng 14%/năm, khách nội địa tăng 9,2%/năm). Tổng thu từ khách du lịch tăng ổn định, giai đoạn 2011-2015 tăng bình quân 15,5%/năm, năm 2015 đạt gần 55.000 tỷ đồng, song chưa tương xứng với tiềm năng du lịch và vị thế về du lịch của một thị trường tâm của quốc gia và có sức hấp dẫn quốc tế.

Tổng số khách du lịch đến Hà Nội năm 2016 đạt gần 22 triệu lượt khách, tăng 11% so với năm 2015. Quý I/2017, tổng số khách du lịch đến Hà Nội đạt hơn 6 triệu lượt khách, tăng 7% so với cùng kỳ năm ngoái. UBND Thành phố cũng đã triển khai chương trình hợp tác với Mạng tin tức truyền hình kỹ thuật số CNN tuyên

truyền quảng bá hình ảnh lịch sử, văn hóa, con người Hà Nội, Việt Nam trên kênh CNN quốc tế trong 2 năm 2017 và 2018. Đã hoàn thành và phát sóng nội dung 2 phim quảng cáo 30 giây quảng bá hình ảnh du lịch Hà Nội tới cộng đồng quốc tế từ ngày 13/03/2017 và đang triển khai các nhiệm vụ theo thỏa thuận...

Hiện tại, cả Hà Nội còn thiếu rất nhiều những khu, điểm du lịch, khu thể thao, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng, mua sắm tầm cỡ quốc gia và quốc tế. Cùng với đó là sự manh mún, thiếu đồng bộ trong hoạt động du lịch, phần lớn các doanh nghiệp du lịch có quy mô nhỏ, sức cạnh tranh thấp... khiến du lịch Hà Nội chưa tạo được dấu ấn thật sự sâu đậm trong lòng du khách.

Vẫn còn nhiều hạn chế khiến du lịch Hà Nội chưa thể "cất cánh"

Một là, sản phẩm du lịch chưa thực sự hấp dẫn và khác biệt, năng lực cạnh tranh chưa cao. Ngành du lịch Hà Nội mới tập trung dựa vào các yếu tố tự nhiên, khai thác những cái sẵn có mà chưa đầu tư trở lại được nhiều. Nói đến du lịch Hà Nội là nói đến Văn Miếu – Quốc Tử Giám, Hoàng thành Thăng Long, chùa Một Cột, phố cổ Hà Nội, hồ Hoàn Kiếm và đền Ngọc Sơn, làng gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc... Đó là những di tích lịch sử đã hình thành hàng trăm, hàng nghìn năm qua, nay được giữ gìn và khai thác. Việc đầu tư các sản phẩm này chỉ là nâng cấp, tu bổ, tôn tạo hạ tầng di tích, hạ tầng cơ sở vật chất với nguồn vốn còn khiêm tốn. Các công ty lữ hành mới xây dựng được tour tuyến thông qua việc kết nối các di tích này lại với nhau. Còn việc xây dựng các sản phẩm du lịch khác, ví như các điểm vui chơi, mua sắm, ẩm thực có quy mô lớn hầu như chưa có, hay việc khai thác các giá trị nhân văn để phục vụ khách còn nhiều hạn chế. Khách du lịch khi đến Hà Nội vẫn phàn nàn thiếu các cơ sở, khu vui chơi giải trí. Mức chi tiêu của khách chưa cao, thời gian lưu trú ngắn. Theo Sổ Du lịch Hà Nội, thời gian lưu trú và chi tiêu của khách du lịch đến Hà Nội còn rất còn khiêm tốn. Cụ thể, khách quốc tế đạt 100 USD/ngày, đêm; khách nội địa chưa đạt được 50 USD/người/ngày, đêm.

Hai là, chất lượng dịch vụ du lịch thấp. Các dịch vụ ăn uống thì tràn lan trên hè phố, sự ô nhiễm môi trường và sử dụng sản phẩm bẩn ở các cơ sở kinh doanh ăn uống. Đặc biệt vào các mùa lễ hội, tại các điểm du lịch, thì thực phẩm, đồ uống được treo, bày đặt trên các giá không được che đậy khiến rất nhiều bụi bặm. Bên cạnh đó, giao thông vẫn còn ùn tắc, bãi đỗ xe thiếu, dừng đỗ xe không đúng quy định, tài xế taxi chèo kéo, bắt chẹt khách. Nhà vệ sinh công cộng không đáp ứng được nhu cầu của khách. Vẫn còn đây đó lời phàn nàn về giá cả, thái độ phục vụ.

Thêm nữa, hệ thống nhà hàng, cơ sở dịch vụ ẩm thực, cơ sở dịch vụ mua sắm của Hà Nội phát triển nhưng

vị trí phân tán, chưa liên kết tạo dựng thành sản phẩm phục vụ du lịch hoàn chỉnh, nên cũng không mang hiệu quả kinh tế cao. Hiện tại, cả Hà Nội còn thiếu rất nhiều những khu, điểm du lịch, khu thể thao, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng, mua sắm tầm cỡ quốc gia và quốc tế. Cùng với đó là sự manh mún, thiếu đồng bộ trong hoạt động du lịch, phần lớn các doanh nghiệp du lịch có quy mô nhỏ, sức cạnh tranh thấp... khiến du lịch Hà Nội chưa tạo được dấu ấn thật sự sâu đậm trong lòng du khách.

Ba là, công tác xúc tiến quảng bá du lịch còn nhiều hạn chế về nguồn lực, sự phối hợp và tính chuyên nghiệp, hiệu quả chưa cao. Nguồn nhân lực du lịch vừa thiếu vừa yếu. Doanh nghiệp du lịch chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa; vốn, nhân lực và kinh nghiệm quản lý còn hạn chế. Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch chưa được phát huy.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP CẦN THỰC HIỆN

Nghị quyết số 06-NQ/TU, ngày 26/06/2016 về Phát triển Du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016-2020 và những năm tiếp theo đã xác định quan điểm xây dựng du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Thủ đô là nhiệm vụ, trách nhiệm của các cấp, các ngành, các tổ chức xã hội và các tầng lớp nhân dân. Phấn đấu đến năm 2020, Hà Nội đón 30 triệu lượt khách, trong đó có 5,7 triệu lượt khách quốc tế, tốc độ tăng trung bình từ 8%-10%/năm; Tổng thu từ khách du lịch đạt 120.000 tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân từ 15%-17%/năm; Công suất phòng đạt 60%-65%; Đào tạo, bồi dưỡng nghề, bồi dưỡng kiến thức du lịch cho 100% nhân viên làm việc trong các cơ sở dịch vụ và cán bộ quản lý du lịch.

Để đạt được mục tiêu trên, theo tôi, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

- Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá, hợp tác xúc tiến đầu tư và phát triển thị trường với trọng tâm là đổi mới tư duy, tăng cường nâng cao nhận thức về phát triển du lịch ở các cấp, các ngành và các tầng lớp nhân dân, cùng với đó là xây dựng chiến lược tuyên truyền, quảng bá, hợp tác phát triển du lịch trong và ngoài nước với quy mô, trình độ chuyên nghiệp hơn, gắn với từng thị trường cụ thể.

- Chấn chỉnh chất lượng dịch vụ lễ hành, giải quyết các nạn chật chếm, làm ăn chộp giật, kinh

doanh tour khép kín; cơ quan chức năng cũng kiên quyết xử lý các hướng dẫn viên hoạt động không có thẻ hoặc thẻ giả, xây dựng, giữ gìn hình ảnh đẹp cho du lịch Thủ đô.

- Phát triển sản phẩm du lịch chất lượng cao gắn với xây dựng thương hiệu du lịch Thủ đô. Cần quy hoạch du lịch đối với những làng nghề, làng cổ có tiềm năng du lịch; phát triển đa dạng hóa sản phẩm du lịch, ví dụ tour trang trại, tour đạp xe, tour câu cá...; tổ chức các hoạt động nighlife (cuộc sống về đêm) để du khách có không gian vui chơi sau 22h.

- Đầu tư cơ sở vật chất, xây dựng hạ tầng kỹ thuật đồng bộ nhằm thúc đẩy phát triển du lịch và dịch vụ du lịch. Theo đó, cần lựa chọn nhà đầu tư chiến lược thực hiện các dự án đầu tư phát triển dịch vụ du lịch khu vực Hồ Tây, bãi giữa và hai bên sông Hồng, khu vực Nhật Tân - Nội Bài, Khu Du lịch Quốc gia Ba Vì - Suối Hai, khu vực thắng cảnh Hương Sơn - hồ Quan Sơn - Tuy Lai; xây dựng từ 2 đến 3 khu du lịch vui chơi giải trí tầm cỡ quốc tế, kết hợp truyền thống và hiện đại ngang tầm các nước trong khu vực. Xây dựng 1 khu triển lãm và hội chợ tầm cỡ quốc tế; hình thành một số khu phố kinh doanh thương mại, trung tâm mua sắm hiện đại; một số cơ sở giáo dục, tổ hợp dịch vụ y tế chất lượng cao. Đầu tư bãi đỗ xe du lịch hiện đại trong nội đô và ven đô. Xây dựng một số đường, phố, vườn hoa, tiểu cảnh... đặc sắc để thu hút, hấp dẫn khách du lịch tham quan, chụp ảnh lưu niệm... Đồng thời, lập danh mục đầu tư, thu hút đầu tư phát triển các dự án tổ hợp cơ sở lưu trú khách sạn cao cấp, có thương hiệu quốc tế.

- Đẩy mạnh công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao. Đặc biệt, cần nâng cao ý thức, đào tạo kỹ năng du lịch cho người dân sở tại. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thành ủy Hà Nội (2016). *Nghị quyết số 06-NQ/TU, ngày 26/06/2016 về phát triển du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016-2020 và những năm tiếp theo*
2. Sở Du lịch TP. Hà Nội (2016). *Báo cáo đánh giá về công tác quy hoạch và phát triển du lịch TP. Hà Nội từ nay đến năm 2020, định hướng 2030 theo Nghị quyết 12/2012/NQ-HĐND, ngày 13/07/2012 của HĐND TP. Hà Nội*
3. Sở Du lịch TP. Hà Nội (2016). *Báo cáo kết quả hoạt động ngành du lịch TP. Hà Nội năm 2016 và kế hoạch hoạt động năm 2017*
4. Ngọc Vũ (2017). *Tăng sức hút cho du lịch Hà Nội*, truy cập từ <http://vov.vn/du-lich/tang-suc-hut-cho-du-lich-ha-noi-620948.vov>