



SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HÀ NỘI

GIÁO TRÌNH

Tổng quan Du lịch

DÙNG TRONG CÁC TRƯỜNG TRUNG HỌC CHUYÊN NGHIỆP



NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HÀ NỘI

Ths. TRẦN THỊ THÚY LAN
CN. NGUYỄN ĐÌNH QUANG

GIÁO TRÌNH
TỔNG QUAN DU LỊCH

(Dùng trong các trường THCN)

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI - 2005

Lời giới thiệu

Nước ta đang bước vào thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa nhằm đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp văn minh, hiện đại.

Trong sự nghiệp cách mạng to lớn đó, công tác đào tạo nhân lực luôn giữ vai trò quan trọng. Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam tại Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX đã chỉ rõ: “Phát triển giáo dục và đào tạo là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, là điều kiện để phát triển nguồn lực con người - yếu tố cơ bản để phát triển xã hội, tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững”.

Quán triệt chủ trương, Nghị quyết của Đảng và Nhà nước và nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của chương trình, giáo trình đối với việc nâng cao chất lượng đào tạo, theo đề nghị của Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội, ngày 23/9/2003, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội đã ra Quyết định số 5620/QĐ-UB cho phép Sở Giáo dục và Đào tạo thực hiện đề án biên soạn chương trình, giáo trình trong các trường Trung học chuyên nghiệp (THCN) Hà Nội. Quyết định này thể hiện sự quan tâm sâu sắc của Thành ủy, UBND thành phố trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực Thủ đô.

Trên cơ sở chương trình khung của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành và những kinh nghiệm rút ra từ thực tế đào tạo, Sở Giáo dục và Đào tạo đã chỉ đạo các trường THCN tổ chức biên soạn chương trình, giáo trình một cách khoa học, hệ

thống và cập nhật những kiến thức thực tiễn phù hợp với đối tượng học sinh THCS Hà Nội.

Bộ giáo trình này là tài liệu giảng dạy và học tập trong các trường THCS ở Hà Nội, đồng thời là tài liệu tham khảo hữu ích cho các trường có đào tạo các ngành kỹ thuật - nghiệp vụ và đồng đảo bạn đọc quan tâm đến vấn đề hướng nghiệp, dạy nghề.

Việc tổ chức biên soạn bộ chương trình, giáo trình này là một trong nhiều hoạt động thiết thực của ngành giáo dục và đào tạo Thủ đô để kỷ niệm "50 năm giải phóng Thủ đô", "50 năm thành lập ngành" và hướng tới kỷ niệm "1000 năm Thăng Long - Hà Nội".

Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội chân thành cảm ơn Thành ủy, UBND, các sở, ban, ngành của Thành phố, Vụ Giáo dục chuyên nghiệp Bộ Giáo dục và Đào tạo, các nhà khoa học, các chuyên gia đầu ngành, các giảng viên, các nhà quản lý, các nhà doanh nghiệp đã tạo điều kiện giúp đỡ, đóng góp ý kiến, tham gia Hội đồng phản biện, Hội đồng thẩm định và Hội đồng nghiệm thu các chương trình, giáo trình.

Đây là lần đầu tiên Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội tổ chức biên soạn chương trình, giáo trình. Dù đã hết sức cố gắng nhưng chắc chắn không tránh khỏi thiếu sót, bất cập. Chúng tôi mong nhận được những ý kiến đóng góp của bạn đọc để từng bước hoàn thiện bộ giáo trình trong các lần tái bản sau.

GIÁM ĐỐC SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

Bài mở đầu

ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN TỔNG QUAN DU LỊCH

I. GIỚI THIỆU MÔN HỌC

Du lịch được xem là hoạt động rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của con người để đến một nơi xa với nhiều mục đích khác nhau nhưng không phải để kiếm sống hoặc định cư ở đó. Những hoạt động đó của con người đã xuất hiện từ rất lâu, tuy nhiên trước kia nó chỉ là những hiện tượng mang tính cá thể. Cùng với sự phát triển của xã hội, du lịch cũng dần trở thành một hiện tượng xã hội phổ biến, một nhu cầu của con người.

Khi hoạt động du lịch đã phát triển và trở thành phổ biến thì nó trở thành đối tượng nghiên cứu của các nhà khoa học thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau như: xã hội học, tâm lý học và kinh tế học...và dần hình thành môn khoa học về du lịch - đó là môn du lịch học.

Khi du lịch càng phát triển và trở thành một ngành kinh doanh lớn thì càng có nhiều người nghiên cứu nó. Để có thể nghiên cứu được các môn khoa học về du lịch cũng như có thể tham gia vào hoạt động kinh doanh thì những người liên quan cần phải nắm được những khái niệm và những kiến thức cơ bản về du lịch. Những nội dung đó được đề cập đến trong môn *Tổng quan du lịch*.

Môn *Tổng quan du lịch* được biên soạn nhằm giúp cho học sinh nắm được những vấn đề cơ bản về du lịch một cách có hệ thống trước khi học tập những môn chuyên môn khác. Trong các chương trình đào tạo chuyên ngành du lịch ở nhiều nước trên thế giới thì *Tổng quan du lịch* là một trong những môn chuyên môn mang tính đặc thù và bắt buộc.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ NỘI DUNG CỦA MÔN HỌC

1. Đối tượng nghiên cứu của môn học

Môn *Tổng quan du lịch* là một môn thuộc lĩnh vực khoa học xã hội, đối tượng nghiên cứu là các khái niệm, các phạm trù cơ bản nhất liên quan đến các hoạt động du lịch của con người. Trên cơ sở đó để hiểu rõ bản chất của của hiện tượng du lịch, đồng thời rút ra được những quy luật và tính quy luật vận động của các hiện tượng và hoạt động du lịch.

Hoạt động du lịch bao gồm cả hoạt động của khách du lịch và cả hoạt động của những người kinh doanh du lịch. Các hoạt động này không mang tính riêng lẻ mà trái lại nó có tính xã hội phổ biến.

Môn *Tổng quan du lịch* còn nghiên cứu du lịch với tính chất của một hệ thống bao gồm nhiều bộ phận cấu thành có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Sự phát triển của cả hệ thống du lịch phải dựa vào sự phát triển của từng bộ phận cấu thành nên hệ thống. Ngược lại sự phát triển của từng bộ phận phải tuân theo sự phát triển chung của cả hệ thống.

Môn *Tổng quan du lịch* còn đề cập đến việc vận dụng các khái niệm, các phạm trù, các mối quan hệ cơ bản đó trong thực tiễn hoạt động du lịch ở Việt Nam. Đây là vấn đề rất quan trọng và cần thiết bởi vì du lịch Việt Nam mới ở giai đoạn đầu của sự phát triển. Việc nhận thức đúng và xử lý các vấn đề lý luận cơ bản về du lịch và biết vận dụng nhuần nhuyễn nó trong thực tế là điều kiện quan trọng để ngành du lịch nước ta nhanh chóng hội nhập với khu vực và thế giới.

2. Nội dung nghiên cứu của môn học

Môn *Tổng quan du lịch* với tư cách là môn cơ sở của chuyên ngành đào tạo giới thiệu và cung cấp những kiến thức cơ bản và chung nhất về du lịch, nên nó đề cập đến nhiều nội dung khác nhau. Những nội dung được đề cập đến trong giáo trình này trước hết dựa vào chương trình môn học *Tổng quan du lịch* đã được Hội đồng khoa học của trường Trung học Thương mại và Du lịch Hà Nội thông qua. Đồng thời có chú ý đến những vấn đề, những nội dung đã được đề cập kỹ ở các môn học khác để tránh trùng lặp. Với tinh thần đó giáo trình được kết cấu thành 4 chương với thời lượng giảng dạy là 30 tiết. Ngoài bài mở đầu giới thiệu đối tượng, nội dung và phương pháp nghiên cứu của môn học, giáo trình này có 4 chương. Chương 1 nêu khái quát về các khái niệm dùng trong kinh

doanh du lịch, các lĩnh vực kinh doanh du lịch, các điều kiện hình thành và phát triển của du lịch, các thể loại du lịch, cũng như các tác động của du lịch. Chương 2 đề cập đến những đặc điểm, những tác động của thời vụ du lịch, các yếu tố ảnh hưởng đến thời vụ du lịch và phương hướng giảm khả năng tác động của các yếu tố đến thời vụ du lịch. Chương 3 đề cập đến khái niệm và những đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động trong du lịch, cũng như những yêu cầu đối với đội ngũ lao động trong du lịch. Chương IV tìm hiểu về phục vụ, cũng như chất lượng phục vụ du lịch, các yếu tố cấu thành chất lượng phục vụ du lịch.

Môn *Tổng quan du lịch* có mối quan hệ mật thiết với các môn học khác như *Tâm lý, Địa lý du lịch, Văn hóa du lịch, Nghiệp vụ lễ tân...*

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC

Môn *Tổng quan du lịch* là một môn khoa học xã hội, cũng như các môn khoa học xã hội khác, môn *Tổng quan du lịch* sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử làm cơ sở cho các phương pháp nghiên cứu cụ thể.

Phương pháp luận duy vật biện chứng đòi hỏi việc nghiên cứu các sự vật hiện tượng trong du lịch phải đặt nó trong mối quan hệ với các sự vật và hiện tượng khác. Thông qua các mối quan hệ đó để thấy được bản chất của các sự vật, hiện tượng đó trong hoạt động kinh doanh du lịch.

Phương pháp luận duy vật lịch sử đòi hỏi phải xem xét các sự vật hiện tượng hiện tại trong mối quan hệ với quá khứ và tương lai. Trên cơ sở đó để tìm ra được xu hướng phát triển của nó trong tương lai.

Môn học sử dụng một số phương pháp nghiên cứu cụ thể như: phương pháp tiếp cận hệ thống, phương pháp điều tra xã hội học, điều tra tâm lý, ...

Chương 1

KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH

Mục tiêu

Hiểu được khái niệm về du lịch, du khách, sản phẩm du lịch, cũng như các lĩnh vực kinh doanh du lịch, các thể loại du lịch, các điều kiện phát triển du lịch và các tác động của du lịch.

Biết cách khai thác và tạo ra sản phẩm du lịch hấp dẫn cũng như xác định được khách hàng tiềm năng của doanh nghiệp.

Biết cách bảo vệ giữ gìn tài nguyên du lịch và nâng cao nhận thức và hành động về bảo vệ tài nguyên du lịch và môi trường.

Nội dung tóm tắt

Du lịch là hoạt động đã xuất hiện từ rất lâu trong lịch sử tồn tại và phát triển của loài người. Lúc đầu có thể là những hiện tượng riêng lẻ và cá biệt, sau đó trở thành một hiện tượng xã hội phổ biến và trở thành nhu cầu của con người. Song để cho du lịch có thể phát triển thì cần có các điều kiện để phát triển du lịch, các lĩnh vực kinh doanh trong du lịch cũng như việc khai thác các loại hình du lịch để thỏa mãn nhu cầu của con người trong chuyến đi. Đồng thời thấy được các tác động của du lịch về kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường.

I. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VỀ DU LỊCH

1. Khái niệm về du lịch và du khách

1.1. Khái niệm về du lịch

Khái niệm về du lịch có nhiều cách hiểu do được tiếp cận bằng nhiều cách khác nhau, sau đây là một số quan niệm về du lịch theo các cách tiếp cận phổ biến.

Du lịch là một hiện tượng: Trước thế kỷ thứ XIX đến tận đầu thế kỷ XX du lịch hầu như vẫn được coi là đặc quyền của tầng lớp giàu có, quý tộc và người ta chỉ coi đây như một hiện tượng cá biệt trong đời sống kinh tế - xã hội. Trong thời

kỳ này, người ta coi du lịch như một hiện tượng xã hội góp phần làm phong phú thêm cuộc sống và nhận thức của con người. Đó là hiện tượng con người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên để đến một nơi xa lạ vì nhiều mục đích khác nhau ngoài trừ mục đích tìm kiếm việc làm và ở đó họ phải tiêu tiền mà họ đã kiếm được ở nơi khác. Các giáo sư Thụy Sĩ là Hunziker và Krapf đã khái quát: Du lịch là tổng hợp các hiện tượng và các mối quan hệ nảy sinh từ việc đi lại và lưu trú của những người ngoài địa phương - những người không có mục đích định cư và không liên quan tới bất cứ hoạt động kiếm tiền nào.

Với quan niệm này du lịch mới chỉ được giải thích ở hiện tượng đi du lịch, tuy nhiên đây cũng là một khái niệm làm cơ sở để xác định người đi du lịch và là cơ sở để hình thành câu về du lịch sau này.

Du lịch là một hoạt động: Theo Mill và Morrison du lịch là hoạt động xảy ra khi con người vượt qua biên giới một nước, hay ranh giới một vùng, một khu vực để nhằm mục đích giải trí hoặc công vụ và lưu trú tại đó ít nhất 24 giờ nhưng không quá một năm. Như vậy, có thể xem xét du lịch thông qua hoạt động đặc trưng mà con người mong muốn trong các chuyến đi. Du lịch có thể được hiểu “là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định.”

Với các cách tiếp cận nói trên du lịch mới chỉ được giải thích dưới góc độ là một hiện tượng, một hoạt động thuộc nhu cầu của khách du lịch.

Xem xét du lịch một cách toàn diện hơn thì cần phải cân nhắc tất cả các chủ thể tham gia vào hoạt động du lịch mới có thể khái niệm và hiểu được bản chất của du lịch một cách đầy đủ. Các chủ thể đó bao gồm:

Khách du lịch: Là người có nhu cầu, mong muốn đi du lịch, họ lựa chọn và quyết định nơi đến du lịch và các hoạt động tham gia, thường thức trong các chuyến đi.

Các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa và dịch vụ du lịch, đây là cơ hội để kiếm lợi nhuận thông qua việc cung ứng hàng hóa và các dịch vụ nhằm đáp ứng cho nhu cầu của thị trường khách du lịch.

Chính quyền sở tại: Những người lãnh đạo chính quyền địa phương nhìn nhận du lịch như nhân tố có tác dụng tốt cho nền kinh tế thông qua triển vọng về thu nhập từ các hoạt động kinh doanh cho dân địa phương, ngoại tệ thu được từ khách quốc tế và tiền thuế thu được cho ngân quỹ một cách trực tiếp hoặc gián tiếp.

Dân cư địa phương: Coi du lịch như một nhân tố tạo ra việc làm và giao lưu văn hóa.

Theo cách tiếp cận này “Du lịch là tổng hợp các hiện tượng và các mối quan hệ phát 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 thu hút và tiếp đón khách du lịch.”

Theo Pháp lệnh du lịch Việt Nam: “ Du lịch là hoạt động của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định”.

1.2. Khái niệm về du khách

Việc xác định ai là du khách (Khách du lịch) có nhiều quan điểm khác nhau, ở đây cần phân biệt giữa khách du lịch, khách thăm quan và lữ khách dựa vào 3 tiêu thức: Mục đích, thời gian, không gian chuyển đi.

Theo nhà kinh tế học người Anh, ông Ogilvie: Khách du lịch là “ tất cả những người thỏa mãn 2 điều kiện: rời khỏi nơi ở thường xuyên trong khoảng thời gian dưới một năm và chi tiêu tiền bạc tại nơi họ đến thăm mà không kiếm tiền ở đó.” Khái niệm này chưa hoàn chỉnh vì nó chưa làm rõ được mục đích của người đi du lịch và qua đó để phân biệt được với những người cũng rời khỏi nơi cư trú của mình nhưng lại không phải là khách du lịch.

Nhà xã hội học Cohen lại quan niệm: “Khách du lịch là một người đi tự nguyện, mang tính nhất thời, với mong muốn được giải trí từ những điều mới lạ và sự thay đổi thu nhận được từ một chuyến đi tương đối xa và không thường xuyên”.

Năm 1937 Ủy ban thống kê Liên hiệp quốc đưa ra khái niệm về du khách quốc tế như sau: “ Du khách quốc tế là những người thăm viếng một quốc gia ngoài quốc gia cư trú thường xuyên của mình trong thời gian ít nhất là 24 giờ”.

Từ khái niệm trên ta thấy:

Những người được coi là khách du lịch quốc tế bao gồm:

- Những người đi vì lý do giải trí, lý do sức khỏe, gia đình,...
- Những người tham gia các hội nghị, hội thảo của các tổ chức quốc tế, các đại hội thể thao, olympic...
- Những người đi với mục đích kinh doanh công vụ (Tìm hiểu thị trường, ký kết hợp đồng...)
- Những người không được coi là khách du lịch quốc tế bao gồm:
- Những người đi sang nước khác để hành nghề, những người tham gia vào các hoạt động kinh doanh ở các nước đến.

- Những người nhập cư.
- Các học sinh, sinh viên đến để học tập
- Những người cư dân ở vùng biên giới, những người cư trú ở một quốc gia và đi làm ở quốc gia khác.
- Những người đi xuyên qua một quốc gia và không dừng lại cho dù cuộc hành trình kéo dài trên 24 giờ.

Như vậy với khái niệm này thì về mặt thời gian khách du lịch quốc tế là những người có thời gian thăm viếng (lưu lại) nước đến ít nhất là 24 giờ, sở dĩ như vậy là vì các du khách phải lưu lại qua đêm và phải chi tiêu một khoản tiền nhất định cho việc lưu trú. Tuy nhiên trong thực tế do lượng khách thăm quan giải trí trong thời gian ít hơn 24 giờ ngày càng nhiều và không thể không tính đến tiêu dùng của họ trong thống kê du lịch. Do đó làm nảy sinh khái niệm về khách thăm quan.

Khách tham quan là những người chỉ đi thăm viếng trong chốc lát, trong ngày, thời gian chuyến đi không đủ 24 giờ.

Khách thăm là những người thường được nhấn mạnh ở tính chất tạm thời của việc ở lại một hoặc nhiều điểm đến, không xác định rõ lý do của việc đi lại và thời gian chuyến đi nhưng có sự trở về nơi xuất phát.

Lữ khách là những người thực hiện một chuyến đi từ nơi này đến nơi khác bằng bất cứ phương tiện gì, vì bất cứ lý do gì có hay không trở về nơi xuất phát ban đầu.

Hội nghị Liên hợp quốc về du lịch tại Roma (1963) thống nhất quan niệm về khách du lịch quốc tế và nội địa, sau này được tổ chức du lịch thế giới WTO (World Tourism Organization) chính thức thừa nhận:

Khách du lịch quốc tế: (International Tourist) là những người lưu trú ít nhất là một đêm nhưng không quá một năm tại một quốc gia khác với quốc gia thường trú với nhiều mục đích khác nhau ngoài hoạt động để được trả lương ở nơi đến.

Khách du lịch nội địa: (Domestic tourist) là một người đang sống trong một quốc gia, không kể quốc tịch nào, đi đến một nơi khác không phải nơi cư trú thường xuyên trong quốc gia đó trong khoảng thời gian ít nhất 24 giờ và không quá một năm với các mục đích khác nhau ngoài hoạt động để được trả lương ở nơi đến.

Theo Pháp lệnh du lịch ở nước ta qui định:

Khách du lịch quốc tế là những người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch và công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú tại Việt Nam ra nước ngoài du lịch.

Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú tại Việt Nam đi du lịch trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.

Khách du lịch đi du lịch với mong muốn không chỉ được đáp ứng, thỏa mãn những nhu cầu về vui chơi, giải trí, chữa bệnh...mà cả các điều kiện về phương tiện, về vật chất trong chuyến đi. Hay nói cách khác các cơ sở kinh doanh du lịch phải thỏa mãn những nhu cầu, mong muốn của du khách bằng sản phẩm du lịch.

2. Sản phẩm du lịch

2.1. Khái niệm

Sản phẩm du lịch bao gồm các dịch vụ du lịch, các hàng hóa và tiện nghi cung ứng cho du khách, nó được tạo nên bởi sự kết hợp các yếu tố tự nhiên, cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động du lịch tại một vùng, một địa phương nào đó.

Như vậy sản phẩm du lịch bao gồm những yếu tố hữu hình (hàng hóa) và những yếu tố vô hình (dịch vụ) để cung cấp cho du khách hay nó bao gồm các hàng hóa, các dịch vụ và tiện nghi phục vụ khách du lịch.

Sản phẩm du lịch = Tài nguyên du lịch + các dịch vụ và hàng hóa du lịch.

2.2. Sản phẩm đơn lẻ và sản phẩm tổng hợp

Bất kỳ sản phẩm du lịch nào cũng nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch. Sản phẩm du lịch có thể là sản phẩm đơn lẻ, có thể là sản phẩm tổng hợp, do một đơn vị cung ứng trọn gói hay do nhiều đơn vị kinh doanh cùng tham gia cung ứng.

Sản phẩm đơn lẻ: Là sản phẩm do các nhà cung ứng đưa ra nhằm thỏa mãn một nhu cầu cụ thể của khách. Ví dụ một khách sạn có dịch vụ cho khách du lịch thuê xe tự lái. Các nhà cung ứng có thể là khách sạn, có thể là nhà hàng, có thể là hãng vận chuyển... Chẳng hạn như một sản phẩm cụ thể của khách sạn Bảo Sơn khách du lịch có thể chỉ sử dụng bữa ăn trưa hoặc chỉ thuê phòng ngủ qua đêm, sản phẩm của công viên nước Hồ Tây... Tuy nhiên người đi du lịch không chỉ để thỏa mãn bởi một dịch vụ mà trong chuyến đi du lịch của họ phải được thỏa mãn nhiều nhu cầu do những sản phẩm đó tạo nên. Hay nói cách khác là họ đòi hỏi phải có các sản phẩm tổng hợp.

Vậy sản phẩm tổng hợp là sản phẩm phải thỏa mãn đồng thời một nhóm nhu cầu mong muốn của khách du lịch. Chẳng hạn chương trình (tour) du lịch trọn gói bao gồm nhiều dịch vụ đơn lẻ như dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí... Sản phẩm tổng hợp cũng có thể do một khách sạn cung ứng. Ví dụ khách đặt bữa tiệc tại khách sạn ngoài dịch vụ chính là bữa tiệc, khách có thể có nhu cầu được phục vụ các dịch vụ khác như vận

chuyến, trang trí phòng tiệc, ca nhạc... Các dịch vụ trên tạo ra sản phẩm tổng hợp thỏa mãn nhu cầu của khách vào khách sạn.

Các dịch vụ trung gian là các dịch vụ phối hợp các dịch vụ đơn lẻ thành dịch vụ tổng hợp và thương mại hóa chúng. Sản phẩm du lịch gồm nhiều loại hàng hóa và dịch vụ khác nhau, do các doanh nghiệp khác nhau đảm nhận. Để có một chuyến du lịch hoàn hảo cần có sự phối hợp này.

Dịch vụ thu gom sắp xếp các dịch vụ riêng lẻ thành một sản phẩm du lịch hoàn chỉnh. Tức là xây dựng các chương trình du lịch từng phần hay trọn gói.

Dịch vụ bán lẻ sản phẩm du lịch cung cấp thông tin và bán lẻ các sản phẩm du lịch trực tiếp cho du khách, khách du lịch tự tổ chức lấy chuyến đi.

2.3. Đặc điểm của sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch chủ yếu thỏa mãn nhu cầu thứ yếu cao cấp của du khách. Mặc dù trong suốt chuyến đi họ phải thỏa mãn các nhu cầu thiết yếu như ăn, ở, đi lại... Tuy nhiên mục đích chính là thỏa mãn các nhu cầu đặc biệt. Do đó nhu cầu du lịch chỉ được đặt ra khi người ta có thời gian nhàn rỗi, và có thu nhập cao. Người ta sẽ đi du lịch nhiều hơn nếu thu nhập tăng và ngược lại sẽ bị cắt giảm nếu thu nhập giảm xuống. Sản phẩm du lịch có đầy đủ 4 đặc điểm của dịch vụ, đó là:

Tính vô hình: Sản phẩm du lịch về cơ bản là vô hình (không cụ thể). Thực ra nó là một kinh nghiệm du lịch hơn là một món hàng cụ thể. Mặc dù trong cấu thành sản phẩm du lịch có hàng hóa. Tuy nhiên sản phẩm du lịch là không cụ thể nên rất dễ dàng bị sao chép, bắt chước (những chương trình du lịch, cách trang trí phòng đón tiếp...). Việc làm khác biệt hóa sản phẩm mang tính cạnh tranh khó khăn hơn kinh doanh hàng hóa.

Tính không đồng nhất: Do sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ, vì vậy mà khách hàng không thể kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi mua, gây khó khăn cho việc chọn sản phẩm. Do đó vấn đề quảng cáo trong du lịch là rất quan trọng.

Tính đồng thời giữa sản xuất và tiêu dùng: Việc tiêu dùng sản phẩm du lịch xảy ra cùng một thời gian và địa điểm sản xuất ra chúng. Do đó không thể đưa sản phẩm du lịch đến khách hàng mà khách hàng phải tự đến nơi sản xuất ra sản phẩm du lịch.

Tính mau hỏng và không dự trữ được: Sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ như dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống... Do đó về cơ bản sản phẩm du lịch không thể tồn kho, dự trữ được và rất dễ bị hư hỏng.

Ngoài ra sản phẩm du lịch còn có một số đặc điểm khác:

Sản phẩm du lịch do nhiều nhà tham gia cung ứng.

Việc tiêu dùng sản phẩm du lịch mang tính thời vụ.

Sản phẩm du lịch nằm ở xa nơi cư trú của khách du lịch.

II. CÁC LĨNH VỰC KINH DOANH DU LỊCH

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, nó được hợp thành bởi nhiều bộ phận (lĩnh vực) kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng, phong phú của khách trong chuyến đi du lịch. Đó là các lĩnh vực kinh doanh.

1. Vận chuyển du lịch

Du lịch gắn liền với sự di chuyển và các chuyến đi. Vì vậy mà vận chuyển du lịch trở nên không thể thiếu được trong ngành du lịch. Tham gia vận chuyển du lịch có các ngành hàng không, đường bộ, đường sắt, đường thủy. Tuy nhiên mỗi loại phương tiện vận chuyển thường có ưu nhược điểm phù hợp với từng chuyến đi có khoảng cách, mục đích, chi phí nhất định.

1.1. Phương tiện vận chuyển hàng không

Đây là loại phương tiện hiện đại, tiện nghi, tốc độ nhanh phù hợp với xu thế toàn cầu hóa du lịch. Trong du lịch quốc tế thì vận chuyển hàng không chiếm vị trí quan trọng hàng đầu và chiếm tỉ trọng lớn trong toàn bộ chi tiêu cho chuyến đi của du khách. Hiện nay phương tiện này có chi phí khá cao. Chính vì vậy mà việc sử dụng phương tiện này cho du lịch nội địa còn chưa phổ biến, đặc biệt ở các nước đang phát triển.

1.2. Phương tiện vận chuyển đường bộ

Giữ vị trí quan trọng trong vận chuyển du lịch, do chi phí thấp, có thể phù hợp với mọi đối tượng, khả năng cơ động cao, có thể đi đến hầu hết các điểm du lịch. Mặc dù vậy phương tiện này còn chậm, thiếu tiện nghi, không đi được nơi địa hình quá hiểm trở, chỉ phù hợp cho phát triển du lịch trong nước.

1.3. Phương tiện vận chuyển đường sắt

Hiện nay hệ thống vận chuyển đường sắt ở nhiều quốc gia đang có vị trí quan trọng đối với du lịch do có nhiều lợi thế về chi phí, khả năng an toàn cao, tiện lợi có thể thỏa mãn nhu cầu ngắm cảnh. Tương lai đây là ngành có khả năng cạnh tranh cao với sự chuyển biến về tốc độ và tiện nghi ngày càng được cải thiện. Phù hợp với du lịch đại chúng.

1.4. Phương tiện vận chuyển đường thủy

Mặc dù xuất hiện khá lâu đời, song việc kết hợp sử dụng phương tiện này cho vận chuyển du lịch còn mới mẻ, nếu được khai thác tốt, đây là loại phương tiện có ý nghĩa lớn trong sự phát triển du lịch do có thể dễ dàng đảm bảo được tiện nghi và bố trí các dịch vụ phục vụ khách trong suốt chuyến đi, đồng thời khách du lịch có thể được tận hưởng bầu không khí trong lành, mát mẻ, sáng khoái. Tham gia vào các hình thức vận chuyển này có tàu, thuyền du lịch, các phương tiện có thể mang tính hiện đại hoặc mang tính truyền thống khác.

2. Lưu trú

Khách du lịch ra khỏi nhà của mình thì nhu cầu ở lại qua đêm được đặt ra tại những nơi mà họ đến. Vì vậy bộ phận lưu trú luôn giữ vị trí đặc biệt quan trọng trong du lịch.

Cơ sở lưu trú du lịch là cơ sở kinh doanh bằng cách cho thuê buồng, giường và các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch. Cơ sở lưu trú du lịch gồm khách sạn, làng du lịch, biệt thự, căn hộ, lều bãi cắm trại cho thuê. Trong đó khách sạn là cơ sở phục vụ lưu trú du lịch chủ yếu. Mỗi loại hình phục vụ lưu trú nhằm thỏa mãn những nhu cầu có tính đặc trưng.

Khách sạn: Là cơ sở lưu trú đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng và tiện nghi cần thiết phục vụ khách du lịch lưu trú, đáp ứng một số yêu cầu của khách về nghỉ ngơi, ăn uống, vui chơi giải trí và các dịch vụ khác. Khách sạn có thể xây cố định hoặc trên sông. Khách sạn thường nằm ở các trung tâm du lịch. Trong du lịch, khách sạn là loại hình phục vụ lưu trú có tính phổ biến nhất, cùng với sự phát triển của du lịch thì kinh doanh khách sạn cũng có sự phát triển đa dạng từ khách sạn phổ thông đến khách sạn cao cấp, khách sạn nổi, từ khách sạn có qui mô nhỏ đến các khách sạn có qui mô lớn, từ các khách sạn hoạt động độc lập đến các tập đoàn khách sạn đa quốc gia. Thu nhập trong kinh doanh khách sạn chiếm tỉ trọng lớn trong toàn ngành.

Mô-ten (Motel): Là cơ sở lưu trú được xây dựng gần đường giao thông, với kiến trúc thấp tầng, bảo đảm các dịch vụ phục vụ lưu trú cho khách du lịch đi bằng phương tiện vận chuyển, có dịch vụ bảo dưỡng, sửa chữa phương tiện vận chuyển cho khách.

Làng du lịch: Là cơ sở lưu trú bao gồm quần thể các ngôi nhà (các biệt thự hoặc băng - ga - lâu) được qui hoạch, xây dựng với các tiện nghi và các dịch vụ phục vụ cho sinh hoạt, nghỉ ngơi và vui chơi giải trí cần thiết của khách du lịch.

Băng - ga -lâu (Bungalow): Là cơ sở lưu trú được làm bằng gỗ hoặc các vật liệu nhẹ khác theo phương pháp lắp ghép đơn giản. Băng - ga - lâu có thể được

làm đơn chiếc hoặc thành dãy, thành cụm (khối) và thường được xây dựng trong các khu nghỉ mát vùng biển, nghỉ mát vùng núi hoặc làng du lịch.

Biệt thự: Là nhà kiên cố, có phòng khách, phòng ngủ, bếp, chỗ để phương tiện giao thông(Ô- tô, xe máy), sân vườn phục vụ khách du lịch lưu trú.

Căn hộ cho thuê: Là nhà kiên cố có đủ tiện nghi cần thiết phục vụ khách du lịch lưu trú.

Cắm trại: Là khu vực được qui hoạch, có trang thiết bị phục vụ khách du lịch đến cắm trại, nghỉ ngơi, có chỗ để phương tiện vận chuyển (Ô- tô, xe máy) của khách.

3. Ăn uống

Là loại nhu cầu không thể thiếu được đối với khách du lịch và phục vụ ăn uống trở thành một hoạt động kinh doanh đáng kể trong du lịch. Tham gia phục vụ ăn uống có các loại hình như nhà hàng, quán bar, các quán cà phê...chúng có thể tồn tại độc lập hoặc có thể là bộ phận trong khách sạn, trên máy bay, tàu hỏa. Các cơ sở này vừa phục vụ khách du lịch vừa có thể phục vụ dân cư địa phương. Trong phục vụ ăn uống du lịch, các nhà kinh doanh ăn uống thường khai thác nét ẩm thực truyền thống, đặc trưng cho địa phương nơi khách du lịch đến du lịch.

Đồng thời, các loại hình kinh doanh ăn uống cũng phát triển đa dạng theo qui mô, chất lượng phục vụ và chuyên môn hóa, hình thành nên các cơ sở qui mô lớn, qui mô nhỏ, các nhà hàng bình dân, đặc sản, nhà hàng cung cấp thức ăn nhanh.

4. Các hoạt động giải trí

Cung cấp các hoạt động giải trí là bộ phận cũng không kém phần quan trọng trong du lịch vì nó tạo nên sự hấp dẫn, thu hút và lôi kéo khách du lịch.

Bộ phận kinh doanh giải trí bao gồm hoạt động của các công viên giải trí, sở thú, bách thảo, viện bảo tàng, các di tích lịch sử, các lễ hội dân gian,... Ngoài ra các hoạt động mua sắm đặc biệt là hàng hóa lưu niệm cũng góp phần rất quan trọng hấp dẫn khách du lịch, hoặc các hoạt động văn hóa, các công trình kiến trúc, các nhà thờ mặc dù nó không mang tính chất thương mại song lại có khả năng hấp dẫn, thu hút khách du lịch.

5. Lữ hành và các hoạt động trung gian

Các sản phẩm du lịch chủ yếu được tạo ra bởi các nhà cung ứng thuộc các bộ phận nói trên. Tuy nhiên các nhà cung ứng không thể bán trực tiếp các sản

phẩm của mình cho khách vì nhiều lý do. Trong đó phải nói đến những bất lợi về khả năng đáp ứng các nhu cầu có tính đồng bộ của khách hàng và cung của các bộ phận này thường mang tính chất cố định, còn cầu về các hàng hóa dịch vụ du lịch lại nằm phân tán khắp mọi nơi. Những hạn chế đó làm nảy sinh sự cần thiết của các tổ chức trung gian - các tổ chức kinh doanh lữ hành. Sự ra đời của các tổ chức này đã thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển du lịch thông qua các vai trò sau:

Thực hiện các hoạt động trung gian nối liền giữa khách du lịch với các nhà cung ứng hàng hóa và dịch vụ du lịch. Trên cơ sở đó rút ngắn được khoảng cách giữa khách du lịch với các nhà cung ứng và nâng cao hiệu quả cung ứng, hiệu quả kinh doanh.

Có khả năng cung cấp cho khách những sản phẩm đồng bộ, trọn gói thông qua việc liên kết các dịch vụ của các nhà cung ứng du lịch nhằm tạo ra cho khách hàng sự chủ động cao và hiệu quả trong các chuyến đi du lịch..

Có hai loại tổ chức kinh doanh lữ hành chủ yếu, đó là đại lý du lịch và công ty lữ hành. Đại lý du lịch là tổ chức trung gian thay mặt cho du khách sắp xếp với các đơn vị cung ứng du lịch và nhận tiền hoa hồng của các đơn vị này. Còn công ty du lịch lữ hành thường phối hợp các dịch vụ riêng lẻ thành một sản phẩm lữ hành hoàn chỉnh (tour trọn gói) thông qua mạng lưới du lịch bán cho khách hàng.

Như vậy: Để phát triển du lịch cần phải coi trọng và đầu tư một cách đồng bộ cho tất cả các bộ phận tham gia cung ứng hàng hóa và dịch vụ cho du lịch.

III. CÁC THỂ LOẠI DU LỊCH

Việc phân loại các loại hình du lịch có ý nghĩa to lớn, cho phép chúng ta xác định được vai trò của du lịch. Từ đó có thể xác định được cơ cấu khách hàng mục tiêu của điểm du lịch.

1. Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ chuyến đi

Du lịch quốc tế: Là những chuyến du lịch mà nơi cư trú của khách du lịch và nơi đến du lịch thuộc hai quốc gia khác nhau, khách du lịch đi qua biên giới và tiêu ngoại tệ ở nơi đến du lịch. Du lịch quốc tế bao gồm:

Du lịch quốc tế đến (du lịch quốc tế nhận khách): Là hình thức du lịch của khách du lịch ngoại quốc đến một nước nào đó và tiêu ngoại tệ ở đó. Quốc gia nhận khách du lịch nhận được ngoại tệ do khách mang đến nên được coi là quốc gia xuất khẩu du lịch.

Du lịch ra nước ngoài (Du lịch quốc tế gửi khách): Là chuyến đi của một cư dân trong một nước đến một nước khác và tiêu tiền kiếm được ở đất nước của mình. Quốc gia gửi khách được gọi là quốc gia nhập khẩu du lịch.

Du lịch trong nước: Là hình thức đi du lịch và cư trú của công dân trong một nước đến địa phương khác ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình. Hay nói cách khác là nơi đến du lịch và nơi cư trú của du khách ở trên cùng một quốc gia.

2. Căn cứ theo mục đích chuyến đi

Du lịch thiên nhiên: Hấp dẫn những người thích tận hưởng bầu không khí ngoài trời, thích thưởng thức phong cảnh đẹp và đời sống động thực vật hoang dã.

Ví dụ: Vườn quốc gia Cúc Phương, Ngũ Hành Sơn ...

Du lịch văn hóa: Thu hút những người mà mối quan tâm chủ yếu của họ là truyền thống lịch sử, phong tục tập quán, nền văn hóa nghệ thuật của nơi đến.

Ví dụ: Thăm viện bảo tàng, tham dự các lễ hội truyền thống ...

Du lịch xã hội: Hấp dẫn những người mà đối với họ sự tiếp xúc, giao lưu với những người khác là quan trọng.

Du lịch hoạt động: thu hút khách du lịch bằng một hoạt động được xác định trước và thách thức phải hoàn thành trong chuyến đi.

Ví dụ: Hoàn thiện vốn ngoại ngữ của mình khi đi ra nước ngoài .

Du lịch giải trí: Thu hút những người mà lý do chủ yếu của họ đối với chuyến đi là sự hưởng thụ và tận hưởng kỳ nghỉ.

Ví dụ: Khách du lịch thích đến bờ biển đẹp, tắm dưới ánh mặt trời ...

Du lịch thể thao: Thu hút những người ham mê thể thao để nâng cao thể chất, sức khỏe .

Ví dụ: Khách du lịch tham gia chơi các môn thể thao như quần vợt, đánh gôn, bóng chày, trượt tuyết ...

Du lịch chuyên đề: Liên quan đến một ít người đi du lịch cùng với một mục đích chung hoặc mối quan tâm đặc biệt nào đó của riêng họ.

Ví dụ: Một nhóm sinh viên đi một tour du lịch thực tập, những người kinh doanh đi thăm một nhà máy ...

Du lịch tôn giáo: Thỏa mãn nhu cầu tín ngưỡng đặc biệt của những người theo đạo phái khác nhau. Họ đến nơi có ý nghĩa tâm linh hay vị trí tôn giáo được tôn kính.

Du lịch sức khỏe: Hấp dẫn những người tìm kiếm cơ hội cải thiện điều kiện thể chất của mình như các khu an dưỡng, nghỉ mát ở vùng núi cao hoặc ven biển...là nơi tạo ra thể loại du lịch này.

Du lịch dân tộc học: Đặc trưng cho những người quay trở về nơi quê cha đất tổ tìm hiểu lịch sử nguồn gốc của quê hương dòng dõi gia đình.

3. Căn cứ vào loại hình lưu trú

Du lịch ở trong khách sạn: Là loại hình du lịch phổ biến nhất. Loại hình này phù hợp với những người lớn tuổi, những người có thu nhập cao. Vì ở đây các dịch vụ hoàn chỉnh hơn, có hệ thống hơn, chất lượng phục vụ tốt hơn, nhưng giá cả cao hơn.

Du lịch ở trong Motel: Motel là các khách sạn được xây dựng ven đường xa lộ nhằm phục vụ cho khách du lịch bằng xe hơi. Ở đây có cả các gara để xe cho du khách. Các dịch vụ trong Motel phần lớn là tự phục vụ. Du khách tự nhận phòng, tự gọi ăn trong nhà hàng. Các dụng cụ ở đây là loại sử dụng một lần. Giá cả trong Motel thường rẻ hơn ở trong khách sạn.

Du lịch ở trong nhà trọ: Nhà trọ là những khách sạn loại nhỏ của tư nhân, giá cả thường rất thích hợp với du khách có thu nhập thấp, đặc biệt là các gia đình có con nhỏ đi cùng. Ở nước ta loại hình này cũng rất phát triển, đặc biệt là ở Hà Nội.

Du lịch cắm trại: Là loại hình du lịch được phát triển với nhịp độ cao, được giới trẻ ưa chuộng. Nó rất thích hợp với khách đi du lịch bằng xe đạp, mô tô, xe hơi. Đầu tư cho du lịch loại này không cao, chủ yếu sắm lều trại, bạt, giường ghế gấp và một số dụng cụ đơn giản rẻ tiền. Khách tự thuê lều bạt, tự dựng và tự phục vụ.

Đây là loại hình du lịch có nhiều triển vọng vì: Công nghiệp xe hơi phát triển nhanh, số người sử dụng phương tiện này nhiều, họ quan tâm đến vấn đề đi lại nhiều hơn vấn đề ăn nghỉ. Chi phí cho các dịch vụ ở đây rẻ, du khách có thể dùng tiền để đi lâu hơn, nhiều nơi hơn. Du khách muốn thoát khỏi cuộc sống thường ngày, muốn gần gũi với thiên nhiên.

4. Căn cứ vào thời gian của chuyến đi

Du lịch ngắn ngày: Chuyến đi thường vào cuối tuần, từ 1 đến 2 ngày trong phạm vi gần.

Du lịch dài ngày: Thường là các chuyến đi có thời gian từ 1 tuần đến 10 ngày trở lên.

5. Căn cứ vào hình thức tổ chức

Du lịch theo đoàn: Các thành viên tham dự đi theo đoàn và thường có sự chuẩn bị chương trình từ trước. Nó bao gồm:

Du lịch theo đoàn có thông qua tổ chức du lịch: Đoàn du lịch được các đại lý trung gian (Công ty lữ hành), các công ty vận tải, hoặc các tổ chức khác... tổ chức chuyến đi. Các tổ chức này đã chuẩn bị và thỏa thuận từ trước tuyến hành trình và lịch đi. Mỗi thành viên trong đoàn được thông báo trước chương trình của chuyến đi.

Du lịch theo đoàn không thông qua tổ chức du lịch: Đoàn đi tự chọn chuyến hành trình, thời gian đi, những nơi sẽ đến... Có thể đoàn đã thỏa thuận từ trước hoặc tới nơi mới tìm nơi lưu trú, ăn uống.

Du lịch cá nhân: Là loại du lịch mà khách du lịch đi riêng lẻ một hoặc hai người với những cách thức và mục đích khác nhau, loại này cũng bao gồm hai loại.

Có thông qua tổ chức du lịch: Họ đi theo các chương trình đã định trước của các tổ chức du lịch, tổ chức công đoàn hay các tổ chức xã hội khác. Khách du lịch tuân theo các điều kiện đã được thông báo và chuẩn bị từ trước.

Không thông qua tổ chức du lịch: Khách du lịch đi tự do

6. Căn cứ vào lứa tuổi du khách

Du lịch của những người cao tuổi.

Du lịch của những người trung niên.

Du lịch của tầng lớp thanh niên.

Du lịch của tầng lớp thiếu niên và trẻ em.

Về mặt sinh học, tùy theo lứa tuổi, điều kiện sức khỏe, tính hoạt động và khả năng chịu đựng của các lớp người này có sự khác biệt. Thiếu niên, thanh niên luôn có nhu cầu vận động. Tầng lớp trung niên kém nhanh nhẹn và người cao tuổi thể hiện sức ỳ lớn.

Về mặt khả năng chi trả có thể thấy rõ đại đa số những người trung niên có khả năng chi trả cao hơn các tập khách hàng khác. Thiếu niên, thanh niên còn phụ thuộc vào kinh tế gia đình nên khả năng chi trả thấp, còn người cao tuổi chi trả ở mức trung bình.

7. Căn cứ vào việc sử dụng các phương tiện giao thông

Du lịch bằng mô-tô- xe đạp: Trong loại hình này xe đạp và mô-tô được làm phương tiện đi lại cho du khách từ nơi ở đến điểm du lịch. Nó được phát triển ở

nơi có địa hình tương đối bằng phẳng. Loại hình này thích hợp cho các điểm du lịch gần nơi cư trú và được giới trẻ rất ưa chuộng.

Du lịch bằng tàu hỏa: Được hình thành từ những năm 40 của thế kỷ 19. Ngày nay do sự phát triển của ngành đường sắt, số khách du lịch bằng tàu hỏa ngày càng đông. Lợi thế của du lịch bằng tàu hỏa là: tiện nghi, an toàn, nhanh, rẻ, đi được xa và vận chuyển được nhiều người.

Du lịch bằng tàu thủy: Được phát triển ở nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là ở những nước có bờ biển đẹp, có nhiều vịnh, nhiều đảo, hải cảng, sông hồ... Ngày nay có nhiều tàu du lịch được trang bị hiện đại để phục vụ mọi nhu cầu cho du khách: đi lại, ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi, giải trí...

Du lịch bằng xe hơi: Là loại hình du lịch được phát triển phổ biến và rộng rãi nhất, nó có nhiều tiện lợi và được nhiều người ưa chuộng: nhanh, du khách có điều kiện gần gũi với thiên nhiên, có thể dừng lại ở bất cứ điểm du lịch nào...

Du lịch bằng máy bay: Là loại hình du lịch có nhiều triển vọng nhất, nó có nhiều ưu thế: nhanh, tiện nghi. Vì vậy trong một thời gian ngắn du khách có thể đi được quãng đường xa hơn, giúp họ đi được nhiều nơi hơn. Tuy nhiên, giá cả loại này cao không phù hợp với thu nhập của nhiều người.

8. Căn cứ vào phương thức hợp đồng

Chương trình du lịch trọn gói: Là chương trình được doanh nghiệp kết hợp các dịch vụ liên quan trong quá trình thực hiện chuyến đi du lịch thành một sản phẩm dịch vụ tổng hợp chào bán theo một mức giá - giá trọn gói.

Chương trình du lịch từng phần: Là chương trình có mức giá chào bán tùy theo số lượng các dịch vụ thành phần cơ bản.

IV. SỰ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Cơ sở hình thành du lịch

1.1. Cơ sở hình thành cầu du lịch

Du lịch là một hiện tượng tồn tại cùng với sự phát triển của loài người, là một trong những nhu cầu ngày càng trở thành tất yếu giúp con người điều hòa cuộc sống của chính mình trong xã hội và tự nhiên. Sự xuất hiện nhu cầu du lịch xuất phát chủ yếu từ mong muốn lẩn tránh sự đơn điệu, nhằm chán trong cuộc sống thường ngày, mong muốn sự thay đổi ở một nơi khác ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm phục hồi sức khỏe và nâng cao hiểu biết. Các nhu cầu đó luôn gắn liền với sự phát triển của lực lượng sản xuất.

Sau khi giành được chính quyền năm 1945, du lịch Việt Nam hầu như không phát triển. Đến sau năm 1975 đất nước được độc lập hoàn toàn, các chuyến đi du lịch của cán bộ công nhân viên và người lao động có nhiều thành tích được nhà nước đài thọ theo chương trình điều dưỡng đã tăng lên nhanh chóng.

Đặc biệt sau năm 1990 khi chính sách đổi mới và thực hiện đổi mới nền kinh tế đã thu được những thành công thì du lịch trở thành xu hướng có tính phổ biến trong mọi tầng lớp dân cư. Các hoạt động du lịch đã phát triển mạnh mẽ cả về số lượng lẫn các loại hình, chi tiêu và thời gian, du lịch không chỉ diễn ra trong nước mà cả các chuyến đi du lịch ra nước ngoài cũng dần tăng lên.

Sự phát triển của du lịch Việt Nam được đánh dấu qua các mốc lịch sử:

Ngày 9 tháng 7 năm 1960 thành lập công ty du lịch Việt Nam thuộc Bộ Ngoại thương.

Ngày 12 tháng 9 năm 1969 ngành du lịch lại được giao cho Bộ Công an và Văn phòng Thủ tướng trực tiếp quản lý, giai đoạn này chủ yếu phục vụ các đoàn khách của Đảng và Nhà nước, những người có thành tích trong chiến đấu, lao động và học tập.

Ngày 27 tháng 6 năm 1978 Tổng cục Du lịch Việt Nam được thành lập trực thuộc Hội đồng Bộ trưởng. Qua nhiều lần tách nhập vào các bộ khác nhau, đến cuối năm 1992, Tổng cục Du lịch lại được thành lập trở lại và tồn tại đến nay.

Thực trạng trên cho thấy từ khi thành lập ngành du lịch Việt Nam chưa có những cơ hội phát triển, chỉ khi có những chính sách đổi mới phù hợp cùng với luật đầu tư nên số lượng khách quốc tế hàng năm tăng lên nhanh chóng và khách du lịch trong nước cũng ngày càng tăng. Ngành du lịch Việt Nam đã dần khẳng định vị thế của một ngành kinh tế đầy triển vọng.

Từ năm 1995 đến năm 2003, khách du lịch quốc tế tăng từ 1351,3 nghìn lượt lên 2429,7 nghìn lượt. Trong đó có một số nước khách du lịch quốc tế đến Việt Nam tăng lên như: Mỹ từ 57,5 nghìn lượt lên 218,8 nghìn lượt; Anh từ 52,8 nghìn lượt lên 63,3 nghìn lượt; Thái Lan từ 23,1 nghìn lượt lên 40,1 nghìn lượt; Cộng hòa nhân dân Trung Hoa từ 62,6 nghìn lượt lên 692,9 nghìn lượt. Trong tháng 9 năm 2004 lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đạt 236.502 lượt người. Cộng dồn 9 tháng năm 2004 lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt 2128,517 nghìn lượt người, tăng 30,5% so với cùng kỳ năm 2003. Trong đó Trung Quốc tăng 33,3%; Mỹ tăng 32,6%; Đài Loan tăng 36,1%; Nhật Bản tăng 22%; Hàn Quốc tăng 81,2%, Canada tăng 50%, các thị trường khác tăng 20,7%.

4. Các tổ chức du lịch

4.1. Một số tổ chức du lịch thế giới

Tổ chức du lịch thế giới (WTO): Thành lập năm 1975, tiền thân của nó là Hiệp hội các tổ chức du lịch chính thức quốc tế (IUOTO) mang tính chất phi chính phủ và được thành lập năm 1925. Tổ chức này quan tâm đến việc quảng bá và phát triển du lịch khắp thế giới.

Chức năng là kiểm soát định hướng phát triển, phân tích cung cấp thông tin, giúp đỡ các chính phủ trong việc hoạch định và quản lý du lịch ở các quốc gia của họ. Trụ sở đặt tại Madrid – Thủ đô của Tây Ban Nha.

Việt Nam gia nhập tổ chức này ngày 17 tháng 9 năm 1981.

Hội đồng du lịch và lữ hành thế giới (WTTC): Là một liên minh khắp toàn cầu những người điều hành các công ty trong các lĩnh vực khác nhau của lữ hành và du lịch.

Mục đích quảng bá sự mở rộng của các thị trường du lịch và lữ hành, khuyến khích việc cung cấp các dịch vụ có chất lượng cho khách hàng. Trụ sở đặt tại thủ đô Bỉ.

Hiệp hội khách sạn quốc tế (IHA): Được thành lập năm 1969 thay thế cho hiệp hội quốc tế của các nhà kinh doanh khách sạn và liên hiệp khách sạn quốc tế, nó thực thi các chức năng của một hiệp hội thương mại ở mức độ quốc tế. Trụ sở đặt tại Pa ri thủ đô nước Pháp.

Hiệp hội vận chuyển hàng không quốc tế (IATA): Thành lập năm 1945 nhằm quảng bá du lịch hàng không an toàn thường xuyên và kinh tế, hợp tác giữa các hãng chuyên chở quốc tế. Trụ sở đặt tại thành phố Montreal thuộc Canada.

Tổ chức giáo dục, khoa học và văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO): Thành lập năm 1945. Trụ sở đặt tại Pa ri thủ đô nước Pháp là cơ quan của Liên hợp quốc, UNESCO tồn tại để xúc tiến hợp tác quốc tế về giáo dục, khoa học và văn hóa.

4.2. Một số tổ chức du lịch trong khu vực

Hiệp hội du lịch Châu Á - Thái Bình Dương (PATA): Thành lập năm 1951, đến 1952 đổi tên thành Hiệp hội du lịch khu vực Thái Bình Dương và tên hiện nay sửa đổi năm 1986.

Mục đích của hội là khuyến khích và giúp đỡ sự phát triển của ngành công nghiệp du lịch Châu Á- Thái Bình Dương thông qua nghiên cứu, giáo dục và đào tạo, phát triển các sản phẩm, bảo tồn di sản, quảng bá các hoạt động liên quan đến du lịch. Trụ sở đặt tại San Francisco thuộc California.

Hiệp hội du lịch ASEAN (ASEANTA): Thành lập năm 1967. Mục đích để xúc tiến hợp tác và giúp đỡ lẫn nhau trong việc khuyến khích và bảo vệ các mối quan tâm của các thành viên cũng như tiêu chuẩn tiện nghi và dịch vụ dành cho du khách và sự phát triển của du lịch trong khu vực Đông Nam Á. Trụ sở đặt tại Singapore.

Trung tâm thông tin Du lịch (ATIC): Thành lập năm 1988. Mục đích công khai hóa các điểm hấp dẫn du lịch, xem xét đầu tư vào các nước ASEAN, cung cấp cơ sở dữ liệu chung. Trụ sở đặt tại Jakarta thủ đô Indônêsi.

Hiệp hội nhà hàng và khách sạn ASEAN (AHRA): Là một tổ chức khu vực về nhóm các nhà hàng và khách sạn ở Indônêsi, Singapore, Philipines và Thái Lan.

4.3. Các tổ chức quản lý du lịch của Việt Nam

Tổng cục Du lịch: Có chức năng quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch trong phạm vi cả nước bao gồm hoạt động du lịch của các thành phần kinh tế, cơ quan, đoàn thể, các tổ chức xã hội, công dân và người nước ngoài tại Việt Nam.

Nhiệm vụ:- Xây dựng, qui hoạch, kế hoạch về phát triển du lịch.

+ Hướng dẫn về chuyên môn nghiệp vụ du lịch, khách sạn, thông tin tuyên truyền quảng bá du lịch.

+ Hợp tác quốc tế .

+ Xây dựng hệ thống tổ chức, chức danh, đào tạo, khen thưởng, kỉ luật.

+ Thanh tra kiểm tra.

+ Quản lý các doanh nghiệp, các tổ chức trực thuộc.

Sở Du lịch hoặc Sở thương mại và Du lịch: Chức năng là quản lý nhà nước về hoạt động du lịch ở địa phương. Nhiệm vụ và quyền hạn của sở do ủy ban nhân dân địa phương qui định.

Các hiệp hội: Ở Việt Nam đang trong quá trình triển khai, xúc tiến thành lập các hiệp hội nghề nghiệp trong du lịch và đã có Hiệp hội du lịch Việt Nam, đang xúc tiến thành lập các Hiệp hội Khách sạn và Nhà hàng. Thành phố Hồ Chí Minh đã có hiệp hội du lịch của thành phố, còn Hà Nội lại có Câu lạc bộ các nhà kinh doanh du lịch. Các hiệp hội này hình thành trên cơ sở tự nguyện gia nhập của các doanh nghiệp du lịch. Các hiệp hội được thành lập nhằm mục đích liên kết các nhà kinh doanh trong từng lĩnh vực để trao đổi học tập kinh nghiệm hỗ trợ lẫn nhau cùng phát triển, phối hợp trong các chương trình đào tạo và nghiên cứu, tạo nên tiếng nói chung đối với các ngành các cấp có liên quan ở Trung ương cũng như địa phương.

V. CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH

1. Các tác động về kinh tế

1.1. Cải thiện cán cân thương mại quốc gia

Khách du lịch quốc tế mang theo tiền kiếm được từ quốc gia cư trú đến tiêu ở nước đến du lịch, trong chừng mực nào đó được coi là xuất khẩu của nước đến du lịch. Do đó làm cải thiện cán cân thương mại của quốc gia. Vì vậy nếu du lịch được duy trì một cách thường xuyên và phù hợp có thể coi như một tác nhân giữ ổn định nguồn thu từ xuất khẩu.

Du lịch quốc tế góp phần làm tăng dự trữ ngoại tệ của một quốc gia. Bởi vì thiếu ngoại tệ thường gây ra sự hạn chế chủ yếu về nguồn tài chính cho sự phát triển kinh tế. Chính du lịch quốc tế đến có thể giúp cung cấp các khoản ngoại tệ cần thiết đó. Song lợi ích trên chỉ có được với điều kiện có số lượng đáng kể du khách quốc tế đến và mang theo ngoại tệ, đồng thời chi tiêu nhiều hơn công dân quốc gia đó đi du lịch ra nước ngoài.

Các nước đang phát triển như Việt Nam cần du khách quốc tế đến đất nước đông hơn số công dân nước mình đi du lịch ra nước ngoài. Đây là lợi thế nhằm cải thiện cán cân thương mại quốc gia do công dân trong nước có thu nhập thấp ít có điều kiện đi du lịch ra nước ngoài.

1.2. Tạo ra nhiều cơ hội việc làm

Du lịch là một ngành tạo ra nhiều việc làm trực tiếp: Công việc mà ngành du lịch tạo ra có phạm vi rộng bao gồm các lĩnh vực quản lý, tài chính, điều hành, khoa học thông tin, bán hàng và marketing. Tuy nhiên phần lớn cơ hội việc làm ở phạm vi điều hành và tác nghiệp. Hiện ngành du lịch thu hút khoảng 220 triệu lao động trực tiếp, chiếm 10,6% lực lượng lao động thế giới - cứ 9 người lao động có 1 người làm nghề du lịch.

Du lịch tạo ra việc làm có thể mang tính thời vụ hoặc nhất thời: Công việc theo thời vụ, theo ca và công việc vào các ngày nghỉ là do đặc điểm của ngành du lịch tạo nên.

Du lịch tạo công việc cho các nhà quản lý như: Quản lý văn phòng, khách sạn, nhà hàng, bếp trưởng ... còn lại phần lớn công việc đòi hỏi kỹ năng không cao như phục vụ phòng, phụ bếp, dọn dẹp, khuân vác... cơ hội thăng tiến chậm.

Tuy nhiên nếu một quốc gia có tỉ lệ thất nghiệp thấp và ở đó dân cư có thể kiếm được việc làm tốt, lương cao... thì sẽ không có đủ lao động sẵn sàng làm việc

trong ngành du lịch khách sạn, những nước này phải thu nhận lao động từ các khu vực khác hoặc nước khác đến làm việc.

Đối với các nước đang phát triển, lao động địa phương được tuyển dụng vào những công việc bán hàng và một số vị trí quản lý cấp thấp, còn các vị trí quản lý chính thường do người nước ngoài đảm nhiệm.

Triển vọng việc làm trong lĩnh vực lữ hành thường không rõ nét và không bức xúc như trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn và ăn uống.

Du lịch còn là một ngành tạo ra nhiều việc làm gián tiếp, đó là sự phát triển của ngành du lịch sẽ kéo theo các ngành có liên quan đến du lịch phát triển và vì vậy các ngành đó lại thu hút thêm lao động xã hội. Như vậy một cách gián tiếp du lịch đã tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động ở các ngành khác.

1.3. Quảng bá cho sản xuất của địa phương

Ngành du lịch tạo ra sự nổi tiếng cho sản xuất công nghiệp cũng như nông nghiệp địa phương: Thông qua việc đáp ứng nhu cầu của du khách về các sản phẩm lương thực, thực phẩm, dụng cụ, đồ đạc, xây dựng... Ngoài ra các sản phẩm thủ công, hàng lưu niệm từ những ngành nghề đang bị mai một vì người dân địa phương không còn quan tâm đến thì nay lại được khôi phục và phát triển.

Du lịch mang lại lợi ích phát triển sản xuất địa phương chỉ áp dụng đối với những nước nhận khách du lịch. Nhưng nếu các nguyên liệu mới cần cho ngành du lịch mà phải nhập khẩu từ nước ngoài thì lợi ích này không còn phù hợp nữa.

1.4. Tăng nguồn thu cho nhà nước

Việc phát triển kinh doanh du lịch góp phần làm tăng nguồn thu cho nhà nước do các doanh nghiệp du lịch đóng góp.

Khách du lịch cũng phải có nghĩa vụ nộp các loại thuế: Thuế trực tiếp như thuế khởi hành phải trả ở sân bay, thuế phòng cộng thêm vào hóa đơn thanh toán tại khách sạn. Thuế gián tiếp như thuế máy bay tiếp đất, nhiên liệu máy bay hoặc thuế VAT đối với hàng hóa dịch vụ. Đây là những khoản thu thêm cho nhà nước, tuy nhiên những lợi ích từ nguồn thu này phải được cân nhắc với những trách nhiệm và chi phí của nhà nước phải tăng thêm.

Ví dụ: Miễn thuế trong 5 năm đầu nếu nhà đầu tư xây dựng một khu nghỉ dưỡng lớn tại đất nước, hay thu nhập thu được thực sự có thể bị giảm do chi phí phát triển du lịch tăng như chi phí phát triển giao thông công cộng, sân bay, nhà ga...

Nhà nước phải cân nhắc khả năng tăng nguồn thu ngoại tệ, việc làm, lợi ích cho các ngành kinh tế địa phương với các lợi ích kinh tế khác .

1.5. Tạo cơ sở để giúp phát triển các vùng đặc biệt

Một khu vực, một vùng có thể là một nơi đến du lịch có lợi thế ngay cả khi nó hầu như chưa có một thứ tiện nghi nào miễn là có một số điểm hấp dẫn du khách, ngược lại nếu khu vực đó, vùng đó có rất ít các điểm hấp dẫn tự nhiên nhưng vẫn có thể tạo ra điểm hấp dẫn nhân tạo, thu hút được một số khách tham như trung tâm thể thao, khu vui chơi giải trí hoặc trung tâm thương mại với các cửa hàng miễn thuế. Như vậy du lịch sẽ giúp tạo ra một môi trường thuận lợi cho các vùng có vấn đề khó khăn nhất định của một quốc gia và nó thu hút được sự quan tâm của công chúng trong và ngoài nước.

Việc phát triển các điểm hấp dẫn du lịch ở các vùng đặc biệt (vùng sâu, vùng xa) nhà nước sẽ giúp đỡ phát triển cơ sở hạ tầng, xây dựng nhà ở, các trạm giao thông, thiết lập các trạm phát thanh truyền hình ...Tuy nhiên cần phải cân nhắc để tránh mâu thuẫn và tranh chấp với các mục tiêu sử dụng khác và do phát triển du lịch làm cho người dân địa phương trước đây không muốn đến sinh sống ở vùng sâu, vùng xa nay nhận thức được các lợi ích do du lịch đem lại, họ đã chuyển đến và yên tâm định cư tại các vùng này. Điều đó góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế của các quốc gia, các vùng miền, địa phương.

Tuy nhiên sự tiêu dùng thái quá làm mất cân đối trong phát triển kinh tế, phá vỡ cảnh quan môi trường, để lại hậu quả xã hội xấu.

1.6. Khuyến khích nhu cầu nội địa

Khi một khu vực thu hút được du khách quốc tế sẽ làm tăng sự quan tâm trong nước đối với các điểm hấp dẫn ở khu vực đó.

Khi địa phương phát triển các tiện nghi và cơ sở dịch vụ nhằm thu hút khách quốc tế thì điều này cũng có lợi cho dân chúng địa phương, khuyến khích người dân địa phương sử dụng (tức là nhu cầu nội địa tăng)

Tuy nhiên các hoạt động du lịch gây nên một số tác động tiêu cực lên các hoạt động kinh tế địa phương: Cùng với sự phát triển của các hoạt động du lịch, một số người dân trong cộng đồng địa phương, do chạy theo những thu nhập trước mắt, bị hút vào một số hoạt động phục vụ khách du lịch như dẫn đường, bán các hàng vật, tìm bắt thú hoang bán cho khách ...vv nên đã sao nhãng công việc đồng áng, sao nhãng sản xuất làm cho cây trồng phát triển kém, năng suất thấp. Hay làm ảnh hưởng không tốt đến qui hoạch kinh tế của địa phương, đó là khi các hoạt động du lịch được triển khai, nhiều người dân địa phương tìm được các nguồn thu nhập cao trong việc phục vụ phát triển du lịch, một số diện tích trồng cây lấy sản phẩm bán cho khách du lịch mang về lợi nhuận cao hơn so với trồng cây lương thực. Những người dân này bỏ không trồng cây lương thực và chuyển

sang trồng các loại cây phục vụ du lịch, mang về thu nhập cao cho họ. Do đó qui hoạch đảm bảo an toàn lương thực của địa phương không được thực hiện.

2. Các tác động về văn hóa

2.1. Sự tương tác giữa du khách và dân cư địa phương

Thông thường các du khách trở về sau một chuyến đi thường hy vọng cộng đồng của mình cùng chia sẻ các phong tục, tập quán, thái độ và lòng tin mà họ thu nhận, học tập được, họ mong muốn bổ sung thêm các yếu tố “tốt” của nền văn hóa khác, loại bỏ các yếu tố “xấu” của chính cộng đồng mình.

Tuy nhiên sự khác biệt về văn hóa có thể gây ra những hiểu lầm, những xung đột giữa khách du lịch và người dân địa phương. Những khác biệt về ngôn ngữ, thói quen, cách ứng xử, tín ngưỡng... có thể dẫn đến những mâu thuẫn, có khi trở nên gay gắt. Nhiều trường hợp khách du lịch trở thành đối tượng tấn công của những nhóm người cực đoan.

2.2. Khía cạnh văn hóa thông qua sự chi tiêu của du khách

Đối với nhiều người dân địa phương ở các nước đang phát triển, họ đánh giá du khách thông qua sự chi tiêu, chẳng hạn họ thấy một người bỏ thời gian, công việc đi du lịch ra nước ngoài bằng máy bay, ở các khách sạn sang trọng, họ cho rằng khách du lịch là người giàu có hay khách du lịch trẻ tuổi chi tiêu tiết kiệm thường được coi là du khách nghèo. Tuy nhiên cách đánh giá này không phải lúc nào cũng đánh giá đúng thực chất của vấn đề.

Ví dụ : Khi thấy du khách mặc cả giá để mua một bức tranh mà đánh giá là nghèo là không đúng thực chất.

Khi đi du lịch du khách thường mua những món quà mang về nhà, có thể là các đồ cổ có giá trị và các món đồ có giá trị tôn giáo hoặc văn hóa thực sự, hoặc họ mua những thứ không có giá trị thực đối với dân chúng địa phương. Việc mua bán hàng hóa nhất là hàng hóa giả cổ không chỉ tạo cơ hội cho người dân địa phương có thu nhập mà còn là sự hồi sinh các tác phẩm nghệ thuật, các đồ thủ công mỹ nghệ truyền thống mà chúng có thể bị mai một nếu du khách không biểu lộ sự thích thú.

2.3. Sự đánh giá nền văn hóa địa phương của du khách

Việc du khách được phép tham gia vào các hoạt động văn hóa hoặc các dịp lễ hội tôn giáo có thể gây ra nhiều ý kiến khác nhau: Du khách có thể biểu lộ sự kính trọng, song có du khách đánh giá đơn giản là một sự giải trí tiêu khiển trong chuyến đi. Từ đó một sự chia rẽ nghiêm trọng có thể nảy sinh.

Khách du lịch quan tâm xem người dân địa phương ở nơi đến sinh sống và làm việc như thế nào để có thể mở rộng sự hiểu biết của mình và học những điều có ích. Nhưng nếu du khách biểu lộ sự chê bai hoặc ghê rợn những tập tục mà người dân địa phương chấp nhận thì họ sẽ gây ra sự thù ghét, sự phản ứng tiêu cực của dân chúng địa phương đối với du khách.

2.4. Thương mại hóa các tác phẩm nghệ thuật và đồ thủ công

Trong nhiều trường hợp, các tác phẩm nghệ thuật sản xuất để bán cho du khách trở nên ít chi tiết, ít cẩn thận và ít chân thực. Vì họ cho rằng du khách sẽ mua bất kỳ thứ gì tại nơi đến du lịch. Do đó các tác phẩm nghệ thuật đã bị thương mại hóa, làm giảm giá trị của các tác phẩm nghệ thuật đó. Chẳng hạn những tác phẩm nghệ thuật có ý nghĩa đặc biệt quan trọng nhưng lại được sản xuất hàng loạt với số lượng lớn làm giảm giá trị đích thực của nó.

2.5. Đánh mất nhân cách và lòng tự hào về nền văn hóa địa phương

Do có sự vượt trội trong một số mặt của các đặc trưng văn hóa nước ngoài được khách du lịch mang đến so với các nền văn hóa bản địa, cho nên trong một số trường hợp có thể làm suy giảm, thậm chí làm lãng quên nhiều nét văn hóa địa phương, mặt khác lại muốn bắt chước các du khách thì đó là sự đánh mất nhân cách văn hóa và lòng tự hào về nền văn hóa của mình.

Ngoài ra hoạt động du lịch có thể dẫn đến nhiều tệ nạn xã hội như việc khách du lịch truyền bá các hành vi không phù hợp cho người dân địa phương, ví dụ như uống rượu, sử dụng ma túy, mại dâm, văn hóa phẩm đồi trụy phản động... từ đó làm gia tăng tội phạm. Nhiều khách du lịch có thể mang theo hàng cấm, hàng lậu thuế vào trong nước hay hoạt động rửa tiền...

Khách du lịch có thể mang theo dịch bệnh: Một số loại dịch bệnh nguy hiểm có thể xâm nhập vào trong nước cùng với khách du lịch như virus HIV và bệnh AIDS, bệnh viêm đường hô hấp cấp SARS...

3. Các tác động về môi trường

3.1. Tác động của du lịch đến môi trường thành thị

Môi trường thành thị có mức độ giới hạn nhất định, khi vượt quá giới hạn này thì bất cứ một sự gia tăng nào về du lịch sẽ tạo ra những vấn đề khó khăn. Các tác động của du lịch lên tài nguyên - môi trường thường gây ra những phản ứng dây chuyền không chỉ có ở một điểm và dừng lại ở một lúc mà thường lan ra không gian và kéo dài theo thời gian.

Chẳng hạn có thể gây ùn tắc giao thông do số lượng khách du lịch sử dụng hệ thống giao thông công cộng quá tải, hoặc chất lượng cuộc sống của người dân bị giảm sút nghiêm trọng do giá cả hàng hóa tăng.

Một số tác động đến môi trường cũng có liên quan về xã hội. Chẳng hạn một dự án phát triển du lịch đồng thời là sự phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật (khách sạn, nhà hàng, quán bar...) ở một khu vực không chỉ phục vụ khách du lịch mà dân cư địa phương cũng được sử dụng các tiện nghi đó. Dự án phát triển du lịch dẫn đến sự phân bố lại, dân cư phải chuyển đi chỗ khác để lấy mặt bằng, hay các dịch vụ cơ bản (cửa hàng sửa chữa) phải chuyển đi nơi khác để lấy chỗ cho các cửa hàng ăn uống, lưu niệm, quần áo thời trang... Hay khi một khu vực ngày càng trở nên nổi tiếng về du lịch thì thành phần dân cư của nó có thể bắt đầu thay đổi.

3.2. Tác động của du lịch đến môi trường nông thôn

Du lịch góp phần làm trong lành môi trường: Trong quá trình dịch chuyển những vùng, nơi xa xôi thành những điểm du lịch nghỉ ngơi, tĩnh dưỡng như ở các suối nước nóng, các vùng khí hậu mát mẻ vào mùa hè, những vùng khí hậu ấm áp vào mùa đông ...vv các đầu tư cho du lịch thường hướng vào làm sạch các nguồn nước, tiêu diệt các côn trùng, phát bỏ các loại cây dại, cỏ dại là những nơi ẩn nấp của côn trùng rắn rết...vv. Các hoạt động này làm cho môi trường trở nên trong lành hơn.

Tuy nhiên ảnh hưởng của du lịch cũng tạo ra các vấn đề bất lợi về tiện nghi, tiêu chuẩn sống và sự “bức xúc” về môi trường ở các khu vực nông thôn. Bởi vì số lượng du khách lớn có thể tác động mạnh mẽ đến môi trường ở khu vực này, có thể gây ra sự hủy hoại những gì họ đến xem.

Ví dụ : Họ chặt phá cây cối một cách vô ý thức để lấy củi phục vụ chuyến đi du lịch của họ, hay sau khi khách du lịch rời khỏi điểm du lịch thì họ vứt lại rác rưởi như : vỏ hộp, lon bia, túi ni lon, giấy gói kẹo...

Sự phát triển nhanh chóng của du lịch góp phần tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước nói chung và nhiều địa phương nói riêng. Tuy nhiên bên cạnh những tác động tích cực, hoạt động du lịch đã có những tác động tiêu cực nhất định đến môi trường do tốc độ phát triển quá nhanh trong điều kiện còn thiếu phương tiện xử lý môi trường, nhận thức và công cụ quản lý nhà nước về môi trường trong ngành còn hạn chế.

Việc du khách đi du lịch với số lượng lớn cùng một lúc vì vậy làm quá tải đối với các tài nguyên du lịch. Nếu quản lý không tốt, không có qui hoạch cụ

thể thì những hậu quả do du lịch mang lại cũng không nhỏ. Vấn đề này đang là vấn đề thời sự cấp bách ở nhiều quốc gia, khu vực.

Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Phân biệt khách du lịch với những người không phải là khách du lịch? Sự phân biệt đó có ý nghĩa gì trong hoạt động du lịch.
2. Trình bày những đặc điểm của sản phẩm du lịch? Từ đó đòi hỏi người làm du lịch cần phải làm gì?
3. Nêu các loại hình du lịch? Cho biết ý nghĩa của việc phân loại các loại hình du lịch.
4. Trình bày các điều kiện để phát triển du lịch? Liên hệ thực tiễn ở Việt Nam.
5. Trình bày các tác động của du lịch? Người làm du lịch cần phải làm gì để góp phần thúc đẩy ngành du lịch phát triển?

Chương 2

THỜI VỤ DU LỊCH

Mục tiêu

- Hiểu rõ đặc điểm, những tác động bất lợi của thời vụ du lịch và các nhân tố ảnh hưởng đến tính thời vụ trong du lịch.
- Áp dụng các biện pháp để hạn chế tính thời vụ trong du lịch.
- Nâng cao ý thức sẵn sàng phục vụ khách ở cả trong và sau mùa du lịch.

Nội dung tóm tắt

Du lịch là một hoạt động mang tính thời vụ, những đặc điểm của thời vụ trong du lịch cũng như những nhân tố ảnh hưởng đến tính thời vụ du lịch gây nên những tác động bất lợi đối với hoạt động du lịch. Từ đó đòi hỏi các tổ chức kinh doanh du lịch phải có phương hướng giảm những tác động tiêu cực của thời vụ du lịch.

I. ĐẶC ĐIỂM THỜI VỤ DU LỊCH VÀ NHỮNG TÁC ĐỘNG CỦA THỜI VỤ DU LỊCH

1. Khái niệm

Thời vụ du lịch là sự dao động lặp đi lặp lại hàng năm của “cung” và “cầu” trong du lịch, dưới tác động của một số nhân tố xác định. Trong thực tế thời vụ du lịch của một trung tâm, một đất nước nào đó, là tập hợp hàng loạt các biến động theo mùa của cung và cầu, cũng như sự tác động tương hỗ giữa chúng trong tiêu dùng du lịch.

Sự phát triển của thời vụ du lịch vào 2 thế kỷ gần đây đã chứng tỏ rằng: thời vụ du lịch có sự thay đổi đáng kể, chứ không phải là một đặc tính bất biến. Ban đầu tầng lớp quý tộc châu Âu cho rằng mùa đông kéo dài là để giải trí, mùa hè ngắn để chữa bệnh. Sau đó nhiều người tham gia du lịch, các trung tâm nghỉ núi mùa hè phát triển mạnh và thời gian chính của hoạt động du lịch chuyển sang

mùa hè. Đầu thế kỷ 20 mùa hè ở Địa Trung Hải đã thu hút nhiều khách ở Bắc Trung Âu xuống nghỉ biển, đã trở thành du lịch nghỉ biển mùa hè. Sau đó mùa đông lại được phục hồi thành mùa du lịch ở tại các điểm vùng núi.

Sau Chiến tranh thế giới thứ 2, do sự phát triển của du lịch đã làm tăng thêm cường độ của thời vụ. Nhiều loại hình du lịch mới được hình thành như du lịch hội nghị, du lịch tìm hiểu theo tuyến.v.v... Chủ yếu hoạt động vào mùa xuân và mùa thu, nhưng số người tham gia các loại hình du lịch đó lại rất ít so với số người thích nghỉ biển. Do vậy tính thời vụ của hoạt động du lịch không thay đổi được nhiều.

Tóm lại, thời gian và cường độ của thời vụ du lịch không phải luôn cố định mà chúng biến đổi dưới tác động của nhiều yếu tố.

Một điểm du lịch có thể có một hoặc nhiều thời vụ du lịch tùy thuộc vào khả năng đa dạng hóa các loại hình du lịch ở đó.

Các mùa vụ du lịch: Do nhu cầu du lịch không giống nhau giữa các tháng trong năm tạo ra các thời kỳ có lượng cầu khác nhau, đó là các thời vụ (hay mùa trong du lịch).

- Mùa du lịch chính: Là khoảng thời gian có cường độ tiếp nhận khách du lịch lớn nhất.

- Trước mùa du lịch chính: Là khoảng thời gian có cường độ thấp hơn mùa chính, xảy ra trước mùa du lịch chính.

- Sau mùa du lịch: Là khoảng thời gian có cường độ thấp hơn mùa chính, xảy ra sau mùa du lịch chính.

- Trái mùa du lịch (Mùa chết): Là khoảng thời gian có cường độ thu hút khách du lịch thấp nhất.

Thời kỳ đầu mùa số lượng du khách thường tăng dần, còn trong thời kỳ cuối vụ thì hiện tượng ngược lại, thời gian còn lại trong năm được gọi là ngoài mùa, ở một số nước người ta gọi là mùa chết.

Ở các nước du lịch phát triển, thông thường thời vụ du lịch kéo dài hơn. Cường độ du lịch giữa mùa chính so với thời kỳ trước và sau vụ thể hiện yếu hơn. Với các nước hoặc vùng du lịch mới phát triển, mùa du lịch thường ngắn và cường độ du lịch giữa mùa chính so với thời kỳ trước và sau vụ thể hiện rõ nét hơn.

2. Đặc điểm của thời vụ du lịch

Thời vụ trong du lịch là một hiện tượng phổ biến khách quan. Nó tồn tại ở tất cả các nước và các vùng có hoạt động du lịch.

Ở các nước khác nhau, vùng khác nhau có thể có một hoặc nhiều thời vụ du lịch, tùy thuộc vào các thể loại du lịch phát triển ở đó.

Thời gian và cường độ của thời vụ du lịch có sự khác biệt phụ thuộc vào từng loại khách du lịch.

Ví dụ: Các trung tâm dành cho du lịch thanh niên thường có mùa ngắn hơn và cường độ mạnh hơn các trung tâm đón khách cao tuổi và trung niên

Thời gian và cường độ của các mùa du lịch có sự khác biệt phụ thuộc vào mức độ khai thác tài nguyên du lịch và điều kiện đón tiếp, phục vụ khách du lịch.

Ví dụ: ở các nơi có có các công trình kiên cố như khách sạn, khu điều dưỡng... thì mùa du lịch kéo dài và cường độ mùa du lịch chính không chênh lệch quá cao so với thời gian còn lại và ngược lại

Thời gian và cường độ của thời vụ du lịch có sự khác biệt theo từng loại hình du lịch.

Ví dụ: Du lịch nghỉ biển có thời gian ngắn hơn và cường độ cao hơn nhiều so với du lịch chữa bệnh.

Thời gian và cường độ của thời vụ du lịch có sự khác biệt tùy thuộc vào điều kiện phát triển của từng quốc gia, từng vùng.

Cường độ của thời vụ du lịch không bằng nhau theo chu kỳ kinh doanh (hay là các tháng khác nhau)

3. Những tác động của thời vụ du lịch

Tính thời vụ trong du lịch ảnh hưởng đến việc sử dụng tất cả các thành phần của quá trình kinh doanh du lịch như tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân viên phục vụ, khách du lịch...

Đối với nhà kinh doanh du lịch: Khi cầu vượt quá cung thì chất lượng phục vụ du lịch giảm sút do tài nguyên du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch sử dụng quá công suất, việc sử dụng nhân lực không thể đáp ứng một cách đầy đủ. Ngược lại khi cầu du lịch giảm xuống thì hiệu quả kinh tế trong du lịch sẽ giảm đi do chi phí biến đổi chiếm tỉ trọng không đáng kể, chi phí cố định lớn làm giảm khả năng áp dụng giá linh hoạt, gây khó khăn cho hoạt động của tổ chức du lịch, chất lượng phục vụ không tốt, việc tổ chức và sử dụng nhân lực sẽ không sử dụng hết trong năm, dễ gây sự dịch chuyển việc làm mới và ảnh hưởng đến khả năng nâng cao nghiệp vụ chuyên môn. Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và tài nguyên không sử dụng hết công suất gây lãng phí về nguồn tài nguyên.

Đối với khách du lịch: Tính thời vụ làm hạn chế khả năng tìm chỗ nghỉ thích hợp với thời gian tự chọn theo ý muốn. Vào mùa du lịch chính xảy ra tình trạng tập trung các nhu cầu của du khách, làm giảm tiện nghi sử dụng các tài nguyên du lịch dẫn đến giảm chất lượng phục vụ khách du lịch. Mặt khác tính thời vụ du lịch còn ảnh hưởng không tốt cho các ngành kinh tế và các ngành dịch vụ có liên quan, dẫn đến tình trạng phá vỡ tính đều đặn trong sản xuất và thực hiện sản phẩm của các ngành trong đó có du lịch (giao thông, công nghiệp, dịch vụ công cộng...).

Đối với chính quyền địa phương: Tính thời vụ làm ảnh hưởng đến an ninh chính trị, an toàn xã hội. Vào mùa du lịch chính với việc đón tiếp một lượng khách quá đông tại điểm du lịch của địa phương gây ra những vấn đề khó khăn trong việc giữ gìn an ninh của địa phương, vấn đề đảm bảo an toàn cho du khách cũng như dân cư địa phương, hay những vấn đề về xã hội.

Đối với dân cư thay đổi nếp sống, sinh hoạt: Chẳng hạn như trước đây tiêu dùng giản dị, tiết kiệm nay tiêu dùng hoang phí.

Tính thời vụ trong du lịch đã ảnh hưởng lớn đến quá trình kinh doanh của ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp du lịch khách sạn nói riêng. Vì vậy muốn nâng cao hiệu quả trong kinh doanh du lịch khách sạn cần nắm vững các nhân tố ảnh hưởng đến thời vụ du lịch để tìm ra các phương án tối ưu cho quá trình kinh doanh trong từng thời kỳ.

II. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THỜI VỤ DU LỊCH VÀ PHƯƠNG HƯỚNG GIẢM NHỮNG TÁC ĐỘNG TIÊU CỰC CỦA THỜI VỤ DU LỊCH

1. Các yếu tố ảnh hưởng đến thời vụ du lịch

1.1. Yếu tố tự nhiên

Khí hậu là nhân tố có ý nghĩa quan trọng trong việc hình thành tính thời vụ du lịch. Nó tác động mạnh lên cả cung và cầu du lịch. Ảnh hưởng của nhân tố khí hậu thể hiện rõ nét ở các loại hình du lịch nghỉ biển, nghỉ núi và mức độ nhất định trong du lịch chữa bệnh. Đối với các du lịch nghỉ biển, các thành phần như ánh nắng, độ ẩm, hướng gió, nhiệt độ và một số đặc điểm vị trí địa lý, độ sâu, chiều dài, rộng của bãi tắm.v.v... sẽ quyết định đến nhu cầu của khách, ví dụ du khách Bắc Âu nhiệt độ nước biển từ 15°C – 16°C là phù hợp để tắm. Nhưng đối với khách du lịch châu Âu thì nhiệt độ nước biển phải từ 20-25°C là phù hợp.

Điều đó chứng tỏ rằng giới hạn của thời tiết gây ra có thể mở rộng, hoặc thu hẹp lại, tùy thuộc vào đòi hỏi của khách du lịch, và tiêu chuẩn của nó khi sử dụng tài nguyên du lịch.

Đối với một số loại hình du lịch khác như du lịch chữa bệnh, du lịch văn hoá, du lịch công vụ, ảnh hưởng của điều kiện khí hậu không lớn như du lịch nghỉ biển, nhưng biểu hiện cường độ khách tăng lên vào mùa khô vì thời tiết thuận lợi hơn cho các cuộc hành trình du lịch.

1.2. Yếu tố kinh tế - xã hội - tâm lý

*** Về kinh tế**

Thu nhập là yếu tố quan trọng có ảnh hưởng quyết định tới nhu cầu đi du lịch. Bởi để thực hiện được chuyến đi du lịch thì cần phải có một lượng tiền cần thiết, nên thu nhập của người dân càng cao thì họ có nhu cầu đi du lịch càng nhiều. Vì vậy ở các nước có nền kinh tế phát triển người ta đi du lịch nhiều hơn, họ có thể thực hiện nhiều chuyến đi du lịch trong một năm, do đó nhu cầu đi du lịch trong mùa chính giảm, góp phần làm giảm cường độ du lịch ở thời vụ du lịch chính. Điều đó cho thấy rõ tác động của thu nhập đến tính thời vụ du lịch.

Sự thay đổi tỉ giá hối đoái cũng tác động khá lớn đến nhu cầu đi du lịch. Chẳng hạn đồng tiền quốc gia nơi đến bị mất giá so với đồng tiền có khả năng chuyển đổi cao như USD, EURO... thì sẽ làm tăng nhu cầu du lịch và ngược lại. Sự thay đổi có thể kéo theo làm thay đổi mức độ, thời vụ của du lịch.

Ngoài ra còn có các yếu tố kinh tế khác như giá cả, sự tăng trưởng kinh tế cũng có tác động rất lớn đến nhu cầu du lịch.

*** Thời gian nhàn rỗi**

Thời gian nhàn rỗi là nhân tố ảnh hưởng đến sự phân bố không đều của nhu cầu du lịch, con người chỉ có thể đi du lịch vào thời gian nhàn rỗi. Tác động của thời gian nhàn rỗi lên tính thời vụ trong du lịch phải nói đến 2 đối tượng chính trong xã hội.

Thứ nhất: là thời gian nghỉ phép năm tác động lên thời vụ du lịch, do độ dài của thời hạn phép và thời gian sử dụng phép. Nếu thời gian phép ngắn thì người ta thường chỉ đi du lịch một lần trong năm, khi đó họ chọn thời gian chính vụ để đi du lịch với mong muốn được tận hưởng những ngày nghỉ quý giá, do đó cường độ du lịch sẽ cao vào mùa chính. Ngược lại thời hạn nghỉ phép năm dài cho phép con người đi du lịch nhiều lần trong năm, tỉ trọng nhu cầu tập trung vào mùa

chính sẽ giảm, góp phần làm giảm cường độ du lịch trong mùa chính, tăng cường độ thu hút nhu cầu ngoài mùa. Như vậy sự gia tăng thời gian nhàn rỗi góp phần giảm cường độ của du lịch ở thời vụ chính và tăng cường độ du lịch vào ngoài mùa du lịch.

Việc phân bố thời gian sử dụng phép năm của nhân dân lao động cũng ảnh hưởng đến tính thời vụ trong du lịch.

Sự tập trung lớn nhu cầu vào vụ chính còn do việc sử dụng phép theo tập đoàn như cán bộ - giáo viên trong trường học nghỉ hè, nông dân nghỉ vào ngày không bận rộn mùa màng. Một số xí nghiệp ngừng hoạt động chính vào một giai đoạn trong năm và nhân viên phải nghỉ phép trong thời gian đó.

Khía cạnh thứ hai của thời gian nhàn rỗi là thời gian nghỉ của trường học, điều này làm cho học sinh và cha mẹ chúng có thời gian đi du lịch. Thường là đối với học sinh có độ tuổi từ 6÷15 tuổi, các bậc cha mẹ thường xếp sắp thời gian nghỉ phép cùng, để tận hưởng ngày nghỉ cùng với con cái. Đối với tầng lớp học sinh, sinh viên ở các trường phổ thông trung học, đại học, cao đẳng, kỳ nghỉ hè trùng với mùa du lịch biển... Điều này làm tăng cường độ mùa du lịch chính.

Đối với những người hưu trí, số lượng của đối tượng này ngày càng tăng do tuổi thọ trung bình tăng, thời gian của họ có thể đi du lịch bất kỳ lúc nào nếu có đủ điều kiện kinh tế, đây là lực lượng du khách làm giảm bớt cường độ mùa du lịch chính.

** Sự quần chúng hoá trong du lịch*

Là nhân tố ảnh hưởng đến cấu trúc trong du lịch. Sự tham gia của số đông khách có khả năng thanh toán trung bình (thường ít có kinh nghiệm đi du lịch) họ thường thích đi nghỉ biển vào mùa hè mùa du lịch chính, vì các lý do sau:

- Đa số khách có khả năng thanh toán hạn chế thường đi nghỉ tập thể vào chính vụ, do chi phí tổ chức chuyến đi theo đoàn thường nhỏ. Mặc dù vào vụ chính, chi phí du lịch cao nhưng lại được giảm giá cho số đông.

- Họ thường không hiểu điều kiện nghỉ ngơi của từng tháng nên họ chọn những tháng thuộc mùa chính để xác suất gặp thời tiết bất lợi là nhỏ nhất.

- Do ảnh hưởng của mốt và sự bắt chước lẫn nhau của du khách. Những người mới tham gia vào dòng khách du lịch thường không nắm được điều kiện nghỉ ngơi của từng vùng, từng địa phương một cách cụ thể. Họ lựa chọn thời gian đi nghỉ ngơi dưới tác động của các nhân tố tâm lý và phụ thuộc vào kinh nghiệm của người khác. Họ thường đi nghỉ vào thời gian mà các nhân vật có tiếng đi nghỉ.

Vì vậy sự quần chúng hoá trong du lịch làm tăng tính thời vụ vốn có trong du lịch. Để khắc phục ảnh hưởng này người ta dùng chính sách giảm giá vào trước và sau mùa chính, đồng thời tăng cường quảng cáo các điều kiện nghỉ ngơi ngoài mùa chính để thu hút khách.

*** Phong tục tập quán**

Thông thường là các phong tục có tính chất lâu dài và được hình thành dưới tác động của các điều kiện kinh tế - xã hội. Các điều kiện này thay đổi sẽ tạo ra các phong tục mới nhưng không thể xóa bỏ phong tục cũ và chúng có thể chấp nhận được. Ví dụ ở miền Bắc nước ta vào mùa xuân là mùa lễ hội như hội Chùa Hương, Chùa Thầy, Đền Hùng, Hội Lim... chiếm tới 74% trong tổng số lễ hội trong năm.

*** Điều kiện về tài nguyên du lịch**

Điều kiện về tài nguyên du lịch như bờ biển đẹp, dài, mùa du lịch biển tăng và ngược lại hoặc các danh lam thắng cảnh phong phú sẽ làm tăng cường độ du lịch tham quan. Ở những vùng có suối nước khoáng tạo điều kiện du lịch chữa bệnh phát triển.v.v... Độ dài của thời vụ du lịch của một vùng phụ thuộc vào sự đa dạng của các thể loại du lịch có thể phát triển ở đó. Ví dụ: Một nước có điều kiện phát triển du lịch nghỉ biển thì thời vụ du lịch sẽ ngắn hơn so với một nước khác vừa có thể phát triển du lịch nghỉ biển vừa kết hợp với du lịch chữa bệnh và văn hóa.

*** Sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch**

Sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch có ảnh hưởng đến độ dài thời vụ du lịch thông qua cung.

Cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và cách tổ chức hoạt động trong các cơ sở du lịch ảnh hưởng đến việc phân bố nhu cầu theo thời gian. Chẳng hạn việc xây dựng các khách sạn có hội trường, bể bơi, các trung tâm chữa bệnh... tạo điều kiện cho các cơ sở này hoạt động quanh năm.

Việc phân bố hợp lý các hoạt động vui chơi, giải trí, tổ chức cho du khách có ảnh hưởng nhất định đến việc khắc phục sự tập trung những nhân tố tác động đến thời vụ du lịch.

Chính sách giá của các cơ quan du lịch ở từng nước, từng vùng, các tổ chức kinh doanh du lịch - khách sạn thường giảm giá các dịch vụ và hàng hoá trước và sau mùa chính hoặc dùng các hình thức khuyến mãi để kéo dài thời vụ du lịch.

Các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ảnh hưởng không nhỏ đến sự phân bố của luồng khách du lịch giúp cho khách du lịch nắm được các thông tin về

điểm du lịch để họ có kế hoạch đi nghỉ sớm hoặc sau mùa chính một khi họ thấy có lợi.

Các nhân tố trên thông thường vừa tác động riêng lẻ, vừa tác động đồng thời, trong thực tế mùa du lịch thường chịu ảnh hưởng của một vài nhân tố cùng một lúc. Ngoài ra tác động của từng nhân tố có thể giảm đi khi có nhân tố khác tác động theo hướng ngược lại, ví dụ: tác động của yếu tố khí hậu sẽ giảm nếu tạo ra cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật thích hợp. Vì vậy cần phải hiểu rõ các mối liên hệ và ràng buộc qua lại giữa các yếu tố ảnh hưởng đến độ dài mùa của từng loại hình du lịch. Từ đó để tìm ra được mọi khả năng kéo dài mùa kinh doanh du lịch hoạt động trong cả năm, nâng cao chất lượng phục vụ và tăng nguồn thu cho doanh nghiệp du lịch - khách sạn.

2. Phương hướng giảm những tác động tiêu cực của thời vụ du lịch

Nguyên nhân của tính thời vụ nằm ở các nhân tố tác động đến sự không đều đặn của cầu du lịch và sự không ổn định của cung du lịch. Do đó phương hướng hạn chế tính thời vụ được thể hiện trên hai mặt này. Đó là phương hướng san bằng cầu vào mùa du lịch chính và phương hướng thu hút cầu vào ngoài mùa du lịch.

Phương hướng san bằng cầu: Phương hướng này liên quan đến việc bổ sung thêm các điểm thu hút hấp dẫn khác của những nơi đến trong mùa du lịch chính và ngoài mùa du lịch chính nhằm làm cho mùa du lịch ở đó được kéo dài ra.

Phương hướng thu hút cầu: Phương hướng này liên quan đến việc sử dụng các đòn bẩy kinh tế như chính sách chênh lệch giá, khuyến mãi... Nhằm thu hút khách ngoài mùa du lịch chính.

Cụ thể hai phương hướng này được biểu hiện bằng những nội dung sau:

2.1. Xác định khả năng kéo dài mùa vụ du lịch của một loại hình du lịch

Đây là tiền đề quan trọng nhất để từ đó có thể vạch ra và áp dụng một chương trình hạn chế những ảnh hưởng bất lợi của thời vụ du lịch. Muốn vậy doanh nghiệp phải tiến hành nghiên cứu nhằm xác định số lượng và cơ cấu nguồn khách triển vọng đi du lịch ngoài mùa du lịch chính. Chẳng hạn như khách công vụ, những người nghỉ hưu thường thích đi nghỉ, đi an dưỡng vào mùa yên tĩnh, những người này có nhu cầu du lịch ít liên quan đến mùa du lịch chính, ngành du lịch có thể tập trung khai thác để kéo dài mùa vụ của loại hình du lịch.

2.2. Đa dạng hóa các loại hình du lịch

Thông thường mỗi loại hình du lịch gắn liền với thời vụ du lịch nhất định. Chẳng hạn loại hình du lịch nghỉ mát thường là mùa hè, du lịch lễ hội thì thời

vụ du lịch chính thường vào mùa xuân... Để kéo dài thời vụ du lịch thì các cơ sở kinh doanh du lịch cần phải phát triển thêm các loại hình du lịch tại cùng một khu du lịch. Chẳng hạn người ta có thể phát triển thêm loại hình du lịch sinh thái hay ở các khu du lịch nghỉ biển người ta có thể xây dựng các bể bơi nước nóng có mái che, hay có sân chơi thể thao. Để đa dạng hóa các loại hình du lịch cần căn cứ vào các yếu tố sau:

- Giá trị và khả năng tiếp nhận các nguồn tài nguyên du lịch.
- Qui mô các luồng khách đã có và các luồng khách triển vọng.
- Khả năng tiếp nhận và khả năng đáp ứng của các cơ sở và điểm đến du lịch.
- Nguồn lao động trong vùng.
- Khả năng kết hợp các thể loại du lịch có thể phát triển được.
- Kinh nghiệm của tổ chức.

2.3. Xác định các điều kiện cho mùa du lịch thứ hai

Một cách thức khác có thể làm giảm tác động của mùa du lịch là xác định mùa vụ du lịch thứ hai. Có nghĩa là ngoài vụ du lịch chính cần tạo ra mùa du lịch mới để tăng cường khả năng thu hút khách ngoài mùa vụ cao điểm. Để làm được điều này cần dựa vào các yếu tố sau:

- Sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch ngoài mùa du lịch chính. Ví dụ một nơi nghỉ mát mùa hè có thể phát triển thêm loại hình du lịch sinh thái, mạo hiểm vào mùa đông...

- Khả năng huy động những tài nguyên du lịch chưa được khai thác.
- Số lượng và cơ cấu của luồng khách triển vọng.
- Chất lượng và cơ cấu cơ sở vật chất kỹ thuật hiện có và khả năng sẵn sàng tiếp nhận của chúng.

- Lượng vốn đầu tư cần thiết để xây dựng thêm cơ sở vật chất và các trang thiết bị để thỏa mãn nhu cầu phục vụ khách du lịch quanh năm.

2.4. Khắc phục những bất lợi đối với chất lượng phục vụ

Để nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, giảm thiểu hóa khoảng cách giữa giá trị mong đợi và giá trị cảm nhận của khách hàng thì các đơn vị cung ứng dịch vụ cần nâng cao chất lượng phục vụ du khách trên cơ sở tìm hiểu kỹ nhu cầu của từng đối tượng khách du lịch. Việc nâng cao chất lượng phục vụ cần được triển khai theo nhiều hướng khác nhau như: Việc nâng cao chất lượng và cải tiến cơ sở vật chất kỹ thuật cho phù hợp với nhu cầu đa dạng của du khách, tăng tính

chất tổng hợp hay đa dạng hóa các cơ sở cung ứng, làm phong phú thêm chương trình du lịch bằng các biện pháp giải trí tiêu khiển... phù hợp với đặc điểm khách ở từng vùng du lịch.

Ngoài ra cần tăng cường xúc tiến quảng bá, có chính sách ưu đãi về giá cho du khách lúc trái vụ. Việc tăng cường xúc tiến quảng bá nhằm nêu bật những điều kiện tự nhiên thuận lợi của từng vùng du lịch trong từng mùa của cả năm hay việc giảm giá toàn bộ sản phẩm du lịch. Sử dụng giá khuyến khích đối với từng thành phần riêng của sản phẩm du lịch, sử dụng dịch vụ không mất tiền...

Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Trình bày khái niệm và đặc điểm của thời vụ du lịch ? Đặc điểm của thời vụ trong du lịch gây khó khăn gì trong hoạt động kinh doanh du lịch?
2. Trình bày các yếu tố ảnh hưởng đến thời vụ du lịch? Nắm vững những yếu tố này có ý nghĩa gì đối với các doanh nghiệp kinh doanh du lịch?
3. Trình bày phương hướng để giảm những tác động tiêu cực của thời vụ du lịch.

Chương 3

CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT VÀ LAO ĐỘNG TRONG DU LỊCH

Mục tiêu

- Nhận thức rõ đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động trong du lịch.
- Sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động hợp lý.
- Không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn và ý thức trách nhiệm trong công việc.

Nội dung tóm tắt

Cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động là những yếu tố nguồn lực không thể thiếu được trong sự phát triển của ngành du lịch. Song việc nắm vững đặc điểm của cơ sở vật chất và kỹ thuật và lao động trong du lịch, từ đó để sử dụng hợp lý các nguồn lực có ý nghĩa to lớn, nó đòi hỏi không ngừng nâng cao trình độ và ý thức trách nhiệm cho người lao động.

I. CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT TRONG DU LỊCH

1. Khái niệm và đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

1.1. Khái niệm

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch giữ vai trò quan trọng trong quá trình sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm du lịch. Mức độ khai thác các tiềm năng du lịch cũng như mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch phụ thuộc nhiều vào chúng. Chính vì vậy mà sự phát triển của ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp du lịch - khách sạn nói riêng bao giờ cũng gắn liền với việc xây dựng và hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật.

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch bao gồm toàn bộ các phương tiện vật chất tham gia vào việc tạo ra và cung ứng các dịch vụ và hàng hóa du lịch (sản

phẩm du lịch) nhằm đáp ứng mọi nhu cầu của du khách trong suốt cuộc hành trình du lịch.

Như vậy về mặt hiện vật cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm các công trình, khách sạn, nhà hàng, các trang thiết bị... phục vụ cho quá trình kinh doanh của ngành du lịch.

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch là một bộ phận cấu thành của cơ sở vật chất kỹ thuật của xã hội nói chung. Do đó nội dung và bản chất của cơ sở vật chất kỹ thuật xã hội là cơ sở để nghiên cứu bản chất và nội dung của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch.

Trong cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch thì tài sản cố định chiếm tỷ trọng lớn. Ngoài ra nó còn bao gồm cả những tư liệu lao động có giá trị thấp và thời gian sử dụng ngắn.

1.2. Nội dung cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Mỗi một ngành trong nền kinh tế quốc dân thực hiện những chức năng khác nhau. Đặc điểm hoạt động của mỗi ngành có ảnh hưởng trực tiếp đến nội dung của cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành đó. Du lịch cũng như các ngành kinh tế quốc dân khác có một số đặc điểm có ảnh hưởng tới nội dung của cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành. Đó là: Du lịch "sản xuất" nhiều và đa dạng về thể loại các dịch vụ và hàng hóa nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch. Vì vậy cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch bao gồm nhiều thành phần khác nhau.

Việc tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ du lịch đòi hỏi phải có một hệ thống các cơ sở các công trình đặc biệt.

Tài nguyên du lịch chiếm vị trí đặc biệt quan trọng trong tiêu dùng của khách du lịch. Vì vậy để khai thác có hiệu quả các tiềm năng du lịch đòi hỏi phải xây dựng một hệ thống các công trình đặc biệt.

Từ phân tích trên ta thấy nội dung của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch gồm:

- Cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch gồm: hệ thống các khách sạn, nhà hàng, phương tiện giao thông vận tải và có thể cả các rạp chiếu phim, công viên nếu do các ngành du lịch đầu tư và xây dựng.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch bao gồm những thành phần cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch và một bộ phận cơ sở vật chất kỹ thuật của

các ngành khác tham gia phục vụ du lịch như: hệ thống giao thông vận tải, cơ sở hạ tầng (điện, nước, bưu điện và các cơ sở phục vụ khác).

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch bao gồm: nhà cửa, trang thiết bị, máy văn phòng, hệ thống thông tin liên lạc, phương tiện vận chuyển, hệ thống đặt tiền giữ chỗ...

1.3. Đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

1.3.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch phụ thuộc lớn vào tài nguyên du lịch

Mục đích các chuyến du lịch là để sử dụng tài nguyên du lịch như: nghỉ biển, nghỉ núi..., mục đích của chuyến đi đạt được ở mức độ nào phụ thuộc rất lớn vào giá trị cũng như vị trí của tài nguyên du lịch (tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên nhân văn), khả năng tiếp nhận của tài nguyên du lịch là cơ sở để xác định công suất các công trình phục vụ du lịch. Sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch ảnh hưởng tới thứ hạng của các công trình này.

Sự kết hợp hài hòa giữa tài nguyên du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật giúp cho cơ sở phục vụ du lịch hoạt động có hiệu quả, kéo dài thời gian sử dụng của chúng trong năm. Ví dụ ở các điểm du lịch nhỏ thì không cần thiết phải có cơ sở vật chất có quy mô lớn.

Vị trí của tài nguyên du lịch là cơ sở để bố trí hợp lý cơ sở vật chất kỹ thuật trên các vùng lãnh thổ của đất nước.

Sự phụ thuộc của cơ sở vật chất kỹ thuật vào tài nguyên du lịch không chỉ diễn ra một chiều mà các công trình phục vụ du lịch cũng có tác động nhất định đến mức độ sử dụng tài nguyên du lịch.

1.3.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch mang tính đồng bộ trong xây dựng và sử dụng

Đặc điểm này xuất phát từ tính đồng bộ của nhu cầu du lịch. Cùng với những nhu cầu đặc trưng của du lịch như: tham quan, chữa bệnh, hội họp... được đáp ứng chủ yếu bằng tài nguyên du lịch, hàng ngày khách du lịch còn cần phải thỏa mãn các nhu cầu thiết yếu như ăn, ngủ, đi lại. Ngoài ra khách còn cần tới những điều kiện thuận lợi, những dịch vụ bổ sung nhằm làm phong phú cho chuyến đi, gây hứng thú cho họ. Do vậy để đáp ứng những nhu cầu trên cần phải xây dựng một hệ thống các công trình, các cơ sở phục vụ đồng bộ.

Tính đồng bộ của nhu cầu du lịch đã tạo ra mối quan hệ phụ thuộc về chất lượng và số lượng giữa các thành phần của cơ sở vật chất kỹ thuật.

Trong các thành phần của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch thì các cơ sở lưu trú giữ vai trò quyết định. Công suất, cơ cấu và cách sử dụng của cơ sở phục vụ lưu trú quyết định phần lớn tới quy mô sự đa dạng, chu kỳ sử dụng trong năm của các cơ sở khác như: ăn uống, vui chơi giải trí...

1.3.3. Chi phí cho cơ sở vật chất kỹ thuật thường chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí kinh doanh du lịch

Nhu cầu du lịch là nhu cầu cao cấp của con người. Khách du lịch bao giờ cũng đòi hỏi nhu cầu của mình phải được thỏa mãn ở mức độ cao; nhất là nơi ở của khách đòi hỏi phải tiện nghi và thoải mái. Cơ sở vật chất kỹ thuật tạo điều kiện cho sự đáp ứng cho những nhu cầu cao cấp đó. Vì vậy giá trị của một đơn vị công suất sử dụng bao giờ cũng rất cao. Mặt khác tính thời vụ của du lịch cũng là nhân tố gây nên giá trị cao của một đơn vị công suất sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật.

Chi phí cho sự tạo ra và duy trì cơ sở vật chất kỹ thuật chiếm một tỷ trọng lớn trong giá thành sản phẩm du lịch.

Ví dụ: 01 phòng của khách sạn 3* chi phí "xây dựng từ 60.000- 90.000 USD.

01 phòng của khách sạn 4* chi phí sản xuất từ 90.000 -120.000USD.

01 phòng của khách sạn 5* chi phí xây dựng từ 120.000- 150.000USD.

1.3.4. Cơ sở vật chất kỹ thuật được sử dụng trong thời gian tương đối dài

Thành phần chính của cơ sở vật chất kỹ thuật là các cơ sở lưu trú, ăn uống, các cửa hàng thương mại... Những cơ sở này chi phí đầu tư ban đầu và duy trì cơ sở vật chất kỹ thuật cao và được sử dụng trong thời gian tương đối dài từ 50-100 năm mà mức độ hao mòn vô hình và hữu hình không lớn như đối với máy móc thiết bị. Trong khi đó trong cơ cấu tiêu dùng du lịch các dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn và mang tính phi vật chất. Các dịch vụ chủ yếu do con người tạo nên và thực hiện sự tham gia của máy móc thiết bị rất hạn chế. Do vậy việc đầu tư xây dựng cơ bản phải có sự nghiên cứu kỹ lưỡng về mặt thiết kế kiến trúc để đảm bảo phù hợp lâu dài mà không cần cải tạo nâng cấp nhiều.

1.3.5. Cơ sở vật chất kỹ thuật được sử dụng theo thời vụ

Đặc điểm này do tính chất thời vụ của hoạt động du lịch gây nên. Công suất sử dụng của cơ sở vật chất kỹ thuật bị thay đổi theo các tháng, tuần, ngày trong năm. Vào mùa du lịch chính cơ sở vật chất kỹ thuật được sử dụng ở mức độ rất cao vì lượng khách du lịch đông.

Trong một tuần cũng có sự thay đổi nhịp độ sử dụng cơ sở thiết bị du lịch. Nguyên nhân là do về cuối tuần lượng khách du lịch công vụ giảm, mật độ khách ở các trung tâm hành chính kinh tế cũng giảm xuống. Ngược lại vào cuối tuần có nhiều chuyến nghỉ ngắn ngày đến các điểm du lịch nằm ở ngoại vi thành phố. Vì vậy ở các điểm đó số lượng khách du lịch tăng lên. Sự thay đổi nhịp độ sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong một ngày thường diễn ra ở các cơ sở phục vụ ăn uống, giải trí, thể thao... Nguyên nhân do nhịp độ đặc biệt của nhu cầu sống (nhu cầu ăn uống), thói quen giải trí vào buổi tối...

2. Phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch bao gồm nhiều thành phần, nhiều bộ phận khác nhau, chúng có những chức năng khác nhau và có ý nghĩa nhất định trong việc tạo ra và thực hiện các sản phẩm du lịch. Vì vậy chúng ta cần tiến hành phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật theo một số tiêu thức.

2.1. Căn cứ theo hình thức sở hữu

Có thể phân ra cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch do nhà nước quản lý (Bao gồm Trung ương và các địa phương), do tư nhân quản lý, do các công ty liên doanh quản lý, do các công ty cổ phần quản lý, do các công ty TNHH quản lý hoặc công ty 100% vốn nước ngoài sở hữu...

2.2. Căn cứ theo qui mô

- Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có qui mô lớn.
- Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có qui mô vừa.
- Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có qui mô nhỏ.

2.3. Căn cứ vào tính chất hoạt động

- Cơ sở giao thông vận tải du lịch chịu sự quản lý của các công ty vận tải du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật gồm: Các phương tiện vận chuyển, đường xá, nhà ga, bến đỗ xe, toa ngủ, toa phục vụ ăn uống...

- Cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở phục vụ lưu trú bao gồm các công trình kiến trúc đặc biệt như các tòa nhà, các phương tiện, đồ đạc tiện nghi trong các phòng... phục vụ cho nhu cầu nghỉ ngơi vui chơi của du khách ở trong cơ sở lưu trú.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở phục vụ ăn uống bao gồm nhà hàng, nhà bếp, nhà kho, nhà bảo quản, quầy bar, các trang thiết bị... nhằm đảm bảo thỏa mãn nhu cầu ăn uống, giải trí cho khách. Ngoài ra nó có thể phục vụ cả dân cư ở địa phương.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ giải trí bao gồm: Các công trình thể thao, phòng tập luyện, các trung tâm thể thao và các phương tiện phục vụ cho tập luyện và chơi thể thao. Các công trình phục vụ hoạt động văn hóa thông tin như nhà hát, câu lạc bộ, phòng triển lãm... Các cửa hàng thực phẩm, cửa hàng bán đồ lưu niệm, bán đồ chuyên dùng du lịch... các cơ sở này phục vụ khách du lịch là chủ yếu.

Cơ sở hoạt động trung gian: Cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở phục vụ các hoạt động trung gian là do các đại lý du lịch, các văn phòng du lịch quản lý. Nó gồm có: Các văn phòng, các phương tiện thông tin (điện thoại, máy vi tính...), quầy hàng hóa, đồ lưu niệm, phương tiện giao thông ...

Cơ sở phục vụ các dịch vụ bổ sung khác gồm: Trạm xăng dầu, hiệu cắt tóc, giặt là, bưu điện...

II. LAO ĐỘNG TRONG DU LỊCH

1. Đặc điểm của lao động trong du lịch

Du lịch ngày nay không chỉ là một hiện tượng kinh tế- xã hội mà đã trở thành một ngành kinh tế thu hút được nhiều lao động xã hội tham gia. Lao động trong du lịch được hình thành một cách tất yếu và là một bộ phận của lao động xã hội nên nó cũng mang đặc điểm chung của lao động xã hội. Lao động nói chung có nhiệm vụ đáp ứng mọi nhu cầu xã hội, tạo ra của cải vật chất và thúc đẩy xã hội phát triển trên cơ sở phân công lao động xã hội, nó tuân theo quy luật phát triển của xã hội loài người. Song lao động trong doanh nghiệp du lịch - khách sạn cũng có những nét riêng biệt do tính chất và nội dung của hoạt động kinh doanh du lịch quyết định.

1.1. Lao động trong du lịch chủ yếu là lao động dịch vụ

Trong xã hội, lao động tác động trực tiếp lên đối tượng lao động để tạo ra sản phẩm vật chất gọi là lao động sản xuất vật chất. Ví dụ như lao động của công nhân nhà bếp. Tuy nhiên, do đặc điểm của sản phẩm du lịch phần lớn là dịch vụ nên đại bộ phận lao động trong ngành du lịch là lao động trong các lĩnh vực dịch vụ như: Lao động nhân viên phục vụ buồng, phục vụ bàn, nhân viên lễ tân, hướng dẫn viên du lịch...

Trong quá trình phục vụ du lịch, người lao động tiêu hao sức lao động để tạo ra dịch vụ và tạo điều kiện để thực hiện chúng, từ đó đáp ứng mọi nhu cầu của khách du lịch.

1.2. Lao động trong du lịch có tính chuyên môn hóa cao

Lao động trong du lịch phần lớn là lao động kỹ thuật, đòi hỏi có sự chuẩn bị nghiệp vụ cao. Sự chuyên môn hóa thể hiện rõ nét nhất ở các cơ sở phục vụ lưu trú, ăn uống du lịch. Chẳng hạn trong khách sạn có các nghiệp vụ chuyên môn như : Phục vụ buồng, phục vụ bàn, lễ tân....Tính chuyên môn hóa còn được thể hiện ở từng khu vực, khâu phục vụ.

Tính chuyên môn hoá của lao động du lịch là nguyên nhân làm cho một số hoạt động phục vụ du lịch trở nên độc lập như : Hướng dẫn viên du lịch, đón tiếp khách sạn, tổ chức du lịch, tuyên truyền quảng cáo.v.v. Tính chuyên môn hóa của lao động du lịch đã gây khó khăn cho việc thay thế nhân lực một cách đột xuất như khi họ nghỉ ốm, nghỉ phép,... gây ảnh hưởng tới toàn bộ quá trình phục vụ du lịch.

Tuy nhiên một số lao động trong ngành du lịch không đòi hỏi trình độ văn hóa, chuyên môn cao như các công việc quét dọn, lau chùi vệ sinh, phục vụ các bể bơi, các điểm vui chơi giải trí...Tuy nhiên để sử dụng được lao động này, các doanh nghiệp thường ký hợp đồng ngắn hạn, hợp đồng thời vụ và phải được huấn luyện cơ bản...

1.3. Lao động có tính thời điểm, thời vụ

Thời gian làm việc của người lao động mang tính chất thời điểm, thời vụ, phụ thuộc vào đặc điểm tiêu dùng. Giờ làm việc của người lao động thường bị đứt đoạn và tương ứng với thời gian đến và đi của khách. Ngày làm việc thường bắt đầu từ sáng sớm cho đến tối khuya, đặc biệt làm việc cả ngày lễ và chủ nhật. Có công việc giờ làm việc kéo dài 24/24, do vậy việc tổ chức lao động phải chia thành ba ca làm việc. Đặc điểm này đã gây khó khăn cho việc tổ chức lao động một cách hợp lý, làm cho người lao động trong ngành du lịch vào mùa du lịch không có điều kiện tham gia các hoạt động xã hội và làm ảnh hưởng đến cuộc sống riêng của họ.

Do sản phẩm du lịch có tính thời vụ nên lao động trong ngành cũng mang tính thời vụ rõ nét. Ví dụ như nhân viên phục vụ trong các cơ sở lưu trú ở các điểm du lịch nghỉ biển, hàng năm chỉ phục vụ từ tháng 5 đến tháng 9, các tháng còn lại công suất sử dụng thấp (Có thể không có khách), do vậy số lao động này sẽ không có việc làm.

1.4. Lao động có tính chất phức tạp

So với lao động trong các ngành khác thì lao động trong ngành du lịch có cường độ thấp hơn, nhưng lại ở trong môi trường lao động phức tạp và phải chịu

đụng tâm lý cao. Đặc điểm này thể hiện rõ nét đối với những người lao động có quan hệ trực tiếp với khách như: phục vụ buồng, bàn, bar, hướng dẫn du lịch..., họ phải tiếp xúc với nhiều loại đối tượng khách du lịch mà khách lại có những đặc điểm tâm lý xã hội rất khác nhau. Ở một số nghiệp vụ, điều kiện lao động tương đối khó khăn, người lao động phải tiếp xúc với môi trường tương đối nguy hiểm. (Môi trường gây bệnh truyền nhiễm). Sự giao tiếp với nhiều loại người tiêu dùng khi phục vụ càng tăng thêm sự nguy hiểm này.

1.5. Đội ngũ lao động trong du lịch tương đối trẻ

Lao động trong ngành du lịch tương đối trẻ, lao động nữ có độ tuổi trung bình từ 20 - 30 và nam giới trung bình 30 - 40. Đội ngũ lao động trẻ đảm nhận những công việc tiếp tân, phục vụ bàn, hướng dẫn du lịch, đội ngũ lao động có tuổi chủ yếu phục vụ buồng, quét dọn, nấu bếp. Lao động nữ chiếm tỉ trọng lớn hơn lao động nam, ngày nay tỉ trọng này thay đổi với xu hướng tăng lên của lao động nam.

2. Yêu cầu về lao động trong du lịch

Du lịch Việt Nam là một ngành trẻ tuổi, đang phát triển với tốc độ cao, nhưng cũng đang đứng trước những thách thức lớn, do sự cạnh tranh đn đến. Để nâng cao chất lượng phục vụ và tăng sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch trên thị trường khu vực và thế giới thì đội ngũ lao động cần phải đảm bảo các yêu cầu sau

2.1. Yêu cầu về trình độ chuyên môn nghiệp vụ

Do du lịch là nhu cầu cao cấp của con người, vì vậy khi đi du lịch, du khách luôn đòi hỏi phải được phục vụ với chất lượng cao, trong khi đó chất lượng phục vụ trong ngành du lịch lại phụ thuộc chủ yếu vào lao động sống. Vì vậy muốn nâng cao chất lượng phục vụ, cần phải nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ lao động trong ngành du lịch. Người lao động phải có kiến thức nghiệp vụ chuyên môn thành thạo, có kỹ năng nghề nghiệp cao, một mặt giúp phục vụ du khách một cách tốt nhất, mặt khác giúp họ làm quen với những công nghệ phục vụ tiên tiến, từ đó khai thác một cách có hiệu quả các tài nguyên du lịch, các cơ sở phục vụ du lịch và quản lý tốt quá trình này. Thực tế hiện nay đội ngũ lao động của ngành du lịch còn thiếu về chất lượng, yếu về chuyên môn nghiệp vụ, nhất là trong một số khâu như: Marketing, hướng dẫn viên du lịch Vì vậy trong thời gian tới cần chú trọng đến công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ lao động để nâng cao khả năng sẵn sàng đón tiếp và phục vụ khách.

2.2. Yêu cầu về trình độ ngoại ngữ

Chất lượng phục vụ du lịch không chỉ phụ thuộc vào trình độ nghiệp vụ chuyên môn, mà còn phụ thuộc vào khả năng giao tiếp của người lao động với du khách, nhất là đối với du khách quốc tế. Do đó yêu cầu đặt ra đối với đội ngũ lao động trong du lịch là phải có trình độ ngoại ngữ nhất định. Trình độ ngoại ngữ sẽ giúp người lao động có thể giao tiếp trực tiếp với du khách, gây được thiện cảm đối với du khách, từ đó nâng cao chất lượng phục vụ du lịch. Thực tế hiện nay cho thấy khả năng ngoại ngữ của một bộ phận không nhỏ người lao động trong du lịch còn rất yếu. Chính vì vậy khi giao tiếp với khách du lịch họ thường thiếu tự tin, ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng phục vụ và làm giảm sút sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam trong khu vực. Vì vậy yêu cầu đặt ra đối với đội ngũ lao động là phải nâng cao trình độ ngoại ngữ, đặc biệt là lao động trong các khâu tiếp xúc trực tiếp với du khách như nhân viên lễ tân, nhân viên phục vụ bàn, hướng dẫn viên du lịch...

2.3. Một số yêu cầu khác

Ngoài các yêu cầu trên, để phục vụ tốt du khách thì còn đòi hỏi lao động trong du lịch về mặt ngoại hình, về sức khỏe, khả năng giao tiếp, hiểu biết tâm lý khách, có những hiểu biết về xã hội, về hội họa, âm nhạc, nghệ thuật, thể thao... Tuy nhiên với mỗi lao động ở các nghiệp vụ chuyên môn khác nhau có yêu cầu đòi hỏi cụ thể, khác nhau. Chẳng hạn đối với nhân viên bộ phận lễ tân yêu cầu về hình thức thể chất là trẻ trung, có sức khỏe tốt, ngoại hình cân đối, ưa nhìn, có duyên, có phong cách giao tiếp tốt, nhanh nhẹn. Yêu cầu về kiến thức và kỹ năng là phải được đào tạo về nghiệp vụ lễ tân khách sạn, nắm được một số qui tắc về ngoại giao và lễ nghi, phong tục, tập quán, tôn giáo, văn hóa của một số quốc gia (thị trường chính của khách sạn), phải biết sử dụng thành thạo tiếng Anh phổ thông và tiếng Anh chuyên ngành Lễ tân khách sạn du lịch và một số ngoại ngữ khác, sử dụng thành thạo vi tính phổ thông và vi tính chuyên ngành phục vụ cho hoạt động của lễ tân và khách sạn. Yêu cầu về đạo đức nghề nghiệp là thật thà, trung thực, có khả năng tổ chức và giải quyết mọi vấn đề một cách hiệu quả, có tính đồng đội trong công việc.. Nắm vững chuyên môn và những hiểu biết sẽ giúp người lao động tự tin khi giao tiếp, phục vụ các đối tượng du khách khác nhau, góp phần nâng cao uy tín và tiếng tăm cho đất nước và cho doanh nghiệp.

Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch có ảnh hưởng thế nào đến sự phát triển du lịch và hoạt động kinh doanh du lịch.
2. Bằng những hiểu biết thực tế hãy lấy ví dụ và phân tích trình độ chuyên môn của người lao động trong du lịch có ảnh hưởng gì tới hoạt động kinh doanh du lịch.
3. Điều gì sẽ xảy ra khi cơ sở vật chất kỹ thuật tại một điểm du lịch không phù hợp với tài nguyên du lịch?
5. Theo em người lao động ở từng nghiệp vụ chuyên môn (Lễ tân, hướng dẫn viên du lịch, phục vụ buồng...) cần có những yêu cầu chuyên môn cụ thể nào?
6. Trình bày đặc điểm cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch? Nắm vững đặc điểm cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch có ý nghĩa gì đối với các tổ chức kinh doanh trong du lịch.
7. Trình bày đặc điểm của lao động trong du lịch? Nắm vững đặc điểm của lao động trong du lịch có ý nghĩa gì đối với các tổ chức kinh doanh du lịch?
8. Trình bày những yêu cầu đối với đội ngũ lao động trong doanh nghiệp du lịch?

Chương 4

CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ DU LỊCH

Mục tiêu

- Hiểu được đặc điểm của phục vụ du lịch và chất lượng phục vụ du lịch cũng như các yếu tố cấu thành chất lượng phục vụ du lịch
- Chuẩn bị tốt mọi điều kiện và phương tiện về sản phẩm, về cơ sở vật chất kỹ thuật, về đội ngũ lao động để phục vụ khách tốt nhất.
- Hình thành thái độ đúng đắn trong phục vụ.

Nội dung tóm tắt

Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay chất lượng phục vụ du lịch là một trong những yếu tố quan trọng, có ảnh hưởng quyết định đến sự thành công của một doanh nghiệp hoặc một điểm đến. Đặc điểm của phục vụ du lịch cũng như đặc điểm của chất lượng phục vụ du lịch có ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ du lịch. Chất lượng phục vụ du lịch được cấu thành bởi nhiều yếu tố. Do đó để nâng cao chất lượng phục vụ du lịch phải không ngừng nâng cao chất lượng của các yếu tố đó.

I. PHỤC VỤ DU LỊCH

1. Khái niệm

Thông qua quá trình phục vụ du lịch, các hàng hóa và dịch vụ du lịch được thực hiện nhằm thỏa mãn nhu cầu của du khách về ăn uống, nghỉ ngơi, giải trí, chữa bệnh... Chính vì vậy mà chất lượng phục vụ du lịch được coi là một trong những tiêu chuẩn cơ bản để đánh giá toàn bộ hoạt động của các doanh nghiệp du lịch - khách sạn cũng như của toàn ngành du lịch.

Phục vụ du lịch được hiểu là một tập hợp của các hoạt động và các quá trình công nghệ nhằm đảm bảo mọi tiện nghi và tạo thuận lợi cho du khách khi mua và sử dụng các dịch vụ và hàng hóa trong suốt cuộc hành trình du lịch.

Tuy nhiên khi đi sâu phân tích thì phục vụ du lịch là một quá trình phức tạp, kéo dài và diễn ra ở những địa điểm cách xa nhau nhằm sản xuất và cung ứng cho du khách các loại dịch vụ và hàng hóa.

Phục vụ du lịch là một quá trình bởi vì phục vụ du lịch tạo ra các sản phẩm mới với giá trị sử dụng đặc biệt nhằm thỏa mãn những nhu cầu khác nhau của khách. Sự tiếp diễn của quá trình này trên thực tế là tổng hợp của nhiều mối quan hệ ràng buộc giữa các tổ chức, các doanh nghiệp du lịch với khách du lịch.

Như vậy phục vụ du lịch là quá trình tổ chức sản xuất, cung ứng và tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ trong suốt cuộc hành trình của họ.

Từ khái niệm trên ta thấy nội dung phục vụ du lịch bao gồm 3 giai đoạn:

Giai đoạn I: Trước cuộc hành trình (tại nơi ở của khách). Các tổ chức du lịch cần phải tìm hiểu nguyện vọng, mong muốn của khách, cung cấp cho du khách những thông tin cần thiết về đặc điểm của vùng du lịch, về các dịch vụ và mức độ tiện nghi, giải thích cách thức tiến hành chuyến đi, làm thủ tục cần thiết cho du khách ...

Giai đoạn II: Trong cuộc hành trình của du khách. Các tổ chức du lịch tiến hành cung cấp các dịch vụ phục vụ khách như: dịch vụ vận chuyển khách, dịch vụ lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí... theo hợp đồng đã thỏa thuận. Đây là quá trình phục vụ một cách trực tiếp giữa nhân viên phục vụ với khách du lịch. Vì vậy hoạt động của nhóm này chiếm vị trí quan trọng nhất trong quá trình phục vụ khách du lịch.

Giai đoạn III: Sau cuộc hành trình của du khách. Các cơ sở du lịch thanh toán toàn bộ chi phí của chuyến đi, tìm hiểu về mức độ thoả mãn nhu cầu của du khách... và tổ chức đưa tiễn khách.

2. Đặc điểm của phục vụ du lịch

Do tính chất phức tạp của quá trình phục vụ du lịch, mặt khác do đặc tính của tiêu dùng du lịch mà phục vụ du lịch có nhiều đặc điểm. Trong phạm vi của bài này chúng ta chỉ xem xét một số đặc điểm quan trọng nhất của phục vụ du lịch.

2.1. Phục vụ du lịch có tính đồng bộ và tổng hợp cao

Đặc điểm này xuất phát từ nhu cầu phong phú, đa dạng và đồng bộ của du khách cũng như đòi hỏi phải thỏa mãn đồng bộ các nhu cầu đó. Chẳng hạn khi đi du lịch, ngoài các nhu cầu thiết yếu cơ bản như : ăn, ngủ, đi lại, khách đòi hỏi phải được thỏa mãn các nhu cầu đặc trưng như: tham quan, tắm biển, chữa

bệnh..., các nhu cầu bổ sung như đổi tiền, cắt tóc, giặt là, chơi thể thao... Trong quá trình phục vụ nếu các doanh nghiệp du lịch không đáp ứng đầy đủ các nhu cầu đó sẽ phá vỡ tính đồng bộ và tổng hợp của quá trình phục vụ, làm giảm chất lượng phục vụ và làm giảm tính hấp dẫn của nơi đến. Vì vậy các doanh nghiệp du lịch cần phải chuẩn bị tốt về mọi mặt để có thể đáp ứng các nhu cầu của du khách một cách toàn diện với chất lượng cao, từ đó làm tăng tính hấp dẫn của điểm du lịch.

2.2. Hình thức và phương tiện phục vụ du lịch rất đa dạng

Sở dĩ có đặc điểm này là do đối tượng phục vụ của du lịch là khách du lịch với những đặc điểm khác nhau về dân tộc, tuổi tác, giới tính, địa vị xã hội, khả năng thanh toán, thói quen và kinh nghiệm du lịch..., do đó những đòi hỏi của họ về hình thức và phương tiện phục vụ rất khác nhau. Chẳng hạn đối với khách du lịch có địa vị xã hội cao, họ luôn đòi hỏi phải được sử dụng các sản phẩm có chất lượng cao, vì vậy chỗ nghỉ phải sang trọng, tiện nghi phải hoàn hảo, chất lượng phục vụ cao. Hoặc đối với những người ít kinh nghiệm thì họ thích đi du lịch tập thể ... Vì vậy các tổ chức du lịch cần phải đa dạng hóa các loại hình phục vụ cũng như các phương tiện phục vụ để có thể đáp ứng nhu cầu của du khách ở mức cao nhất. Mặt khác các tổ chức kinh doanh du lịch phải không ngừng đổi mới và hoàn thiện các sản phẩm du lịch, đồng thời phải quan tâm đến việc đào tạo đội ngũ lao động có trình độ nghiệp vụ chuyên môn cao, có tinh thần thái độ phục vụ tốt để không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ.

2.3. Phục vụ du lịch là một quá trình phức tạp và thường kéo dài về thời gian

Tính phức tạp của quá trình phục vụ du lịch bắt nguồn từ một số nguyên nhân:

- Thứ nhất, đối với phần lớn các dịch vụ du lịch thì quá trình sản xuất và tiêu dùng thường diễn ra đồng thời ở cùng một thời gian và địa điểm.

- Thứ hai, các hàng hóa và dịch vụ du lịch thường rất nhiều về số lượng và phong phú về chủng loại. Hơn nữa mỗi hàng hóa, dịch vụ lại có một quy trình sản xuất và tổ chức tiêu thụ khác nhau.

- Thứ ba, do nhu cầu của du khách rất đa dạng như lưu trú, ăn uống, giải trí, thể thao...cho nên cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cũng bao gồm nhiều thành phần khác nhau.

- Thứ tư, quá trình phục vụ du lịch được thực hiện bởi nhiều hoạt động khác nhau và do nhiều doanh nghiệp thuộc các ngành khác nhau đảm nhiệm(giao thông vận tải, bưu điện, y tế, thương mại...).

- Thứ năm, do phục vụ du lịch là quá trình phục vụ trực tiếp khách du lịch và có sự tham gia của đông đảo cán bộ, nhân viên với những đặc điểm tâm, sinh lý cũng như tay nghề khác nhau.

Quá trình phục vụ du lịch kéo dài về thời gian là do quá trình tiêu dùng du lịch được tiến hành theo một trình tự nhất định. Chẳng hạn đối với du khách đi theo chương trình của các tổ chức du lịch thì trước tiên khách sử dụng dịch vụ trung gian, sau đó là dịch vụ của ngành vận chuyển, dịch vụ lưu trú, ăn uống... với những khoảng thời gian dài khác nhau.

Phục vụ du lịch được tiến hành ở những địa điểm cách xa nhau. Nguyên nhân là do khoảng cách giữa nơi ở thường xuyên của khách với điểm du lịch. Trong khi đó quá trình phục vụ du lịch lại bắt đầu ngay tại nơi ở của du khách và quá trình đó được thực hiện trong suốt cuộc hành trình của khách. Hơn nữa ngay ở một khu du lịch thì các dịch vụ và hàng hóa cũng được thực hiện bởi nhiều doanh nghiệp khác nhau ở cách xa nhau.

Đối với một số dịch vụ như ăn uống thì quá trình “ sản xuất” ra chúng được tiến hành ngay trước mặt khách. Một số khác thì trong quá trình tạo ra và tiêu dùng chúng có sự tham gia tích cực của cả hai phía: người phục vụ và người được phục vụ như dịch vụ thông tin, dịch vụ hướng dẫn....

Tất cả những tính chất đã nêu ở trên đã gây nhiều khó khăn, phức tạp cho công tác tổ chức và quản lý quá trình phục vụ cũng như cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

Tuy nhiên trong thực tế, do khách du lịch chỉ dừng lại ở điểm du lịch trong một khoảng thời gian ngắn, họ muốn được sử dụng nhiều loại dịch vụ khác nhau và muốn thu nhận được nhiều điều bổ ích và hứng thú. Các cơ sở kinh doanh du lịch cần phải chú ý đến yêu cầu đó của du khách.

2.4. Khả năng cơ giới hóa quá trình phục vụ là rất hạn chế

Do hầu hết các dịch vụ du lịch được trao trực tiếp cho du khách và việc thực hiện các dịch vụ đó phải sử dụng sự khéo léo của con người, vì vậy trong quá trình phục vụ du lịch ít có khả năng thực hiện việc cơ khí hóa. Như vậy con người là yếu tố quan trọng, có ảnh hưởng quyết định đến chất lượng sản phẩm du lịch, vì vậy cần phải nâng cao chất lượng đội ngũ lao động trong du lịch.

2.5. Nhân tố chủ thể đóng vai trò hết sức quan trọng trong quá trình phục vụ trực tiếp khách du lịch

Do trong thời gian đi du lịch, điều kiện tiếp xúc giữa khách với nhân dân ở vùng hoặc đất nước du lịch là rất hạn chế. Cho nên chỉ thông qua những ấn tượng

trong giao tiếp với nhân viên phục vụ, khách du lịch sẽ đánh giá văn hóa chung của cả dân tộc. Điều này đòi hỏi các nhân viên phục vụ, đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên du lịch không chỉ giỏi về chuyên môn mà phải có sự hiểu biết.

II. CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ DU LỊCH

1. Khái niệm và đặc điểm của chất lượng phục vụ du lịch

1.1. Khái niệm

Trong hoạt động du lịch, chất lượng phục vụ là một trong những yếu tố quan trọng, có ảnh hưởng quyết định đến sự thành công của một doanh nghiệp hoặc một điểm đến.

Chất lượng chính là chiếc chìa khoá vàng, đem lại phần vinh cho các doanh nghiệp, các quốc gia thông qua việc chiếm lĩnh thị trường. Tuy nhiên chất lượng cũng là một trong những vấn đề phức tạp gây nhiều tranh cãi hiện nay. Hiện nay có nhiều quan điểm về chất lượng:

Theo Philip.B.Crosby: “Chất lượng là sự phù hợp với nhu cầu”.

Còn Bill Conway(Mỹ): “Chất lượng phụ thuộc vào cách thức quản lý đúng đắn. Muốn đạt được chất lượng phải cải tiến chất lượng ở tất cả các khâu của quy trình”.

Theo W. Edwards. Deming (Mỹ): “Chất lượng là một mức độ dự báo được về độ đồng đều và độ tin cậy với chi phí thấp nhất và phù hợp với thị trường”.

Theo Kaoru Ishikawa (Nhật): “Chất lượng là sự thoả mãn nhu cầu với chi phí thấp nhất”.

Theo TCVN- ISO 9000.. 2000: “Chất lượng là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có đáp ứng các yêu cầu”.

Đặc tính: Là đặc trưng để phân biệt, đặc trưng có thể là vốn có hay gán thêm. Một đặc tính có thể định tính hoặc định lượng và có nhiều loại đặc tính khác nhau trong một sản phẩm.

Yêu cầu: Là nhu cầu hay mong đợi đã được công bố, ngầm hiểu hay bất buộc như nhu cầu an toàn, pháp định...

Từ những quan điểm trên, chúng ta đưa ra khái niệm về chất lượng phục vụ du lịch.

Chất lượng phục vụ du lịch là tổng hợp của các tính chất, các mối quan hệ đặc biệt cũng như những tác động qua lại được hình thành trong quá trình phục vụ khách du lịch.

Về thực chất, chất lượng phục vụ được thể hiện ở mức độ thỏa mãn nhu cầu của du khách trong thời gian khách lưu lại ở điểm du lịch.

Trên thực tế việc xem xét chất lượng phục vụ du lịch là tiến hành xem xét chất lượng của cơ sở vật chất kỹ thuật, các nguyên vật liệu được sử dụng và của lao động sống. Trong đó chất lượng lao động có tác động lớn đến chất lượng phục vụ du lịch.

Như vậy chất lượng phục vụ du lịch được thể hiện thông qua các chỉ tiêu:

- Số lượng, chủng loại và chất lượng của các hàng hóa và dịch vụ du lịch mà một doanh nghiệp hoặc một điểm đến có thể cung ứng cho du khách.
- Các điều kiện thuận lợi để thực hiện các dịch vụ và hàng hóa du lịch.
- Phương thức để thực hiện các hàng hóa và dịch vụ đó.

Vì vậy để đánh giá chất lượng phục vụ du lịch cần phải xây dựng một hệ thống các chỉ tiêu thống nhất.

1.2. Đặc điểm của chất lượng phục vụ du lịch

Thực chất của phục vụ du lịch là quá trình cung ứng và tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ du lịch trong suốt cả cuộc hành trình của họ. Vì vậy chất lượng phục vụ du lịch có những đặc điểm sau.

Các dịch vụ phục vụ du lịch do nhiều cá thể tạo ra và mỗi một dịch vụ đáp ứng những nhu cầu rất riêng của từng người, do đó chất lượng phục vụ du lịch không mang tính cá thể mà nó phụ thuộc vào hoạt động của nhiều ngành, nhiều lĩnh vực khác nhau, nên khả năng dẫn đến sai sót về chất lượng phục vụ là khó tránh khỏi. Vì vậy trong quá trình phục vụ cần phải có sự phối hợp cao giữa các bộ phận phục vụ để giảm thiểu những sai sót.

Đại bộ phận hàng hóa và dịch vụ du lịch có đặc điểm là được tiêu dùng cùng với quá trình sản xuất ra chúng, nên chúng ta không thể kiểm tra chất lượng trước khi bán. Khách hàng luôn là người đánh giá chất lượng và sự đánh giá này hoàn toàn mang tính chủ quan. Thật khó mà biết được du khách có hài lòng hay không, những điều mà du khách muốn hay không muốn, sự đòi hỏi về chất lượng của du khách có phù hợp với quan niệm của những người cung ứng hàng hóa và dịch vụ hay không... Để tránh cho việc phải trả giá do tình trạng chất lượng không đảm bảo do sản phẩm không phù hợp, cần phải thường xuyên tìm hiểu nhu cầu của khách, đồng thời nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên phục vụ để đảm bảo chất lượng dịch vụ du lịch.

Trong đánh giá chất lượng dịch vụ cũng như chất lượng phục vụ du lịch, du khách luôn là người có lợi thế. Sự phát triển mạnh mẽ của các cơ sở phục vụ du

lich đã tạo cho du khách có nhiều khả năng trong việc lựa chọn những hàng hóa và dịch vụ du lịch. Khách du lịch là người đặt ra các yêu cầu về chất lượng phục vụ và buộc các nhà kinh doanh phải thích nghi với những gì mà họ mong muốn.

Sự nhận thức về chất lượng phục vụ của du khách là không giống nhau và do đó họ có những đánh giá, nhận xét về chất lượng hoàn toàn khác nhau. Khi đánh giá về chất lượng phục vụ, du khách thường không nói về một sản phẩm cụ thể mà nói về cả chuyến đi, và những điều mà họ thu nhận được. Vì vậy ngành du lịch cần quan tâm đến việc đáp ứng đầy đủ các nhu cầu của du khách trong cả chuyến đi, tạo mọi thuận lợi cho du khách từ khi họ rời khỏi nơi ở cho đến khi kết thúc cuộc hành trình.

2. Các yếu tố cấu thành chất lượng phục vụ du lịch

Phục vụ du lịch là toàn bộ các hoạt động và các quá trình công nghệ nhằm tạo thuận lợi cho du khách trong quá trình mua và sử dụng các dịch vụ và hàng hóa du lịch. Mức độ thỏa mãn những đòi hỏi của du khách tại điểm du lịch nói lên chất lượng phục vụ du lịch. Chất lượng phục vụ du lịch được tạo nên bởi nhiều yếu tố khác nhau.

2.1. Khách du lịch

Khách du lịch là người bỏ tiền để mua các hàng hóa và dịch vụ du lịch nhằm thỏa mãn nhu cầu của mình trong suốt cuộc hành trình du lịch, vì vậy họ là những người được hưởng thụ những lợi ích do các hàng hóa và dịch vụ đó mang lại. Tuy nhiên do đặc điểm của tiêu dùng du lịch, khách du lịch lại tham gia trực tiếp vào quá trình tạo ra và thực hiện các hàng hóa và dịch vụ du lịch. Cho nên khách du lịch là yếu tố quan trọng góp phần tạo nên chất lượng phục vụ du lịch. Nếu khách du lịch có thái độ xử sự đúng đắn tại điểm du lịch, có cách nhìn nhận và hiểu biết thì hoạt động du lịch sẽ tăng thêm giá trị.

Trong thời gian ở điểm du lịch, khách du lịch là những người trực tiếp sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch, việc giữ gìn và sử dụng hợp lý các trang thiết bị của khách du lịch sẽ có ý nghĩa rất lớn đến việc đảm bảo chất lượng phục vụ ở điểm du lịch. Hơn nữa nếu khách du lịch quan tâm đến việc giữ gìn, bảo vệ môi trường và tài nguyên ở điểm du lịch như không vứt rác, các chất thải, không xâm hại đến tài nguyên du lịch... thì chính họ đã góp phần vào việc duy trì và nâng cao chất lượng phục vụ du lịch.

2.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một yếu tố quan trọng trong việc tạo ra và thực hiện các hàng hóa và dịch vụ du lịch. Cơ cấu và chất lượng của sản phẩm du lịch

phụ thuộc lớn vào cơ cấu và chất lượng của cơ sở vật chất kỹ thuật. Một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đầy đủ, hiện đại sẽ cho phép các doanh nghiệp có điều kiện để đa dạng hóa các dịch vụ phục vụ du khách. Yếu tố về cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm: Mạng lưới giao thông đi lại và các dịch vụ chuyên chở khách; hệ thống thông tin liên lạc; mạng lưới y tế; các cửa hàng bán đồ lưu niệm, bán hàng thực phẩm...; hệ thống khách sạn, nhà nghỉ, nhà hàng; các cơ sở dịch vụ; các trung tâm vui chơi giải trí... Các cơ sở này một mặt cung cấp các dịch vụ hoàn chỉnh cho du khách, mặt khác tạo thuận lợi cho họ trong quá trình tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ du lịch. Đó là điều kiện quan trọng và cần thiết để đảm bảo và nâng cao chất lượng phục vụ du lịch. Hay nói một cách khác việc đảm bảo chất lượng phục vụ du lịch không thể tách rời với việc duy trì một mạng lưới cơ sở vật chất kỹ thuật đầy đủ và hiện đại tại điểm du lịch. Cụ thể là: Tiến hành hoàn thiện cơ cấu cơ sở vật chất kỹ thuật theo ba hướng chính:

- Xây dựng thêm các cơ sở mới với những trang thiết bị hiện đại tạo điều kiện tốt cho các dịch vụ ngủ, ăn uống giải trí...

- Sửa chữa và hiện đại hoá các cơ sở hiện có để có thể ứng dụng các quy trình công nghệ tiên tiến vào phục vụ du lịch.

- Xây dựng các tiểu khu du lịch hoạt động quanh năm cho một số thể loại du lịch như: du lịch gia đình, du lịch thanh thiếu niên, du lịch thể thao...

2.3. Số lượng, chất lượng và cơ cấu đội ngũ lao động trong du lịch

Đây cũng là một yếu tố rất quan trọng góp phần tạo nên chất lượng hàng hóa và dịch vụ du lịch cũng như chất lượng phục vụ du lịch. Trong quá trình tiêu dùng du lịch, mức độ thỏa mãn nhu cầu vật chất và phi vật chất của khách du lịch được xác định không chỉ bởi số lượng các dịch vụ mà còn do phương thức thực hiện chúng. Hơn nữa, trong du lịch phần lớn các dịch vụ là sản phẩm của lao động sống. Cho nên chất lượng của các dịch vụ đó phụ thuộc rất lớn vào chất lượng của đội ngũ lao động trực tiếp tạo ra và thực hiện chúng. Hay nói một cách khác chất lượng phục vụ du lịch phụ thuộc vào trình độ, kinh nghiệm và ý thức của người lao động trong du lịch. Chẳng hạn một dịch vụ hoàn hảo lại được phục vụ bởi một nhân viên non kém về nghiệp vụ sẽ làm giảm chất lượng của dịch vụ đó. Vì vậy muốn duy trì và nâng cao chất lượng phục vụ du lịch, thì cần phải thường xuyên quan tâm đến việc đào tạo, bồi dưỡng để có một đội ngũ cán bộ, nhân viên đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng và có ý thức lao động tốt, đủ điều kiện để phục vụ và phục vụ tốt mọi đối tượng khách. Chẳng hạn như nhân viên lễ tân cần phải sử dụng thành thạo ngoại ngữ, phải có những kiến thức về

văn hoá- xã hội để có thể giao tiếp và giải đáp những thắc mắc cũng như có thể giúp khách tìm hiểu về địa phương hay đất nước mình. Hay hướng dẫn viên du lịch phải thực sự là những người giúp du khách tìm hiểu về đất nước mình chứ không chỉ đơn thuần là làm hậu cần cho du khách.

2.4. Tổ chức và quản lý

Trình độ quản lý bao gồm trình độ quản lý của các nhà quản trị doanh nghiệp trong việc quản lý cơ sở vật chất kỹ thuật, quản lý vật tư, tiền vốn, quản lý đội ngũ lao động, các chiến lược về đường lối kinh doanh, đường lối phát triển của doanh nghiệp và các chính sách quản lý của các cơ quan quản lý xã hội.

Để có chất lượng phục vụ tốt, mỗi nhà quản lý, mỗi nhân viên phải luôn lắng nghe ý kiến của khách, từ đó tìm ra các giải pháp để thoả mãn tốt nhất nhu cầu của khách.

Trình độ tổ chức và quản lý trong du lịch là yếu tố quan trọng đảm bảo sự kết hợp hài hòa giữa các khâu trong quá trình đón tiếp và phục vụ khách du lịch, vì vậy nó góp phần tạo nên chất lượng phục vụ du lịch. Thực tế hiện nay cho thấy ở những điểm du lịch mà vấn đề quản lý bị xem nhẹ thường dẫn đến tình trạng lộn xộn trong xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, làm cho cảnh quan thiên nhiên bị phá vỡ, môi trường tự nhiên bị ô nhiễm, tình trạng mất trật tự, trị an... ở điểm du lịch đã làm xấu đi hình ảnh của nơi đến và làm giảm chất lượng phục vụ du lịch. Vì vậy để đảm bảo chất lượng phục vụ du lịch thì cần phải tăng cường công tác quản lý ở các điểm du lịch, chấm dứt ngay tình trạng lộn xộn như nạn ăn xin, chèo kéo khách du lịch ...Đồng thời quản lý tốt các điểm hấp dẫn để đáp ứng đầy đủ những mong muốn của du khách.

Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Để đảm bảo chất lượng phục vụ du lịch, các cơ sở kinh doanh du lịch cần phải chuẩn bị các điều kiện về vật chất, phương tiện, con người như thế nào?
2. Tại sao nói phục vụ du lịch là một quá trình phức tạp, lâu dài?
3. Trình bày khái niệm và đặc điểm của phục vụ du lịch? Từ đó đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần phải làm gì để đáp ứng được yêu cầu phục vụ du lịch?
4. Trình bày các yếu tố cấu thành chất lượng phục vụ du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS.TS. Trịnh Xuân Dũng, *Giáo trình nghiệp vụ lễ tân khách sạn*, Nhà xuất bản Văn hóa thông tin 2003.
2. Thạc sĩ Vũ Đức Minh, *Giáo trình Tổng quan du lịch*, Trường Đại học Thương Mại, Nhà xuất bản giáo dục - 1999.
3. Tiến sĩ Lưu Văn Nghiêm, *Giáo trình Marketing trong kinh doanh dịch vụ*, Nhà xuất bản Thống kê- 2001
4. Tiến sĩ Nguyễn Văn Lưu, *Tài liệu bảo vệ môi trường du lịch*, Tổng cục Du lịch, Năm 2004.
5. Trần Đức Thanh, *Giáo trình Nhập môn khoa học du lịch*, Nhà xuất bản Đại học quốc gia Hà Nội 1999.
6. Qui hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam 1995 - 2010 được Chính phủ phê duyệt tại quyết định số 307/ ttg ngày 24/5/ 1995.
7. *Pháp lệnh du lịch*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, 1999.
8. *Qui chế quản lý cơ sở lưu trú du lịch*, Chính phủ, Năm 1999.
9. *Báo cáo ba năm thực hiện thông báo kết luận 179* của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trong tình hình mới, Ban chỉ đạo nhà nước, năm 2001.
10. *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Trường Trung học Thương mại- Du lịch, Hà Nội năm 2002.
11. *Giáo trình Tâm lý học kinh doanh du lịch*, Trường Trung học Thương mại- Du lịch Hà Nội, Hà Nội năm 2002.
12. *Kỷ yếu hội thảo Xúc tiến phát triển du lịch Việt Nam*, Trường Đại học Thương mại, Năm 2004.
13. *Bài giảng Kinh tế du lịch*, Trường Đại học Sư phạm Huế.
14. *Niên giám du lịch Việt Nam 2001 - 2002*, Tổng cục Du lịch.

MỤC LỤC

<i>Lời giới thiệu</i>	3
<i>Bài mở đầu: Đối tượng và phương pháp nghiên cứu môn tổng quan du lịch</i>	5
I. Giới thiệu môn học	5
II. Đối tượng và nội dung của môn học	6
III. Phương pháp nghiên cứu môn học	7
Chương 1: KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH	
I. Một số khái niệm về du lịch	8
II. Các lĩnh vực kinh doanh du lịch	14
III. Các thể loại du lịch	17
IV. Sự hình thành và phát triển du lịch	21
V. Các tác động của du lịch	32
Chương 2: THỜI VỤ DU LỊCH	
I. Đặc điểm thời vụ du lịch và những tác động của thời vụ du lịch	39
II. Các yếu tố ảnh hưởng đến thời vụ du lịch và phương hướng giảm những tác động tiêu cực của thời vụ du lịch	42
Chương 3: CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT VÀ LAO ĐỘNG TRONG DU LỊCH	
I. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch	49
II. Lao động trong du lịch	54
Chương 4: CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ DU LỊCH	
I. Phục vụ du lịch	59
II. Chất lượng phục vụ du lịch	63
<i>Tài liệu tham khảo</i>	68

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI
4 - TỐNG DUY TÂN, QUẬN HOÀN KIẾM, HÀ NỘI
ĐT: (04) 8252916, 8257063 - FAX: (04) 8257063

GIÁO TRÌNH
TỔNG QUAN DU LỊCH
NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI - 2005

Chịu trách nhiệm xuất bản
NGUYỄN KHẮC OÁNH

Biên tập

PHẠM QUỐC TUẤN

Bìa

VĂN SÁNG

Kỹ thuật vi tính:

Sửa bản in

PHẠM QUỐC TUẤN