ĐÁNH GIÁ SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG CỦA THỦ ĐÔ HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

Phùng Thị Hạnh
Trường Đại học Thủ Đô Hà Nội

Tóm tắt: *Bài báo này tiến hành đánh giá thực trạng về sự phát triển du lịch bền vững (DLBV) của Thủ đô Hà Nội trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng. Bằng cách tổng hợp và phân tích dữ liệu thứ cấp cùng với việc tham khảo các chương trình, nghị quyết của Thành ủy, bài báo xác định rõ tiềm năng to lớn của Hà Nội dựa trên lợi thế "Thủ đô ngàn năm văn hiến". Cụ thể, nguồn tài nguyên văn hóa – lịch sử phong phú, với gần 6.000 di tích và hơn 1.350 làng nghề, cùng vị trí là trung tâm du lịch lớn nhất miền Bắc, tạo nền tảng vững chắc cho phát triển DLBV. Bài báo cũng phân tích những nỗ lực đáng kể của Thành phố Hà Nội trong việc đa dạng hóa sản phẩm (du lịch đêm, du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp), nâng cao chất lượng dịch vụ, và triển khai các giải pháp du lịch xanh (như ứng dụng vé điện tử, hạn chế rác thải nhựa). Đặc biệt, việc Hà Nội tham gia Mạng lưới các thành phố sáng tạo UNESCO là minh chứng cho định hướng hội nhập và phát triển du lịch thông minh.*

Tuy nhiên, bài báo cũng chỉ ra những hạn chế nghiêm trọng, bao gồm: lợi ích kinh tế thu được chưa tương xứng với tiềm năng; các vấn đề về môi trường đô thị (tắc đường, ô nhiễm, chèo kéo khách) làm suy giảm trải nghiệm du khách quốc tế; và yêu cầu cấp thiết về việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Từ đó, đề xuất một số giải pháp, khuyến nghị then chốt tập trung vào việc hoàn thiện thể chế, đầu tư đồng bộ hạ tầng giao thông và du lịch, tăng cường quản lý môi trường, và phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù mang đậm bản sắc văn hóa Hà Nội để đảm bảo sự phát triển hài hòa giữa ba trụ cột kinh tế, xã hội và môi trường trong tiến trình hội nhập.

Từ khóa: *Chính sách du lịch; du lịch bền vững; Hà Nội; hội nhập quốc tế; phát triển đô thị.*

Nhận bài ngày 13.10.2025; gửi phản biện, chỉnh sửa, duyệt đăng ngày 29.12.2025
Liên hệ tác giả: Phùng Thị Hạnh; email: pthanh@daihocthudo.edu.vn

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thủ đô Hà Nội là trung tâm chính trị, hành chính quốc gia, là địa phương có nhiều lợi thế so sánh để phát triển du lịch. Trong Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam, Hà Nội giữ vị trí đặc biệt quan trọng, vừa là trung tâm du lịch của Vùng, vừa là một trong hai trung tâm du lịch lớn nhất của cả nước. Trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030, Chiến lược Phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 có chỉ rõ Hà Nội là một trong hai cửa đón khách; đồng thời cũng là đầu mối phân phối, tổ chức thị trường khách du lịch trong nước và quốc tế lớn của cả nước (cùng với TP. Hồ Chí Minh), là một trong năm trung tâm du lịch quan trọng của cả nước và là trung tâm du lịch của khu vực phía Bắc, là cầu nối giữa du lịch các tỉnh vùng Bắc Bộ với du lịch cả nước, giữa du lịch Việt Nam với khu vực và Quốc tế.

Thời gian qua, Việt Nam đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế, thể hiện việc tích cực đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) với nhiều nước đối tác trong khu vực và thế giới. Tính đến tháng 7/2016, Việt Nam đã và đang tham gia đàm phán, ký kết 16 Hiệp định Thương mại tự do, kèm theo là mở cửa thị trường và các cam kết quốc tế trong lĩnh vực du lịch cũng sẽ được thực thi. Số lượng đối tác kinh tế, thương mại của Việt Nam thông qua FTA sẽ lên đến gần 60 đối tác. Do đó, trong thời gian tới, chắc chắn khách du lịch quốc tế sẽ tăng nhanh bởi sự mở cửa thị trường lẫn nhau và tăng cường đầu tư của các doanh nghiệp nước ngoài. Đây là cơ hội nhưng cũng

là thách thức lớn đối với ngành Du lịch Việt Nam và du lịch Hà Nội thời gian tiếp theo.

Hiện tại, du lịch ở Thủ đô vẫn đang khai thác những lợi thế có sẵn của tự nhiên, văn hóa, lịch sử chứ chưa có sự bảo tồn, đầu tư và mở rộng. Điều này sẽ tạo ra những tác động tiêu cực tới sự phát triển lâu dài, ảnh hưởng đến nhu cầu của thế hệ tương lai. Do vậy, Hà Nội được định hướng để phát triển du lịch bền vững, tức là vừa phát triển lợi ích kinh tế nhưng vẫn đảm bảo yếu tố môi trường và cộng đồng (theo International Ecotourism Society, 2004).

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thực hiện nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp thu thập thông tin từ các cơ quan quản lý nhà nước các doanh nghiệp khách sạn,nhà hàng, công ty du lịch. Nội dung thu thập bao gồm lượng khách, nguồn nhân lực du lịch, hệ thống cơ sở lưu trú, dịch vụ, sản phẩm du lịch. Từ những nội dung thu thập đó đã giúp tác giả nắm được tình hình thực trạng, ưu điểm, hạn chế để có thể đề ra được một số khuyến nghị, giải pháp phù hợp.

Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng phương pháp chuyên gia và kế thừa các công trình đã công bố về phát triển du lịch bền vững để làm tài liệu tham khảo nghiên cứu cho đề tài của tác giả.

3. NỘI DUNG

3.1. Thực trạng phát triển du lịch Hà Nội thời gian qua

Thị trường khách du lịch

Theo Thống kê của Ủy ban Nhân dân Thành Phố Hà Nội năm 2015: Hà Nội đón khoảng 16 triệu lượt khách, trong đó có khoảng 3,4 triệu khách quốc tế, doanh thu đạt gần 50.000 tỷ đồng (UBND Thành phố Hà Nội, 2021). Thủ đô Hà Nội đã đón khách quốc tế đến từ hơn 160 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó đặc biệt là khách đến từ các thị trường có khả năng chi trả cao như: Tây Âu, Đông Bắc Á, Úc, Bắc Mỹ và nhiều thị trường khác. Năm 2015, đón 3,26 triệu lượt khách quốc tế (bằng chỉ tiêu dự báo cho năm 2020 tại Quy hoạch Phát triển du lịch thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030); chiếm 40% số khách quốc tế đến Việt Nam (năm 2010 là 30%).

Mười thị trường khách du lịch quốc tế trọng điểm hàng đầu năm 2015 của Hà Nội lần lượt là: Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Anh, Úc, Mỹ, Pháp, Đài Loan, Đức, Malaysia. Một số thị trường tăng mạnh trong năm 2015, có: Trung Quốc tăng 39%, Hàn Quốc tăng 36,9%, Thái Lan tăng 27,1%; một số thị trường có lượng khách du lịch đến Hà Nội tăng ở mức trung bình và ổn định như Ý, Tây Ban Nha, Hà Lan, Ấn Độ, Nga; riêng 2 thị trường Úc và Pháp giảm nhẹ. Có thể nói, số lượng khách quốc tế đến Hà Nội còn thấp so với thủ đô một số nước, bằng khoảng 1/6 lượng khách đến Bangkok, 1/3 đến Singapore và Kuala Lumpur, 1/5 đến Paris, 1/3 đến Tokyo.

2019: Trước đại dịch, Hà Nội đạt kỷ lục 29 triệu lượt khách, trong đó có hơn 7 triệu khách quốc tế, doanh thu xấp xỉ 103.800 tỷ đồng, tăng hơn 2 lần so với năm 2015 (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2023).

2020–2021: Do ảnh hưởng COVID-19, lượng khách giảm sâu, chỉ còn khoảng 8 triệu lượt/năm, chủ yếu là khách nội địa. Đây là giai đoạn Hà Nội triển khai chiến dịch "Người Việt Nam đi du lịch Việt Nam" nhằm duy trì hoạt động của ngành . 2022–2023: Du lịch Hà Nội phục hồi nhanh, năm 2023 đạt gần 22 triệu lượt khách, trong đó khoảng 4 triệu khách quốc tế, doanh thu trên 77.000 tỷ đồng (Cục Du lịch Quốc Gia, 2023).

Tổng lượng khách du lịch đến Hà Nội năm 2024 đạt 27,86 triệu lượt khách, tăng 12,7% so với năm 2023, trong đó gồm 6,35 triệu lượt khách quốc tế (có 4,47 triệu lượt khách quốc tế có lưu trú), tăng 34,4% so với năm 2023 và 21,51 triệu lượt khách nội địa, tăng 7,5% so với năm 2023.

Mức chi tiêu bình quân của khách du lịch ở Hà Nội là khách quốc tế ước 110 USD/ngày và khách nội địa ước là 55USD/ngày. Hà Nội đứng thứ 4 trong danh sách những điểm đến rẻ nhất thế giới, xếp sau các thành phố Budapest (Hungary), Tenerife (Tây Ban Nha) và Bangkok (Thái Lan), theo đánh giá của trang web Hoppa chuyên về vận tải hàng không và được đăng tải trên trang Business Insider.

Tổng thu từ khách du lịch

Bảng 1. Tổng thu từ khách du lịch giai đoạn 2008 – 2024

Năm	Tổng thu từ khách du lịch (nghìn tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)
2024	840.00	23,9
2023	678.30	37,0
2022	495.00	175,0
2021	180.00	-42,3
2020	312.00	-57,0
2019	726.00	14,0
2018	637.00	17,7
2017	541.00	29,7
2016	417.27	17,5
2015	355.55	*
2014	322.86	11,4
2013	289.84	80,6
2012	160.00	23,1
2011	130.00	35,4
2010	96.00	41,2
2009	68.00	13,3
2008	60.00	

(Nguồn Tổng Cục Du lịch - Báo cáo TSA 2013 – 2015)

Nguồn nhân lực du lịch

Hiện nay,số lượng lao động trực tiếp ngành Du lịch của Hà Nội tăng ổn định trong giai đoạn 2011 – 2019, từ 57.875 người năm 2011 lên đến 90.500 người năm 2019, chiếm11% lực lượng lao động du lịch cả nước. Trung bình mỗi năm tăng 4.078 lao động và mức tăng trưởng kép hằng năm trong giai đoạn 2011 – 2019 đạt 5,7%/năm; số lượng lao động gián tiếp ngành Du lịch của Hà Nội năm 2019 là 207.500 người, chiếm khoảng 70% cơ cấu lao động, tăng 21.850 người so với năm 2018. Đây cũng là thời điểm ngành Du lịch Hà Nội sử dụng nhiều lao động nhất, với tổng số 298.000 người, chiếm hơn 7% số lao động toàn thành phố1. Về cơ cấu lao động, lao động trong lĩnh vực khách sạn, nhà hàng (các bộ phận bàn, buồng, bar, bếp, lễ tân) chiếm khoảng 65 – 70% tổng số lao động ngành Du lịch. Về số lượng thẻ hướng dẫn viên, hiện toàn thành phố có 6.703 thẻ hướng dẫn viên du lịch đang hoạt động; trong đó có 4.760 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế, 1.874 thẻ hướng dẫn viên.

Chất lượng nhân lực du lịch Hà Nội được đánh giá tương đối tốt so với các địa phương khác trong cả nước. Năm 2022, có khoảng 68% số lao động đã được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ du lịch; khoảng 35% số lao động có trình độ đại học và trên đại học

Thành phố Hà Nội đã xây dựng phương hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2025, số lượng nhân lực du lịch của Hà Nội đạt khoảng 390.000 người, trong đó có khoảng 130.000 lao động trực tiếp. Nguồn nhân lực trực tiếp, bao gồm: các hướng dẫn viên du lịch, nhân viên khách

sạn, nhà hàng, các doanh nghiệp lữ hành và các cơ sở dịch vụ phục vụ du lịch. Tuy nhiên, mặc dù số lượng lao động tham gia vào ngành Du lịch đang ngày càng tăng, chất lượng nguồn nhân lực vẫn còn nhiều tồn tại, bất cập. Công tác đào tạo, đào tạo lại, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ du lịch, trình độ ngoại ngữ, kỹ năng sử dụng công nghệ cho cán bộ, công chức, viên chức, người lao động cả khu vực công và khu vực tư định hướng năm 2025 có khoảng 75% lao động trực tiếp ngành Du lịch Thủ đô được đào tạo đúng chuyên ngành du lịch. [Nguyễn Văn Dũng (2024), Phát triển nguồn nhân lực du lịch trên địa bàn Thành Phố Hà Nội].

Hệ thống cơ sở lưu trú

Theo Sở Du lịch Hà Nội, đối với hệ thống cơ sở lưu trú du lịch, Hà Nội có 3.759 cơ sở lưu trú du lịch với 71.050 phòng, trong đó có 606 khách sạn, căn hộ đã được xếp hạng từ 1-5 sao với 26.445 phòng (chiếm 16,1% tổng số cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn và 37% tổng số phòng). Năm 2023, công suất sử dụng phòng trung bình khối khách sạn ước đạt khoảng 59,4%, tăng 21,3% so với cùng kỳ năm 2022.

Chất lượng dịch vụ trong các khách sạn, đặc biệt khách sạn 4-5 sao, khách sạn liên doanh khá cao, có cơ sở vật chất, trang thiết bị tiện nghi hiện đại, dịch vụ phong phú, được điều hành bởi các nhà quản lý chuyên nghiệp, có chiến lược kinh doanh, quảng bá tiếp thị bài bản, chú trọng đào tạo bồi dưỡng nhân lực về chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng nghề, ngoại ngữ và giao tiếp, có đủ điều kiện để tổ chức các hội nghị quốc tế lớn.

Hệ thống cơ sở lưu trú du lịch thủ đô cơ bản đáp ứng tốt nhu cầu của các đối tượng khách; đủ năng lực phục vụ thành công nhiều sự kiện trong nước và quốc tế. Ngoài ra, nhiều khách sạn đã được các tạp chí uy tín của nước ngoài bình chọn và được Tổng cục Du lịch và Hiệp hội Khách sạn Việt Nam xét tặng danh hiệu khách sạn hàng đầu Việt Nam, nổi bật là khách sạn Sofitel Metropole Hà Nội nằm trong danh sách khách sạn hàng đầu thế giới do Tạp chí Travel&Leisure Hoa Kỳ bình chọn.

Trên địa bàn Hà Nội hiện có 30 cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống, 37 cơ sở kinh doanh dịch vụ mua sắm, 07 cơ sở kinh doanh vui chơi giải trí, 02 cơ sở kinh doanh dịch vụ chăm sóc sức khoẻ đã được công nhận đạt chuẩn phục vụ khách du lịch. Hệ thống các cơ sở dịch vụ mua sắm, ăn uống, vui chơi giải trí đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch đã thu hút, phục vụ đông đảo lượng.

Các dịch vụ, sản phẩm du lịch

Các sản phẩm du lịch tại Hà Nội cũng tương đối đa dạng và được khách du lịch nước ngoài quan tâm, yêu thích. Từ sản phẩm du lịch đặc trưng và là thế mạnh của Hà Nội như du lịch văn hóa, ngành Du lịch Hà Nội thiết kế những tour thăm quan di sản văn hóa thế giới Hoàng Thành Thăng Long, khu di tích Cổ Loa, Làng Văn hóa dân tộc Việt Nam, làng cổ Đường Lâm; tham quan những tuyến phố cổ với công trình kiến trúc Pháp điển hình hay chương trình tham quan làng nghề truyền thống nổi tiếng: làng gốm Bát Tràng, làng lụa Vạn Phúc, làng mây tre Phú Vinh, làng khảm trai Chuyên Mỹ… Các du khách cũng rất ấn tượng và thích thú với những chương trình nghệ thuật truyền thống như ca trù, múa rối nước, chèo; cũng như ẩm thực của Việt Nam. Ngoài ra, Hà Nội còn là thành phố hàng đầu Việt Nam để tổ chức các hội nghị, hội thảo quốc tế lớn nên ngành Du lịch cũng đầu tư khai thác và quảng bá du lịch MICE phòng họp có trang bị kỹ thuật, máy móc hiện đại, đồng bộ kết hợp với các tour du lịch ngắn ngày. Cùng với đó là những khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng cuối tuần, vui chơi giải trí, thể thao hay du lịch nông nghiệp và trang trại cũng là sự lựa chọn hấp dẫn cho du khách đến thăm thủ đô có thêm sự lựa chọn.

Ưu điểm, hạn chế

Số lượng lao động tăng ổn định từ 57.875 (2011) lên 90.500 người (2019). Cơ cấu lao động lớn chiếm 11% lực lượng lao động của cả nước, trình độ học vấn cao, chất lượng nguồn nhân lực du lịch tại Hà Nội tương đối tốt so với các địa phương khác. Tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế sau: chất lượng chưa đồng đều, hạn chế về ngoại ngữ và kỹ năng công nghệ, thiếu thích ứng với hội nhập.

3.2. Thách thức đối với nhà quản lý trong phát triển du lịch bền vững ở Hà Nội

Sự gia tăng cơ sở lưu trú góp phần đáp ứng khả năng đón khách đến thủ đô và tổ chức được các sự kiện quốc tế lớn. Tuy nhiên, chính sự phát triển nóng này dẫn đến tình trạng không kiểm soát

được việc nâng giá phòng, phân biệt giá đối với khách nước ngoài và khách trong nước cũng như các tiêu chuẩn, điều kiện về hạ tầng, cơ sở vật chất, nguồn nhân lực không tương xứng với số sao đã được Tổng cục Du lịch công nhận. Số lượng trong năm 2016, từ đầu đợt tổng thanh kiểm tra, đánh giá hạng sao do Tổng cục Du lịch tiến hành trên toàn quốc tới nay, đã có hàng chục khách sạn bị thu hồi hạng sao, trong đó chủ yếu là các khách sạn 3 sao. Đặc điểm chung của những cơ sở lưu trú này là đều được xây dựng và đưa vào hoạt động từ lâu, cơ sở hạ tầng vật chất xuống cấp nhưng không được duy tu sửa chữa, thay mới tương xứng với hạng sao được cấp. Ở những nơi tập trung nhiều khách du lịch nước ngoài như trung tâm phố cổ Hà Nội, do hạn chế về không gian nên chủ yếu là các khách sạn, nhà nghỉ quy mô nhỏ nhưng giá cao. Điều này gây ảnh hưởng xấu về du lịch Hà Nội với du khách nước ngoài, giảm sự lưu trú và việc quay trở lại của khách.

Về sản phẩm du lịch, Hà Nội còn thiếu đặc sắc, trùng lặp, thiếu quy chuẩn, chất lượng chưa cao, thiếu những sản phẩm chủ lực, mang bản sắc của Hà Nội. Các sản phẩm du lịch vẫn chủ yếu dựa vào các yếu tố tự nhiên, khai thác những cái có sẵn, chưa được đầu tư đúng mức và chưa khai thác được tiềm năng, thế mạnh của du lịch thủ đô, đặc biệt là du lịch văn hóa, làng nghề, làng cổ. Hà Nội còn thiếu các khu du lịch vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng cuối tuần quy mô lớn đủ sức hấp dẫn để kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của khách du lịch. Dịch vụ vui chơi giải trí còn thiếu về số lượng, đơn điệu về thể loại và chất lượng chưa đáp ứng nhu cầu của khách; các dịch vụ hỗ trợ du lịch chưa đa dạng, chưa hấp dẫn khách; còn thiếu các khu du lịch, khu vui chơi giải trí, trung tâm thương mại mang tầm cỡ quốc gia và có tính cạnh tranh khu vực và quốc tế.

Về nguồn nhân lực, là yếu tố chính để tăng chất lượng dịch vụ du lịch nhưng chỉ khoảng 70% lực lượng lao động được đào tạo chuyên môn, trong đó chỉ khoảng 15% số lao động có trình độ đại học và trên đại học (theo Báo cáo số 52/BC-SDL của Sở Du lịch UBND Thành phố Hà Nội). Nhìn chung, nguồn nhân lực trong các cơ sở lưu trú du lịch Hà Nội thời gian qua cần có những bước thích ứng với hội nhập. Tại các khách sạn vừa và nhỏ, tiêu chuẩn dịch vụ vẫn chưa đáp ứng với thực tế, nhất là ngoại ngữ chưa theo kịp với các hoạt động du lịch ngày một đa dạng.

Về môi trường và an ninh**:** Sự phát triển du lịch kéo theo phương tiện giao thông vận tải chuyên chở khách gia tăng. Trên địa bàn thành phố đã có hơn 100 công ty taxi với hơn 17.000 đầu xe thường xuyên hoạt động, 76 doanh nghiệp (DN) kinh doanh vận tải khách du lịch, trong đó: 70 DN vận chuyển khách bằng ô tô, 4 DN vận chuyển xích lô và 02 DN vận chuyển khách bằng xe điện. Như vậy, lượng khí thải ra môi trường của những phương tiện giao thông này khiến cho mức độ ô nhiễm không khí tại Hà Nội tăng lên, gây ra tình trạng ô nhiễm khí thải, ảnh hưởng đến môi trường và chất lượng sống. Cùng với ô nhiễm khí thải từ phương tiện giao thông, số lượng khách du lịch tăng lên cũng kéo theo sự gia tăng rác thải ở Hà Nội.

Một thách thức nữa với du lịch là sự nâng giá vô lý với khách du lịch nước ngoài của một bộ phận bán hàng, tình trạng lừa đảo, móc túi, chèo kéo khách mua hàng, cướp giật làm xấu đi bộ mặt của du lịch Hà Nội, khiến du lịch Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung trở nên kém hấp dẫn hơn, gây ác cảm với khách du lịch và giảm tỷ lệ khách quay lại Hà Nội.

3.3. Một số khuyến nghị để phát triển du lịch bền vững tại Hà Nội

Để phát triển du lịch trở thành ngành mũi nhọn trong cả nước, cũng như phát huy hết tiềm lực du lịch của Hà Nội, các cơ quan quản lý cần giải quyết những vấn đề sau:

1). Tăng cường nhận thức và giáo dục cộng đồng: Trước hết, cần xây dựng một nền tảng vững chắc về nhận thức. Các chiến dịch truyền thông mạnh mẽ và hiệu quả cần được triển khai để nâng cao ý thức của cộng đồng về du lịch bền vững. Điều này bao gồm việc nhấn mạnh tầm quan trọng của việc bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường, và tôn trọng người dân địa phương.Ngoài ra, việc tích hợp các chương trình giáo dục về du lịch bền vững vào hệ thống giáo dục từ cấp học phổ thông đến đại học sẽ giúp hình thành một thế hệ có tư duy và hành động bền vững. Các khóa học và hội thảo chuyên sâu cho các doanh nghiệp du lịch và người dân địa phương cũng cần được tổ chức thường xuyên.

2). Cần có sự quản lý về cơ sở lưu trú, kiểm tra chặt chẽ những cở sở kinh doanh lưu trú xem có đạt điều kiện tiêu chuẩn. Các khách sạn không đáp ứng đủ điều kiện về cơ sở vật chất và dịch vụ so với hạng sao được cấp, đặc biệt là những khách sạn đã xuống cấp, cần phải bị thu hồi hạng sao.

Việc này nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ đồng đều và tạo lòng tin cho du khách. Ngoài ra, cần có biện pháp mạnh để ngăn chặn tình trạng nâng giá phòng không lý do và phân biệt giá giữa khách nước ngoài và khách trong nước.

3*). Về các sản phẩm du lịch*, Hà Nội cần đa dạng hóa các sản phẩm đặc trưng cho địa phương và quốc gia, sản phẩm truyền thống của các làng nghề và quy hoạch nhiều cơ sở kinh doanh những sản phẩm du lịch một cách chuyên nghiệp, đầy đủ để kích thích khách du lịch mua sắm sản phẩm. Các nhà quản lý cũng tiếp tục khuyến khích nhà đầu tư xây dựng phát triển khu du lịch, các dịch vụ giải trí du lịch, kết hợp tuyên truyền về phát triển bền vững với tầm nhìn dài hạn, để các nhà đầu tư ý thức trong việc xây dựng khu du lịch mà bảo tồn hệ sinh thái cũng như môi trường, di tích văn hóa, lịch sử. Hà Nội cần hướng tới các mô hình du lịch ít tác động đến môi trường. Cần khuyến khích sử dụng các phương tiện giao thông công cộng, xe điện, và xe đạp trong khu vực trung tâm thành phố. Hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch áp dụng các tiêu chuẩn xanh, như sử dụng năng lượng tái tạo, giảm thiểu rác thải nhựa, và quản lý tài nguyên nước hiệu quả. Việc xây dựng các khu du lịch sinh thái, các tuyến đường đi bộ, và công viên cây xanh cũng là một giải pháp quan trọng.

4). Hà Nội cần nâng cao chất lượng nhân lực du lịch trong bối cảnh Việt Nam và Hà Nội hội nhập sâu rộng khi tham gia AEC, TPP, tiến tới là các hiệp định thương mại khác (với Hàn Quốc, EU, liên minh thuế quan Nga -Belarus -Kazakstan...). Các cơ sở đào tạo du lịch cần chú ý nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đang hoạt động trong ngành Du lịch là vô cùng cấp thiết. Đối với đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, phục vụ trong các khách sạn, nhà hàng và các điểm du lịch, kinh doanh dịch vụ và sản phẩm du lịch, cần nâng cao chuyên môn, thái độ phục vụ, nghiệp vụ, đặc biệt là kỹ năng giao tiếp ngoại ngữ. Bên cạnh đó, cũng cần đào tạo khả năng quản lý của đội ngũ cán bộ quản lý cao cấp.

5). Xử lý các vấn đề xã hội và môi trường: Để tạo môi trường du lịch an toàn và thân thiện, các cơ quan chức năng cần có biện pháp ngăn chặn và xử lý nghiêm các hành vi tiêu cực như bán hàng rong, chèo kéo khách, "chặt chém" giá cả và cướp giật, đặc biệt ở những khu vực đông khách du lịch. Bên cạnh đó, cần giải quyết các thách thức về môi trường như ô nhiễm không khí từ phương tiện giao thông và sự gia tăng rác thải do lượng khách du lịch tăng. Việc giải quyết dứt điểm những tồn tại này sẽ giúp du lịch Hà Nội phát triển xứng đáng với tiềm năng vốn có.

6). Ứng dụng công nghệ: Công nghệ có thể là một công cụ mạnh mẽ để phát triển du lịch bền vững. Ứng dụng di động và nền tảng trực tuyến có thể cung cấp thông tin về các địa điểm du lịch bền vững, các tuyến đường thân thiện môi trường, và các sự kiện văn hóa.Các công cụ phân tích dữ liệu có thể giúp các nhà quản lý du lịch hiểu rõ hơn về luồng khách, từ đó điều chỉnh các chính sách để tránh quá tải tại các điểm du lịch nổi tiếng. Phát triển du lịch bền vững cho Hà Nội là một quá trình lâu dài và đòi hỏi sự hợp tác của tất cả các bên liên quan. Bằng cách tập trung vào những giải pháp này, Hà Nội có thể trở thành một hình mẫu về du lịch bền vững, nơi di sản và văn hóa được bảo tồn, môi trường được bảo vệ, và cộng đồng được hưởng lợi.

Trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng hiện nay, du lịch Hà Nội còn bộc lộ nhiều hạn chế trước những tiềm năng phát triển. Tuy nhiên, không thể phủ nhận Hà Nội là một điểm đến tiềm năng với nhiều lợi thế về tự nhiên, văn hóa, lịch sử được coi là một đầu tàu để phát triển du lịch phía Bắc cũng như trong cả nước. Nếu giải quyết dứt điểm những tồn tại tiêu cực hiện nay, du lịch thủ đô hoàn toàn phát triển xứng đáng với tiềm năng vốn có, mang lại lợi ích kinh tế lớn không chỉ cho Hà Nội mà cho cả nước.

4. KẾT LUẬN

Phát triển du lịch bền vững cho Thủ đô Hà Nội không chỉ là một mục tiêu, mà còn là một yêu cầu cấp bách trong bối cảnh hiện nay. Trong phạm vi bài viết chỉ đi phân tích thực trạng phát triển du lịch của Hà Nội một số năm gần đây. Từ đó đưa ra được một số khuyên nghị để có thể phát triển du lịch bền vững cho Thủ Đô như: Tăng cường nhận thức và giáo dục cộng đồng; Cần có sự quản lý chặt chẽ cơ sở lưu trú; Đa dạng hóa sản phẩm du lịch; Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; Xử lý các vấn đề xã hội và môi trường; Ứng dụng công nghệ vào phát triển du lịch. Với những nỗ lực không ngừng, Hà Nội sẽ trở thành một điểm đến du lịch không chỉ giàu có về văn hóa và lịch sử, mà còn là một thành phố du lịch xanh, sạch, thân thiện và an toàn. Phát triển du lịch bền vững sẽ góp phần quan trọng vào việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tạo ra sinh kế bền

vững cho người dân, và khẳng định vị thế của Thủ đô ngàn năm văn hiến trên bản đồ du lịch thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị. (2017). *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16 tháng 1 năm 2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.* Hà Nội.
2. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. (2023). *Báo cáo Tổng kết Du lịch Việt Nam năm 2022, NXB Văn hóa Thông tin.* Hà Nội.
3. Cục Thống kê Hà Nội (2015). *Niên giám thống kê các năm từ 2011-2015.* Hà Nội.
4. Nghị quyết số 06 - NQ/TU "*Về phát triển du lịch Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2016 - 2020 và những năm tiếp theo"*. Hà Nội.
5. Nguyễn Thị Lan Hương. (2021). *Phát triển du lịch bền vững tại các làng nghề truyền thống ở Hà Nội: Thực trạng và giải pháp.* Luận văn Thạc sĩ Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn. Đại học Quốc gia Hà Nội.
6. Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Mai. (2019). *Du lịch cộng đồng và bảo tồn di sản văn hó, Hà Nội: Nhà xuất bản Khoa học Xã hội.* Hà Nội.
7. Phạm Trung Lương (chủ biên). (2018). *Du lịch bền vững - Lý thuyết và thực tiễn*. Nxb Đại học Quốc gia. Hà Nội.
8. Sở Du lịch Hà Nội. (2022). *Báo cáo Đánh giá Tác động Môi trường Du lịch trên địa bàn Thành phố Hà Nội năm 2021.* Hà Nội.
9. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội. (2016). *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.* Hà Nội.

ANALYZING THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM OF HANOI IN THE CONTEXT OF INTEGRATION

Abstract: *This study provides a comprehensive assessment of sustainable tourism development (STD) in Hanoi Capital within the context of deep international economic integration. By synthesizing and analyzing secondary data, coupled with referencing key municipal programs and resolutions, the paper clearly identifies Hanoi's immense potential, which stems from its title as the "Capital of a thousand years of civilization." Specifically, the rich cultural and historical resources, including nearly 6,000 relics and over 1,350 traditional craft villages, alongside its strategic position as the largest tourism hub in Northern Vietnam, form a solid foundation for STD. The article acknowledges the significant efforts by the city government in diversifying tourism products (e.g., night tourism, community, and agricultural tourism), enhancing service quality, and implementing green tourism initiatives (such as e-ticketing and plastic waste reduction). Notably, Hanoi's inclusion in the UNESCO Creative Cities Network illustrates its orientation towards smart, integrated tourism development. However, the research also highlights serious limitations, including: economic benefits that are not commensurate with existing potential; critical urban environmental issues (traffic congestion, pollution, and touting) which negatively impact the international tourist experience; and the urgent need to enhance human resource quality. Consequently, the paper proposes several key solutions focused on institutional reform, synchronous investment in transport and tourism infrastructure, strengthened environmental management, and the development of unique tourism products deeply rooted in Hanoi's cultural identity. These measures are crucial to ensure a harmonious balance across the three pillars of economic, social, and environmental sustainability amidst the integration process.*

Keywords: *Tourism policy; sustainable tourism; Hanoi; international integration; urban development.*