

HANOITOURIST: THƯƠNG HIỆU MẠNH CỦA NGÀNH DU LỊCH VIỆT NAM

25/07/2017

Bảy năm đi vào hoạt động theo mô hình Công ty mẹ – Công ty con, trên cơ sở tập hợp một số doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Với những bước đi phù hợp, phát huy tốt nội lực và tận dụng thời cơ, đẩy mạnh hợp tác, từ tổng số vốn ban đầu được giao gần 600 tỷ đồng gồm 6 công ty con, 11 công ty liên doanh và một số đơn vị trực thuộc, đến nay Tổng công ty Du lịch Hà Nội (Hanoitourist) đã nhanh chóng phát triển lên 39 Công ty thành viên, Công ty liên doanh, liên kết..., nâng tổng mức vốn đạt 1.758 tỷ đồng; tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm về doanh thu, lợi nhuận, nộp ngân sách tăng từ 12 đến 25%. Hanoitourist là một thương hiệu mạnh của Ngành Du lịch Việt Nam.

Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất

Ngay sau khi thành lập, Hanoitourist đã chú trọng đầu tư xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng, nâng cấp và bổ xung thêm nhiều công trình mới phục vụ ngành du lịch. Trong 3 năm (năm 2005 đến năm 2007), Tổng công ty đã hoàn thành đầu tư mới, đưa vào hoạt động kinh doanh: Toà nhà văn phòng Hà Nội Toserco tại 273 phố Kim Mã, Hà Nội; Toà nhà văn phòng Hanoitourist cao 11 tầng tại thành phố Đà Nẵng; Siêu thị Big C; Xí nghiệp Giặt là Hanoitourist; Hãng taxi mang thương hiệu Hanoitourist Taxi; Nhà máy sản xuất nước uống tinh khiết tại Hưng Yên... Ngoài ra, Tổng công ty cũng đã khánh thành và đưa vào sử dụng một số công trình khách sạn, văn phòng du lịch tại một số địa phương khác.

Cũng trong thời gian đó, Tổng công ty đã mua lại và chuyển nhượng phần vốn Nhà nước tại Công ty cổ phần Dịch vụ Giải trí Hà Nội (Công viên nước Hồ Tây); đầu tư góp vốn cùng Tập đoàn Bảo Việt xúc tiến chuẩn bị xây dựng Khu du lịch 5 sao tại Mũi Né – Phan Thiết.

Năm 2008, Hanoitourist cùng với đối tác liên doanh nước ngoài hoàn thành xây dựng mới, đưa vào hoạt động khách sạn 5 sao Intercontinental với 359 phòng. Các khách sạn 3 sao mà Tổng công ty trực tiếp quản lý (khách sạn Hòa Bình, Nhà hát Thăng Long, Holidays Hà Nội) và các khách sạn 5, 4 sao liên doanh với nước ngoài

(khách sạn Sofitel Metropole, Hilton, Horison, Hà Nội) cũng được nâng cấp về chất lượng dịch vụ và tiện nghi.

Trong năm 2010, Tổng công ty cũng đã hoàn thành việc xây dựng mới đưa vào hoạt động kinh doanh Toà nhà văn phòng cho thuê Hanoitourist tại 18 phố Lý Thường Kiệt, Hà Nội. Năm 2011, Tổng công ty đã chính thức khai trương và tổ chức đưa vào hoạt động kinh doanh khách sạn 5 sao Hotel de L’Opera tại Hà Nội.

Ông Nguyễn Minh Chung – Phó Tổng giám đốc Tổng công ty Du lịch Hà Nội cho biết: Trong năm 2012 và các năm tới, Tổng công ty sẽ không ngừng đổi mới, nâng cao chất lượng và hiệu quả công việc, đào tạo đội ngũ những người làm du lịch có trình độ chuyên môn vững vàng, phong cách phục vụ văn minh – thanh lịch, đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế; tập trung khởi công xây dựng một số công trình lớn như: các Tổ hợp khách sạn – văn phòng -căn hộ tiêu chuẩn 5 sao tại số 269 phố Kim Mã, số 15-17 phố Ngọc Khánh; Toà nhà Văn phòng tại số 198 phố Trần Quang Khải; khu căn hộ cao cấp Đoàn Kết Hồ Tây; chung cư cao tầng tại Xuân Đình – Từ Liêm; đầu tư xây dựng chuỗi khách sạn – khu du lịch tại Đà Nẵng, Nha Trang, Phan Thiết, Vũng Tàu, Phú Quốc, góp phần vào chủ trương phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng, bền vững của Thủ đô và đất nước. Thương hiệu Hanoitourist không chỉ mạnh ở trong nước mà còn trở thành một thương hiệu uy tín, tầm cỡ thương hiệu của quốc gia trên thị trường thế giới.

Đẩy mạnh quảng bá thương hiệu

Trên cơ sở tập hợp một số doanh nghiệp kinh doanh du lịch trên địa bàn Thành phố, với mục tiêu trở thành Tổng công ty du lịch lớn, có thương hiệu mạnh, hoạt động đa ngành nghề, đa sở hữu, có sức cạnh tranh cao và hội nhập kinh tế quốc tế hiệu quả, phù hợp với yêu cầu phát triển của ngành Du lịch và nền kinh tế Thủ đô, Hanoitourist đã đẩy mạnh công tác quảng bá, tiếp thị, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của đơn vị bằng nhiều hình thức: Quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng: Các trang báo điện tử: Báo giấy; Lập website; Tham gia các hội chợ chuyên ngành tại Châu Âu, Mỹ, Úc, Trung Quốc, Thái Lan..., đón các đoàn phóng viên, báo chí, chủ hãng sang khảo sát (fam trip), các Lễ hội hàng năm, Hội chợ thương niên tại Việt Nam và nước ngoài...

Ngoài ra, Hanoitourist cũng tập trung vào lĩnh vực kinh doanh lữ hành quốc tế với các thị trường trọng điểm như: Tây Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Bắc Mỹ, ASEAN, Đông Âu... Với 5 Công ty kinh doanh lữ hành quốc tế, nội địa và cùng với Open tour đã rất thân quen, Tổng công ty đã xây dựng, tổ chức những tour du lịch đặc biệt như: tour du lịch sông Hồng gắn với truyền thuyết vua Lý Công Uẩn

rời đô về Thăng Long; Đầu tư mới và đã đưa vào kinh doanh Thuyền buồm Hà Nội Opera với gần 30 phòng hiện đại, dịch vụ chất lượng cao phục vụ du khách trong nước và quốc tế trên Vịnh Hạ Long; đồng thời, xây dựng và hoàn thiện những tour du lịch mới khi Hà Nội được mở rộng với các sản phẩm du lịch kết hợp với hội nghị, hội thảo; du lịch kết hợp với lễ hội văn hoá; du lịch làng nghề, du lịch thăm thân...

Chia sẻ về định hướng phát triển trong thời gian tới của Hanoitourist nói riêng và ngành du lịch Thủ đô nói chung, Ông Nguyễn Minh Chung, Phó tổng giám đốc Hanoitourist kiến nghị: Trước hết, Hà Nội cần nhanh chóng xây dựng quy hoạch tổng thể cho phát triển du lịch Thủ đô. Có những cơ chế, chính sách ưu đãi về thu hút đầu tư, đào tạo nguồn nhân lực cũng như chính sách về phát triển du lịch riêng. Cần có những nghiên cứu tổng thể về cơ chế chính sách từ đó đề xuất những giải pháp toàn diện, khả thi khai thác tài nguyên du lịch nhân văn. Việc tổ chức các sự kiện văn hóa, nghệ thuật, thể thao, lễ hội dân gian,... cần tính đến các yếu tố có tính thúc đẩy và phối hợp trong du lịch, nhất là các dịch vụ cung cấp cho du khách. Xây dựng chương trình xúc tiến du lịch cụ thể cho thị trường trong nước và nước ngoài, giữ vững được các thị trường khách truyền thống như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, ASEAN, châu Âu... để từ đó mở rộng tìm kiếm thị trường khách mới. Riêng về vấn đề công nghệ khai thác tài nguyên du lịch, cần xây dựng được hệ thống liên hoàn các địa điểm và các tour du lịch, phối hợp các loại dịch vụ phục vụ cho du lịch cũng như chiến lược quảng cáo và các kế hoạch quảng bá hình ảnh du lịch Thủ đô. Đảm bảo phát triển du lịch bền vững, thân thiện môi trường.