

PHẦN I: ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Khoa/Bộ môn phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh/Bộ môn Quản trị kinh doanh

2. Thông tin về giảng viên

TT	Họ và tên	Năm sinh	Chức danh, học hàm, học vị	Nơi tốt nghiệp	Chuyên môn	Giảng chính/kiêm chức	Điện thoại, email
1	Nguyễn Thị Thu Linh	1987	Giảng viên, thạc sĩ	ĐHQGHN	QTKD	Giảng chính	0989.59.1819
2	Đoàn Thị Huệ	1988	Giảng viên, thạc sĩ	ĐHTM	QTKD	Giảng chính	0987.818.576

3. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: Đại cương khoa học du lịch
- Mã học phần: 003401
- Số tín chỉ: 03
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học
- Môn học song hành: Quản trị chiến lược, Quản trị nhân lực; Khởi sự kinh doanh

4. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: là học phần bắt buộc đối với ngành Quản trị khách sạn du lịch
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: Chính quy.

5. Mục tiêu của học phần

5.1. Kiến thức:

- Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về du lịch. Giúp sinh viên hiểu được lịch sử phát triển của du lịch và các tổ chức du lịch; các động cơ, loại hình du lịch; sự phát triển của điểm đến du lịch; các tác động tích cực về kinh tế - xã hội – môi trường của hoạt động du lịch; phát triển du lịch trên cơ sở quy hoạch du lịch hợp lý.

5.2. *Kỹ năng:*

- Phân tích hoạch định chiến lược, chính sách nhà nước về phát triển du lịch. Hoạch định phát triển điểm đến du lịch, lập kế hoạch phát triển R&D giải quyết các vấn đề hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch.
- Rèn luyện, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp thông qua thực hành và giải quyết các tình huống thực tế.
- Có kỹ năng tư duy, phân tích và ra quyết định, kỹ năng phát hiện và giải quyết vấn đề.
- Có kỹ năng thuyết trình, làm việc theo nhóm.
- Đánh giá được cách dạy và học.

5.3. *Thái độ:*

- Có tinh thần trách nhiệm và hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao liên quan đến môn học.
- Yêu thích môn học, ngành học mà sinh viên đang theo học.
- Kính trọng và noi gương các giáo viên đang giảng dạy môn học.
- Có sự tự tin và chuẩn mực sống trong xã hội

6. Nội dung tóm tắt của học phần:

Học phần Đại cương khoa học du lịch là học phần bắt buộc khối kiến thức chuyên ngành Quản trị khách sạn du lịch. Học phần cung cấp một số kiến thức cơ bản về du lịch; là cơ sở dẫn dắt sinh viên tiếp cận quản trị chuyên sâu và thực tiễn đối với vấn đề quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Sau khi học xong học phần, sinh viên có kiến thức khái quát về sự phát triển của du lịch; động cơ và hoạt động du lịch; điểm đến du lịch; tác động của du lịch, quy hoạch và phát triển du lịch.

7. Phương pháp và phương tiện giảng dạy:

7.1. *Phương pháp giảng dạy:* Thuyết trình, dạy học theo nhóm, dạy học dựa trên vấn đề, đàm thoại, thảo luận, seminar sinh viên...

7.2. *Phương tiện dạy học:*

- *Tài liệu học tập bắt buộc:*

Vũ Đức Minh (2012), Giáo trình tổng quan du lịch, NXB Thống kê

- *Tài liệu tham khảo*

Trần Đức Thanh (2012), Nhập môn Khoa học du lịch, NXB Đại học Kinh tế

- ĐH Quốc gia Hà Nội.

- Kịch bản môn học, giáo án điện tử, phần, bảng, máy tính, máy chiếu...

8. Thang điểm đánh giá: Thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Phương pháp và nội dung đánh giá:

- Thái độ, chuyên cần(10%): Chấm điểm dựa trên các tiêu chí:

+ Thời gian dự học trên lớp

+ Ý thức học tập trên lớp (nhận thức, thái độ học tập trên lớp: tham gia xây dựng bài, thảo luận....)

+ Mức độ hoàn thành bài tập nhóm và nội dung tự học ở nhà

- Tham dự kiểm tra: Kiểm tra thường xuyên và kiểm tra giữa học phần.

Kiểm tra đánh giá thường xuyên (10%)

+ Số bài kiểm tra: 02

+ Hình thức kiểm tra: Thuyết trình nhóm, bài kiểm tra viết trên lớp

+ Thời gian kiểm tra: Bài thuyết trình cuối các chương, giảng viên giao đề tài cho các nhóm, yêu cầu thời hạn hoàn thành và thuyết trình trước lớp. Bài kiểm tra viết cuối chương 5.

+ Chấm theo thang điểm 10, theo các tiêu chí: Thời hạn hoàn thành bài thuyết trình nhóm; Nội dung bài thuyết trình; Hình thức bài thuyết trình; Mức độ tích cực của sinh viên trong các nhóm.

+ Sinh viên không tham gia làm bài thuyết trình nhóm, hoặc vắng không có lý do trong buổi thuyết trình của nhóm sẽ không được kiểm tra lại và sẽ nhận điểm 0.

- Tham dự thi kết thúc học phần (70%)
 - + Thi kết thúc học phần theo lịch do Nhà trường sắp xếp vào cuối kỳ học
 - + Thi theo hình thức tự luận, thời gian làm bài 90 phút.
 - + Chấm theo thang điểm 10.
- Kiểm tra đánh giá giữa kỳ (10%)*
 - + Số bài kiểm tra: 01
 - + Hình thức kiểm tra: Kiểm tra viết trên lớp
 - + Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 3
 - + Chấm theo thang điểm 10
 - + Sinh viên vắng không có lý do không được tham gia kiểm tra lại và sẽ nhận điểm 0.

10. Tài liệu học tập và tham khảo:

- Tài liệu học tập bắt buộc:

Vũ Đức Minh (2012), Giáo trình tổng quan du lịch, NXB Thống kê

- Tài liệu tham khảo

- Trần Đức Thanh (2012), Nhập môn Khoa học du lịch, NXB Đại học Kinh tế
- ĐH Quốc gia Hà Nội.

11. Nội dung chi tiết học phần

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

1.1. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.1.1. Trên thế giới

1.1.2. Tại Việt Nam

1.2. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VỀ DU LỊCH

1.2.1. Khái niệm về du lịch

1.2.2. Một số khái niệm liên quan

1.3. CÁC BỘ PHẬN CẤU THÀNH HỆ THỐNG DU LỊCH

1.3.1 Vận chuyển du lịch

1.3.2 Lưu trú

1.3.3 Ăn uống

1.3.4 Các hoạt động giải trí

1.3.5. Lữ hành và các hoạt động trung gian

1.4. CÁC TỔ CHỨC DU LỊCH

1.4.1. Một số tổ chức du lịch trên thế giới

1.4.2. Một số tổ chức du lịch trong khu vực

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

CHƯƠNG 2

CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH

2.1. CƠ SỞ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

2.1.1. Cơ sở hình thành cầu du lịch

2.1.2. Điều kiện phát triển du lịch

2.1.2.1. Điều kiện chung

2.1.2.2. Điều kiện riêng

2.2. CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH

2.2.1. Căn cứ vào lãnh thổ chuyển đi

2.2.2. Căn cứ theo mục đích chuyển đi

2.2.3. Căn cứ theo loại hình lưu trú

2.2.4. Căn cứ theo hình thức tổ chức

2.2.5. Căn cứ vào lứa tuổi du khách

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

2.2.7. Căn cứ vào phương thức hợp đồng

CHƯƠNG 3

ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

3.1. TÀI NGUYÊN DU LỊCH

3.1.1. Khái niệm về tài nguyên du lịch

3.1.2. Tài nguyên du lịch thiên nhiên

3.1.3. Tài nguyên du lịch nhân tạo

3.2. ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

3.2.1. Khái niệm về điểm đến du lịch

3.2.2. Phân loại điểm đến

3.2.3. Các yếu tố cấu thành của điểm đến du lịch

3.2.4. Chu kỳ phát triển của điểm đến du lịch

3.2.4. Sức chứa của điểm đến du lịch

3.3. TÌNH THỜI VỤ TRONG DU LỊCH VÀ ẢNH HƯỞNG CỦA TÍNH THỜI VỤ

3.3.1. Tính thời vụ trong du lịch

3.3.2. Những ảnh hưởng của thời vụ du lịch

CHƯƠNG 4

CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH

4.1. TÁC ĐỘNG VỀ KINH TẾ

4.1.1. Phát triển kinh tế quốc gia

4.1.2. Thúc đẩy các ngành nghề khác cùng phát triển

4.1.3. Kích thích hoạt động đầu tư

4.1.4. Tạo công ăn việc làm cho người lao động

4.1.5. Góp phần làm tăng thu nhập về thuế cho Nhà nước.

4.1.6. Tạo cơ sở để phát triển các vùng đặc biệt

4.1.7. Quảng bá cho sản xuất của địa phương

4.2. TÁC ĐỘNG VỀ VĂN HÓA – XÃ HỘI - MÔI TRƯỜNG

4.2.1. Thúc đẩy việc giữ gìn và phát huy tiềm năng của tài nguyên du lịch

4.2.2. Tăng cường hiểu biết giữa các dân tộc khác nhau trên thế giới

4.2.3. Nâng cao lòng tự hào dân tộc

4.2.4. Phục hồi sức khỏe, phát triển bản thân

4.2. NHỮNG HẠN CHẾ CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH

4.2.1. Nguy cơ nảy sinh lạm phát cục bộ

4.2.2. Nguy cơ lãng phí vốn đầu tư

4.2.3. Nguy cơ ô nhiễm môi trường

4.2.4. Du nhập văn hoá không phù hợp với thuần phong mỹ tục

4.2.5. Nguy cơ giảm giá trị các tác phẩm nghệ thuật và đồ thủ công

CHƯƠNG 5

QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

5.1. QUY HOẠCH DU LỊCH

5.1.1. Tầm quan trọng của quy hoạch du lịch

5.1.2. Các cách tiếp cận quy hoạch du lịch

5.1.3. Phạm vi quy hoạch du lịch

5.2. PHÁT TRIỂN DU LỊCH

5.2.1. Xu hướng phát triển du lịch

5.2.2. Mục đích và một số vấn đề ảnh hưởng đến phát triển du lịch

5.2.3. Vai trò của Nhà nước và doanh nghiệp trong phát triển du lịch

5.3. MỐI QUAN HỆ GIỮA QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

12. Phân bổ thời gian

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng
	Lý thuyết	Kiểm tra	Bài tập, thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu	
Chương 1: Khái quát về sự phát triển của du lịch	6		1	14	21
Chương 2: Động cơ và loại hình du lịch	7	1	1	18	27

Chương 3: Điểm đến du lịch	8		2	20	30
Chương 4: Các tác động của du lịch	8	1	2	22	33
Chương 5: Quy hoạch và phát triển du lịch	6	1	1	16	24
Tổng cộng	35	3	7	90	135

13. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Bài 1 (tiết 1-3) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 1 NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DU LỊCH 1.3. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH 1.3.1. Trên thế giới 1.3.2. Tại Việt Nam 1.4. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VỀ DU LỊCH 1.4.1. Khái niệm về du lịch 1.2.2. Một số khái niệm liên quan	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 1 Tài liệu tham khảo: Chương 1	
Bài 2 (tiết 4-6) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 1 NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DU LỊCH (tiếp) 1.4 . CÁC BỘ PHẬN CẤU THÀNH HỆ THỐNG DU LỊCH 1.4.1 Vận chuyển du lịch 1.4.2 Lưu trú 1.4.3 Ăn uống 1.4.4 Các hoạt động giải trí 1.3.5. Lữ hành và các hoạt động trung gian 1.4. CÁC TỔ CHỨC DU LỊCH 1.4.1. Một số tổ chức du lịch trên thế giới 1.4.2. Một số tổ chức du lịch trong khu vực	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 1 Tài liệu tham khảo: Chương 1	
Bài 3 (tiết 7-9) Bài tập, thảo luận	1	Thực hiện tình huống giảng viên cung cấp		
Lý thuyết	2	CHƯƠNG 2 CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH 2.1. CƠ SỞ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH 2.1.1. Cơ sở hình thành cầu du lịch	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2 Tài liệu tham khảo: Chương 2,3	

		2.1.2. Điều kiện phát triển du lịch 2.1.2.1. Điều kiện chung		
Bài 4 (tiết 10-12) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 2 CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH (Tiếp) 2.1. CƠ SỞ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH 2.1.2.2. Điều kiện riêng 2.2. CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH 2.2.1. Căn cứ vào lãnh thổ chuyển đi 2.2.2. Căn cứ theo mục đích chuyển đi 2.2.8. Căn cứ theo loại hình lưu trú 2.2.9. Căn cứ theo hình thức tổ chức	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2 Tài liệu tham khảo: Chương 2,3	
Bài 5 (tiết 12 - 15) Lý thuyết	2	CHƯƠNG 2 CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH (Tiếp) 2.2. CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH 2.2.10. Căn cứ vào lứa tuổi du khách 2.2.11. Căn cứ vào việc sử dụng các phương tiện giao thông 2.2.12. Căn cứ vào phương thức hợp đồng	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2 Tài liệu tham khảo: Chương 2,3	
Bài tập, thảo luận	1	Thực hiện tình huống giảng viên cung cấp		
Bài 6 (tiết 16 - 18) Kiểm tra bài số 1	1	Sinh viên làm bài viết tại lớp. Nội dung kiểm tra do giảng viên quyết định		
Lý thuyết	2	CHƯƠNG 3 ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH 3.1. TÀI NGUYÊN DU LỊCH 3.1.1. Khái niệm về tài nguyên du lịch 3.1.2. Tài nguyên du lịch thiên nhiên 3.1.3. Tài nguyên du lịch nhân tạo	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo: Chương 5	

Bài 7 (tiết 19 - 21) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 3 ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH (Tiếp) 3.3. ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH 3.3.1. Khái niệm về điểm đến du lịch 3.3.2. Phân loại điểm đến 3.3.3. Các yếu tố cấu thành của điểm đến du lịch 3.3.4. Chu kỳ phát triển của điểm đến du lịch 3.3.5. Sức chứa của điểm đến du lịch	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo: Chương 5	
		CHƯƠNG 3 ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH (Tiếp) 3.4. TÌNH THỜI VỤ TRONG DU LỊCH VÀ ẢNH HƯỞNG CỦA TÍNH THỜI VỤ 3.3.2. Tính thời vụ trong du lịch 3.3.2. Những ảnh hưởng của thời vụ du lịch		
Bài 9 (tiết 25 - 27) Bài tập, thảo luận	2	Thực hiện tình huống giảng viên cung cấp	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo: Chương 5	
	1	CHƯƠNG 4 CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH 4.1. TÁC ĐỘNG VỀ KINH TẾ 4.1.1. Phát triển kinh tế quốc gia 4.1.2. Thúc đẩy các ngành nghề khác cùng phát triển 4.1.3. Kích thích hoạt động đầu tư 4.1.4. Tạo công ăn việc làm cho người lao động	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo: Chương 6	

Bài 10 (tiết 29 - 30) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 4 CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH (Tiếp) 4.1. TÁC ĐỘNG VỀ KINH TẾ 4.1.5. Góp phần làm tăng thu nhập về thuế cho Nhà nước. 4.1.6. Tạo cơ sở để phát triển các vùng đặc biệt 4.1.7. Quảng bá cho sản xuất của địa phương 4.2. TÁC ĐỘNG VỀ VĂN HÓA – XÃ HỘI - MÔI TRƯỜNG 4.2.1. Thúc đẩy việc giữ gìn và phát huy tiềm năng của tài nguyên du lịch 4.2.2. Tăng cường hiểu biết giữa các dân tộc khác nhau trên thế giới	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo: Chương 6	
Bài 11 (tiết 31 - 33) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 4 CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH (Tiếp) 4.3. TÁC ĐỘNG VỀ VĂN HÓA – XÃ HỘI - MÔI TRƯỜNG 4.2.3. Nâng cao lòng tự hào dân tộc 4.2.4. Phục hồi sức khỏe, phát triển bản thân 4.4. NHỮNG HẠN CHẾ CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH 4.2.6. Nguy cơ nảy sinh lạm phát cục bộ 4.2.7. Nguy cơ lãng phí vốn đầu tư 4.2.8. Nguy cơ ô nhiễm môi trường 4.2.9. Du nhập văn hoá không phù hợp với thuần phong mỹ tục 4.2.10. Nguy cơ giảm giá trị các tác phẩm nghệ thuật và đồ thủ công	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo: Chương 6	

Bài 12 (tiết 34 - 36) Lý thuyết	1	CHƯƠNG 4 CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH (Tiếp) 4.5. NHỮNG HẠN CHẾ CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH 4.2.11. Du nhập văn hoá không phù hợp với thuần phong mỹ tục 4.2.12. Nguy cơ giảm giá trị các tác phẩm nghệ thuật và đồ thủ công	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo: Chương 6	
	2	Thực hiện tình huống giảng viên cung cấp	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo: Chương 6	
Bài 13 (tiết 37 - 39) Kiểm tra bài số 2	1	Sinh viên làm bài viết tại lớp. Nội dung kiểm tra do giảng viên quyết định		
	2	CHƯƠNG 5 QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH 5.1. QUY HOẠCH DU LỊCH 5.1.1. Tầm quan trọng của quy hoạch du lịch 5.1.2. Các cách tiếp cận quy hoạch du lịch 5.1.3. Phạm vi quy hoạch du lịch	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo: Chương 7	
Bài 14 (tiết 39 - 42) Lý thuyết	3	CHƯƠNG 5 QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH (Tiếp) 5.2. PHÁT TRIỂN DU LỊCH 5.2.1. Xu hướng phát triển du lịch 5.2.2. Mục đích và một số vấn đề ảnh hưởng đến phát triển du lịch 5.2.3. Vai trò của Nhà nước và doanh nghiệp trong phát triển du lịch	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo: Chương 7	

Bài 15 (tiết 43 - 45) Lý thuyết	1	CHƯƠNG 5 QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH (Tiếp) 5.3 MỐI QUAN HỆ GIỮA QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo: Chương 7	
	1	Thực hiện tình huống thảo luận nhóm do giảng viên cung cấp		
Kiểm tra	1	Sinh viên làm bài viết tại lớp. Nội dung kiểm tra do giảng viên quyết định		

PHẦN II: ĐỀ CƯƠNG BÀI GIẢNG

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DU LỊCH

1.1. QUA TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.1.1. Trên thế giới

Trong thời kỳ Ai Cập và Hy Lạp cổ đại là nơi hiện tượng đi du lịch đầu tiên xuất hiện. Đó là những chuyến đi chủ yếu với mục đích tôn giáo và các chuyến đi của các nhà chính trị, thương gia.

Đến thời kỳ văn minh La Mã, người La Mã đã tổ chức các chuyến đi tham quan tại các ngôi đền và Kim Tự Tháp, các ngôi đền khu vực ven biển Địa Trung Hải và Tiểu Á. Thời kỳ này xuất hiện loại hình du lịch công vụ và tham quan.

Thời kỳ phong kiến, hoạt động du lịch phát triển rộng rãi hơn. Các chuyến đi nhằm mục đích ngắm cảnh, lễ hội, giải trí của các tầng lớp vua chúa, quan lại ngày một nhiều hơn. Các địa điểm chữa bệnh, phục hồi sức khỏe thu hút đông đảo khách du lịch.

Ở thời kỳ cận đại (từ những năm 40 của thế kỷ XVIII đến hết chiến tranh thế giới lần thứ nhất) hoạt động du lịch và kinh doanh du lịch chỉ tập trung tại một số nước có nền kinh tế phát triển cao. Du khách vẫn tập trung chủ yếu vào các nhà tư bản giàu có, giới quý tộc trong xã hội.

Ở thời kỳ cận đại, đặc biệt là thế kỷ XX. Với sự phát triển của khoa học công nghệ đã tạo ra sự phát triển vượt bậc của du lịch. Sự xuất hiện của xe lửa, ô tô, máy bay đã biến du lịch trở thành nhu cầu quan trọng của con người. Song du lịch thực sự trở thành một ngành kinh tế giữa thế kỷ thứ XIX.

Vào những năm 1880-1890, các nước tại Châu Âu như: Pháp, Thụy Sĩ, Áo có hoạt động kinh doanh khách sạn rất phát triển. Đặc biệt những năm 1950 trở về đây, ngành du lịch phát triển vô cùng mạnh mẽ. Nó đã trở thành một ngành kinh tế vô cùng quan trọng ở hầu hết các quốc gia trên toàn thế giới. Theo tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), đến năm 2020 ước tính khách du lịch trên toàn cầu đạt mốc 1,4 tỷ người. Đến năm 2030, con số này tăng lên 1,8 tỷ người.

1.4.2. Tại Việt Nam

So với thế giới, du lịch Việt Nam xuất hiện sau sự xuất hiện của du lịch trên thế giới. Ngành du lịch Việt Nam bắt đầu xuất hiện rõ nét từ thời Phong kiến. Đó là các chuyến du lịch của vua chúa đi các thắng cảnh, lễ hội; các chuyến đi du ngoạn của các thi sĩ như Trương Hán Siêu, Bà huyện Thanh Quan, Hồ Xuân Hương...

Thời kỳ cận đại, du lịch tại Việt Nam vẫn chưa phổ biến trong dân chúng. Chỉ một bộ phận những người có địa vị, có tiền mới biết đến du lịch. Sau khi đất nước giành chính quyền năm 1945, du lịch Việt Nam hầu như không phát triển.

Sau năm 1975, đất nước hoàn toàn độc lập. Các chuyến đi du lịch của cán bộ, công nhân viên, người lao động có thành tích cao được nhà nước đài thọ được gia tăng nhanh chóng. Sau năm 1990, nền kinh tế Việt Nam đổi mới, có những bước chuyển mình gặt hái được nhiều thành công, du lịch Việt Nam đã trở thành xu

hướng phổ biến trong mọi tầng lớp nhân dân. Nó phát triển nhanh chóng về cả số lượng, loại hình, thời gian...

1.2. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VỀ DU LỊCH

1.2.1. Khái niệm về du lịch

- *Du lịch là một hoạt động.* Theo Luật Du lịch 2017: “ Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác.”¹

- *Du khách (Khách du lịch):* Mỗi quốc gia có những khái niệm khác nhau về du lịch với những chuẩn mực khác nhau. Điều đó gây khó khăn trong công tác thống kê, tổng hợp số liệu, so sánh, phân tích cũng như áp dụng công ước quốc tế, hệ thống luật pháp để bảo vệ quyền lợi của du khách.

- *Các nhà cung cấp hàng hóa/dịch vụ du lịch:* Các doanh nghiệp kinh doanh coi du lịch là một cơ hội để tìm kiếm lợi nhuận thông qua cung cấp hàng hóa/dịch vụ đáp ứng thị trường khách du lịch.

- *Chính quyền sở tại:* Lãnh đạo chính quyền sở tại coi du lịch như một nhân tố giúp cho kinh tế địa phương phát triển thông qua thu nhập từ các hoạt động kinh doanh tại các địa phương, ngoại tệ thu được từ khách du lịch nước ngoài, tiền thuế...

- *Dân cư địa phương:* Du lịch tạo ra cơ hội việc làm, giao lưu văn hóa cho cư dân địa phương. Bên cạnh những cơ hội nó cũng tạo ra thách thức nếu chúng ta không biết chọn lọc trong giao lưu văn hóa.

1.2.2. Một số khái niệm liên quan

- *Sản phẩm du lịch:*² Là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch. Cụ thể, sản phẩm du lịch bao gồm hai yếu tố là tài nguyên du lịch và các dịch vụ hàng hóa du lịch. Tài nguyên du lịch gồm tài nguyên du lịch thiên nhiên và tài nguyên du lịch nhân tạo. Các dịch vụ

² Luật Du lịch Việt Nam 2017, điều 3, chương I

hàng hóa gồm: vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí...Để thu hút du khách các địa phương cũng như các doanh nghiệp phải biết kết hợp hai yếu tố này tạo ra sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt.

- *Lữ hành (Travel)*: Là sự đi lại, di chuyển từ nơi này đến nơi khác của con người. Tại Việt Nam, lữ hành được coi là một lĩnh vực kinh doanh trong ngành du lịch liên quan đến việc tổ chức các chuyến đi (các tour du lịch) cho du khách.

- *Lữ khách (Traveller)*: Lữ khách là những người thực hiện một chuyến đi từ nơi này đến nơi khác bằng bất kỳ phương tiện gì, bất kỳ lý do nào, có hoặc không trở về nơi xuất phát ban đầu.

- *Khách thăm (Visitor)*: Khách thăm là những người thực hiện chuyến đi, lưu trú tạm thời ở một hoặc nhiều điểm đến không cần xác định lý do và thời gian của những chuyến đi nhưng sẽ quay trở lại nơi xuất phát.

- *Khách tham quan (Excursionsit or Same Day Visitor)*: Là những người viếng thăm chốc lát, trong ngày, thời gian chuyến đi không quá 24 giờ.

1.3. CÁC BỘ PHẬN CẤU THÀNH HỆ THỐNG DU LỊCH

1.3.1. Vận chuyển du lịch

Du lịch luôn gắn liền với các chuyến đi, do vậy vận chuyển du lịch là điều tất yếu, cần thiết trong ngành du lịch. Tham gia vào hoạt động vận chuyển du lịch có các ngành hàng không, đường bộ, đường sắt, đường thủy.

1.3.2. Lưu trú

Lưu trú là: “Việc du khách ở lại trong một thời gian nhất định thuộc xã, phường, thị trấn ngoài nơi cư trú của mình mà không thuộc trường hợp đăng ký tạm trú”³. Khi khách du lịch có nhu cầu ở lại qua đêm thì hoạt động lưu trú vô cùng quan trọng. Tham gia vào phục vụ các hoạt động lưu trú có các loại hình: ⁴

- Khách sạn (Hotel): bao gồm khách sạn thành phố (city hotel), khách sạn nghỉ dưỡng (Hotel resort), khách sạn nổi (floating hotel), khách sạn bên đường (motel).

³ Luật cư trú 2006, điều 31, chương IV

⁴ Luật Du lịch Việt Nam 2017, điều 48, mục 3, chương V

- Biệt thự du lịch (Tourist Villa)
- Căn hộ du lịch (tourist apartments)
- Tàu thủy lưu trú du lịch (Cruise ship)
- Nhà nghỉ du lịch (Tourist guest house)
- Nhà có phòng cho khách thuê (Homestay)
- Bãi cắm trại du lịch (Tourist camping site)
- Cơ sở lưu trú bằng gỗ hoặc vật liệu nhẹ lắp ghép đơn giản (Bungalow)
- Các cơ sở lưu trú du lịch khác

1.3.3. Ăn uống

Ăn uống là một nhu cầu không thể thiếu của khách du lịch. Phục vụ ăn uống là một hoạt động kinh doanh đáng kể trong ngành du lịch. Tham gia phục vụ hoạt động ăn uống của khách du lịch có các nhà hàng, quán bar, quán café... Các loại hình này có thể tồn tại độc lập hoặc được lồng ghép kinh doanh trong các khách sạn, máy bay, ô tô, tàu thủy, tàu hỏa. Phục vụ ăn uống, các nhà kinh doanh thường khai thác nét ẩm thực truyền thống, đặc trưng của địa phương.

1.3.4. Các hoạt động giải trí

Các hoạt động giải trí là một bộ phận vô cùng quan trọng cấu thành lên hệ thống du lịch. Nó tạo ra sức hấp dẫn, thu hút và lôi kéo khách hàng. Các hoạt động giải trí bao gồm:

- Sòng bạc & trò chơi
- Hòa nhạc & biểu diễn
- Vườn thú & thủy cung
- Bảo tàng & Nhà thờ
- Công viên & thiên nhiên
- Mua sắm
- Thắng cảnh & danh lam
- Spa & sức khỏe...

1.3.5. Lữ hành và các hoạt động trung gian

Lữ hành và các hoạt động trung giúp kết nối khách du lịch với các nhà cung ứng hàng hoá và dịch vụ du lịch; cung cấp cho khách những sản phẩm đồng bộ, trọn gói...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 là đại lý du lịch và công ty lữ hành.

1.4. CÁC TỔ CHỨC DU LỊCH

1.4.1. Một số tổ chức du lịch trên thế giới

a. Tổ chức Du lịch Thế giới

UNWTO Là một cơ quan của Liên Hiệp Quốc (www.unwto.org) nắm bắt mọi vấn đề liên quan đến du lịch trên toàn thế giới. Trên cơ sở nghị quyết của Hội nghị trù bị về thành lập Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), họp ngày 27/9/1970. Tổ chức UNWTO đã được chính thức thành lập ngày 2/1/1975 tại Madrid – Tây Ban Nha. Hàng năm, ngày 27/9 được coi là ngày Du lịch thế giới.

b. Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC)

Hội đồng Du lịch và Lữ hành thế giới (World Tourism and Travel Council, www.wttc.org) được thành lập năm 1990 do một hội đồng gồm 15 thành viên điều hành. Trụ sở chính của WTTC đặt tại Bruxell (Bỉ), ngoài ra còn có các văn phòng hoạt động tại Canada, Anh, Mỹ.

c. Hiệp hội khách sạn và nhà hàng quốc tế (IH&RA)

Hiệp hội Khách sạn quốc tế (International Hotel Association, www.ih-ra.org) được thành lập tháng 11 năm 1947 tại London, thông qua việc hợp nhất giữa Liên minh khách sạn quốc tế, Hiệp hội Aubergistes châu Âu và Hiệp hội chủ nhà nghỉ châu Á để bảo vệ khu vực tư nhân trên toàn thế giới khỏi các chính phủ, các ngành công cộng, quân đội... Ngày 23/9/1949, trụ sở của Hiệp hội khách sạn quốc tế dời về Paris.

d. Hiệp hội Vận chuyển Hàng không quốc tế (IATA)

Hiệp hội Vận chuyển Hàng không quốc tế (International Air Transport Association, www.iata.org) được thành lập năm 1945. Văn phòng chính của IATA đặt tại thành phố Montreal thuộc Canada, cơ quan điều hành đặt tại Geneva (Thụy Sĩ) và các văn phòng đại diện cho các khu vực trên thế giới. Đây là một tổ chức toàn cầu về hàng không quốc tế.

e. Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hoá liên hợp quốc (UNESCO)

UNESCO (*United Nations Educational Scientific and Cultural Organization*, www.unesco.org). Thành lập 16/11/ 1945, trụ sở đặt tại Paris (Pháp). Là một cơ quan của Liên hợp quốc, Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hoá liên hợp quốc tồn tại để xúc tiến hợp tác quốc tế về giáo dục khoa học và văn hóa.

1.4.2. Một số tổ chức du lịch trong khu vực

a. Hiệp hội Du lịch Châu Á – Thái Bình Dương (PATA)

Hiệp hội Du lịch Châu Á – Thái Bình Dương (Pacific Asia Travel Association, www.pata.org) thành lập năm 1951. Mục đích của hội là nhằm khuyến khích sự giúp đỡ và phát triển của ngành công nghiệp du lịch ở 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.

b. Hiệp hội Du lịch ASEAN (ASEANTA)

Hiệp hội Du lịch ASEAN (ASEAN Tourism Association, www.aseanta.org) được thành lập như Hiệp hội về du lịch và lữ hành của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á. ASEANTA được thành lập ngày 27/3/1971, trụ sở đặt tại Singapore.

c. Trung tâm Thông tin Du lịch ASEAN (ATIC)

Trung tâm Thông tin Du lịch Asean (Asean Tourism Information Centre) là tổ chức liên chính phủ khu vực, được thành lập năm 1988 để công khai hóa các điểm hấp dẫn du lịch và xem xét tiềm năng đầu tư vào các nước ASEAN; cung cấp

cơ sở dữ liệu chung; hành động như một cánh tay quản lý của Tiểu ban về du lịch ASEAN cấp chính phủ.

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

a. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch được thành lập ngày 27/06/1978 trực thuộc Hội đồng Bộ trưởng (tiền thân là Công ty du lịch Việt Nam ra đời năm 1960 trực thuộc Bộ Ngoại thương và sau đó là Bộ Nội vụ) theo Nghị định số 282/NQ - QHK6 của Ủy ban thường vụ quốc hội.

Đầu năm 1990, Tổng cục sát nhập vào Bộ Văn hóa thông tin, Thể thao và Du lịch rồi chuyển qua Bộ Thương mại và Du lịch tháng 6/1991. Đến cuối năm 1992, Tổng cục Du lịch được thành lập trở lại và là cơ quan trực thuộc Chính phủ (theo Nghị định số 5/CP ngày 26/10/1992 của Chính phủ về việc thành lập Tổng cục Du lịch và Nghị định số 20/CP ngày 27/12/1992 của Chính phủ về Chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức của Tổng cục Du lịch).

Hiện nay Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam là một bộ thuộc Chính phủ. Ngày 31 tháng 7 năm 2007, Quốc hội khóa 12 ra Nghị quyết quyết định thành lập Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam trên cơ sở sáp nhập Ủy ban Thể dục Thể thao, Tổng cục Du lịch và mảng văn hóa của Bộ Văn hóa Thông tin Việt Nam.

b. Tổng cục Du lịch

Tổng cục Du lịch Việt Nam (Vietnam National Administration of Tourism, www.vietnamtourism.com) là một cơ quan thuộc Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch có nhiệm vụ quản lý ngành du lịch ở Việt Nam.

Tổng cục Du lịch Việt Nam chính thức được thành lập ngày 27 tháng 6 năm 1978, trực thuộc Hội đồng Bộ trưởng. Tiền thân của Tổng cục là Công ty Du lịch Việt Nam ra đời năm 1960, trực thuộc Bộ Ngoại thương và sau đó là Phủ thủ tướng quản lý theo nghị định số 262/NQ – QHK6 của Ủy ban thường vụ Quốc hội.

Đầu năm 1990, Tổng cục sáp nhập vào Bộ Văn hóa, Thông tin, Thể thao và Du lịch, sau đó chuyển qua Bộ Thương mại và Du lịch tháng 6/1991. Cuối năm 1992, Tổng cục Du lịch được thành lập trở lại và là cơ quan trực thuộc Chính phủ. Tổng cục Du lịch tồn tại độc lập cho đến năm 2007 được cơ cấu lại để hình thành Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

c. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Theo qui định của Chính phủ, cơ quan quản lý du lịch tại địa phương là Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Tùy theo điều kiện phát triển du lịch tại mỗi địa phương, cơ quan giúp việc cho Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương quản lý nhà nước về du lịch có thể được tổ chức thành Sở Du lịch.

Sở Du lịch ra đời theo quyết định số 171/1993/TTg ngày 17/4/1993 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Sở Du lịch ở một số tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

d. Hiệp hội Du lịch

Trong quá trình phát triển du lịch ở Việt Nam, một số hiệp hội nghề nghiệp trong du lịch được triển khai, xúc tiến thành lập. Thành phố Hồ Chí Minh có Hiệp hội du lịch của thành phố, Hà Nội có câu lạc bộ các nhà kinh doanh du lịch. Nói chung các hiệp hội này được hình thành trên cơ sở tự nguyện gia nhập của các doanh nghiệp du lịch.

Ngày 25/12/2002, Hiệp hội Du lịch Việt Nam (Vietnam Tourism Association VITA, www.vita.vn) được thành lập. Hiệp hội Du lịch Việt Nam ra đời đánh dấu một bước phát triển quan trọng của Ngành du lịch Việt Nam.

CHƯƠNG 2

CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH

2.1. CƠ SỞ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

2.1.1. Cơ sở hình thành cầu du lịch

Nhu cầu du lịch là một loại nhu cầu đặc biệt và tổng hợp của con người, nhu cầu này được hình thành và phát triển trên nền tảng của nhu cầu sinh lý (sự đi lại) và các nhu cầu tinh thần (nhu cầu nghỉ ngơi, tự khẳng định, nhận thức, giao tiếp).

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 hoà cuộc sống của chính mình trong xã hội và tự nhiên.

Lực lượng sản xuất càng phát triển thì nhu cầu về du lịch của con người ngày càng tăng lên. Đồng thời, kết quả của sự phát triển lực lượng sản xuất còn đem lại nhiều điều kiện thuận tiện cho các chuyến đi của du khách. Chẳng hạn, sự phát triển của hệ thống đường sá và các phương tiện giao thông đã tạo ra khả năng rút ngắn về khoảng cách giữa các vùng, các quốc gia

2.1.2. Điều kiện phát triển du lịch

2.1.2.1. Điều kiện chung

Để phát triển du lịch thì bất kỳ quốc gia nào cũng cần phải có những điều kiện sau đây:

- Thời gian nhàn rỗi
- Đời sống vật chất, văn hóa, tinh thần của người dân
- Tình trạng kinh tế của một đất nước
- Giao thông vận tải
- Sự ổn định về chính trị

2.1.2.2. Điều kiện riêng

- Điều kiện tự nhiên và tài nguyên du lịch thiên nhiên
- Điều kiện kinh tế - xã hội và tài nguyên du lịch nhân văn
- Sự sẵn sàng đón tiếp khách

2.2. CÁC LOẠI HÌNH DU LỊCH

2.2.1. Căn cứ vào lãnh thổ chuyển đi

Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ chuyển đi, theo McIntosh, Goeldner và Ritchie

đã sử dụng tiêu thức này để phân chia thành các loại hình du lịch như sau:

- Du lịch quốc tế (International Tourism)
- Du lịch trong nước (Internal tourism)

2.2.2. Căn cứ theo mục đích chuyến đi

- Du lịch thiên nhiên
- Du lịch văn hóa
- Du lịch xã hội
- Du lịch hoạt động
- Du lịch giải trí
- Du lịch dân tộc
- Du lịch chuyên đề...

2.2.3. Căn cứ theo loại hình lưu trú

Dựa vào đặc điểm của quá trình lưu trú, người ta chia thành các loại hình du lịch:

- Du lịch ở trong khách sạn
- Du lịch ở trong motel
- Du lịch nhà người dân
- Du lịch cắm trại
- Du lịch ngắn ngày
- Du lịch dài ngày

2.2.4. Căn cứ theo hình thức tổ chức

Căn cứ theo hình thức tổ chức, có các loại hình du lịch:

- *Du lịch theo đoàn*

Du lịch theo đoàn là loại hình du lịch mà các thành viên tham dự đi theo đoàn và thường có sự chuẩn bị chương trình từ trước, bao gồm:

- + Du lịch theo đoàn có thông qua tổ chức du lịch
- + Du lịch theo đoàn không thông qua tổ chức du lịch
- *Du lịch cá nhân*: 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, đặc biệt khách du lịch được mua bảo hiểm tính mạng trong các chuyến đi.
 - + Không thông qua tổ chức du lịch: Khách du lịch đi tự do và đa phần ít mua bảo hiểm du lịch.

2.2.5. Căn cứ vào lứa tuổi du khách

- Du lịch của những người cao tuổi
- Du lịch của những người trung niên
- Du lịch của những người thanh niên
- Du lịch của những người thiếu niên và trẻ em

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

Căn cứ vào các loại hình phương tiện giao thông, có các loại hình du lịch:

- Du lịch bằng mô tô – xe đạp
- Du lịch bằng tàu hỏa
- Du lịch bằng tàu thủy
- Du lịch bằng xe hơi
- Du lịch bằng máy bay

2.2.7. Căn cứ vào phương thức hợp đồng

- Chương trình du lịch trọn gói
- Chương trình du lịch từng phần

CHƯƠNG 3

ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH

3.1. TÀI NGUYÊN DU LỊCH

3.1.1. Khái niệm về tài nguyên du lịch

Tài nguyên du lịch là điều kiện quan trọng để hình thành và phát triển du lịch của bất kỳ quốc gia hay địa phương nào.

Tài nguyên du lịch là tất cả các yếu tố thiên nhiên, nhân văn, xã hội và sự kiện có thể kích thích động cơ du lịch của khách du lịch, thu hút khách du lịch đến, được ngành du lịch khai thác để đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mang lại lợi ích kinh tế xã hội cho quốc gia, địa phương. ⁹

Theo chương I, điều 4 Luật Du lịch Việt Nam 2017: *“Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên, di tích lịch sử - văn hóa, công trình lao động sáng tạo của con người và các giá trị nhân văn khác có thể được sử dụng nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch, là yếu tố cơ bản hình thành các khu du lịch, điểm đến du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch”*.

Tài nguyên du lịch bao gồm nhiều yếu tố khác nhau. Tuy nhiên, tài nguyên du lịch được phân loại thành tài nguyên du lịch thiên nhiên và tài nguyên du lịch nhân tạo.

3.1.2. Tài nguyên du lịch thiên nhiên

Tài nguyên du lịch thiên nhiên bao là những yếu tố thuộc về tự nhiên được ngành du lịch đưa vào khai thác và phục vụ tham quan du lịch. Tài nguyên du lịch thiên nhiên là điều kiện hết sức quan trọng để phát triển loại hình du lịch sinh thái, thể thao, nghỉ dưỡng, nghiên cứu,... Đây cũng là thành phần không thể thiếu trong điều kiện hình thành và phát triển du lịch. Giá trị hấp dẫn của tài nguyên được thể hiện thông qua:

- Địa hình
- Khí hậu

- Tài nguyên nước
- Tài nguyên động thực vật

3.1.3. Tài nguyên du lịch nhân tạo

- *Di sản văn hóa thế giới và di tích lịch sử - văn hóa:*

Theo Công ước di sản thế giới thì di sản văn hóa là:

+ Các di tích: Các tác phẩm kiến trúc, tác phẩm điêu khắc và hội họa, các yếu tố hay các cấu trúc có tính chất khảo cổ học, ký tự, nhà ở trong hang đá và các công trình sự kết hợp giữa công trình xây dựng tách biệt hay liên kết lại với nhau mà do kiến trúc của chúng, do tính đồng nhất hoặc vị trí trong cảnh quan, có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, nghệ thuật và khoa học.

+ Các di chỉ: Các tác phẩm do con người tạo nên hoặc các tác phẩm có sự kết hợp giữa thiên nhiên và nhân tạo và các khu vực trong đó có các di chỉ khảo cổ có giá trị nổi bật toàn cầu xét theo quan điểm lịch sử, thẩm mỹ, dân tộc học hoặc nhân học. Để được ghi vào danh sách Di sản thế giới của UNESCO, một tài sản phải đáp ứng các tiêu chuẩn về văn hoá theo công ước về Di sản thế giới đã được Ủy ban về Di sản thế giới của UNESCO duyệt lại. Đến năm 2005, điều này đã được sửa đổi để chỉ có một bộ 10 tiêu chí, trong đó 6 tiêu chí đầu thuộc về di sản văn hóa, còn các tiêu chí 7 đến 10 thuộc về di sản thiên nhiên. Các tiêu chuẩn di sản văn hóa thế giới bao gồm:

(1)- Là một tuyệt tác về tài năng sáng tạo của con người.

(2)- Thể hiện một sự giao lưu quan trọng giữa các giá trị của nhân loại, trong một khoảng thời gian hoặc trong phạm vi một vùng văn hoá của thế giới, về các bước phát triển trong kiến trúc hoặc công nghệ, nghệ thuật tạo hình, quy hoạch đô thị hoặc thiết kế cảnh quan.

(3)- Là một bằng chứng độc đáo hoặc duy nhất hoặc ít ra cũng là một bằng chứng đặc biệt về một truyền thống văn hoá hay một nền văn minh đang tồn tại hoặc đã biến mất.

(4)- Là một ví dụ nổi bật về một kiểu kiến trúc xây dựng hoặc một quần thể kiến trúc cảnh quan minh họa cho một hay nhiều giai đoạn có ý nghĩa trong lịch sử nhân loại

(5)- Là một ví dụ tiêu biểu về sự định cư của con người hoặc một sự chiếm đóng lãnh thổ mang tính truyền thống và tiêu biểu cho một hoặc nhiều nền văn hóa, nhất là khi nó trở nên dễ bị tổn thương dưới tác động của những biến động không thể đảo ngược được.

(6)- Gắn bó trực tiếp hoặc cụ thể với những sự kiện hoặc truyền thống sinh hoạt với các ý tưởng, hoặc các tín ngưỡng, các tác phẩm văn học nghệ thuật có ý nghĩa nổi bật toàn cầu. (tiêu chuẩn này chỉ duy nhất được sử dụng trong những trường hợp đặc biệt và áp dụng đồng thời với các tiêu chuẩn khác)

- *Di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh:*

Di tích lịch sử văn hóa và danh lam thắng cảnh là các di sản văn hóa vật thể của mỗi quốc gia. Theo Luật di sản văn hóa Việt Nam: “*Di tích lịch sử văn hóa là công trình xây dựng, địa điểm và các di vật, cổ vật, bảo vật quốc gia thuộc công trình, địa điểm đó có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học*”. Di tích lịch sử - văn hóa được sáng tạo ra bởi con người (tập thể hoặc cá nhân) trong quá trình lao động sản xuất, chiến đấu và hoạt động văn hóa. Di tích lịch sử văn hóa là bằng chứng xác thực, trung thành, cụ thể nhất về đặc điểm văn hóa của mỗi nước, ở đó chứa đựng tất cả những gì thuộc về truyền thống tốt đẹp, những tinh hoa, trí tuệ, tài năng, giá trị văn hóa nghệ thuật của mỗi quốc gia. Nước ta có nhiều di tích lịch sử văn hóa phân bố tất cả các tỉnh thành với nhiều loại khác nhau như: thành quách, lăng tẩm, chùa, nhà thờ, đền, miếu, bảo tàng,...Danh lam thắng cảnh là cảnh quan thiên nhiên hoặc địa điểm có sự kết hợp giữa cảnh quan thiên nhiên với công trình kiến trúc có giá trị lịch sử thẩm mỹ, khoa học. Tất cả những giá trị này được đưa vào khai thác phục vụ cho mục đích du lịch rất nhiều, đem lại lợi ích cả về kinh tế, văn hóa xã hội cho các quốc gia.

- Lễ hội: là hình thức sinh hoạt văn hóa đặc sắc phản ánh đời sống tâm linh của mỗi dân tộc hay là một hình thức sinh hoạt tập thể của nhân dân sau những ngày lao động vất vả, hoặc là một dịp để mọi người hướng về một sự kiện lịch sử trọng đại của đất nước, những sinh hoạt tín ngưỡng của nhân dân, hoặc chỉ đơn thuần là những hoạt động có tính chất vui chơi giải trí. Bất kỳ lễ hội nào cũng có hai phần chính là: phần lễ và phần hội. Cả hai phần đều thu hút sự tham gia của du khách.

- Đối tượng du lịch gắn với dân tộc học. Đối tượng du lịch gắn với dân tộc học bao gồm: điều kiện sinh sống, đặc điểm văn hóa, phong tục tập quán, hoạt động sản xuất với những sắc thái riêng của các dân tộc trên địa bàn cư trú của họ. Những đặc trưng này có sức thu hút khách du lịch mạnh mẽ. Có thể nói rằng, Việt Nam là một quốc gia giàu giá trị tài nguyên gắn với dân tộc học. Việt Nam có 54 dân tộc anh em trong đó có 53 dân tộc thiểu số vẫn còn giữ những nét sinh hoạt văn hóa truyền thống của mình giúp cho việc khai thác phục vụ du lịch rất tốt. Đặc biệt là các dân tộc Tày, Nùng, Dao, Mường ở miền Bắc; các dân tộc Chăm, Gia Rai, E Đê, Bana ở miền Trung, các dân tộc Khome ở Đồng Bằng Sông Cửu Long. Khi đến Việt Nam, khách du lịch quốc tế rất tò mò muốn tìm hiểu khám phá văn hóa đặc trưng của người Việt mà các quốc gia khác không có. Việt Nam rất tự hào vì vẫn còn giữ và khôi phục được nhiều giá trị văn hóa có sức thu hút mạnh mẽ, nổi bật như sau:

+ Làng nghề truyền thống: Đây là đặc trưng trong lao động sản xuất thời xa xưa mà cha ông ta đã truyền lại qua nhiều thế hệ. Loại tài nguyên này có sức hấp dẫn du khách thông qua những sản phẩm thủ công độc đáo và cách thức làm ra các sản phẩm đó. Khi khách du lịch tham quan tìm hiểu làng nghề và mua sắm các sản phẩm này người ta mong muốn tìm hiểu rõ hơn về lịch sử văn hóa của một vùng đất và tận mắt chứng kiến những phương thức cổ xưa vẫn tồn tại mà nơi họ sống không có.

+ Ẩm thực truyền thống: Đây cũng là yếu tố để khai thác nhằm phát triển du lịch. Trong mỗi chuyến du lịch khách có nhu cầu được thưởng thức những món ăn thức

uống đặc sản của từng vùng. Hơn thế nữa, nhiều khách du lịch đặc biệt là khách quốc tế còn muốn tìm hiểu về phương thức chế biến các món ăn tại nơi đến du lịch. Chúng ta thường thấy những chương trình du lịch có kết hợp tổ chức các lớp học nấu ăn, làm bánh cho khách. Đây cũng là một trong những hoạt động làm phong phú thêm chương trình du lịch cho khách. Đối với Việt Nam, mỗi địa phương đều có những món ăn, đồ uống đặc trưng.

+ Những tập tục truyền thống và sinh hoạt của người dân: Trong thời đại ngày nay, khi con người khắp nơi trên thế giới xích lại gần nhau hơn, văn hóa các nước ngày càng trở nên đồng nhất, khách du lịch lại có nhu cầu tìm lại những giá trị truyền thống mang tính chất lạ và khác với văn hóa của họ. Việt Nam có nhiều tập tục truyền thống của các đồng bào dân tộc thiểu số trong việc cưới hỏi, ma chay, thờ cúng ông bà tổ tiên được khách du lịch thích tìm hiểu. Những sinh hoạt đời thường của người dân đặc biệt là các vùng nông thôn Việt Nam cũng thu hút được khách du lịch. Nhiều khách du lịch quốc tế tham gia loại hình du lịch "ở nhà dân" chính là muốn tìm hiểu về giá trị tài nguyên này.

- Đối tượng văn hóa, thể thao và hoạt động nhận thức khác. Tài nguyên du lịch này chủ yếu tập trung tại các thành phố lớn và cũng làm một trong những đối tượng thu hút khách du lịch mạnh mẽ, bao gồm: các trung tâm, viện khoa học, trường đại học, thư viện lớn và nổi tiếng, các trung tâm kinh tế - thương mại, thành phố có triển lãm nghệ thuật, tổ chức liên hoan âm nhạc, sân khấu, điện ảnh, các cuộc thi đấu thể thao quốc tế, cuộc thi hoa hậu,... Những thành phố có đối tượng văn hóa hoặc tổ chức những hoạt động văn hóa thể thao đều được nhiều du khách lựa chọn làm điểm đến du lịch trong hành trình của họ và đều trở thành những trung tâm văn hóa du lịch.

3.4. Điểm đến du lịch

3.4.1. Khái niệm về điểm đến du lịch

Khi nói đến hoạt động du lịch tức là nói đến hoạt động rời khỏi nơi cư trú thường xuyên để đến một nơi khác nhằm thỏa mãn nhu cầu theo những mục đích

khác nhau. Địa điểm mà khách du lịch lựa chọn trong chuyến đi có thể là một địa danh cụ thể, một khu vực, một vùng lãnh thổ, một quốc gia, thậm chí là châu lục. Trong các tài liệu khoa học về du lịch, các địa điểm này được gọi chung là điểm (nơi) đến du lịch (tour destination).

Trên phương diện địa lý, điểm đến du lịch được xác định theo phạm vi không gian lãnh thổ. Điểm đến du lịch là một vị trí địa lý mà một du khách đang thực hiện hành trình đến đó nhằm thỏa mãn nhu cầu theo mục đích chuyến đi của người đó.¹⁵ Với quan niệm này, điểm đến du lịch vẫn chưa định rõ còn mang tính chung chung, nó chỉ xác định vị trí địa lý phụ thuộc vào nhu cầu của khách du lịch, chưa xác định được các yếu tố nào tạo nên điểm đến du lịch.

Từ góc độ cung du lịch, điểm đến du lịch là sự tập trung các tiện nghi và dịch vụ được thiết kế để đáp ứng nhu cầu của du khách. Hầu hết các điểm đến du lịch bao gồm một hạt nhân cùng với các yếu tố cấu thành như sau:

- Các điểm hấp dẫn du lịch (attractions)
- Giao thông đi lại (khả năng tiếp cận nơi đến – access)
- Nơi ăn nghỉ (accommodation)
- Các tiện nghi và dịch vụ hỗ trợ (amenities)
- Các hoạt động bổ sung (activities)

3.4.2. Phân loại điểm đến

Điểm đến du lịch có ý nghĩa khác nhau trong mỗi chuyến hành trình của du khách. Trong chuyến hành trình của mình, du khách có thể dừng lại ở điểm đến này lâu hơn điểm đến kia. Khi xem xét vị trí của từng điểm đến trong chuyến đi của khách, người ta chia điểm đến du lịch thành 2 loại:

- Điểm đến cuối cùng: *Điểm đến cuối cùng (final destination) thường là điểm xa nhất tính từ điểm xuất phát gốc của du khách hoặc là địa điểm mà khách dự định sử dụng phần lớn thời gian.*¹⁶

Trong chuyến hành trình của khách du lịch, điểm đến cuối cùng có thể được

xem là điểm đến quan trọng và hấp dẫn nhất đối với họ. Thường những điểm đến này có sự kết hợp của các yếu tố một cách hợp lý, đa dạng thỏa mãn tốt nhu cầu của khách. Khách du lịch dùng phần lớn thời gian ở đây có nghĩa là họ sẽ sử dụng dịch vụ nhiều hơn và chi tiêu nhiều hơn đem lại lợi ích đáng kể cho điểm đến du lịch.

- Điểm đến trung gian (intermediate destination) hoặc điểm ghé thăm (enroute) là địa điểm khách dành thời gian ngắn hơn để nghỉ ngơi qua đêm hoặc thăm viếng một điểm hấp dẫn du lịch. Các điểm đến trung gian này cũng có vai trò trong việc giúp khách có chỗ dừng chân hợp lý trong những chuyến hành trình dài. Khách du lịch cũng có thể tham quan du lịch tại các điểm đến này nhưng thường ít sử dụng dịch vụ hơn.

3.4.3. Các yếu tố cấu thành của điểm đến du lịch

- Điểm hấp dẫn du lịch:

Các điểm hấp dẫn là bộ phận rất phức tạp của ngành du lịch và chưa được hiểu một cách đầy đủ. Một số học giả và tổ chức du lịch ở các quốc gia trên thế giới đã cố gắng đưa ra khái niệm về điểm hấp dẫn du lịch như sau: “Điểm hấp dẫn du lịch là một điểm đến tham quan được hình thành vĩnh viễn nhằm mục đích lâu dài cho phép công chúng tiếp cận để tiêu khiển, giải trí hoặc giáo dục mà không phải là một điểm bán lẻ hoặc một điểm biểu diễn thể thao, nhà hát hoặc chiếu phim. Nó phải mở cho công chúng mà không cần đăng ký trước, mở cửa theo những thời kỳ được công bố hàng năm và có khả năng thu hút khách du lịch, khám phá tham quan cũng như cư dân địa phương”.

- Giao thông đi lại (khả năng tiếp cận điểm đến):

Hệ thống giao thông ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp cận điểm đến của các thị trường khách du lịch và cũng là nhân tố tạo nên sự thành công của các điểm đến. Nếu những điểm đến du lịch được phát triển hệ thống giao thông với việc sử dụng đa dạng các loại phương tiện thì sẽ góp phần rút ngắn khoảng cách

giữa thị trường khách du lịch và điểm đến. Khách du lịch sẽ cảm thấy thuận tiện và dễ dàng hơn khi đi du lịch tại đó.

- Nơi ăn nghỉ:

Đây cũng là một thành phần quan trọng không thể thiếu của một điểm đến du lịch. Cung cấp dịch vụ này chính là các cơ sở lưu trú, ăn uống. Những dịch vụ này không chỉ cung cấp nơi ăn, chốn nghỉ mang tính vật chất mà còn tạo cảm giác chung về sự đón tiếp nồng nhiệt và ấn tượng khó quên về các món ăn hoặc đặc sản của địa phương. Sự đa dạng của các loại hình lưu trú với những cấp hạng khác nhau cho phép khách du lịch có thể lựa chọn những dịch vụ lưu trú phù hợp với sở thích và khả năng chi trả của họ. Các cơ sở lưu trú tồn tại để phục vụ du lịch không chỉ mang tính chất thương mại mà còn thuộc sở hữu cá nhân như buồng ngủ lưu động, nhà nghỉ cuối tuần hay nhà dân.

- Các tiện nghi và dịch vụ bổ trợ:

Trong quá trình du lịch, du khách đòi hỏi một loạt các tiện nghi, phương tiện và các dịch vụ bổ trợ tại điểm đến du lịch. Bộ phận này có đặc điểm là phân tán về hình thức sở hữu. Các cơ sở cung cấp các tiện nghi và dịch vụ bổ trợ thường do các nhà kinh doanh nhỏ quản lý nên vừa có lợi vừa hạn chế. Có lợi ở chỗ các khoản chi tiêu của khách nhanh chóng đi vào nền kinh tế của địa phương. Còn điểm hạn chế là các doanh nghiệp nhỏ bị phân tán và thiếu một hành lang liên kết lại với nhau. Các cơ sở này cũng thường thiếu khả năng tự đầu tư để nâng cấp và thiếu chuyên gia về quản lý hoặc marketing. Đây cũng là những đòi hỏi cấp bách của ngành du lịch trong những năm gần đây. Khả năng cung cấp các tiện nghi và dịch vụ hỗ trợ thể hiện sự đa ngành của cung du lịch và sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các lĩnh vực kinh doanh du lịch. Số lượng cung cấp các tiện nghi và dịch vụ hỗ trợ tại một khu nghỉ dưỡng tùy thuộc vào số giường nghỉ sẵn có hay số khách viếng thăm.

- Các hoạt động bổ sung:

Mặc dù điểm hấp dẫn du lịch là nguyên nhân chính thúc đẩy động cơ đi du lịch của du khách nhưng các hoạt động bổ sung cũng rất quan trọng trong việc tăng thêm tính hấp dẫn, lôi cuốn của điểm đến. Những dịch vụ bổ sung còn giúp cho sản phẩm dịch vụ đa dạng hơn, kéo dài thời gian lưu lại của khách và khai thác thêm chi tiêu của khách. Nếu đến một điểm đến du lịch chỉ để tham quan một điểm hấp dẫn thì chắc chắn khách không ở lại lâu, đồng thời cũng không có gì để tiêu dùng và cũng không thể khuyến khích khách quay lại lần nữa. Các hoạt động bổ sung này nhằm tạo ra cho du khách những hoạt động khác ngoài những nội dung chính trong chương trình du lịch của họ. Ví dụ, ngoài thời gian tham quan thì vào buổi tối hoặc khi điều kiện thời tiết không tốt thì khách du lịch có thể tham gia vào những hoạt động vui chơi, giải trí.

3.2.4. Chu kỳ phát triển của điểm đến du lịch

Sự phát triển của du lịch gắn với sự phát triển của các điểm đến du lịch, đặc biệt là khu du lịch. Sự phát triển của các khu du lịch lại phụ thuộc vào giao thông đi lại. Hiện nay, các điểm đến du lịch vừa là nơi có các cụm hấp dẫn đã phát triển vừa là nơi xuất phát của các tour du lịch. Đồng thời thị trường du lịch cũng thay đổi và phát triển không ngừng. Do đó, các điểm đến cũng cung cấp những tiện nghi và dịch vụ phù hợp. Biểu hiện sự biến đổi và phát triển này được khái quát hóa thành chu kỳ sống của khu du lịch (TACL – tourist area lifecycle). Tức là các điểm đến sẽ trải qua một chu kỳ phát triển như chu kỳ sống của sản phẩm. Trong chu kỳ này, số lượng khách đến viếng thăm tại điểm đến sẽ có sự thay đổi theo từng giai đoạn. Một số nhà nghiên cứu cho rằng chu kỳ sống của khu du lịch có 3 giai đoạn: khám phá (discovery); bắt đầu khai thác của địa phương (local response and initiative); thể chế hóa (institutionalisation). Nhưng theo giả thuyết của Butler lại phân chia chu kỳ phát triển điểm đến du lịch thành các giai đoạn: thăm dò (exploration); tham gia (involvement); phát triển (development); ổn định (consolidation); ngừng trệ (stagnation); suy giảm (decline); hồi phục lại (rejuvenation).

- Các giai đoạn trong chu kỳ phát triển của điểm đến du lịch

+ Thăm dò (exploration).

Giai đoạn này, điểm đến du lịch chưa được khai thác để phục vụ du lịch. Những người đến đây chủ yếu là các đối tượng thích phiêu lưu, mạo hiểm, các nhà thám hiểm. Họ bị hấp dẫn bởi những giá trị tài nguyên du lịch thiên nhiên còn hoang sơ hay những nền văn hóa chưa bị tàn phá ở điểm đến. Số lượng du khách đến đây rất ít vì khả năng tiếp cận điểm đến (giao thông đi lại) còn hạn chế; các tiện nghi, dịch vụ du lịch còn nghèo nàn, chưa phát triển. Hầu như, tại các điểm hấp dẫn du lịch chưa bị thay đổi bởi đầu tư du lịch và có mối liên hệ chặt chẽ với người dân địa phương.

+ Tham gia (involvement).

Giai đoạn này bắt đầu có sự tham gia của địa phương trong việc cung cấp những tiện nghi và dịch vụ cho du khách và sau đó tiến hành quảng bá cho điểm đến. Điều này làm cho lượng khách du lịch đến đây thường xuyên và ngày càng tăng lên. Mùa du lịch bắt đầu xuất hiện và chi phối đến hoạt động kinh doanh. Điểm đến cũng bắt đầu tạo áp lực cho các cơ quan nhà nước trong việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng để phục vụ nhu cầu du lịch ngày càng tăng.

+ Phát triển

+ Ổn định (consolidation)

+ Ngừng trệ (stagnation)

+ Suy giảm (decline)

+ Hồi phục lại (rejuvenation)

3.4.4. Sức chứa của điểm đến du lịch

Khi phát triển du lịch, người ta thường quan tâm làm thế nào để phát triển lâu dài, bền vững. Sức chứa của điểm đến du lịch là yếu tố trung tâm khi xem xét chiến lược phát triển du lịch bền vững. Trong hoạt động quản lý điểm đến du lịch cần chú ý phân tích sức chứa nhằm tổ chức khai thác khách du lịch hợp lý. Sức chứa được

hiều đơn giản chính là số lượng người tối đa có thể sử dụng một vị trí du lịch mà không làm nơi đó bị hủy hoại môi trường tự nhiên và không làm ảnh hưởng đến các kinh nghiệm thu nhận được của du khách. Hiện nay, tài nguyên du lịch của điểm đến đang phải chịu áp lực ngày một gia tăng từ phía người sử dụng. Về góc độ quản lý, sức chứa can thiệp vào mối quan hệ giữa khách du lịch và tài nguyên du lịch hay điểm đến du lịch.

Theo Tổ chức du lịch thế giới, sức chứa của một điểm đến là mức độ sử dụng hoặc phát triển du lịch tối đa mà điểm đến có thể hấp thu (chấp nhận) mà không tạo ra sự phá hủy môi trường tự nhiên và các vấn đề kinh tế - xã hội đồng thời không làm giảm chất lượng và kinh nghiệm thu nhận của khách.

3.3. TÌNH THỜI VỤ TRONG DU LỊCH VÀ ẢNH HƯỞNG CỦA TÍNH THỜI VỤ

3.3.1. Tính thời vụ trong du lịch

“Tính thời vụ du lịch là sự dao động lặp đi, lặp lại hàng năm đối với cung và cầu các dịch vụ và hàng hóa du lịch, xảy ra dưới tác động của một số nhân tố nhất định”.

Cung du lịch mang tính tương đối ổn định về lượng trong năm còn cầu du lịch lại thường xuyên biến động do phụ thuộc vào nhiều nhân tố khác nhau. Cho nên, nếu lượng cầu dao động quá lớn thì lượng cung không thể nào đáp ứng được.

- Đặc điểm của thời vụ du lịch

+ Tính thời vụ trong du lịch là một hiện tượng phổ biến và khách quan ở tất cả các nước, các vùng có hoạt động du lịch.

+ Độ dài thời gian và cường độ của thời vụ du lịch không bằng nhau đối với các thể loại du lịch khác nhau.

+ Độ dài thời gian và cường độ thời vụ du lịch phụ thuộc vào cơ cấu của khách đến vùng du lịch.

3.3.2. Những ảnh hưởng của thời vụ du lịch

- + Các tác động bất lợi đến cư dân 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

CHƯƠNG 4

CÁC TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH

4.1. TÁC ĐỘNG VỀ KINH TẾ

4.1.1. Phát triển kinh tế quốc gia

Khác với việc xuất khẩu hàng hóa thông thường là đưa hàng hóa ra nước ngoài để thu ngoại tệ về, xuất khẩu du lịch lại thu ngoại tệ từ việc khách trả tiền cho các hoạt động của mình khi họ đến du lịch tại nước sở tại.

Khách từ nước ngoài đến du lịch tại Việt Nam được xem như là hoạt động xuất khẩu du lịch, nghĩa là khi một người có thu nhập từ nước ngoài đến du lịch tại Việt Nam đồng nghĩa với việc luồng ngoại tệ đã chảy vào Việt Nam, hoạt động tiêu tiền (dùng tiền để mua hàng hóa trong nước) của khách du lịch nước ngoài tại Việt Nam chính là hoạt động xuất khẩu du lịch của Việt Nam. Khi khách du lịch đến Việt Nam càng nhiều thì dòng ngoại tệ đổ vào Việt Nam cũng sẽ tăng lên góp phần làm tăng dự trữ ngoại tệ của một quốc gia.

4.1.2. Thúc đẩy các ngành nghề khác cùng phát triển

Sản phẩm du lịch được cấu thành từ rất nhiều các sản phẩm đơn lẻ khác nhau như: vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan, vui chơi giải trí... đây là sản phẩm của rất nhiều ngành kinh doanh. Ví dụ: để có một sản phẩm ăn uống phục vụ khách du lịch, nhà hàng phải sử dụng rất nhiều sản phẩm khác nhau như: sản phẩm thủy sản của doanh nghiệp chế biến thủy sản, rau, hoa quả của các doanh nghiệp trồng trọt, thịt của các doanh nghiệp chăn nuôi, sử dụng trang thiết bị dụng cụ phục vụ ăn uống của các doanh nghiệp sản xuất hàng gia dụng, các loại khăn vải của doanh

nghiệp may mặc... Hoạt động du lịch càng phát triển thì điều này rõ ràng sẽ kích thích các ngành nghề kinh doanh trên phát triển theo.

4.1.3. Kích thích hoạt động đầu tư

Nhìn chung sự phát triển của bất cứ ngành nào cũng tạo cơ hội đầu tư. Khác với các ngành kinh tế khác, du lịch có một cấu trúc độc đáo - là ngành được tạo nên bởi rất nhiều doanh nghiệp nhỏ và hàng loạt các dịch vụ khác nhau như lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, vận chuyển.... Ngoài ra, sự đầu tư của nhà nước vào cơ sở hạ tầng như: đường sá, công viên, hệ thống cấp nước - điện, viễn thông... và đôi khi cả cấu trúc thượng tầng: nghệ thuật, lễ hội, văn hóa dân gian... nhằm tạo điều kiện cho du lịch phát triển sẽ kích thích đầu tư rộng rãi của người dân, của các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

4.1.4. Tạo công ăn việc làm cho người lao động

Đặc thù của ngành du lịch là có hệ số sử dụng lao động rất cao, do đó du lịch là ngành tạo cơ hội tìm kiếm công ăn việc làm cho người dân trong xã hội. Cụ thể: Tạo ra nhiều việc làm trực tiếp như công việc tại các khách sạn, nhà hàng, công ty du lịch...

4.1.5. Góp phần làm tăng thu nhập về thuế cho Nhà nước

Khi khách du lịch đến và sử dụng sản phẩm dịch vụ trong hoạt động du lịch, thì chi tiêu của họ đã bao gồm các khoản thuế nộp cho nhà nước. Số lượng khách đến càng nhiều thì khả năng chi tiêu càng cao và các khoản thuế họ nộp vào nhà nước tương ứng càng lớn. Ngoài ra khách du lịch còn đóng góp các khoản thu nhập từ phí nhập cảnh, thuế hải quan...

4.1.6. Tạo cơ sở để phát triển các vùng đặc biệt

Du lịch thường được gọi là ngành công nghiệp sạch bởi vì nó không cần hàm mỏ cũng như các nhà máy chế biến. Ngoài ra, nó được coi là một ngành tăng trưởng nhanh bởi vì một khi các yêu cầu cơ bản được đáp ứng thì số khách du lịch có thể tăng lên với tỷ lệ cao.

Để phát triển du lịch ở các vùng đặc biệt đó (nghĩa là tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch đến đó), Nhà nước phải đầu tư, giúp đỡ địa phương trong vấn đề xây dựng cơ sở hạ tầng, đưa lực lượng lao động đến khu vực, xây dựng nhà ở, các trạm giao thông, thiết lập các trạm phát thanh, truyền hình và mạng lưới thông tin liên lạc... Tuy nhiên, cần phải cân nhắc các công trình phát triển này để tránh mâu thuẫn và tranh chấp với các mục tiêu sử dụng khác như quân sự, đảm bảo an ninh quốc gia.

4.1.7. Quảng bá cho sản xuất của địa phương

Ngành du lịch tạo ra sự nổi tiếng cho sản xuất tiểu thủ 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... Đồng thời, tạo khả năng để tăng khối lượng sản xuất của địa phương nhằm đáp ứng những nhu cầu mới, nhu cầu bổ sung thêm từ các du khách. Những 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 sẽ được khôi phục và phát triển.

4.2. TÁC ĐỘNG VỀ VĂN HÓA – XÃ HỘI - MÔI TRƯỜNG

4.2.1. Thúc đẩy việc giữ gìn và phát huy tiềm năng của tài nguyên du lịch

Trong quá trình khai thác tài nguyên phục vụ du lịch, để đảm bảo sự phát triển ổn định và lâu dài, buộc các tổ chức khai thác phải đầu tư, giữ gìn, bảo tồn và phát huy các thế mạnh hiện có của nguồn tài nguyên du lịch đó.

4.2.2. Tăng cường hiểu biết giữa các dân tộc khác nhau trên thế giới

Nhờ du lịch mà cư dân các vùng, địa phương, các quốc gia khác nhau có thể thăm viếng, đi lại tìm hiểu lẫn nhau để có những thông tin, hiểu biết về nhau và thông cảm lẫn nhau, giảm đi những hiểu lầm và sự thù ghét.

4.2.3. Nâng cao lòng tự hào dân tộc

Sự ngưỡng mộ của du khách đối với tài nguyên du lịch nhân văn và tự nhiên của đất nước sẽ nâng cao tinh thần yêu nước và tạo nên trong lòng người dân đất

nước đó một niềm tự hào dân tộc.

4.2.4. Phục hồi sức khỏe, phát triển bản thân

Du lịch ngày nay đã trở thành một loại nhu cầu phổ biến của đông đảo người dân. Sau một thời gian lao động căng thẳng và mệt mỏi, đi du lịch được coi là quyền của mỗi con người để phục hồi sức khỏe. Trong công tác quản trị nhân sự của các doanh nghiệp luôn dành ra một khoản ngân sách và thời gian cho hoạt động tham quan du lịch của người lao động; Nhà nước có nhiều chính sách nhằm khuyến khích người dân nghỉ ngơi và phát triển bản thân. Đồng thời, du lịch còn giúp du khách mở rộng kiến thức, hiểu biết thêm về các vùng, địa phương khác.

Ngoài ra, du lịch đánh thức các làng nghề thủ công mỹ nghệ cổ truyền của các dân tộc: Du khách muốn khám phá, tìm hiểu những giá trị truyền thống của dân tộc mình cũng như của các dân tộc trên thế giới.

1.2. NHỮNG HẠN CHẾ CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.2.1. Nguy cơ nảy sinh lạm phát cục bộ

Du lịch phát triển là nguyên nhân làm gia tăng lạm phát. Khi khách du lịch đến và tiêu tiền tại điểm đến du lịch, họ đã chuyển một lượng tiền tệ lớn đến nơi đó hoặc vào nền kinh tế của một quốc gia. Trong khi đó nếu khối lượng hàng hóa cung ứng không gia tăng một cách tương ứng thì sẽ dẫn đến nguy cơ tình trạng lạm phát một cách cục bộ tại nơi khách đến. Đặc biệt đối với những loại hàng hóa mà du khách ưa tiêu dùng.

1.2.2. Nguy cơ lãng phí vốn đầu tư

Trong phát triển du lịch cần phải có một chiến lược hoạch định đúng đắn và khoa học, trên cơ sở đó các nhà đầu tư sẽ định hướng hoạt động đầu tư một cách tương xứng với tiềm năng du lịch của một địa phương. Ngược lại, nếu thiếu sự định hướng đúng, sẽ dễ dẫn đến tình trạng đầu tư xây dựng phát triển các cơ sở kinh doanh du lịch một cách ồ ạt, không tương xứng với tiềm năng thì nguy cơ hoạt động thua lỗ là rất lớn.

1.2.3. Nguy cơ ô nhiễm môi trường

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 của con người và biện pháp, công cụ quản lý nhà nước về môi trường còn hạn chế.

1.2.4. Du nhập văn hoá không phù hợp với thuần phong mỹ tục

Du lịch phát triển sẽ tạo ra sự hội nhập của các vùng văn hóa, từ đó sẽ có nguy cơ những luồng văn hóa không lành mạnh ảnh hưởng đến đời sống văn hóa của người dân địa phương (lối sống, cách ăn mặc, ứng xử, quan hệ cộng đồng...).

1.2.5. Nguy cơ giảm giá trị 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. Không những vậy, việc sản xuất đồ thủ công, tác phẩm nghệ thuật với số lượng lớn, làm bằng máy móc thay vì thủ công, các tác phẩm nghệ thuật đã bị thương mại hoá, làm giảm giá trị của các tác phẩm nghệ thuật đó.

CHƯƠNG 5

QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

5.1. QUY HOẠCH DU LỊCH

5.1.1. Tầm quan trọng của quy hoạch du lịch

- *Tạo cơ sở cho việc quản lý và phát triển điểm đến:*

Địa điểm mà khách du lịch lựa chọn trong chuyến đi có thể là một địa danh cụ thể, một khu vực, một vùng lãnh thổ, một quốc gia, thậm chí là châu lục. Trong các tài liệu khoa học về du lịch, các địa điểm này được gọi chung là điểm (nơi) đến du lịch (tour destination). Trên phương diện địa lý, điểm đến du lịch được xác định theo phạm vi không gian lãnh thổ. Điểm đến du lịch là một vị trí địa lý mà một du khách đang thực hiện hành trình đến đó nhằm thỏa mãn nhu cầu theo mục đích

chuyến đi của người đó.¹⁵

- Tối ưu hóa lợi ích kinh tế của các bên liên quan: Nhà nước, doanh nghiệp, khách du lịch, dân cư...
- Phối hợp hài hòa các bộ phận cấu thành hệ thống du lịch.
- Tăng cường sự đánh giá tích cực từ UNWTO: Quốc gia nào được đánh giá cao, càng có nhiều điều kiện phát triển ngành du lịch thông qua thu hút khách du lịch nước ngoài.

5.1.2. Các cách tiếp cận quy hoạch du lịch

- Quy hoạch du lịch như 1 hệ thống tích hợp: có mối quan hệ nội tại giữa các nhân tố cung cầu
- Quy hoạch du lịch để phát triển bền vững
- Quy hoạch du lịch dài hạn và chiến lược
- Sự quan tâm của công chúng đối với quy hoạch du lịch.

5.1.3. Phạm vi quy hoạch du lịch

- Mục đích của quy hoạch du lịch:
 - + Nhận diện cách tiếp cận lựa chọn.
 - + Điều chỉnh các vấn đề không mong muốn
 - + Bảo tồn tính độc đáo
 - + Tạo sự mong muốn
- Sự ngăn cản của quy hoạch du lịch:
 - + Sự tự do và thương mại
 - + Chính phủ
 - + Tính phức tạp của ngành du lịch
 - + Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ

5.2. PHÁT TRIỂN DU LỊCH

5.2.1. Xu hướng phát triển du lịch

- Xu hướng phát triển chung

- + Nhu cầu du lịch trở thành phổ biến và ngày càng tăng lên.
- + Xu hướng thay đổi nhu cầu của khách du lịch
- + Hầu hết các quốc gia trên thế giới đều chú trọng phát triển du lịch
- + Xu hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.
- + Xu hướng khu vực hóa, quốc tế hóa
- + Xu hướng hạn chế tính thời vụ trong du lịch
- Xu hướng phát triển các dạng du lịch
- + Du lịch nghỉ dưỡng
- + Du lịch thành phố
- + Du lịch sở thích đặc biệt và mạo hiểm
- + Các dạng du lịch khác

5.2.2. Mục đích và một số vấn đề ảnh hưởng đến phát triển du lịch

- Mục đích phát triển du lịch

- + Nâng cao tiêu chuẩn và chất lượng cuộc sống: Cuộc sống, sức khỏe của con người càng ngày càng được quan tâm. Nhu cầu du lịch là nhu cầu không thể thiếu của con người: hưởng thụ tận hưởng cuộc sống, thư giãn, du lịch chữa bệnh, du lịch thám hiểm....
- + Phát triển cơ sở hạ tầng và cung cấp tiện nghi giải trí cho cộng đồng. Ở đâu du lịch phát triển cũng kéo theo giao thông, y tế, cơ sở hạ tầng ... xung quanh phát triển.
- + Thiết lập 1 chương trình phát triển cho phù hợp
- + Tối ưu hóa sự thỏa mãn của du khách
- Một số vấn đề ảnh hưởng đến phát triển du lịch
- + Sử dụng đất đai(phân vùng)
- + Tạo lập và đảm bảo cơ sở hạ tầng
- + Truyền bá và quảng bá du lịch

5.2.3. Vai trò của Nhà nước và doanh nghiệp trong phát triển du lịch

- Sự liên quan của Nhà nước đến du lịch
- + Quản lý việc đi lại của khách du lịch: nhập cảnh, tạm trú...
- + Quản lý bán sản phẩm du lịch: hàng thủ công mỹ nghệ, đặc sản địa phương, dịch vụ kèm theo địa điểm du lịch.....
- + Quản lý ngoại tệ
- Vai trò của Nhà nước và doanh nghiệp trong phát triển du lịch
- + Quy hoạch: Nhà nước, các bộ ngành cần tăng cường phối hợp đưa ra quy hoạch du lịch trong thời gian dài hạn – trung hạn – ngắn hạn.
- + Phối hợp
- + Luật pháp
- + Kinh doanh: Các doanh nghiệp cần nhạy bén, linh hoạt thay đổi các phương thức kinh doanh du lịch hiện đại, các phương thức thanh toán hoạt động du lịch... cạnh tranh lành mạnh trong phục vụ khách du lịch...
- + Khuyến khích: Có chính sách cho các khu vực, vùng miền, địa phương phát triển du lịch....
- + Xã hội: Giao thoa nền văn hóa các dân tộc, lựa chọn và tiếp thu các xu hướng, trào lưu du lịch...

5.3. MỐI QUAN HỆ GIỮA QUY HOẠCH VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

- Mối quan hệ giữa quy hoạch và phát triển du lịch
- Mối quan hệ giữa quy hoạch và phát triển du lịch đối với du lịch.

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

TS. ĐÀO VĂN TÚ

