

ĐỊNH HƯỚNG ĐỔI MỚI QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VÌ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN KINH TẾ DU LỊCH BỀN VỮNG

PHẠM ĐỨC CHÍNH*

Ngành Du lịch Việt Nam phấn đấu chính thức trở thành ngành kinh tế mũi nhọn năm 2030. Tuy nhiên, sự phát triển mang tính bền vững trong mục tiêu này chỉ có thể đạt được nếu đạt nó trong định hướng hoạt động quản lý nhà nước, nhất là giai đoạn thiết kế những giá trị trọng tâm của nền hành chính phục vụ trong một chính phủ kiến tạo hiện nay.

Từ khóa: Định hướng; kinh tế; phát triển; bền vững; du lịch; văn hóa công vụ; quản lý nhà nước.

The tourism industry strives to become a key economic sector in Vietnam by 2030. However, the objective of sustainable development can only be achieved in alignment with the state management orientations, especially the defined core values of the serving public administration of the current enabling government.

Keywords: Orientations; economy; development; sustainable; tourism; civil service culture; state management.

NGÀY NHẬN: 18/9/2019

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 05/10/2019

NGÀY DUYỆT: 10/01/2020

Một quốc gia phát triển bền vững phải dựa trên nền tảng và có sự gắn kết giữa chính trị, kinh tế với văn hóa, xã hội. Sự lựa chọn của nước ta về nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa (XHCN), vừa tuân thủ các quy luật kinh tế thị trường, vừa dựa vào sự dẫn dắt, chi phối bởi các nguyên tắc và bản chất XHCN. Bài viết đề xuất những định hướng đổi mới trong hoạt động quản lý nhà nước (QLNN) để phát triển kinh tế du lịch một cách bền vững ở nước ta hiện nay.

1. Chiến lược phát triển chủ yếu của ngành Du lịch Việt Nam hiện nay

Việt Nam đang và sẽ là một điểm đến hấp dẫn, an toàn và thân thiện cho du

khách. Theo đó, năm 2018, ngành Du lịch đã đón khoảng 15,6 triệu khách quốc tế và phục vụ trên 80 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ du lịch đạt 620.000 tỷ đồng¹. Thành quả đó dựa trên chiến lược phát triển của ngành Du lịch. Cụ thể:

a. Chiến lược phát triển các dòng sản phẩm du lịch

Chiến lược phát triển các dòng sản phẩm du lịch tập trung như sau:

- Dòng sản phẩm du lịch văn hóa hướng tới sản phẩm du lịch gắn với di sản, lễ hội, làng nghề;

* PGS.TS, Học viện Hành chính Quốc gia

- Dòng du lịch sinh thái chủ trọng tới sản phẩm du lịch sinh thái nông nghiệp, nông thôn, khám phá hang động;

- Dòng sản phẩm du lịch đô thị khai thác giá trị văn hóa, lối sống, phát triển sản phẩm du lịch thân thiện với môi trường;

- Dòng sản phẩm du lịch biển đảo tập trung phát triển hệ thống khu du lịch nghỉ dưỡng biển tham quan; bổ sung sản phẩm du lịch - thể thao và sinh thái biển...

b. Chiến lược phát triển các vùng du lịch

Với chiến lược hình thành 7 vùng du lịch trong cả nước gắn với sản phẩm đặc trưng, mang tính nền tảng trong kế hoạch phát triển ngành Du lịch nước ta giai đoạn tới, bao gồm:

- Vùng trung du miền núi Bắc Bộ gắn với sản phẩm du lịch sinh thái núi đồi và tìm hiểu văn hóa dân tộc thiểu số;

- Vùng đồng bằng sông Hồng và duyên hải Đông Bắc gắn với di sản thiên nhiên thế giới và nền văn minh sông Hồng;

- Vùng Bắc Trung Bộ gắn với di sản thiên nhiên và di sản văn hóa thế giới, di tích lịch sử cách mạng Việt Nam;

- Vùng duyên hải Nam Trung Bộ gắn với du lịch nghỉ dưỡng biển, đảo;

- Vùng Tây Nguyên gắn với du lịch sinh thái cao nguyên đất đỏ và văn hóa dân tộc thiểu số;

- Vùng Đông Nam Bộ gắn với du lịch đô thị và lịch sử cách mạng Việt Nam;

- Vùng đồng bằng sông Cửu Long gắn với du lịch sinh thái sông nước, miệt vườn.

Như vậy, có thể thấy các dòng sản phẩm du lịch đang được ưu tiên phát triển này sẽ đồng hành với tiến trình cải cách hành chính ở nước ta, liên quan mật thiết đến việc sắp xếp tổ chức bộ máy; sắp xếp các đơn vị hành chính cấp huyện, xã; tinh giản biên chế và cơ cấu lại đội ngũ công chức, viên chức trong giai đoạn hiện nay. Từ đó

cho thấy, sự cần thiết phải nhận diện các thách thức từ đặc điểm, đặc thù của tổ chức hành chính trước yêu cầu của cải cách hành chính cũng như bối cảnh của đất nước hiện nay gắn với củng cố và hoàn thiện các phương diện của hoạt động du lịch.

2. Những định hướng đổi mới quản lý nhà nước về phát triển kinh tế du lịch bền vững

a. Định hướng về hình ảnh và sản phẩm du lịch

Theo Nghị quyết số 653/2019/UBTVQH14 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội, đồng thời, dựa trên báo cáo của 61 tỉnh, thành phố, đến hết ngày 30/6/2019 đã có 20/713 huyện và 623/11.162 xã thuộc diện phải sắp xếp². Việc thành lập, nhập, chia, điều chỉnh địa giới, đặt tên, đổi tên, nâng cấp đơn vị hành chính trong địa bàn tại các địa phương sẽ là một thách thức không nhỏ để không làm phá vỡ sự thống nhất quy hoạch hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, hạ tầng dịch vụ cũng như nhiều hoạt động đặc thù của dân cư, nhất là bảo đảm tính bền vững của các “dòng sản phẩm” và “vùng du lịch” trong “xây dựng chiến lược phát triển” du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Từ đó cho thấy, các vấn đề cơ bản đặt ra về định hướng hoạt động QLNN đối với việc xác định hình ảnh và sản phẩm du lịch trong giai đoạn hiện nay, đó là:

Thứ nhất, phân định, làm rõ từng sản phẩm đặc trưng, đặc sắc, đặc thù, nhằm tránh sự trùng lặp giữa các vùng, miền, địa phương. Sự xác định này sẽ tạo nên dòng sản phẩm mang tính hệ thống, mang tính sơ đồ hóa sản phẩm có tính nền tảng trong sự đa dạng, phong phú mang đậm bản sắc vùng, miền, tránh được những manh mún làm mờ nhạt thương hiệu.

Thứ hai, đầu tư phát triển sản phẩm du lịch dựa trên thế mạnh nổi trội và hấp dẫn về tài nguyên du lịch cũng như tôn trọng

yếu tố tự nhiên và văn hóa địa phương; sản phẩm, thương hiệu gắn với lịch sử nhưng có chỉ dẫn với quá trình thành lập, nhập, chia, điều chỉnh địa giới, đặt tên, đổi tên, nâng cấp đơn vị hành chính mới trong địa bàn tại các địa phương.

Thứ ba, chú trọng các sản phẩm du lịch đặc thù: bên cạnh sự quan tâm đúng mức về thị trường nhằm tạo ra các chính sách thu hút du khách trong từng mùa, từng giai đoạn thì sự đa dạng về sản phẩm du lịch và tính tiện ích cũng cần được đặt ra. Du khách cần được trải nghiệm và thụ hưởng trong toàn bộ quá trình du lịch tại mỗi vùng và không được tách rời với ứng dụng thành tựu khoa học - công nghệ tiên tiến trong môi trường công nghệ số hiện đại của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Thứ tư, hình thành mối liên kết vùng nhằm phát triển đồng bộ, chất lượng và hiệu quả mang tính cạnh tranh quốc tế trong bối cảnh hội nhập sâu rộng đối với sản phẩm du lịch.

Thứ năm, đẩy mạnh quản lý chất lượng sản phẩm du lịch bằng phần mềm hiện đại, song song với đó là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, quản lý hoạt động du lịch, xây dựng hệ thống mạng liên kết giữa các cơ sở lưu trú với các cơ quan quản lý ở từng địa phương, ứng dụng các nghiên cứu về dự báo, tác động môi trường cũng như cải cách hành chính đối với hoạt động du lịch.

Thứ sáu, xúc tiến quảng bá sản phẩm du lịch, thông tin du lịch của từng vùng phải được hệ thống hóa, liên thông, kết nối và đăng tải nhiều trên các website chính thống cũng như các tiện ích trong giao dịch điện tử. Đa dạng hóa các kênh thông tin để thu hút du khách dưới nhiều hình thức khác nhau. Đây cũng là phương thức đang được định hướng cho các đối tượng du khách trực tiếp lựa chọn tham gia hoạt động du lịch đa

dạng hóa về hình thức, hướng tới sự phổ biến về ứng dụng du lịch thông minh.

b. Định hướng chuyển đổi mô hình quản lý nhà nước và văn hóa công vụ đáp ứng phát triển kinh tế du lịch bền vững

Vận dụng các xu hướng đổi mới quản lý công và những nhiệm vụ mới đặt ra trong nền công vụ trong giai đoạn hiện nay, nhằm định hướng các hoạt động du lịch mang tính bền vững, có thể thấy xu hướng này thể hiện như sau:

Một là, đề án văn hóa công vụ được coi là cơ sở quan trọng để hình thành phong cách ứng xử, lễ lối làm việc chuẩn mực của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức hiện nay. Văn hóa công vụ được hiểu là một hệ thống những giá trị về đạo đức, trách nhiệm, kỷ luật, truyền thống, phong cách, biểu trưng, ngôn ngữ... hình thành và chi phối cách ứng xử và giao tiếp trong quá trình xây dựng và phát triển nền công vụ. Quá trình triển khai đồng bộ các quy định về văn hóa công vụ trong tất cả các ngành và lĩnh vực sẽ tạo nên các giá trị cơ bản, cốt lõi trong hoạt động dịch vụ du lịch.

Hai là, quá trình thiết kế tổ chức theo hướng xây dựng khung năng lực theo vị trí việc làm. Khung năng lực là bản mô tả tổng hợp các kiến thức, kỹ năng, thái độ mà một nhân sự cần có để hoàn thành tốt công việc. Từ ảnh hưởng của khung năng lực các nhóm trên của nền công vụ, doanh nghiệp (DN) dễ dàng áp dụng tiện lợi theo cách chọn lọc các năng lực cần thiết và điều chỉnh cho phù hợp đặc thù của DN để có được nguồn nhân lực thích ứng trong lĩnh vực du lịch.

Ba là, chiến lược phát triển nguồn nhân lực, sử dụng và đánh giá công chức bao gồm các hoạt động như: phân tích công việc, dự báo và hoạch định nhân lực; thu hút, tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn

nhân lực theo kịp nền kinh tế thị trường; quản trị nhân sự, bảo đảm chế độ, chính sách cán bộ; tạo môi trường, điều kiện làm việc khích lệ công chức tích cực công tác đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Từ hiệu ứng chiến lược trên sẽ tác động đến cách kiến tạo môi trường phù hợp, bảo đảm sức bền của tổ chức hoạt động trong lĩnh vực du lịch.

Bốn là, thực hiện các chính sách xã hội, bởi lẽ chính sách xã hội giữ vai trò điều hòa các mối quan hệ giữa lợi ích và trách nhiệm, quyền lợi và nghĩa vụ, cống hiến và hưởng thụ của mỗi cá nhân, tập thể, cộng đồng, tầng lớp và giai cấp trong xã hội. Điều này tác động đến sự hình thành và định hướng phát triển DN nói chung và với các DN du lịch nói riêng.

Năm là, xây dựng các giá trị truyền thống, biểu tượng dân tộc, các giá trị đó chính là lòng yêu nước nồng nàn, ý chí tự lực tự cường, tinh thần đoàn kết, lòng nhân ái, khoan dung, trọng nghĩa tình, hiếu học, cần cù, lạc quan... Đây cũng là động lực để tạo nên các hình ảnh, thương hiệu của các sản phẩm, làm tăng giá trị mang tính bền vững của hoạt động dịch vụ du lịch.

Sáu là, tăng cường thiết lập các mối quan hệ quốc tế, hình thành và triển khai các Hiệp định thương mại tự do (FTA) đa phương và song phương, Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) cũng như FTA Việt Nam - EU (EVFTA). Các hiệp định này sẽ mang lại nhiều cơ hội mới cho định hướng hoạt động DN, theo đó, du lịch nước ta có nhiều cơ hội hợp tác quốc tế và phát triển phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế hiện nay.

Bảy là, định hướng các mục tiêu xã hội và vị thế quốc gia, theo đó "Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, trọng tâm là tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng và cải cách hành chính; phát triển nhanh nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân

lực chất lượng cao, gắn kết chặt chẽ với phát triển và ứng dụng khoa học - công nghệ; xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, với một số công trình hiện đại"³, từ đó đặt ra các giải pháp nhằm khơi thông những nút thắt ở mỗi giai đoạn cải cách hành chính tạo ra các hiệu ứng đột phá phát triển các nguồn lực xã hội dựa trên DN là những trụ cột về kinh tế, ưu tiên ngành kinh tế không khói, coi đó là một mũi nhọn luôn đồng hành cùng các mục tiêu xã hội, góp phần từng bước đưa vị thế nước ta lên tầm mới.

c. Định hướng phát triển tổ chức trong các doanh nghiệp hoạt động du lịch theo hướng bền vững

Cả nước hiện nay có 2.022 DN lữ hành quốc tế, với khoảng gần 24.000 hướng dẫn viên, trong đó 15.000 hướng dẫn viên quốc tế và trên 8.400 hướng dẫn viên nội địa, gần 300 hướng dẫn viên tại điểm⁴. Vấn đề đặt ra cho các DN du lịch là phải tạo ra những giá trị cốt lõi hợp thành năng lực phát triển bền vững DN. Cụ thể:

- Xác lập được mục tiêu chiến lược phát triển của DN: DN cần phấn đấu vươn lên với tầm nhìn ngang tầm khu vực; sứ mệnh kết nối các giá trị; triết lý kinh doanh với khách hàng là trung tâm, chất lượng là linh hồn, hiệu quả là thước đo; đạo đức kinh doanh là uy tín với nhà nước, uy tín với cộng đồng, với khách hàng; giá trị hướng tới là hiệu quả và niềm vui lan tỏa.

- Xác lập và chuẩn hóa khung năng lực trong tổ chức: khung năng lực này bao gồm: chất lượng sản phẩm dịch vụ, hình ảnh thương hiệu, năng lực quản trị, năng lực tài chính, năng lực tổ chức phục vụ, năng lực công nghệ thông tin, năng lực marketing...

- Xây dựng văn hóa DN thích ứng với toàn cầu hóa: trong sự cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế thị trường và xu hướng toàn cầu hóa, để tồn tại và phát triển, dịch vụ

phải liên tục đổi mới, sáng tạo và thay đổi cho phù hợp với thực tế bên cạnh xây dựng và duy trì một nề nếp văn hóa đặc thù để phát huy được năng lực và thúc đẩy sự đóng góp của tất cả mọi người vào mục tiêu chung của tổ chức, bảo đảm được các yếu tố cơ bản về cách thể hiện của mình, như: sự nhất quán cao, khả năng thích ứng, sự tham gia, sứ mệnh DN.

- Xây dựng trách nhiệm và cam kết trong DN: xây dựng trách nhiệm và cam kết thông qua bộ quy tắc ứng xử của DN, các chính sách về việc làm, chế độ và môi trường làm việc. Cần xác định trách nhiệm với mỗi vị trí nhân sự dựa trên trụ cột "Trí cao, tâm rộng, tâm sáng"; trách nhiệm với phát triển của tổ chức trong mối quan hệ với công cuộc cải cách đất nước là "Hợp tác và chia sẻ, cống hiến và khát vọng"; trách nhiệm với sản phẩm và thương hiệu là: "Tiện ích, trí tuệ, thân thiện"; trách nhiệm với phát triển nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là "Tài năng, thông tuệ, tâm huyết"; trách nhiệm với nâng cao chất lượng cuộc sống là: "Nuôi cười và niềm tin".

Về trách nhiệm và cam kết với xã hội thì DN du lịch phải thể hiện nghĩa cử tiêu biểu và cao cả, tôn chỉ trong ứng xử với khách hàng, tính trung thực trong quảng bá và giới thiệu sản phẩm. Bên cạnh đó việc chú trọng đến cải tiến hoặc áp dụng khoa học - công nghệ tiên tiến để giảm thiểu tác động tới đa đến môi trường cũng như tác hại cho cộng đồng, đây cũng chính là nền tảng để DN tham gia vào phát triển kinh tế bền vững. Trách nhiệm còn thể hiện ở sự nỗ lực sử dụng nguồn nhân lực tại chỗ, để giải quyết công ăn việc làm cho người dân địa phương, giúp nâng cao dân trí, bảo đảm sự ổn định trong cộng đồng, phát triển kinh tế địa phương, hậu thuẫn về an sinh cho cộng đồng trên địa bàn.

Định hướng đổi mới quản lý nhà nước đối với sự phát triển kinh tế du lịch bền vững cho thấy rằng, chiến lược phát triển này không chỉ phù hợp với đặc điểm và dòng sản phẩm tài nguyên vùng kinh tế, văn hóa, địa lý, khí hậu mà còn có sự gắn kết với các mục tiêu cải cách hành chính trên các lĩnh vực, nhất là tổ chức hành chính, thiết kế bộ máy và văn hóa công vụ từ hoạt động quản lý nhà nước để không ngừng hoàn thiện cơ chế chính sách nhằm huy động tối đa nguồn lực tài nguyên, tri thức, tài chính, ứng dụng khoa học - công nghệ và hợp tác quốc tế, tạo ra những động lực mạnh mẽ, sớm đạt được nền kinh tế du lịch bền vững trong giai đoạn tới □

Chú thích:

1. *Du lịch đạt mục tiêu đón 18 triệu lượt khách năm 2019*. baohinhphu.vn, ngày 24/12/2018.
2. *Hội nghị sơ kết công tác 6 tháng đầu năm 2019 của ngành Nội vụ (Hội nghị trực tuyến Bộ Nội vụ tổ chức, ngày 16/7/2019)*.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam. *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*. H. NXB Chính trị quốc gia, 2011.
4. *Nhìn lại một năm ấn tượng của du lịch Việt Nam*. dangcongsanvietnam, ngày 03/02/2019.

Tài liệu tham khảo:

1. *Ng nghị quyết 08/NQ-TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
2. *Ng nghị quyết 653/2019/UBTVQH14 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội về sắp xếp lại các đơn vị hành chính cấp huyện, xã giai đoạn 2019 - 2021*.
3. *Quyết định số 1847/QĐ-TTg ngày 27/12/2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án văn hóa công vụ*.
4. *Quyết định số 2714/QĐ-BVHTTDL ngày 03/8/2016 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về Đề án "Chiến lược phát triển sản phẩm du lịch Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"*.