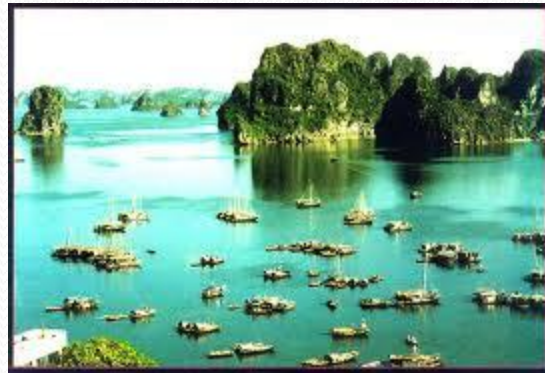


MÔN HỌC

KINH TẾ DU LỊCH



Liên lạc

Giảng viên: Ths. Phạm Thị Thu Phương

Email: thuphuong9@gmail.com

Điện thoại: 0987879815

Thời lượng môn học

- Số đơn vị học trình: 3
- Tổng thời lượng: 45 tiết
 - Lý thuyết: 30 tiết
 - Thảo luận, bài tập: 15 tiết

Mục tiêu của môn học

Sau khi học xong học phần sinh viên có thể:

Về kiến thức:

- Hiểu được các khái niệm cơ bản về du lịch
- Phân tích được những mối quan hệ giữa các bộ phận cấu thành nên hoạt động du lịch
- Phân tích được các tác động của du lịch đến đời sống kinh tế xã hội
- Hiểu được vị trí của ngành du lịch trong nền kinh tế quốc dân
- Vận dụng lý luận về tính mùa vụ để phân tích được các tác động của tính mùa vụ đối với hoạt động kinh doanh du lịch
- Hiểu được các điều kiện cần có để phát triển du lịch
- Hiểu được các vấn đề về tổ chức quản lý ngành du lịch VN
- Nắm được các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế trong kinh doanh DL

Mục tiêu của môn học

Về kỹ năng:

- Vận dụng kiến thức để đánh giá được tác động của du lịch đối với đời sống kinh tế-xã hội trên một địa bàn cụ thể
- Đánh giá được những tác động của tính mùa vụ
- Đánh giá được tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch trên một địa bàn cụ thể
- Thu thập và phân tích các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội của hoạt động kinh doanh du lịch

Về thái độ:

- Chủ động trong học tập
- Tích cực tham gia vào quá trình học trên lớp

Các nội dung của môn học

- Các khái niệm cơ bản về du lịch
- Lịch sử hình thành du lịch
- Các xu hướng phát triển của du lịch
- Các loại hình du lịch
- Ý nghĩa kinh tế - xã hội của du lịch
- Tính mùa vụ của du lịch
- Lao động trong du lịch
- Chất lượng dịch vụ du lịch
- Quy hoạch phát triển du lịch
- Điều kiện để phát triển du lịch
- Tổ chức và quản lý ngành du lịch Việt Nam
- Hiệu quả kinh tế trong kinh doanh du lịch

Trách nhiệm của sinh viên

- Thời gian lên lớp ít nhất: 80%
- Tích cực tham gia vào bài giảng của giảng viên
- Tham gia 90% các buổi giảng thực hành và hoàn thành kỹ năng thực hành
- Chuẩn bị bài trước khi lên lớp
- Nộp bài tập đúng thời gian quy định
- Tham gia các buổi kiểm tra và thi cuối kỳ

Đánh giá môn học

Điểm được đánh giá theo thang điểm 10 bao gồm:

- Tích lũy trong quá trình: 30%
 - Ý thức, sự tham gia tích cực vào bài giảng: 10%
 - Kiểm tra giữa kỳ: 20%
- Điểm kiểm tra cuối kỳ: 70%

Giáo trình và tài liệu tham khảo

- Giáo trình Kinh tế du lịch – NXB ĐH KTQD
- Nhập môn khoa học du lịch – NXB ĐH Quốc gia HN

Quy định đối với việc hoàn thành bài tập

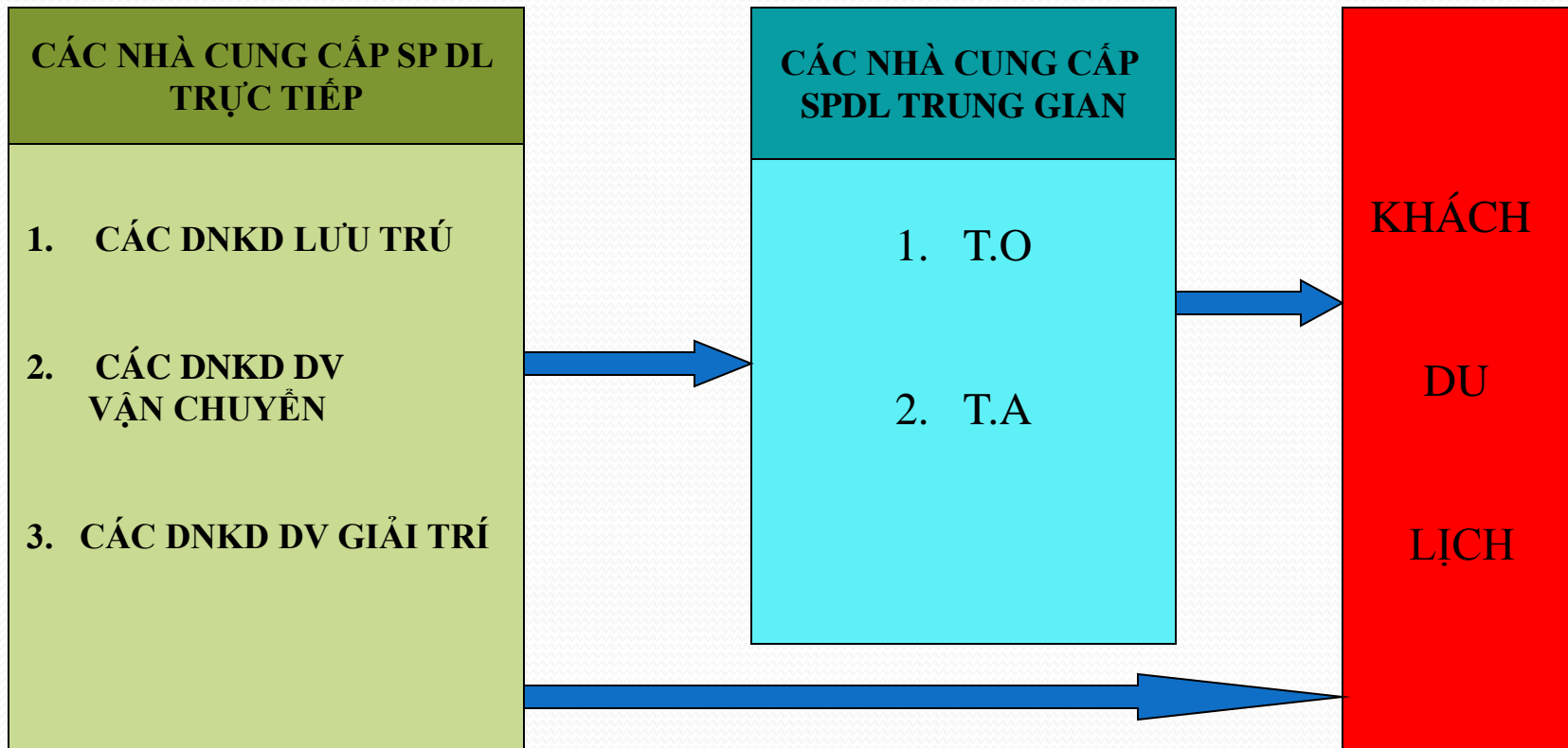
- Nộp bài đúng hạn
- Nếu phát hiện có sao chép sẽ bị điểm 0
- Điểm số được tính phụ thuộc vào mức độ đóng góp vào công việc của nhóm
- Tham gia đầy đủ các buổi thảo luận và trình bày bài tập nhóm trên lớp

Quy định trong lớp học

- Đi học đúng giờ
- Trật tự trong lớp
- Tham gia đầy đủ các buổi thảo luận, làm bài tập nhóm...
- Tích cực tham gia vào bài giảng
- Tắt chuông và không nghe điện thoại trong lớp
- Giữ gìn vệ sinh chung của lớp học
- Chuẩn bị bài trước khi đến lớp



GIỚI THIỆU MẠNG LƯỚI DU LỊCH





CHƯƠNG 1

MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

Mục đích

- Phân tích các nguyên nhân dẫn đến sự tồn tại các định nghĩa khác nhau về du lịch
- Một số khái niệm về du lịch trên thế giới và Việt Nam
- Một số khái niệm về khách du lịch trên thế giới và Việt Nam
- Khái niệm và phân tích đặc điểm của sản phẩm du lịch

NỘI DUNG

1

Khái niệm du lịch

2

Khái niệm khách du lịch

3

Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

1.1 Những khó khăn khi đưa ra khái niệm du lịch

- ✓ Thứ nhất: Do tồn tại nhiều cách tiếp cận khác nhau
- ✓ Thứ hai: Do sự khác biệt về ngôn ngữ và cách hiểu khác nhau
- ✓ Thứ ba: Do tính chất đặc thù của hoạt động du lịch

1.1 Những khó khăn khi đưa ra khái niệm du lịch

1. Tồn tại các cách tiếp cận khác nhau:

- *Tiếp cận trên góc độ người đi du lịch*: Du lịch là cuộc hành trình và lưu trú tạm thời ở ngoài nơi lưu trú thường xuyên của cá thể, nhằm thỏa mãn các nhu cầu khác nhau với mục đích hòa bình và hữu nghị.
- *Tiếp cận trên góc độ người kinh doanh du lịch*: Du lịch là quá trình tổ chức các điều kiện về sản xuất và phục vụ nhằm thỏa mãn, đáp ứng các nhu cầu của người đi du lịch.

1.1 Những khó khăn khi đưa ra khái niệm du lịch

1. Tồn tại các cách tiếp cận khác nhau:

- *Tiếp cận trên góc độ chính quyền địa phương*: Du lịch được hiểu là việc tổ chức các điều kiện hành chính, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật để phục vụ du khách.
- *Tiếp cận trên góc độ cộng đồng dân cư sở tại*: Du lịch là một hiện tượng kinh tế - xã hội. Với họ Du lịch vừa đem lại những cơ hội để tìm hiểu về nền văn hóa và phong cách của người ngoài địa phương, người nước ngoài; là cơ hội để tìm kiếm việc làm, để phát sinh và phát triển các nghề cổ truyền, thủ công truyền thống của dân tộc.

1.1 Những khó khăn khi đưa ra khái niệm du lịch

2. Do sự khác nhau về ngôn ngữ và cách hiểu về du lịch ở các nước khác nhau:

- *Tiếng Pháp "le tourisme"*: từ "le tourisme" được bắt nguồn từ gốc "le tour" - có nghĩa là một cuộc hành trình đi đến nơi nào đó và quay trở lại. Thuật ngữ đó sang tiếng Anh thành "tourism", tiếng Nga - "mypuzm" v.v... . khái niệm "du lịch" có ý nghĩa đầu tiên là khởi hành, đi lại, chinh phục không gian.
- *Tiếng Đức* sử dụng từ "*der Fremdenverkehrs*" là tổ hợp từ 3 từ có nghĩa là ngoại (lạ); giao thông (đi lại) và mối quan hệ. Vì vậy, "du lịch" là mối quan hệ, sự đi lại hay vận chuyển của những người đi du lịch. Một cách cụ thể người Đức hiểu đó là các mối quan hệ, được hình thành trong thời gian khởi hành và lưu trú tạm thời, giữa khách du lịch và các nhân viên phục vụ.
- *Tiếng Hy Lạp* từ "*tornos*" với nghĩa đi một vòng. Thuật ngữ này được Latin hoá thành "tornus" và sau đó thành "tourisme" (tiếng Pháp); tourism (tiếng Anh), "mypuzm" (tiếng Nga) v.v...
- *Trong tiếng Việt*, thuật ngữ "*du lịch*" được dịch ra thông qua tiếng Trung Quốc.

1.1 Những khó khăn khi đưa ra khái niệm du lịch

2. Do sự khác nhau về ngôn ngữ và cách hiểu về du lịch ở các nước khác nhau:

Nguyên nhân về sự khác nhau:

- Phụ thuộc vào lịch sử và trình độ phát triển ngành du lịch
- Phụ thuộc vào tầm quan trọng của du lịch đối với nền kinh tế
- Phụ thuộc vào chính sách du lịch ở mỗi quốc gia

1.1 Những khó khăn khi đưa ra khái niệm du lịch

3. Do tính chất đặc thù của hoạt động du lịch:

- Do tính chất đồng bộ và tổng hợp của nhu cầu du lịch
- Do tính chất tổng hợp trong hoạt động kinh doanh du lịch
- Do mối quan hệ, liên kết với các ngành khác, các nhà cung cấp
- Do du lịch là hoạt động kinh tế mới mẻ, còn đang trong quá trình phát triển
- Do tính hai mặt của bản thân từ “du lịch”

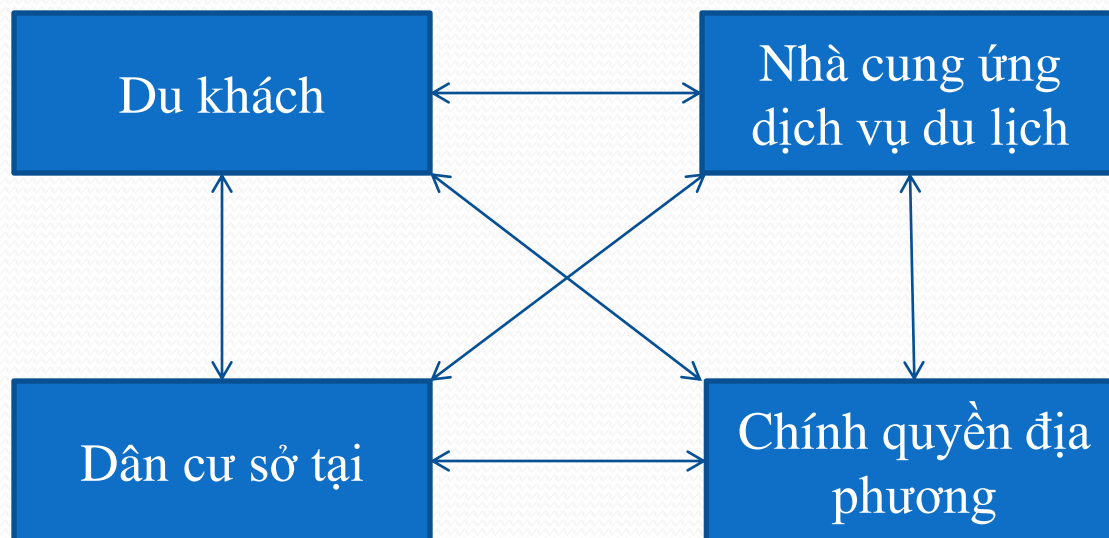
1.2 Một số khái niệm tiêu biểu về du lịch

- Năm 1930 ông Glusman, người Thụy Sĩ định nghĩa: "*Du lịch là sự chinh phục không gian của những người đến một địa điểm mà ở đó họ không có chỗ cư trú "thường xuyên"*".
- Ông Kuns, một người Thụy Sĩ khác: "*Du lịch là hiện tượng những người ở chỗ khác, ngoài nơi ở thường xuyên, đi đến bằng các phương tiện giao thông và sử dụng các sản phẩm của các doanh nghiệp du lịch.*"
- Giáo sư, tiến sỹ Hunziker và giáo sư, tiến sỹ Krapf- những người đặt nền móng cho lý thuyết về cung du lịch định nghĩa: "*Du lịch là tập hợp các mối quan hệ và các hiện tượng phát sinh trong các cuộc hành trình và lưu trú của những người ngoài địa phương, nếu việc lưu trú đó không thành cư trú thường xuyên và không dính dáng đến hoạt động kiếm lời*".

1.2 Một số khái niệm tiêu biểu về du lịch

Định nghĩa của Michal Coltmant (Mỹ)

- "Du lịch là sự kết hợp và tương tác của 4 nhóm nhân tố trong quá trình phục vụ du khách bao gồm: du khách, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cư dân sở tại và chính quyền nơi đón khách du lịch".



1.2 Một số khái niệm tiêu biểu về du lịch

- Định nghĩa của **Hội nghị quốc tế về thống kê du lịch** ở Ottawa, Canada (6-1991): "*Du lịch là hoạt động của con người đi tới một nơi ngoài môi trường thường xuyên (nơi ở thường xuyên của mình) trong một khoảng thời gian ít hơn khoảng thời gian đã được các tổ chức du lịch quy định trước, mục đích của chuyến đi không phải là để tiến hành các hoạt động kiếm tiền trong phạm vi vùng tới thăm*".
- Lưu ý trong định nghĩa:
 - *Môi trường thường xuyên*
 - *Khoảng thời gian*
 - *Mục đích*

Một số khái niệm tiêu biểu về du lịch

- “Du lịch là một hiện tượng kinh tế xã hội nảy sinh trong điều kiện kinh tế xã hội nhất định, là tổng hòa tất cả các quan hệ và hiện tượng trong hành trình để thỏa mãn nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí và văn hóa nhưng lưu động chứ không định cư tạm thời” (Học giả Trung Quốc)
- “Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, giải trí, tìm hiểu, nghỉ dưỡng trong một thời gian nhất định” (Luật du lịch Việt Nam)
- “Du lịch là một ngành kinh doanh bao gồm các hoạt động tổ chức hướng dẫn du lịch , sản xuất trao đổi hàng hóa và dịch vụ của những doanh nghiệp, nhằm đáp ứng các nhu cầu về đi lại, lưu trú, ăn uống, tham quan giải trí , tìm hiểu và các nhu cầu khác của khách du lịch. Các hoạt động đó phải mang lại lợi ích kinh tế -xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và cho doanh nghiệp” (ĐHKQTGD)

NỘI DUNG

- 1 **Khái niệm du lịch**
- 2 *Khái niệm khách du lịch*
- 3 **Sản phẩm du lịch và tính đặc thù**

2.1 Khái niệm khách du lịch

- Đầu thế kỷ XX nhà kinh tế học người áo *Iozef Stander* định nghĩa: "khách du lịch là hành khách xa hoa ở lại theo ý thích, ngoài nơi cư trú thường xuyên để thoả mãn những nhu cầu sinh hoạt cao cấp mà không theo đuổi các mục đích kinh tế"
- Nhà kinh tế học người Anh *Odgil Vi* khẳng định : để trở thành khách du lịch cần có hai điều kiện.
 - Thứ nhất: Phải xa nhà thời gian dưới một năm
 - Thứ hai: ở đó phải tiêu những khoản tiền đã tiết kiệm ở nơi khác.
- Một người Anh khác, ông *Morval* cho rằng: khách du lịch là người đến đất nước khác theo nhiều nguyên nhân khác nhau, những nguyên nhân đó khác biệt với những nguyên nhân phát sinh để cư trú thường xuyên và để làm thương nghiệp, và ở đó họ phải tiêu tiền đã kiếm ra ở nơi khác.
- Giáo sư *Khadginicolov* - một trong những nhà tiên bói về du lịch của Bulgarie đưa ra định nghĩa về khách du lịch: "khách du lịch là người hành trình tự nguyện, với những mục đích hoà bình. Trong cuộc hành trình của mình người đó đi qua những chặng đường khác nhau và thay đổi một hoặc nhiều lần nơi lưu trú của mình".

2.1 Khái niệm khách du lịch

- Định nghĩa của Liên hiệp các quốc gia-(League of Nations) 1937:
"khách du lịch nước ngoài- foreign tourist": "Bất cứ ai đến thăm một đất nước khác với nơi cư trú thường xuyên của mình trong khoảng thời gian ít nhất là 24h".
 - *Những người được coi là khách du lịch gồm:*
 - Những người khởi hành để giải trí, vì những nguyên nhân gia đình, vì sức khoẻ...
 - Những người khởi hành để gặp gỡ, trao đổi các mối quan hệ về khoa học, ngoại giao, tôn giáo, thể thao, công vụ...
 - Những người khởi hành vì các mục đích kinh doanh.
 - Những người cập bến từ các chuyến hành trình du ngoại trên biển thậm chí cả khi họ dừng lại trong khoảng thời gian ít hơn 24h.
 - *Những người không được coi là khách du lịch gồm:*
 - Những người đến lao động, kinh doanh có hoặc không có hợp đồng lao động.
 - Những người đến với mục đích định cư
 - Sinh viên hay những người đến học ở các trường nội trú.
 - Những người ở biên giới sang làm việc
 - Những người đi qua một nước mà không dừng mặc dù cuộc hành trình đi qua nước đó có thể kéo dài 24h.

2.1 Khái niệm khách du lịch

- Định nghĩa của Liên hiệp Quốc tế các Tổ chức Chính thức về Du lịch- IUOTO (International Union of Official Travel Organizations -sau này trở thành WTO) năm 1950 định nghĩa về "khách du lịch quốc tế" với 2 điểm khác với định nghĩa trên:
 - Sinh viên và những người đến học ở các trường cũng được coi là khách du lịch.
 - Những người quá cảnh không được coi là khách du lịch trong cả hai trường hợp : hoặc là họ hành trình qua một nước không dừng lại trong thời gian > 24 giờ; hoặc là họ hành trình trong khoảng thời gian < 24 giờ và có dừng lại nhưng không với mục đích du lịch.

2.1 Khái niệm khách du lịch

Định nghĩa về khách du lịch được chấp nhận tại Hội nghị tại Rôma (ý) do Liên hợp quốc tổ chức về các vấn đề du lịch quốc tế và đi lại quốc tế (năm 1963):

- Visitor: được hiểu là người đến một nước, khác nước cư trú thường xuyên của họ, bởi mọi nguyên nhân, trừ nguyên nhân đến lao động để kiếm sống.
- Khái niệm khách viếng thăm quốc tế bao gồm 2 thành phần:
 - Khách du lịch quốc tế
 - Khách tham quan quốc tế (được thống kê trong du lịch).

2.1 Khái niệm khách du lịch

Khách du lịch quốc tế (internatinal tourist): là người lưu lại tạm thời ở nước ngoài và sống ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ trong thời gian ít nhất là 24 giờ (hoặc sử dụng ít nhất một tối trọ).

Khách du lịch quốc tế bao gồm:

- Người nước ngoài, không sống ở nước đến thăm và đi theo các động cơ đã nêu trên.
- Công dân của một nước, sống cư trú thường xuyên ở nước ngoài về thăm quê hương.
- Nhân viên của các tổ lái (máy bay, tàu hoả, tàu thuỷ, ô tô) đến thăm, nghỉ ở nước khác và sử dụng phương tiện cư trú. ở đây kể cả những người không phải là nhân viên của các hãng giao thông vận tải mà là những lái xe tải, xe ca tư nhân.

2.1 Khái niệm khách du lịch

Khách tham quan quốc tế (international excursionist): là người lưu lại tạm thời ở nước ngoài và sống ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ trong thời gian ít hơn 24 giờ (hoặc là không sử dụng một tối trọ nào). ở đây kể tất cả những người đến một nước theo đường bộ, đường biển với thời gian là mấy ngày hàng tối họ lại trở về ngủ tại tàu, thuyền, ô tô v.v... đưa họ đi.

Khách thăm quan quốc tế bao gồm:

- Những khách tham quan theo đường biển, tối về ngủ lại tàu (nếu không ngủ lại tàu mà sử dụng các phương tiện cư trú thì họ trở thành khách du lịch).
- Nhân viên của các tổ lái đến thăm nghỉ ở nước khác, nhưng ngủ tại phương tiện giao thông của mình.
- Khách đến thăm một nước khác trong vòng một ngày.

2.1 Khái niệm khách du lịch

Những người sau không được coi là khách du lịch (không được thống kê trong du lịch):

- Những người ra nước ngoài để tìm kiếm việc làm hoặc để làm ăn theo hoặc không theo hợp đồng.
- Những công dân ở vùng giáp giới sống ở nước bên này, nhưng làm việc ở nước bên cạnh.
- Những người dân di cư tạm thời hoặc cố định
- Những người tị nạn.
- Những người tha phương cầu thực
- Các nhà ngoại giao
- Nhân viên của các đại sứ quán, lãnh sự quán và các lực lượng bảo an

2.2 Thuật ngữ trong thống kê du lịch

- Khách du lịch quốc tế (International tourist) bao gồm:
 - **Khách du lịch quốc tế đến (Inbound tourist):** gồm những người từ nước ngoài đến du lịch một quốc gia.
 - **Khách du lịch quốc tế ra nước ngoài (Outbound tourist):** gồm những người đang sống trong một quốc gia đi du lịch nước ngoài.
- **Khách du lịch trong nước (Internal tourist):** gồm những người là công dân của một quốc gia và những người nước ngoài đang sống trên lãnh thổ của quốc gia đó đi du lịch trong nước.
 - **Khách du lịch nội địa (Domestic tourist):** bao gồm khách du lịch trong nước và khách du lịch quốc tế đến. Đây là thị trường cho các cơ sở lưu trú và các nguồn thu hút du khách trong một quốc gia.
 - **Khách du lịch quốc gia (National tourist):** bao gồm khách du lịch trong nước và khách du lịch quốc tế ra nước ngoài. Đây là thị trường cho các đại lý lữ hành và các hãng hàng không

2.3 Đặc điểm chung của các định nghĩa khách du lịch



2.3 Đặc điểm chung của các định nghĩa khách du lịch

- *Thứ nhất*, đề cập đến động cơ khởi hành (có thể là đi tham quan, nghỉ dưỡng thăm thân, kết hợp kinh doanh... trừ động cơ lao động kiếm tiền)
- *Thứ hai*, đề cập đến yếu tố thời gian (đặc biệt chú trọng đến sự phân biệt giữa khách tham quan trong ngày và khách du lịch là những người nghỉ qua đêm hoặc có sử dụng một tối trọ);
- *Thứ ba*, đề cập đến những đối tượng được liệt kê là khách du lịch và những đối tượng không được liệt kê là khách du lịch như: dân di cư, khách quá cảnh, ...

Định nghĩa khách du lịch của Việt Nam

Trong Luật Du lịch của Việt nam:

- "Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến".
- "Khách du lịch bao gồm khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế".
 - "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 quốc tế là 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".

NỘI DUNG

1

Khái niệm du lịch

2

Khái niệm khách du lịch

3

Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

1.3 Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

1.3.1 Khái niệm:

Theo nghĩa rộng, từ giác độ thỏa mãn chung nhu cầu du lịch:
“Sản phẩm du lịch là các dịch vụ, hàng hóa cung cấp cho du khách, được tạo nên bởi sự kết hợp của việc khai thác các yếu tố tự nhiên, xã hội với việc sử dụng nguồn lực; cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, một vùng hay một quốc gia nào đó”.

1.3 Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

1.3.1 Khái niệm:

Theo nghĩa hẹp, từ giác độ thỏa mãn đơn lẻ từng nhu cầu khi đi du lịch:

“Sản phẩm du lịch là dịch vụ hàng hóa cụ thể thỏa mãn các nhu cầu khi đi du lịch của con người”.

1.3 Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

- *Những bộ phận hợp thành sản phẩm du lịch:*
 - Xét theo định nghĩa trên:
 - Yếu tố vô hình
 - Yếu tố hữu hình
 - Xét theo quá trình tiêu dùng của khách:
 - Dịch vụ vận chuyển
 - Dịch vụ lưu trú, dịch vụ đồ ăn, thức uống
 - Hàng hóa tiêu dùng và đồ lưu niệm
 - Các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch

1.3 Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

- Hữu hình (hàng hóa)
 - Thức ăn, đồ uống
 - Hàng lưu niệm
 - Hàng tiêu dùng thông thường
- Vô hình (dịch vụ)
 - Dịch vụ KS: DV cho thuê buồng ngủ, DV phục vụ ăn uống, DV bổ sung
 - Dịch vụ lữ hành: DV hướng dẫn, DV trung gian...
 - DV vận chuyển
 - DV giải trí

1.3. Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

Các bộ phận hợp thành sản phẩm du lịch

- Sản phẩm du lịch tổng thể (nghĩa rộng)

$$\mathbf{SPDL = GTTNDL + DV + HH}$$

- SPDL : Sản phẩm du lịch tổng thể
- GTTNDL: Giá trị tài nguyên du lịch
- DV : Dịch vụ
- HH: Hàng hóa.

1.3 Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

Các bộ phận hợp thành sản phẩm du lịch

- Sản phẩm du lịch cụ thể (nghĩa hẹp)

$$SPDL = CSVCKT + HHBK + L\grave{D}S$$

- SPDL: Dịch vụ du lịch cụ thể
- CSVCKT: Điều kiện phương tiện tạo ra sản phẩm
- HHBK: Hàng hóa bán kèm
- L\grave{D}S: Lao động phục vụ.

1.3 Sản phẩm du lịch và tính đặc thù

1.3.2 Các đặc tính của sản phẩm du lịch

- Tính vô hình
- Tính cao cấp
- Tính tổng hợp
- Tính phụ thuộc vào tài nguyên
- Tính không thể lưu kho cất trữ (Sản xuất và tiêu dùng trùng nhau”):
- Có sự tham gia trực tiếp của KH
- Đòi hỏi điều kiện thực hiện nhất định
- Tính không thể chuyển dịch
- Tính thời vụ (giờ trong ngày, ngày trong tuần, tuần trong tháng, tháng trong năm)
- Tính dễ dao động (chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố, nhạy cảm với các yếu tố trong môi trường vĩ mô)

CHƯƠNG 2: LỊCH SỬ HÌNH THÀNH, XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN VÀ TÁC ĐỘNG KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA DU LỊCH

1

Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch

2

Một số xu hướng phát triển của du lịch thế giới

3

Các tác động về kinh tế xã hội của du lịch

2.1 Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch

- Trong thời kỳ cổ đại đến thế kỷ thứ IV
- Trong thời kỳ phong kiến (thế kỷ V đến thế kỷ XVII)
- Trong thời kỳ cận đại (từ những năm 40 của thế kỷ XVII đến chiến tranh thế giới thứ nhất)
- Trong thời kỳ hiện đại (sau đại chiến thế giới lần thứ nhất đến nay)

CHƯƠNG 2: LỊCH SỬ HÌNH THÀNH, XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN VÀ TÁC ĐỘNG KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA DU LỊCH

1

Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch

2

Một số xu hướng phát triển của du lịch thế giới

3

Các tác động về kinh tế xã hội của du lịch

2.2 Một số xu hướng phát triển du lịch trên thế giới

2.2.1 Nhóm xu hướng phát triển cầu du lịch

- Du lịch ngày càng khẳng định là một hiện tượng kinh tế xã hội phổ biến:
 - Đời sống cải thiện
 - Phương tiện giao thông phát triển
 - Ngân sách cho du lịch tăng
 - Nhu cầu và khả năng đi du lịch tăng
 - Điều kiện chính trị, xã hội ổn định

2.2.1 Nhóm xu hướng phát triển cầu du lịch

- Sự thay đổi về hướng và về phân bố luồng khách du lịch quốc tế
 - Tỷ trọng khách đến châu Âu giảm, châu Á tăng
 - Khu vực Đông Nam Á thu hút lượng khách lớn
- Sự thay đổi trong hình thức tổ chức chuyến đi của khách du lịch
- Hình thành các nhóm khách theo độ tuổi
- Sự gia tăng các điểm đến du lịch trong một chuyến du lịch

2.2.2 Nhóm xu hướng phát triển cung du lịch

- Đa dạng hóa sản phẩm du lịch
- Phát triển hệ thống bán sản phẩm du lịch
- Tăng cường hoạt động truyền thông du lịch
- Đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong du lịch
- Đẩy mạnh quá trình khu vực hóa, quốc tế hóa
- Hạn chế tính thời vụ trong du lịch

Xu hướng phát triển du lịch

Key trends in 2011

- Demand for international tourism maintained momentum in 2011. International tourist arrivals grew by 4.6% to reach 983 million worldwide, up from 940 million in 2010.
- Europe, which accounts for over half of all international tourist arrivals worldwide, was the fastest-growing region, both in relative terms (+6% tied with Asia and the Pacific) and absolute terms (29 million more visitors).
- The Middle East (-8%) and North Africa (-9%) were the only (sub)regions to record a decline in arrivals, due to the Arab Spring and political transitions in the region.
- International tourism receipts for 2011 are estimated at US\$ 1,030 billion worldwide, up from US\$ 928 billion in 2010 (+3.9% in real terms), setting new records in most destinations despite economic challenges in many source markets.

Xu hướng phát triển du lịch

Long-term trends

- Over the past six decades, tourism has experienced continued expansion and diversification, becoming one of the largest and fastest-growing economic sectors in the world. Many new destinations have emerged, challenging the traditional ones of Europe and North America.
- Despite occasional shocks, international tourist arrivals have shown virtually uninterrupted growth – from 277 million in 1980 to 528 million in 1995, and 983 million in 2011.
- According to *Tourism Towards 2030*, UNWTO's recently updated, long-term outlook and assessment of future tourism trends, the number of international tourist arrivals worldwide is expected to increase by 3.3% a year on average from 2010 to 2030. This represents some 43 million more international tourist arrivals every year, reaching a total of 1.8 billion arrivals by 2030.
- In the past, emerging economy destinations have grown faster than advanced economy destinations, and this trend is set to continue in the future. Between 2010 and 2030, arrivals to emerging economies are expected to increase at double the pace (+4.4% a year) of those to advanced economies (+2.2% a year).
- As a result, the market share of emerging economies has increased from 30% in 1980 to 47% in 2011, and is expected to reach 57% by 2030, equivalent to over one billion international tourist arrivals.

CHƯƠNG 2: LỊCH SỬ HÌNH THÀNH, XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN VÀ TÁC ĐỘNG KINH TẾ - XÃ HỘI CỦA DU LỊCH

- 1** Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch
- 2** Một số xu hướng phát triển của du lịch thế giới
- 3** *Các tác động về kinh tế xã hội của du lịch*

2.3 Các tác động kinh tế xã hội của du lịch



2.3 Các tác động kinh tế xã hội của du lịch

2.3.1 Ý nghĩa về mặt kinh tế của phát triển du lịch

- *Ý nghĩa về mặt kinh tế của phát triển du lịch nội địa*
 - Tham gia vào quá trình tạo nên thu nhập quốc dân
 - Phân phối lại thu nhập quốc dân
 - Tăng năng suất lao động xã hội
- *Ý nghĩa về mặt kinh tế của phát triển du lịch chủ động*
 - Tăng thu nhập quốc dân
 - Tăng thu ngoại tệ
 - Xuất khẩu tại chỗ
 - Xuất khẩu vô hình
 - Khuyến khích thu hút vốn đầu tư nước ngoài
 - Chuyển dịch cơ cấu kinh tế
 - Củng cố các mối quan hệ quốc tế

2.3 Các tác động kinh tế xã hội của du lịch

2.3.1 Ý nghĩa về mặt kinh tế của phát triển du lịch

- Ý nghĩa kinh tế của phát triển du lịch thụ động
 - Tăng năng xuất lao động
 - Ý nghĩa gián tiếp về mặt kinh tế
- Các ý nghĩa khác
 - Tăng ngân sách địa phương
 - Thúc đẩy các ngành kinh tế khác
 - Hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng tại vùng phát triển du lịch

2.3 Các tác động kinh tế xã hội của du lịch

2.3.2 Ý nghĩa xã hội

- Giải quyết công ăn việc làm
- Giảm quá trình đô thị hóa
- Phương tiện quảng cáo hiệu quả cho đất nước
- Phát triển làng nghề thủ công mỹ nghệ
- Bảo tồn các di sản, di tích
- Tăng hiểu biết chung của xã hội
- Tăng mối quan hệ giữa các cá nhân giữa các vùng và các quốc gia.
- Giáo dục tinh thần yêu nước
- Tăng thêm tình đoàn kết cộng đồng

2.3 Các tác động kinh tế xã hội của du lịch

2.3.3 Tác hại về kinh tế và xã hội

- Mất cân bằng cán cân thanh toán do phát triển du lịch quốc tế thụ động
- Tạo ra sự phụ thuộc của nền kinh tế vào ngành du lịch
- Mất ổn định và cân đối trong một số ngành và sử dụng lao động du lịch
- Ô nhiễm môi trường, phá hủy tài nguyên
- Gây ra tệ nạn xã hội
- Tác động tiêu cực đến đời sống tinh thần của dân tộc
- Tăng sức ép do thất nghiệp theo chu kỳ
- Nhập khẩu lao động

CHƯƠNG 3: NHU CẦU DU LỊCH, LOẠI HÌNH DU LỊCH VÀ CÁC LĨNH VỰC KINH DOANH DU LỊCH

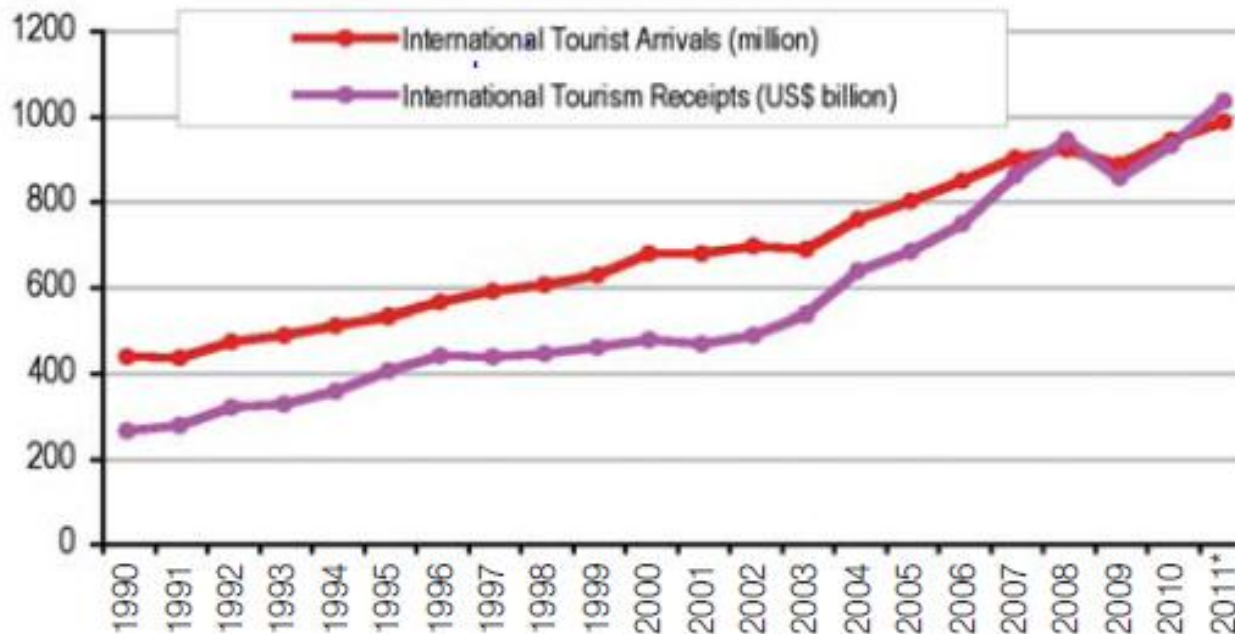
1 *Nhu cầu du lịch*

2 **Các loại hình du lịch**

3 **Các lĩnh vực kinh doanh du lịch**

3.1 Nhu cầu du lịch

Inbound tourism 1990-2011*

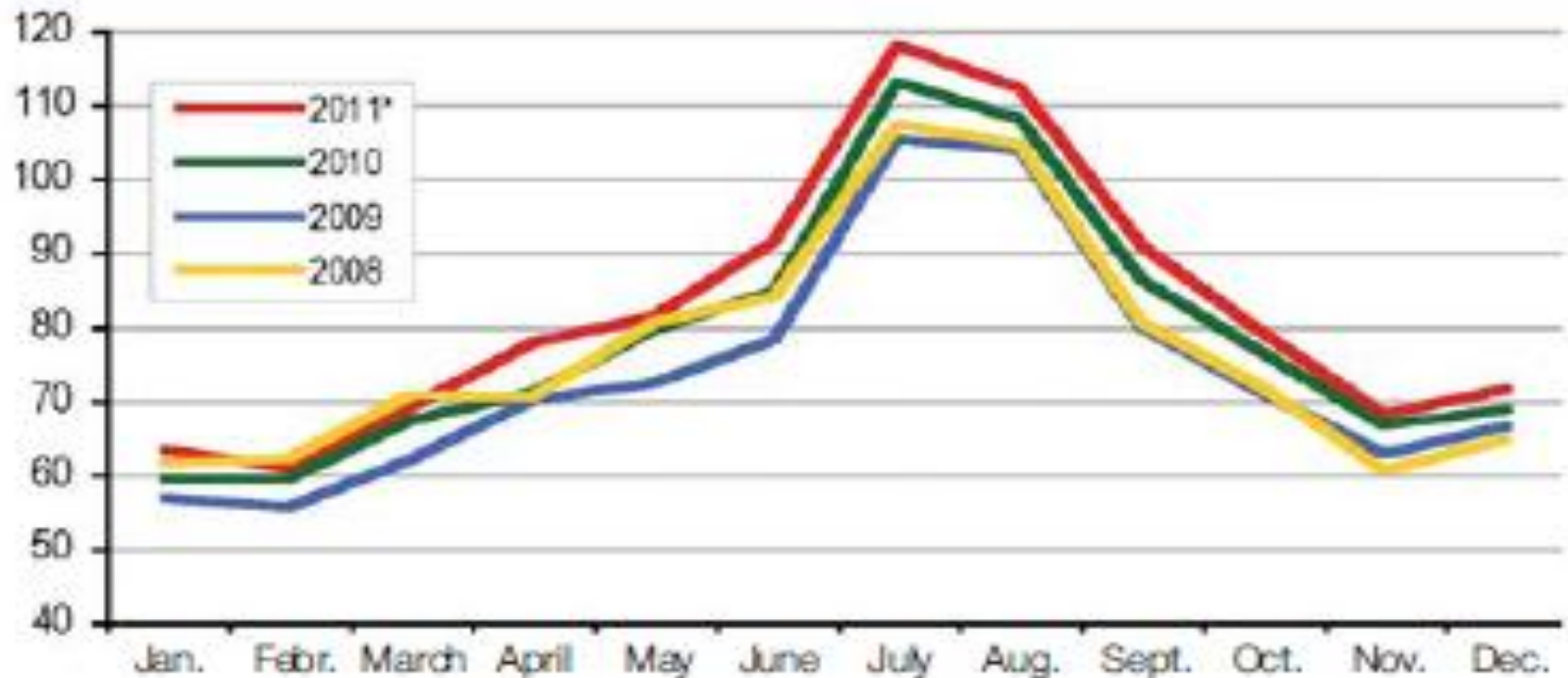


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

1.3 Nhu cầu du lịch

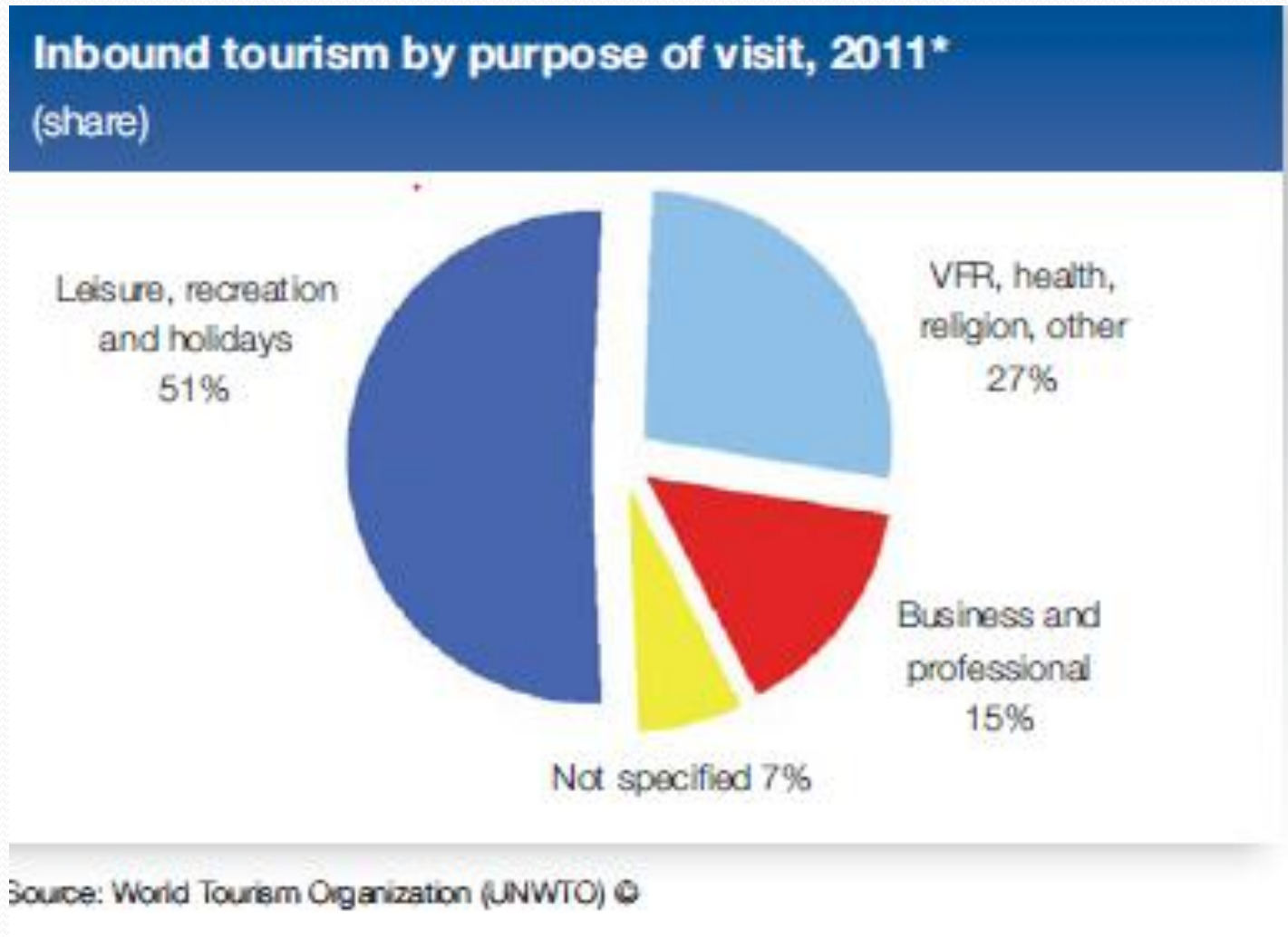
Inbound tourism by month

International Tourist Arrivals (million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

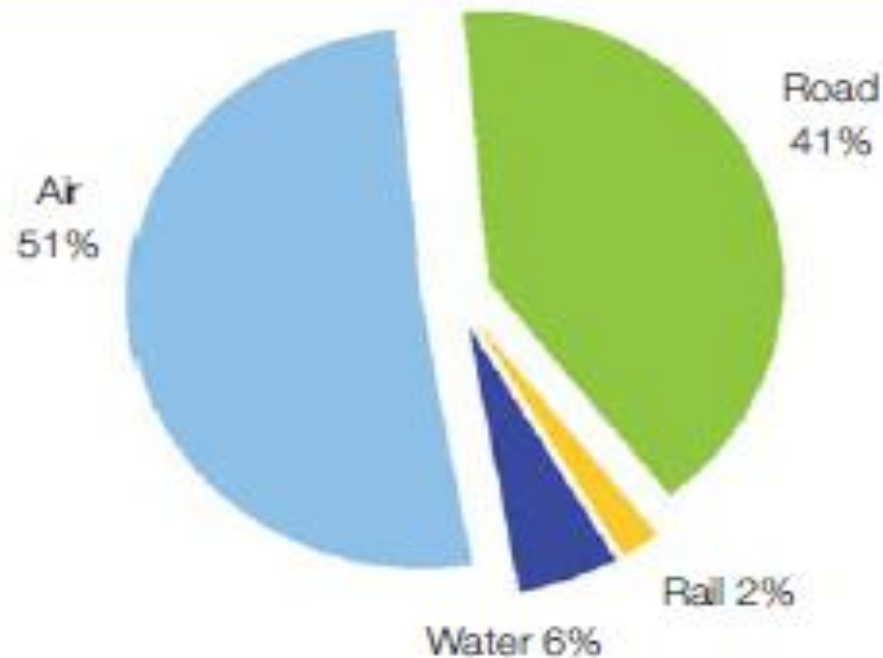
3.1 Nhu cầu du lịch



3.1 Nhu cầu du lịch

Inbound tourism by mode of transport, 2011*

(share)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

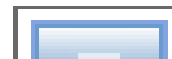
3.1 Nhu cầu du lịch

International Tourist Arrivals					
Rank	Series ¹	Million		Change (%)	
		2010	2011*	10/09	11*/10
1	France	77.1	79.5	0.5	3.0
2	United States	59.8	62.3	8.8	4.2
3	China	55.7	57.6	9.4	3.4
4	Spain	52.7	56.7	1.0	7.6
5	Italy	43.6	46.1	0.9	5.7
6	Turkey	27.0	29.3	5.9	8.7
7	United Kingdom	28.3	29.2	0.4	3.2
8	Germany	26.9	28.4	10.9	5.5
9	Malaysia	24.6	24.7	3.9	0.6
10	Mexico	23.3	23.4	4.2	0.5

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(%) = percentage derived from series in US\$ instead of local currency

¹ See note on page 7



3.1 Nhu cầu du lịch

International Tourism Receipts							
Rank		US\$			Local currencies		
		Billion		Change (%)		Change (%)	
		2010	2011*	10/09	11*/10	10/09	11*/10
1	United States	103.5	116.3	9.9	12.3	9.9	12.3
2	Spain	52.5	59.9	-1.2	14.0	3.9	8.6
3	France	46.6	53.8	-6.0	15.6	-1.1	10.1
4	China	45.8	48.5	15.5	5.8	15.5	5.8 (\$)
5	Italy	38.8	43.0	-3.6	10.9	1.4	5.6
6	Germany	34.7	38.8	0.1	12.0	5.3	6.7
7	United Kingdom	32.4	35.9	7.5	10.9	8.4	6.9
8	Australia	29.8	31.4	17.4	5.5	-0.2	-6.2
9	Macao (China)	27.8	..	53.2	..	53.5	..
10	Hong Kong (China)	22.2	27.7	35.3	24.7	35.6	25.0

(Data as collected by UNWTO, June 2012)

1.3 Nhu cầu du lịch

Key trends in 2011

- Demand for international tourism maintained momentum in 2011. International tourist arrivals grew by 4.6% to reach 983 million worldwide, up from 940 million in 2010.
- Europe, which accounts for over half of all international tourist arrivals worldwide, was the fastest-growing region, both in relative terms (+6% tied with Asia and the Pacific) and absolute terms (29 million more visitors).
- The Middle East (-8%) and North Africa (-9%) were the only (sub)regions to record a decline in arrivals, due to the Arab Spring and political transitions in the region.
- International tourism receipts for 2011 are estimated at US\$ 1,030 billion worldwide, up from US\$ 928 billion in 2010 (+3.9% in real terms), setting new records in most destinations despite economic challenges in many source markets.

1.3 Nhu cầu du lịch

Long-term trends

- Over the past six decades, tourism has experienced continued expansion and diversification, becoming one of the largest and fastest-growing economic sectors in the world. Many new destinations have emerged, challenging the traditional ones of Europe and North America.
- Despite occasional shocks, international tourist arrivals have shown virtually uninterrupted growth – from 277 million in 1980 to 528 million in 1995, and 983 million in 2011.
- According to *Tourism Towards 2030*, UNWTO's recently updated, long-term outlook and assessment of future tourism trends, the number of international tourist arrivals worldwide is expected to increase by 3.3% a year on average from 2010 to 2030. This represents some 43 million more international tourist arrivals every year, reaching a total of 1.8 billion arrivals by 2030.
- In the past, emerging economy destinations have grown faster than advanced economy destinations, and this trend is set to continue in the future. Between 2010 and 2030, arrivals to emerging economies are expected to increase at double the pace (+4.4% a year) of those to advanced economies (+2.2% a year).
- As a result, the market share of emerging economies has increased from 30% in 1980 to 47% in 2011, and is expected to reach 57% by 2030, equivalent to over one billion international tourist arrivals.

3.1 Nhu cầu du lịch

- **Theo các chuyên gia tâm lý học**, “Nhu cầu là cái tất yếu, tự nhiên, nó là thuộc tính tâm lý của con người, là sự đòi hỏi tất yếu của con người để tồn tại và phát triển. Nếu được thoả mãn sẽ gây cho con người những xúc cảm dương tính, trong trường hợp ngược lại sẽ gây nên những ám ức, khó chịu (xúc cảm âm tính)”.

3.1 Nhu cầu du lịch

Nhu cầu tự
hoàn thiện

Nhu cầu được tôn
trọng

Nhu cầu hòa nhập và tình yêu

Nhu cầu về an toàn và an ninh

Nhu cầu sinh lý: ăn uống, nghỉ ngơi, ngủ


Hình: Các thang
bậc nhu cầu
theo lý thuyết
nhu cầu của con
người của A
Maslow năm
1943

3.1 Nhu cầu du lịch



Hình: Các thang bậc nhu cầu theo lý thuyết nhu cầu của con người của A Maslow (có bổ sung)

Phân loại các nhóm động cơ đi du lịch

- Nhu cầu cơ bản: đi lại, ăn uống, lưu trú
- Nhu cầu đặc trưng: nghỉ ngơi, tham quan, giải trí...
 **Hình thành động cơ đi du lịch**
- Nhu cầu bổ sung: thẩm mỹ, làm đẹp, thông tin...

Phân loại các nhóm động cơ đi du lịch gắn với các mục đích cụ thể

Nhóm I : Động cơ nghỉ ngơi (Pleasure)

- Đi du lịch với mục đích nghỉ ngơi, giải trí, phục hồi tâm sinh lý, tiếp cận gần gũi với thiên nhiên, thay đổi môi trường sống.
- Đi du lịch với mục đích thể thao
- Đi du lịch với mục đích văn hoá, giáo dục

Nhóm II : Động cơ nghề nghiệp (Professional)

- Đi du lịch với mục đích tìm hiểu cơ hội kinh doanh kết hợp với giải trí.
- Đi du lịch với mục đích thăm viếng ngoại giao
- Đi du lịch với mục đích cộng tác.

Nhóm III : Các động cơ khác (Other tourist Motivies)

- Đi du lịch với mục đích thăm viếng người thân
- Đi du lịch với mục đích nghỉ tuần trăng mật
- Đi du lịch với mục đích chữa bệnh
- Đi du lịch là do bắt chước, coi du lịch là “mốt”
- Đi du lịch là do sự “chơi trội” để tập trung sự chú ý của những người xung quanh.

Phân loại các nhóm động cơ đi du lịch:

➤ Nhóm động cơ kéo:

- Tác động của bạn bè, người thân, thông tin truyền miệng
- Tham dự các lễ kỷ niệm, ngày hội
- Tham dự các sự kiện đặc biệt, tham quan các di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh...
- Giải trí
- Do quảng cáo (khoảng 30%)

Phân loại các nhóm động cơ du lịch

➤ Nhóm động cơ đẩy:

- Thích sự thám hiểm, sự thử thách, lãng tử,...
- Thích được tự khám phá, thích cái mới
- Thích được nghỉ ngơi thư giãn
- Tăng sự trải nghiệm cuộc sống
- Tránh sự ô nhiễm, sự nhàm chán...
- Khẳng định uy danh, tên tuổi...

Các lý do ngăn cản con người đi du lịch (đến một nơi lần thứ 2)

- Tăng hoạt động tội phạm, các tệ nạn xã hội (nghiện hút, cờ bạc...)
- Tăng ô nhiễm môi trường, bệnh dịch...
- Tăng sự tắc nghẽn, đông đúc, chật chội
- Sự gia tăng của những hàng lưu niệm rởm(cầu thả, nhái...)
- Sự phân biệt sắc tộc, phân biệt đối xử giữa khách nhiều tiền và khách ít tiền
- Sự đắt đỏ của các DV DL
- Giá trị tài nguyên DL ko đặc sắc, thiếu đặc trưng
- Chất lượng dịch vụ kém
- Cơ sở hạ tầng kém
- Nhận thức của người dân quá thấp
- Thiếu thông tin

Đặc điểm của nhu cầu du lịch

Là một loại nhu cầu thứ yếu của con người, nhưng khác với các nhu cầu thứ yếu khác:

- Tính đặc biệt
- Tính cao cấp
- Tính tổng hợp
- Tính đồng bộ

CHƯƠNG 3: NHU CẦU DU LỊCH, LOẠI HÌNH DU LỊCH VÀ CÁC LĨNH VỰC KINH DOANH DU LỊCH



Nhu cầu du lịch



Các loại hình du lịch



Các lĩnh vực kinh doanh du lịch

3.2 Các loại hình du lịch

Khái niệm:

“Loại hình du lịch được hiểu là một tập hợp các sản phẩm du lịch có những đặc điểm giống nhau, hoặc vì chúng thỏa mãn những nhu cầu, động cơ du lịch tương tự, hoặc được bán cho cùng một nhóm khách hàng, hoặc vì chúng có cùng một cách phân phối, một cách tổ chức như nhau, hoặc được xếp chung theo một mức giá bán nào đó.”

3.2 Các loại hình du lịch

Các căn cứ phân loại:

- Theo phạm vi lãnh thổ
- Nhu cầu nảy sinh hoạt động du lịch
- Đối tượng khách du lịch
- Hình thức tổ chức chuyên đi
- Phương tiện giao thông được sử dụng
- Phương tiện lưu trú được sử dụng
- Thời gian đi du lịch
- Vị trí địa lý của nơi đến đi du lịch

3.2 Các loại hình du lịch

Theo phạm vi lãnh thổ:

- Du lịch quốc tế
 - Du lịch quốc tế chủ động
 - Du lịch quốc tế bị động
- Du lịch nội địa

3.2 Các loại hình du lịch

Theo nhu cầu nảy sinh hoạt động du lịch

- Du lịch chữa bệnh
- Du lịch nghỉ ngơi, giải trí
- Du lịch thể thao
- Du lịch văn hóa
- Du lịch công vụ
- Du lịch thương gia
- Du lịch tôn giáo
- Du lịch thăm hỏi, du lịch quê hương
- Du lịch quá cảnh

3.2 Các loại hình du lịch

Căn cứ vào đối tượng khách đi du lịch:

- Du lịch thanh, thiếu niên
- Du lịch dành cho những người cao tuổi
- Du lịch gia đình
- Du lịch phụ nữ
- Du lịch nhóm đồng sở thích...

3.2 Các loại hình du lịch

Căn cứ vào hình thức tổ chức chuyến đi:

- Du lịch theo đoàn
- Du lịch cá nhân

3.2 Các loại hình du lịch

Căn cứ vào phương tiện giao thông:

- Du lịch bằng xe đạp
- Du lịch bằng xe máy
- Du lịch bằng xe ô tô
- Du lịch bằng tàu hỏa
- Du lịch bằng tàu thủy
- Du lịch bằng máy bay

3.2 Các loại hình du lịch

Căn cứ vào phương tiện lưu trú:

- Du lịch ở khách sạn
- Du lịch ở khách sạn ven đường
- Du lịch ở lều, trại
- Du lịch ở làng du lịch

3.2 Các loại hình du lịch

Căn cứ vào thời gian đi du lịch:

- Du lịch dài ngày
- Du lịch ngắn ngày

3.2 Các loại hình du lịch

Căn cứ vào vị trí địa lý của nơi đến du lịch:

- Du lịch nghỉ núi
- Du lịch nghỉ biển, sông, hồ
- Du lịch thành phố
- Du lịch đồng quê
- Du lịch địa di sản
- Du lịch cây di sản

CHƯƠNG 3: NHU CẦU DU LỊCH, LOẠI HÌNH DU LỊCH VÀ CÁC LĨNH VỰC KINH DOANH DU LỊCH



Nhu cầu du lịch



Các loại hình du lịch



Các lĩnh vực kinh doanh du lịch

3.3 Các lĩnh vực kinh doanh trong du lịch

- Kinh doanh lữ hành
- Kinh doanh khách sạn
- Kinh doanh dịch vụ vận chuyển
- Kinh doanh các dịch vụ khác

CHƯƠNG 4: ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1

Điều kiện chung

2

Điều kiện đặc trưng

3

Sự hình thành điểm du lịch

4.1 Điều kiện chung

- Điều kiện chung đối với sự phát triển của hoạt động đi du lịch
- Những điều kiện có ảnh hưởng nhiều hơn đến hoạt động kinh doanh du lịch

4.1.1 Điều kiện chung đối với sự phát triển của hoạt động đi du lịch

- Thời gian rỗi của nhân dân
 - Cách làm tăng thời gian rỗi?
- Mức sống về vật chất và trình độ văn hóa chung của người dân cao
 - Mức sống về vật chất cao
 - Trình độ văn hóa chung của nhân dân cao
- Điều kiện giao thông vận tải phát triển
- Không khí chính trị hòa bình, ổn định trên thế giới.

4.1.2 Những điều kiện ảnh hưởng nhiều hơn đến hoạt động kinh doanh du lịch

- Tình hình và xu hướng phát triển kinh tế của đất nước
- Tình hình chính trị hòa bình, ổn định của đất nước và các điều kiện an toàn đối với du khách

Tình hình và xu hướng phát triển kinh tế của đất nước

- Thực trạng và xu hướng phát triển của tổng sản phẩm quốc nội (GDP), tổng sản phẩm quốc nội tính theo đầu người.
- Sự phát triển của công nghiệp nhẹ, nông nghiệp và công nghiệp chế biến lương thực, thực phẩm.
- Xu hướng phát triển nội, ngoại thương.
- Tỷ trọng dân số đang độ tuổi lao động tích cực trong tổng dân số: tỷ trọng này lớn là tiềm năng phát triển kinh tế cao.

Điều kiện về an ninh, chính trị

- ✓ *Không khí chính trị hòa bình, ổn định trên thế giới*
- *Tầm quan trọng của không khí hòa bình, ổn định trên thế giới*
 - *Đó là điều kiện đảm bảo cho việc mở rộng các mối quan hệ kinh tế - chính trị, văn hóa, khoa học kỹ thuật giữa các quốc gia trên thế giới*
 - *Không khí chính trị hòa bình, ổn định trên thế giới là một điều kiện quan trọng để du lịch quốc tế phát triển mạnh*
 - *Nếu trên thế giới không khí chính trị là căng thẳng thì hoạt động đi du lịch cũng không có điều kiện để phát triển cả về quy mô và phạm vi*

Không khí hòa bình, ổn định trên thế giới (tiếp)

- **Việc mở rộng quan hệ quốc tế, hòa bình, hữu nghị trên thế giới hiện nay**
 - Mỗi quan hệ song phương và đa phương giữa các quốc gia ngày càng được mở rộng
 - Xu thế hiện nay là hội nhập, toàn cầu hóa
- **Các yếu tố ảnh hưởng đến mỗi quan hệ hòa bình hữu nghị**
 - Truyền thống quan hệ giữa các quốc gia
 - Thể chế chính trị
 - Đặc điểm kinh tế thế giới
 - Giao lưu văn hóa giữa các nền văn hóa trên thế giới.

Tình hình chính trị hòa bình, ổn định của đất nước và các điều kiện an toàn đối với du khách

- ✓ *Tình hình hòa bình, chính trị ổn định của đất nước*
- Tình hình chính trị, hòa bình ổn định là tiền đề cho sự phát triển (đời sống) kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội của một đất nước.
- Sự ổn định về chính trị của một quốc gia là yếu tố đảm bảo an ninh an toàn cho cả người tiêu dùng (khách du lịch) và cả nhà sản xuất (thu hút đầu tư...)

Các điều kiện an toàn đối với du khách

- Tình hình an ninh, trật tự xã hội (các tệ nạn xã hội và bộ máy bảo vệ an ninh, trật tự xã hội, nạn khủng bố...).
- Lòng hận thù của dân bản xứ đối với một dân tộc nào đó (thường xuất phát từ nguyên nhân tôn giáo, lịch sử đô hộ...).
- Các loại bệnh như tả, lỵ, dịch hạch, cúm gà, dịch SARS... cũng làm ảnh hưởng đến hoạt động du lịch.

CHƯƠNG 4: ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1

Điều kiện chung

2

Điều kiện đặc trưng

3

Sự hình thành điểm du lịch

4.2 Điều kiện đặc trưng

- Điều kiện về tài nguyên du lịch
- Điều kiện về sự sẵn sàng phục vụ khách du lịch
- Một số tình hình và sự kiện đặc biệt

4.2.1 Điều kiện về tài nguyên du lịch

Tài nguyên thiên nhiên:

- Địa hình
- Khí hậu
- Thực vật
- Động vật
- Tài nguyên nước
- Vị trí địa lý
- Địa chất

4.2.1 Điều kiện về tài nguyên du lịch

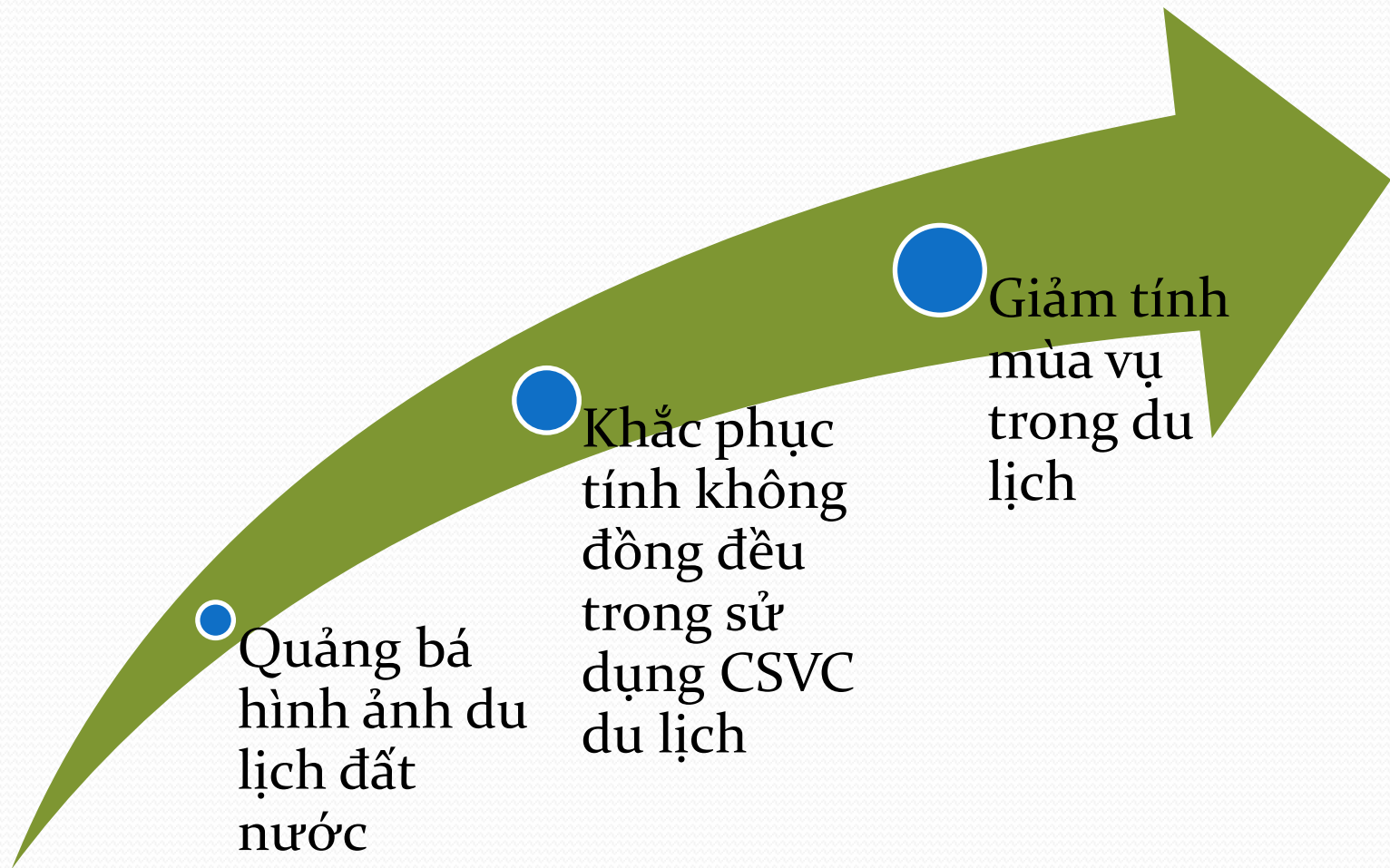
Tài nguyên nhân văn:

- Giá trị văn hóa lịch sử
- Thành tựu kinh tế - chính trị

4.2.2 Điều kiện sẵn sàng phục vụ khách du lịch

- Các điều kiện về tổ chức
- Điều kiện về kỹ thuật
 - Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch
 - Cơ sở vật chất hạ tầng xã hội
- Điều kiện về kinh tế
 - Điều kiện về nguồn vốn
 - Thiết lập các mối quan hệ kinh tế với các bạn hàng
 - Trình độ văn hóa chung của nhân dân cao

4.2.3 Một số tình hình và sự kiện đặc biệt



CHƯƠNG 4: ĐIỀU KIỆN PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1

Điều kiện chung

2

Điều kiện đặc trưng

3

Sự hình thành điểm du lịch

4.3 Điểm du lịch

Khái niệm:

“Điểm du lịch là một nơi, một vùng hay một đất nước có sự hấp dẫn đặc biệt đối với dân ngoài địa phương và có những thay đổi nhất định trong kinh tế do hoạt động du lịch gây nên.”

4.3 Điểm du lịch

Phân loại điểm du lịch:

- Điểm du lịch thiên nhiên
 - Nghỉ dưỡng
 - Thể thao
- Điểm du lịch văn hóa
 - Trung tâm lịch sử
 - Trung tâm khoa học
 - Trung tâm nghệ thuật
 - Trung tâm tôn giáo...
- Điểm du lịch đô thị
- Điểm du lịch đầu mối giao thông

4.3 Điểm du lịch

Điều kiện hình thành điểm du lịch:

- Tài nguyên du lịch
- Đảm bảo điều kiện vệ sinh cần thiết
- Xây dựng tốt, có lối đi lại, luôn được duy trì
- Hệ thống cơ sở hạ tầng cho du lịch

4.3 Điểm du lịch

Nhân tố hình thành điểm du lịch:

- Sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch
- > Quyết định sức hấp dẫn của điểm du lịch
- Đảm bảo giao thông tại điểm du lịch
- Đảm bảo điều kiện cho khách lưu lại điểm du lịch
- > Ý nghĩa quyết định hình thành điểm du lịch

BÀI TẬP LỚN

Đề bài: Thu thập thông tin và đánh giá tác động qua lại giữa du lịch và một lĩnh vực nào đó của đời sống kinh tế xã hội trên một địa bàn cụ thể.

Yêu cầu:

- Giới thiệu khái quát về điểm du lịch
- Đánh giá tác động của lĩnh vực được chọn đối với du lịch
- Đánh giá tác động của du lịch đối với lĩnh vực được chọn
- Đề xuất giải pháp khắc phục các tác động bất lợi

BÀI TẬP LỚN

- Mục tiêu:
 - Tìm hiểu thông tin về thực tế
 - Vận dụng kiến thức đã học vào thực tế
- Cách đánh giá cho điểm:
 - Trình bày: 30%
 - Nội dung báo cáo: 70%
 - Mô tả được phương thức thu thập thông tin: 10%
 - Nêu được những thuận lợi và khó khăn: 30%
 - Tư vấn được các biện pháp khắc phục: 30%

CHƯƠNG 5: TÍNH THỜI VỤ TRONG DU LỊCH

1

Khái niệm

2

Đặc điểm

3

Các nhân tố tác động tới tính thời vụ trong du lịch

4

Phương hướng và biện pháp khắc phục

5.1 Tính thời vụ trong du lịch

- *Tính thời vụ du lịch*: là sự dao động lặp đi, lặp lại đối với cung và cầu của các dịch vụ hàng hóa du lịch, xảy ra dưới tác động của những nhân tố du lịch.
- *Thời vụ du lịch*: là khoảng thời gian của một chu kỳ kinh doanh, mà tại đó có sự tập trung cao nhất của cung và cầu du lịch.

5.2 Đặc điểm của tính thời vụ du lịch

- Tính thời vụ du lịch mang tính phổ biến ở tất cả các nước và các vùng có hoạt động du lịch
- Một nước hoặc một vùng du lịch có thể có một hoặc nhiều thời vụ du lịch, tùy thuộc vào thể loại du lịch phát triển ở đó
- Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ du lịch không bằng nhau đối với các thể loại du lịch khác nhau
- Cường độ của thể loại du lịch không bằng nhau theo thời gian của chu kỳ kinh doanh

5.2 Đặc điểm của tính thời vụ du lịch

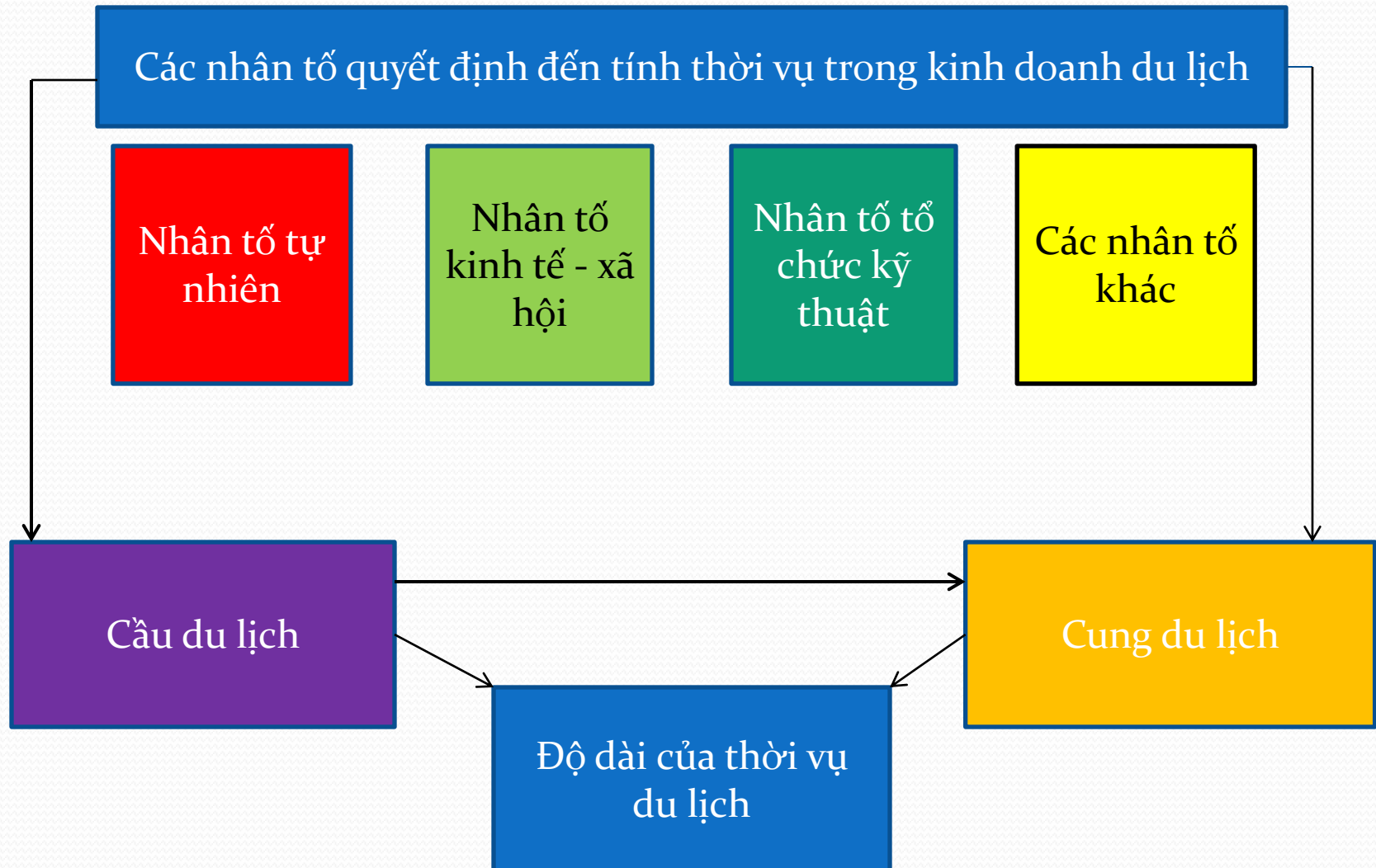
- Độ dài của thời gian và cường độ của thời vụ du lịch phụ thuộc vào mức độ phát triển và kinh nghiệm kinh doanh du lịch của các quốc gia du lịch, điểm du lịch và các nhà kinh doanh du lịch.
- Cường độ và độ dài thời vụ du lịch phụ thuộc vào cơ cấu của khách đến vùng du lịch
- Cường độ và độ dài của thời vụ du lịch phụ thuộc vào số lượng các cơ sở lưu trú chính

5.2 Đặc điểm của thời vụ du lịch

Đặc điểm về tính thời vụ du lịch của Việt Nam:

- Có tài nguyên du lịch phong phú
- Đối tượng khách đa dạng
- Thời vụ du lịch, độ dài của thời vụ du lịch biểu hiện rất khác nhau giữa các điểm du lịch

5.3 Các nhân tố tác động tới thời vụ trong du lịch



5.4 Phương hướng và biện pháp làm giảm các tác động bất lợi của tính thời vụ du lịch

5.4.1 Các tác động bất lợi của thời vụ du lịch

- Tác động bất lợi đến dân cư sở tại
- Các tác động bất lợi đến chính quyền địa phương
- Các tác động bất lợi đến khách du lịch
- Các tác động bất lợi đến nhà kinh doanh du lịch:
 - Chất lượng phục vụ
 - Tổ chức và sử dụng nhân lực
 - Sử dụng tài nguyên, cơ sở vật chất kỹ thuật
 - Chất lượng phục vụ
 - Hiệu quả kinh doanh
 - Tổ chức hạch toán
 - Cung ứng, các dịch vụ có liên quan...

5.4.2 Phương hướng và giải pháp chính làm giảm những tác động bất lợi do tính thời vụ trong du lịch đem lại

- Tăng mức độ phù hợp tối ưu giữa cung và cầu:
 - Tổ chức lao động hợp lý
 - Tăng cường liên kết kinh doanh
 - Kéo dài thời gian của thời vụ du lịch
 - Tăng các dịch vụ cung cấp
 - Chính sách kích cầu vào mùa thấp điểm

5.4.2 Phương hướng và giải pháp chính làm giảm những tác động bất lợi do tính thời vụ trong du lịch đem lại

- Tạo điều kiện cho thời vụ thứ hai:
 - Phát triển loại hình du lịch mới:
 - Tính hấp dẫn của tài nguyên
 - Khả năng huy động tài nguyên chưa được khai thác
 - Nguồn khách triển vọng và cơ cấu
 - Chất lượng và cơ cấu cơ sở vật chất hiện có
 - Lượng vốn cần đầu tư thêm

Bài tập tình huống

Tình huống 1:

- Mô tả tình huống:
 - Hiện nay tỷ lệ khách du lịch quay trở lại Việt Nam là rất thấp (khoảng 10-13% - theo số liệu công bố của Tổng cục Du lịch Việt Nam vào năm 2007). Trong khi đó, tỷ lệ khách du lịch quay trở lại Thái Lan cao hơn rất nhiều, mặc dù Việt Nam được đánh giá là một điểm đến an toàn hơn Thái Lan trong những năm gần đây.
- Yêu cầu cơ bản:
 - Nghiên cứu tình huống
 - Tìm hiểu nguyên nhân và đề xuất giải pháp

Bài tập tình huống

Tình huống 2:

- Mô tả tình huống:
 - Việt Nam có nguồn tài nguyên du lịch vô cùng phong phú. Du lịch Việt Nam nên phát triển những loại hình du lịch nào thì phù hợp và đạt kết quả cao
- Yêu cầu cơ bản:
 - Tìm hiểu tài nguyên du lịch của Việt Nam
 - Tìm hiểu các loại hình du lịch
 - Tìm hiểu các xu hướng tiêu dùng du lịch hiện nay
 - Đề xuất các loại hình du lịch nên ưu tiên phát triển

Bài tập tình huống

Tình huống 3:

- Mô tả tình huống:
 - Du lịch là một ngành kinh tế nhạy cảm, mang tính liên ngành, liên vùng. Do đó, hoạt động du lịch chịu tác động của nhiều nhân tố làm ảnh hưởng đến chất lượng và giá cả của sản phẩm du lịch. Vậy, ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp du lịch Việt Nam cần phải làm gì để tạo ra sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh cao trên thị trường.
- Yêu cầu cơ bản:
 - Phân tích tính nhạy cảm, liên ngành, liên vùng của du lịch
 - Phân tích những tác động đến chất lượng và giá cả của sản phẩm du lịch
 - Đề xuất các biện pháp để nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm du lịch trên thị trường

CHƯƠNG 7: CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT TRONG DU LỊCH

1

Khái niệm và vai trò

2

Cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

3

Đặc điểm cơ sở vật chất – kỹ thuật du lịch

4

Yêu cầu đối với cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

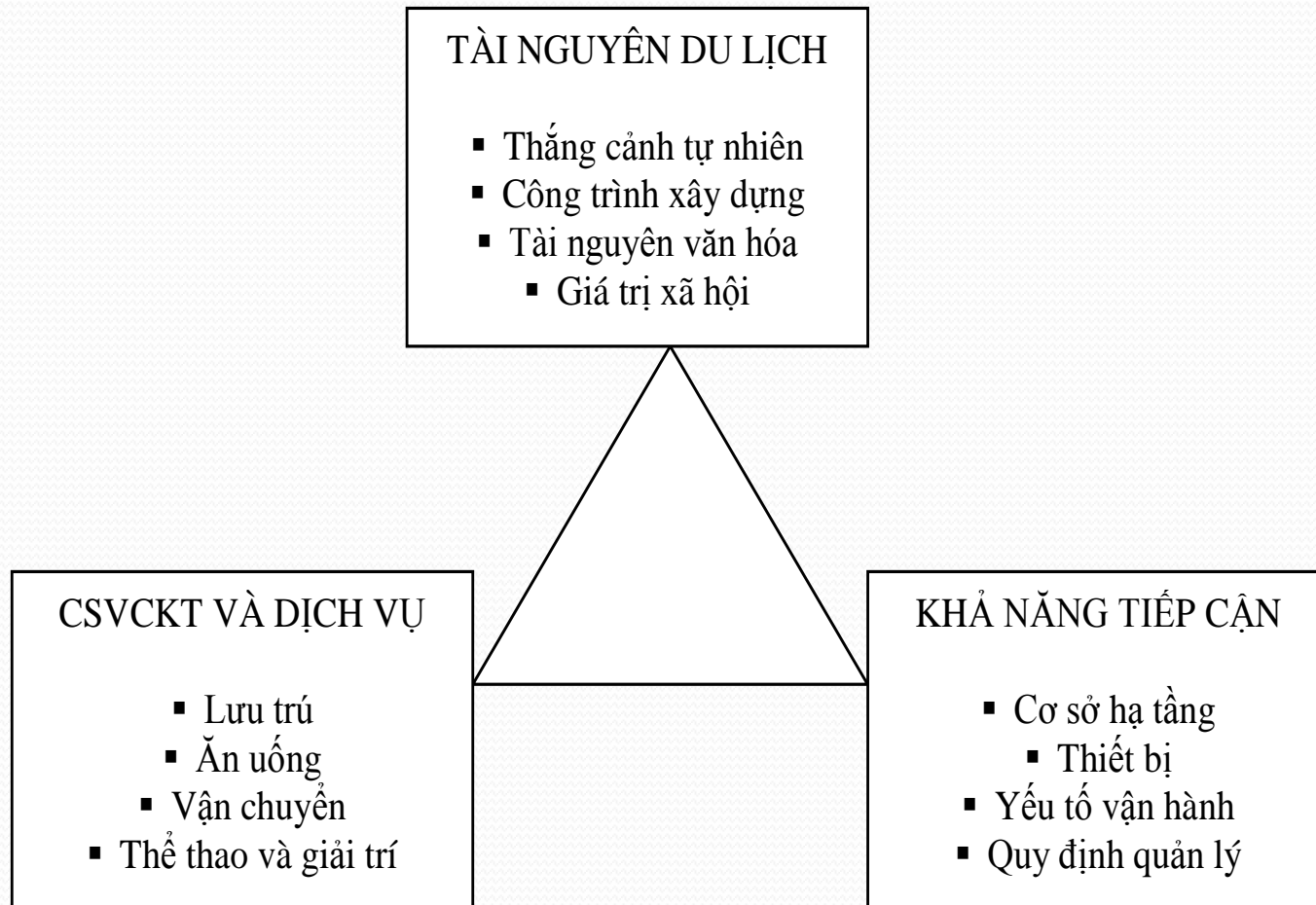
5

Xu hướng phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

Khái niệm và vai trò của cơ sở vật chất – kỹ thuật trong du lịch

- Khái niệm
 - Theo nghĩa rộng
 - Theo nghĩa hẹp
- Vai trò của cơ sở vật chất du lịch

Các yếu tố cấu thành nên sản phẩm du lịch



Cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

- Phân loại theo chức năng tham gia vào quá trình lao động
 - Tư liệu lao động
 - Đối tượng lao động
- Phân loại theo quá trình tạo ra dịch vụ và hàng hóa du lịch
 - Phục vụ các hoạt động trung gian
 - Cơ sở lưu trú, nhà hàng
 - Dịch vụ vận chuyển
 - Dịch vụ bổ sung và vui chơi giải trí
- Phân loại theo chức năng quản lý và kinh doanh
 - Trực thuộc các cơ quan quản lý du lịch
 - Do doanh nghiệp quản lý

Đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

- Có mối quan hệ mật thiết với tài nguyên du lịch
 - Mối quan hệ thống nhất
 - Mối quan hệ mâu thuẫn
- Có tính đồng bộ trong xây dựng và sử dụng
 - Đầy đủ các thành phần
 - Sự hài hòa cần đối
 - Đồng bộ giữa thiết kế và xây dựng

Đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

- Có giá trị một đơn vị công suất sử dụng cao do:
 - Nhu cầu du lịch là tổng hợp, đa dạng
 - Khách du lịch có đòi hỏi và yêu cầu cao về cảnh quan môi trường
 - Tính đồng bộ chất lượng cao trong xây dựng
 - Tính thời vụ
- Thời gian hao mòn thành phần chính tương đối dài
- Một số thành phần được sử dụng không cân đối

Yêu cầu đối với cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

- Mức độ tiện nghi
- Mức độ thẩm mỹ
- Mức độ vệ sinh
- Mức độ an toàn

Đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

- Đánh giá về vị trí
- Đánh giá về kỹ thuật
- Đánh giá về kinh tế

Xu hướng phát triển của CSVCKT du lịch

- Xu hướng đa dạng hóa
- Xu hướng hiện đại hóa
- Xu hướng kết hợp hiện đại và truyền thống
- Xu hướng xây dựng hài hòa với môi trường thiên nhiên

Chương 7: Lao động trong du lịch

- Các loại lao động trong ngành du lịch
- Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực trong du lịch

Chương 11: Quản lý nhà nước về du lịch

- Hệ thống quản lý nhà nước về du lịch
- Vai trò của hệ thống quản lý nhà nước về du lịch ở Việt Nam







































