

**ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH HÀ NỘI**



GIÁO TRÌNH

Môn học: **KINH TẾ DU LỊCH**

Ngành: **QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN,
QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH**

Trình độ: **CAO ĐẲNG**

(Ban hành theo Quyết định số: 278/QĐ-TMDL ngày 06 tháng 9 năm 2018)

HÀ NỘI, năm 2018

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

LỜI GIỚI THIỆU

Trong những thập kỷ gần đây, du lịch đã trở thành ngành kinh tế quan trọng, mũi nhọn, mang lại hiệu quả kinh tế, xã hội và môi trường ở nhiều quốc gia trên thế giới cũng như ở Việt Nam.

Trong hệ thống các môn học của ngành Quản trị khách sạn và Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành tại Trường Cao đẳng Thương Mại và Du lịch Hà Nội, Kinh tế du lịch là môn học cơ sở ngành, chiếm vị trí quan trọng. Ngoài việc trang bị cơ sở lý luận, phương pháp luận, môn học còn mang tính hệ thống. Kiến thức của môn học có tính chất tổng hợp và tiếp nối các môn học cơ sở ngành và chuyên ngành.

Giáo trình môn học Kinh tế du lịch được biên soạn nhằm cung cấp các kiến thức cơ bản và có hệ thống kỹ năng về tổ chức quản lý kinh doanh du lịch, mang tính nền tảng; để từ đó người học có thể tiếp tục học tập và nghiên cứu sâu hơn theo chuyên ngành kinh doanh khách sạn, hoặc có thể kinh doanh lữ hành hay hướng dẫn du lịch.

Nội dung của môn học Kinh tế du lịch bao gồm 6 chương, cụ thể như sau:

- Chương 1: Tổng quan về du lịch
- Chương 2: Điều kiện để phát triển du lịch
- Chương 3: Tính thời vụ trong du lịch
- Chương 4: Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch
- Chương 5: Lao động trong du lịch
- Chương 6: Hiệu quả kinh tế du lịch

Kết hợp giữa lý luận và thực tiễn, giáo trình là cơ sở lý thuyết để người học vận dụng vào quá trình học tập các môn chuyên ngành.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn những tác giả đi trước đặc biệt nhóm tác giả biên soạn giáo trình Kinh tế du lịch - khoa Khách sạn Du lịch - trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội mà chúng tôi đã kế thừa và tham khảo lượng kiến thức quý giá để hoàn thành giáo trình. Chúng tôi xin được gửi lời cảm ơn đến UBND Thành phố Hà Nội, Ban Giám hiệu Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch Hà Nội và Hội đồng Thẩm định giáo trình đã tạo điều kiện, hỗ trợ chúng tôi. Do số lượng tài liệu tham khảo chưa nhiều, nên mặc dù tác giả đã cố gắng, song không tránh khỏi những khiếm khuyết, rất mong được sự góp ý từ người đọc.

Chủ biên

Nguyễn Thị Hồng Ngọc

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan về du lịch	Trang 1
1. Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch	Trang 1
2. Một số khái niệm cơ bản về du lịch	Trang 7
3. Nhu cầu du lịch.....	Trang 11
4. Loại hình du lịch.....	Trang 15
5. Các lĩnh vực kinh doanh du lịch.....	Trang 18
6.. Các tác động về kinh tế - xã hội của du lịch	Trang 20
Chương 2: Điều kiện để phát triển du lịch.....	Trang 24
1. Điều kiện chung.....	Trang 24
2. Điều kiện đặc trưng	Trang 29
3. Một số tình hình và sự kiện đặc biệt	Trang 35
Chương 3: Tính thời vụ trong du lịch	Trang 37
1. Cầu, cung trong du lịch	Trang 37
2. Khái niệm về tính thời vụ trong du lịch	Trang 44
3. Đặc điểm của thời vụ du lịch.....	Trang 44
4. Các yếu tố tác động tới thời vụ du lịch	Trang 46
5. Các tác động bất lợi của thời vụ du lịch và các phương hướng giải pháp khắc phục	Trang 50
Chương 4: Cơ sở vật chất - Kỹ thuật du lịch	Trang 54
1. Khái niệm và vai trò của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch.....	Trang 54
2. Phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch	Trang 56
3. Đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch	Trang 58
4. Yêu cầu đối với cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch.....	Trang 61
5. Đánh giá cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch.....	Trang 63
6. Hiệu quả sử dụng và biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch.....	Trang 65
Chương 5: Lao động trong du lịch	Trang 68
1. Vai trò của lao động trong du lịch.....	Trang 68
2. Quản lý phát triển nguồn nhân lực ở doanh nghiệp du lịch	Trang 83
3. Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch	Trang 88
Chương 6: Hiệu quả kinh tế du lịch	Trang 99
1. Hiệu quả kinh tế	Trang 99
2. Hiệu quả kinh tế du lịch	Trang 101
3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế	Trang 103

4. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh tế du lịch.....Trang 109

Tài liệu tham khảo.....trang 112

NỘI DUNG GIÁO TRÌNH MÔN HỌC KINH TẾ DU LỊCH

Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của môn học:

- Vị trí:

Kinh tế du lịch là môn học cơ sở ngành trong chương trình khung đào tạo trình độ cao đẳng Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Môn học này được bố trí giảng dạy sau các môn như Quản trị học, Thống kê du lịch, Cơ sở văn hóa Việt Nam, Tâm lý du lịch của chương trình đào tạo.

- Tính chất:

Kinh tế du lịch là môn học lý thuyết với thời lượng 45 tiết và đánh giá môn học bằng hình thức kiểm tra hết môn.

- Ý nghĩa và vai trò của môn học:

Môn học này cung cấp cho người học những kiến thức quan trọng trong kinh doanh du lịch, đây chính là môn học nền tảng để người học có cái nhìn tổng quan về ngành du lịch. Từ đó, người học có khả năng tiếp cận các môn học chuyên ngành một cách có hệ thống.

Mục tiêu của môn học:

- Về kiến thức

- + Trình bày được một số khái niệm cơ bản trong du lịch.
- + Phân tích được các điều kiện để phát triển du lịch, tính thời vụ trong du lịch
- + Trình bày tầm quan trọng và các loại cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch.
- + Trình bày vai trò và phân tích được nội dung của quản lý và phát triển nguồn nhân lực trong du lịch.
- + Phân tích được các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả trong du lịch.
- + Nêu cách xác định các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả trong du lịch.
- + Phân tích được các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh tế trong du lịch.
- Về kỹ năng
 - + Xây dựng các điều kiện phát triển du lịch đối với một vùng, một địa phương, một loại hình du lịch.
 - + Xác định tính thời vụ du lịch của một vùng, một địa phương hay một loại hình du lịch.
 - + Đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch.
 - + Đánh giá đội ngũ lao động trong du lịch.
 - + Tính toán được các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế trong du lịch từ đó đưa ra nhận xét đánh giá. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm
- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm
 - + Có phẩm chất đạo đức tốt.
 - + Có khả năng tư duy độc lập.
 - + Có óc sáng tạo và chủ động trong công việc.

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ DU LỊCH

Mục tiêu:

- Về kiến thức:

+ Phân tích được nguyên nhân của sự tồn tại các định nghĩa khác nhau về du lịch.

+ Trình bày được một số định nghĩa về du lịch (trên thế giới và ở Việt Nam) và sự khác nhau của các định nghĩa đó.

+ Trình bày được một số định nghĩa về khách du lịch và các tiêu chí để xác định khách du lịch.

+ Phân loại được khách du lịch

+ Phân tích được khái niệm sản phẩm du lịch, các bộ phận hợp thành sản phẩm du lịch và đặc điểm của sản phẩm du lịch.

+ Trình bày được các lĩnh vực kinh doanh du lịch hiện nay ở Việt Nam.

+ Phân tích được tác động về kinh tế, xã hội của du lịch.

- Về kỹ năng:

+ Vận dụng đánh giá và nhận biết các sản phẩm khách sạn và sản phẩm lữ hành.

+ Đánh giá xu hướng phát triển du lịch hiện nay trên thế giới và ở Việt Nam

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Có khả năng tư duy độc lập

+ Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu vấn đề

Nội dung chính:

- Lịch sử hình thành và phát triển của hoạt động du lịch.

- Các khái niệm cơ bản về du lịch.

- Các loại hình du lịch.

- Các lĩnh vực kinh doanh du lịch.

- Các tác động về kinh tế - xã hội của du lịch.

1. Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch

1.1. Thời kỳ cổ đại

* Bối cảnh

Du lịch đã có mầm mống từ thời kì đầu chế độ nô lệ. Nó gắn liền với thời kì phân công lao động lần thứ 3. Thời kì này, con người bầy giờ tạo thành các cộng đồng nông nghiệp ở các địa hình bằng phẳng. Họ chuyển từ giai đoạn hái lượm sang trồng trọt và thuần hóa súc vật. Ở một vài nơi người ta đã có được lương thực dự trữ.

Sự ra đời và phát triển của thương nghiệp đã thúc đẩy quá trình đi lại buôn bán giữa các quốc gia trên thế giới. Các quốc gia chiếm hữu nô lệ với các nền văn minh rực rỡ ở Ai Cập, Lưỡng Hà, Ấn Độ, Trung Hoa, Hy Lạp, La Mã... được hình thành. Con người đã có quá trình giao lưu kinh tế và văn hoá. Đây là giai đoạn có những phát minh quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến việc đi lại:

- Phát minh ra thuyền buồm của người Ai Cập vào khoảng thiên niên kỷ

thứ tư trước Công nguyên. Việc sử dụng sức gió để đi lại, chuyên chở đã làm cho chuyến đi nhẹ nhàng, thuận lợi và đỡ tốn sức hơn.

- Phát minh ra bánh xe của người Sumeri vào khoảng 3.500 năm trước Công nguyên là một sự kiện có ý nghĩa vô cùng to lớn đối với việc đi lại của loài người.

- Theo các nhà sử học, vào năm 680 trước Công nguyên đồng tiền xu đầu tiên được đưa vào sử dụng ở Lydia. Điều này cũng góp phần thúc đẩy sự phát triển của du lịch một cách gián tiếp thông qua sự gia tăng của hoạt động buôn bán.

* Nội dung

- Vào khoảng 3.000 năm trước Công nguyên, Ai Cập là một điểm thu hút khách du lịch trên thế giới với kim tự tháp và các kỳ quan khác của một đất nước văn minh và thịnh vượng. Ngoài các nhà hoạt động chính trị, các thương gia, giới quý tộc thường xuyên phải đi lại trong nước và ra nước ngoài, còn hầu hết những người có nhu cầu đi lại là những người tín ngưỡng sùng bái tôn giáo. Trong những ngày lễ, hàng ngàn người đã hành hương đến các nhà thờ, tu viện... để cầu nguyện và cúng bái. Cuộc hành trình của họ kéo dài từ ngày này sang ngày khác, có khi tới hàng tháng.

- Từ thế kỷ IV trước Công nguyên, Hy Lạp đã phát triển cường thịnh, giai cấp chủ nô đã đi đến các vùng đất ở Địa Trung Hải để thoả mãn nhu cầu tìm hiểu thế giới xung quanh và nhằm mục đích nghỉ dưỡng, chữa bệnh ở một số nguồn chất khoáng. Phương tiện đi lại chủ yếu là cưỡi la, đi xe bò, người giàu thì đi bằng xe ngựa, bằng kiệu. Du lịch công vụ cũng rất phát triển trong thời kỳ Hy Lạp cổ đại, các chính khách, thương gia thường xuyên phải đi để thực thi các nhiệm vụ đặc biệt. Họ được cung cấp đầy đủ các dịch vụ về ăn uống, nghỉ ngơi, thậm chí có cả người dẫn đường, bảo vệ.

- Năm 776 trước Công nguyên, đại hội thể thao Olympic đầu tiên được tổ chức ở Hy Lạp thu hút nhiều người tham dự.

- Trong số những chuyến đi biển đầu tiên, những chuyến đi của cư dân vùng Đông Nam Á đến các khu vực ở châu Đại Dương

1.2. Thời kỳ trung đại

* Bối cảnh

- Sự suy tàn của các quốc gia cổ đại trong đó có đế quốc La Mã từ thế kỷ thứ IV và đế quốc Tây La Mã diệt vong (năm 476), nhiều kiệt tác kiến trúc, nghệ thuật, xã hội, văn học bị vứt bỏ, hủy hoại.

- Phương tiện đi lại trên bộ duy nhất là xe ngựa và các xe ngựa kéo.

- Cho tới tận thế kỷ thứ X chiến tranh liên miên, biên giới biến động làm cho việc đi lại trở nên khó khăn. Du lịch cao cấp không thể tồn tại trong đêm dài Trung Cổ.

- Đạo Thiên Chúa đã trở thành một lực lượng lớn mạnh ở châu Âu. Nó hậu thuẫn mạnh mẽ cho các cuộc chiến tranh nên đã thay thế và trở thành tư tưởng thống soái.

- Xuất hiện những chuyến viễn du dài ngày đầu tiên của loài người với những tìm tòi khám phá mới đã phá vỡ tầm hiểu biết hạn hẹp của các cộng đồng Trung cổ và khơi dậy tính hiếu động, tò mò của con người.

* Nội dung

Du lịch tôn giáo là loại hình chủ yếu trong giai đoạn này. Những cuộc thập tự chinh tôn giáo, hành hương về thánh địa, nhà thờ diễn ra một cách rầm rộ. Các quán trọ hai bên đường mọc lên để phục vụ mọi người không phải vì mục đích kinh tế mà đa phần chỉ như dấu hiệu về sự đóng góp của con chiên cho sự sáng danh Đức Chúa Trời. Xuất hiện những người chuyên hướng dẫn cho khách đi lại, cách hành lễ...

Bên cạnh đó xuất hiện những chuyến đi viễn du dài ngày đầu tiên của loài người và khá mạo hiểm.

- Marco Polo: Năm 1292, Marco Polo viết cuốn “Marco Polo phiêu lưu kí” kể về những gì mắt thấy tai nghe ở xứ Trung Hoa kì bí. Có thể coi đây là một trong những tài liệu hướng dẫn du lịch đầu tiên trên thế giới.

- Afanasi Nikitin: Năm 1446, để đáp lễ chuyến viếng thăm của sứ thần xứ Sivansak, đại đế Ivan III (Nga) đã cử Afanasi Nikitin đưa một đoàn thuyền hàng xuôi sông Von-ga. Bị cướp hết hàng hoá ở Astrakhan, Afanasi không dám quay về nên đã quyết định đi tiếp sang Ấn Độ để buôn trả nợ. Ông đã thực hiện một cuộc hành trình dài gần 10.000 kilomet trong suốt 6 năm lận đận vất vả. Cuốn nhật ký hành trình của ông được coi là cuốn cẩm nang hướng dẫn khá chi tiết từng lộ trình phương Nam

- Những cuộc hành trình của Kristophoro Colombo (Christopher Columbus): Từ năm 1492 đến 1504, Kristophoro Colombo đã tiến hành bốn cuộc hành trình thám hiểm sang một lục địa mới mà sau này gọi là Châu Mỹ. Những chuyến đi này không phải vì mục đích du lịch, nhưng trên ý nghĩa nhất định, đã mở hướng cho hoạt động lữ hành quốc tế trên biển.

- Vasco de Gama: Năm 1548, Vasco de Gama cùng thủy thủ đoàn vượt qua nhiều ngày lênh đênh trên biển đã đến được Ấn Độ. Thành công của ông đã mở ra một chân trời mới trong sự thông thương buôn bán Đông - Tây bằng đường biển.

- Hành trình của Magenllan: Năm 1512 Magenllan đã đệ trình lên vua Bồ Đào Nha kế hoạch đi vòng quanh thế giới nhưng không được chấp thuận. Bảy năm sau, phương án của ông được nhà vua Tây Ban Nha bảo trợ. Ông đi xuống Nam Mỹ, đặt tên cho Argentina, quần đảo Đất lửa, eo biển Magenllan... Năm 1529 ông đến Philippines và hy sinh tại đây trong một cuộc chiến giúp chúa đảo chống lại đảo láng giềng. Sau này Bardos, một thành viên của đoàn thám hiểm đã tập hợp những người sống sót rời Philipines sang Ấn Độ và từ đây trở về châu Âu.

1.3. Thời kỳ cận đại

* Bối cảnh

Đây là thời kỳ cách mạng tư sản phát triển mạnh mẽ, bắt đầu bằng cuộc cách mạng ở Hà Lan (1564 - 1609), đến cách mạng tư sản Anh (1642 - 1660), cách mạng tư sản Mỹ (1776 - 1783), cách mạng tư sản Pháp (1776 - 1883)... đã mở ra cho con người sự giao lưu mới với thiết chế tự do tư sản. Vào năm 1784, James Watt đã chế tạo ra động cơ hơi nước liên tục đầu tiên. Phát minh này châm ngòi nổ cho cách mạng công nghiệp lần thứ nhất, mở ra chân trời mới cho ngành vận chuyển và ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển du lịch của loài người.

Năm 1885, một kỹ sư người Đức là Benz đã sáng chế ra chiếc ô tô đầu tiên. Do tính tiện ích của nó, ngay một năm sau, công nghiệp ô tô đã ra đời đã góp phần đáng kể cho việc thu hút và vận chuyển du khách đi du lịch.

Về phương tiện thông tin liên lạc, thời kì này con người đã phát minh ra các phương tiện truyền tin không gian như điện tín (1876), điện thoại (1884), radio (1895)...

* Nội dung

- Phát triển các tuyến lữ hành xuyên quốc gia: Nhu cầu tích tụ tư bản thúc đẩy giai cấp tư sản cho xây dựng mạng lưới giao thông lớn cùng với các phương tiện vận chuyển ngày càng hiện đại và mở rộng các dịch vụ ở nhiều nơi trên thế giới. Đây chính là những cơ sở hạ tầng thiết yếu thúc đẩy lữ hành xuyên quốc gia phát triển.

- Hệ thống điểm đến được mở rộng: Nếu trước kia, người ta chú ý tới các kỳ quan thế giới như kim tự tháp (Ai Cập), vườn treo Babilon, đền thờ Nữ thần Artemis ở Ephese... thì nay đã mở ra nhiều nơi khác với rừng, bờ biển đẹp và suối khoáng...

- Du lịch quốc tế có xu hướng tăng trong thế kỷ XVIII: đó là chuyến du lịch của các sinh viên đại học sau khi tốt nghiệp đến các nước để kiểm chứng thực tế trong 2-3 năm trở về áp dụng trong các công ty, xí nghiệp của mình.

Thomas Cook, nhà du lịch và nhà kinh tế người Anh được coi là người mở ra dịch vụ tổ chức các cuộc lữ hành cho du khách. Năm 1841, ông đã tổ chức chuyến tham quan đặc biệt trên tàu hoả từ Leicester đến Laffburoy (dài 12 dặm) cho 570 khách đi dự hội nghị. Năm 1842, Thomas Cook tổ chức văn phòng du lịch đầu tiên ở Anh (cũng là văn phòng đầu tiên có tính chuyên nghiệp trên thế giới) với chức năng tổ chức cho công dân Anh đi du lịch khắp nơi. Đây là một mốc quan trọng đánh dấu sự hình thành của một loại tổ chức kinh doanh du lịch rất quan trọng. Sau đó, ông bắt đầu có những chuyến du hành trong phạm vi hẹp ở nước Anh phục vụ cho học sinh, phụ huynh, các cặp vợ chồng... tới những nơi mà họ chưa có dịp tới. Năm 1854, hãng Thomas Cook và các con đã bắt đầu tổ chức các tuyến du lịch sang châu Âu. Năm 1876, Thomas Cook cho ra mắt một loại hoá đơn đặc biệt gọi là “Phiếu thanh toán”, tiền thân của séc du lịch hiện nay. Nhờ có hoá đơn này du khách có thể thanh toán tại hàng trăm khách sạn trong danh mục của Cook. Công ty lữ hành Thomas Cook trong thời gian 1850 - 1900 là điềm báo cho một thời đại du lịch thực sự dành cho số đông dân chúng. Mặc dù, khó có thể chỉ ra chính xác mà thời điềm mà du lịch và lữ hành trở nên thông dụng nhưng có thể chắc chắn rằng phát minh ra đường sắt, những tàu trọng tải lớn và những chuyến du lịch của Thomas Cook đã thực sự mang đến cho hàng triệu người trung lưu cơ hội du ngoạn cùng với cộng đồng của họ. Thomas Cook đã được nhân loại suy tôn là ông tổ của ngành lữ hành.

1.4. Thời kỳ hiện đại

* Bối cảnh

- Thứ nhất là diễn ra hai cuộc chiến tranh thế giới. Chiến tranh thế giới thứ I (1914-1918) và chiến tranh thế giới thứ II (1937-1945)

- Thứ hai là trong ba thập kỷ (từ những năm 50 đến những năm 80) sau chiến tranh thế giới thế II, cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật trên thế giới đã đạt được những tiến bộ vượt bậc, nó thúc đẩy ngành du lịch phát triển thật sự.

- Thế kỉ XX và đầu thế kỉ XXI, sự bùng nổ của khoa học công nghệ điện tử tin học và công nghệ sinh học, du lịch đã là hiện tượng phổ biến và xu hướng tăng nhanh chóng.

* Nội dung

Trước chiến tranh thế giới lần thứ nhất, du lịch quốc tế đã đạt được những tiến bộ đáng kể. Nhưng trong những năm chiến tranh, du lịch quốc tế hầu như tê liệt.

Trong những năm giữa hai cuộc chiến tranh thế giới các khu du lịch nghỉ biển lại được phục hồi và phát triển nhanh chóng, đặc biệt là Pháp, Italia, Anh, Hy Lạp, Đức... Ở những nước này đã thành lập cơ quan nhà nước về du lịch, một số nước đã thành lập Bộ du lịch. Và năm 1925 thì Liên minh Quốc tế của các tổ chức du lịch được hình thành lập.

Trong chiến tranh thế giới thứ II, các hoạt động kinh doanh du lịch quốc tế hầu như bị đình trệ. Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch phần bị phá huỷ, phần thì biến thành cơ sở phục vụ chiến tranh.

Trong những năm đầu sau chiến tranh, du lịch quốc tế được phục hồi rất chậm, bởi vì lúc này các nước bị tàn phá trong chiến tranh đang bước vào giai đoạn hàn gắn vết thương chiến tranh và khôi phục nền kinh tế đất nước.

Khi cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật trên thế giới bùng nổ:

- Sự tăng trưởng trung bình năm của du lịch quốc tế thập kỷ 1950-1960 khoảng 10.98%, 1960-1970 là 8.3%, thập kỷ 1970-1980 là 6%, thập kỷ 1980-1990 khoảng 5%. Trong mấy năm gần đây, tốc độ tăng trưởng lại nâng lên 7.5-9%.

- Cơ cấu khách du lịch thay đổi và tăng trưởng.

- Gia tăng của tổng doanh thu trong ngành du lịch.

- Sự ra đời và phát triển nhiều loại hình du lịch. Vận chuyển khách bằng đường bộ và đường không đã chiếm lĩnh một vị trí quan trọng trong ngành du lịch quốc tế.

- Có sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường du lịch quốc tế: Đó là hệ quả nảy sinh khi các công ty khách sạn, lữ hành, công ty môi giới du lịch... lần lượt ra đời.

Cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật lần thứ 2, xu thế hội nhập quốc tế là một dấu mốc quan trọng trong thời kỳ hiện đại đã có tác động cực kỳ sâu sắc đến hoạt động du lịch.

Đối với cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật lần thứ 2 mà tiêu biểu là cuộc cách mạng công nghệ, tin học và cuộc cách mạng sinh học đã làm biến đổi sâu sắc đời sống của con người, trong đó có hoạt động du lịch. Do ứng dụng nhanh thành tựu của khoa học kỹ thuật công nghệ mà hệ thống phương tiện vận chuyển du khách đã có những thay đổi to lớn. Tốc độ của các loại máy bay, tàu hoả, tàu điện ngầm, tàu thuỷ, cáp treo, ô tô, xe máy tăng lên vượt bậc. Hệ thống các sân bay, bến cảng, bến tàu được mở rộng và trang thiết bị hiện đại. Bên cạnh đó, hệ thống thông tin liên lạc đã có những phương tiện mới siêu nhanh như điện thoại di động, hệ thống fax, internet, truyền thanh, truyền hình... những phương tiện cực kỳ hiện đại để khám phá đại dương, khám phá hang động, các tàu vũ trụ khám phá bầu trời cũng đã được chế tạo. Tất cả những điểm trên đây tạo ra những điều kiện mới để thu hút du khách, thúc đẩy du lịch phát triển ở mức độ cao hơn, rộng hơn.

Đối với cuộc cách mạng sinh học đã tạo ra những giống mới có chất lượng và năng suất cao. Đặc biệt là trong lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp chế

biển thực phẩm. Hàng loạt các cây, con mới được tạo ra thông qua lai tạo giống như các loài hoa, cây cảnh, chim cảnh... Như vậy, thành tựu của cuộc cách mạng sinh học không chỉ đem lại năng suất cao mà còn tạo ra những cảnh quan du lịch mới lạ, kích thích sự khám phá, du ngoạn của du khách. Từ đó làm gia tăng các hoạt động du lịch.

Xu thế hội nhập toàn cầu, quan hệ song phương và đa phương giữa các quốc gia, vùng lãnh thổ được mở rộng. Từ đó, các thủ tục xuất - nhập cảnh được giảm nhẹ và thông thoáng hơn rất nhiều so với các thời kỳ trước. Nhờ vậy mà hoạt động du lịch được dễ dàng hơn. Nếu ở thời điểm đầu thế kỷ XX, số lượng khách du lịch trên thế giới đạt 35 triệu lượt khách, thì đến cuối thế kỷ XX đã vượt lên 750 triệu khách.

Những năm đầu thế kỉ XXI, thế giới có nhiều biến đổi nhảy vọt về khoa học công nghệ, quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa diễn ra nhanh chóng ở các nước đang phát triển; xu thế hợp tác toàn cầu là tất yếu; nền kinh tế thế giới tiếp tục phát triển, đời sống của người dân không ngừng nâng cao... Trong bối cảnh đó nhu cầu đi du lịch của người dân là nhu cầu khách quan và trưởng thành nhanh. Du lịch trên phạm vi toàn cầu đã phát triển nhanh và trở thành ngành kinh tế hàng đầu thế giới...

Nói tóm lại, bước vào thời kỳ hiện đại với nhiều thành tựu của cuộc cách mạng khoa học, công nghệ, cùng với xu thế hội nhập quốc tế, hoạt động du lịch tăng trưởng vượt bậc, số lượng du khách tăng nhanh. Các doanh nghiệp lữ hành tăng đột biến, xuất hiện nhiều loại hình du lịch bên cạnh các loại hình du lịch truyền thống. Nhiều quốc gia đặt ngành du lịch trở thành một ngành mũi nhọn. Tuy nhiên, bên cạnh những bước phát triển đột phá, hoạt động du lịch ở thời kỳ hiện đại cũng đã xuất hiện những mặt tiêu cực cần cảnh báo và khắc phục như : vấn đề về môi trường sinh thái, an ninh chính trị, kinh tế...

1.5. Sự phát triển của Ngành Du lịch Việt Nam

Ngày 09/07/1960. Hội đồng chính phủ nước Việt Nam Dân chủ cộng hòa ban hành Nghị định số 26 - CP về việc thành lập Công ty Du lịch Việt Nam. Hiện nay, ngày này được coi là ngày thành lập của ngành du lịch Việt Nam.

Ngày 27/06/1978, Ủy ban Thường vụ Quốc hội khóa VI ban hành Quyết nghị số 262 NQ/QHK6 phê chuẩn việc thành lập Tổng cục Du lịch Việt Nam.

Qua quá trình phát triển, Tổng cục Du lịch Việt Nam đã có rất nhiều thay đổi về cơ quan quản lý chủ quản như đã từng thuộc Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch, Bộ Thương mại hay là Cơ quan ngang Bộ. Hiện nay, Tổng cục Du lịch Việt Nam trực thuộc Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch. Năm 2005, tại kì họp thứ 7 Quốc hội khóa XI đã ban hành Luật Du lịch.

Quá trình phát triển của ngành du lịch Việt Nam có thể chia thành các giai đoạn sau:

- Giai đoạn từ 1960 đến 1975:

Giai đoạn này đất nước còn trong thời kì kháng chiến chống Mỹ, ngành du lịch nước ta còn rất nhỏ. Lượng khách quốc tế chủ yếu đến miền Bắc. Năm 1960 chỉ đạt 6.130 lượt khách đến năm 1975 cũng chỉ đạt 36.910 lượt khách và chủ yếu là các đoàn ngoại giao, đoàn chuyên gia thuộc khối các nước XHCN. Du lịch nội địa chủ yếu phục vụ các đoàn khách của các cán bộ lão thành, các cán

bộ nhân viên hưởng phúc lợi đi điều dưỡng theo chế độ bao cấp. Các công ty du lịch, vận chuyển chủ yếu hoạt động theo tính chất phục vụ chưa tính đến hiệu quả kinh tế.

- Giai đoạn từ 1976 đến 1985:

Giai đoạn này đất nước đã thống nhất, đang thời kì khôi phục. Công ty Du lịch Việt Nam được giao tiếp quản các khách sạn lớn ở các tỉnh thành và đặc khu ở miền Nam. Thống kê thời kì này có hàng hơn 30 công ty du lịch và hàng trăm khách sạn, các phương tiện vận chuyển. Hoạt động du lịch bắt đầu được mở rộng về quy mô và số lượng. Tuy nhiên, lượng khách quốc tế đến Việt Nam còn rất hạn chế do cơ chế chính sách còn nhiều rào cản, cơ sở hạ tầng còn thấp kém và nền kinh tế chậm phát triển. Năm 1985 lượng khách quốc tế chỉ đạt 50.830 lượt (gấp 1,4 lần so với năm 1975). Lượng khách nội địa vẫn chỉ dừng lại khách đoàn viên công đoàn đi hưởng theo phúc lợi.

- Giai đoạn từ 1986 đến 1990:

Giai đoạn này là giai đoạn bứt phá của ngành du lịch do sự thay đổi cơ chế chính sách của Đảng và Nhà nước. Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI đã đánh dấu một sự khởi đầu mới với chính sách mở cửa, du lịch Việt Nam thực sự chuyển sang giai đoạn phát triển nhanh. Đến năm 1990, nhờ có sự đơn giản về thủ tục xuất nhập cảnh, luật đầu tư nước ngoài, sự phát triển của hạ tầng cơ sở... du lịch Việt Nam đã có bước ngoặt lớn trong quá trình phát triển. Năm 1990 đón 250.000 lượt khách quốc tế và 1.000.000 khách nội địa.

- Giai đoạn từ 1991 đến nay:

Có thể nói từ 1991 đến 1995, Du lịch Việt Nam phát triển nhảy vọt, tốc độ tăng hàng năm về số lượng khách quốc tế và nội địa là rất đáng kể. Khoảng cách về số lượng khách quốc tế đến Việt Nam so với các nước trong khu vực ASEAN ngày được thu hẹp. Sau năm 1996, tốc độ này chậm lại do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính trong khu vực (1997), dịch bệnh SARS (2003)... Năm 2004 và 2005 du lịch Việt Nam lại tiếp tục tăng trưởng năm 2004 đạt 2.227.876 lượt khách quốc tế tăng 20,6% so với 2003, khách nội địa đạt 14.500.000 lượt khách nội địa tăng 11,5% so với 2003

Năm 2016, ngành Du lịch Việt Nam lần đầu tiên đạt mốc đón 10 triệu lượt khách quốc tế, tăng trưởng 26% so với năm 2015. Khách du lịch nội địa đạt 62 triệu lượt, tăng 8,8%; tổng thu từ khách du lịch đạt 417 nghìn tỷ đồng

Đến năm 2017, ngành Du lịch Việt Nam đã có bức tranh tươi sáng với việc đón 13 triệu lượt khách quốc tế, tăng 30% so với cùng kỳ năm 2016, phục vụ 73,2 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch đạt hơn 510.900 tỷ đồng, tương đương 23 tỷ đô la Mỹ. Đây có thể coi là kỳ tích tăng trưởng về tổng số khách quốc tế và mức tăng trưởng số lượng khách quốc tế trong một năm đạt 3 triệu lượt khách so với năm 2016. Một dấu ấn quan trọng khác của ngành Du lịch trong năm 2017 là trình Quốc hội thông qua Luật Du lịch (sửa đổi) tại kỳ họp thứ ba, Quốc hội khóa XIV (ngày 19/6/2017)

2. Một số khái niệm cơ bản về du lịch

2.1. Khái niệm về du lịch

Ngày nay, du lịch đã trở thành một hiện tượng kinh tế xã hội phổ biến không chỉ ở các nước phát triển mà còn ở cả các nước đang phát triển, trong đó

có Việt Nam. Tuy nhiên, nhận thức về nội dung du lịch vẫn chưa được thống nhất. Do hoàn cảnh khác nhau, và dưới mỗi góc độ nghiên cứu khác nhau, mỗi người có những định nghĩa khác nhau về du lịch.

Hội đồng Lữ hành và Du lịch quốc tế (World Travel and Tourism Council - WTTC) đã công bố du lịch là một ngành kinh tế lớn nhất thế giới, vượt trên cả ngành sản xuất ô tô, thép, điện tử và nông nghiệp. Đối với một số quốc gia, du lịch là nguồn thu ngoại tệ quan trọng nhất trong ngoại thương. Tại nhiều quốc gia khác, du lịch là một trong ba ngành kinh tế hàng đầu. Du lịch đã nhanh chóng trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia trên thế giới. Du lịch ngày nay là một đề tài hấp dẫn và đã trở thành vấn đề mang tính chất toàn cầu. Nhiều nước đã lấy chỉ tiêu đi du lịch của dân cư là một chỉ tiêu để đánh giá chất lượng của cuộc sống.

Mặc dù hoạt động du lịch đã có nguồn gốc hình thành từ rất lâu và phát triển với tốc độ rất nhanh như vậy, song cho đến nay khái niệm “du lịch” được hiểu rất khác nhau tại các quốc gia khác nhau và từ nhiều góc độ khác nhau. Bản thân khái niệm “du lịch” có ý nghĩa đầu tiên là sự khởi hành và lưu trú tạm thời của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ.

Mầm mống đầu tiên của hoạt động kinh doanh du lịch bắt đầu xuất hiện từ cuộc phân chia lao động xã hội lần thứ hai. Biểu hiện của hoạt động kinh doanh du lịch trở nên rõ nét hơn khi ngành thương nghiệp xuất hiện vào thời đại chiếm hữu nô lệ, tức là vào giai đoạn có sự phân chia lao động lần thứ ba của xã hội loài người. Tuy nhiên, từ giữa thế kỷ 19, du lịch mới thực sự trở thành một hiện tượng đại chúng và lặp đi lặp lại đều đặn.

Trên thực tế, khi nghiên cứu về khái niệm du lịch, tùy thuộc vào các góc độ khác nhau mà có các định nghĩa khác nhau về du lịch:

- Tiếp cận trên góc độ của 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. Với họ, du lịch như là một cơ hội để tìm kiếm những kinh nghiệm sống và sự thỏa mãn một số nhu cầu về vật chất và tinh thần của mình.

- 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. Các doanh nghiệp du lịch coi du lịch như là một cơ hội để bán các sản phẩm mà họ sản xuất ra nhằm thỏa mãn các nhu cầu của khách (người đi du lịch), đồng thời thông qua đó đạt được mục đích số một của mình là tối đa hóa lợi nhuận.

- Tiếp cận trên góc độ của chính quyền địa phương: Trên góc độ này, du lịch được hiểu là việc tổ chức các điều kiện về hành chính, về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật để phục vụ du khách. Du lịch là tổng hợp các hoạt động kinh doanh đa dạng, được tổ chức nhằm giúp đỡ việc hành trình và lưu trú tạm thời của cá thể. Du lịch là cơ hội để bán các sản phẩm địa phương, tăng thu ngoại tệ, tăng các nguồn thu nhập từ các khoản thuế trực tiếp và gián tiếp, đẩy mạnh cán cân thanh toán và nâng cao mức sống vật chất và tinh thần cho dân địa phương.

- Tiếp cận trên góc độ cộng đồng dân cư sở tại: Du lịch là một hiện tượng

kinh tế - xã hội. Trong giai đoạn hiện nay, nó được đặc trưng bởi sự tăng nhanh khối lượng và mở rộng phạm vi và cơ cấu dân cư tham gia vào quá trình du lịch của mỗi nước, mỗi vùng trên thế giới. Với họ, hoạt động du lịch tại địa phương mình đem lại những cơ hội để tìm hiểu về 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, các nghề thủ công truyền thống của dân tộc. Thông qua du lịch, một mặt có thể tăng thu nhập, nhưng mặt khác cũng gây ảnh hưởng đến đời sống người dân sở tại như: về môi trường, trật tự an ninh xã hội, nơi ăn chốn ở.

Theo định nghĩa của Tổ chức Du lịch Thế giới: "Du lịch được hiểu là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú của cá nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ với mục đích hòa bình. Nơi họ đến không phải là nơi làm việc của họ"

Theo luật Du lịch Việt Nam: *"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 1 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác".*

Du lịch có thể được hiểu cụ thể như sau:

- Sự di chuyển và lưu trú qua đêm tạm thời trong thời gian rảnh rỗi của cá nhân hay tập thể ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm mục đích phục hồi sức khỏe, nâng cao tại chỗ nhận thức về thế giới xung quanh, có hoặc không kèm theo việc tiêu thụ một số giá trị tự nhiên, kinh tế, văn hóa và dịch vụ do các cơ sở chuyên nghiệp cung ứng.

- Một lĩnh vực kinh doanh các dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu nảy sinh trong quá trình di chuyển và lưu trú qua đêm tạm thời trong thời gian rảnh rỗi của cá nhân hay tập thể ngoài nơi cư trú với mục đích phục hồi sức khỏe nâng cao nhận thức tại chỗ về thế giới xung quanh

2.2. Khái niệm khách du lịch

Có rất nhiều định nghĩa về du khách. Tuy nhiên, do hoàn cảnh thực tế và lăng kính khác nhau của các học giả, các định nghĩa không phải hoàn toàn như nhau.

Nhìn chung, các định nghĩa thường được đưa ra dựa trên 3 tiêu chí:

- Là người đi khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình.
- Không phải theo đuổi mục đích kinh tế.
- Thời gian và khoảng cách từ nơi cư trú đến nơi du lịch.

Các tiêu chí trên dù đi một mình hay kết hợp đều mang tính phiến diện, chưa đầy đủ, chủ yếu mang tính chất phản ánh sự phát triển của du lịch theo tính giai đoạn và xem xét không đầy đủ, hạn chế nội dung thực của khái niệm du khách.

Theo luật Du lịch Việt Nam năm 2017 định nghĩa về du lịch, có thể thấy du khách là người từ nơi khác đến vào thời gian rảnh rỗi của họ với mục đích thỏa mãn tại nơi đến nhu cầu nâng cao hiểu biết, phục hồi sức khỏe, xây dựng hay tăng cường tình cảm của con người (với nhau hoặc với thiên nhiên), thư giãn, giải trí, hoặc thể hiện mình kèm theo việc tiêu thụ những giá trị tinh thần, vật chất và các dịch vụ do cơ sở của ngành du lịch cung ứng. Khách du lịch sẽ là đối tượng trực tiếp tham gia vào quá trình hướng dẫn du lịch của hướng dẫn viên, là đối tượng của các đơn vị phục vụ và kinh doanh du lịch.

Điều kiện để một người trở thành khách du lịch:

- Có thời gian rỗi.
- Có khả năng thanh toán.
- Có nhu cầu du lịch cần được thỏa mãn.

Tại nhiều nước trên thế giới thường thấy có sự phân biệt giữa du khách trong nước và du khách nước ngoài. Trong Luật Du lịch Việt Nam (năm 2017) có những quy định về khách du lịch:

- 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 gồm khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế: Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam; Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; Khách du lịch ra nước ngoài là công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam đi du lịch nước ngoài.

Do du lịch không chỉ là một hiện tượng xã hội mà còn là một lĩnh vực kinh tế với đối tượng phục vụ là người đi du lịch nên việc thống nhất khái niệm du khách là một nhu cầu thiết yếu. Điều này giúp cho các doanh nghiệp du lịch, thông qua số lượng du khách có thể nắm được doanh thu. Còn đối với các nhà thống kê, thống nhất được tiêu chí phân biệt giữa khách tham quan và du khách. Bên cạnh đó, thống nhất và chuẩn hóa định nghĩa du khách còn có ý nghĩa làm cho du lịch Việt Nam nhanh chóng hội nhập vào hoạt động thống kê du lịch khu vực và quốc tế.

2.3. Khái quát về sản phẩm du lịch

Đề cập đến bất cứ hoạt động kinh doanh nào, chúng ta cũng không thể không nhắc đến sản phẩm của hoạt động đó. Vì vậy, khi tìm hiểu các khái niệm chung về du lịch chúng ta cũng phải tìm hiểu xem thế nào là sản phẩm du lịch và những nét đặc trưng cơ bản của nó.

* Khái niệm:

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 các nguồn lực: Cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động tại một cơ sở, một vùng hay một quốc gia nào đó.

Trong Luật Du lịch Việt Nam (năm 2017) nêu rõ: *Sản phẩm du lịch 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*

* Những bộ phận hợp thành sản phẩm du lịch:

Qua khái niệm trên, chúng ta có thể thấy sản phẩm du lịch bao gồm cả những yếu tố hữu hình và những yếu tố vô hình. Yếu tố hữu hình là hàng hóa, yếu tố vô hình là dịch vụ.

Xét theo quá trình tiêu dùng của khách du lịch trên chuyến hành trình du lịch thì chúng ta có thể tổng hợp các thành phần của sản phẩm du lịch theo các nhóm cơ bản sau:

- Dịch vụ vận chuyển.
- Dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống; đồ ăn, thức uống.

- Dịch vụ tham quan, giải trí.
- Hàng hóa tiêu dùng và đồ lưu niệm.
- Các dịch vụ khác phục vụ khách du lịch.

* Những nét đặc trưng cơ bản của sản phẩm du lịch:

- Sản phẩm du lịch về cơ bản không cụ thể, không tồn tại dưới dạng vật thể: Dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu. Do vậy, việc đánh giá chất lượng sản phẩm du lịch rất khó khăn, vì thường mang tính chủ quan và phần lớn không phụ thuộc vào người kinh doanh mà phụ thuộc vào khách du lịch. Chất lượng sản phẩm du lịch được xác định dựa vào sự chênh lệch giữa mức độ kỳ vọng và mức độ cảm nhận về chất lượng của khách du lịch.

- Sản phẩm du lịch thường được tạo ra gắn liền với yếu tố tài nguyên du lịch: Do vậy, sản phẩm du lịch không thể dịch chuyển được. Trên thực tế, không thể đưa sản phẩm du lịch đến nơi có khách du lịch mà bắt buộc khách du lịch phải đến với nơi có sản phẩm du lịch để thỏa mãn nhu cầu của mình thông qua tiêu dùng sản phẩm du lịch. Đặc điểm này của sản phẩm du lịch là một trong những nguyên nhân gây khó khăn cho các nhà kinh doanh du lịch trong việc tiêu thụ sản phẩm.

- Phần lớn quá trình tạo ra và tiêu dùng các sản phẩm du lịch trùng nhau về không gian và thời gian: Chúng không thể cất đi, tồn kho như các hàng hóa thông thường khác. Do vậy, để tạo sự ăn khớp giữa sản xuất và tiêu dùng là rất khó khăn. Việc thu hút khách du lịch nhằm tiêu thụ sản phẩm du lịch là vấn đề vô cùng quan trọng đối với các nhà kinh doanh du lịch.

- Việc tiêu dùng sản phẩm du lịch thường không diễn ra đều đặn: Có nghĩa là có thể chỉ tập trung vào những thời gian nhất định trong ngày (đối với sản phẩm ở bộ phận nhà hàng), trong tuần (đối với sản phẩm của thể loại du lịch cuối tuần), trong năm (đối với sản phẩm của một số loại hình du lịch như: Du lịch nghỉ biển, du lịch nghỉ núi...). Vì vậy, trên thực tế hoạt động kinh doanh du lịch thường mang tính mùa vụ. Sự dao động (về thời gian) trong tiêu dùng du lịch gây khó khăn cho việc tổ chức hoạt động kinh doanh và từ đó ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của các nhà kinh doanh du lịch. Khắc phục tính mùa vụ trong kinh doanh du lịch luôn là vấn đề bức xúc cả về mặt thực tiễn, cũng như về mặt lý luận trong lĩnh vực du lịch.

3. Nhu cầu du lịch

3.1. Sự cần thiết phải nghiên cứu nhu cầu du lịch

Chúng ta đang sống trong thời đại với sự phát triển không ngừng của nền sản xuất xã hội, cuộc cách mạng khoa học công nghệ và sinh học bùng nổ. Trình độ kinh tế, xã hội và dân trí của con người ngày càng phát triển thì nhu cầu của con người không chỉ dừng lại ở mức ăn mặc, đi lại thông thường mà còn cả những nhu cầu vui chơi, giải trí, thưởng thức những cái đẹp, thư giãn tinh thần, nâng cao hiểu biết xã hội...

Du lịch chính là một hoạt động giúp con người có thể thỏa mãn được những “cái cần” đã nói trên. Du lịch ngày nay đã trở thành một nhu cầu đại chúng bởi những nguyên nhân cơ bản sau:

- Đi du lịch đã trở thành phổ biến với mọi người.
- Xu hướng dân số theo kế hoạch hóa gia đình, do vậy tạo điều kiện cho

người ta có thể đi du lịch dễ dàng hơn.

- Cơ cấu về độ tuổi thay đổi (tỷ trọng dân ở độ tuổi thứ ba - người về hưu ngày càng gia tăng tại các nước có nền kinh tế phát triển trên thế giới - họ chính là những người có nhiều thời gian rỗi và khả năng tài chính dành cho các chuyến hành trình du lịch).

- Khả năng thanh toán của người dân trên thế giới ngày càng được nâng cao.

- Phí tổn du lịch giảm dần (nhất là chi phí dành cho đi lại).

- Mức độ giáo dục cao hơn, trình độ hiểu biết về mọi mặt của người dân được nâng cao, vì vậy càng muốn đi du lịch để mở mang hiểu biết của mình.

- Cơ cấu nghề nghiệp đa dạng.

- Đô thị hóa ngày càng cao dẫn đến ô nhiễm môi trường, hội chứng nhà kính, bệnh căng thẳng thần kinh (stress)... Do vậy, con người cần phải đi du lịch để tiếp cận với thiên nhiên, muốn giải tỏa căng thẳng.

- Các chương trình bảo hiểm, phúc lợi lao động do Chính phủ tài trợ, sự phát triển của loại hình du lịch trả góp.

- Thời gian nhàn rỗi nhiều (tăng thời gian nghỉ phép nhiều năm, nghỉ cuối tuần) do khoa học công nghệ phát triển, máy móc thay thế sức lao động con người. Năng suất lao động tăng cao. Ở Việt Nam, từ khi áp dụng nghỉ thứ bảy, chủ nhật đã tăng khả năng đi du lịch cuối tuần của người dân.

- Đi du lịch vì mục đích tìm hiểu cơ hội đầu tư kinh doanh. Do chính sách liên kết khu vực song phương, đa phương tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đầu tư trong và ngoài nước.

- Phụ nữ có điều kiện đi du lịch (chính sách và các biện pháp sinh đẻ có kế hoạch cũng như quan niệm về vị trí của người phụ nữ trong gia đình, ngoài xã hội đã thay đổi ở nhiều nước).

- Du lịch là tiêu chuẩn của cuộc sống.

- Mối quan hệ thân thiện - hòa bình giữa các quốc gia.

3.2. Nhu cầu du lịch của con người

Trong các ấn phẩm khoa học về du lịch, người ta thừa nhận rằng, nếu xét trên tổng thể các nhu cầu của con người, về thực chất nhu cầu du lịch là một loại nhu cầu đặc biệt và tổng hợp của con người. Do vậy, để có thể hiểu một cách tổng quát, đầy đủ nhu cầu du lịch trước hết chúng ta cần tìm hiểu xem thế nào là “nhu cầu” nói chung của con người. 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 thỏa mãn sẽ gây cho con người những cảm xúc dương tính, trong trường hợp ngược lại sẽ gây nên những ám ức, khó chịu (xúc cảm âm tính). Từ trước tới nay, trong lĩnh vực tâm lý học có rất nhiều lý thuyết khác nhau nghiên cứu về nhu cầu của con người. Ở đây chúng ta tiếp cận nhu cầu theo lý thuyết nổi tiếng nhất. Đó là lý thuyết Maslow.

3.2.1. Lý thuyết Maslow về nhu cầu của con người

Nhà bác học nổi tiếng Anh, Tiến sỹ Abraham Maslow trong bài “Lý thuyết về động lực của con người” đăng trên “Tạp chí Tâm sinh lý học của con người” năm 1943 đã đưa ra mô hình khái quát các nhu cầu của con người xếp theo thứ bậc như sau:



Sơ đồ 1.1 : Các bậc thang nhu cầu theo lý thuyết nhu cầu con người của Maslow

- Thứ nhất: Nhu cầu sinh lý (Physiological needs): nhu cầu về thức ăn, nước uống, ngủ, nghỉ ngơi (food, water, shelter, rest).
- Thứ hai: Nhu cầu về hòa nhập và tình yêu (Belonging and love - affection, giving and receiving love).
- Thứ ba: Nhu cầu về an toàn, an ninh cho tính mạng (Safety, security, freedom from fear and anxiety).
- Thứ tư: Nhu cầu tự tôn trọng và được tôn trọng (Self-esteem and esteem from others).
- Thứ năm: Nhu cầu tự hoàn thiện (Self-actualization, personal growth, self-fulfillment)

Sau đó, do sự phát triển không ngừng của xã hội, nhu cầu của con người ngày càng trở nên phong phú hơn, đa dạng hơn và thang cấp bậc nhu cầu của con người cũng được bổ sung thêm hai thang bậc cho phù hợp. Hai bậc thang đó là:

- Thứ nhất: Nhu cầu về thẩm mỹ, cảm nhận cái đẹp (Aesthetics, appreciation of beauty)
- Thứ hai: Nhu cầu hiểu biết (Knowledge and understanding)

Con người ta luôn có xu hướng muốn thỏa mãn những nhu cầu ở thứ bậc cao hơn khi đã thỏa mãn được những nhu cầu ở những thứ bậc thấp hơn. Điều đó cũng có nghĩa là càng những nhu cầu ở thứ bậc cao hơn ngày càng có tầm quan trọng hơn đối với đời sống của mỗi con người. Song, điều đó không có nghĩa những nhu cầu bậc thấp không quan trọng.

3.2.2. Nhu cầu du lịch

Để hiểu một cách đầy đủ và chính xác về nhu cầu du lịch của con người, cần tiếp cận đồng thời từ hai khía cạnh:

- Từ việc nghiên cứu những nhu cầu nói chung của con người theo thang cấp bậc.
- Từ việc thống kê, nghiên cứu các mục đích và động cơ chính của con người khi đi du lịch.

Chúng ta biết rằng mọi hành động của chúng ta đều do những động cơ bên

trong thúc đẩy mà bản thân những động cơ đó lại là những nhu cầu nội lực tiềm tàng của con người sản sinh ra. Trên thực tế, chúng ta có thể dễ dàng thống kê, phân nhóm, nghiên cứu đến các hành động của con người.

Căn cứ vào việc thống kê và nghiên cứu những mục đích chính của các chuyến du lịch hành trình, các chuyên gia về du lịch đã phân loại thành các nhóm động cơ đi du lịch gắn với các mục đích cụ thể như sau:

- Nhóm 1: Động cơ nghỉ ngơi

+ 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 hóa, xã hội.

- Nhóm 2: Động cơ nghề nghiệp

+ 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 công tác.

- Nhóm 3: Các động cơ khác

+ 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 bất chước, coi du lịch là “mốt”.

+ Đi du lịch là do sự “chơi trội” để tập trung chú ý của những người xung quanh.

Tiếp cận từ hai khía cạnh đã nêu, chúng ta có thể thấy *nhu cầu du lịch là một loại nhu cầu đặc biệt, thứ cấp và tổng hợp của con người*. Đặc biệt là do nó khác những nhu cầu hàng ngày của con người, khi đi du lịch con người ta thường chi tiêu nhiều hơn, đòi hỏi được phục vụ với chất lượng cao hơn nhiều cho việc thỏa mãn những nhu cầu của mình. Thứ cấp vì con người ta chỉ có thể nghĩ tới du lịch khi đã thỏa mãn những nhu cầu thiết yếu, tối cần thiết hàng ngày. Và tổng hợp là vì trong một chuyến hành trình du lịch thường con người phải đòi hỏi thỏa mãn nhiều nhu cầu khác nhau, mà để thỏa mãn chúng cần dịch vụ của nhiều ngành, nhiều lĩnh vực khác nhau trong một khoảng thời gian nhất định. Hơn nữa, do khi đi du lịch tức là con người phải rời khỏi nơi thường xuyên cư trú của mình nên chúng ta có thể thấy nhu cầu du lịch 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...).

Tổng quát lại từ việc nghiên cứu những nhu cầu nói chung và những mục đích, động cơ đi du lịch của con người, các chuyên gia về du lịch đã phân loại nhu cầu thành 3 nhóm cơ bản sau:

- Nhóm 1: Nhu cầu cơ bản (thiết yếu) gồm: đi lại, ăn uống, lưu trú.

- Nhóm 2: Nhu cầu đặc trưng (nghỉ ngơi, giải trí, tham quan, thưởng thức cái đẹp, giao tiếp...)

- Nhóm 3: Nhu cầu bổ sung (thẩm mỹ, làm đẹp, thông tin, giặt là...).

Trên thực tế khó có thể xếp hạng, phân thứ bậc của các loại nhu cầu phát sinh trong khách du lịch. Sự thật hiển nhiên là các nhu cầu vận chuyển, ở trọ, ăn uống là các nhu cầu thiết yếu và quan trọng không thể thiếu đối với mọi khách du lịch. Nhưng nếu đi du lịch mà không có cái gì để gây ấn tượng, giải trí và tiêu

khuyến, không có dịch vụ để thỏa mãn các nhu cầu khác thì không thể gọi là đi du lịch. Thường thì trong cùng một chuyến đi, ta thường kết hợp nhằm đạt được nhiều mục đích khác nhau và do vậy các nhu cầu cần được đồng thời thỏa mãn.

- Thỏa mãn nhu cầu ở nhóm 1 là không thể thiếu để con người (khách du lịch) tồn tại và hoạt động để tiếp tục thỏa mãn các nhóm nhu cầu sau. Nói một cách khác, thỏa mãn nhu cầu ở nhóm 1 làm tiền đề cho việc thỏa mãn nhu cầu ở các nhóm tiếp theo.

- Thỏa mãn nhu cầu ở nhóm 2 chính là nguyên nhân quan trọng nhất có tính chất quyết định thúc đẩy người ta đi du lịch (thỏa mãn được nhu cầu này chính là đạt mục đích của chuyến du lịch).

- Thỏa mãn nhu cầu nhóm 3 là làm dễ dàng hơn và thuận tiện hơn trong sinh hoạt, cuộc sống hàng ngày của con người khi đi du lịch.

4. Loại hình du lịch

4.1. Khái niệm loại hình du lịch

Để có thể đưa ra các định hướng và chính sách phát triển đúng đắn về du lịch, các nhà quản lý nhà nước về du lịch cũng như các nhà kinh doanh du lịch cần phân du lịch thành các loại hình du lịch khác nhau. Việc phân loại sẽ đảm bảo tính hệ thống khi có quan điểm thống nhất về khái niệm loại hình du lịch.

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 chúng theo một mức giá bán nào đó

4.2. Các loại hình du lịch

Dựa vào các tiêu thức phân loại khác nhau có thể phân du lịch thành các loại hình du lịch khác nhau. Trong các ấn phẩm về du lịch đã được phát hành, khi phân các loại hình du lịch các tiêu thức phân loại thường được sử dụng như sau:

4.2.1. Căn cứ vào phạm vi lãnh thổ của chuyến đi du lịch

Theo tiêu thức này, du lịch được phân thành du lịch quốc tế và du lịch nội địa.

- Du lịch quốc tế: Là hình thức du lịch mà ở đó điểm xuất phát và điểm đến của khách nằm ở lãnh thổ của các quốc gia khác nhau, ở hình thức du lịch này khách du lịch phải đi qua biên giới và tiêu ngoại tệ ở nơi đến du lịch.

Bản thân du lịch quốc tế lại được phân thành:

+ Du lịch quốc tế chủ động: Là hình thức du lịch của những người từ nước ngoài đến một quốc gia nào đó và tiêu ngoại tệ ở đó.

+ Du lịch quốc tế thụ động: Là hình thức du lịch của công dân một quốc gia nào đó và của những người nước ngoài đang cư trú trên lãnh thổ của quốc gia đó đi ra nước khác du lịch và trong chuyến đi ấy họ đã tiêu tiền kiếm ra tại đất nước đang cư trú.

Ví dụ như khách nước ngoài vào Việt Nam đi du lịch, ngành du lịch Việt Nam phục vụ. Trong trường hợp này, Việt Nam kinh doanh du lịch quốc tế chủ động. Du lịch quốc tế chủ động tương đương với xuất khẩu vì cùng tạo ra nguồn thu ngoại tệ của một quốc gia. Công dân Việt Nam ra nước ngoài du lịch, ngành du lịch Việt Nam gửi khách. Trong trường hợp này, Việt Nam kinh doanh du lịch quốc tế thụ động. Du lịch quốc tế thụ động tương đương với nhập khẩu vì

cùng gây ra hiện tượng xuất ngoại tệ từ một quốc gia ra nước ngoài

- Du lịch nội địa: Là hình thức đi du lịch mà điểm xuất phát và điểm đến của khách cùng nằm trong lãnh thổ của một quốc gia.

4.2.2. Căn cứ vào nhu cầu làm nảy sinh hoạt động du lịch

Theo tiêu thức này, du lịch được phân thành những loại hình sau:

- Du lịch chữa bệnh: Ở thể loại này khách đi du lịch do nhu cầu điều trị các bệnh tật về thể xác và tinh thần của họ.

Du lịch chữa bệnh lại được phân thành:

+ Chữa bệnh bằng khí hậu: khí hậu núi, khí hậu biển.

+ Chữa bệnh bằng nước khoáng: tắm nước khoáng, uống nước khoáng.

+ Chữa bệnh bằng bùn.

+ Chữa bệnh bằng hoa quả.

+ Chữa bệnh bằng sữa (đặc biệt là sữa ngựa)

- Du lịch nghỉ ngơi, giải trí: Nhu cầu chính làm nảy sinh hình thức du lịch này là sự cần thiết phải nghỉ ngơi để phục hồi thể lực và tinh thần cho con người. Đây là loại hình du lịch có tác dụng giải trí, làm cuộc sống thêm đa dạng và giải thoát con người ra khỏi công việc hàng ngày.

- Du lịch thể thao:

+ Du lịch thể thao chủ động: Khách đi du lịch để tham gia trực tiếp vào hoạt động thể thao. Du lịch thể thao chủ động bao gồm:

o Du lịch leo núi

o Du lịch săn bắn

o Du lịch câu cá

o Du lịch tham gia các loại thể thao: đá bóng, bóng chuyền, bóng rổ, trượt tuyết...

+ Du lịch thể thao thụ động: Những cuộc hành trình đi du lịch để xem các cuộc thi đấu thể thao quốc tế, các thể vận hội Olympic...

+ Du lịch văn hóa: Mục đích chính là nhằm nâng cao hiểu biết cho cá nhân về mọi lĩnh vực như lịch sử, kiến trúc, hội họa, chế độ xã hội, cuộc sống của người dân cùng các phong tục, tập quán của đất nước du lịch.

Du lịch văn hóa được chia làm hai loại:

+ Du lịch văn hóa với mục đích cụ thể: Khách du lịch thuộc thể loại này thường đi với mục đích đã định sẵn. Thường họ là các cán bộ khoa học, sinh viên và các chuyên gia.

+ Du lịch văn hóa với mục đích tổng hợp: Gồm đông đảo những người ham thích mở mang kiến thức về thế giới và thỏa mãn những tò mò của mình.

- Du lịch công vụ: Mục đích chính của loại hình du lịch này là nhằm thực hiện những công tác hoặc nghề nghiệp nào đó. Với mục đích này, khách tham dự các cuộc hội nghị, hội thảo, kỷ niệm các ngày lễ lớn, các cuộc gặp gỡ, các cuộc triển lãm hàng hóa hội chợ...

- Du lịch thương gia: Mục đích chính của loại hình du lịch này là đi tìm hiểu thị trường, nghiên cứu dự án đầu tư, ký kết hợp đồng...

- Du lịch tôn giáo: Loại hình du lịch này nhằm thỏa mãn nhu cầu tín ngưỡng đặc biệt của những người theo các đạo giáo khác nhau.

- Du lịch thăm hỏi, du lịch quê hương: Loại hình du lịch này phần lớn nảy

sinh do nhu cầu của những người xa quê hương đi thăm hỏi bà con họ hàng, bạn bè thân quen, đi dự lễ cưới, lễ tang...

- Du lịch quá cảnh: Nảy sinh do nhu cầu đi qua lãnh thổ của một nước nào đó trong thời gian ngắn để đến nước khác.

4.2.3. Căn cứ vào đối tượng khách du lịch

Theo tiêu thức này, du lịch này được phân thành:

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

4.2.4. Căn cứ vào hình thức tổ chức chuyến đi

Theo tiêu chí này, du lịch được phân thành:

- Du lịch theo đoàn: Ở loại hình này, các thành viên tham dự đi theo đoàn và thường có chuẩn bị chương trình trước, trong đó đã định ra những nơi sẽ tới thăm, nơi lưu trú và ăn uống.

Du lịch theo đoàn có thể được tổ chức theo hai hình thức sau:

+ Du lịch theo đoàn có thông qua tổ chức du lịch: Đoàn du lịch được các tổ chức trung gian (các doanh nghiệp lữ hành), các tổ chức vận tải (thường là các hãng hàng không), hoặc các tổ chức du lịch khác (khách sạn...) tổ chức cuộc hành trình. Các tổ chức đó chuẩn bị và thỏa thuận trước chuyến hành trình và lịch đi cho đoàn. Mỗi thành viên trong đoàn được thông báo trước chương trình của chuyến đi.

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

- Du lịch cá nhân:

+ Du lịch cá nhân có thông qua tổ chức du lịch: Cá nhân đi du lịch theo kế hoạch định trước của các tổ chức du lịch, tổ chức công đoàn hay tổ chức xã hội khác. Khách du lịch không phải đi cùng đoàn mà chỉ tuân theo những điều kiện đã được thông báo và chuẩn bị trước.

+ Du lịch cá nhân không thông qua tổ chức du lịch (đi tự do): Cá nhân tự tổ chức chuyến đi cho mình, không thông qua hoặc không theo kế hoạch định trước của các tổ chức du lịch, tổ chức xã hội.

4.2.5. Căn cứ vào phương tiện giao thông được sử dụng.

Theo tiêu thức này, du lịch được phân thành:

- Du lịch bằng xe đạp: Phương tiện di chuyển chủ yếu là xe đạp.
- Du lịch bằng xe máy: Phương tiện di chuyển chủ yếu là xe máy.
- Du lịch bằng xe ô tô: Phương tiện di chuyển chủ yếu là xe ô tô.
- Du lịch bằng tàu hỏa: Phương tiện di chuyển chủ yếu là tàu hỏa.
- Du lịch bằng tàu thủy: Phương tiện di chuyển chủ yếu là tàu thủy.
- Du lịch bằng máy bay: Phương tiện di chuyển chủ yếu là máy bay.

4.2.6. Căn cứ vào phương tiện lưu trú được sử dụng

Theo tiêu thức này, du lịch được phân thành:

- Du lịch ở khách sạn (hotel)
- Du lịch ở khách sạn ven đường (motel)
- Du lịch ở lều, trại (camping)

- Du lịch ở làng du lịch (tourism village)

4.2.7. Căn cứ vào thời gian đi du lịch

Theo tiêu thức này, du lịch được chia thành:

- Du lịch dài ngày
- Du lịch ngắn ngày

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

Theo tiêu chí này, du lịch được phân thành:

- Du lịch nghỉ núi.
- Du lịch nghỉ biển, sông, hồ.
- Du lịch thành phố.
- Du lịch đồng quê.

* Chú ý: Thường một người đi du lịch với nhiều nhu cầu nảy sinh khác nhau nên ta thường kết hợp của một vài loại hình du lịch cùng một lúc. Ví dụ: du lịch nghỉ ngơi - giải trí với du lịch văn hóa, du lịch công cụ với du lịch văn hóa...

5. Các lĩnh vực kinh doanh du lịch

Kinh doanh du lịch là việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình hoạt động du lịch hoặc thực hiện dịch vụ du lịch trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi.

Trong Luật du lịch Việt Nam năm 2017 có quy định về các ngành nghề kinh doanh trong du lịch như sau:

- Kinh doanh dịch vụ lữ hành (bao gồm doanh nghiệp lữ hành quốc tế và doanh nghiệp lữ hành nội địa).
- Kinh doanh đại lý lữ hành
- Kinh doanh vận tải khách du lịch.
- Kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch.
- Các loại dịch vụ khác: Bao gồm dịch vụ ăn uống, dịch vụ mua sắm, dịch vụ thể thao, dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ chăm sóc sức khỏe và các dịch vụ liên quan khác phục vụ khách du lịch.

5.1. Kinh doanh lữ hành

Trên thực tế, khi nói đến hoạt động kinh doanh lữ hành chúng ta thường thấy song song tồn tại hai hoạt động phổ biến sau:

- Kinh doanh dịch vụ lữ hành: Luật Du lịch Việt Nam 2017 nêu rõ đó là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện 1 phần hoặc toàn bộ chương trình. Là việc thực hiện các hoạt động nghiên cứu thị trường, thiết lập các chương trình du lịch trọn gói hay từng phần, quảng cáo và bán các chương trình này trực tiếp hay gián tiếp qua các trung tâm hoặc văn phòng đại diện, tổ chức thực hiện chương trình hay hướng dẫn du lịch.

- Kinh doanh đại lý lữ hành: Là việc tổ chức, cá nhân nhận bán các chương trình du lịch của doanh nghiệp du lịch cho khách để hưởng hoa hồng. Là việc thực hiện các dịch vụ đưa đón, đăng ký nơi cư trú, vận chuyển, hướng dẫn tham quan, bán các chương trình du lịch của doanh nghiệp lữ hành, cung cấp thông tin du lịch và tư vấn du lịch nhằm thu lợi nhuận.

Cách phân định như trên chỉ mang tính chất tương đối. Không có nghĩa là tồn tại các doanh nghiệp chỉ kinh doanh lữ hành với các hoạt động kể trên hoặc các doanh nghiệp chỉ kinh doanh đại lý lữ hành với các hoạt động kể trên. Các

doanh nghiệp lữ hành đương nhiên được phép tổ chức mạng lưới đại lý lữ hành. Trên thực tế các công ty lữ hành du lịch có rất nhiều loại khác nhau, với những hoạt động phong phú, đa dạng, phức tạp và biến đổi không ngừng theo sự phát triển của hoạt động du lịch.

5.2. Kinh doanh lưu trú du lịch

Cơ sở lưu trú du lịch là nơi cung cấp các dịch vụ phục vụ nhu cầu lưu trú của khách du lịch. Ở Việt Nam trước đây thường tồn tại một số tranh cãi xung quanh vấn đề thuật ngữ “kinh doanh khách sạn” và thuật ngữ “kinh doanh lưu trú”. Một số chuyên gia về du lịch cho rằng nếu chấp nhận thuật ngữ “kinh doanh khách sạn” sẽ dẫn đến việc bó hẹp phạm vi của lĩnh vực hoạt động kinh doanh muốn đề cập và khái niệm “khách sạn” thường được hiểu từ nghĩa tiếng Anh là “hotel”, và như vậy chỉ đề cập được một loại hình kinh doanh lưu trú. Còn một số chuyên gia khác lại cho rằng nếu chấp nhận thuật ngữ “kinh doanh lưu trú” cũng sẽ dẫn đến việc bó hẹp phạm vi của lĩnh vực hoạt động kinh doanh muốn đề cập vì ngoài hoạt động kinh doanh lưu trú (accomodation) ra, trong lĩnh vực hoạt động kinh doanh này còn có cả hoạt động kinh doanh khác như: ăn uống, vui chơi giải trí, bán hàng cho khách du lịch... Theo Luật Du lịch Việt Nam (năm 2017), các loại cơ sở lưu trú bao gồm: Khách sạn, biệt thự, căn hộ du lịch, tàu thủy lưu trú du lịch, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách thuê, bãi cắm trại du lịch và các cơ sở lưu trú khác.

5.3. Kinh doanh vận chuyển khách du lịch

Đặc trưng nổi bật của hoạt động du lịch là sự dịch chuyển của con người từ nơi này đến nơi khác ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ, thường với một khoảng cách xa. Do vậy, khi đề cập đến hoạt động du lịch nói chung, đến hoạt động kinh doanh du lịch nói riêng không thể không đề cập đến hoạt động kinh doanh vận chuyển. Kinh doanh vận chuyển là hoạt động kinh doanh nhằm giúp cho du khách dịch chuyển được từ nơi cư trú của mình đến điểm du lịch, cũng như là dịch chuyển tại điểm du lịch. Bao gồm việc cung cấp dịch vụ vận tải đường hàng không, đường biển, đường thủy nội địa, đường sắt, đường bộ chuyên phục vụ khách du lịch theo chương trình du lịch tại các điểm du lịch, các khu du lịch.

Để phục vụ cho hoạt động kinh doanh này có nhiều phương tiện vận chuyển khác nhau như ô tô, tàu hỏa, tàu thủy, máy bay. Thực tế cho thấy ít có các doanh nghiệp du lịch (trừ một số tập đoàn lớn trên thế giới) có thể đảm nhiệm toàn bộ việc vận chuyển khách du lịch từ nơi cư trú của họ đến điểm du lịch và tại điểm du lịch. Phần lớn trong các trường hợp, khách du lịch sử dụng dịch vụ vận chuyển của các phương tiện giao thông đại chúng hoặc của các công ty chuyên kinh doanh dịch vụ vận chuyển.

5.4. Kinh doanh các dịch vụ du lịch khác

Cùng với xu hướng phát triển ngày càng đa dạng những nhu cầu của khách du lịch, sự tiến bộ của khoa học - kỹ thuật và sự tăng mạnh của các doanh nghiệp du lịch dẫn đến sự cạnh tranh ngày càng tăng trên thị trường du lịch thì các hoạt động kinh doanh bổ trợ này ngày càng có xu hướng phát triển mạnh. Trên thực tế hiện nay ở Việt Nam, các cửa hàng bán đồ lưu niệm phục vụ nhu cầu du lịch của khách có nhu cầu mua sắm trong chuyến đi của họ, dịch vụ thuê đồ chụp ảnh,

6. Các tác động về kinh tế - xã hội của du lịch

6.1. Tác động về kinh tế

*** Đối với du lịch nội địa**

- Tham gia tích cực vào quá trình tạo nên thu nhập quốc dân, làm tăng thêm tổng sản phẩm quốc nội.

- Tham gia tích cực vào quá trình phân phối lại thu nhập quốc dân giữa các vùng. Hay nói một cách khác, du lịch tác động tích cực vào việc làm cân đối cấu trúc của thu nhập và chi tiêu của nhân dân theo các vùng (thường thì các vùng phát triển mạnh du lịch lại là những vùng kém sản xuất ra của cải vật chất, dẫn đến thu nhập của người dân tại những vùng đó từ sản xuất là thấp).

- Góp phần làm tăng năng suất lao động xã hội

- Giúp cho việc sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật của du lịch quốc tế được hợp lý hơn. Vào trước và sau thời vụ du lịch, khi khách quốc tế vắng có thể sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật ấy vào phục vụ khách du lịch nội địa. Theo cách đó vừa có tác động thúc đẩy sự phát triển của du lịch nội địa, vừa tận dụng được cơ sở vật chất kỹ thuật.

*** Đối với du lịch quốc tế chủ động**

- Tác động tích cực vào việc làm tăng thu nhập quốc dân thông qua thu ngoại tệ, đóng góp vai trò to lớn trong việc cân bằng cán cân thanh toán quốc tế. Cùng với hàng không dân dụng, kiều hối, cung ứng tàu biển, bưu điện quốc tế, chuyển giao công nghệ và các dịch vụ thu ngoại tệ khác, du lịch quốc tế hàng năm đem lại cho các quốc gia nhiều ngoại tệ. Đây là tác động trực tiếp nhất của du lịch đối với nền kinh tế, nhiều nước trong khu vực và trên thế giới đã thu hàng tỷ USD mỗi năm thông qua việc phát triển du lịch.

- Du lịch là hoạt động xuất khẩu có hiệu quả cao nhất. Tính hiệu quả cao trong kinh doanh du lịch thể hiện trước nhất ở chỗ du lịch là một ngành “xuất khẩu tại chỗ” những hàng hóa công nghiệp, hàng tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ được trao đổi thông qua con đường du lịch, các hàng hóa được xuất khẩu mà không phải chịu hàng rào thuế quan mậu dịch quốc tế. Du lịch không chỉ là ngành “xuất khẩu tại chỗ” mà còn là ngành “xuất khẩu vô hình” hàng hóa du lịch. Đó là các cảnh quan thiên nhiên khí hậu và ánh nắng mặt trời vùng nhiệt đới, những giá trị của những di tích lịch sử - văn hóa, tính độc đáo trong truyền thống phong tục, tập quán... mà không bị mất đi qua mỗi lần bán, thậm chí giá trị và uy tín của nó còn tăng lên qua mỗi lần đưa ra thị trường nếu như chất lượng dịch vụ du lịch cao. Với hai hình thức xuất khẩu trên cho thấy hàng hóa và dịch vụ bán thông qua du lịch đem lại lợi nhuận kinh tế cao hơn do tiết kiệm được đáng kể các chi phí đóng gói bao bì, bảo quản, thuế xuất - nhập khẩu, khả năng thu hồi vốn nhanh và lãi suất cao do nhu cầu du lịch là nhu cầu cao cấp có khả năng thanh toán.

- Du lịch khuyến khích và thu hút vốn đầu tư nước ngoài: Quy luật có tính phổ biến của quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên thế giới hiện nay là giá trị ngành dịch vụ ngày càng chiếm tỷ lệ cao trong tổng sản phẩm xã hội và trong số người có việc làm. Do vậy, các nhà kinh doanh đi tìm hiệu quả của đồng vốn, thì du lịch là một lĩnh vực kinh doanh hấp dẫn so với nhiều ngành kinh tế khác. Du lịch đem lại tỷ suất lợi nhuận cao vì vốn đầu tư vào du lịch tương đối ít so với

các ngành công nghiệp nặng, giao thông vận tải mà khả năng thu hồi vốn lại nhanh, kỹ thuật không phức tạp.

- Du lịch góp phần củng cố và phát triển các mối quan hệ kinh tế quốc tế. Tại Việt Nam, du lịch là đầu mối giao lưu kinh tế có quan hệ chặt chẽ với chính sách mở cửa của Đảng và Nhà nước. Mở rộng du lịch quốc tế gắn liền với tăng lượng khách phục vụ, trong đó sự đi lại, tìm hiểu thị trường của khách thương nhân được chú trọng. Từ đó, du lịch thúc đẩy đầu tư, buôn bán quốc tế.... Hình thức liên doanh, liên kết ở phạm vi quốc tế trong kinh doanh du lịch là phương thức kinh doanh đem lại lợi nhuận kinh tế cao. Hoạt động kinh doanh du lịch với lợi nhuận kinh tế cao, đến lượt nó kích thích đầu tư nước ngoài vào du lịch và tăng cường chính sách mở cửa.

* Đối với du lịch quốc tế thụ động

- Là hình thức nhập khẩu đối với đất nước gửi khách đi ra nước ngoài (vì người dân đem tiền ra nước ngoài tiêu). Bù đắp vào đó là hiệu quả (chủ yếu về mặt xã hội) của chuyến đi du lịch đối với người dân. Sau các chuyến đi, sức khỏe của người dân được củng cố, khách đi du lịch nước ngoài mở rộng hiểu biết xã hội, nâng cao tầm nhìn và thường rút ra được kinh nghiệm nhiều mặt cho bản thân.

- Nếu đi du lịch kèm theo mục đích kinh doanh (kí kết hợp đồng, tìm hiểu thị trường đầu tư...) dẫn đến du lịch quốc tế thụ động có ý nghĩa gián tiếp về mặt kinh tế đối với đất nước.

* Đối với hoạt động kinh doanh du lịch nói chung

- Du lịch làm tăng nguồn thu ngân sách cho các địa phương phát triển du lịch: Hoạt động du lịch phát triển tạo nguồn thu ngân sách cho các địa phương từ các khoản trích nộp ngân sách của các cơ sở du lịch trực thuộc quản lý trực tiếp địa phương và từ các khoản thuế phải nộp của các doanh nghiệp kinh doanh trên địa bàn.

- Du lịch góp phần thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển theo: Trước hết, hoạt động kinh doanh du lịch đòi hỏi sự hỗ trợ liên ngành. Yêu cầu về sự hỗ trợ liên ngành là cơ sở cho các ngành khác phát triển. Đối với nền sản xuất du lịch xã hội mở ra một thị trường tiêu thụ hàng hóa. Mặt khác, sự phát triển du lịch tạo ra các điều kiện để khách du lịch tìm hiểu thị trường, kí kết hợp đồng về sản xuất kinh doanh trong nước, tận dụng các cơ sở vật chất kỹ thuật ở các ngành kinh tế khác.

- Phát triển du lịch sẽ mở mang, hoàn thiện cơ sở hạ tầng kinh tế như mạng lưới giao thông công cộng, mạng lưới điện lưới, các phương tiện thông tin đại chúng... Đặc biệt là ở những vùng phát triển du lịch do xuất hiện các nhu cầu đi lại, vận chuyển thông tin liên lạc... của khách du lịch cũng như những điều kiện thiết yếu cho cơ sở kinh doanh du lịch hoạt động nên các ngành này phát triển. Mặt khác, khách không chỉ dừng lại ở điểm du lịch mà trước đó và sau đó khách có nhu cầu đi lại giữa các điểm du lịch và trên cơ sở đó ngành giao thông vận tải phát triển.

6.2. Tác động về xã hội

- Du lịch góp phần giải quyết công ăn việc làm cho người dân: Một buồng khách sạn từ 1-3 sao trên thế giới hiện nay thu hút khoảng 1.3 lao động trong các dịch vụ chính và khoảng 5 lao động trong các dịch vụ bổ sung. Số lao động cần

thiết trong dịch vụ bổ sung có thể tăng lên nhiều lần nếu các dịch vụ này được nâng cao về chất lượng và phong phú về chủng loại.

- Du lịch làm giảm quá trình đô thị hóa ở các nước kinh tế phát triển: Thông thường tài nguyên du lịch thiên nhiên thường có nhiều ở những vùng xa xôi, vùng ven biển hay nhiều vùng hẻo lánh khác. Việc khai thác đưa những tài nguyên này vào sử dụng đòi hỏi phải có đầu tư về mọi mặt như giao thông, bưu điện, kinh tế, văn hóa, xã hội... Do vậy, sự phát triển làm thay đổi bộ mặt kinh tế - xã hội ở những vùng đó, và cũng vì vậy mà góp phần làm giảm sự tập trung dân cư căng thẳng ở những trung tâm dân cư.

- Du lịch là phương tiện tuyên truyền quảng cáo có hiệu quả cho các nước chủ nhà:

+ Về mặt kinh tế: Là phương tiện tuyên truyền, quảng cáo hữu hiệu cho hàng hóa nội địa ra nước ngoài thông qua du khách. Khách du lịch được làm quen tại chỗ với những mặt hàng công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp... Một số mặt hàng làm cho du khách hài lòng cả về chất lượng và giá cả, mẫu mã... về đến nước, du khách tuyên truyền cho bạn bè, người thân... Và nhiều khi bắt đầu tìm kiếm những mặt hàng đó, nhiều khi chính bằng con đường đó nước làm du lịch có điều kiện xuất khẩu nhiều hàng hóa hơn.

+ Về mặt xã hội: Là phương tiện tuyên truyền quảng cáo hữu hiệu cho các thành tựu kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, giới thiệu về con người, phong tục tập quán...

- Du lịch đánh thức các nghề thủ công mỹ nghệ cổ truyền của các dân tộc bởi các lí do sau:

+ Khách du lịch rất thích mua các đồ lưu niệm mang tính dân tộc, đó là các sản phẩm của các nghề thủ công mỹ nghệ cổ truyền.

+ Khách du lịch văn hóa ngày một đông, họ thường đi tham quan các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử - văn hóa dân tộc. Do vậy, việc tôn tạo và bảo tồn các di tích đó ngày càng được quan tâm nhiều hơn. Nghề thủ công mỹ nghệ cổ truyền dân tộc phục vụ cho các mục đích phục vụ du lịch có điều kiện phục hồi và phát triển hơn.

- Du lịch làm tăng thêm tính đoàn kết, hữu nghị, mối quan hệ và hiểu biết của nhân dân giữa các vùng với nhau và giữa các quốc gia với nhau. Du lịch làm tăng thêm tầm hiểu biết chung về xã hội của người dân thông qua người ở địa phương khác, khách nước ngoài (về phong cách sống, thẩm mỹ, ngoại ngữ...).

6.3. Các tác động tiêu cực của du lịch

- Phát triển du lịch thụ động quá mức dẫn đến việc làm mất thăng bằng cho cán cân thanh toán quốc tế, sẽ gây áp lực cho lạm phát. Vì lí do đó, một số nước trên thế giới đã phải dùng các biện pháp ngăn chặn như hạn chế các chuyến du lịch (quy định cho mỗi công nhân một năm chỉ được đi du lịch ra nước ngoài một lần, trong mỗi chuyến đi chỉ được mang ra khỏi biên giới một số lượng tiền và ngoại tệ mạnh nhất định).

- Tạo ra sự phụ thuộc của nền kinh tế vào ngành dịch vụ du lịch. Ngành du lịch là ngành tạo ra dịch vụ là chủ yếu, việc tiêu thụ dịch vụ phụ thuộc vào nhiều yếu tố chủ quan và khách quan. Do vậy việc đảm bảo doanh thu và phát triển của ngành du lịch là khó khăn hơn so với các ngành sản xuất khác. Nếu tỷ trọng

của ngành du lịch là lớn trong tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của một nước thì nền kinh tế của nước đó có nhiều khả năng bấp bênh hơn.

- Tạo ra sự mất cân đối và mất ổn định trong một số ngành và trong việc sử dụng lao động của du lịch. Nguyên nhân chính ở đây là do ngành du lịch có sự liên kết mật thiết với nhiều ngành khác của nền kinh tế mà thường thì tiêu dùng du lịch lại xảy ra theo thời vụ. Chính tính thời vụ đó cũng làm ảnh hưởng đến việc sử dụng lao động của du lịch.

- Làm ô nhiễm môi trường hoặc làm ảnh hưởng đến tài nguyên thiên nhiên của đất nước.

- Gây ra một số tệ nạn xã hội (do kinh doanh các hình thức du lịch không lành mạnh) và các tác hại sâu xa khác trong đời sống tinh thần của một dân tộc.

Câu hỏi ôn tập chương 1

1. Phân tích các đặc điểm của sản phẩm du lịch?
2. Phân tích các tác động về mặt kinh tế của việc phát triển du lịch quốc tế chủ động đối với điểm đến du lịch?
3. Phân tích các tác động về mặt xã hội của việc phát triển du lịch quốc tế chủ động đối với điểm đến du lịch?
4. Phân tích các tác động về mặt kinh tế của việc phát triển du lịch quốc tế thụ động đối với điểm đến du lịch?
5. Phân tích các tác động về mặt xã hội của việc phát triển du lịch quốc tế thụ động đối với điểm đến du lịch?
6. Phân tích các tác động về mặt kinh tế của việc phát triển du lịch nội địa đối với một quốc gia?
7. Phân tích các tác động về mặt xã hội của việc phát triển du lịch nội địa đối với một quốc gia?

Chương 2

ĐIỀU KIỆN ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH

Mục tiêu:

- Về kiến thức:

- + Phân tích được các điều kiện chung để phát triển hoạt động đi du lịch.
- + Phân tích được các điều kiện chung để phát triển hoạt động kinh doanh du lịch.
- + Phân tích điều kiện về tài nguyên du lịch để phát triển du lịch.
- + Phân tích được điều kiện về khả năng sẵn sàng đón tiếp khách.

- Về kỹ năng

- + Vận dụng đánh giá điều kiện phát triển du lịch ở một vùng, một địa phương hay một điểm du lịch.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- + Có khả năng tư duy độc lập
- + Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu vấn đề
- + Tăng cường kỹ năng làm việc nhóm

Nội dung chính:

- Những điều kiện chung để phát triển hoạt động đi du lịch.
- Những điều kiện chung để phát triển hoạt động kinh doanh du lịch.
- Những điều kiện đặc trưng: tài nguyên tự nhiên, tài nguyên nhân văn, khả năng sẵn sàng đón tiếp...
- Tình hình và sự kiện đặc biệt.

Sự phát triển của du lịch đòi hỏi những điều kiện khách quan cần thiết nhất định. Một số điều kiện là cần thiết, bắt buộc phải có đối với các vùng, mọi quốc gia muốn phát triển du lịch. Đó là hệ thống các điều kiện chung, cần thiết để phát sinh nhu cầu đi du lịch và để đảm bảo cho việc thực hiện thành công một chuyến hành trình du lịch. Còn một số điều kiện khác là cần thiết, mang tính đặc thù để phát triển một loại hình du lịch ở từng điểm, từng vùng du lịch nhất định. Những điều kiện này có ảnh hưởng chủ yếu đến hoạt động kinh doanh du lịch của một cơ sở, một vùng hay một quốc gia.

1. Điều kiện chung

1.1. Thời gian nhàn rỗi

Đây chính là một trong những điều kiện để xuất hiện nhu cầu du lịch. Muốn thực hiện một cuộc hành trình du lịch đòi hỏi con người phải có thời gian. Do vậy, thời gian rỗi của con người là điều kiện tất yếu cần thiết phải có để họ tham gia hoạt động du lịch.

Một số nhà khoa học, trong đó có nhà kinh tế Xô Viết Xtrumilin từ năm 1922 đã phân chia quỹ thời gian trong ngày (24 giờ) làm 3 phần: Lao động, nghỉ ngơi, ngủ.

Việc phân chia thời gian như vậy chưa cho phép việc thực hiện phân loại cụ thể hơn về thời gian để thấy hết điều kiện sống của con người hiện đại trong lĩnh vực sản xuất vật chất và phi vật chất. Hiện nay, quỹ thời gian được chia làm hai phần: thời gian làm việc và thời gian ngoài giờ làm việc.

Hiện nay trên thế giới, mức thời gian lao động tối đa trong ngày ít khi vượt

quá 8 tiếng (chỉ có một số rất ít các nước có thời gian làm việc trong ngày quá 8 tiếng). Điều đó có nghĩa là thời gian ngoài giờ làm việc (16 tiếng) chiếm phần lớn hơn trong quỹ thời gian một ngày. Thời gian một năm gồm 8.760 giờ (làm tròn là 9.000 giờ).

Năm 1850 quỹ đó được chia như sau: 5.000 giờ làm việc, 4.000 giờ ngoài giờ làm việc (3.000 giờ để ngủ và 1.000 giờ cho các nhu cầu khác và thời gian rỗi).

Năm 1950, quỹ đó được chia theo tỉ lệ 3.000 - 3.000 - 3.000 (giờ).

Nhờ có các thành tựu khoa học, kỹ thuật hiện đại, ngày nay năng suất lao động ngày càng cao, kinh tế ngày một phát triển và mức sống của con người ngày càng cải thiện. Xu hướng chung bây giờ là giảm bớt thời gian làm việc và tăng số thời gian rỗi. Đã có nhiều nước trên thế giới chuyển sang chế độ làm việc còn 5 ngày một tuần. Như vậy, thời gian ngoài giờ làm việc càng chiếm ưu thế trong quỹ thời gian và đang trở thành vấn đề quan trọng đặc biệt của xã hội. Chính vì lẽ đó, nhiều chuyên gia về kinh tế lao động đã cố gắng để đưa ra một phân chia đúng nhất cho quỹ thời gian ngoài giờ làm việc. Sự phân chia đó như sau:

- Thời gian tiêu hao liên quan đến thời gian làm việc
- Thời gian làm công việc gia đình và các nhu cầu sinh hoạt hàng ngày
- Thời gian rỗi

Như vậy, thời gian rỗi là đối tượng cần nghiên cứu ở đây. Mọi quan tâm của xã hội hiện nay không chỉ là thời gian rỗi của con người. Điều quan trọng hơn là con người sử dụng thời gian đó vào mục đích gì và sử dụng như thế nào.

Thời gian rỗi có thể tăng lên nếu con người sử dụng hợp lý quỹ thời gian và có chế độ lao động đúng đắn. Với chế độ làm việc 5 ngày một tuần ở nhiều nước, số thời gian rỗi tăng lên và đó là điều kiện thực tế để tổ chức hợp lý du lịch và nghỉ ngơi cho nhân dân lao động. Thời gian rỗi còn tăng được bằng cách giảm thời gian các công việc khác ngoài giờ làm việc. Ví dụ: Có thể giảm thời gian mua hàng, thời gian làm việc gia đình...

Tóm lại, để có thể tăng thời gian rỗi, phải có cơ cấu thời gian ngoài giờ làm việc hợp lý. Điều này có thể thực hiện được nếu mạng lưới thương nghiệp được mở rộng, mạng lưới phục vụ công cộng, giao thông, y tế, hành chính... được tổ chức và quản lý tốt.

Thời gian rỗi nằm trong quỹ thời gian, còn thời gian dành cho du lịch, thể thao và nghỉ ngơi lại nằm trong thời gian rỗi. Do vậy, du lịch muốn phát triển tốt phải nghiên cứu đầy đủ cơ cấu của thời gian làm việc, cơ cấu thời gian rỗi, phải xác lập được ảnh hưởng của các thành phần thời gian khác lên thời gian rỗi. Việc áp dụng phương pháp hệ thống tìm ra phương hướng phát triển và phục vụ thích hợp cho thể thao, du lịch và nghỉ ngơi.

Trên cơ sở xu hướng phát triển của thời gian làm việc, thời gian ngoài giờ làm việc và thời gian rảnh rỗi, các chuyên gia đã dự đoán số ngày làm việc bình quân một năm sẽ không vượt quá 200. Đó là điều kiện thực tế và khả năng tăng số ngày nghỉ phép trong một năm cho phép các tổ chức du lịch thu hút thêm được nhiều khách đến cơ sở của mình. Số thời gian rỗi ngày càng được kéo dài đó phải được sử dụng hợp lý. Các cơ sở du lịch sẽ trở thành nguồn tiết kiệm thời gian rỗi và là tiền đề vật chất cho kéo dài thời gian rỗi của nhân dân lao động. Các cơ sở ấy đóng vai trò là trung tâm trong việc kích thích sử dụng thời gian rỗi

một cách hợp lý, để thỏa mãn nhu cầu vật chất và tinh thần cho toàn dân.

1.2. Mức sống và thu nhập

Mức thu nhập của một người hay một gia đình là toàn bộ số tiền mà cá nhân đó hoặc gia đình của họ kiếm được trong một khoảng thời gian nhất định. Đây chính là một trong những điều kiện vật chất để họ quyết định có thể trở thành khách du lịch. Và nghiên cứu thu nhập của họ chính là một trong những yếu tố quan trọng để nghiên cứu nhu cầu khách hàng và thị trường của các doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Thu nhập của người dân chỉ là chỉ tiêu quan trọng và là điều kiện vật chất để họ có thể tham gia đi du lịch. Con người khi muốn đi chơi du lịch không phải chỉ cần có thời gian mà còn có đủ tiền mới có thể thực hiện được mong muốn đó. Khi đi du lịch và lưu trú ngoài nơi ở thường xuyên, khách du lịch luôn là người tiêu dùng của nhiều loại dịch vụ, hàng hóa. Con người để có thể đi du lịch và tiêu dùng phải có phương tiện vật chất đầy đủ. Đó là điều kiện cần thiết để biến nhu cầu đi du lịch nói chung thành nhu cầu có khả năng thanh toán. Vì khi đi du lịch họ phải trả ngoài các khoản tiền cho các nhu cầu giống như các nhu cầu thường ngày, còn phải trả thêm các khoản khác như tiền tàu xe, tiền thuê nhà ở, tiền tham quan... và xu hướng của con người khi đi du lịch là chi tiêu rộng rãi hơn. Do vậy, phúc lợi vật chất của con người là điều kiện có ý nghĩa to lớn trong sự phát triển của du lịch. Người ta đã xác lập được rằng mỗi khi thu nhập của con người tăng thì sự tiêu dùng du lịch cũng tăng theo, đồng thời có sự thay đổi cơ cấu du lịch. Mức sống và thu nhập của người dân luôn có sự phụ thuộc vào sự phát triển của nền kinh tế, vào thu nhập quốc dân của đất nước đó. Vì nguyên nhân đó, những nước có nền kinh tế phát triển, đảm bảo cho người dân có mức sống cao, một mặt có điều kiện sản xuất ra nhiều của cải vật chất và có khả năng phát triển du lịch trong nước và mặt khác có thể gửi khách du lịch ra nước ngoài. Trên thực tế có nhiều nước giàu tài nguyên du lịch nhưng vì điều kiện kinh tế lạc hậu, kém phát triển nên không thể phát triển du lịch và càng không thể gửi nhiều khách du lịch ra nước ngoài được.

1.3. Trình độ học vấn

Nhìn chung trình độ học vấn của con người được nâng cao, nhu cầu đi du lịch sẽ tăng cao. Những người có trình độ học vấn cao thường ham hiểu biết, thích khám phá và mở rộng mối quan hệ giao lưu.

- Trình độ văn hóa chung của một quốc gia được đánh giá chính theo các điểm sau:

+ Hệ thống và chất lượng của giáo dục, đào tạo: Hệ thống đó phải đáp ứng với quá trình sản xuất mở rộng của xã hội - sản xuất ra của cải vật chất.

+ Xuất bản nhiều sách, báo đạt trình độ văn hóa chính trị, khoa học công nghệ cao. Các phương tiện thông tin đại chúng phát triển. Các hoạt động phim ảnh, ca hát, nhạc kịch phong phú...

Nếu trình độ văn hóa chung của một quốc gia được nâng cao, thì động cơ du lịch của người dân sẽ tăng rõ rệt. Số người đi du lịch tăng, lòng hiếu biết và mong muốn làm quen với các nước xa gần cũng tăng và con người sẽ có thói quen đi du lịch sẽ hình thành ngày càng rõ rệt.

Mặt khác, nếu trình độ văn hóa chung của một đất nước cao, thì đất nước

đó khi phát triển du lịch sẽ dễ đảm bảo phục vụ khách du lịch một cách văn minh và làm hài lòng khách đi du lịch đến đó.

Nếu trình độ văn hoá của cộng đồng được nâng cao, nhu cầu đi du lịch của người dân ở đó tăng lên rõ rệt. Phần lớn những người tham gia vào cuộc hành trình du lịch là những người có trình độ văn hoá nhất định, nhất là những người đi du lịch nước ngoài. Bởi vì họ có nhu cầu tìm hiểu các danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, bản sắc văn hoá dân tộc; hay nói đúng hơn tài nguyên, điểm du lịch tác động đến họ theo một quá trình: Thông tin - Tiếp xúc - Nhận thức - Đánh giá

Trình độ dân trí thể hiện bằng các hành động, cách ứng xử cụ thể với môi trường xung quanh, bằng thái độ đối với du khách của người dân địa phương, bằng cách cư xử của du khách tại nơi du lịch... Phải có trình độ văn hoá thì mới hiểu hết giá trị của chuyến tham quan du lịch.

Việc phát triển du lịch phải mang dấu ấn của con người, tức là con người thông qua trí tuệ của mình đưa ra những biện pháp, cách thức để phát triển du lịch. Một quốc gia giàu có về tài nguyên du lịch nhưng nếu không biết sử dụng trí óc của con người để phát huy hết giá trị của tài nguyên đó thì coi như “muối bỏ bể”. Ngược lại, có những quốc gia nghèo về tài nguyên du lịch nhưng biết phát huy hợp lý sẽ thu hút được lượng khách du lịch rất lớn và ngành du lịch sẽ phát triển bền vững.

1.4. Tình hình chính trị, luật pháp, kinh tế và các điều kiện an toàn

Đây không chỉ 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 mà còn là một trong những điều kiện quan trọng quyết định đến việc hình thành nhu cầu du lịch của khách hàng .

Nếu một vùng có chiến tranh hoặc xảy ra các cuộc xung đột, người dân ở các nước tại vùng đó khó có điều kiện ra nước ngoài du lịch và ngược lại khách du lịch trên thế giới cũng khó có điều kiện đến các nước ở vùng đó để du lịch

Nếu tình hình chính trị căng thẳng thì hoạt động đi du lịch cũng không có điều kiện để phát triển

* Tình hình chính trị, hòa bình:

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. Một quốc gia mặc dù có nhiều tài nguyên về du lịch cũng không có thể phát triển được du lịch nếu như ở đó những sự kiện hoặc thiên tai làm xấu đi tình hình chính trị và hòa bình (không có điều kiện để phát triển kinh doanh du lịch và cũng không thu hút được khách du lịch).

Hiện nay, trên thế giới hầu như không có một nơi nào không tồn tại một bộ máy quản lý xã hội. Bộ máy quản lý này có vai trò quyết định đến các hoạt động của cộng đồng đó. Hoạt động du lịch không nằm ngoài quy luật chung ấy. Một đất nước, một khu vực có tài nguyên du lịch phong phú, mức sống của người dân không thấp nhưng chính quyền địa phương không yểm trợ cho các hoạt động du lịch thì hoạt động này cũng không thể phát triển được. Do vậy, chính sách phát triển du lịch là chìa khóa dẫn đến thành công trong việc phát triển du lịch.

* Các điều kiện an toàn đối với du khách:

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự an toàn trực tiếp hoặc gián tiếp của khách du

lich có thể xét theo các hướng sau:

- 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 các nguyên nhân tôn giáo, lịch sử đô hộ...)

- Các loại bệnh dịch (nhiều du khách không muốn đi du lịch đến châu Phi, đến vùng Đông Nam Á. Chỉ vì mỗi lo sợ sẽ mắc phải các loại bệnh dịch của vùng nhiệt đới mà họ không dám đến).

* Tình hình và xu hướng phát triển kinh tế:

Khả năng và xu hướng phát triển du lịch của một đất nước phụ thuộc ở mức độ lớn vào tình hình và xu hướng phát triển kinh tế ở đó. Theo ý kiến của một số chuyên gia kinh tế thuộc Hội đồng kinh tế và xã hội của Liên hiệp quốc, một đất nước có thể phát triển du lịch nếu nước đó tự sản xuất được phần lớn số của cải vật chất cần thiết cho du lịch. Nếu một nước phải nhập khẩu một khối lượng lớn hàng hóa để trang bị cho cơ sở vật chất kỹ thuật và để đảm bảo phục vụ khách du lịch thì việc cung ứng vật tư hàng hóa sẽ hết sức khó khăn.

1.5. Giao thông vận tải

Từ xa xưa, giao thông vận tải đã trở thành một trong những nhân tố chính cho sự phát triển của du lịch, đặc biệt là du lịch quốc tế. Nói đến giao thông vận tải là nói đến hệ thống cơ sở hạ tầng và các phương tiện vận chuyển. Giao thông vận tải ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch trên hai phương diện: số lượng và chất lượng. Sự phát triển về số lượng làm cho mạng lưới giao thông thông vươn tới mọi nơi trên thế giới. Điều này thể hiện ở sự gia tăng liên tục của số lượng khách du lịch quốc tế, chiều dài mạng lưới giao thông vận tải, số lượng và loại hình phương tiện vận chuyển. Chất lượng của phương tiện giao thông ảnh hưởng tới chuyến du lịch ở các mặt sau:

- Tốc độ vận chuyển: Việc tăng tốc độ vận chuyển cho phép tiết kiệm thời gian đi lại và du khách có thể đến được những nơi xa xôi.

- Đảm bảo an toàn trong vận chuyển: Ngày nay nhờ sự tiến bộ của kỹ thuật đã làm tăng rõ rệt tính an toàn trong vận chuyển hành khách.

- Đảm bảo tiện nghi trong các phương tiện vận chuyển: Các phương tiện vận chuyển ngày càng có đầy đủ tiện nghi hơn và làm vừa lòng hành khách. Trong tương lai, xu hướng này sẽ ngày càng phát triển.

- Vận chuyển với giá rẻ: Giá cước vận tải có xu hướng giảm để nhiều tầng lớp nhân dân có thể sử dụng được nhiều các phương tiện vận chuyển.

Tiến bộ của vận chuyển hành khách còn thể hiện ở sự kết hợp các loại phương tiện vận chuyển. Sự phối hợp có hai mức độ: mức độ quốc gia và mức độ quốc tế. Việc tổ chức vận tải phối hợp tốt cho phép rút ngắn thời gian chờ đợi ở các điểm giữa tuyến, tạo điều kiện thuận lợi khi phải đổi phương tiện và làm hài lòng khách đi du lịch. Ngày nay, giao thông vận tải đã trở thành một trong những nhân tố chính cho sự phát triển của du lịch, đặc biệt là du lịch quốc tế. Trong những năm gần đây, lĩnh vực giao thông, đặc biệt là giao thông trong du lịch phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng.

- Phát triển về số lượng: Thực chất đó là việc tăng trưởng chủng loại và số lượng phương tiện vận chuyển.

- Phát triển về chất lượng: Đó là các phương tiện vận chuyển hiện nay được trang bị hết sức tiện nghi, thuận tiện cho con người tham gia vào quá trình vận chuyển, các phương tiện được tính đến yếu tố tốc độ và nâng cao được tính an toàn trong phục vụ..

2. Điều kiện đặc trưng

Đây là những điều kiện đặc trưng tác động lên sự phát triển của du lịch chỉ ở từng điểm, từng vùng hoặc từng quốc gia. Dưới góc độ kinh tế du lịch, những điều kiện chung ảnh hưởng đến cầu và cung thì những điều kiện đặc trưng chủ yếu chỉ tác động đến khả năng cung ứng du lịch của địa phương. Hệ thống các điều kiện cần thiết để phát triển du lịch bao gồm: điều kiện về tài nguyên du lịch, sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch và những tình hình và sự kiện đặc biệt.

2.1. Điều kiện về tài nguyên du lịch

Nếu như chúng ta coi các điều kiện chung là các điều kiện đủ để phát triển du lịch, thì các điều kiện về tài nguyên du lịch như là các điều kiện cần để phát triển du lịch. Một quốc gia dù có nền kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội phát triển cao, song nếu không có các tài nguyên du lịch thì cũng khó có thể phát triển được du lịch. Tiềm năng về kinh tế là vô hạn, song tiềm năng về tài nguyên du lịch là có hạn, nhất là đối với tài nguyên thiên nhiên - không phải quốc gia, vùng hay điểm nào cũng thể có được. Tài nguyên du lịch có thể do thiên nhiên tạo ra, có thể do con người tạo ra. Tài nguyên du lịch có thể được hiểu là tất cả các yếu tố thiên nhiên, nhân văn, xã hội tác động đến động cơ du lịch của khách, thu hút được khách. Nhờ những tài nguyên này, mỗi điểm đến, vùng hay quốc gia có thể khai thác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch và mang lại các giá trị kinh tế, văn hóa và xã hội. Sự phong phú đa dạng về tài nguyên du lịch là điều kiện hết sức quan trọng để phát triển du lịch vì nó quyết định đến việc hình thành các điểm thu hút khách, là yếu tố cơ bản để hình thành các sản phẩm du lịch, là cơ sở để phát triển các loại hình du lịch.

2.1.1. Tài nguyên thiên nhiên

Bao gồm các điều kiện về môi trường tự nhiên. Những tài nguyên thiên nhiên về du lịch: Địa hình đa dạng, khí hậu ôn hòa; động, thực vật phong phú, giàu nguồn tài nguyên nước và vị trí địa lý thuận lợi.

* Vị trí địa lí:

Điều kiện về vị trí địa lý bao gồm:

- Điểm du lịch nằm trong khu vực phát triển du lịch.
- Khoảng cách từ điểm du lịch đến các nguồn khách du lịch gần.

Khoảng cách này có ý nghĩa quan trọng đối với nước nhận khách du lịch. Nếu nước nhận khách du lịch ở xa điểm gửi khách điều đó ảnh hưởng đến khách trên hai khía cạnh:

- + Khách du lịch phải chi thêm tiền cho việc đi lại vì khoảng cách xa.
- + Khách du lịch phải rút ngắn thời gian cho việc đi lại ở nơi du lịch vì cách xa.

Ngày nay, ngành hàng không phát triển, cạnh tranh và có xu hướng giảm giá đã khắc phục phần nào những bất lợi trên đối với khách du lịch và đối với các quốc gia xa nguồn khách du lịch.

Tuy nhiên, trong số trường hợp, khoảng cách xa từ điểm đón khách đến điểm gửi khách lại có sức hấp dẫn đối với một vài loại khách có khả năng thanh

toán cao và có tính hiệu kỳ. Khoảng cách từ điểm du lịch đến các nguồn khách du lịch có ý nghĩa quan trọng đối với quốc gia nhận khách du lịch. Nếu quốc gia nhận khách ở xa điểm gửi khách, điều đó ảnh hưởng xấu đến khách trên ba khía cạnh chính: Chi phí, thời gian và sức khỏe.

Ngày nay, nhờ vào sự tiến bộ không ngừng của khoa học kỹ thuật, ngành vận tải đã khắc phục phần nào những bất lợi trên đối với khách du lịch và đối với đất nước xa nguồn khách du lịch bằng sự cải tiến về tốc độ di chuyển và xu hướng giảm giá dịch vụ.

* Địa hình:

Đối với hoạt động du lịch, địa hình của một vùng đóng một vai trò quan trọng với việc thu hút khách, địa hình càng đa dạng, tương phản và độc đáo thì càng có sức hấp dẫn. Địa hình ở một nơi thường chế định cảnh đẹp và sự đa dạng phong cảnh ở nơi đó. Đối với du lịch, điều kiện quan trọng nhất là phải có địa hình đa dạng và có những đặc điểm tự nhiên như: Biển, rừng, sông, hồ, núi.... Địa hình đồng bằng tương đối đơn điệu về ngoại cảnh nên không được ưa thích bằng những nơi nhiều núi và đồi.

Trong các kiểu địa hình, kiểu địa hình Karst và địa hình bờ nước là những tài nguyên du lịch rất có giá trị. Địa hình Karst bao gồm núi và các hang động. Ở Việt Nam, động Phong Nha, Thiên Đường (Quảng Bình) được coi là hang nước đẹp nhất thế giới. Bên cạnh đó chúng ta còn phải kể tới như động Tiên Cung, Đầu Gỗ (Hạ Long), Tam Cốc - Bích Động, Tràng An (Ninh Bình), Hương Tích (Hà Nội)... đang rất thu hút khách du lịch. Địa hình bờ nước là nơi tiếp xúc giữa đất liền và biển (kho nước lớn của nhân loại). Do quá trình bồi tụ sông ngòi, các đợt biển tiến và lùi, thủy triều... đã tạo ra nhiều bãi tắm đẹp, thích hợp với loại hình du lịch nghỉ dưỡng biển. Đặc biệt hơn cả là kiểu địa hình Karst ngập nước nhiệt đới, điển hình là ở Hạ Long, mà giá trị của nó đã góp phần đưa địa danh này ghi tên và danh sách các di sản thiên nhiên thế giới.

* Khí hậu:

Khí hậu là một trong những yếu tố quan trọng trong việc phát triển du lịch, nó tác động tới du lịch ở hai phương diện:

- Ảnh hưởng đến việc thực hiện các chuyến du lịch hoặc hoạt động dịch vụ về du lịch.

- Một trong những nhân tố chính tạo nên tính mùa vụ du lịch.

Những nơi có khí hậu điều hòa thường được du khách du lịch ưa thích. Khách du lịch thường tránh những nơi quá lạnh, quá ẩm hoặc quá nóng, quá khô. Những nơi có nhiều gió cũng không thích hợp cho sự phát triển của du lịch.

Mỗi loại hình du lịch đòi hỏi những điều kiện khí hậu khác nhau. Khách du lịch nghỉ biển thường thích những điều kiện khí hậu như:

+ Số ngày mưa phải tương đối ít vào thời vụ du lịch. Khách du lịch thường chuộng những nơi có nhiều ánh nắng mặt trời. Mỗi một ngày mưa đối với khách du lịch là một ngày hao phí cho mục đích của chuyến đi du lịch và như vậy làm giảm hiệu quả của chuyến đi nghỉ biển.

+ Số giờ nắng trung bình trong ngày cao. Khách du lịch thường chuộng những nơi có nhiều ánh sáng mặt trời. Vì vậy những nơi có giờ nắng trung bình trong ngày cao thường được ưa thích và có sức hút hơn với khách du lịch.

+ Nhiệt độ không khí ở mức vừa phải, không cao quá hoặc thấp quá, cho phép du khách thoải mái tham gia các hoạt động du lịch ngoài trời. Nhiệt độ trung bình của không khí vào ban ngày không cao lắm. Nhiệt độ không khí phải ở mức cho phép khách du lịch phơi nắng được là nhiệt độ thích hợp.

+ Nhiệt độ không khí ban đêm cao. Khách du lịch yêu thích những nơi mát về đêm, thuận lợi cho việc đi dạo mát, giải trí, nghỉ ngơi và ngủ được ngon giấc.

+ Nhiệt độ nước biển ôn hòa. Nhiệt độ nước biển từ 20°C được coi là thích hợp nhất đối với khách du lịch tắm biển.

+ Ban ngày không có gió. Đây là điều kiện tương đối khắc khe vì thông thường ở biển hay có gió. Nhưng để làm vừa lòng khách du lịch, nhiều nơi đã sử dụng phương tiện chắn gió nhân tạo. Những nơi có khí hậu ôn hòa thường được du khách ưa thích.

Trong các yếu tố của khí hậu, nhiệt độ và độ ẩm có liên quan chặt chẽ với nhau và ảnh hưởng chính đến cảm giác của con người, tác động trực tiếp lên sức chịu đựng của con người.

* Thủy văn:

Các nguồn tài nguyên nước mặt như: Ao, hồ, sông, ngòi, đầm... vừa tạo điều kiện để điều hòa không khí, phát triển mạng lưới giao thông vận tải nói chung, vừa tạo điều kiện phát triển nhiều loại hình du lịch nói riêng.

Nước là yếu tố không thể thiếu được để duy trì sự sống của con người. Đối với du lịch thì nguồn nước mặt có ý nghĩa rất lớn. Nó bao gồm đại dương, biển, hồ, sông, hồ chứa nước nhân tạo, suối, thác nước, suối phun... Mặt nước rộng lớn không những tạo ra bầu không khí trong lành mà còn có tác dụng rất tốt đối với sức khỏe, chữa trị các bệnh stress, giảm sức ép cuộc sống... Chính vì vậy, các khu nghỉ dưỡng ven biển, ven hồ luôn thu hút một số lượng khá lớn du khách từ mọi miền đất nước.

Trong tài nguyên nước, cần phải nói đến tài nguyên nước khoáng (nước ngầm). Đây là nguồn tài nguyên có giá trị du lịch an dưỡng và chữa bệnh.

* Hệ động, thực vật:

Hệ động, thực vật là một tiềm năng du lịch đã và đang khai thác có sức hấp dẫn lớn khách du lịch chủ yếu nhờ vào sự đa dạng và tính đặc hữu. Ngày nay, con người có xu hướng quay trở về gần thiên nhiên. Do vậy, bên cạnh các loại hình du lịch văn hóa, du lịch về với thiên nhiên đang trở thành một xu thế và nhu cầu phổ biến. Du khách đến với các vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên để tham quan thế giới động, thực vật sống động, hài hòa trong thiên nhiên để con người thêm yêu cuộc sống. Đặc biệt, những loại động, thực vật không có ở đất nước họ thường có sức hấp dẫn mạnh.

- Động vật cũng là yếu tố thu hút du khách. Bên cạnh loại hình du lịch thể thao săn bắn, có những loài động vật quý hiếm là đối tượng để nghiên cứu, phát triển loại hình du lịch nghiên cứu khoa học.

- Thực vật đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của du lịch chủ yếu nhờ sự đa dạng và số lượng nhiều rừng, nhiều hoa... Rừng là nhà máy sản xuất ra ô xy, là nơi yên tĩnh và trật tự. Nếu thực vật phong phú và quý hiếm thì sẽ thu hút được cả khách du lịch văn hóa với lòng ham tìm tòi, nghiên cứu thiên nhiên. Đối với khách du lịch, những loại thực vật không có ở đất nước họ thường có

sức hấp dẫn mạnh. Ví dụ, khách du lịch châu Âu thường thích đến những nơi có rừng rậm nhiệt đới, nhiều cây leo, cây to và cao... Nước ta có giới sinh vật phong phú về thành phần loài. Nguyên nhân là do vị trí địa lý, như là một nơi gặp gỡ của các luồng di cư động và thực vật. Hiện nay chúng ta có các vườn quốc gia phục vụ phát triển du lịch như: Cúc Phương (Ninh Bình), Ba Vì (Hà Nội), Cát Bà (Hải Phòng), Ba Bể (Bắc Kạn), Bạch Mã (Huế), Yondon (Đắc Lắc), Nam Cát Tiên (Đồng Nai), Côn Đảo (Bà Rịa - Vũng Tàu), hệ sinh thái Đầm Dơi (Cà Mau), khu bảo tồn Tràm Chim (Đồng Tháp)...

2.1.2. Tài nguyên văn hóa

Tài nguyên du lịch văn hóa là những của cải vật chất và tinh thần do con người tạo ra trong quá trình lao động sản xuất nhằm thu hút khách du lịch. Các tài nguyên văn hóa bao gồm:

- Các giá trị lịch sử: bao gồm các di tích lịch sử, bảo tàng,..
- Các giá trị văn hóa: các di tích văn hóa, lễ hội, phong tục tập quán, tín ngưỡng, ẩm thực, âm nhạc, hội họa,..
- Thành tựu chính trị và kinh tế: các công trình kiến trúc, bảo tàng, triển lãm...

Giá trị văn hóa lịch sử, các thành tựu chính trị và kinh tế có ý nghĩa đặc trưng cho sự phát triển của du lịch ở một điểm, một vùng hoặc một đất nước. So với tiềm năng du lịch tự nhiên, tiềm năng du lịch nhân văn có tác dụng nhận thức nhiều hơn, giá trị giải trí là thứ yếu. Phần lớn tài nguyên du lịch nhân văn không có tính mùa, không bị phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên nên tần suất hoạt động của nó là rất lớn (lượng khách, số ngày khách đến).

* Các giá trị lịch sử:

Các giá trị lịch sử có sức thu hút đặc biệt đối với du khách có trình độ cao, ham hiểu biết. Tất cả các nước đều có các tài nguyên có giá trị lịch sử, nhưng ở mỗi nước chúng lại có sức hấp dẫn khác nhau đối với khách du lịch. Thông thường chúng thu hút những du khách nội địa có hiểu biết sâu về lịch sử dân tộc mình

- Các giá trị lịch sử được chia làm hai nhóm:
 - + Những giá trị lịch sử gắn với nền văn hóa chung của loài người: Những giá trị lịch sử này đánh thức những hứng thú chung và thu hút khách du lịch với nhiều mục đích khác nhau.
 - + Những giá trị lịch sử đặc biệt: Loại này thường không nổi tiếng lắm và thường chỉ được các chuyên gia cùng lĩnh vực quan tâm.

Tất cả các nước đều có các giá trị lịch sử, nhưng ở mỗi nước giá trị lịch sử ấy lại có sức hấp dẫn khác nhau đối với khách du lịch. Thông thường chúng thu hút những khách du lịch nội địa có hiểu biết sâu về dân tộc mình.

* Các giá trị văn hóa:

- Các giá trị văn hóa cũng thu hút khách du lịch với mục đích thăm quan, nghiên cứu. Đầu tiên phải kể đến các trung tâm của các viện khoa học, các trường đại học, các thư viện lớn và nổi tiếng, các thành phố có triển lãm nghệ thuật và điêu khắc, các trung tâm thường xuyên tổ chức hội diễn âm nhạc, biểu diễn sân khấu, liên hoan phim, olympic, các cuộc thi đấu thể thao quốc tế, biểu diễn balê, các hội thi tuyển chọn giọng hát hay, những làng mạc có kiến trúc và xây dựng độc đáo, triển lãm các loại hình nghệ thuật...

- Các giá trị văn hóa thường có nhiều ở các thành phố thủ đô. Ở đó thường

có các thư viện quốc gia lớn, các viện khoa học, nhiều tòa nhà với kiến trúc đẹp, các triển lãm tranh...

- Các giá trị văn hóa thu hút không chỉ khách du lịch với mục đích tham quan nghiên cứu, mà còn thu hút đa số khách đi du lịch với các mục đích khác, ở các lĩnh vực khác và từ nơi khác đến. Hầu hết tất cả khách du lịch ở trình độ văn hóa trung bình đều có thể thưởng thức các giá trị văn hóa của đất nước đến thăm. Do vậy, tất cả các thành phố có giá trị văn hóa hoặc tổ chức hoạt động văn hóa đều được nhiều khách đến thăm và đều trở thành những trung tâm du lịch văn hóa.

- Phong tục tập quán và các lễ hội:

Các phong tục tập quán cổ truyền (phong tục lâu đời, cổ lạ) luôn là các tài nguyên có sức thu hút cao đối với du khách.

Các lễ hội truyền thống là tài nguyên nhân văn có giá trị du lịch lớn. Lễ hội là hình thức sinh hoạt văn hóa đặc sắc phản ánh đời sống tâm linh của mỗi dân tộc hay là hình thức sinh hoạt tập thể của cộng đồng dân cư sau những ngày lao động vất vả hoặc là một dịp để mọi người hướng về một sự kiện trong đại của một địa phương, cùng hay quốc gia, một sinh hoạt tín ngưỡng của người dân, đơn thuần là một hoạt động mang tính chất vui chơi giải trí. Như vậy lễ hội có tính hấp dẫn rất lớn với khách du lịch.

- Làng nghề truyền thống

Đây là loại tài nguyên nhân văn quan trọng có sức hấp dẫn đối với du khách thông qua những sản phẩm thủ công truyền thống mang tính độc đáo, khác biệt. Khách du lịch từ các quốc gia phát triển luôn muốn được quan tâm, tìm hiểu và mua các sản phẩm thủ công truyền thống này. Từ đó, họ hiểu thêm về lịch sử văn hóa và cách thức làm ra sản phẩm của con người, vùng đất mà họ đã đến. Ở Việt Nam, các làng nghề truyền thống tồn tại rất nhiều và lâu đời hấp dẫn rất nhiều khách du lịch đến Việt Nam như: làng nghề đúc đồng, nghề gốm, nghề mộc, mây tre, sơn mài, dệt lụa...

* Các thành tựu kinh tế:

Các thành tựu kinh tế của đất nước hoặc vùng cũng có sức hấp dẫn đặc biệt với phần lớn khách du lịch. Khách du lịch hay so sánh những thành tựu đạt được của nền kinh tế quốc dân của đất nước đến thăm với những năm trước đó, hoặc với kinh tế nước mình. Để tuyên truyền cho những thành tựu kinh tế của đất nước hay của vùng, nhiều cuộc trưng bày, triển lãm, hội chợ... thường được tổ chức. Ở đó sẽ thấy được kết quả của công cuộc phát triển công nghiệp, nông nghiệp, giao thông, thông tin... rất nhiều thành phố đã trở thành trung tâm cho những hoạt động triển lãm như: Lepzich, Poznan, Viên, Brexel, Matxcova, Leningrad, Cairo, Plovdiv...

* Các thành tựu chính trị:

Các thành tựu về chính trị có vai trò quan trọng trong việc thu hút khách du lịch. Chúng được thể hiện theo hai hướng chính.

- Các thành tựu về chính sách xã hội của đất nước. Khách du lịch khi đến thăm một đất nước, thường tò mò muốn tìm hiểu những chính sách chủ yếu về đời sống xã hội. Ví dụ: Cách tổ chức phục vụ y tế được thực hiện như thế nào, tổ chức phục vụ sinh hoạt công cộng ra sao, các vấn đề về nhà ở, về chế độ nghỉ phép năm, chế độ tiền lương mức giá... Tóm lại, khách du lịch thường quan tâm

chủ tâm chủ yếu đến những vấn đề xã hội liên quan đến văn hóa và mức sống của nhân dân.

- Vai trò của quốc gia hoặc vùng dân cư đối với đời sống chính trị. Các cơ quan và tổ chức chính phủ hoặc phi chính phủ quốc tế thường đóng tại những trung tâm chính trị. Các cơ quan ấy hay tổ chức hội nghị, hội thảo và do vậy thu hút được nhiều khách nước ngoài và trong nước.

2.2. Điều kiện về sự sẵn sàng phục vụ khách du lịch

2.2.1. Các điều kiện về tổ chức

Các điều kiện về tổ chức để có thể sẵn sàng đón tiếp khách du lịch bao gồm những nhóm cụ thể sau:

- Bộ máy quản lý nhà nước về du lịch

+ Các chủ thể quản lý cấp Trung ương: các Bộ, Tổng cục, các phòng ban trực thuộc Chính phủ có liên quan đến các vấn đề về du lịch

+ Các chủ thể quản lý cấp địa phương: chính quyền địa phương, Sở văn hóa - thể thao - du lịch.

- Hệ thống các thể chế quản lý (Luật Du lịch và các văn bản pháp quy dưới luật), các chính sách (các chính sách lớn về kinh tế như tỉ giá hối đoái, giá cả, chính sách lớn về xã hội như thanh toán các tệ nạn xã hội, trong du lịch như bồi dưỡng trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ...) và cơ chế quản lý.

- Các đơn vị kinh tế phục vụ khách du lịch bao gồm các doanh nghiệp du lịch, chăm lo trực tiếp đến các hoạt động của việc tiếp nhận khách. Các doanh nghiệp này có nhiệm vụ đảm bảo sự đi lại và phục vụ trong thời gian lưu trú của khách du lịch. Phạm vi hoạt động của các doanh nghiệp bao gồm: Kinh doanh khách sạn, kinh doanh lữ hành, kinh doanh vận chuyển khách du lịch, và kinh doanh các dịch vụ khác.

2.2.2. Các điều kiện về mặt kỹ thuật

Các điều kiện về kỹ thuật ảnh hưởng đến sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch trước tiên là các vấn đề trang bị tiện nghi ở nơi du lịch, việc xây dựng và duy trì cơ sở vật chất kỹ thuật cần thiết... Đó là cơ sở vật chất kỹ thuật của tổ chức du lịch và cơ sở hạ tầng.

* Cơ sở vật chất kỹ thuật của tổ chức du lịch:

Bao gồm toàn bộ nhà cửa và phương tiện kỹ thuật để thỏa mãn nhu cầu thường ngày của khách du lịch và những công trình mà doanh nghiệp du lịch xây dựng bằng vốn đầu tư của mình. Nó đóng vai trò quan trọng trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm du lịch. Sự tận dụng hiệu quả tài nguyên du lịch và việc thỏa mãn các nhu cầu của du khách phụ thuộc một phần lớn vào cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật của tổ chức du lịch được nói đến là hệ thống các khách sạn, nhà hàng, các cơ sở vui chơi giải trí, các phương tiện chuẩn chuyên trong một giới hạn nhất định, ...tại các điểm du lịch. Đó chính là yếu tố quan trọng tạo nên sản phẩm du lịch. Thiếu nó, quá trình đi du lịch của khách khó có thể thực hiện được.

* Cơ sở hạ tầng:

Cơ sở hạ tầng là đòn bẩy thúc đẩy kinh tế - xã hội của một quốc gia. Đối với du lịch, cơ sở hạ tầng càng có vai trò quan trọng vì nó là yếu tố tiên đề đảm bảo cho khách dễ dàng tiếp cận đến với điểm du lịch và thỏa mãn các nhu cầu về

thông tin liên lạc cũng như các nhu cầu khác trong chuyến đi của họ.

- Cơ sở hạ tầng là những phương tiện vật chất không phải do tổ chức du lịch xây dựng nên mà là của toàn xã hội. Đó là hệ thống đường xá, nhà ga, sân bay, đường sắt, công viên, rạp chiếu phim, nhà hát, bảo tàng... Cơ sở hạ tầng là cơ sở vật chất kỹ thuật bậc hai đối với du lịch, nó được xây dựng để phục vụ dân cư địa phương, và sau đó là phục vụ cả khách du lịch. Đây là cơ sở có tầm quan trọng đặc biệt, vì nó nằm ngay sát nơi du lịch, nó quyết định nhịp độ phát triển du lịch và trong chừng mực nào đó còn quyết định chất lượng phục vụ du lịch. Các điều kiện về kỹ thuật ảnh hưởng đến sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch trước tiên là cơ sở vật chất du lịch (của một cơ sở, một vùng hay một đất nước) và sau đó là hạ tầng xã hội.

- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật xã hội như y tế, văn hóa, giáo dục, thông tin... phát triển đánh dấu mức độ phát triển kinh tế - xã hội của một đất nước. Trong du lịch, cơ sở hạ tầng kỹ thuật xã hội là yếu tố cơ sở nhằm khai thác tiềm năng du lịch và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Mặt khác phát triển du lịch cũng là một yếu tố tích cực thúc đẩy, nâng cao, mở rộng cơ sở hạ tầng kỹ thuật của một vùng hay của quốc gia.

- Trong cơ sở hạ tầng kỹ thuật của xã hội có tầm quan trọng nhất đối với du lịch là hệ thống giao thông vận tải (đường không, đường bộ, đường thủy). Hệ thống thông tin viễn thông, hệ thống cấp, thoát nước; hệ thống cung cấp điện. Đây chính là cơ sở vật chất kỹ thuật bậc hai đối với du lịch. Nó được xây dựng để phục vụ người dân địa phương và sau nữa là phục vụ khách du lịch đến thăm đất nước hoặc vùng du lịch. Đây là cơ sở có tầm quan trọng đặc biệt vì nó nằm sát ngay nơi du lịch, nó quyết định nhịp độ phát triển du lịch và trong chừng mực nào đó còn quyết định chất lượng phục vụ du lịch.

2.2.3. Điều kiện về kinh tế

Một trong những điều kiện để phát triển du lịch phải nói đến tiềm lực kinh tế của quốc gia đó. Thực tế cho thấy, các nước có nền kinh tế mạnh thường du lịch ở đó rất phát triển. Ở những nơi có nền kinh tế phát triển, cơ sở hạ tầng cũng phát triển, các ngành kinh tế khác phát triển kéo theo du lịch phát triển. Các điều kiện về kinh tế liên quan đến sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch bao gồm:

- Việc đảm bảo các nguồn vốn để duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh du lịch (bởi vì ngành du lịch là ngành luôn đi đầu về phương diện tiên nghi hiện đại và là ngành liên tục đổi mới).

- Việc thiết lập các mối quan hệ kinh tế với các bạn hàng.

- Trong việc cung ứng vật tư cho tổ chức du lịch, việc cung ứng phải đảm bảo thường xuyên và có chất lượng tốt. Việc cung ứng thường xuyên có ý nghĩa hai mặt. Thứ nhất, thỏa mãn đầy đủ hàng hóa cho các nhu cầu du lịch. Thứ hai, tăng thu nhập ngoại tệ (hàng hóa và dịch vụ phong phú hơn dẫn đến khách du lịch tiêu tiền nhiều hơn. Song song với việc cung ứng đầy đủ và đều đặn vật tư hàng hóa cho tổ chức du lịch, cần phải quan tâm đến chất lượng và giá cả của hàng hóa vật tư để đảm bảo cho tổ chức du lịch có đầy đủ sức cạnh tranh trên thị trường.

3. Một số tình hình và sự kiện đặc biệt

Có một số tình hình và sự kiện đặc biệt có thể thu hút khách du lịch và là

điều kiện đặc trưng để phát triển du lịch. Đó là các hội nghị, đại hội, các cuộc hội đàm dân tộc hoặc quốc tế, các cuộc thi Olympic, các cuộc kỉ niệm tín ngưỡng hoặc chính trị, các cuộc dạ hội, liên hoan... Tất cả những hình thức đó đều ngắn ngủi, nhưng đóng vai trò có ích trong sự phát triển du lịch. Vai trò và ý nghĩa của những sự kiện đó thể hiện ở hai hướng:

- Tuyên truyền, quảng cáo những giá trị văn hóa và lịch sử của đất nước đón khách.

- Khắc phục tính không đồng đều trong việc sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

Các sự kiện như vậy được tổ chức ở ngoài thời vụ du lịch là thích hợp nhất. Tuy nhiên việc xác định thời gian tổ chức các sự kiện như vậy còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác. Khi đó không gian tương đối yên tĩnh hơn, thích hợp cho công việc và hội họp. Mặt khác điều đó cũng có lợi cho tổ chức du lịch, vì đó là hình thức kéo dài thời vụ du lịch, sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật của du lịch hợp lý hơn.

Tình hình và sự kiện đặc biệt của mỗi vùng, mỗi quốc gia là cách quảng bá rất hữu hiệu đối với phát triển du lịch. Và chính nhờ những sự kiện đó mà thu hút lượng khách du lịch lớn trong một thời gian ngắn. Không phải ngẫu nhiên mà hiện nay trên thế giới, hàng loạt quốc gia đua nhau giành đăng cai tổ chức Thế vận hội Thể thao Mùa hè, Mùa đông, World Cup, Euro... Bên cạnh được thừa hưởng nguồn cơ sở vật chất để lại là sự việc giới thiệu đất nước của mình với bạn bè thế giới, doanh thu trong các ngành lưu trú, ăn uống tăng mạnh và đem một nguồn lợi nhuận lớn cho quốc gia.

Câu hỏi ôn tập chương 2

1. Phân tích các điều kiện cần thiết để phát triển hoạt động đi du lịch, liên hệ đánh giá Việt Nam hoặc một địa phương nào đó?
2. Phân tích các điều kiện về kinh tế để phát triển hoạt động kinh doanh du lịch, liên hệ đánh giá Việt Nam hoặc một địa phương nào đó?
3. Phân tích các điều kiện an toàn tại điểm đến đối với du khách, cho ví dụ minh họa, liên hệ đánh giá tại Việt Nam hoặc một địa phương nào đó?
4. Phân tích các điều kiện về tài nguyên để phát triển một loại hình du lịch cụ thể nào đó, liên hệ đánh giá tại Việt Nam hoặc một địa phương nào đó?
5. Phân tích các điều kiện sẵn sàng phục vụ khách của điểm đến, liên hệ đánh giá tại Việt Nam hoặc một địa phương nào đó?
6. Cho ví dụ và nêu ý nghĩa của các tình hình và sự kiện đặc biệt đối với sự phát triển du lịch của điểm đến?

Chương 3

TÍNH THỜI VỤ TRONG DU LỊCH

Mục tiêu:

- Về kiến thức

- + Trình bày được khái niệm cung, cầu du lịch.
- + Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến cung, cầu du lịch.
- + Phân tích được bản chất của tính thời vụ trong du lịch, của thời vụ du lịch và cách xác định thời vụ cho một cơ sở kinh doanh du lịch, hoặc một địa bàn để phát triển du lịch.
- + Phân tích được các đặc điểm của thời vụ du lịch.
- + Trình bày được nhân tố tác động tới thời vụ du lịch đối với từng loại hình du lịch, đối với một địa bàn phát triển du lịch nói chung và của Việt Nam nói riêng.
- + Phân tích được các tác động bất lợi của tính thời vụ trong du lịch đối với tất cả các thành phần của quá trình du lịch.

- Về kỹ năng:

- + Xác định được thời vụ cho một cơ sở kinh doanh du lịch, hoặc một địa bàn để phát triển du lịch.
- + Vận dụng đưa ra phương hướng và giải pháp làm giảm những tác động bất lợi do tính thời vụ trong du lịch đem lại.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- + Có khả năng tư duy độc lập
- + Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu vấn đề
- + Tăng cường kỹ năng làm việc nhóm

Nội dung cụ thể:

- Cầu trong du lịch.
- Cung trong du lịch.
- Khái niệm và đặc điểm của thời vụ du lịch.
- Các nhân tố ảnh hưởng đến tính thời vụ du lịch.
- Tác động bất lợi do thời vụ du lịch gây ra.
- Các biện pháp làm giảm tác động bất lợi của tính thời vụ du lịch.

1. Cầu, cung trong du lịch

1.1. Cầu trong du lịch

1.1.1. Khái niệm cầu du lịch

Nhu cầu nhu lịch là loại nhu cầu xã hội đặc biệt của con người, nó là tổng hợp bởi nhu cầu thiết yếu, đặc trưng và nhu cầu bổ sung của con người. Nhưng để thực hiện được nhu cầu du lịch, con người cần phải có điều kiện về vật chất. Đó là điều kiện để biến nhu cầu du lịch nói chung thành cầu du lịch.

Cầu du lịch là một bộ phận nhu cầu của xã hội có khả năng thanh toán về hàng hóa, vật chất và dịch vụ du lịch đảm bảo sự đi lại, lưu trú tạm thời, giải trí của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của họ, nhằm mục đích nghỉ ngơi, giải trí, tìm hiểu văn hóa, chữa bệnh, tham gia vào các chương trình đặc biệt và các mục đích khác.

1.1.2. Nội dung và cơ cấu của cầu du lịch

Cơ cấu của cầu du lịch bao gồm: Cầu du lịch về dịch vụ và cầu du lịch về hàng hóa vật chất.

* Cầu du lịch về dịch vụ:

Đây là thành phần cơ bản của cầu du lịch, chiếm tỷ trọng lớn trong toàn bộ cầu du lịch. Cầu du lịch về dịch vụ bao gồm: Cầu du lịch về dịch vụ chính, cầu du lịch về dịch vụ đặc trưng, cầu du lịch về dịch vụ bổ sung.

- Cầu du lịch về dịch vụ chính: Đây là nhóm nhu cầu du lịch về dịch vụ vận chuyển, cầu du lịch về dịch vụ lưu trú, ăn uống của khách du lịch.

+ Cầu du lịch về vận chuyển là nhằm đảm bảo sự di chuyển của khách du lịch từ nơi ở thường xuyên đến điểm thăm quan du lịch, và tại điểm thăm quan du lịch. Bản chất của du lịch là sự dịch chuyển. Không có sự dịch chuyển thì không có du lịch. Vấn đề này trên thị trường du lịch cần được quan tâm đầu tiên. Có đáp ứng được nhu cầu về dịch vụ vận chuyển thì mới thực hiện được các cầu khác trong chuyến đi du lịch. Phương tiện vận chuyển có hai loại phương tiện: phương tiện vận chuyển chính đưa khách từ nơi ở đến điểm du lịch, ví dụ: Ôtô, máy bay, tàu hỏa, tàu thủy; phương tiện tại điểm du lịch

+ Ăn uống, lưu trú mặc dù không phải là mục đích của chuyến đi, nhưng do tính chất tự nhiên của nhu cầu sinh lý, cầu du lịch về dịch vụ lưu trú và ăn uống chiếm phần đáng kể trong tổng chi tiêu của du khách. Tuy cầu du lịch về ăn uống, lưu trú xuất phát từ nhu cầu sinh lý nhưng ăn uống và lưu trú trong du lịch có những nét khác biệt so với ăn uống, lưu trú thông thường. Khác nhau về khung cảnh, khác nhau về thẩm mỹ, nhu cầu thưởng thức... bởi vì khi đi du lịch là lúc con người nghỉ ngơi và hưởng thụ.

- Cầu du lịch về dịch vụ đặc trưng: Là cầu dịch vụ về đáp ứng sự cảm thụ, thưởng thức, mà vì nó con người chấp nhận đi du lịch. Cầu du lịch về dịch vụ đặc trưng thường là nguyên nhân và mục đích của chuyến đi. Ví dụ: nhu cầu về tắm biển, thôi thúc du khách đi du lịch biển; nhu cầu về nghỉ dưỡng, chữa bệnh thôi thúc du khách đi du lịch chữa bệnh. Trên thị trường du lịch tồn tại một loại cầu du lịch rất đặc trưng, đó là cầu du lịch về hướng dẫn du lịch. Dịch vụ hướng dẫn du lịch là hoạt động hướng dẫn cho khách du lịch theo chương trình du lịch. Người thực hiện hoạt động hướng dẫn được gọi là hướng dẫn viên.

- Cầu du lịch về dịch vụ bổ sung: Là cầu du lịch về những dịch vụ phục vụ khác yêu cầu đòi hỏi rất đa dạng phát sinh trong chuyến đi của du khách, bao gồm các dịch vụ thông tin liên lạc, dịch vụ làm VISA, đặt chỗ, mua vé máy bay, đặt phòng khách sạn, giặt là, dịch vụ chăm sóc sức khỏe, vui chơi giải trí, thể thao, sửa chữa đồ đạc, hành lý... Các dịch vụ này có mặt hầu hết tại các điểm du lịch, tại các khách sạn. Việc thỏa mãn các dịch vụ bổ sung trong chuyến đi du lịch của du khách sẽ góp phần làm thỏa mãn tối đa nhu cầu của du khách. Việc thỏa mãn tối đa nhu cầu của du khách là một trong những chiến lược mà các nhà kinh doanh du lịch luôn hướng tới.

* Cầu du lịch về hàng hóa vật chất:

Cầu du lịch về hàng hóa vật chất bao gồm hai nhóm là cầu về hàng lưu niệm và cầu về hàng hóa có giá trị kinh tế.

- Cầu du lịch về hàng lưu niệm: Tùy quan niệm của mỗi người mà hàng lưu

niệm có thể là những hàng hóa tượng trưng cho mỗi đất nước, mỗi địa phương, giá trị sử dụng của nó đối với người mua là giúp người mua hồi tưởng, ghi nhớ, đánh dấu những điểm tham quan du lịch mà họ đã tới, chứa đựng những trải nghiệm du lịch. Hàng lưu niệm cũng có thể là những quà tặng có giá trị kinh tế cao, giá trị sử dụng là ghi nhớ đến người tặng quà và người nhận quà.

- Cầu du lịch về hàng hóa có giá trị kinh tế đối với khách du lịch: Trong quá trình đi du lịch, khách du lịch thường kết hợp mua các hàng hóa có giá trị kinh tế cao. Cầu du lịch về hàng hóa có giá trị kinh tế cao xuất phát từ nhu cầu mua sắm cho bản thân và gia đình của khách du lịch. Nhưng trong trường hợp nhất định, có những khách kết hợp mua hàng hóa có giá trị kinh tế, rẻ hơn so với nơi thường trú của họ, để bán nhằm trang trải chuyến đi hoặc vì mục đích sinh lợi.

Như vậy, có thể thấy rằng cầu du lịch về hàng hóa là nguyên nhân của sự hình thành du lịch mua sắm. Du lịch mua sắm ngày càng phát triển, kích thích sự phát triển sản xuất hàng hóa đặc biệt là hàng lưu niệm thủ công truyền thống. Du lịch mua sắm phát triển không chỉ kéo theo số lượng lao động phục vụ trong ngành du lịch tăng lên mà còn kéo theo một số lượng lao động của các ngành kinh tế khác như thủ công nghiệp, các ngành nghề truyền thống... Ví dụ: các làng nghề, các vùng biên giới có các khu chợ có sản phẩm đặc trưng là những nơi hoạt động mua sắm dành cho khách du lịch diễn ra mạnh mẽ.

1.1.3. Đặc trưng của cầu du lịch

- Cầu du lịch chủ yếu là cầu về dịch vụ: Xuất phát từ nhu cầu của khách du lịch như chương 1 đã trình bày. Nhu cầu của khách du lịch bao gồm các nhu cầu như: ăn nghỉ, đi lại, thăm quan vui chơi giải trí... Các sản phẩm để thỏa mãn nhu cầu này phần lớn là các sản phẩm dịch vụ. Cầu về dịch vụ bao gồm các dịch vụ chín, đặc trưng và bổ sung.

- Cầu du lịch rất đa dạng, phong phú: Nhu cầu của khách du lịch là nhu cầu tổng hợp. Mỗi khách hàng có một thói quen, phong tục tập quán khác nhau, văn hóa khác nhau cũng như đặc điểm tâm lý và khả năng thanh toán khác nhau. Dẫn đến cầu về các hàng hóa và dịch vụ cho chuyến đi du lịch của họ không giống nhau.

- Cầu du lịch có tính linh hoạt, dao động cao: Do cầu du lịch chịu sự tác động rất lớn từ các yếu tố bên ngoài dẫn đến có sự thay đổi đột biến về lượng cầu. Các nhân tố thời tiết hậu, thiên tai, khủng hoảng kinh tế, dịch bệnh hoặc sự kiện chính trị là những nguyên nhân dẫn đến nhu cầu du lịch của khách giảm mạnh trong thời gian ngắn. Đây chính là vấn đề khó khăn và khó kiểm soát của các nhà kinh doanh trong lĩnh vực du lịch.

- Cầu du lịch có tính phân tán và cách xa cung: cung du lịch thường cố định ở một nơi. Trong đó cầu du lịch chính là nhu cầu của du khách ở tất cả mọi nơi trên thế giới. Một trong những đặc điểm của khách du lịch là rời nơi ở thường xuyên của mình đến với điểm du lịch, chính vì vậy khoảng cách địa lý từ nơi khách ở đến nơi du lịch là xa. Đây chính là yếu tố bất lợi cho các nhà kinh doanh du lịch, khác với các hoạt động kinh doanh khác, trong du lịch có dòng dịch chuyển ngược từ cầu đến cung.

- Cầu du lịch mang tính chu kỳ: nhu cầu du lịch bị chịu tác động của nhiều nhân tố có tính chu kỳ như: thời tiết khí hậu, thời gian rảnh rỗi, tâm lý khách hàng,...

1.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu du lịch

- Yếu tố tự nhiên: Các yếu tố tự nhiên như khí hậu, địa hình, địa mạo, động thực vật, tài nguyên nước... tác động chủ yếu đến việc hình thành cầu du lịch và lượng cầu du lịch. Các yếu tố tự nhiên ở cả hai địa điểm, một là tại nơi thường trú của khách và hai là tại các điểm tham quan du lịch, đều tác động đến cầu du lịch, nhưng cơ chế tác động khác nhau, thường là trái ngược nhau.

- Yếu tố văn hóa, xã hội: Yếu tố này bao gồm những thành tố cơ bản như tình trạng tâm, sinh lý con người, độ tuổi và giới tính của khách, thời gian nhàn rỗi, dân cư, trình độ văn hóa, thị hiếu và các kỳ vọng của mỗi cá nhân và từng nhóm người trong xã hội.

- Yếu tố kinh tế: Đây là nhóm yếu tố quyết định, tác động trực tiếp và nhiều chiều lên cầu du lịch, cả về sự hình thành cầu du lịch đến khối lượng và cơ cấu của nó trên thị trường du lịch. Trong nhóm yếu tố kinh tế, thì yếu tố thu nhập của dân cư hay thu nhập của người tiêu dùng, giá cả và tỷ giá hối đoái đóng vai trò đặc biệt quan trọng.

- Yếu tố cách mạng khoa học, công nghệ và quá trình đô thị hóa: Đây là yếu tố tác động sâu sắc đến toàn bộ hoạt động kinh tế và xã hội, trong đó có du lịch. Một mặt nó tạo điều kiện hình thành nhu cầu du lịch và chuyển hóa nhu cầu du lịch thành cầu du lịch. Mặt khác, yếu tố này làm cho sự cân bằng nhịp sống bị phá vỡ, buộc con người phải nghỉ ngơi để khôi phục lại. Từ đó nảy sinh nhu cầu dưới nhiều dạng khác nhau.

- Yếu tố chính trị: Yếu tố chính trị mang tính quyết định hình thành cầu trong du lịch. Điều kiện chính trị ổn định hay không ổn định sẽ làm tăng hoặc giảm nhu cầu du lịch.

- Yếu tố giao thông: Nhóm yếu tố giao thông cần được xem xét từ ba góc độ:

+ Sự phát triển mạng lưới giao thông

+ Phương tiện vận chuyển.

+ Điều hành giao thông.

- Các yếu tố khác: Các yếu tố khác như xúc tiến quảng bá du lịch, một, mức độ ô nhiễm môi trường và các yếu tố bất thường (thiên tai, chiến tranh, dịch bệnh...) cũng tác động đến nhu cầu du lịch và cầu du lịch.

1.2. Cung trong du lịch

1.2.1. Khái niệm cung du lịch

Cung du lịch là một thành phần cơ bản của thị trường du lịch, bao gồm toàn bộ hàng hóa du lịch (cả hàng hóa vật chất và hàng dịch vụ du lịch) mà các chủ thể thị trường bên bán có khả năng đưa ra thị trường và sẵn sàng bán trong một thời điểm xác định để đáp ứng nhu cầu du lịch nhằm mục đích sinh lời.

Ngoài ra còn có khái niệm cung du lịch là lượng cung. Khái niệm lượng cung chỉ rõ toàn bộ số lượng hàng hóa vật chất và dịch vụ du lịch mà người bán sẵn sàng bán và có khả năng bán ở mức giá đã xác định trong khoảng thời gian nhất định trên thị trường du lịch. Như vậy, cung du lịch hàm chứa toàn bộ mối quan hệ giữa lượng cung du lịch, cơ cấu cung và giá cả trên thị trường.

1.2.2. Nội dung và cơ cấu của cung du lịch

Cung du lịch được tạo ra do việc phối hợp bởi hai thành tố, đó là yếu tố cung và tạo cung:

* Yếu tố cung du lịch:

Bao gồm tài nguyên du lịch, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, dịch vụ và hàng hóa vật chất phục vụ du lịch.

- Tài nguyên du lịch: Theo Luật Du lịch Việt Nam thì 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 để hình thành các khu du lịch, điểm du lịch, tuyến du lịch, đô thị du lịch. (Luật Du lịch năm 2017). Tài nguyên du lịch được phân loại theo cách phổ biến, bao gồm tài nguyên du lịch thiên nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa. Đây là điều kiện cần, hấp dẫn ban đầu để tạo ra cung du lịch.

- Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch: Việc tạo ra sản phẩm du lịch, tức là tạo ra cung du lịch phụ thuộc rất nhiều vào cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Nếu như coi tiềm năng, tài nguyên du lịch là điều kiện cần cho sự phát triển du lịch của một quốc gia, vùng, một địa phương, một điểm du lịch, tạo nên sự hấp dẫn thu hút khách du lịch, thì cơ sở vật chất là điều kiện đủ cho sự phát triển du lịch. Bởi vậy nên sự phát triển của ngành du lịch, sự hình thành cung du lịch bao giờ cũng gắn liền với cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và cơ sở hạ tầng.

+ Cơ sở hạ tầng bao gồm hệ thống cơ sở của nhiều ngành khác như: điện, đường, trường, trạm phục vụ cho nhu cầu của xã hội nói chung và ngành du lịch nói riêng. Điều này đặc biệt có ý nghĩa khi những điểm du lịch được hưởng hoặc gần cơ sở hạ tầng tốt, ví dụ như: công viên, những con đường đẹp, các trung tâm thể thao... nó sẽ giúp cho cung du lịch trở nên hoàn thiện hơn.

+ Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là hệ thống nhà hàng, khách sạn, các hệ thống vật chất khác trực tiếp phục vụ hoạt động du lịch. Vấn đề này cần được chú trọng và quan tâm để đáp ứng nhu cầu thiết yếu của khách du lịch.

- Dịch vụ phục vụ khách du lịch: Trên thị trường du lịch khách hàng đòi hỏi một số lưu lượng lớn dịch vụ bao gồm các dịch vụ chính (dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú ăn uống), dịch vụ khác bao gồm dịch vụ đặc trưng (thuê hướng dẫn viên, phiên dịch, các dịch vụ vì nó mà người ta đi du lịch) và dịch vụ bổ sung (vui chơi, giải trí, dịch vụ mua sắm, sửa chữa, tư vấn...). Số lượng dịch vụ, cơ cấu các loại dịch vụ khác đòi hỏi trong mỗi chuyến đi tùy thuộc loại hình du lịch, cách tổ chức và nhu cầu của khách du lịch.

- Hàng hóa cung cấp cho khách du lịch: Bao gồm những hàng hóa chuyên bán (hàng hóa phục vụ tại chỗ như: rượu, bia,..), hàng lưu niệm, hàng có giá trị kinh tế cao. Việc bán được nhiều hàng hóa trên thị trường du lịch là hình thức xuất khẩu tại chỗ, thu được nhiều ngoại tệ cho đất nước. Hình thức xuất khẩu tại chỗ này có được nhiều lợi thế vì tiết kiệm được nhiều khoản chi phí như: đóng gói, bảo quản, đóng thuế nhập khẩu cho nước nhập hàng..., đặc biệt là hình thức này kéo theo sự phát triển của nhiều ngành liên quan. Đối với các nước đang phát triển thì đây là hình thức xóa đói giảm nghèo. Bởi vậy trong quá trình tạo cung du lịch, người sản xuất cần chú ý vấn đề này để đạt được hiệu quả cao trong kinh doanh du lịch.

Lưu ý rằng cung du lịch tạo ra không phải là sự gộp lại các yếu tố cấu

thành cung mà phải là quá trình phối hợp phức tạp, đa dạng và khéo léo... hài hòa các bộ phận cấu thành. Để có được sự phối hợp hài hòa ấy cần phải có một đội ngũ nhân lực du lịch sẽ là cầu nối tạo ra một sản phẩm du lịch hoàn chỉnh phục vụ nhu cầu của du khách.

* Yếu tố tạo cung du lịch:

Đó chính là nguồn nhân lực du lịch. Đội ngũ nhân lực này được hiểu là đội ngũ trực tiếp sản xuất, tiếp xúc với khách hàng để cung cấp các dịch vụ và đội ngũ nhân lực tại các tổ chức trung gian (đại lý lữ hành, công ty lữ hành...). Việc ghép nối các yếu tố tạo thành cung du lịch đòi hỏi phải có nguồn nhân lực du lịch. Cung du lịch chỉ thực sự phát triển nếu có một đội ngũ nhân lực chất lượng cao, số lượng đủ, cơ cấu hợp lý và có trách nhiệm cao với đất nước, đó là những công nhân, nhân viên lành nghề, những nhà khoa học, công nghệ du lịch tài năng, giỏi chuyên môn nghiệp vụ, những nhà doanh nghiệp tháo vát, những nhà lãnh đạo, quản lý tận tụy, biết nhìn xa trông rộng. Bởi vậy, việc đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch là vô cùng quan trọng.

- Số lượng và chất lượng cung du lịch: Cung du lịch là một đại lượng có thực, được xác định về số lượng và chất lượng

+ Số lượng của cung du lịch là toàn bộ khối lượng dịch vụ du lịch và hàng hóa vật chất phục vụ du lịch mà người bán có thể thực hiện được (có thể bán được) trên thị trường trong một thời điểm nhất định với giá xác định. Số lượng của cung du lịch được xác định thông qua một tiêu chí mang tính gián tiếp là khả năng của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và cơ sở hạ tầng du lịch, cơ sở hạ tầng liên quan để tạo ra dịch vụ và hàng hóa cần thiết thỏa mãn nhu cầu du lịch.

+ Chất lượng cung trong du lịch là toàn bộ các mối quan hệ phức tạp giữa người mua và người bán. Chất lượng của cung du lịch phụ thuộc vào các yếu tố như: quyền lợi của bên bán, tỷ trọng của bên bán trên thị trường, các động lực, đòn bẩy kinh tế như lãi suất, lợi nhuận, tỷ giá... Chất lượng cung du lịch không giống như chất lượng cung thông thường. Kết quả đánh giá chỉ có thể biết được sau khi tiêu dùng. Chất lượng cung du lịch bao gồm các khía cạnh về đặc tính hữu hình, độ tin cậy, sự đảm bảo chắc chắn, tinh thần trách nhiệm và sự thấu hiểu, thông cảm giữa người cung ứng và người tiêu dùng sản phẩm du lịch cụ thể nào đó. Các đặc tính hữu hình chính là tài nguyên, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch... tiện nghi, trang phục của nhân viên của các cơ sở tạo cung du lịch; còn yếu tố tin cậy là khả năng thực hiện lời hứa phục vụ một cách chính xác và đúng như thông điệp quảng bá, quảng cáo đã tung ra...

1.2.3. Đặc điểm cung du lịch

- Cung du lịch mang tính tổng hợp cao: Điều này có nghĩa là sản phẩm du lịch hoàn chỉnh là sự tổng hợp các dịch vụ riêng lẻ như vận chuyển, lưu trú, ăn uống... vui chơi giải trí.. để phục vụ du khách. Và như vậy, sản phẩm hoàn chỉnh ấy có thể giảm chất lượng khi một trong số các dịch vụ đó có chất lượng thấp. Ngược lại, khi khách hàng đã hài lòng với một sản phẩm du lịch đơn lẻ nào đó, cũng có thể dẫn đến tăng khả năng tiêu thụ các dịch vụ khác.

- Cung du lịch chủ yếu không ở dạng hiện vật: Cung du lịch là một đại lượng xác định nhưng hầu hết không tồn tại ở dạng hiện vật. Hơn 80% tiêu dùng du lịch là tiêu dùng dịch vụ. Dịch vụ chỉ diễn ra khi phục vụ khách, nó không

thể trưng bày một cách trực tiếp như các hiện vật cụ thể, hàng hóa vật chất khác.

- Cung du lịch thường có tính mềm dẻo, rất kém linh hoạt và không thể dự trữ: Cung du lịch thường khó thay đổi. Nét đặc trưng này xuất phát từ một số nguyên nhân sau:

+ Sản xuất và tiêu dùng dịch vụ du lịch cũng như một số loại hàng hóa phục vụ du lịch tại chỗ (chủ yếu là hàng ăn uống) diễn ra đồng thời tại điểm du lịch.

+ Dịch vụ du lịch chỉ được tạo ra khi khách hàng đã có mặt và chỉ định rõ số lượng, loại hình và cơ cấu của dịch vụ mà họ cần.

+ Một trong các thành tố tạo cung du lịch là tài nguyên du lịch. Tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên du lịch thiên nhiên thường mang tính cố định, rất khó di chuyển, gắn với một không gian, địa chỉ nhất định.

+ Trong quá trình tạo ra cung du lịch tỷ trọng vốn cố định cao hơn vốn lưu động.

- Cung du lịch hạn chế về mặt số lượng và thường khó di chuyển: như trên đã trình bày, cung du lịch mang tính cố định, gắn liền với yếu tố tài nguyên du lịch và các công trình kiến trúc, tòa nhà (khách sạn). Trong thời gian ngắn sự thay đổi về số lượng cung là khó khăn.

- Cung du lịch có tính chuyên môn hóa cao: sản phẩm du lịch chủ yếu là dịch vụ. Các dịch vụ đều có sự tham gia của yếu tố con người (người lao động và khách hàng) tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm. Vì thế, mỗi dịch vụ đòi hỏi người lao động chuyên môn hóa cao để phục vụ các nhu cầu riêng biệt trong nhu cầu tổng hợp của khách khi đi du lịch.

1.2.4. Những yếu tố tác động vào cung du lịch

- Sự phát triển của lực lượng sản xuất, quan hệ sản xuất và các thành tựu khoa học kỹ thuật, công nghệ.

- Cầu du lịch.

- Các yếu tố đầu vào (các yếu tố sản xuất).

- Số lượng người sản xuất (đối thủ cạnh tranh)

- Các kỳ vọng: Các mong đợi của người bán (người sản xuất và các thành phần trung gian tham gia vào tiêu thụ hàng hóa du lịch) về sự thay đổi của hàng hóa bán ra, của các yếu tố đầu vào, của chính sách thuế, về sự thay đổi của cầu du lịch... đều ảnh hưởng trực tiếp đến cung du lịch.

- Mức độ tập trung hóa của cung: Tập trung hóa càng cao thì càng mở rộng lượng cung trên thị trường du lịch, nâng cao khả năng cạnh tranh của người bán trên thị trường du lịch, thu được lợi nhuận cao nhờ giảm một số chi phí, bổ sung thể mạnh cho nhau.

- Chính sách thuế: Đây là chính sách được xem xét riêng bởi sự tác động đặc biệt của nó. Chính sách này vừa ảnh hưởng trực tiếp đến du lịch, vừa ảnh hưởng đến du lịch thông qua các ngành kinh tế khác liên quan đến du lịch.

- Chính sách phát triển du lịch: Các chính sách như phát triển nguồn nhân lực du lịch, chính sách phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển du lịch, chính sách về vốn, chính sách thị trường, chính sách nghiên cứu khoa học, công nghệ du lịch và bảo vệ môi trường, chính sách cải cách hành chính...

- Các sự kiện bất thường: Ví dụ: Lũ lụt, xung đột chính trị...

2. Khái niệm về tính thời vụ trong du lịch

Có thể nói du lịch là ngành kinh doanh dịch vụ là chủ yếu. Do tác động của nhiều nhân tố khác nhau mà hoạt động du lịch mang tính thời vụ. Tính thời vụ đó đã gây những tác động lớn đến hoạt động kinh doanh du lịch.

Qua nghiên cứu, có nhiều tác giả có chung quan điểm về tính thời vụ du lịch như sau:

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

- 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.

- Trong thực tế thời vụ du lịch của một điểm, vùng, quốc gia là tập hợp hàng loạt các biến động theo mùa của cung và cầu, cũng như sự tác động tương hỗ giữa chúng trong tiêu dùng du lịch.

Việc xác định thời vụ của từng loại hình du lịch - du lịch nghỉ núi; du lịch nghỉ biển, du lịch chữa bệnh và du lịch hội thảo... được thực hiện dễ hơn, bởi các dao động ở mỗi một loại hình du lịch thường chỉ diễn ra một lần trong năm.

Những năm gần đây, do sự tiến bộ vượt trội của khoa học kỹ thuật, sự phát triển nhanh chóng của du lịch trên thế giới và nhiều các quốc gia, thời vụ du lịch đã có sự cải thiện, kéo dài thời vụ và dần bớt được cường độ của thời vụ du lịch.

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

3. Đặc điểm của thời vụ du lịch

- Thời vụ trong du lịch là một hiện tượng phổ biến khách quan, nó tồn tại ở tất cả các quốc gia và các vùng có hoạt động du lịch:

Về mặt lý thuyết, nếu một vùng du lịch kinh doanh nhiều thể loại du lịch và đảm bảo được cường độ hoạt động đều đặn trong các tháng của năm (luôn giữ được lượng khách và doanh thu nhất định) thì tại vùng đó tính thời vụ là không tồn tại. Tuy nhiên, khả năng đó là rất khó thực hiện vì có rất nhiều yếu tố tác động lên hoạt động kinh doanh du lịch làm cho hoạt động đó khó có thể đảm bảo cường độ hoạt động đều đặn trong năm, và vì vậy tồn tại tính thời vụ trong du lịch.

- Các quốc gia khác nhau, vùng khác nhau có thể có một hoặc nhiều thời vụ du lịch, tùy thuộc vào các thể loại du lịch phát triển ở đó:

Một nước hay một vùng chỉ phát triển một loại hình du lịch là chủ yếu như nghỉ biển hay nghỉ núi thì ở đó chỉ có một mùa du lịch là mùa hè hoặc mùa đông. Tuy nhiên, một số điểm du lịch hiện nay ở Việt Nam vẫn có thể có nhiều thời vụ khác nhau đối với các đối tượng khách nội địa và quốc tế.

- Cường độ của thời vụ du lịch khác nhau theo chu kỳ kinh doanh

Nguyên nhân là do nhu cầu du lịch không giống nhau giữa các tháng trong năm tạo ra mỗi giai đoạn có lượng cầu khác nhau, đó là các thời vụ (hay mùa trong du lịch). Thời gian mà ở đó cường độ lớn nhất được quy định là thời vụ chính (mùa chính), còn thời kỳ có cường độ nhỏ hơn ngay trước mùa chính gọi là thời vụ trước mùa, ngay sau mùa chính gọi là thời vụ mùa sau. Thời gian còn lại trong năm được gọi là ngoài mùa. Ở một số nước chỉ kinh doanh du lịch nghỉ biển là chủ yếu thời gian ngoài mùa người ta gọi là “mùa chết”.

+ Thời vụ chính (chính vụ): Là khoảng thời gian có cường độ tiếp nhận khách du lịch lớn nhất.

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

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

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

Ví dụ: Tại bãi biển ở Sầm Sơn vào tháng 6, 7, 8 là thời gian tắm biển đẹp nhất, nhiều người đi tắm nhất (và cũng vì vào kì nghỉ hè). Vào thời gian đó số khách đông nhất, cường độ thời vụ lớn nhất hoặc gọi là mùa vụ chính. Vào tháng 4, tháng 5, tháng 9, tháng 10 nước biển cũng tương đối ấm, có thể tắm biển được vẫn còn có khách đến tắm biển, nghỉ ngơi hoặc trước mùa và sau mùa. Còn tháng 11, 12, 1, 2, 3 là những tháng ngoài mùa hầu như không có khách đi du lịch (mùa chết).

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

- Độ dài của thời gian và cường độ của thời vụ du lịch phụ thuộc vào mức độ phát triển và kinh nghiệm kinh du lịch của các quốc gia, các vùng, điểm du lịch và các nhà kinh doanh du lịch:

Cùng kinh doanh một loại hình du lịch, với các điều kiện về tài nguyên du lịch tương đối như nhau tùy ở các nước, các vùng, các cơ sở kinh doanh du lịch phát triển hơn, có kinh nghiệm kinh doanh tốt hơn. Thậm chí kinh doanh du lịch được khai thác quanh năm. Ngược lại, các nước, các vùng, các nhà kinh doanh du lịch mới phát triển, chưa có kinh nghiệm kinh doanh thường có mùa du lịch ngắn hơn và cường độ của du lịch chính thể hiện mạnh hơn.

- Thời gian và cường độ của thời vụ du lịch có sự khác biệt phụ thuộc vào từng đối tượng khách du lịch:

Các doanh nghiệp khai thác nguồn khách du lịch là thanh, thiếu niên (sinh viên, học sinh) thường có mùa ngắn hơn và có cường độ mạnh hơn so với những doanh nghiệp đón khách ở độ tuổi trung niên. Nguyên nhân chính là do thanh, thiếu niên thường hay đi theo đoàn vào các dịp nghỉ hè, nghỉ tết ngắn hạn. Hoặc đối với các doanh nghiệp khai thác nguồn khách chủ yếu là khách nội địa thì khác với các doanh nghiệp khai thác đối tượng khách inbound hoặc outbound.

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

Tại các điểm có các công trình kiến trúc như khách sạn, khu điều dưỡng... thì mùa du lịch kéo dài và cường độ mùa du lịch chính không chênh lệch quá cao so với thời gian còn lại và ngược lại. Các quốc gia, vùng có chủ yếu là các cơ sở lưu trú chính - khách sạn, motel, nhà nghỉ, khu điều dưỡng, mùa du lịch kéo dài hơn và cường độ của mùa chính là yếu hơn so với nơi sử dụng nhiều nhà trọ và lều trại. Ở đó mùa du lịch thường ngắn hơn và cường độ thường mạnh hơn. Đặc điểm này là hậu quả của nhiều nguyên nhân khác nhau như:

+ Những nơi có chủ yếu là các cơ sở lưu trú chính thì việc được đầu tư và bảo dưỡng tốn kém hơn dẫn đến các nhà kinh doanh phải tìm nhiều biện pháp kéo dài thời vụ hơn.

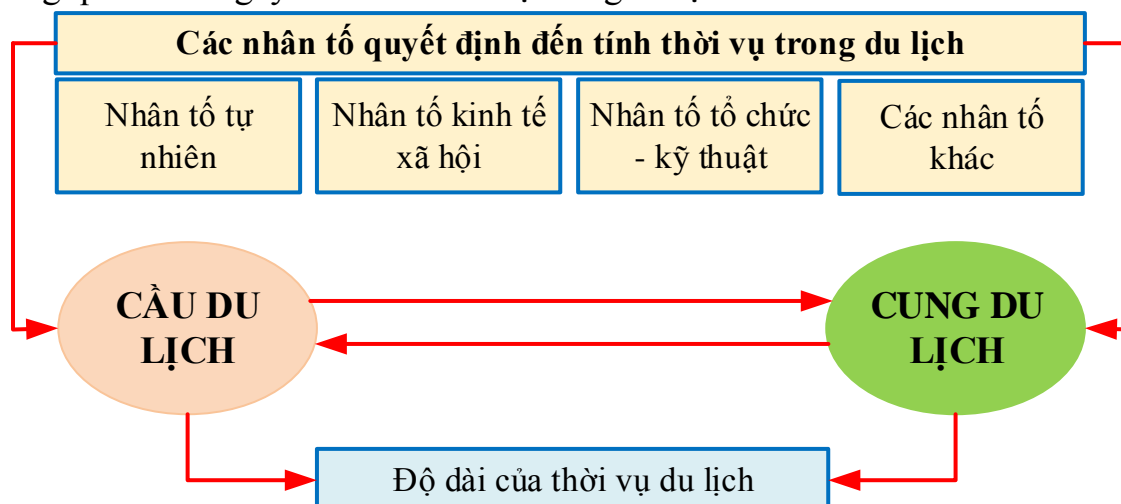
+ Những nơi có thời vụ du lịch ngắn thì nhu cầu đầu tư và xây dựng các cơ sở lưu trú chính là ít hơn. Cơ sở lưu trú là nhà trọ và lều trại vừa linh hoạt lại vừa tốn ít chi phí hơn.

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

Du lịch chữa bệnh chia làm hai mùa dài hơn và cường độ vào mùa chính yếu hơn. Du lịch nghỉ biển (vào mùa hè), nghỉ núi (trượt tuyết vào mùa đông) có mùa ngắn hơn và cường độ mạnh hơn (do phụ thuộc vào yếu tố tự nhiên nhiều hơn).

4. Các yếu tố tác động tới thời vụ du lịch

Thời vụ du lịch được hình thành và ảnh hưởng dưới tác động của nhiều nhân tố. Một số các nhân tố tác động chủ yếu lên cầu, một số khác tác động chủ yếu lên cung, có nhân tố tác động lên cả hai thành phần của thị trường du lịch và thông qua đó mà gây nên tính thời vụ trong du lịch.



Sơ đồ 3.1. Sự tác động của các nhân tố tới thời vụ du lịch

Tính thời vụ trong du lịch đã gây ra rất nhiều khó khăn cho việc kinh doanh đạt hiệu quả của ngành du lịch. Do vậy, muốn nâng cao hiệu quả trong kinh doanh du lịch cần nghiên cứu sâu và tỉ mỉ những nhân tố quyết định tính thời vụ trong du lịch, không chỉ trong phạm vi một đất nước mà cả ở những vùng riêng biệt, với những điều kiện kinh doanh cụ thể.

Sự nghiên cứu các nhân tố một cách khoa học (nghiên cứu các nhân tố một cách có hệ thống không được đánh giá cao quá ảnh hưởng của một vài nhân tố, hoặc hạ thấp vai trò của một vài nhân tố khác) và toàn diện (nghiên cứu đầy đủ các nhân tố và quan sát từng nhân tố ở mọi khía cạnh khác nhau) sẽ cho phép các cơ quan và các nhà quản lý du lịch định ra chính sách phát triển ngành phát triển vùng và doanh nghiệp du lịch một cách đúng đắn, nhằm giảm bớt tác động bất lợi của đa số các nhân tố và kết quả là kéo dài được thời vụ du lịch.

Một số các tác nhân tác động chủ yếu lên cung du lịch, một số khai thác tác động chủ yếu lên cầu du lịch. Có nhân tố lại tác động lên cả cung và cầu du lịch và thông qua đó gây nên tính thời vụ trong kinh doanh du lịch.

4.1. Yếu tố tự nhiên

Khí hậu là nhân tố có ý nghĩa quan trọng trong việc hình thành tính thời vụ du lịch. Nó tác động mạnh lên cả cung và cầu du lịch. Ảnh hưởng của nhân tố khí hậu thể hiện rõ nét ở các loại hình du lịch nghỉ biển, nghỉ núi và mức độ nhất định trong du lịch chữa bệnh. Đối với các du lịch nghỉ biển, các thành phần như ánh nắng, độ ẩm, hướng gió, nhiệt độ và một số đặc điểm như vị trí địa lý, độ dài, chiều dài - rộng của bãi tắm... sẽ quyết định đến nhu cầu của khách... Tuy nhiên, ở từng vùng khí hậu cụ thể thì mức độ tác động có khác nhau (ví dụ ở vùng khí hậu hàn đới thì nhân tố này tác động lên cả cung và cầu du lịch, song ở vùng khí hậu nhiệt đới thì nhân tố này lại chỉ tác động chủ yếu lên cầu du lịch).

- Đối với các loại du lịch nghỉ biển, nghỉ núi, du lịch thể thao núi thì:

+ Hướng ảnh hưởng: Khí hậu hoặc tài nguyên du lịch dẫn đến cầu du lịch.

+ Mức độ ảnh hưởng đối với các thể loại du lịch như du lịch nghỉ biển, du lịch nghỉ núi, du lịch thể thao thì rất lớn.

- Đối với du lịch nghỉ biển, các thành phần của khí hậu như cường độ ánh nắng, độ ẩm, độ mạnh và hướng của gió, nhiệt độ, cộng với một số đặc điểm khác của biển và bờ biển như: độ sâu của bờ biển, kích thước của bãi tắm... quyết định mức độ tiện nghi phù hợp với việc tắm biển và phơi nắng của khách, từ đó dẫn tới việc xác định giới hạn của thời vụ du lịch. Tuy nhiên, giới hạn đó có thể mở rộng ra hoặc thu hẹp lại tùy thuộc vào đòi hỏi của khách du lịch và tiêu chuẩn của họ khi sử dụng tài nguyên du lịch.. Giới hạn của thời tiết gây ra có thể mở rộng, hoặc thu hẹp lại, tùy thuộc vào đòi hỏi của khách du lịch và tiêu chuẩn của nó khi sử dụng tài nguyên du lịch.

- Đối với một số loại hình du lịch khác như du lịch chữa bệnh, du lịch văn hóa, du lịch công vụ, ảnh hưởng của điều kiện khí hậu không khác như với du lịch nghỉ biển. Tuy nhiên, các loại hình du lịch đó cũng có biểu hiện cường độ khách tập trung chủ yếu vào một số thời gian trong năm, chủ yếu là vào mùa khô. Điều này được giải thích là vào mùa khô, thời tiết thuận lợi hơn cho các cuộc hành trình du lịch.

Khí hậu không ảnh hưởng trực tiếp lên tài nguyên du lịch. Khí hậu lại có ảnh hưởng trực tiếp lên cầu du lịch. Khách du lịch của các thể loại du lịch này thường chọn khi thời tiết thuận lợi để thực hiện các cuộc hành trình du lịch. Do đó, biểu hiện cường độ khách tập trung chủ yếu vào một số thời gian trong năm.

4.2. Yếu tố kinh tế - xã hội

4.2.1. Yếu tố kinh tế:

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

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

Sự thay đổi có thể kéo theo làm thay đổi mức độ, thời vụ của du lịch.

4.2.2. Yếu tố xã hội

- Thời gian rỗi:

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

+ Là thời gian nghỉ phép năm tác động lên thời vụ du lịch, do độ dài của thời hạn phép và thời gian sử dụng phép. Nếu thời gian phép ngắn thì người ta thường chỉ đi du lịch một lần trong năm, khi đó họ chọn thời gian chính vụ để đi du lịch với mong muốn được tận hưởng những ngày nghỉ quý giá, do đó cường độ du lịch sẽ cao vào mùa chính. Ngược lại thời gian nghỉ phép năm dài cho phép con người đi du lịch nhiều lần trong năm, tỉ trọng nhu cầu tập trung vào mùa chính sẽ giảm, góp phần làm giảm cường độ du lịch trong mùa chính, tăng cường độ thu hút nhu cầu ngoài mùa. Như vậy sự gia tăng thời gian nhàn rỗi góp phần giảm cường độ của du lịch ở thời vụ chính và tăng cường độ du lịch vào ngoài mùa du lịch. Việc phân bố thời gian sử dụng phép năm của nhân dân lao động cũng ảnh hưởng đến tính thời vụ trong du lịch. Sự tập trung lớn nhu cầu vào vụ chính còn do việc sử dụng phép theo tập đoàn như cán bộ - giáo viên trong trường học nghỉ hè, nông dân nghỉ vào ngày không bận rộn mùa màng. Một số công ty ngừng hoạt động chính vào một giai đoạn trong năm và nhân viên phải nghỉ phép trong thời gian đó.

+ Là thời gian nghỉ của trường học, điều này làm cho học sinh và cha mẹ chúng có thời gian đi du lịch. Thường là đối với học sinh có độ tuổi từ 6 - 15 tuổi, các bậc cha mẹ thường sắp xếp thời gian nghỉ phép cùng, để tận hưởng ngày nghỉ cùng với con cái. Đối với tầng lớp học sinh, sinh viên ở các trường phổ thông trung học, đại học, cao đẳng, kỳ nghỉ hè trùng với mùa du lịch biển... Điều này làm tăng cường độ mùa du lịch chính. Đối với những người hưu trí, số lượng của đối tượng này ngày càng tăng do tuổi thọ trung bình tăng, thời gian của họ có thể đi du lịch bất kỳ lúc nào nếu có đủ điều kiện kinh tế, đây là lực lượng du khách làm giảm bớt cường độ mùa du lịch chính.

- Hiện tượng quần chúng hóa trong du lịch:

Hiện tượng quần chúng hóa trong du lịch là nhân tố ảnh hưởng đến cầu trong du lịch. Đó là sự tham gia của số đông khách có khả năng thanh toán trung bình (thường ít có kinh nghiệm đi du lịch) họ thường thích đi nghỉ vào mùa du lịch chính, vì các nguyên nhân chủ yếu sau:

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

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

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

nghiệm của người khác. Họ thường đi nghỉ vào thời gian mà các nhân vật có tiếng đi nghỉ. Vì vậy, sự quần chúng hóa trong du lịch làm tăng tính thời vụ vốn có trong du lịch. Để khắc phục ảnh hưởng này người ta thường dùng chính sách giảm giá vào trước và sau mùa chính, đồng thời tăng cường quảng cáo các điều kiện nghỉ ngơi ngoài mùa chính để thu hút khách.

- Phong tục tập quán:

Phong tục tập quán là nhân tố có tính bất hợp lý tác động mạnh lên sự tập trung các nhu cầu du lịch vào thời vụ chính. Thông thường là các phong tục có tính chất lâu dài và được hình thành dưới tác động của các điều kiện kinh tế - xã hội. Các điều kiện này thay đổi sẽ tạo ra các phong tục mới nhưng không thể xóa bỏ phong tục cũ và chúng có thể chấp nhận được. Ví dụ: ở miền Bắc nước ta vào mùa xuân là mùa lễ hội như Chùa Hương, Chùa Thầy, Đền Hùng, Hội Lim... chiếm tới 74% tổng số lễ hội trong năm. Do đó, du lịch lễ hội vào thời điểm này có cường độ rất mạnh mẽ. Để khắc phục phần nào hiện tượng này, phương pháp chủ yếu là mở rộng hoạt động thông tin, tuyên truyền, quảng cáo trong thời gian dài. Vì việc thay đổi phong tục của đất nước, của vùng thường diễn ra rất chậm chạp.

4.3. Sự sẵn sàng đón tiếp

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

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

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

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

Các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo ảnh hưởng không nhỏ đến sự phân bố của luồng khách du lịch, giúp cho khách du lịch nắm được các thông tin về điểm du lịch để họ có kế hoạch đi nghỉ sớm hoặc sau mùa chính một khi họ thấy có lợi.

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

4.4. Các yếu tố khác

- Điều kiện về tài nguyên du lịch:

Tài nguyên du lịch là nhân tố tác động mạnh đến cung du lịch. Điều kiện về tài nguyên du lịch như bờ biển đẹp, dài... mùa du lịch biển tăng và ngược lại hoặc

các danh lam thắng cảnh phong phú sẽ làm tăng cường độ du lịch tham quan. Ở những vùng có suối nước khoáng tạo điều kiện du lịch chữa bệnh phát triển...

Độ dài của thời vụ du lịch của một vùng phụ thuộc vào sự đa dạng của các thể loại du lịch có thể phát triển ở đó. Ví dụ: một nước có điều kiện phát triển du lịch nghỉ biển thì thời vụ du lịch sẽ ngắn hơn so với một nước khác vừa có thể phát triển du lịch nghỉ biển vừa kết hợp với du lịch chữa bệnh và văn hóa.

- Nhân tố mang tính tâm lý (nhân tố về một và sự bất chước):

Một số người muốn đi nghỉ ở một vùng, một đất nước du lịch nào đó mà họ không hề biết đến các điều kiện cụ thể về ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi, giải trí. Khi đó họ chọn thời gian đi nghỉ theo các khách có kinh nghiệm hoặc những nhân vật nổi tiếng. Ví dụ: một số người sống ở miền Nam muốn ra miền Bắc đi lễ hội Chùa Hương lần đầu tiên. Người đó không hề biết phải đi như thế nào? các điều kiện ăn uống, nghỉ ngơi, lễ hội ra sao? Và đi vào lúc nào là tốt nhất... Người đó liền tìm ý kiến của những người xung quanh đã từng đi rồi, họ khuyên là đi vào tháng 1 âm lịch là tốt nhất, thế là mặc dù lễ hội chính bắt đầu từ 15/2 âm lịch người khách đó đi lễ vào tháng 1 (có thể là xin đi theo đoàn của những người hay đi theo tổ chức). Một đôi nam nữ phải chọn cho mình một địa điểm đi du lịch vào tuần trăng mật. Họ có khả năng về tài chính, song không biết chọn nơi nào cho xứng đáng nhất. Thế là họ liền chọn bờ biển của Haiti, nơi mà thường các ngôi sao của điện ảnh và nghệ thuật hay đến nghỉ, làm điểm du lịch cho tuần trăng mật của mình.

Khi những trường hợp nêu trên là khá phổ biến thì có thể tạo sự căng thẳng nhân tạo của thời vụ tại một điểm thời gian nào đó. Tuy nhiên, nhân tố chủ yếu ảnh hưởng lên cường độ biểu hiện của thời vụ du lịch, ít ảnh hưởng lên độ dài của thời vụ. Mức độ ảnh hưởng là ít và bất biến.

- Các nhân tố đặc biệt:

Một số khách sạn phục vụ đối tượng khách chính là khách công vụ thì thời vụ của các khách sạn này phụ thuộc lớn vào thời gian họp tổng kết của các doanh nghiệp.

5. Các tác động bất lợi của thời vụ du lịch và các phương hướng giải pháp khắc phục

5.1. Các tác động bất lợi của thời vụ du lịch

Tính thời vụ trong du lịch ảnh hưởng bất lợi đến tất cả các thành phần của quá trình du lịch: Tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân viên phục vụ, khách du lịch...

* Đối với dân cư sở tại:

- Khi cầu du lịch tập trung quá lớn gây nên sự mất cân đối, mất ổn định đối với các phương tiện giao thông đại chúng, đối với mạng lưới phục vụ xã hội, làm ảnh hưởng đến đời sống sinh hoạt hàng ngày của nhân dân địa phương.

- Khi cầu du lịch giảm xuống và giảm tới mức bằng không thì người làm hợp đồng theo thời vụ sẽ không còn việc làm. Ngoài ra những nhân viên cố định cũng có thu nhập thấp hơn. Nguồn lao động trong cơ sở du lịch không được sử dụng hết dễ gây sự chuyên dịch việc làm. Mọi quan tâm của nhân viên trong việc nâng cao trình độ nghiệp vụ bị hạn chế.

- Tính thời vụ trong du lịch ảnh hưởng bất lợi đến tất cả các thành phần của

quá trình du lịch - đến dân cư sở tại, đến chính quyền địa phương và nhất là đến khách du lịch và nhà kinh doanh du lịch.

* Đối với chính quyền địa phương:

Cầu du lịch tập trung lớn dẫn đến sự mất ổn định cho việc bảo vệ trật tự an ninh và an toàn xã hội. Ở mức độ nhất định, tính thời vụ gây ra những khó khăn cho việc quản lý nhà nước đối với hoạt động du lịch. Ngược lại, cầu du lịch giảm thì những khoản thu nhập từ thuế và lệ phí do du lịch đem lại cũng giảm.

* Đối với khách du lịch:

Đối với du khách, tính thời vụ làm hạn chế khả năng tìm chỗ nghỉ thích hợp với thời gian tự chọn theo ý muốn. Bên cạnh đó, vào mùa du lịch chính, du khách tập trung quá đông trên các phương tiện giao thông, tại các điểm du lịch, vùng du lịch làm giảm tiện nghi đi lại, lưu trú của du khách. Do đó, làm giảm chất lượng phục vụ cho khách du lịch.

* Đối với nhà kinh doanh du lịch:

- Do cơ sở vật chất chỉ được sử dụng ít trong năm nên tỉ trọng chi phí cố định trong giá thành của sản phẩm, hàng hóa dịch vụ du lịch tăng lên, ảnh hưởng đến chính sách giảm giá thành để tạo lợi thế cạnh tranh.

- Việc phân bổ không đồng đều của hoạt động du lịch theo thời gian cũng gây ảnh hưởng không tốt đến các ngành kinh tế và dịch vụ có liên quan, vì nó dẫn đến phá vỡ tính kế hoạch của các ngành đó.

- Đối với chất lượng phục vụ du lịch: Vào thời vụ chính, lượng cầu du lịch lớn hơn cung du lịch dẫn đến chất lượng phục vụ bị giảm sút do không đáp ứng đủ nhu cầu. Từ đó ảnh hưởng đến uy tín của nhà kinh doanh.

- Đối với việc tổ chức và sử dụng nhân lực: Việc sử dụng nguồn nhân lực bị mất cân đối giữa thời vụ chính và ngoài thời vụ.

- Đối với việc tổ chức các hoạt động cung ứng, các ngành kinh tế và dịch vụ có liên quan, dịch vụ công cộng: nguồn cung ứng không ổn định, vào chính vụ nguồn cung ứng không đủ đáp ứng nhu cầu.

- Đối với tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật: Tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật dễ bị xuống cấp vì sự quá tải vào thời vụ chính. Còn ngoài thời vụ, tài nguyên du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật bị lãng phí.

5.2. Phương hướng, giải pháp khắc phục

5.2.1. Phương hướng

- Làm tăng mức độ phù hợp tối ưu giữa cung và cầu:

+ Tổ chức lao động hợp lý: các doanh nghiệp du lịch cần xây dựng kế hoạch nhân sự cho lao động cơ hữu và lao động hợp đồng theo thời vụ.

+ Liên kết với các doanh nghiệp, các tổ chức, cơ sở đào tạo để hỗ trợ về nguồn nhân lực lúc quá tải.

+ Tạo công ăn việc làm ngoài thời vụ du lịch cho lao động cơ hữu của doanh nghiệp.

+ Kéo dài độ dài của thời vụ du lịch: Tăng thêm các loại hình (kinh doanh) dịch vụ bổ sung: giải trí, tiêu khiển, thể thao, câu lạc bộ. Dùng chính sách khuyến khích, khen thưởng ngoài thời vụ chính: Giảm giá, thêm dịch vụ không mất tiền, tặng quà, tặng tỷ giá hối đoái. Hiện nay, các doanh nghiệp khách sạn, các doanh nghiệp vận chuyển, hãng hàng không thường liên kết với

nhau để đưa ra các chương trình du lịch có mức giá hấp dẫn để thu hút khách hàng ở những mùa thấp điểm.

- Tạo điều kiện cho thời vụ thứ hai: Cần xác định được những thể loại du lịch mới có thể phát triển đạt hiệu quả kinh tế. Việc đánh giá, xác định phải dựa trên cơ sở những tiêu chuẩn sau:

+ Tính hấp dẫn của tài nguyên du lịch chính vào thời gian ngoài mùa du lịch chính.

+ Khả năng huy động những tài nguyên du lịch chưa được khai thác.

+ Nguồn khách triển vọng theo số lượng và cơ cấu.

+ Chất lượng và cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật đã có (đánh giá theo hướng xem cơ sở vật chất kỹ thuật đó có thể thỏa mãn được những nhu cầu của các đối tượng khách du lịch khác).

+ Lượng vốn cần thiết để đầu tư xây dựng thêm trang thiết bị phục vụ cho mùa du lịch thứ hai.

Tác động nhiều mặt của tính thời vụ trong du lịch đòi hỏi phải có phương pháp thích hợp trong hoạt động nhằm hạn chế những tác động bất lợi nêu trên trong toàn ngành và các cơ sở trực thuộc.

5.2.2. Các biện pháp khắc phục tính thời vụ

Khắc phục ảnh hưởng bất lợi của thời vụ du lịch là việc làm cấp thiết, đòi hỏi sự phối hợp của tất cả các thành phần tham gia vào quá trình du lịch.

* Nghiên cứu thị trường:

Để xác lập số lượng và thành phần của luồng khách triển vọng ngoài mùa du lịch chính. Ở đây cần chú trọng đến những nhóm khách chủ yếu: khách du lịch công vụ, thương nhân và nhân viên không được sử dụng phép năm, các gia đình có con nhỏ không bị hạn chế thời gian nghỉ vào mùa du lịch chính, những người hưu trí, những người có nhu cầu đặc biệt không liên quan đến mùa du lịch chính. Trong mỗi nhóm khách cần vạch ra những sở thích về các dịch vụ chính, dịch vụ bổ sung, điều kiện giải trí, khả năng mua hàng...

Thông tin từ nghiên cứu trên sẽ phục vụ cho việc đổi mới cơ sở vật chất kỹ thuật, đa dạng hóa chương trình vui chơi giải trí, cung ứng vật tư và việc làm tốt hơn.

* Nâng cao sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch quanh năm chung cho cả nước, theo vùng du lịch và trong từng khu du lịch:

- Thực hiện thực hiện thật tốt sự phối hợp giữa những người tham gia vào việc tạo ra và thực hiện sản phẩm du lịch ngoài thời vụ du lịch chính để có thể đạt tới sự thực hiện thống nhất về quyền lợi và hành động.

- Nâng cao chất lượng và cải tiến cơ cấu của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và làm cho nó có khả năng thích ứng để thỏa mãn các nhu cầu và đòi hỏi đa dạng của khách trong khi đi lại và lưu trú.

- Nâng cao tính toàn diện của vùng và để đạt được sức thu hút cần thiết, trong từng khu du lịch nên hình thành những tiểu khu một cách phù hợp, tùy theo nhu cầu và đòi hỏi của du khách để kinh doanh quanh năm.

- Mở rộng và cải tiến cơ sở thể thao.

- Làm phong phú thêm chương trình du lịch bằng các biện pháp để giải trí, tiêu khiển, xây dựng một loạt các câu lạc bộ tùy thuộc đặc điểm của khách hàng ở từng khu du lịch.

* Sử dụng tích cực các động lực kinh tế nhằm:

- Nâng cao hứng thú của khách du lịch đối với đất nước và đối với từng trung tâm du lịch.

- Bù đắp lại giá trị và sức hấp dẫn bị giảm bớt của tài nguyên du lịch và để tạo ra cho khách du lịch những điều kiện sử dụng tài nguyên ấy.

* Quảng cáo và tuyên truyền nhằm thu hút khách du lịch ngoài thời vụ chính phải được thực hiện một cách sôi động kể cả hình thức lẫn phương tiện:

Các phương hướng đã nêu trên cần phải thực hiện đồng bộ. Chúng sẽ được bổ sung và làm giàu thêm về nội dung cùng với sự phát triển của du lịch và các thành phần chủ yếu của nó. Vì vậy, cần phải theo dõi những thay đổi trong nhu cầu của khách cũng như ý định của các nước cạnh tranh, từ đó sẽ kịp thời nâng cao sự sẵn sàng đón tiếp khách du lịch quanh năm và sẽ được kết quả lâu dài khi kéo dài thời vụ du lịch.

Câu hỏi ôn tập chương 3

1. Trình bày đặc điểm của cầu du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến cầu du lịch?
2. Trình bày đặc điểm của cung du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến cung du lịch?
3. Trình bày bản chất của thời vụ trong du lịch, thời vụ du lịch?
4. Xác định thời vụ du lịch cho một cơ sở kinh doanh du lịch, hoặc cho một điểm, vùng phát triển du lịch theo các số liệu thực tế cụ thể?
5. Nêu các nhân tố và phân tích các tác động của từng nhân tố gây ra tính thời vụ cho 1 điểm, vùng phát triển du lịch cụ thể nào đó?
6. Phân tích các tác động bất lợi của tính thời vụ trong du lịch đến dân cư sở tại?
7. Phân tích các tác động bất lợi của tính thời vụ trong du lịch đến chính quyền địa phương?
8. Phân tích các tác động bất lợi của tính thời vụ trong du lịch đến khách du lịch?
9. Phân tích các tác động bất lợi của tính thời vụ trong du lịch đến nhà kinh doanh du lịch?
10. Nêu các phương hướng và giải pháp của một cơ sở kinh doanh du lịch làm giảm nhưng tác động bất lợi do tính thời vụ trong du lịch đem lại?
11. Nêu các phương hướng và giải pháp của một điểm, vùng phát triển du lịch làm giảm tác động bất lợi do tính thời vụ trong du lịch đem lại?

Chương 4

CƠ SỞ VẬT CHẤT - KỸ THUẬT DU LỊCH

Mục tiêu:

- Về kiến thức

+ Trình bày được khái niệm và vai trò của cơ sở vật chất - kỹ thuật trong hoạt động kinh doanh du lịch.

+ Phân biệt được các loại cơ sở vật chất kỹ thuật theo các tiêu thức khác nhau.

+ Nêu đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, ý nghĩa, yêu cầu của nó trong việc xây dựng, sử dụng và quản lý cơ sở vật chất kỹ thuật trong quá trình kinh doanh du lịch.

+ Phân tích các chỉ tiêu đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, đặc biệt là đánh giá về mặt kinh tế.

- Về kỹ năng:

+ Có khả năng đánh giá sơ bộ về cơ sở vật chất kỹ thuật của một doanh nghiệp du lịch khách sạn và đưa ra giải pháp cụ thể.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Có khả năng tư duy độc lập

+ Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu vấn đề

+ Tăng cường kỹ năng làm việc nhóm

Nội dung cụ thể:

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

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

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

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

- Đánh giá cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch.

- Yêu cầu đối với việc đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

- Nội dung của đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

- Hiệu quả sử dụng và biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch.

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

1.1. Khái niệm

Như chúng ta đã biết, mỗi ngành kinh tế đều có thực hiện những chức năng kinh tế riêng. Theo quan điểm kinh tế chính trị Mác - Lênin, cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn là toàn bộ những tư liệu lao động phục vụ trong du lịch. Do vậy hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật cũng không chỉ bao gồm các yếu tố của riêng ngành du lịch mà bao gồm cả các yếu tố của các ngành khác được huy động vào hoạt động nhằm tạo ra sản phẩm và dịch vụ du lịch thỏa mãn nhu cầu của con người. Từ đặc trưng đó, khái niệm về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch cũng cần được đề cập đến cả hai khía cạnh: Theo nghĩa rộng nói chung và theo nghĩa hẹp.

Theo nghĩa rộng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được hiểu là toàn bộ các phương tiện vật chất kỹ thuật được huy động tham gia vào việc khai thác các tài nguyên du lịch nhằm tạo ra và thực hiện các dịch vụ và hàng hóa thỏa mãn nhu cầu của du khách trong các chuyến hành trình của họ. Theo cách hiểu này, cơ sở

vật chất - kỹ thuật du lịch bao gồm cả cơ sở vật chất kỹ thuật thuộc bản thân ngành du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật của các ngành khác của cả nền kinh tế quốc dân tham gia vào việc khai thác tiềm năng du lịch như: hệ thống đường sá, cầu cống, bưu chính viễn thông, điện nước... Những yếu tố này được gọi chung là các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng xã hội. Những yếu tố cơ sở hạ tầng xã hội còn được xem là những yếu tố đảm bảo điều kiện chung cho việc phát triển du lịch. Điều này cũng khẳng định mối liên hệ mật thiết giữa du lịch với các ngành khác trong mối liên hệ liên ngành.

Theo nghĩa hẹp, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được hiểu là toàn bộ các phương tiện vật chất kỹ thuật do các tổ chức du lịch tạo ra để khai thác các tiềm năng du lịch, tạo ra các sản phẩm dịch vụ và hàng hóa cung cấp và làm thỏa mãn nhu cầu của du khách. Chúng bao gồm hệ thống các khách sạn, nhà hàng, các khu vui chơi giải trí, phương tiện vận chuyển... và đặc biệt nó bao gồm cả các công trình kiến trúc hỗ trợ. Đây chính là các yếu tố đặc trưng trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch. Nếu thiếu những yếu tố này thì nhu cầu du lịch của du khách không được thỏa mãn. Do vậy, đây chính là yếu tố trực tiếp đối với việc đảm bảo điều kiện cho các dịch vụ du lịch được tạo ra và cung ứng cho du khách.

1.2. Vai trò

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, cơ sở vật chất kỹ thuật đều có vai trò quan trọng. Nó là yếu tố đảm bảo về điều kiện cho hoạt động sản xuất kinh doanh được thực hiện. Mỗi ngành, mỗi lĩnh vực sản xuất kinh doanh để có thể hoạt động đòi hỏi phải có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương ứng, nhất định và có sự phù hợp giữa cơ sở vật chất kỹ thuật với đặc trưng của từng ngành nghề, từng lĩnh vực. Trong ngành du lịch, yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật góp phần tạo ra sản phẩm du lịch và không thể thiếu được trong quá trình cung ứng dịch vụ và đòi hỏi phải có những yêu cầu phù hợp, đáp ứng với yêu cầu của ngành và khách du lịch.

Để có thể tiến hành khai thác được các tài nguyên du lịch phải tạo ra được hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương ứng. Hệ thống này vừa phải đảm bảo phù hợp với đặc trưng của dịch vụ, đồng thời phải phù hợp với đặc thù của tài nguyên du lịch tại đó.

Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được tạo ra lại là yếu tố quan trọng tác động đến mức độ thỏa mãn nhu cầu của du khách bởi năng lực và tính tiện ích của nó. Có ba yếu tố cấu thành để tạo nên sản phẩm và dịch vụ du lịch thỏa mãn nhu cầu của du khách. Đó là: Tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, lao động trong du lịch. Như vậy, cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố quan trọng, không thể thiếu. Con người bằng sức kinh doanh của mình sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật để khai thác các giá trị của tài nguyên du lịch tạo ra dịch vụ, hàng hóa cung ứng cho du khách. Ngoài yếu tố tài nguyên thì tính đa dạng, phong phú, hiện đại, hấp dẫn của cơ sở vật chất kỹ thuật cũng tạo nên tính đa dạng, phong phú và hấp dẫn của dịch vụ du lịch. Một quốc gia, một doanh nghiệp muốn phát triển du lịch tốt phải có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tốt. Cho nên, có thể nói rằng trình độ phát triển của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là điều kiện, đồng thời cũng là sự thể hiện trình độ phát triển du lịch của một đất nước.

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

Để có thể phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật, người ta căn cứ vào một số tiêu thức nhất định để phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch.

2.1. Phân loại theo chức năng tham gia vào quá trình lao động

Theo tiêu thức này, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được chia thành hai loại là: tư liệu lao động và đối tượng lao động.

- Đối với ngành du lịch, trong tư liệu lao động thì công cụ lao động chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ và nhỏ hơn các ngành khác. Các yếu tố thuộc công cụ lao động chỉ được sử dụng chủ yếu ở các khu vực chế biến, buồng phòng, bảo quản, duy tu, còn các bộ phận phục vụ trực tiếp hầu như không có hoặc rất hạn chế. Sở dĩ như vậy là vì trong du lịch khả năng cơ giới hóa thấp, lao động thủ công là chủ yếu và tỷ lệ lao động sống là cao. Đối với điều kiện vật chất đảm bảo cho quá trình lao động như nhà cửa, đường sá, hệ thống cấp thoát nước, phương tiện liên lạc, thông tin... là thành phần chính tạo ra môi trường thực hiện mục đích chuyến đi du lịch lại chiếm một tỷ trọng lớn trong tư liệu lao động và trong giá thành dịch vụ, hàng hóa.

- Đối tượng lao động trong cấu thành cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch có thể là nguyên liệu, bán thành phẩm tham gia vào quá trình sản xuất các sản phẩm ăn uống hay các hàng hóa khác. Chúng cũng có thể là các vật tư phục vụ cho quá trình lao động nhằm tạo ra và thực hiện các dịch vụ chính và dịch vụ bổ sung.

Sở dĩ có sự không cân đối giữa các thành phần nêu trên là do đặc điểm sản xuất và tiêu dùng dịch vụ du lịch. Khi tiêu dùng dịch vụ du lịch, khách du lịch trả tiền để có được sự cảm giác và họ có quyền sử dụng hơn là sự sở hữu. Những cảm giác đó chủ yếu do yếu tố con người và tiện nghi mang lại.

2.2. Phân loại theo quá trình tạo ra dịch vụ và hàng hóa du lịch

- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ lưu trú: Đây chính là thành phần đặc trưng nhất trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này tồn tại dưới nhiều hình thức khác nhau: khách sạn, khu resort, nhà trọ, biệt thự, bungalow... Thành phần chính của bộ phận này là hệ thống các tòa nhà với các phòng nghỉ và các trang thiết bị tiện nghi đảm bảo điều kiện cho sinh hoạt hàng ngày của du khách. Ngoài ra nó cũng bao gồm cả các công trình đặc biệt bổ trợ tham gia vào việc tạo khung cảnh môi trường như hệ thống giao thông nội bộ, các khuôn viên. Trong số các loại hình trên, khách sạn là loại phổ biến hơn cả và cũng có nhiều mức độ quy mô khác nhau và hình thức cũng hết sức đa dạng. Nhìn một cách tổng thể không phân biệt các loại hình lưu trú thì bộ phận này được xác định thành hai khu vực rõ rệt là khu vực đón tiếp và khu vực phòng ốc (buồng ngủ). Chúng đều được tạo ra trên cơ sở những quy định nghiêm ngặt của các chuẩn mực dịch vụ và được xây dựng thành những tiêu thức hết sức cụ thể. Trong đó, khi vực buồng ngủ lại có vai trò quy định đến các khu vực còn lại.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ăn uống: Cùng với hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật lưu trú, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ăn uống là một bộ phận quan trọng trong toàn bộ hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ăn uống (nhà hàng) có thể tồn tại độc lập hoặc đi kèm với bộ phận lưu trú trong tổng thể của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật khách sạn. Cơ

sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này bao gồm các yếu tố đảm bảo điều kiện tiện nghi cho hoạt động ăn uống của du khách. Với chức năng của mình cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này có hai thành phần nổi bật đó là cơ sở vật chất kỹ thuật của khu chế biến và bảo quản thức ăn (bếp) và cơ sở vật chất kỹ thuật của khu vực phục vụ ăn (phòng tiệc, quầy Bar). Trong thực tế ở Việt Nam cũng như các nước khác, để đa dạng hóa sản phẩm và loại hình ăn uống nhằm thỏa mãn nhu cầu đa dạng của khách du lịch có thể tổ chức các loại nhà hàng ăn uống khác nhau: Nhà hàng ăn Âu, nhà hàng ăn Á, nhà hàng theo các phong cách dân tộc khác nhau, nhà hàng đặc sản... Quầy Bar cũng có nhiều loại rất phong phú và đa dạng.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật của dịch vụ bổ sung: Cơ sở vật chất kỹ thuật của dịch vụ bổ sung chủ yếu là các công trình, thiết bị nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách trong việc tiêu dùng các dịch vụ và sử dụng triệt để các yếu tố tài nguyên. Hệ thống này bao gồm các khu vực giặt là, cắt tóc, vật lý trị liệu, bể bơi, sân tennis... Cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này thường gắn liền với các cơ sở lưu trú. Quy mô của hệ thống này phụ thuộc vào quy mô của bộ phận lưu trú.

- Các cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ các hoạt động trung gian: Đây chính là hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của các công ty du lịch. Thực hiện chức năng môi giới, tổ chức xây dựng, bán và thực hiện các chương trình du lịch; làm trung gian kết nối giữa khách du lịch với các nhà cung cấp sản phẩm du lịch khác hay với các điểm du lịch. Với chức năng đó, hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này chủ yếu các văn phòng và các trang thiết bị văn phòng, các phương tiện thông tin liên lạc. Ở góc độ kế toán tài chính, cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này còn bao gồm cả các yếu tố tài sản như các phần mềm hệ thống liên quan đến việc hỗ trợ thực hiện các tác nghiệp kinh doanh và quản lý.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ vận chuyển du lịch: Là hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển khách du lịch. Chức năng chính của nó là thực hiện vận chuyển khách du lịch. Cơ sở vật chất kỹ thuật này bao gồm: các phương tiện vận chuyển, các cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ quản lý, điều hành, bán vé và các hoạt động tác nghiệp khác...

- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ vui chơi, giải trí: Bộ phận này chủ yếu là các công trình nhằm tạo điều kiện cho khách du lịch trong vui chơi, rèn luyện sức khỏe nhằm mang lại sự thích thú hơn về kỳ nghỉ hoặc thư giãn sau những giờ làm việc căng thẳng. Cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận này bao gồm các trung tâm thể thao, phòng tập, bể bơi, sân tennis, các công viên, khu vui chơi giải trí. Cũng như bộ phận dịch vụ bổ sung bộ phận này, một số thường gắn liền với các cơ sở lưu trú, số khác tồn tại độc lập với các cơ sở này nhưng thường vẫn nằm trong các trung tâm du lịch. Ở Việt Nam có nhiều khu vui chơi giải trí lớn như: Vinpearl Land (Nha Trang), Ba Na Hills (Đà Nẵng), Công viên nước Hồ Tây (Hà Nội), khu Du lịch Đầm Sen, Suối Tiên (Thành phố Hồ Chí Minh)...

2.3. Phân loại theo chức năng quản lý và kinh doanh

- Cơ sở vật chất kỹ thuật thuộc các cơ quan quản lý du lịch quản lý: Nhóm cơ sở vật chất kỹ thuật này mặc dù không trực tiếp tạo ra sản phẩm du lịch song nó lại rất quan trọng vì nó có nhiệm vụ giúp cho các cơ quan quản lý du lịch có thể làm việc, đề ra các chính sách, các giải pháp phát triển du lịch quốc gia. Bộ phận cơ sở vật chất kỹ thuật này bao gồm tòa nhà, các phòng làm việc và trang

thiết bị trong đó và các phương tiện kỹ thuật khác.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật thuộc các doanh nghiệp du lịch quản lý: Nhóm cơ sở vật chất kỹ thuật này là yếu tố quan trọng trực tiếp tạo nên dịch vụ, hàng hóa du lịch ở các doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, nhà hàng, vui chơi, giải trí...

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

3.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch có mối quan hệ mật thiết với tài nguyên du lịch

Mục đích của các chuyến đi du lịch có thể rất khác nhau, có người đi vì mục đích chữa bệnh và cũng có người đi vì mục đích công việc kết hợp với tham quan tìm hiểu... Song dù với mục đích nào thì giữa chúng đều có một điểm chung là phải sử dụng các tài nguyên du lịch tại các điểm du lịch và các yếu tố đảm bảo điều kiện tiện nghi: cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Giữa tài nguyên du lịch và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là mối quan hệ vừa thống nhất lại vừa mâu thuẫn với nhau.

- Mối quan hệ thống nhất: Thực tế cho thấy, nơi nào có tài nguyên du lịch muốn được khai thác, ở đó phải có cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đi kèm. Và ngược lại, không thể xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở những nơi mà ở đó không có tài nguyên du lịch. Nếu không có hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch thì không thể có các yếu tố đảm bảo điều kiện thuận lợi cho du khách trong quá trình tham quan, tìm hiểu về các tài nguyên du lịch. Do vậy, cho dù tài nguyên có hấp dẫn cũng khó thu hút được du khách. Mặt khác, việc đầu tư hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch còn gắn liền với vấn đề quy hoạch khai thác có hiệu quả nguồn tài nguyên. Nhưng nếu hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch lại được đầu tư ở nơi không có tài nguyên du lịch thì bản thân nó chỉ là hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật thông thường chứ không còn là cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch nữa. Như vậy, tài nguyên có vai trò quyết định quy định cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch. Nói cách khác, việc đầu tư hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch cần phải căn cứ vào tài nguyên du lịch ở đó. Trong đó, những yếu tố liên quan đến sự hấp dẫn, sức chứa (quy mô) và địa hình được xem là những yếu tố nền tảng quyết định đến quy mô, loại hạng của cơ sở vật chất - kỹ thuật. Thậm chí đặc điểm của tài nguyên còn quyết định đến việc sử dụng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đã được đầu tư. Ngược lại, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch cũng có những tác động tích cực đến tài nguyên du lịch. Điều này có được khi cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được đầu tư phù hợp với tài nguyên du lịch. Bản thân nó có thể trở thành một yếu tố góp phần tạo ra sự hấp dẫn của tài nguyên du lịch tại đó. Nhiều khi cơ sở vật chất - kỹ thuật xây dựng đẹp, độc đáo, hấp dẫn lại trở thành tài nguyên du lịch. Ở Việt Nam, có nhiều khu du lịch nổi tiếng, kết hợp hài hòa giữa việc xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật với tài nguyên du lịch như khu du lịch Vinpearl Land (Nha Trang), Bà Nà Hills (Đà Nẵng), khu du lịch quốc tế Tuần Châu (Quảng Ninh), khu du lịch Đền Hùng (Phú Thọ), khu du lịch Hòn Tre ở Nha Trang (Khánh Hòa), khu du lịch Mũi Né (Phan Thiết)...

- Mối quan hệ mâu thuẫn: Mối quan hệ mâu thuẫn thể hiện ở những tác động tiêu cực từ phía cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch đối với tài nguyên du lịch. Đây là một vấn đề cố hữu khó tránh khỏi bởi lẽ nó không chỉ tồn tại trên cơ sở

đầu tư xây dựng không hợp lý mà nó vẫn có thể nảy sinh bởi những vấn đề liên quan đến dự án. Bao gồm từ khi hình thành ý tưởng về dự án, về quy hoạch giải phóng mặt bằng, quá trình xây dựng và cuối cùng ngay ở quá trình vận hành và sử dụng các công trình. Những tác động tiêu cực đó thường kéo theo những hậu quả làm giảm sức hấp dẫn của tài nguyên và những hậu quả khác về môi trường. Đi liền với những hậu quả đó là những chi phí không nhỏ cho việc khắc phục. Trong bối cảnh của du lịch có trách nhiệm ngày nay, mỗi quan hệ này đang được xem xét một cách nghiêm túc, đặc biệt đối với những khu vực tài nguyên có tính nhạy cảm cao như các khu bảo tồn đa dạng sinh học.

3.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch có tính đồng bộ trong xây dựng và sử dụng cao

Đặc điểm này xuất phát từ tính tổng hợp của nhu cầu du lịch bao gồm cả nhu cầu thiết yếu, nhu cầu đặc trưng và nhu cầu bổ sung. Khách du lịch luôn đòi hỏi phải được thỏa mãn đồng thời tất cả những nhu cầu đó. Do vậy, cũng cần có sự đồng bộ các yếu tố về cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch.

Tính đồng bộ của hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch đó là:

- Sự đầy đủ các thành phần theo quy định của một hệ thống. Chẳng hạn một khu du lịch phải được xây dựng đồng bộ bao gồm khu lưu trú, ăn uống, dịch vụ giải trí, bãi đỗ xe, các dịch vụ khác. Một khách sạn cần phải có đầy đủ các yếu tố tiện nghi về buồng ngủ, các dịch vụ nhằm thỏa mãn tối đa các nhu cầu của du khách trong thời gian lưu trú. Điều đáng nói là các hạng mục công trình nên được tiến hành xây dựng đồng thời. Trong du lịch, cần phải hạn chế tối đa việc đầu tư xây dựng nhiều lần, nhiều giai đoạn. Điều này có thể ảnh hưởng đến khả năng sẵn sàng đón tiếp và phục vụ khách của cả hệ thống.

- Sự hài hòa cân đối giữa các khu vực trong một tổng thể theo một yêu tố trung tâm. Ví dụ sự hài hòa về quy mô giữa khu vực buồng ngủ với khu vực nhà hàng trong một khách sạn. Sự cân đối giữa các khu vực chính như các tòa nhà của khách sạn với các công trình hỗ trợ.

- Sự đồng bộ còn được hiểu về mặt kỹ thuật thiết kế và xây dựng. Chẳng hạn diện tích của hành lang, cầu thang theo mỗi cách bố cục cụ thể của tổng thể. Điều này cũng thường gắn với các tiêu chuẩn tối thiểu về không gian.

Do vậy, khi xây dựng hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải chú ý đến việc thiết kế tổng thể nhằm tạo ra sự đồng bộ giữa các thành phần, đảm bảo sự phù hợp, cân đối về cả mặt lượng và mặt chất. Tuy nhiên cũng cần phải tính đến thực tế nhu cầu về việc sử dụng các dịch vụ để đảm bảo về hiệu quả kinh doanh của mỗi dịch vụ được cung cấp cũng như của tổng thể.

3.3. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch có giá trị một đơn vị công suất sử dụng cao

Giá trị một đơn vị công suất sử dụng được xác định là tổng thể vốn đầu tư chia cho công suất thiết kế. Ví dụ với một khách sạn thì giá trị một đơn vị công suất sử dụng được tính là tổng giá trị đầu tư chia cho số lượng phòng khách sạn có theo thiết kế.

Theo thống kê của Tổ chức Du lịch Thế giới thì việc đầu tư cho lĩnh vực kinh doanh du lịch mà trực tiếp là khách sạn có số vốn đầu tư đầu tư tương đối cao. Giá trị đơn vị công suất được xác định với khách sạn loại 3 sao là từ 60 đến

90 ngàn USD, loại 4 sao là từ 90 đến 120 ngàn USD và loại 5 sao là từ 120 đến 150 ngàn USD.

Sở dĩ giá trị một đơn vị công suất sử dụng của khách sạn cao như vậy là do các nguyên nhân sau đây:

- Nhu cầu du lịch là nhu cầu tổng hợp, đa dạng. Khi đi du lịch, khách du lịch luôn đòi hỏi ở mức độ cao về điều kiện sinh hoạt, nghỉ ngơi. Các yêu cầu đó đòi hỏi phải có các trang thiết bị đầu tư, sang trọng và chất lượng. Điều này đòi hỏi phải đầu tư một lượng chi phí không nhỏ mới có được.

- Khách du lịch cũng thường đòi hỏi cao về cảnh quan môi trường. Do vậy trong kinh doanh du lịch không chỉ phải đầu tư các trang thiết bị tiện nghi như là những thành phần chính vốn đã có chi phí cao mà còn đầu tư cho việc tạo khung cảnh, cảnh quan môi trường. Chẳng hạn hệ thống giao thông nội bộ các khuôn viên, đài phun nước... Trong các khách sạn, khu vực này thường chiếm tỷ lệ 60 % tổng diện tích, các chi phí này cũng chiếm một phần không nhỏ.

- Tính đồng bộ chất lượng cao trong xây dựng và sử dụng cũng chính là một nguyên nhân dẫn đến giá trị một đơn vị công suất sử dụng cao.

- Chi phí đầu tư cơ sở vật chất - kỹ thuật tính cho đơn vị công suất sử dụng thực tế lại càng cao. Trong du lịch, do đặc trưng của tính thời vụ, có điểm du lịch, hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật ở đó chỉ sử dụng trong một thời gian ngắn chừng vài tháng như nghỉ biển, thậm chí vài ngày như du lịch cuối tuần. Do vậy chi phí đầu tư cơ sở vật chất - kỹ thuật tính cho đơn vị công suất sử dụng sẽ cao hơn. Chi phí này một mặt do phải tính cho khoảng thời gian không sử dụng, một mặt cho việc duy tu, bảo dưỡng.

3.4. Thời gian hao mòn thành phần chính của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch tương đối lâu

Thành phần chính của cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch là các công trình kiến trúc kiên cố như các tòa nhà khách sạn - nhà hàng, các công trình kiến trúc khác. Các công trình này thường tồn tại trong một thời gian dài, có thể 10 năm, 20 năm và thậm chí lâu hơn nữa.

Trong du lịch, do đặc trưng của sản phẩm là dịch vụ, việc tiêu dùng của khách là một sự trải qua hơn là sở hữu. Tham gia vào dịch vụ tiêu dùng của khách chủ yếu là các yếu tố về nguyên vật liệu, yếu tố phục vụ bằng công suất của người lao động, của vị trí, cảnh quan... Sự tham gia của chi phí khấu hao và giá thành của các dịch vụ và hàng hóa nhiều hay ít phụ thuộc vào từng loại dịch vụ.

Với đặc tính này, đầu tư xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật phải đảm bảo lâu dài. Tránh tình trạng phải thường xuyên cải tạo, nâng cấp vì những chi phí này thường cũng rất lớn và tạo ra sự thiếu đồng bộ và ổn định trong kinh doanh.

3.5. Một số thành phần của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được sử dụng không cân đối

Trong du lịch, do chịu ảnh hưởng của yếu tố thời vụ, một số vùng, điểm du lịch hoạt động có tính thời vụ, do vậy cơ sở vật chất - kỹ thuật chỉ được sử dụng vào một số thời điểm nhất định mà không phải là toàn bộ thời gian. Công suất sử dụng chúng có thể thay đổi theo thời gian. Du lịch nghỉ biển thường chỉ được thực hiện vào các tháng nắng nhiều, nhiệt độ cao, du lịch cuối tuần lại được tập trung chủ yếu vào những ngày cuối tuần, phục vụ ăn tại các nhà hàng của khách sạn lại theo thời gian

có tính quy luật của sinh lý con người. Ngoài ra, tính không cân đối cũng do những đối tượng khác nhau đi với những mục đích khác nhau và họ sử dụng cơ sở vật chất - kỹ thuật tại một điểm cũng không cân đối theo các thành phần của sản phẩm. Một khách sạn phục vụ khách công vụ, dịch vụ lưu trú và thông tin liên lạc được sử dụng nhiều, dịch vụ ăn lại được sử dụng ít do họ ăn ngoài khách sạn theo các chương trình chiêu đãi hoặc cho thuận tiện công việc.

Trên đây là những đặc điểm cơ bản của cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch. Các đặc điểm này vừa tồn tại một cách độc lập, khách quan vừa có mối quan hệ mật thiết với nhau. Sự phụ thuộc của tài nguyên du lịch vào cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch là nguyên nhân dẫn đến tính không cân đối trong sử dụng. Tính đồng bộ trong xây dựng và sử dụng là nhân tố góp phần làm giá trị đơn vị công suất sử dụng cao và ảnh hưởng trực tiếp đến khung cảnh, môi trường tài nguyên. Do vậy, việc nghiên cứu về cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch cần phải được xem xét một cách toàn diện từ nhiều góc độ khác nhau và phải được đặt trong mối quan hệ với môi trường tài nguyên.

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

Để phục vụ tốt mục đích kinh doanh, cơ sở vật chất - kỹ thuật của mỗi loại hình kinh doanh đều phải đáp ứng được những nhu cầu nhất định. Cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch cũng phải đáp ứng được những tiêu chuẩn được quy định bởi đặc trưng của kinh doanh du lịch. Đó là đáp ứng đầy đủ nhất những nhu cầu hết sức phong phú và đa dạng của du khách. Với đặc trưng đó, hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải đáp ứng được các yêu cầu cơ bản sau:

4.1. Mức độ tiện nghi

Do mục đích của chuyến hành trình thường là để tìm kiếm những ấn tượng, cảm giác mà khách mong muốn, nó khác với điều kiện cuộc sống thường ngày. Do vậy, khách du lịch mong muốn được sinh hoạt trong điều kiện tiện nghi, hiện đại và thuận tiện. Vì thế mức độ tiện nghi trước hết phải được hiểu là mức độ trang bị các trang thiết bị tiện nghi có khả năng mang lại sự tiện lợi và cảm giác thoải mái cho du khách có được từ việc sử dụng các trang thiết bị tiện nghi đó. Để đáp ứng nhu cầu đó, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải được trang bị trước hết đầy đủ về mặt lượng, đồng thời phải đảm bảo về mặt chất. Theo đó, quá trình hiện đại hóa cũng phải liên tục được thực hiện. Có như vậy mới tạo ra được sự tiện lợi trong sử dụng của khách. Mặt khác, cảm nhận của du khách còn phụ thuộc rất lớn vào yếu tố phục vụ của con người. Do vậy, việc tổ chức các khu vực và các trang thiết bị tiện nghi cũng phải đảm bảo hợp lý và thuận lợi cho quá trình thực hiện dịch vụ của người lao động.

Mức độ tiện nghi cũng cần được xem xét và tính đến sự khác biệt ở mỗi loại hình du lịch và đối tượng khách khác nhau. Khách du lịch thương gia thích ở những phòng nhiều ngăn riêng biệt (ngăn để làm việc, ngăn tiếp khách, ngăn ngủ). Khách công vụ lại muốn có điều kiện tốt về các thiết bị thông tin và văn phòng như máy Fax, điện thoại, internet không dây, máy tính và phòng hội thảo, trong khi đó khách du lịch thuần túy lại thích những điều kiện cho tập luyện, vui chơi giải trí như bể bơi, các phòng tập thể thao. Mức độ tiện nghi cũng phụ thuộc vào loại hạng của cơ sở và là tiêu chuẩn quan trọng trong việc đánh giá xếp hạng.

4.2. Mức độ thẩm mỹ

Mức độ thẩm mỹ trước hết thể hiện ở việc thiết kế, quy hoạch, hình thức bên ngoài, cách bố trí sắp đặt và màu sắc. Thiết kế rất quan trọng vì nó sẽ tạo ra một hình ảnh về khu, điểm du lịch trong tiềm thức của khách hàng. Vì thế, khi đầu tư hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải quan tâm đến thiết kế kiến trúc đảm bảo hình dáng bên ngoài cũng như thiết kế tiện nghi, vừa hài hòa hợp lý về màu sắc - hình thể, vừa đảm bảo tiện dụng. Tuy nhiên, điều này cũng phụ thuộc rất nhiều vào các điều kiện cụ thể của cơ sở như vị trí, quy mô, khung cảnh xung quanh, nguồn vốn và thị trường mục tiêu. Nhìn chung chúng đều phải tuân thủ các vấn đề sau:

- Về hình thức bên ngoài: Phải đẹp, lịch sự, phù hợp với nội dung bên trong. Về bố trí sắp đặt: tiện nghi, phải đảm bảo thuận tiện cho cả người phục vụ trong quá trình phục vụ và người tiêu dùng trong quá trình tiêu dùng.

- Về màu sắc: Phải hài hòa giữa các gam màu, phải xác định được gam màu chủ đạo. Một mặt nó là cơ sở để bố trí các màu sắc khác, một mặt nhằm gây ấn tượng với khách. Gam màu chủ đạo phải dựa vào điều kiện cụ thể như khí hậu, thời tiết, môi trường xung quanh và thị hiếu của đối tượng khách mục tiêu và phụ thuộc vào kích cỡ cụ thể của từng thành phần cơ sở vật chất - kỹ thuật. Chẳng hạn, với những phòng khách sạn có diện tích nhỏ thì sẽ càng nhỏ hơn nếu màu tương được sử dụng là màu tối và các đồ đạc trong phòng có màu sắc tương phản với nhau. Hoặc những khu vui chơi miêu tả những câu chuyện cổ tích thì trang trí, màu sắc, ánh sáng phải tạo nên một khung cảnh huyền ảo. Nhiều khu du lịch được xây dựng theo phong cảnh mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc nhưng đồng thời cũng phải đảm bảo tính tiện nghi.

4.3. Mức độ vệ sinh

Trong kinh doanh du lịch, mức độ vệ sinh của hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật luôn là một yêu cầu bắt buộc. Nó luôn được xác định ở mức cao nhất để tạo cho khách ấn tượng về việc mình là người sử dụng đầu tiên. Mức độ vệ sinh không có sự phân biệt giữa các loại hình du lịch hay loại hạng của chúng. Đồng thời, vấn đề vệ sinh không chỉ được đặt ra với các trang thiết bị thuộc cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch như buồng ngủ, nhà hàng... mà nó còn phải được đảm bảo đối với cả môi trường xung quanh. Chẳng hạn, vấn đề các chất thải phải được cam kết xử lý đảm bảo không gây ô nhiễm môi trường. Trong các khu du lịch, các khu vực vệ sinh phải được xây dựng hợp lý, đúng tiêu chuẩn quy định. Trong các nhà hàng, các trang thiết bị phục vụ chế biến thực phẩm, phục vụ ăn uống phải đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật, không ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng.

4.4. Mức độ an toàn

An toàn là biểu hiện thứ hai trong thứ bậc nhu cầu của con người. Trong chuyến hành trình, khách luôn mong muốn sự đảm bảo an toàn cả về tính mạng, thân thể cũng như về tài sản, tinh thần. An toàn cũng là mong muốn của chính bản thân người phục vụ. Do vậy, cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải được thiết kế đảm bảo an toàn trong sử dụng. Muốn vậy phải được thực hiện an toàn từ lắp đặt đến các trang thiết bị và phải được duy tu, bảo dưỡng thường xuyên và các điều kiện đảm bảo phòng ngừa như các tín hiệu an toàn (nguy hiểm), các phương tiện xử lý, cứu chữa như bình cứu hỏa, hành lang an toàn. Những vấn đề

đó đều phải được chú ý và có chỉ dẫn cụ thể. Chẳng hạn, trong vận tải khách du lịch, độ an toàn của phương tiện giao thông là hết sức quan trọng, ngoài ra còn phải có các phương tiện cứu hộ. Một số loại hình du lịch như leo núi, lặn biển, thể thao trên biển... phải có trang thiết bị bảo hộ.

Trên đây là một số yêu cầu cơ bản đối với hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch mà các nhà kinh doanh du lịch phải nghiên cứu và phải coi trọng tất cả, không được xem nhẹ yêu cầu nào. Nếu một trong những yêu cầu trên không được thực hiện thì các yêu cầu còn lại cũng bị phá vỡ và cơ sở không thể đáp ứng được khách hàng.

Ở nhiều nước trên thế giới cũng như ở nước ta, các yêu cầu về cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch được quy định rõ ràng, cụ thể trong các văn bản của Nhà nước như: Luật du lịch, các tiêu chuẩn đánh giá xếp hạng khách sạn...

5. Đánh giá cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch

5.1. Yêu cầu đối với việc đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

Các chỉ tiêu phải đảm bảo tính tổng thể theo nội dung của cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch. Bản thân nội dung cơ sở vật chất - kỹ thuật rất đa dạng và phong phú, do vậy các chỉ tiêu phải được xây dựng tổng hợp đảm bảo đánh giá được toàn diện trên hệ thống.

Hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch bao gồm nhiều thành phần phục vụ nhiều loại hình du lịch khác nhau. Mỗi thành phần tồn tại những yếu tố đặc trưng riêng. Loại hình du lịch nghỉ dưỡng đòi hỏi cao về điều kiện tiện nghi, sang trọng và thuận lợi cho nghỉ ngơi, giải trí nhưng loại hình du lịch thể thao mạo hiểm lại đòi hỏi cao về yếu tố an toàn. Do vậy, hệ thống các chỉ tiêu đánh giá một mặt phải có các chỉ tiêu đảm bảo phản ánh được đặc trưng của từng thành phần. Du lịch là loại hình kinh doanh khá phổ biến không chỉ mang tính quốc gia mà còn mang tính quốc tế, nó được thực hiện ở nhiều vùng, nhiều quốc gia khác nhau. Do vậy, hệ thống các chỉ tiêu đánh giá cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch phải đảm bảo tính thống nhất và mang tính quốc tế cao. Đây cũng là yêu cầu trong điều kiện du lịch quốc tế phát triển và đòi hỏi của hội nhập kinh tế quốc tế. Tuy nhiên, cũng cần phải xem xét điều kiện cụ thể của từng vùng, từng quốc gia.

Hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch bao gồm nhiều hệ thống nhỏ tồn tại đơn lẻ, do vậy các tiêu thức đánh giá phải đảm bảo so sánh được giữa các thành phần đơn lẻ với nhau. Muốn vậy, các chỉ tiêu phải được số hóa thành các biểu điểm cụ thể cho mỗi chỉ tiêu. Mỗi chỉ tiêu nhằm đánh giá một mặt, một thành phần nhất định của hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch, do vậy khung điểm cho mỗi chỉ tiêu phải được xác định theo tính nổi trội của các thành phần trong việc đáp ứng nhu cầu của khách du lịch, hay nói cách khác phải hướng vào thị trường khách mục tiêu mà hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật đó được sử dụng để khai thác.

5.2. Nội dung của đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch

5.2.1. Đánh giá về vị trí

Vị trí của các cơ sở kinh doanh du lịch được xác định là một chỉ tiêu tổng hợp để đánh giá cơ sở vật chất - kỹ thuật du lịch. Vị trí được đánh giá theo mức độ thuận lợi của nó đối với hoạt động đặc trưng và hoạt động chung của khách

du lịch khi sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật với các mức độ: rất thuận lợi, thuận lợi, kém thuận lợi hoặc không thuận lợi.

Mỗi đối tượng khách khác nhau yêu cầu về tính thuận tiện của vị trí cũng không giống nhau. Khách du lịch thuận túy thích ở những nơi gần với các điểm tham quan, không khí trong lành, khung cảnh thơ mộng và tránh khu vực ồn ào, bụi bặm của các khu vực gần trục đường giao thông chính. Với mục đích tìm hiểu cơ hội làm ăn và thực hiện các giao dịch thương mại, khách thương gia lại muốn ở những khu trung tâm hành chính, kinh tế - nơi hội tụ đủ các yếu tố thuận lợi cho mục đích của họ. Trong mỗi chuyến hành trình, do mục đích mỗi chuyến đi khác nhau và các tài nguyên sử dụng cũng khác nhau thì sự thuận lợi xét về mặt vị trí cũng rất khác nhau và nó phụ thuộc rất lớn vào tính logic của các dịch vụ sử dụng trong chuyến hành trình...

Để đảm bảo tính thống nhất, tính thuận lợi hay không thuận lợi được đánh giá theo từng khu vực cụ thể. Với các điểm du lịch là trung tâm hành chính, văn hóa, kinh tế, chính trị, tính thuận lợi ưu tiên thường là các vị trí trung tâm. Với các điểm du lịch gắn liền với tài nguyên thiên nhiên, phong cảnh thì tính thuận lợi được ưu tiên theo vị trí gắn với tài nguyên đó. Chẳng hạn với du lịch nghỉ biển, vị trí thuận lợi là vị trí nằm kề với các bãi tắm; hay du lịch chữa bệnh bằng suối nước nóng thì vị trí thuận lợi là gần các suối nước nóng. Đối với các trung tâm hành chính - kinh tế - thương mại - chính trị thì mức độ thuận lợi vị trí được xác định theo mức độ trung tâm của nó, thậm chí mức trung tâm còn được xác định cho từng trục đường giao thông.

5.2.2. *Đánh giá về kỹ thuật*

Về mặt kỹ thuật, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được đánh giá theo các yêu cầu cơ bản về mức độ tiện nghi, về thẩm mỹ, về an toàn và về mức độ vệ sinh.

- Về mức độ tiện nghi: Được đánh giá chủ yếu về tổ chức và sắp xếp các cơ sở vật chất kỹ thuật thành phần trong hệ thống. Nó dựa cơ bản vào các tiêu thức: có hay không có của các thành phần cụ thể, các thành phần đó tương xứng như thế nào với các thành phần khác và ngay bản thân sự phù hợp về kỹ thuật, chất lượng của chính thành phần đó. Chẳng hạn trong phòng của khách sạn có thảm hay không có thảm, độ dày và chất lượng của thảm có đáp ứng yêu cầu của loại hạng khách sạn hay không. Khách sạn có nhà hàng hay không có nhà hàng, vị trí và quy mô của nhà hàng có phù hợp với vị trí và quy mô của bộ phận lưu trú và các bộ phận khác hay không. Diện tích của phòng, của khu vực vệ sinh và hành lang là bao nhiêu, giữa chúng có cân đối hay không, nhãn hiệu của các thiết bị được dùng là gì. Ở một khu vực vui chơi, giải trí mức độ tiện nghi được đánh giá là sự đồng bộ, hợp lý giữa khu vực vui chơi giải trí với đường đi, lối lại, bãi đỗ xe, khu vực vệ sinh, quầy bán hàng. Đối với phương tiện vận tải mức độ tiện nghi được đánh giá là độ thoáng, mát, thích hợp của chỗ ngồi, các phương tiện phục vụ, cho hướng dẫn du lịch, thiết bị phục vụ ăn nhẹ và vệ sinh (các phương tiện vận chuyển ô tô du lịch ở châu Âu đều có).

- Về thẩm mỹ: Được đánh giá chủ yếu về thiết kế tổng thể với cảnh quan môi trường chung quanh đảm bảo phù hợp hài hòa với khung cảnh, không làm ảnh hưởng đến môi trường hiện tại và tương lai. Đồng thời nó cũng được đánh giá cả về việc sắp xếp các thành phần và các vật dụng trang trí trong hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật.

- Về an toàn: Được đánh giá cả về việc xây dựng, tổ chức các thiết bị an toàn, các chỉ dẫn thực hiện, các chỉ dẫn thực hiện như bình cứu hỏa, thiết bị chống cháy, chống trộm, kết an toàn, thời hạn sử dụng của phương tiện, chất lượng của các thiết bị, chi tiết của phương tiện. Ngoài ra, vấn đề an toàn còn được đánh giá trên phương tiện an toàn lao động của nhân viên như nội quy làm việc, nội quy an toàn.

- Về vệ sinh: Được đánh giá tổng thể cả khu vực bên trong và môi trường xung quanh. Đối với bên trong, phải đảm bảo sạch ở mức độ cao nhất và đánh giá thông qua việc tổ chức thực hiện vệ sinh như thế nào. Chẳng hạn việc làm phòng được thực hiện mấy lần trong ngày, quy trình thực hiện ra sao. Các thiết bị và dụng cụ ăn tại nhà hàng được làm sạch và khử trùng như thế nào. Đối với bên ngoài, mức độ vệ sinh được đánh giá chủ yếu ở việc tổ chức thực hiện vệ sinh môi trường và các biện pháp xử lý các chất thải ảnh hưởng đến môi trường.

5.2.3. Đánh giá về kinh tế

Theo tiêu thức này, cơ sở vật chất - kỹ thuật được đánh giá về công suất sử dụng, khả năng thu hồi vốn và việc sinh lời từ việc sử dụng hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật đó. Đồng thời nó cũng được đánh giá theo mức độ trang bị về tài sản theo đơn vị công suất thiết kế, như theo phòng đối với cơ sở lưu trú và theo chỗ ngồi đối với nhà hàng, và cũng có thể theo số lao động của cơ sở.

6. Hiệu quả sử dụng và biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

6.1. Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp du lịch - khách sạn

Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật là một chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động của doanh nghiệp du lịch - khách sạn, nó thể hiện trình độ quản lý và sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp. Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật được biểu hiện thông qua mối quan hệ so sánh giữa kết quả đạt được với toàn bộ về chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật để đạt được kết quả đó.

Để đánh giá hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật, ta có thể đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản cố định và tài sản lưu động.

* Hiệu quả sử dụng tài sản cố định:

Trong quá trình kinh doanh, việc tính chi phí về tài sản cố định được hạch toán chính là khấu hao tài sản cố định. Vì vậy trong khi đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản cố định cần nghiên cứu khấu hao tài sản cố định. Việc tính khấu hao tài sản cố định là việc cần thiết và không thể thiếu trong doanh nghiệp du lịch khách sạn.

Do tài sản cố định tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh trong một thời gian dài, các giá trị của chúng được chuyển dần vào giá trị sản phẩm. Do đó thời gian thu hồi vốn thường được kéo dài. Vì vậy để đảm bảo tài sản xuất tài sản cố định các doanh nghiệp phải tính toán khấu hao tài sản cố định trong quá trình kinh doanh.

Hao mòn tài sản cố định thể hiện dưới hai dạng: Hao mòn hữu hình và hao mòn vô hình.

- Hao mòn hữu hình là sự hao mòn làm thay đổi về mặt vật chất - tài sản cố định. Sự hao mòn đó trước hết là do kết quả của việc sử dụng tài sản cố định gây nên, sự hao mòn nay tỷ lệ thuận với cường độ và thời gian sử dụng, Ngoài ra

còn do tác động của môi trường tự nhiên như khí hậu, thời tiết. Sự hao mòn vật chất của tài sản cố định sẽ làm cho giá trị của tài sản bị giảm dần.

- Hao mòn vô hình phát sinh là do tác động của tiến bộ khoa học kỹ thuật. Trình độ khoa học kỹ thuật và công nghệ ngày càng cao sẽ cho phép người ta tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hạ. Vì vậy những sản phẩm mới ra đời mặc dù có công suất và các thông số kỹ thuật như nhau nhưng có giá bán thấp hơn, hoặc những tài sản cố định có giá bán như cũ nhưng chất lượng lại tốt hơn. Hoặc có những tài sản chưa hết hạn sử dụng nhưng phải thay thế bằng tài sản khác tiên tiến, hiện đại hơn.

Xuất phát từ đó, các doanh nghiệp cần phải nâng cao công suất và cường độ làm việc của các trang thiết bị kỹ thuật, rút ngắn thời gian sử dụng của tài sản để hạn chế tác động của hao mòn vô hình đối với tài sản cố định. Đồng thời trong quá trình sử dụng cần phải thường xuyên trích khấu hao tài sản cố định và đưa vào quỹ khấu hao cơ bản và quỹ khấu hao sửa chữa lớn:

- Quỹ khấu hao cơ bản dùng để tái sản xuất tài sản cố định.

- Quỹ khấu hao sửa chữa lớn tài sản cố định dùng để tái sản xuất từng phần tài sản cố định.

Phương pháp tính khấu hao tài sản cố định được tính theo ba chỉ tiêu: tổng số khấu hao, mức khấu hao và tỉ lệ khấu hao.

* Hiệu quả sử dụng tài sản lưu động:

Hiệu quả sử dụng tài sản lưu động là chỉ tiêu phản ánh trình độ quản lý và sử dụng tài sản lưu động của doanh nghiệp. Nó biểu hiện mối quan hệ so sánh giữa kết quả đạt được trong sản xuất kinh doanh với toàn bộ chi phí tài sản lưu động để đạt được kết quả đó.

6.2. Biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong du lịch

Trong điều kiện phát triển của nền kinh tế hiện nay, các doanh nghiệp du lịch khách sạn phải tự chủ trong sản xuất kinh doanh, tự hạch toán chi phí, kinh tế. Vì vậy, các doanh nghiệp khách sạn luôn quan tâm đến việc giảm chi phí nhằm nâng cao lợi nhuận là một đòi hỏi mang tính khách quan. Chi phí trong các doanh nghiệp du lịch nói chung, đặc biệt là khách sạn thì chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật chiếm tỉ lệ lớn và đóng vai trò quyết định trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Do đó việc nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất trong kinh doanh du lịch là nhiệm vụ quan trọng, nó góp phần giảm giá thành và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Các biện pháp để nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp du lịch khách sạn phải xuất phát từ tình hình sử dụng cơ sở vật chất thực tế của doanh nghiệp. Cụ thể:

- Khi tiến hành đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật ở điểm du lịch phải tính toán cho phù hợp với tài nguyên du lịch tại điểm đó, như vậy mới đảm bảo tính đồng bộ và hợp lý khi du khách tiêu dùng sản phẩm du lịch, từ đó tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật cần được đầu tư mạnh, đổi mới thường xuyên và bổ sung kịp thời cho phù hợp với tiến bộ xã hội, văn minh xã hội, tránh bị tụt hậu không đáp ứng được nhu cầu khách du lịch.

- Cần phải khai thác và sử dụng tối đa khả năng của cơ sở vật chất kỹ thuật,

muốn vậy doanh nghiệp cần áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, tăng công suất sử dụng...

- Cần có phương án và kế hoạch kinh doanh cụ thể, đặt biệt thời gian ngoài thời vụ để hạn chế việc sử dụng mất cân đối cơ sở vật chất kỹ thuật trong một chu kỳ kinh doanh.

- Không ngừng bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và mang lại hiệu quả kinh tế cho doanh nghiệp, mặt khác sử dụng hợp lý tài sản của doanh nghiệp.

Câu hỏi ôn tập chương 4

1. Phân tích nội dung của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch?
2. Phân tích đặc điểm của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch? Rút ra bài học từ sự nghiên cứu?
3. Phân tích các yêu cầu của cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch?
4. Nội dung của công tác đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch? Cho những ví dụ cụ thể đánh giá bằng chỉ tiêu kinh tế?
5. Phân tích mối quan hệ giữa cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch với tài nguyên du lịch? Rút ra kết luận gì trong đầu tư xây dựng và phát triển du lịch?
6. Các xu hướng phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch? Các xu hướng phát triển này dựa trên những căn cứ nào?
7. Hãy liên hệ với thực tiễn Việt Nam về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch hiện nay? Cho một ví dụ cụ thể?

Chương 5 LAO ĐỘNG TRONG DU LỊCH

Mục tiêu:

- Về kiến thức:

- + Trình bày được đặc điểm của lao động trong du lịch.
- + Phân tích được vai trò của lao động trong du lịch.
- + Phân tích được nội dung của quản lý phát triển nguồn nhân lực ở doanh nghiệp du lịch.
- + Trình bày được nội dung của quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch.

- Về kỹ năng

- + Vận dụng vào quản lý lao động trong các doanh nghiệp lữ hành và các khách sạn, nhà hàng.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- + Có khả năng tư duy độc lập
- + Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu vấn đề
- + Tăng cường kỹ năng làm việc nhóm

Nội dung cụ thể:

- Đặc điểm của nguồn nhân lực du lịch.
- Vai trò của lao động trong du lịch.
- Quản lý phát triển nguồn nhân lực ở doanh nghiệp du lịch.
- Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch.

1. Vai trò của lao động trong du lịch

Các Mác cho rằng: “khi nói đến lao động thì người ta trực tiếp bàn đến bản thân con người”. Lao động là điều kiện không thể thiếu được của đời sống con người, là một sự tất yếu vĩnh viễn, là kẻ môi giới trong sự trao đổi vật chất giữa tự nhiên và con người. Thông qua lao động mà con người khẳng định tư cách con người của mình. Lao động là hoạt động quan trọng nhất của con người nhằm tạo ra của cải vật chất và các giá trị tinh thần cho bản thân con người và cho xã hội. Lao động có năng suất, chất lượng, hiệu quả cao là điều kiện quyết định cho sự phát triển đất nước.

Du lịch là lĩnh vực kinh doanh cung cấp dịch vụ, vai trò của con người lại càng quan trọng. Vậy chúng ta có thể hiểu: lao động du lịch là bao gồm những người trực tiếp hoặc gián tiếp tạo ra những sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu của con người và nhu cầu phát triển xã hội. Tuy nhiên, cũng cần phải thấy rõ vai trò, đặc trưng, tính chất và yêu cầu của nguồn nhân lực du lịch cũng như quản lý nguồn nhân lực du lịch là xuất phát từ những đặc điểm hoạt động của ngành du lịch.

Nghiên cứu và phân tích đúng vai trò, đặc điểm của các nhóm lao động nói trên là cơ sở định ra phương hướng, giải pháp quản lý, phát triển và sử dụng hữu hiệu nhân lực du lịch.

Để quản lý nguồn nhân lực du lịch có hiệu quả, trước hết cần phải hiểu nguồn nhân lực trong du lịch, các đặc điểm cũng như yêu cầu của nó.

1.1. Đặc điểm của lao động trong du lịch

Lao động trong kinh doanh doanh du lịch là một bộ phận cấu thành của lao động xã hội. Nó được hình thành và phát triển trên cơ sở của sự phân công lao động xã hội nên nó mang mọi đặc điểm chung của lao động xã hội. Do đặc điểm của hoạt động kinh doanh du lịch, người lao động trong doanh nghiệp du lịch có những đặc điểm riêng biệt:

- Lao động trong du lịch bao gồm lao động sản xuất vật chất và lao động sản xuất phi vật chất, trong đó lao động sản xuất phi vật chất chiếm tỷ trọng lớn. Ví dụ: lao động sản xuất vật chất như nhân công nhà bếp. Lao động sản xuất phi vật chất như hướng dẫn viên du lịch, lễ tân...

- Lao động trong du lịch có tính chuyên môn hóa cao. Mức độ chuyên môn hóa của người lao động cao đòi hỏi người lao động có trình độ kỹ năng, kỹ xảo cao ở từng nghiệp vụ, chuyên môn như hướng dẫn viên, phục vụ buồng, bếp, bar... Mỗi bộ phận, mỗi chức danh công việc thực hiện theo từng giai đoạn, từng khâu của quá trình phục vụ. Tính chuyên môn hóa là nguyên nhân khiến cho một số hoạt động phục vụ trong doanh nghiệp du lịch trở nên độc lập. Điều này dễ gây khó khăn cho việc thay thế nhân lực một cách đột xuất, gây ảnh hưởng tới toàn bộ quá trình phục vụ. Các nhóm lao động có mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau.

- Thời gian làm việc của người lao động mang tính chất thời điểm, thời vụ, phụ thuộc vào đặc điểm tiêu dùng. Giờ làm việc của người lao động thường bị gián đoạn và tương ứng với thời gian đến và đi của du khách. Có lao động giờ làm việc kéo dài, cuối tuần, nghỉ lễ tết hoặc cả đêm (do thời điểm nhu cầu của khách đi du lịch cao). Do vậy việc tổ chức lao động phải chia theo ca. Đặc điểm này làm cho lao động trong doanh nghiệp du lịch vào mùa du lịch không có điều kiện tham gia các hoạt động xã hội và làm ảnh hưởng đến cuộc sống riêng của họ.

- Cường độ lao động không cao nhưng thường chịu áp lực tâm lý lớn và môi trường lao động phức tạp. Đặc điểm này thể hiện rõ nét đối với những người lao động có quan hệ trực tiếp với khách. Họ phải tiếp xúc với nhiều loại đối tượng khách du lịch mà khách du lịch lại có những đặc điểm tâm lý xã hội rất khác nhau. Điều này đôi khi dẫn đến những tình huống nguy hiểm trong khi làm nhiệm vụ của người lao động.

- Lao động trong du lịch tương đối trẻ. Lao động nữ chiếm tỉ trọng lớn hơn lao động nam. Ngày nay, tỉ trọng này dần thay đổi với xu hướng tăng lên của lao động nam.

- Lao động trong du lịch cần nhiều lao động có kỹ năng cao về các nghiệp vụ khác nhau, nhưng tỷ lệ lao động không có kỹ năng chiếm tỷ trọng đáng kể.

1.2. Vai trò của lao động trong du lịch

Lao động là hoạt động có mục đích của con người. Lao động là một hoạt động diễn ra giữa người với tự nhiên. Lao động con người vận dụng sức lực tiềm tàng trong cơ thể mình, sử dụng công cụ lao động để tác động vào giới tự nhiên, chiếm lấy những vật chất trong tự nhiên, làm biến đổi vật chất đó và làm cho chúng thích ứng để làm thỏa mãn nhu cầu của mình. Vì thế, lao động là điều kiện không thể thiếu được của đời sống con người, là một sự tất yếu vĩnh viễn không thể thiếu được của đời sống con người, là một sự tất yếu vĩnh viễn, là kẻ môi giới trong sự trao đổi vật chất giữa tự nhiên và con người. Lao động chính là việc sử dụng sức lao động. Thông qua lao động mà con người khẳng định tư

cách con người của mình. Lao động là “bản chất chính” của con người và lịch sử và như là sự tái tạo, khách thể hóa con người bằng lao động. Trình độ đạt được của lao động khẳng định năng lực vươn tới tự do hóa của bản thân con người. Đồng thời lao động là hoạt động của con người theo đuổi những lợi ích, mục đích nhất định, là hoạt động qua đó quan hệ kinh tế được thể hiện. Theo nghĩa đó, lao động là sự thống nhất giữa con người và kinh tế, cá nhân và xã hội, con người và hoàn cảnh.

Hoạt động lao động trong các doanh nghiệp du lịch chủ yếu là lao động tạo ra dịch vụ. Dịch vụ không có biểu hiện vật chất nên lao động tạo ra nó là lao động phi vật chất.

Sản phẩm lao động trong kinh doanh du lịch là dịch vụ hàng hóa nhằm thỏa mãn mọi nhu cầu của du khách. Giá trị sử dụng của các dịch vụ được thể hiện ngay trong hoạt động phục vụ. Như vậy, các dịch vụ không tách rời người sản xuất ra chúng, sản xuất và tiêu dùng dịch vụ diễn ra đồng thời cả về không gian và thời gian. Đặc điểm này đã tạo ra một số hệ quả về kinh tế xã hội. Người tiêu dùng dịch vụ tiếp xúc trực tiếp với người “sản xuất” ra chúng và xác định mối quan hệ giữa họ. Khách du lịch trực tiếp đánh giá chất lượng của hoạt động lao động phục vụ. Chính vì vậy, đánh giá chất lượng dịch vụ - chất lượng lao động du lịch của du khách mang tính chất chủ quan.

Ngành du lịch mặc dù có liên quan đến nhiều ngành và lĩnh vực khác nhau và mang tính chất khác nhau - nhưng như trên đã phân tích, bản chất của nó bao gồm một số lĩnh vực kinh doanh nhất định, do các công ty doanh nghiệp du lịch đảm nhận. Do đó, nếu xét trên mức độ tác động trực tiếp hoặc gián tiếp của ngành du lịch và của mỗi doanh nghiệp, lao động nhân lực trong lĩnh vực kinh doanh du lịch có thể phân thành ba nhóm sau:

- + Nhóm lao động chức năng quản lý nhà nước về du lịch.
- + Nhóm lao động chức năng sự nghiệp ngành du lịch.
- + Nhóm lao động chức năng kinh doanh du lịch.

1.2.1. Vai trò của nhóm lao động chức năng quản lý nhà nước về du lịch

Quản lý nhà nước về du lịch là làm chức năng quản lý vĩ mô về du lịch, không làm chức năng chủ quản, không làm chức năng kinh doanh thay các doanh nghiệp du lịch. Việc quản lý đó được thông qua các công cụ quản lý vĩ mô, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau hoạt động trên lĩnh vực kinh tế du lịch. Quản lý nhà nước về du lịch nhằm đưa du lịch phát triển theo định hướng chung của tiến trình phát triển của đất nước.

Nhóm lao động này bao gồm những người làm việc trong cơ quan quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương xuống địa phương như: Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, Tổng cục Du lịch, Sở Du lịch, Sở Văn hóa - Thể thao - Du lịch,.. ở các tỉnh, thành phố, phòng quản lý văn hóa - du lịch ở các quận, huyện.

Sự khác biệt của quản lý nhà nước với quản lý kinh doanh ở chỗ quản lý nhà nước mang tính quyền lực nhà nước, đặt các đơn vị sản xuất kinh doanh vào các mối quan hệ và điều chỉnh các mối quan hệ đó bằng các công cụ khác nhau (công cụ pháp luật là chính). Nằm trong cơ cấu của bộ máy nhà nước, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch hoạt động theo nguyên tắc của bộ máy nhà nước.

Các nguyên tắc đó xuất phát từ việc Nhà nước nắm quyền lực chính trị, thông qua quyền lực chính trị Nhà nước nắm và bảo toàn quyền lực kinh tế, theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Nhà nước quản lý nền kinh tế nói chung và ngành du lịch nói riêng theo nguyên tắc kết hợp quản lý theo ngành và lãnh thổ, phân định chức năng quản lý nhà nước về kinh tế với chức năng quản lý trực tiếp sản xuất kinh doanh của các đơn vị kinh tế cơ sở nhằm kết hợp chúng tốt hơn trong việc nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội. Nằm trong hệ thống quyền lực nhà nước, cơ quan quản lý nhà nước về du lịch được trao những thẩm quyền nhất định, chủ yếu là những thẩm quyền chuyên môn, hoạt động theo các nguyên tắc nêu trên. Nằm trung gian giữa cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế và hệ thống kinh doanh du lịch, quản lý nhà nước về du lịch có chức năng quan trọng nhất là sự kết hợp của thẩm quyền mà Nhà nước giao cho với những nhiệm vụ mà hệ thống kinh doanh du lịch đặt ra. Chức năng của toàn bộ cơ quan quản lý nhà nước về du lịch chính là chức năng quản lý nhà nước về du lịch. Song, chức năng của từng bộ phận của nó, chẳng hạn chức năng của Tổng cục Du lịch, chức năng của Ủy ban Hợp tác và Đầu tư... đối với ngành chỉ là một bộ phận của chức năng quản lý nhà nước về du lịch. Chúng ta có thể hệ thống một cách tương đối các chức năng của quản lý nhà nước về du lịch thành các chức năng như sau:

- Ban hành các văn bản pháp luật về du lịch, xây dựng và thực hiện hàng loạt các chính sách kinh tế lớn để phát triển du lịch và xây dựng một cơ chế có hiệu lực để đưa chính sách và thể chế quản lý vào hoạt động kinh doanh du lịch.

- Tổ chức hướng dẫn thực hiện và kiểm tra việc thực hiện các văn bản luật, các quy chế, các chế độ, tiêu chuẩn định mức kinh tế, kỹ thuật, quy trình, quy phạm trong hoạt động du lịch. Về vấn đề này, cơ quan quản lý du lịch ở nước ta có nhiều hoạt động đáng ghi nhận. Song, như các báo cáo tổng kết của ngành du lịch Việt Nam thì mặt này còn nhiều hạn chế.

- Tổ chức tuyên truyền, quảng cáo du lịch, nghiên cứu ứng dụng khoa học; đào tạo bồi dưỡng cán bộ; hợp tác quốc tế; bảo vệ môi trường du lịch (đang là những yêu cầu cấp thiết đối với việc phát triển du lịch ở nước ta trong giai đoạn hiện nay).

- Giải quyết các khiếu nại, tố cáo và xử lý các vi phạm luật trong hoạt động du lịch; thúc đẩy du lịch nước ta theo định hướng chung của đất nước; hạn chế, đi đến xóa bỏ các hiện tượng không lành mạnh, mặt trái của du lịch mà nhiều nước đã mắc phải qua hoạt động du lịch (mại dâm, văn hóa đồi trụy, nghiện hút...)

Bộ phận lao động này có vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch quốc gia và của từng địa phương, tham mưu cho các cấp Đảng và chính quyền trong việc đề ra đường lối và chính sách phát triển du lịch bền vững và có hiệu quả. Mặt khác, họ cũng đại diện cho nhà nước để hướng dẫn, giúp đỡ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch kinh doanh có hiệu quả cũng như kiểm tra, giám sát các hoạt động kinh doanh đó.

Để thực hiện chức năng quản lý vĩ mô của Nhà nước về du lịch cần thiết phải có sự phân cấp quản lý giữa cấp trung ương và cấp địa phương. Sự khác nhau ở đây chỉ là phạm vi.

* Quản lý nhà nước về du lịch cấp Trung ương:

Cơ quan quản lý nhà nước về du lịch cấp trung ương bao gồm Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch, Tổng cục Du lịch cùng các vụ chức năng; các bộ, ủy ban

nhà nước quản lý các lĩnh vực kinh tế - xã hội cũng các bộ phận của nó có chức năng quản lý ngành như: Bộ Tài chính, Ngân hàng nhà nước, Ủy ban nhà nước về Hợp tác và Đầu tư, Ủy ban Kế hoạch - Kỹ thuật nhà nước... các bộ, ngành, hữu quan tạo điều kiện phát triển du lịch như: Hàng không, Hải quan, Ngoại giao, Công an...

Cơ cấu tổ chức của Tổng cục Du lịch được quy định theo Quyết định số 17/2018/QĐ-TTg ban hành như sau:

Tổng cục Du lịch là cơ quan trực thuộc Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch.

- Cơ cấu tổ chức của Tổng cục du lịch bao gồm:

- + 1. Vụ Kế hoạch, Tài Chính
- + 2. Vụ Tổ chức cán bộ
- + 3. Vụ Lữ hành
- + 4. Vụ Khách sạn
- + 5. Vụ Thị trường du lịch
- + 6. Vụ Hợp tác quốc tế
- + 7. Văn phòng
- + 8. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch
- + 9. Tạp chí Du lịch
- + 10. Trung tâm thông tin thư viện

Vụ Lữ hành, Vụ Khách sạn, Vụ Thị trường du lịch và Văn phòng được tổ chức phòng.

Các tổ chức quy định từ 1-7 là các tổ chức giúp Tổng cục trưởng thực hiện chức năng quản lý nhà nước; các tổ chức quy định từ 8 đến 10 là các đơn vị sự nghiệp trực thuộc Tổng cục Du lịch. Tổng cục Du lịch có Tổng cục trưởng và không quá 4 Phó Tổng cục trưởng do Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quyết định bổ nhiệm, miễn nhiệm, luân chuyển, điều động theo quy định của pháp luật.

Nhà nước Trung ương trước hết tập trung quản lý vào các vấn đề có liên quan đến toàn bộ việc phát triển du lịch của cả nước trên mọi lĩnh vực của ngành du lịch như:

- + Lập quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của quốc gia.
- + Ban hành các chính sách chung cho toàn ngành du lịch.
- + Kết phối hợp với các bộ, ngành có liên quan đến phát triển du lịch chung của cả nước như: Giao thông vận tải, Thông tin liên lạc, Hải quan, Công an, Thương mại, Giáo dục - Đào tạo, Văn hóa, Công nghệ - Môi trường...

Theo kinh nghiệm của nhiều nước, xuất phát từ tính chất liên ngành của hoạt động du lịch nhằm vừa đảm bảo mục đích phát triển du lịch vừa đảm bảo an ninh quốc gia, gìn giữ môi trường trong sạch, phát huy truyền thống văn hóa, bản sắc dân tộc, một số nước đã thành lập Ủy ban du lịch quốc gia gồm các thành viên của nhiều bộ, ngành liên quan đến hoạt động du lịch. Ủy ban này có nhiệm vụ thảo luận và đề xuất với Quốc hội, Chính phủ những vấn đề vướng mắc trong luật pháp liên quan tới hoạt động của du lịch. Ủy ban này bao gồm các thành viên từ các cơ quan cấp trung ương đến địa phương. Thường trực Ủy ban là cơ quan quản lý nhà nước về du lịch (Tổng cục Du lịch; Bộ Du lịch, Bộ Bru chính Viễn thông và Du lịch...)

* Quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương:

Ở địa phương trong cơ cấu bộ máy nhà nước cũng có các cơ quan tương tự như ở cấp Trung ương. Song, nó chỉ có chức năng quản lý ở địa bàn và chịu sự chỉ đạo của các cơ quan ngành dọc trong cơ cấu của bộ máy nhà nước Trung ương.

Trên cơ sở quán triệt quan điểm thống nhất quản lý nhà nước Trung ương về du lịch, việc quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương (Tỉnh, Thành phố trực thuộc Trung ương) thực hiện các mặt chính sau:

- Xây dựng các đề án về quy hoạch và kế hoạch phát triển du lịch trên địa bàn.
- Nghiên cứu đề xuất việc xây dựng các chính sách, và bổ sung cụ thể hóa các chính sách chung, phù hợp với tình hình hoạt động du lịch của địa phương.
- Hướng dẫn và kiểm tra việc thực hiện các chính sách quy định và nghiệp vụ chuyên môn.
- Theo thẩm quyền, xét cấp giấy chứng nhận, đăng ký kinh doanh của các doanh nghiệp hoạt động du lịch.
- Giúp đỡ tổ chức đào tạo các cán bộ nghiệp vụ, chuyên môn cho các doanh nghiệp du lịch.

Để công việc quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương thực sự quán triệt quan điểm kinh tế nhiều thành phần, thì quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương cần khắc phục thói quen chỉ quản lý vĩ mô đối với các doanh nghiệp nhà nước thuộc địa phương quản lý, mà phải tổ chức quản lý vĩ mô với toàn bộ hoạt động kinh doanh du lịch thuộc mọi tổ chức, mọi thành phần kinh tế ở trên địa bàn của địa phương.

Muốn thực hiện tốt việc quản lý nhà nước về du lịch ở địa phương, thì bộ máy tổ chức đảm nhiệm (Sở Văn hóa, Thể Thao và Du lịch hoặc Sở Du lịch) phải được tiêu chuẩn hóa theo hướng tinh giảm đầu mối và biên chế, tiêu chuẩn hóa cán bộ, nâng cao hiệu lực chỉ đạo và điều hành.

Tùy theo chức năng và nhiệm vụ được phân công, nhưng người làm việc ở cơ quan nhà nước về du lịch có thể đảm trách các công việc khác nhau như: Xúc tiến, quảng bá du lịch; hợp tác quốc tế du lịch, tổ chức cán bộ, đào tạo trong du lịch; quản lý lữ hành, khách sạn; thanh tra du lịch; kế hoạch đầu tư du lịch...

Bộ phận lao động này chiếm tỷ trọng lớn trong toàn bộ nhân lực du lịch, song đây là bộ phận nhân lực có trình độ cao, có hiểu biết tương đối toàn diện và có trình độ về chuyên môn du lịch. Những kiến thức, hiểu biết của họ là ở tầm vĩ mô thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước.

1.2.2. Vai trò của nhóm lao động chức năng sự nghiệp ngành du lịch

Nhóm lao động này bao gồm những người làm việc ở cơ sở giáo dục, đào tạo như cán bộ giảng dạy, nghiên cứu ở các trường đại học, cao đẳng, trung học và cán bộ nghiên cứu ở các viện khoa học về du lịch.

Đây là bộ phận nhân lực có trình độ học vấn cao và có trình độ chuyên môn sâu trong toàn bộ nhân lực du lịch, đặc biệt là ở các trường đại học và viện nghiên cứu, bao gồm đội ngũ các giáo sư, phó giáo sư, tiến sĩ, thạc sĩ, giảng viên... Họ có kiến thức và am hiểu khá toàn diện và sâu sắc lĩnh vực du lịch. Họ có chức năng là đào tạo và nghiên cứu khoa học về du lịch và có vai trò to lớn trong việc phát triển nguồn nhân lực du lịch. Hay nói cách khác, họ có một nhiệm vụ hết sức cao cả là nhiệm vụ “trồng người”. Số lượng và chất lượng nguồn nhân lực hiện tại và tương lai có đáp ứng được yêu cầu của ngành du lịch

hay không có sự tác động lớn của những người làm công tác đào tạo. Có thể nói họ như những “cỗ máy cái” trong quá trình sản xuất. Do vậy, bộ phận lao động này cũng phải được đào tạo cơ bản, lâu dài hướng tới đạt trình độ khu vực và thế giới. Mặt khác, họ phải có năng khiếu và đạo đức sư phạm cũng như khả năng độc lập nghiên cứu khoa học.

1.2.3. Vai trò của nhóm lao động chức năng kinh doanh du lịch

* Lao động quản lý trong lĩnh vực kinh doanh du lịch:

Đó là người đứng đầu (người lãnh đạo) thuộc các đơn vị kinh tế cơ sở: Doanh nghiệp kinh doanh khách sạn, hãng lữ hành du lịch, vận tải... (đó là tổng giám đốc, giám đốc, phó giám đốc...). Lao động của người lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch có những riêng biệt, bởi đối tượng, công cụ và sản phẩm lao động của họ có tính đặc thù:

- Lao động của người lãnh đạo trong các hoạt động kinh doanh du lịch là loại động trí óc đặc biệt. Là lao động trí óc đặc biệt, bởi lao động của người lãnh đạo không chủ yếu sử dụng sức mạnh cơ bắp với các thao tác công nghệ của thiết bị máy móc và những công cụ lao động khác quy định. Công cụ chủ yếu của lao động lãnh đạo là tư duy. Người lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh bằng kiến thức và kinh nghiệm của mình luôn luôn tìm tòi, nghiên cứu các tình huống, đề ra các quyết định và tổ chức thực hiện các quyết định cho quá trình kinh doanh du lịch.

Quyết định của một doanh nghiệp du lịch bao hàm nhiều cấp độ khác nhau. Có quyết định chỉ thực hiện kinh doanh theo từng vụ việc, có quyết định thuần túy về tổ chức nhân sự, có quyết định thuộc về lĩnh vực kinh doanh lữ hành, kinh doanh khách sạn hoặc kinh doanh vận chuyển du lịch... Quyết định của cán bộ lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch có tác động quan trọng để mang lại hiệu quả kinh doanh nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch. Quyết định đúng hoặc sai, cao hoặc thấp hoàn toàn phụ thuộc vào năng lực của người lãnh đạo. Bởi cán bộ lãnh đạo là người có thẩm quyền cao nhất để ra quyết định thuộc doanh nghiệp mình quản lý.

Muốn có quyết định đúng, cán bộ lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh phải am hiểu và tuân thủ chặt chẽ quy trình ra một quyết định. Quy trình đó bao gồm các bước: thu nhận, xử lý thông tin; lựa chọn thông tin - xây dựng các phương án; lựa chọn phương pháp tối ưu để ra quyết định.

Ví dụ, để tiến đến quyết định cuối cùng về một hợp đồng du lịch với các đối tác: phải thu thập các nguồn thông tin về nhu cầu của khách; khả năng đáp ứng của doanh nghiệp mình; chọn lựa các thông tin đáng tin cậy, như đoàn khách du lịch từ nước nào đến? Số lượng? Thời gian du lịch? Nhu cầu tham quan, ăn ở, mua hàng...? Từ đó lập ra phương án để đáp ứng nhu cầu của khách. Phân tích phương án. Chọn phương án hợp lý nhất để thỏa mãn yêu cầu của phía doanh nghiệp cũng như phía khách hàng, từ đó quyết định ký hợp đồng. Hợp đồng đã ký chính là một quyết định mang tính pháp quy. Hoặc, để đi đến quyết định xây dựng một khách sạn, cũng phải đi qua các bước: thu thập, xử lý thông tin, số vốn, giá cả, địa chất, nguồn khách... từ đó mà xây dựng các phương án: lựa chọn phương án hợp lý nhất để ra quyết định xây dựng khách sạn.

Như vậy, muốn hoàn thành tốt nhiệm vụ, cán bộ lãnh đạo trong lĩnh vực kinh

doanh du lịch phải có trình độ ra quyết định. Mỗi quyết định gắn liền với tuyến, điểm du lịch, hướng dẫn viên. Như vậy cán bộ lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch muốn có quyết định đúng không phải chỉ có trình độ lý thuyết ra quyết định mà còn phải có trình độ chuyên ngành ở mức tương ứng. Nếu không, quyết định chỉ mang tính hình thức, nội dung bấp bênh không có cơ sở khoa học.

Trong quá trình tổ chức thực hiện các quyết định phải tuân thủ nguyên tắc khoa học, song lao động lãnh đạo trong kinh doanh du lịch còn là sự vận dụng linh hoạt sáng tạo các quy luật, các nguyên tắc quản lý chung, bởi vì đối tượng của người lãnh đạo hoạt động kinh doanh du lịch là quá trình kinh doanh; là hệ thống quản trị kinh doanh, là người lao động. Đối tượng này hết sức phức tạp và luôn biến động trong không gian và thời gian. Sự linh hoạt và sáng tạo đó phụ thuộc vào trình độ kiến thức, bề dày kinh nghiệm, sự nhạy cảm và bản lĩnh chính trị, đạo đức của người lãnh đạo trước các biến đổi thực tiễn.

Như vậy, ra quyết định và tổ chức thực hiện ra quyết định thể hiện rõ nét đặc điểm của lao động trí óc của người lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch. Đặc điểm này đòi hỏi lao động của người lãnh đạo phải là lao động đào tạo chu đáo, phải có bằng quản lý, phải qua các lớp quản lý du lịch, phải thường xuyên học hỏi từ hoạt động thực tiễn.

- Lao động của người lãnh đạo trong kinh doanh du lịch là loại lao động tổng hợp. Bởi vì, quan hệ của doanh nghiệp du lịch vô cùng đa dạng và phức tạp. Đó là một xã hội thu nhỏ, chông chéo vô số các mối quan hệ. Có quan hệ bên trong, có quan hệ bên ngoài; có quan hệ trực thuộc, có quan hệ phối thuộc; có quan hệ quản lý, có quan hệ thân thuộc bạn bè, huyết tộc, đồng hương, đồng môn, đồng liêu, đồng tuế, đồng chí; có quan hệ giữa người trong nước với nhau, có quan hệ với người nước ngoài; có quan hệ diễn ra trong một thời gian ngắn, có quan hệ là ăn lâu dài...

+ Với tư cách người đứng đầu đơn vị kinh doanh, người lãnh đạo không thể đứng ngoài hay quay lưng với những hoạt động đó. Ngược lại, để đơn vị hoạt động ổn định, bền vững, để kinh doanh hoạt động hiệu quả, họ phải tham gia vào các mối quan hệ tích cực. Từ đặc điểm quy định đó của tổ chức hệ thống, lao động lãnh đạo là lao động tổng hợp. Tính tổng hợp của lãnh đạo lao động biểu hiện ở chỗ nó vừa là lao động quản lý, vừa là lao động giáo dục, lao động chuyên môn, vừa là lao động của các hoạt động xã hội khác. Với tư cách là lao động quản lý, người lãnh đạo chịu trách nhiệm điều hòa các mối quan hệ, là tấm gương cho mọi người trong tổ chức làm việc và biết làm việc một cách trật tự có ngăn nắp. Chúng ta đều biết so với các doanh nghiệp khác, như doanh nghiệp sản xuất, đối tác, khách hàng của doanh nghiệp du lịch ở một phạm vi rất rộng - là khách du lịch, trong đó có một số bộ phận khách quốc tế. Hàng hóa khách du lịch mua hầu hết là giá trị cảnh quan thiên nhiên và bề dày lịch sử - văn hóa, nghĩa là không phải loại hàng hóa đóng gói “tiền trao - cháo múc” mà là loại hàng hóa đặc biệt gắn liền với quốc thể. Vì vậy, đòi hỏi cán bộ lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch ngày càng phải có một bản lĩnh chính trị vững vàng và phẩm chất đạo đức tốt. Đó là sự trung thành, trân trọng những truyền thống tốt đẹp của dân tộc, là sự am hiểu đường lối chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước, quán triệt những đường lối, chủ trương, chính sách đó trong

công việc điều hành của mình. Sống đúng đạo đức dân tộc. Luôn giữ gìn sự trong sáng của nhân cách, bắt nhịp và tiếp thu những giá trị văn hóa của nhân loại. Tránh thiên hướng cổ hủ lai căng, du nhập những lối sống xa lạ với thuần phong mỹ tục dân tộc. Đặc biệt, phải luôn có lòng tự trọng dân tộc, mỗi khách du lịch là một khách hàng. Mỗi khách hàng như vậy lại quan sát tìm hiểu rất rộng, chứ không chăm chú vào một loại hàng cụ thể như các loại khách hàng khác, ví dụ như mua nông sản, đồ gỗ, vật liệu xây dựng... chủ yếu họ chỉ quan tâm đến chất lượng, giá cả... Bởi vậy cán bộ lãnh đạo trong kinh doanh du lịch phải là người từng trải, ứng phó nhanh. Phẩm chất chính trị, đạo đức của cán bộ trong lĩnh vực kinh doanh du lịch một mặt tương đồng với phẩm chất của nhà ngoại giao, mặt khác có nét riêng là vận dụng cụ thể vào hàng loạt hoạt động du lịch. Xem nhẹ phẩm chất chính trị đạo đức, có thể người lãnh đạo đem lại doanh thu cao cho hoạt động kinh doanh của mình nhưng để lại hậu quả về mặt xã hội, trong đấy có những hậu quả có tiền cũng khó khắc phục được. Và do đó, không thể là tấm gương cho mọi người, không thể thực hiện chức năng giáo dục.

+ Với tư cách là một nhà chuyên môn, lao động của lãnh đạo là lao động của người tìm kiếm nhân tài, sử dụng người giỏi, tổ chức và điều hành công việc một cách trôi chảy cho mục đích kinh doanh có hiệu quả cao. Đối với người lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch không nắm được các thủ âm thực, thì rất khó chỉ đạo kinh doanh ăn uống. Không am hiểu giá trị văn hóa - lịch sử, cảnh quan thiên nhiên thì rất khó chỉ đạo kinh doanh lễ hành. Như vậy sẽ rất dễ bị các nhân viên dưới quyền xem thường, dù có quyền, nhưng quyền không tương xứng với chuyên môn - quyền cao, chuyên môn thấp, sẽ rất khó chỉ đạo nhân viên thừa hành. Điều này nói lên rằng, cán bộ trong lĩnh vực kinh doanh du lịch cần phải có một trình độ chuyên môn nhất định về nguồn lực phát triển du lịch, đặc biệt là nguồn lực thiên nhiên và nguồn lực nhân văn.

+ Với tư cách là một nhà hoạt động xã hội, người lãnh đạo trong kinh doanh du lịch còn phải tham gia các hoạt động kinh tế - xã hội khác trong đơn vị và theo yêu cầu của địa phương, ngành và đất nước (các tổ chức đoàn thể quần chúng, các hiệp hội khoa học kinh tế, kinh doanh, chính trị, thể thao văn hóa...)

Đặc trưng của lao động trí óc, lao động tổng hợp nói lên rằng lao động trong các hoạt động kinh doanh du lịch là lao động phức tạp, có ảnh hưởng tới nhiều người, có khi đến cả dân tộc. Do đó, người lãnh đạo trong lĩnh vực kinh doanh du lịch phải có một tiềm năng kiến thức tương ứng và khả năng vận dụng kiến thức vào thực tiễn.

* Lao động chức năng quản lý nghiệp vụ kinh tế trong kinh doanh du lịch:

Lao động thuộc các bộ phận quản lý chức năng bao gồm: lao động thuộc phòng kế hoạch đầu tư và phát triển; lao động thuộc phòng tài chính - kế toán (hoặc phòng kinh tế); lao động thuộc phòng vật tư thiết bị, phòng tổng hợp; lao động thuộc phòng quản lý nhân sự...

Nhiệm vụ chính của lao động thuộc các bộ phận này là tổ chức hạch toán kinh doanh, tổ chức quản lý doanh nghiệp, tổ chức lao động, tổ chức các hoạt động kinh doanh, hoạch định quy mô tốc độ phát triển của doanh nghiệp.

Điểm nổi bật trước hết của lao động thuộc các bộ phận quản lý chức năng là ở chỗ phải có khả năng phân tích các vấn đề, đang hoặc sắp xảy ra trong doanh nghiệp

mình, hoặc các các vấn đề đã, đang hoặc sắp xảy ra do tác động của các biến số vĩ mô của nền kinh tế ảnh hưởng tới nhiệm vụ của mình hoặc doanh nghiệp. Việc phân tích nghiệp vụ của mỗi lao động thuộc phòng ban là khác nhau, tuy nhiên đều hướng tới điểm chung là sao cho doanh nghiệp của mình thu hút được nhiều khách du lịch và phục vụ khách du lịch tốt nhất. Chẳng hạn đối với phòng kinh doanh phát triển mỗi lao động ở đây phải tập trung phân tích sự biến động của thị trường khách du lịch như: lượng khách mà doanh nghiệp mình có khả năng khai thác thu hút để phục vụ hay không? Khả năng thanh toán của khách trong thời gian tới như thế nào? Các dịch vụ hoặc các chương trình du lịch của doanh nghiệp mình có được có được khách ưa chuộng hay không? Các dịch vụ mới cần phải bổ sung không?... Tương tự như vậy, với lao động thuộc phòng quản lý nhân sự phải phân tích cơ cấu đội ngũ lao động nhằm tác động đến công tác đào tạo và sử dụng lao động như số lượng và chất lượng lao động trong công ty thừa thiếu bao nhiêu, có cần phải tuyển dụng và đào tạo mới không? Tình trạng sức khỏe của nhân viên, tâm lý và trạng thái khi đang làm việc?...

Điểm nổi bật nữa của lao động thuộc bộ phận quản lý chức năng có khả năng “tổng hợp” tốt. Mặc dù việc “phân tích” tình hình và nghiệp vụ của mỗi lao động không giống nhau, nhưng kết quả cuối cùng của việc “phân tích” đó phải cung cấp được “thông tin” cho lãnh đạo xử lý, từ đó mà người lãnh đạo mới đề ra quyết định đúng đắn trong kinh doanh. Do đó, để có được những thông tin này, mỗi lao động thuộc các bộ phận quản lý chức năng đồng thời phải có khả năng biết “tổng hợp” vấn đề. Bản tổng hợp vấn đề đòi hỏi phải chính xác, có giá trị thực tiễn và có thể dùng tham mưu cho lãnh đạo.

Như vậy, có thể thấy rằng điểm nổi bật của quản lý chức năng là ở khả năng biết “phân tích” và biết “tổng hợp” các vấn đề. Mỗi vấn đề mà lao động trong kinh doanh du lịch dùng để tham mưu cho các quản lý đều phải được “phân tích - tổng hợp” dựa trên các cơ sở và lý luận khoa học rõ ràng, đồng thời phải căn cứ vào biến đổi về tình hình kinh doanh du lịch trong thực tiễn của doanh nghiệp mình cũng như các đối thủ cạnh tranh. Để có cơ sở và khả năng “phân tích - tổng hợp” vấn đề có chất lượng cao, đòi hỏi mỗi lao động quản lý chức năng phải được đào tạo theo đúng chuyên ngành, thì cần phải có những kiến thức hiểu biết về các lĩnh vực kinh doanh du lịch. Không những thế, lao động phải có tính năng động có khả năng thích nghi và nghị lực tốt; cần biết lắng nghe ý kiến của nhiều người; tìm tận gốc nguyên nhân gây thất bại khi giải quyết công việc. Điều đó đòi hỏi lao động ở đây phải có tính kiên trì, làm tới nơi tới chốn. Ngoài ra, lao động thuộc nhóm này còn có liên quan đến công việc có tính “nhạy cảm” như vấn đề tiền tệ, mua sắm thiết bị vật tư đắt tiền, vấn đề tuyển dụng... Do đó, cần phải khách quan, thẳng thắn, không thiên vị, lành mạnh, không tham ô, hối lộ...

* Lao động chức năng đảm bảo điều kiện kinh doanh của doanh nghiệp du lịch:

Lao động thuộc khối bảo đảm kinh doanh du lịch được hiểu đó là những người không trực tiếp cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho du khách. Nhiệm vụ chính của họ là cung cấp những nhu yếu phẩm, phương tiện làm việc cho những lao động thuộc các bộ phận khác của doanh nghiệp. Lao động thuộc nhóm này có: nhân viên thường trực bảo vệ; nhân viên vệ sinh môi trường; nhân viên phụ trách công tác sửa chữa điện nước; nhân viên cung ứng hàng hóa; nhân viên tạp

vụ... trong công ty khách sạn hoặc các doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

Mặc dù không trực tiếp phục vụ và cung cấp sản phẩm du lịch cho khách du lịch, nhưng trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp đòi hỏi bộ phận lao động này có những điểm nổi bật sau đây:

- Luôn trong tình trạng sẵn sàng nhận và hoàn thành nhiệm vụ. Sẵn sàng nhận nhiệm vụ đối với lao động đảm bảo điều kiện kinh doanh là ở chỗ luôn trong tư thế chuẩn bị - khi có yêu cầu công việc là có thể đi ngay và hoàn thành công việc sao cho tiêu tốn thời gian ít nhất - rồi lại sẵn sàng nhận nhiệm vụ mới. Quá trình này có thể chỉ phải thực hiện một lần trong ngày làm việc, nhưng cũng có thể lặp đi lặp lại nhiều lần. Ví dụ như đối với nhân viên cung ứng hàng hóa cho các bộ phận bếp, khi nhận nhiệm vụ mua thực phẩm mua thực phẩm để chế biến món ăn phải đi về với thời gian nhanh nhất có thể; và sau đó lại ở tư thế sẵn sàng nhận nhiệm vụ, bởi bất kỳ người khách nào cũng có thể sẽ “đổi món” hoặc bổ sung món khác.

- Có những quyết định kịp thời, giải quyết mọi công việc hàng ngày cũng như những việc đột xuất. Việc giải quyết tốt công việc hàng ngày cũng như công việc đột xuất của mỗi lao động ở nhóm này sẽ đảm bảo tính đồng bộ trong kinh doanh. Bởi vì sự không kịp thời, hay không làm tốt của bất cứ nhân viên nào cũng gây cho khách sự phiền toái và không hài lòng về chất lượng phục vụ đối với doanh nghiệp, hoặc có khi với cả quốc gia. Nếu như “đột xuất” vòi tắm không có nước, điều hòa không chạy là lỗi của nhân viên điện nước đã không sửa kịp thời; khuôn viên khách sạn bẩn gây cho khách sự khó chịu và bỏ đi là do công việc hàng ngày của nhân viên vệ sinh môi trường chưa làm tốt; hay là khách rất khó chịu với nhà bếp vì phục vụ rất chậm khi mà lỗi lại do chính nhân viên tiếp phẩm không mua kịp thời nguyên liệu... Vì vậy, việc giải công việc hàng ngày cũng như có quyết định kịp thời giải quyết công việc đột xuất luôn là yêu cầu có tính bắt buộc và thường trực đối với lao động đảm bảo điều kiện kinh doanh du lịch.

- Năng động và linh hoạt trong quá trình thực hiện nhiệm vụ. Điều này được phản ánh ở chỗ lao động đảm bảo điều kiện kinh doanh đôi khi có khả năng sáng tạo, óc phán đoán... Nếu như trong thực tế quá trình thực hiện nhiệm vụ lại không đúng với yêu cầu của công việc do các yếu tố khách quan. Ví dụ, như nhà hàng yêu cầu nhân viên cung ứng hàng hóa mua một loại hàng hóa, nhưng do điều kiện khách quan, hàng hóa đó không có trên thị trường hoặc chất lượng không đảm bảo phải linh hoạt lựa chọn các nguyên liệu khác thay thế. Điều này cho thấy lao động đảm bảo điều kiện kinh doanh du lịch phải có một trình độ về nghề nghiệp mới có thể giải quyết được vấn đề.

Như vậy, việc phân tích ở trên cho thấy để đạt được yêu cầu có tính chất tiêu chuẩn hóa ở trên, lao động ở nhóm này phải có trình độ chuyên môn và được đào tạo, đào tạo không những về ngành du lịch mà còn phải am hiểu nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội, tâm lý, mỹ thuật, dân tộc; có trình độ hiểu biết về văn minh và văn hóa du lịch và đặc biệt là phải có khả năng sáng tạo và có đầu óc tổ chức.

* Lao động trực tiếp cung cấp dịch vụ cho khách trong doanh nghiệp du lịch:

Lao động trực tiếp kinh doanh du lịch được hiểu là những người lao động trực tiếp tham gia vào hoạt động kinh doanh du lịch, trực tiếp cung cấp dịch vụ và

phục vụ khách hàng. Nhóm lao động này rất đông đảo, thuộc nhiều ngành nghề khác nhau và đòi hỏi phải tinh thông nghề nghiệp. Trong khách sạn có: lao động thuộc nghề lễ tân; nghề buồng; nghề nấu ăn (chế biến món ăn); nghề bàn và pha chế đồ uống... Trong kinh doanh lữ hành có: lao động làm công tác điều hành chương trình du lịch, marketing du lịch và đặc biệt có lao động thuộc nghề hướng dẫn du lịch... Trong ngành vận chuyển khách du lịch có lao động thuộc nghề điều khiển phương tiện vận chuyển... Các nghề trên lại được chi tiết hóa thành từng việc cụ thể phân công cho từng chức danh nghề nghiệp khác nhau và tùy theo quy mô to, nhỏ của công ty và doanh nghiệp kinh doanh du lịch có thể thêm bớt lao động ở vị trí này hoặc vị trí khác, hoặc bố trí người kiêm nhiều việc.

Vì vậy, để đánh giá đặc điểm lao động nhóm này có thể thông qua việc đánh giá đặc điểm lao động của các nghề cơ bản sau:

- Lao động thuộc nghề chế biến món ăn: Ai cũng có thể nghĩ nấu ăn là đơn giản, nhưng đó chỉ là công việc nấu ăn trong gia đình. Còn việc nấu ăn để phục vụ khách du lịch nói riêng và cho khách nói chung hoàn toàn không đơn giản. Ngay cả việc đánh giá món ăn, người bình thường chỉ cảm nhận thông qua mắt nhìn đẹp, mũi ngửi thơm và miệng nếm ngon, còn về dinh dưỡng thì chắc chắn không thể đánh giá chính xác được. Để có món ăn trang trí đẹp mắt, đòi hỏi người đầu bếp phải có kiến thức về thẩm mỹ, kiến thức về dùng gia vị, kiến thức về cân bằng âm - dương trong ăn uống và đặc biệt phải có kỹ năng về cắt tỉa, thái, gọt rau, củ, quả để trình bày trong món ăn. Món ăn bung ra phục vụ phải có mùi thơm, do đó người đầu bếp phải biết kỹ thuật tẩm ướp và các phương pháp làm chín thức ăn như: luộc, hầm, chưng, xào, nấu, nướng... với nhiệt độ sao cho đủ chín và tỏa được hương vị. Khách ngày nay thường quan tâm đến dinh dưỡng học trong món ăn và bữa ăn không chỉ ngon miệng mà đảm bảo được sức khỏe. Sơ lược như vậy cũng có thể thấy được kỹ năng nghề nghiệp của người đầu bếp. Đó là chưa kể để thành một đầu bếp giỏi là rất khó vì trong nghề chế biến món ăn còn nhiều nghiệp vụ như: các món ăn theo từng nước, món ăn theo từng dân tộc, tôn giáo, theo sức khỏe. Mặt khác, trong chế biến món ăn cũng phân chia các đầu bếp chuyên làm món ăn theo thực đơn như: món khai vị, món chính và món tráng miệng. Riêng việc làm các loại bánh, một người đầu bếp theo đuổi hết cuộc đời cả cuộc đời chưa thành thạo hết việc.

- Lao động thuộc nghề phục vụ ăn uống (phục vụ bàn, nhà hàng). Người ngoài nghề cảm tưởng đây là một công việc đơn giản không cần phải học. Nhưng trong thực tế, cuộc sống của con người càng nâng cao thì đòi hỏi về việc phục vụ càng lớn. Sản phẩm lao động của người phục vụ bàn là các dịch vụ được thể hiện bằng cường độ lao động, nghệ thuật và thái độ ứng xử với khách hàng (vì người phục vụ bàn chỉ là đầu mối trung gian vận chuyển và phân phối món ăn đồ uống cho khách). Chính vì vậy sản phẩm của người phục vụ bàn không phải là hàng hóa cụ thể. Một nhà hàng có những nhân viên với kỹ năng nghề nghiệp tinh thông, khả năng giao tiếp tốt, ngoại ngữ giỏi thì chắc chắn sẽ đem lại hiệu quả kinh tế cao và có danh tiếng lớn, có uy tín lớn. Chế biến món ăn đã khó nhưng phục vụ cho khách thưởng thức món ăn ngon và có ấn tượng thì lại khó hơn. Về mặt nghề nghiệp, đòi hỏi phục vụ phải biết được những kiến thức cơ bản về trình bày bàn ăn sao cho phù hợp với các món ăn và đồ uống sẽ

phục vụ khách như: biết cách phục vụ các món ăn và đồ uống với những thao tác cơ bản được gọi tắt là bung, bê, gấp, rót; biết cách phục vụ các loại tiệc khác nhau... Người ta thường gọi nhân viên nhà hàng như những diễn viên trên sân khấu, làm sao phải biểu diễn phong cách phục vụ của mình một cách thuần thục nhất, ấn tượng và đẹp mắt nhất. Mặc dù lao động của họ rất nặng nhọc nhưng họ phải biết giấu những cảm giác mệt mỏi của mình để phục vụ khách một cách tận trọng nhất với chất lượng cao nhất.

- Lao động thuộc nghề pha chế và phục vụ đồ uống (nhân viên pha chế, phục vụ bar): Tại các nước phát triển, nghề này rất được trọng dụng và không phải ngẫu nhiên ở các nước phát triển có Hiệp hội pha chế đồ uống quốc tế. Những người làm nghề này phải có kiến thức về đồ uống tự nhiên và đồ uống pha chế, đồ uống có cồn và đồ uống không có cồn; đồ uống có cồn nhẹ, trung bình và nặng; các dòng rượu nặng cơ bản pha chế cocktail; các loại cocktail (có tới hàng nghìn loại cocktail khác nhau), cách pha chế như thế nào? Theo công thức nào? Quy trình như thế nào và trang trí ra sao? Được đựng vào các loại ly nào?... Đây là một nghề phục vụ cho những người giàu và sành ăn uống. Đối với họ “uống không phải để say mà để thưởng thức”.

- Lao động thuộc nghề lễ tân: Nhân viên lễ tân là người mở đầu cuộc tiếp xúc với khách hàng du lịch bằng việc giới thiệu các điều kiện phục vụ (giá trong lưu trú, ăn uống, giá các “tour”, tình trạng buồng, giường, các quan hệ khác...) cho tới khi đạt được thỏa thuận tiếp nhận khách hay thỏa thuận khách. Muốn đạt được thỏa thuận tiếp nhận, nhân viên lễ tân phải có nghệ thuật thuyết phục khách hàng. Chỉ có một sơ suất nhỏ về mặt nào đó cũng đủ làm cho khách mất tình cảm, ngược lại hiểu biết tâm lý khách, giao tiếp khéo léo sẽ làm cho khách hài lòng ngay từ phút đầu gặp gỡ, thậm chí khách còn đến khách sạn nhiều lần nữa, hoặc giới thiệu cho bạn bè người thân đến khách sạn. Nhiều người cho rằng nhân viên lễ tân chỉ cần có ngoại ngữ hoặc có hình thể đẹp là được. Thực ra không phải như vậy, để có công nghệ phục vụ hoàn hảo đòi hỏi lao động lễ tân phải được đào tạo rất bài bản, có được thái độ nhã nhặn lịch sự khi cần thiết, phong cách đón tiếp lịch lãm, nói năng phải mềm mỏng. Họ phải có kiến thức về nghề lễ tân, về thị trường về thanh toán quốc tế, về các đón tiếp phục vụ khách, về các yêu cầu của khách đối với các dịch vụ và hàng hóa không những của khách sạn mà còn cả trên thị trường. Tuy nhiên, đón tiếp khách trong kinh doanh du lịch không đòi hỏi nghi thức đón khách như ngành ngoại giao mà chỉ là công việc giao tiếp lịch sự. Khách đến để mua dịch vụ du lịch và phải trả tiền, do vậy họ có thể được thỏa mãn đầy đủ mà có thể bị từ chối khi hết dịch vụ. Thế nhưng ngày nay khách hàng là “thượng đế” của doanh nghiệp nên công việc đón tiếp tuy không long trọng, nhưng cuối cùng cũng tạo cho khách cảm tưởng rằng mình đang ở giữa những người thân thuộc và không thấy bỡ ngỡ trong hoàn cảnh xa lạ.

- Lao động thuộc nghề phục vụ buồng: Người ta nói “đón tiếp là nơi bán hàng còn bộ phận phục vụ lưu trú là nơi giao nhận sản phẩm”. Khách chê bai về giá cả, tiện nghi, bỏ đi là lỗi lễ tân không khôn khéo, nhưng khách chấp nhận lấy phòng, nếu ở không toại nguyện vì vệ sinh kém, chất lượng, ga, gối không thay đúng kỳ lại là lỗi của nhân viên phục vụ buồng, bởi vì đã giao hàng kém chất lượng cho khách tức là công nghệ và thái độ phục vụ của nhân viên phục vụ

buồng không đạt tiêu chuẩn chất lượng đã quy định. Đơn giản mà nói, công việc của nhân viên phục vụ buồng là thực thi các quy trình công nghệ vệ sinh nơi phòng ngủ và “toilet” theo đúng quy định kỹ thuật đã định. Nhận thức về công việc phục vụ buồng là đơn giản, nhưng khi người ta coi công việc giữ gìn “một ngôi nhà” có hàng trăm buồng và có nhiều dịch vụ công cộng thì vấn đề đó trở lên quan trọng. Những người làm nghề buồng đòi hỏi phải có kiến thức về các loại trang thiết bị trong buồng ngủ, cách giữ gìn và bảo quản, các nguyên nhân gây ra bẩn hoặc hỏng, các loại nguyên liệu vật liệu và hóa chất sử dụng để khắc phục, quy trình bảo quản hoặc sửa chữa... Tiêu chuẩn mà mỗi khách du lịch đánh giá một buồng tốt hay xấu hoàn toàn phụ thuộc vào cá nhân mỗi nhân viên phục vụ buồng. Nhân viên buồng bao giờ cũng phải thực hiện các chức trách của mình là: làm vệ sinh thường xuyên và định kỳ buồng ngủ cho khách và toàn bộ khu vực trong phạm vi tổ buồng; chăm lo sự nghỉ ngơi của khách, phục vụ đầy đủ những dịch vụ bổ sung do khách yêu cầu trong quá trình lưu trú; có biện pháp phòng cháy chữa cháy, phòng chống độc, bảo mật gian phòng, bảo vệ tuyệt đối an toàn cho khách; lập biểu theo dõi tình hình phòng khách hàng ngày của mỗi ca để kịp thời thông báo cho bộ phận tiếp nhận khách; phụ trách công việc cho khách mượn vật dụng, vào sổ theo dõi và thu hồi vật dụng khi khách trả; thống kê và vào sổ những đồ ăn, uống như bánh, kẹo, rượu, bia... tại quầy mini, trong tủ lạnh ở các phòng; thu nhận vào sổ, cất giữ và chuyển giao cho khách các vật dụng do khách bỏ quên; tiếp nhận điện thoại về các thông tin do khách hoặc do các bộ phận khác chuyển đến, đồng thời tìm hiểu yêu cầu của khách để phục vụ khách ngày một tốt hơn; chuẩn bị các công việc để bàn giao. Vì vậy, để thực hiện các chức năng đó, trong quá trình phục vụ buồng, nhân viên cần lịch sự, nhẹ nhàng, chu đáo, không quấy rầy khách, không để những tác động thừa, không “nhòm ngó” để khách phải khó chịu. Nhân viên phải bày tỏ sự quan tâm, chú ý của mình làm cho khách có cảm tưởng rằng: Người phục vụ có thiện cảm và quan tâm đến mình, mình đã gặp được những nhân viên du lịch vừa lành nghề, vừa tốt bụng.

Đối với ngành khách sạn một số nước trên thế giới, người ta quan niệm có các nghề khác: Bảo vệ an ninh trong khách sạn, marketing trong khách sạn, trang trí nội thất trong khách sạn và nhà hàng, và vì vậy cũng có lao động thuộc các nghề này...

* Trong kinh doanh lữ hành:

Thực tế hiện nay, nhiều người còn quan niệm đơn giản về những người làm lĩnh vực này. Làm lữ hành chỉ cần biết một số điểm du lịch và nói những điểm này theo cơ học thì sẽ được một chương trình (tour) du lịch. Hoặc làm hướng dẫn viên du lịch (tour guide) chỉ cần biết ngoại ngữ là có thể dẫn khách đi các chương trình du lịch đã được định sẵn. Chính vì vậy chất lượng của các chương trình du lịch chưa cao, chưa thu hút được nhiều khách và chưa khai thác các tiềm năng du lịch cũng như thỏa mãn nhu cầu khách.

- Người xây dựng chương trình du lịch: Theo quan niệm hiện đại, người ta xem những người thiết kế, xây dựng chương trình du lịch (tour du lịch) là những người viết kịch bản. Trong kịch bản thể hiện rõ chương trình này sẽ được thực hiện trong bao nhiêu ngày, mỗi ngày đi bao nhiêu giờ và qua bao nhiêu điểm; ở mỗi điểm bao nhiêu giờ; trong các điểm đó đòi hỏi người hướng dẫn phải thuyết

minh cho khách những gì? (hoặc thuê hướng dẫn viên địa phương); các điểm tham quan trong ngày được thiết kế phải tính đến nhu cầu của khách về nghỉ ngơi, ăn uống, tham quan, giải trí chụp ảnh lưu niệm, mua sắm, chữa bệnh và giải quyết các nhu cầu cá nhân. Tất cả các vấn đề này được chỉ dẫn cụ thể không chỉ về mặt không gian, địa lý mà cả về thời gian, phương thức phục vụ. Không chỉ tính đến nhu cầu của khách du lịch (theo từng loại đối tượng khách) và khả năng cung ứng (các điểm tham quan, cơ sở nghỉ ngơi, ăn uống, giải trí...) mà còn tính đến hiệu quả kinh tế của một số chương trình này thu được của khách và các cơ sở cung ứng dịch vụ thông qua các nguồn thu khác.

- Người điều hành chương trình du lịch: Là những đạo diễn, căn cứ vào đối tượng khách, hoàn cảnh khách quan và chủ quan, thời gian, thời tiết, người đạo diễn trưng chình điều hành và gây ấn tượng sâu sắc nhất cho khách.

- Hướng dẫn viên: Là người thực hiện công việc hướng dẫn theo “kịch bản” và theo yêu cầu của “đạo diễn”.

+ Về thời gian làm việc: Thời gian làm việc của hướng dẫn viên du lịch khó có thể định mức được, thời gian làm việc của họ là thời gian cùng đi với khách du lịch. Vì vậy, lao động không thực hiện theo giờ cố định.

+ Về khối lượng công việc: Lao động hướng dẫn viên du lịch rất phức tạp bao gồm cả công việc trực tiếp phục vụ khách du lịch và công việc chuẩn bị trước đó như nâng cao, bổ sung nghiệp vụ, xây dựng tuyến tham quan mới... Do vậy, khối lượng công việc của họ rất lớn, phong phú và đa dạng;

+ Về tính chất công việc: Lao động của hướng dẫn viên du lịch mang tính đơn điệu và phải chịu đựng cao về mặt tâm lý. Một số hướng dẫn viên có thể chỉ chuyên phục vụ một số đối tượng khách hoặc trên một số tuyến hành trình du lịch nào đó. Do đó, họ cần có lòng yêu nghề và luôn tìm cách đổi mới nội dung hoạt động của mình. Mặt khác, hướng dẫn viên du lịch liên tục tiếp xúc với khách du lịch. Do vậy, họ phải có tâm lý ổn định, sẵn sàng trả lời các câu hỏi do khách đặt ra họ phải có sức chịu đựng cao về tâm lý. Khách du lịch hoặc khách tham quan là những người nhận xét và đánh giá chương trình du lịch này. Do đó, một chương trình du lịch hấp dẫn và chất lượng cũng như một bộ phim hay một vở kịch phụ thuộc rất lớn vào vai trò người viết kịch bản, đạo diễn và diễn viên.

- Lao động thuộc nghề vận chuyển khách du lịch: Lao động thuộc nghề này ngoài những chức năng nhiệm vụ có tính chất chung giống như của vận chuyển phục vụ dân sinh, phục vụ kinh tế, trong kinh doanh du lịch còn những yêu cầu riêng. Người lái phương tiện vận chuyển phải biết làm “mềm hóa” theo yêu cầu của tour du lịch. Chẳng hạn, trong giai đoạn đón khách, vì điểm đón và trả khách không ổn định lại cần phải đúng giờ, nhất là khi có nối tiếp giữa hai phương tiện đi khác nhau, trong khi đó - trong quá trình hành trình du lịch, theo yêu cầu của khách cần có những dịch vụ xen kẽ: ăn, nghỉ, chờ đợi, chụp ảnh... Vì vậy, người điều khiển phương tiện vận chuyển phải biết chỗ nào có thể rút ngắn thời gian, những lúc nào phải kéo dài thời gian. Quy trình phục vụ vận chuyển trong du lịch đòi hỏi chất lượng dịch vụ tổng hợp cao, vì ngoài việc di chuyển ra, trong quy trình phục vụ có thêm các dịch vụ theo yêu cầu ngay trên xe, hay trên tuyến đường đi mà không đơn thuần theo sự thuê bao hay thuê vận chuyển như mua bán, giải trí, giới thiệu tư vấn thông tin... Vì vậy, trong quá

trình vận chuyển người lái phương tiện vận chuyển phải tạo nên tâm lý thoải mái, vui vẻ cho khách. Có được phẩm chất đó người lái phương tiện vận chuyển cần có trình độ hiểu biết về văn hóa, có phong cách giao tiếp tế nhị; tinh thần phục vụ phải tận tình, ý thức bảo quản phương tiện luôn tốt, sạch đẹp; phải nhạy bén, nhanh nhẹn để có thể đối phó kịp thời đối với những trường hợp đột xuất xảy ra, để giải quyết được nhanh chóng (chậm thời gian, sự cố dọc đường, bỏ quên khách...) tránh những bức dọc của khách xảy ra.

Xã hội càng phát triển, sự chuyên môn hóa công việc ngày càng lớn và cũng từ đó đòi hỏi người lao động phải có những kỹ năng chuyên môn sâu trong lĩnh vực. Nhận thức đúng đắn về vấn đề này đem lại sự phát triển nhanh hơn và bền vững hơn và chất lượng hơn cho một ngành cụ thể. Trong hoạt động kinh doanh du lịch, với sự đòi hỏi của thị trường, đặc biệt là nhu cầu của con người, với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật trong lĩnh vực công nghệ thông tin, giao thông vận tải sẽ xuất hiện nghề mới trong tương lai đòi hỏi chúng ta phải quan tâm xem xét.

2. Quản lý phát triển nguồn nhân lực ở doanh nghiệp du lịch

Để các chính sách quản lý nhà nước về lao động trong du lịch thực sự phát huy hiệu quả, đòi hỏi các doanh nghiệp du lịch phải vận dụng tốt pháp luật, chính sách, chế độ về lao động của nhà nước và áp dụng một cách sáng tạo phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp.

Việc quản lý phát triển nguồn nhân lực ở doanh nghiệp du lịch có vai trò hết sức quan trọng và bao gồm những nội dung cơ bản sau:

2.1. Tuyển chọn và bố trí lao động

Thực chất tuyển chọn là những cuộc thi, khảo sát để đánh giá tính chất, khả năng, kỹ năng, kỹ xảo, tính nết, cách cư xử của từng con người theo một hệ thống các tiêu chí, tiêu chuẩn sao cho kết quả đánh giá đạt được yêu cầu của công việc và phải thể hiện được yêu cầu của tuyển chọn.

Trước khi tiến hành bước tuyển mộ lao động, mỗi doanh nghiệp du lịch cần xây dựng nội dung, yêu cầu tuyển chọn lao động trên cơ sở xác định yêu cầu của công việc. Nó phải bao gồm đầy đủ các vấn đề: Nội dung công việc, yêu cầu sức khỏe, tâm - sinh lý của công việc đối với con người, khả năng tiếp tục bồi dưỡng trình độ văn hóa, trình độ chuyên môn và thời hạn đào tạo. Đồng thời, người được phân công công tác tuyển chọn lao động cần phải chú ý đến xu hướng sở thích thực sự của người tham gia tuyển chọn, những đặc điểm tâm sinh lý, nguyện vọng về công việc của họ. Xây dựng nội dung yêu cầu tuyển chọn được coi là hoàn hảo khi nó phải được trình bày rõ ràng về các công đoạn đặc thù của công việc, cũng như thời gian cần thiết để thực hiện công việc đó. Bảng mô tả công việc nêu rõ chức danh của người thực hiện, chỉ định ngắn gọn và trách nhiệm làm việc và giờ giấc...

Nguồn tuyển mộ lao động cho doanh nghiệp có thể thông qua sự giới thiệu của nhân viên cũ, qua quảng cáo tuyển người trên báo chí, qua các trường học, học viên... Mục đích của việc tuyển chọn qua những nguồn khác nhau để cung cấp số lượng nhân viên đủ tiêu chuẩn cho mỗi tổ chức kinh doanh du lịch. Nhà nước quản lý sử dụng những thủ thuật khác nhau để có quyết định tuyển dụng nhân viên như những thông tin về quá trình làm việc, học vấn, quyền lợi cá

nhân, lý do xin việc, các giấy tờ chứng chỉ. Tuy nhiên, những thông tin đó chỉ mang tính chất tham khảo, việc quan trọng là phải áp dụng rộng rãi các biện pháp tuyển chọn như phương pháp cổ điển, phương pháp tổng hợp, đặc biệt là phương pháp trắc nghiệm về sinh lý, tâm lý. Tuyển chọn phải đảm bảo được tính khách quan, tiến hành theo các quy chế chặt chẽ, không theo cảm tính hay do sức ép bên ngoài.

Việc tuyển chọn lao động vừa mang tính nghệ thuật vừa mang tính khoa học, càng đầu tư nhiều thời gian suy nghĩ, xem xét thì càng có khả năng đưa ra những quyết định sáng suốt để tuyển dụng nhân viên vào làm việc. Sau khi tuyển dụng phải sắp xếp công việc có người lao động. Việc bố trí lao động tức là đặt người lao động vào các công việc khác nhau theo các nơi làm việc tương ứng với hệ thống phân công, hiệp tác lao động trong các doanh nghiệp. Bố trí lao động phải đảm bảo yêu cầu trao cho những người đã được tuyển chọn theo công việc nhiệm vụ lao động phù hợp với chuyên môn và trình độ thành thạo của họ, đảm bảo sử dụng đầy đủ, tối đa thời gian của thiết bị, thời gian làm việc của người lao động; đảm bảo chất lượng công việc cũng như đảm bảo sự thay thế lẫn nhau của người lao động. Đồng thời, xác định rõ nội dung từng công việc của từng người cần làm vị trí của họ trong tập thể lao động, hướng dẫn và theo dõi chặt chẽ việc tuân thủ kỷ luật lao động và quy trình công nghệ; đảm bảo tính liên tục trong công việc cho người lao động.

2.2. Tổ chức hợp tác và phân công lao động

Phân công lao động hợp lý là điều kiện để nâng cao năng suất lao động và hiệu quả sản xuất kinh doanh. Phân công lao động là quá trình gắn từng người lao động với những nhiệm vụ phù hợp với khả năng của họ.

Xác định những yêu cầu kỹ thuật của công việc mà con người phải đáp ứng có căn cứ khoa học. Đảm bảo sự phù hợp giữa công việc được phân công với đặc điểm và khả năng của con người.

Phân công sẽ chuyên môn hóa được công cụ lao động. Nhờ chuyên môn hóa sẽ giới hạn được phạm vi lao động, nhân viên nhanh chóng quen với công việc, có được những kỹ năng, kỹ xảo, giảm được thời gian và chi phí đào tạo, đồng thời sử dụng và khai thác triệt để khả năng riêng của từng người. Phân công phải chú ý đến các vấn đề như tính đơn điệu của công việc, cường độ lao động...

Hợp tác lao động tức là sự kết hợp của nhiều người trong một hoặc nhiều quá trình kinh doanh. Cần kết hợp tốt sự hiệp tác về không gian và thời gian. Việc tổ chức ca, kíp phải đảm bảo yêu cầu của kinh doanh nhưng cũng đồng thời đảm bảo sức khỏe cho người lao động. Đảm bảo tính đồng bộ của các công việc trong quá trình kinh doanh và thiết lập hệ thống kỉ luật.

Hoàn thiện phân công hợp tác lao động trong mỗi hoạt động kinh doanh trên ba mặt: Kinh tế - kĩ thuật, tâm - sinh lý và xã hội.

2.3. Giải quyết vấn đề “lao động thời vụ” trong kinh doanh du lịch

Đặc điểm lớn nhất của các hoạt động kinh doanh du lịch là tính thời vụ. Tính thời vụ trong du lịch được hình thành rõ nét nhất bởi nhiều yếu tố: hoạt động tín ngưỡng (mùa lễ hội dân tộc truyền thống), thời gian nhàn rỗi trong năm (kỳ nghỉ hè, nghỉ đông của học sinh, sinh viên, ngày nghỉ cuối tuần, lễ tết) và yếu tố quan trọng nhất hình thành nên tính thời vụ trong du lịch là yếu tố khí

hậu, mà ảnh hưởng của nó thể hiện rõ nét nhất đối với du lịch biển và du lịch núi... Do tình thời vụ như vậy, đương nhiên khi hết mùa vụ du lịch hoạt động kinh doanh du lịch sẽ gặp rất nhiều khó khăn, như việc khai thác các cơ sở chất lượng kỹ thuật, khách sạn, nhà hàng, xe cộ, trang thiết bị, các loại dịch vụ khác và đặc biệt là việc sử dụng lao động và chi phí tiền lương cho lao động.

Do điều kiện như vậy mà có thời kỳ ngoài dịch vụ du lịch doanh nghiệp có thể lỗ nhưng trong những vụ du lịch thì doanh thu cao, lãi lớn.

Để giải quyết vấn đề này về mặt lao động, doanh nghiệp có thể sử dụng các phương thức khác nhau:

- Lập quỹ dự phòng để chi trả tiền lương cho nhân viên vào thời kỳ ngoài vụ du lịch.

- Cho một số nhân viên đi đào tạo, đào tạo lại, đi thực tế để nâng cao tay nghề.

- Tạo ra một số ngành nghề khác như sản xuất hàng lưu niệm, thủ công mỹ nghệ... để cung cấp cho khách du lịch hoặc để xuất khẩu...

- Tạo sản phẩm du lịch có tính hấp dẫn cao để kéo dài thời vụ, tạo ra doanh thu tương xứng với hoạt động kinh doanh thời vụ. Điều này có ý nghĩa là việc tạo sản phẩm du lịch phải mang tính đặc trưng Việt Nam, có khả năng cạnh tranh với sản phẩm du lịch trong khu vực và trên thế giới.

2.4. Cải thiện điều kiện lao động và chế độ làm việc nghỉ ngơi cho người lao động

Chế độ làm việc và nghỉ ngơi hợp lý liên quan trực tiếp đến khả năng làm việc của người lao động. Xây dựng chế độ nghỉ ngơi và làm việc hợp lý phải đạt được mục đích kéo dài thời gian làm việc trong trạng thái ổn định và năng suất, chống mệt mỏi, tăng năng suất lao động, bảo vệ sức khỏe cho người lao động, tính liên tục của hoạt động kinh doanh. Xây dựng chế độ làm việc và nghỉ ngơi hợp lý đảm bảo các vấn đề sau:

- Xác định thời gian bắt đầu và kết thúc ca làm việc một cách hợp lý vì nó ảnh hưởng đến khả năng làm việc, liên quan đến quy luật sinh hoạt của con người.

- Xác định thời điểm và độ dài của thời gian nghỉ ăn cơm giữa ca ảnh hưởng đến sức khỏe và khả năng hồi phục sau một thời gian lao động.

- Xác định độ dài và số lần nghỉ ngắn trong ca làm việc.

Điều kiện lao động là một trong những yếu tố luôn được doanh nghiệp du lịch quan tâm đến. Điều kiện lao động tác động mạnh tới người lao động, do đó doanh nghiệp phải thường xuyên tăng cường biện pháp an toàn lao động. Cải thiện điều kiện lao động nơi làm việc như tư thế phục vụ, tiếng ồn, chiếu sáng, vệ sinh nơi làm việc... đề cao hiệu quả kinh doanh cũng như hiệu quả sử dụng lao động của doanh nghiệp đó.

2.5. Thiết lập kỷ luật lao động

Trong kinh doanh du lịch kỷ luật lao động thực chất là nội quy, nguyên tắc mà tổ chức kinh doanh du lịch đề ra nhằm hướng dẫn và giải thích cho nhân viên trong quá trình làm việc và người lao động phải thực hiện nghiêm túc những nội quy, nguyên tắc đó. Những nội quy, nguyên tắc này phải đảm bảo các yêu cầu sau:

- Người lao động phải mang hết sức mình làm việc, nêu cao tinh thần chủ động, phát huy sáng kiến, đảm bảo hoàn thành nhiệm vụ đúng hạn, đảm bảo đúng quy định về giờ giấc, trang phục, thao tác làm việc, kỹ thuật phục vụ.

- Người lao động phải chịu trách nhiệm về việc làm của mình, làm sai phải

làm lại, làm hỏng phải bồi thường. Trong quá trình làm việc, phục vụ, mỗi lao động phải nêu cao tinh thần tương trợ, giúp đỡ dìu dắt nhau bảo đảm cho bản thân và cả đồng nghiệp hoàn thành nhiệm vụ đạt năng suất lao động và chất lượng phục vụ cao.

- Người lao động phải bảo quản giữ gìn và sử dụng hợp lý tài sản, trang thiết bị của tổ chức của cơ sở mình, tránh lãng phí, lợi dụng, lấy cắp.

- Người lao động phải luôn cố gắng vươn lên để đạt chất lượng phục vụ tốt, chống lối làm việc tự do tùy tiện, vô tổ chức, khắc phục dần những tập quán lao động lạc hậu, chống tư tưởng lười biếng, gian dối, làm ẩu...

Muốn vậy, nội quy lao động phải là những quy định cụ thể, ngắn gọn, thiết thực không trái với quy định chung của ngành, nhà nước về chính sách và chế độ lao động. Nội quy phải tạo cho người lao động một thái độ, phong cách làm việc nhiệt tình, một trình độ phục vụ khách du lịch ở mức hoàn chỉnh nhất, tránh cho khách phải chịu những điều phiền hà rắc rối. Mặt khác, cũng để cho khách thấy cách làm việc nghiêm túc, thái độ chân thành niềm nở của lao động khi thực hiện công việc.

2.6. Đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn cho lao động

Vấn đề này liên quan tới sự phát triển của con người và sự phát triển của khoa học kỹ thuật - công nghệ. Vì vậy, doanh nghiệp cần phải đánh giá, phân tích nhu cầu của từng công việc đòi hỏi cần có những con người như thế nào. Phân tích được khả năng của những con người đang làm các công việc đó. Phân tích được nhu cầu muốn đào tạo lại và nâng cao trình độ chuyên môn. Từ đó xây dựng phương hướng kế hoạch đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động. Kỹ thuật đào tạo và huấn luyện cần được đưa vào công việc cụ thể và yêu cầu kỹ năng chuyên môn của công việc. Công tác huấn luyện đào tạo cụ thể ngoài giờ làm việc, trong những lớp học bằng những chỉ dẫn đã được soạn trước, hay ngay tại nơi làm việc, nhân viên có thể vừa học vừa làm để học thực tiễn, hay bằng phương pháp tổng hợp các phương pháp trên. Đối với các cán bộ quản lý trong các doanh nghiệp cần có kế hoạch đào tạo ngắn hạn, dài hạn theo chiến lược phát triển của công ty, doanh nghiệp. Chú ý đến những cán bộ, nhân viên lao động xuất sắc, có trình độ, có khả năng phát triển, hàng năm có kế hoạch gửi đi học tại các trường đại học, nghiệp vụ, tạo nguồn cán bộ quản lý. Không để tình trạng học tập tự phát, không đúng nghề, không đúng hướng phát triển của doanh nghiệp.

Đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn phải được tiến hành thường xuyên và liên tục để đáp ứng với nhu cầu đòi hỏi của doanh nghiệp đối với người lao động và khả năng cạnh tranh công nghệ trên thị trường.

2.7. Nâng cao đạo đức nghề nghiệp cho người lao động

Đặc điểm nổi bật trong kinh doanh du lịch là sản xuất và tiêu dùng diễn ra đồng thời, người sản xuất và người tiêu dùng trực tiếp gặp nhau trong quá trình sản xuất và tiêu dùng. Do đó, quá trình hoạt động của lao động trong kinh doanh luôn có mối quan hệ mang tính hai chiều với khách (nhân viên - khách, khách - nhân viên). Việc giáo dục và nâng cao đạo đức nghề nghiệp cho người lao động là nội dung không thể thiếu trong công tác quản lý nhân lực của doanh nghiệp du lịch. Đạo đức nghề nghiệp là lòng yêu nghề, hăng say công việc, tận tụy với

nghề, là trình độ chuyên môn nghiệp vụ, phong cách thái độ phục vụ khách, là cách cư xử với đồng nghiệp, là sự kết hợp hài hòa giữa lợi ích cá nhân và tập thể, cộng đồng và quốc gia... Yêu cầu đạo đức nghề nghiệp của người lao động trong ngành du lịch là sự thống nhất và đan quện giữa cái thiện và cái đẹp. Chỉ có cái thiện đích thực bên trong mới là cơ sở nền tảng cho cái đẹp đích thực hiện ra bên ngoài. Chỉ khi có sự thống nhất và đan quện giữa cái thiện và cái đẹp thì cách thức ứng xử của người phục vụ du lịch mới được hoàn thiện. Đạo đức nghề nghiệp là một trong những yếu tố giúp người lao động thực thi nhiệm vụ của mình theo tinh thần tự nguyện thông qua các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp nhằm hình thành và phát triển “văn hóa hành vi” trong khi phục vụ khách. Mặt khác nó còn hỗ trợ tương tác lẫn nhau giữa các thành viên trong doanh nghiệp. Theo đánh giá của các chuyên gia du lịch thì nâng cao đạo đức nghề nghiệp của lao động trong kinh doanh du lịch có nghĩa là đảm bảo cho người lao động phải không ngừng nâng cao năng lực (tài) và phẩm chất (đức).

2.8. Đánh giá kết quả lao động và trả công cho người lao động

Để đánh giá quá trình làm việc của người lao động, các doanh nghiệp du lịch phải biết được hiệu quả từng công việc của họ để trả công, khen thưởng xứng đáng, đồng thời cũng kịp thời uốn nắn phòng ngừa những biểu hiện tiêu cực phát sinh.

Việc đánh giá phụ thuộc vào thông tin chính xác về những gì đã hoàn thành. Trong doanh nghiệp du lịch một số công việc hay một vài công đoạn của công việc có thể đánh giá cụ thể. Ví dụ, như trong kinh doanh khách sạn đó là việc: làm thủ tục đăng kí cho bao nhiêu khách, rửa bao nhiêu đĩa... Tuy nhiên, với số lượng này sẽ có kèm theo các tiêu chuẩn chính xác, an toàn, chất lượng. Việc dựa vào số lượng để đánh giá thì tương đối dễ dàng. Nhưng có nhiều sự việc xảy ra khi nhân viên thực hiện công việc thì lại rất khó khăn như sự “hiếu khách”, “thái độ phục vụ”... Nói chung, những công việc không được lặp đi, lặp lại thì vấn đề đánh giá hiệu quả rất khó khăn. Biện pháp dùng để đánh giá trình độ làm việc của người lao động nên được sử dụng là “hành vi thái độ”, phải được thực hiện bằng cách liệt kê những “sở trường” trong thao tác khi nhân viên làm việc để xếp loại nhân viên. Trên quy định về tính cách tổng quát của doanh nghiệp du lịch, nhân viên được chọn các danh mục hoạt động để ghi “thích” hay “không thích”. Việc này giúp cho việc phân loại và là phương pháp tương đối khách quan để biết nhân viên biết loại hành vi và thái độ mà doanh nghiệp muốn nhân viên phải thực hiện. Đồng thời, phương pháp hỗ trợ cho việc đánh giá quá trình làm việc của người lao động là xem xét những kết quả được quy định trước cho từng công việc và xuất phát từ những nhận xét của khách với nhân viên. Bởi mục đích cuối cùng của quá trình thu nạp nhân sự là để cung cấp những dịch vụ có chất lượng cao. Vì vậy, muốn đánh giá kết quả công việc của người lao động trong doanh nghiệp du lịch phải dựa trên “thắng lợi” của doanh nghiệp đó, đó chính là nguồn thu, là lợi nhuận doanh nghiệp đã đạt được vì đó là những gì quan trọng nhất đối với doanh nghiệp (sự thỏa mãn của khách hàng đối với dịch vụ được phục vụ).

Trên cơ sở công việc được phân công và kết quả lao động mà doanh nghiệp tiến hành trả công cho người lao động hoặc kỷ luật, khen thưởng hay bồi dưỡng để đạt.

Nguyên tắc của việc trả công lao động là phải căn cứ vào số lượng và chất

lượng lao động.

- Số lượng phụ thuộc vào công việc người lao động được phân công, thời gian và số lượng sản phẩm họ hoàn thành trong ca, trong ngày, số ngày họ làm việc trong tháng...

- Chất lượng lao động phụ thuộc vào độ phức tạp của công việc, yêu cầu về trình độ chuyên môn, tay nghề... và hiệu quả của công việc thể hiện ở năng suất lao động, ở sự đánh giá của khách về phong cách thái độ, chất lượng phục vụ.

Mức tiền lương, tiền thưởng hay các chế độ phúc lợi khác cho người lao động cuối cùng phụ thuộc vào kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian nhất định.

Trong thực tế hiện nay nhiều doanh nghiệp vận dụng nhiều tiêu thức khác nhau để xếp hệ số lương trả cho người lao động như: bậc tay nghề hay bậc lương, số giờ hay ngày làm việc trong tháng, loại công việc đảm nhận, trình độ nghiệp vụ hay ngoại ngữ, việc thực hiện nội quy doanh nghiệp, sự đánh giá của khách...

Điều quan trọng trong công việc trả công cho người lao động là đảm bảo chính xác công bằng, kích thích người lao động cống hiến nhiều hơn cho doanh nghiệp, mang lại hiệu quả cao.

Cũng với việc trả công lao động hàng tháng trong doanh nghiệp một nội dung quan trọng của nội dung quản trị nhân lực là việc nâng bậc lương cho người lao động. Căn cứ để nâng bậc lương, thang lương là: quy định về chức danh và thang, bậc lương từng nghề, thời gian được nâng lương, kết quả công việc và trình độ tay nghề và phẩm chất tư cách của người lao động. Việc nâng bậc lương này có thể được thực hiện bằng cách cuộc kiểm tra, sát hạch thi tay nghề.

Bên cạnh những nội dung công việc trên, lãnh đạo doanh nghiệp cũng phải động viên kịp thời những lao động có thành tích xuất sắc trong lao động.

Việc trả công hợp lí xứng đáng, động viên khen thưởng kịp thời là những đòn bẩy vật chất và tinh thần kích thích người lao động cống hiến nhiều hơn, gắn bó với doanh nghiệp hơn, nâng cao năng suất và chất lượng lao động, mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn.

3. Quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực du lịch

Về bản chất, quản lý bao giờ cũng thể hiện thông qua mối quan hệ, sự tác động biện chứng giữa chủ thể quản lý với đối tượng bị quản lý nhằm đạt mục tiêu đã định.

Mục tiêu mà các hoạt động quản lý lao động trong các hoạt động kinh doanh hướng tới bao gồm: mục tiêu kinh tế là việc sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực, nguồn gốc sáng tạo ra của cải vật chất cho doanh nghiệp và cho xã hội; mục tiêu chính trị là góp phần thực hiện đường lối chính sách và chiến lược phát triển con người; mục tiêu đó là thông qua việc quản lý có hiệu quả sẽ thúc đẩy sản xuất phát triển, tạo việc làm, giữ được an ninh, trật tự an toàn xã hội, đảm bảo cho xã hội ổn định và phát triển.

Để đạt được mục tiêu đó, tất cả các hoạt động quản lý phải tập trung điều tiết các quan hệ lao động tổng thể và tạo ra các khuôn khổ, thể chế các quan hệ lao động trong các doanh nghiệp. Quan hệ lao động trong các doanh nghiệp phải hoạt động theo luật, chịu sự kiểm tra, giám sát việc chấp hành luật về lao động của cơ quan quản lý lao động nhà nước.

Vì vậy, để quản lý các quan hệ lao động tổng thể trong các hoạt động kinh doanh của mỗi doanh nghiệp có hiệu quả, Nhà nước thực hiện chức năng quản lý vĩ mô của mình, thông qua việc hoạch định, triển khai và đánh giá tình hình thực hiện chính sách về tuyển dụng (tuyển chọn và sử dụng) lao động. Hướng về việc doanh nghiệp sử dụng và khai thác năng lực của lao động khi làm việc, là việc ban hành tổ và chức thực hiện, kiểm tra các chính sách về đào tạo bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực cho doanh nghiệp. Hướng về việc doanh nghiệp tạo ra các động cơ cho người lao động khi làm việc, đó là chính sách có liên quan tới việc đảm bảo lợi ích vật chất và động viên tinh thần đối với lao động.

Tuy nhiên cũng thấy rằng, trong quá trình hoạch định, triển khai thực hiện, đánh giá chính sách quản lý về lao động, phải tuân thủ các bước của quá trình hoạch định chính sách chung, cụ thể:

- Hoạch định chính sách quản lý lao động phải được xuất phát từ đường lối chính sách chung của Nhà nước, tiến hành nghiên cứu, dự báo, xác định được vấn đề chính sách cần hoạch định, trên cơ sở đó tiến hành xác định mục tiêu, xây dựng các phương án chính sách và lựa chọn phương án tối ưu hoặc hợp lý nhất, thông qua và quyết định chính sách.

- Tổ chức thực hiện chính sách quản lý lao động là giai đoạn biến chính sách thành những kết quả thực tế, thông qua hoạt động có tổ chức của bộ máy nhà nước nhằm thực hiện các mục tiêu xác định. Do hoạt động du lịch rất phong phú, đa dạng và phức tạp nên quản lý du lịch gồm nhiều lĩnh vực (trong đó có quản lý lao động trong kinh doanh du lịch) và nhiều cơ quan của Nhà nước thực hiện. Hiện nay ở Việt Nam, cơ quan trực tiếp quản lý nhà nước về du lịch có thể gọi theo quy định của Hiến pháp là cơ quan chấp hành và cơ quan hành chính nhà nước, bao gồm Chính phủ, Bộ Văn hóa - Thể thao - Du lịch, Tổng cục Du lịch và Ủy ban nhân dân các cấp. Đồng thời, các bộ, cơ quan ngang bộ và cơ quan trực thuộc Chính phủ theo chức năng của mình thực hiện một số nhiệm vụ quản lý liên quan đến du lịch đều được coi là những cơ quan liên quan đến quản lý nhà nước về du lịch. Vì vậy, vấn đề đặt ra cho tổ chức nhà máy quản lý nhà nước về du lịch phải chịu trách nhiệm chủ động, trực tiếp quản lý hoạt động du lịch theo chức năng của mình, mặt khác phải làm nhiệm vụ phối hợp một cách thường xuyên và đồng bộ với các cơ quan liên quan để thực hiện quản lý nhà nước đối với các hoạt động du lịch trên phạm vi toàn quốc.

- Kiểm tra, đánh giá việc thực hiện chính sách quản lý lao động là một trong những nội dung quan trọng của toàn bộ quá trình hoạch định và triển khai và thực hiện chính sách, do đó đòi hỏi phải có những cơ chế, nguyên tắc để thực hiện. Quá trình kiểm tra, đánh giá các chính sách qua đó phát hiện, xử lý trường hợp vi phạm chế độ chính sách trong việc sử dụng lao động, đồng thời kịp thời sửa đổi, bổ sung các chế độ chính sách phát triển xã hội, của ngành. Xu hướng hiện nay, các doanh nghiệp, hiệp hội và người lao động có tiếng nói quan trọng trong kiểm tra và đánh giá các chính sách nên khi phân tích đánh giá chính sách quản lý lao động các cơ quan quản lý nhà nước phải lắng nghe ý kiến của đối tượng này.

Như vậy, xuất phát từ các tiếp cận trên, quản lý nhà nước đối với lao động kinh doanh du lịch được xác định bởi một số nội dung cơ bản sau: xây dựng và ban hành các chính sách về tuyển dụng lao động trong kinh doanh du lịch;

nghiên cứu xây dựng, chỉ đạo và tổ chức kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng sử dụng quản lý phát triển nguồn nhân lực du lịch; ban hành, hướng dẫn các chính sách đảm bảo lợi ích vật chất và động viên tinh thần đối với lao động ngành du lịch.

3.1. Xây dựng và ban hành các chính sách về tuyển dụng

Cơ chế thị trường với nhiều thành phần, nhiều hình thức sở hữu khác nhau, đòi hỏi các chủ sở hữu phải có quyền quyết định phương hướng kinh doanh và hạch toán kinh tế, vì thế cần có vai trò tự chủ trong tuyển dụng lao động (tuyển chọn lao động và sử dụng lao động). Kinh doanh du lịch tập hợp từ nhiều ngành nghề và lĩnh vực hoạt động khác nhau, mỗi hoạt động kinh doanh, mỗi doanh nghiệp cũng đều có quyền quyết định việc chọn lao động và sử dụng lao động của mình. Mục tiêu cuối cùng của hoạt động kinh doanh du lịch là phục vụ thỏa mãn tối đa các nhu cầu chính đáng của khách để thu hút khách, gia tăng doanh thu, đồng thời cũng mang lại kết quả nhiều mặt cho nền kinh tế quốc dân, bảo vệ tài nguyên, văn hóa, kinh tế, chính trị. Tuy nhiên, do tính đặc thù của ngành cũng như để đảm bảo mục đích chung cần đạt tới của lĩnh vực kinh doanh du lịch, Nhà nước cần thiết phải quản lý công tác tuyển dụng lao động trong hoạt động kinh doanh du lịch. Quản lý của nhà nước đối với công tác tuyển dụng lao động trong các hoạt động kinh doanh du lịch có nhiều nội dung, trong đó việc xây dựng chức danh tiêu chuẩn nghiệp vụ cho lao động trong ngành du lịch là một nội dung quan trọng hàng đầu trong công tác quản lý.

Xây dựng chức danh - tiêu chuẩn nghiệp vụ cho lao động trong ngành du lịch, giúp các doanh nghiệp căn cứ vào đó để nhận xét, đánh giá, bố trí, tuyển chọn lao động vào làm việc trong các hoạt động kinh doanh của mình, ngăn chặn việc tuyển dụng và sử dụng lao động một cách tùy tiện, đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ cho người lao động và người sử dụng lao động. Hệ thống chức danh - tiêu chuẩn nghiệp vụ của ngành du lịch cũng có vai trò cần thiết là tạo điều kiện cho các doanh nghiệp không những cải tiến các điều kiện và tổ chức làm việc mà còn phải phân công, sắp xếp con người ở vị trí làm việc phù hợp với các đặc điểm tâm sinh lý của họ. Ngoài ra, có còn có ý nghĩa trong công việc đảm bảo cho người lao động trong kinh doanh du lịch (được tuyển chọn) có vị trí thích hợp, phù hợp với mong muốn của họ, tạo cho họ có điều kiện sáng tạo và phát triển nhân cách của mình. Xây dựng chức danh - tiêu chuẩn nghề nghiệp lao động trong ngành du lịch đảm bảo thực hiện các nội dung sau:

- Thống nhất quan điểm về cách nhìn nhận lao động, đặc điểm lao động và cơ cấu lao động trong du lịch. Đây chính là sự thống nhất về nhận thức, làm tiền đề và căn cứ quan trọng cho việc xây dựng chức danh - tiêu chuẩn nghiệp vụ lao động ngành du lịch.

- Xây dựng bảng danh mục đầy đủ các chức danh nghề nghiệp ngành du lịch. Bảng chức danh đảm bảo phải đầy đủ thống nhất tên gọi các chức vụ, viên chức chuyên ngành trong cả nước. Danh mục các chức danh phải xuất phát từ các nhóm lao động đặc thù (chức danh gốc), trên cơ sở đó xác định từng chức danh cụ thể của mỗi nhóm. Đây chính là căn cứ để mỗi doanh nghiệp du lịch tùy vào loại hình kinh doanh, tùy từng quy mô mà tuyển dụng lao động, định mức số lượng lao động tham gia vào quá trình kinh doanh của mình như thế nào.

- Căn quy định chức danh, nhiệm vụ và yêu cầu cụ thể đối với mỗi chức danh.

Những yêu cầu này đòi hỏi phải rõ ràng, nêu được đầy đủ các yêu cầu cần thiết đối với từng nhóm lao động, về ý nghĩa của nghề nghiệp, đặc điểm chung của nghề, quá trình thao tác nghề, những tri thức, kỹ năng phải có; những đặc điểm tâm sinh lý của nghề; vệ sinh sức khỏe nghề, nhưng triển vọng phát triển nghề, đặc điểm cần tránh về mặt y học... Tuy nhiên, trong nội dung quy định chức danh nhiệm vụ, yêu cầu đối với lao động cần đặc biệt lưu ý một số vấn đề sau:

+ Về phẩm chất chính trị, đạo đức của lao động. Đây là phẩm chất bắt buộc phải có trong hầu hết đối với mọi lao động và phải được đặc biệt chú trọng. Người lao động nếu không có phẩm chất đạo đức tốt rất dễ sa ngã, chỉ cần một sơ xuất nhỏ của người lao động là lập tức mất đi danh tiếng của cả ngành du lịch, nhiều khi ảnh hưởng tới cả quốc gia. Vì vậy, nội dung yêu cầu lao động phải làm rõ, là người làm du lịch phải thấm nhuần được nguyên tắc trong hoạt động du lịch: dân tộc, văn minh, an ninh và kinh tế; phải hiểu biết chủ trương đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước.

+ Về kiến thức cần có của lao động. Đối với từng lao động tương ứng đòi hỏi những yêu cầu trình độ khác nhau, tương ứng với từng hệ đào tạo khác nhau. Nhưng, để có thể phục vụ được khách du lịch tốt nhất, hiệu quả cao, đòi hỏi lao động trong kinh doanh du lịch phải được đào tạo một cách chu đáo, có khả năng giao tiếp, có kiến thức tâm lý, văn hóa du lịch, kiến thức về kinh doanh du lịch và đặc biệt là thông thạo ngoại ngữ. Để đạt được những yêu cầu này, đòi hỏi người được tuyển chọn phải học để có những kiến thức cơ bản về nghề nghiệp của mình học ở trường, học ở thực tế, và học qua sách báo.

+ Tiêu chuẩn chức danh ngành du lịch còn phải chú ý đến sức khỏe, thể hình của người lao động, bởi ngoài là điều kiện đây còn là tiền đề để người lao động có thể làm việc trong ngành du lịch, thì những người lao động trong lĩnh vực du lịch còn phải thực hiện chức năng văn hóa, giao tiếp, là đại diện cho một đất nước trước khách du lịch nước ngoài. Do đó, đòi hỏi lao động thuộc một số nghề phải có hình thể đẹp, cân đối, lời ăn tiếng nói phải có sức hấp dẫn, lời cuốn như lao động đón tiếp thuộc nghề lễ tân, hướng dẫn viên du lịch...

Mục tiêu của xây dựng chức danh - tiêu chuẩn viên chức ngành du lịch được coi là “mẫu số chung” cho công tác tuyển dụng của doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp kinh doanh du lịch căn cứ vào đó để tuyển dụng được một đội ngũ lao động có đủ tiêu chuẩn, phẩm chất và tinh thông nghề nghiệp, trên cơ sở đó doanh nghiệp sử dụng lực lượng lao động này một cách hiệu quả nhất nhằm thực hiện các nhiệm vụ kinh doanh du lịch, khai thác các tiềm năng du lịch, tạo ra thu nhập cho nền kinh tế quốc dân và điều quan trọng hơn nữa là đội ngũ lao động này phải hoàn thành nhiệm vụ đại diện cho nền văn hóa của đất nước đón tiếp và phục vụ khách du lịch nước ngoài.

Tuy nhiên, để thực hiện được các mẫu số chung này đòi hỏi các cơ quan quản lý chức năng của nhà nước phải thường xuyên thực hiện tốt công tác kiểm tra, hướng dẫn việc áp dụng tiêu chuẩn tuyển dụng lao động này trong các thành phần kinh tế, các hình thức sở hữu khác nhau cùng kinh doanh du lịch. Việc thực hiện công tác kiểm tra phải làm thường xuyên, phù hợp, không cứng nhắc với mỗi chủ sở hữu, trên nguyên tắc đảm bảo hài hòa lợi ích của các bên Nhà nước - doanh nghiệp - người lao động. Đối với Nhà nước, việc ban hành chính

sách phải chuyển từ vai trò quản lý trực tiếp sang hình thức quản lý gián tiếp, ngăn chặn việc tuyển dụng và sử dụng lao động một cách tùy tiện trong các doanh nghiệp, đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ cho người lao động và người sử dụng lao động, đồng thời tạo điều kiện cho du lịch phát triển một cách bền vững nhằm đạt mục tiêu chung của nền kinh tế. Đối với doanh nghiệp khi áp dụng các chính sách tuyển dụng lao động phải được dễ dàng, đơn giản, thuận tiện. Còn người lao động phải được hưởng các lợi ích, đảm bảo được quyền lợi của mình, không bị chủ doanh nghiệp thuyên chuyển hoặc sa thải một cách bừa bãi.

3.2. Đào tạo, bồi dưỡng lao động cho du lịch

Lý luận và thực tiễn đã khẳng định rằng sự thành công và phát triển của bất kỳ một lĩnh vực kinh doanh hay một tổ chức kinh tế xã hội nào đều phụ thuộc trước hết vào nhân tố con người - con người ở đây được đánh giá theo tiêu chuẩn: sự hiểu biết về lý thuyết và kỹ năng làm việc mà người đó có được, phẩm chất đạo đức và sức khỏe của người đó, sự hiểu biết và kỹ năng của lao động có được là nhờ quá trình đào tạo - đào tạo có thể là dài hạn hoặc ngắn hạn; đào tạo đầu vào hoặc tiếp tục đào tạo, bồi dưỡng lao động đang trong quá trình làm việc.

So với lao động giản đơn - là những lao động thực hiện những công việc đơn giản không cần trải qua quá trình đào tạo - lao động lành nghề được đào tạo, có chất lượng cao hơn, thực hiện những công việc chính xác, tinh vi khéo léo hơn và tạo ra giá trị nhiều hơn trong cùng một thời gian. Trong quá trình đào tạo, mỗi người sẽ được bồi đắp những thiếu hụt trong học vấn, được truyền đạt những khả năng và kinh nghiệm thiết thực trong lĩnh vực chuyên môn, được cập nhật hóa kiến thức và mở rộng tầm hiểu biết để không những có thể đương đầu với những biến đổi của môi trường xung quanh có ảnh hưởng tới công việc làm của mình mà còn có khả năng thăng tiến kích thích người lao động làm việc có hiệu quả cao đồng nghĩa với việc nâng cao thu nhập. Vì vậy, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với bất kỳ ngành và lĩnh vực nào của mỗi quốc gia. Với ngành du lịch, vai trò của công tác đào tạo lao động cho kinh doanh du lịch càng thể hiện rõ nét, cụ thể:

- Du lịch là một ngành kinh tế - dịch vụ, có vai trò to lớn trong nhiều mặt kinh tế, chính trị, xã hội và môi trường; vì đối tượng phục vụ của lao động du lịch là con người - con người ở đây không chỉ bó hẹp trong phạm vi một nước, một vùng... mà còn là khách du lịch quốc tế. Mỗi khách du lịch lại có nhu cầu khác nhau, trình độ khác nhau, sự hiểu biết khác nhau, có người có trình độ cao, người có trình độ thấp và ở các nền văn hóa khác nhau đến du lịch tại nước sở tại. Nếu các doanh nghiệp sử dụng lao động giản đơn nhiều mà thiếu lực lượng lao động được đào tạo, thì trên phạm vi quốc gia chất lượng phục vụ khách sẽ không đảm bảo, khách du lịch khó có thể thỏa mãn tối đa nhu cầu chính đáng của mình. Do đó, thước đo sự phát triển du lịch đối với nền kinh tế quốc dân phụ thuộc vào vấn đề thu hút khách du lịch. Để thỏa mãn đòi hỏi này, ngành du lịch phải có chiến lược đào tạo lao động cho kinh doanh du lịch, phải coi đào tạo là cung cấp nền tảng cho sự phát triển của các hoạt động kinh doanh du lịch.

- Kinh doanh du lịch sử dụng rất nhiều lao động thuộc các nghề khác nhau, mỗi lao động trong đó đòi hỏi phải có quy trình công nghệ phục vụ khác nhau, trình độ chuyên môn cao và tỉ mỉ, nhiều nghề đòi hỏi lao động phải đạt tới nghề

thuật phục vụ. Vì vậy, muốn có được những kỹ năng nghề nghiệp đòi hỏi người lao động phải được đào tạo có hệ thống, có bài bản và được cập nhật kiến thức thường xuyên và liên tục.

Với ý nghĩa đó, quản lý nhà nước về đào tạo lao động cho du lịch được thực hiện bao gồm các bước sau:

- Bước 1: Dự báo nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng lao động. Để thực hiện nâng cao hiệu quả đào tạo nhận lực du lịch, việc nắm bắt nhu cầu đào tạo đầy đủ là rất cần thiết. Nó là cơ sở đầu tiên để các cơ sở đào tạo có thể xây dựng được mục tiêu và chương trình đào tạo, nó còn có ý nghĩa quan trọng để định ra nội dung và đặc điểm cho đào tạo. Nếu đào tạo nhân lực cho du lịch không đáp ứng được nhu cầu thực tế, không nắm bắt được nhu cầu về đào tạo đội ngũ lao động quản lý, lao động phục vụ theo nghề (lễ tân, buồng, bàn, bar, bếp...) và theo vùng lãnh thổ (nơi tập trung tài nguyên du lịch) thì không tạo cho người học có kỹ năng lao động, người học sẽ không muốn học và cũng không đáp ứng được như cầu lao động cho mỗi vùng cũng như các doanh nghiệp. Người lao động không kiếm được việc làm và doanh nghiệp không có người làm việc, còn cơ sở và người đào tạo mất uy tín, không có tín nhiệm.

- Bước 2: Định hướng cơ cấu đào tạo hợp lý cho các nghề kinh doanh trong du lịch. Nội dung này xuất phát từ đặc điểm của lao động trong du lịch có nhiều khác biệt so với ngành nghề khác, mà cơ cấu đội ngũ lao động theo trình độ đào tạo và các cấp trong hệ thống giáo dục và đào tạo lao động cho kinh doanh du lịch cần phải được xác định rõ ràng để đảm bảo tính hiệu quả kinh tế - xã hội của hoạt động này. Việc xác định rõ ràng được cơ cấu đào tạo phù hợp sẽ tránh được sự mất cân bằng cung cầu lao động trên thị trường, không gây lãng phí nguồn lực của xã hội và tránh được cái mà người ta thường gọi là: “thợ ít, thầy nhiều” hoặc “dở thầy, dở thợ”. Cơ cấu đào tạo cần phải chú trọng đào tạo đồng bộ từ nhân viên phục vụ, công nhân lành nghề tới cán bộ quản lý kinh doanh, cán bộ quản lý, cán bộ khoa học công nghệ theo tỷ lệ thích hợp, tránh tình trạng chỉ tập trung đào tạo ở bậc đại học. Theo kinh nghiệm của nhiều nước trên thế giới (đặc biệt ở các nước EU) và của các chuyên gia du lịch cho thấy rằng, định hướng nhà nước về cơ cấu đào tạo nguồn nhân lực được coi là hợp lý và có hiệu quả, góp phần thúc đẩy du lịch phát triển với mức tăng trưởng cao, có thể áp dụng được là cơ cấu đào tạo theo tỷ lệ 5:10:85. Nghĩa là cứ đào tạo 100 người thì trong đó:

+ 5 người là lao động lãnh đạo quản lý - chủ yếu tập trung đào tạo ở các trường đại học.

+ 10 người là lao động chuyên viên kinh tế, hoặc kỹ thuật - tập trung đào tạo ở các khoa, trường chuyên ngành khách sạn và du lịch.

+ 85 người là lao động trực tiếp phục vụ khách du lịch - đào tạo ở các trung tâm dạy nghề, trường dạy nghề hoặc trường công nhân kỹ thuật.

- Bước 3: Thống nhất chuẩn hóa, giám sát việc xây dựng chương trình và nội dung đào tạo. Chuẩn hóa việc xây dựng chương trình đào tạo là một trong những nội dung quan trọng nhất trong công tác quản lý đào tạo. Việc quản lý tốt các cơ sở đào tạo xây dựng chương trình đào tạo hợp lý phù hợp với nhu cầu đào tạo và có những phân tích kỹ càng thì đã hoàn thành được 50% công việc đào tạo. Kinh doanh du lịch do mỗi nghề có một kỹ năng nhất định và mang tính

chất đặc trưng, vì vậy cần phải làm cho rõ đặc trưng riêng của mỗi nghề, chức năng nhiệm vụ của từng loại lao động để từ đó làm căn cứ xây dựng chương trình đào tạo. Chẳng hạn, nghề phục vụ buồng trong khách sạn, tưởng là một nghề rất đơn giản, chương trình đào tạo không cần nhiều, ít thời gian. Thế nhưng thực sự không phải đơn giản, người phục vụ buồng đòi hỏi phải biết các kỹ năng để xử lý nhằm đảm bảo buồng cho khách nghỉ ngơi luôn sạch sẽ; trang thiết bị tiện nghi đầy đủ, đảm bảo chất lượng hoạt động tốt đồng thời giữ gìn được tài sản kinh doanh lâu dài. Muốn vậy phải dạy họ biết các thiết bị trong buồng (đồ vải, đồ gỗ, đồ thủy tinh, đồ sành sứ...) các loại này bản do các nguyên nhân nào (do hóa học, do tự nhiên...) cách xử lý các vết bẩn hoặc hỏng hóc này như thế nào? bằng phương tiện gì... nếu được đào tạo như vậy buồng luôn mới, không phải thay thế. Ngược lại, phải thay thế thì vô cùng tốn kém. Nội dung chương trình đào tạo cần tiếp cận cái chung đến cái riêng, từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ cụ thể đến tổng quát, từ các kiến thức khái quát về du lịch, cơ sở văn hóa, luật du lịch... Sau khi có cái nhìn tổng quát về du lịch, chương trình đào tạo phải cho người học được tìm hiểu sâu về tài nguyên du lịch thông qua các môn học như địa lý du lịch, phong tục tập quán, lễ hội, lịch sử, văn học tâm lý... trên cơ sở này mà xây dựng các chương trình chuyên sâu về du lịch. Song song với kiến thức lý luận, để đáp ứng tốt nguồn nhân lực cho thực tế xã hội, người học cần có một số kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn nhất định. Theo cách xác định cơ cấu lao động như ở trên, những kiến thức cơ bản của chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch có thể chia thành các bậc từ thấp đến cao. Tuy nhiên, Nhà nước quản lý chương trình và nội dung đào tạo cũng cần phải khuyến khích các cơ sở đào tạo tiêu chuẩn hóa chương trình và đẩy lên ngang tiêu chuẩn quốc tế, có tác dụng cho việc hội nhập khu vực và thế giới được thuận lợi hơn. Đây cũng là điều kiện để có thể tăng nhanh lượng khách đón được thông qua trao đổi với tổ chức du lịch khu vực. Bởi vậy, mục tiêu về hợp tác đào tạo nghề với các nước cần được đặt ở một vị trí xứng đáng.

- Bước 4: Đầu tư xây dựng hệ thống các cơ sở đào tạo và xác định các hình thức đào tạo. Xây dựng hệ thống các cơ sở đào tạo có thể phụ thuộc vào tiềm năng du lịch của đất nước, cũng như phân vùng du lịch. Nhà nước có thể thành lập những trường nghiệp vụ du lịch hoặc dạy nghề ở các vùng có tiềm năng du lịch và khu du lịch trọng điểm. Các loại hình đào tạo phải được xác định nằm trong hệ thống giáo dục đào tạo quốc dân, phải xác định rõ ràng mục tiêu của đào tạo và coi đào tạo trong lĩnh vực này là hình thức đặc biệt. Để giải quyết được vấn đề này cần phải có nhiều loại hình đào tạo bồi dưỡng khác nhau, phải là đào tạo đa hệ, đa ngành nghề, yêu cầu có đội ngũ cán bộ quản lý và giáo viên đạt tiêu chuẩn cần thiết. Tựu trung lại hệ thống các cơ sở đào tạo có thể chia thành hai dòng chính, một do Nhà nước đầu tư, một do các công ty, khách sạn đảm nhiệm. Bên cạnh hệ thống đào tạo tập trung, cần chú trọng đầu tư xây dựng hệ thống trường bổ túc, các trung tâm dạy nghề, bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch. Hình thức này tập trung đào tạo và bồi dưỡng cho các đối tượng lao động đã và đang làm việc trong các cơ sở du lịch muốn được nâng cao kiến thức và cập nhật kiến thức mới, để họ có thể đáp ứng được yêu cầu của sản xuất kinh doanh...

Ngoài những nội dung đã kể trên, quản lý nhà nước về công tác đào tạo lao

động trong lĩnh vực kinh doanh du lịch còn phải chú ý một số vấn đề sau:

- Quản lý tốt công tác tuyển chọn đầu vào của đào tạo: Dù cho việc tuyển chọn đầu vào ở các cơ sở đào tạo sinh viên du lịch không phụ thuộc vào hiểu biết nghề nghiệp của thí sinh nhưng cũng cần có những ưu tiên, những nâng đỡ cần thiết đối với những người đã có tay nghề trong du lịch, khuyến khích các thí sinh có lòng say mê nghề nghiệp. Có thể khuyến khích hoặc có chính sách ưu tiên đối với những thí sinh ở nơi có nhiều tiềm năng để có thể phát triển du lịch trong tương lai mà lại xa trung tâm thành phố.

- Đội ngũ giáo viên ngành du lịch cũng phải được đặc biệt quan tâm và chú trọng. Bởi đội ngũ này quyết định đến chất lượng lao động được đào tạo, vì vậy trong quản lý phải thường xuyên quan tâm đến đời sống vật chất, tinh thần của đội ngũ này.

- Đào tạo lao động cho kinh doanh du lịch, phải coi là sự nghiệp của toàn ngành, đòi hỏi các cấp, các ngành phải có sự đầu tư thỏa đáng về tài chính (đầu tư phải tính đến tính đặc thù của ngành du lịch, ví dụ: trường đào tạo du lịch không thể đào tạo nấu ăn với cũng một nguyên liệu khi học sinh A đã nấu xong món ăn, thì học sinh B không thể dùng tiếp nguyên liệu đó), cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị dạy học, thực hành... các doanh nghiệp gắn kết với trường học, tạo điều kiện cho học viên thực tập, tìm hiểu thực tế để lý thuyết gắn với thực tiễn...

3.3. Ban hành và hướng dẫn chính sách đãi ngộ vật chất và động viên tinh thần cho lao động trong lĩnh vực kinh doanh du lịch

Con người với tư cách là chủ thể quản lý hay đối tượng quản lý thì vẫn luôn là chủ thể của hành động, chủ thể của nhận thức và tác động vào thế giới khách quan nhằm xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Nếu tạo điều kiện tốt, hợp quy luật thì con người sẽ trở nên diệu kì, mọi tiềm năng sáng tạo trong con người sẽ được khơi dậy. Ngược lại thì không thể phát huy hết được tiềm năng con người trong sản xuất kinh doanh và xây dựng đất nước. Theo Các Mác thì con người sinh ra không làm cái gì khác ngoài việc tìm mọi cách để thỏa mãn một trong các nhu cầu của anh ta. Nhu cầu dẫn đến những ước muốn đòi hỏi cần được thỏa mãn để sống và hoạt động. Những động việc kích thích được coi là do những nguyên nhân thúc đẩy tác dụng từ bên ngoài đối với lao động, đó là những lợi ích vật chất và tinh thần như tiền lương, khen thưởng... Nếu tiền lương không đủ sống thì người lao động ít thiết tha gắn bó với công việc và tất nhiên dẫn tới năng suất lao động giảm. Bởi vì, những nhu cầu của con người về ăn, ở, mặc và các nhu cầu khác cần được giải quyết thông qua tiền lương. Do đó, tiền lương có tầm quan trọng đối với tài sản xuất sức lao động và mức tiền lương bao giờ cũng có vị trí hàng đầu trong các động có chủ yếu nhất của người lao động.

Du lịch được coi là sử dụng chiều sâu nhân tố con người: Đặc tính của lao động là thường xuyên tiếp xúc với những vật dụng, thiết bị đắt tiền hiện đại trong các đơn vị sản xuất kinh doanh (khách sạn, nhà hàng...) hoặc trực tiếp liên quan tới tài sản của khách du lịch... Vì vậy, ngành du lịch nói chung, các tổ chức kinh doanh du lịch nói riêng nếu không có các chính sách và biện pháp phù hợp để đảm bảo điều kiện vật chất và tinh thần cho người lao động, nhằm khơi dậy tính tích cực và niềm tự hào dân tộc... thì có thể người lao động sẽ có những hành vi tiêu cực như lấy cắp trang thiết bị của khách sạn, đồ dùng của khách du

lịch, hoặc xén bớt khẩu phần ăn của khách... Từ đó mà ảnh hưởng tới chất lượng phục vụ của ngành du lịch, và thứ mất lớn hơn tất cả - đó chính là bản thân người lao động đã “đánh cắp” của khách du lịch những tình cảm, ấn tượng tốt đẹp về con người và dân tộc mình. Do đó, cũng như các lĩnh vực sản xuất kinh doanh khác, trong lĩnh vực kinh doanh du lịch việc tạo động lực và thỏa mãn cho lao động nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng lao động, làm cho ngành du lịch vận động và phát triển không ngừng cũng chính là các biện pháp đảm bảo cho con người về ăn, mặc, ở và các nhu cầu tinh thần liên quan đến sự hiểu biết môi trường xung quanh, xu hướng muốn vươn tới khám phá mọi khả năng của con người. Và suy cho cùng đó là các chính sách về đãi ngộ vật chất và tinh thần như: tiền lương, khen thưởng...

Trong cơ chế thị trường nói chung, tiền lương là hình thức biểu hiện của giá trị và giá cả sức lao động, thể hiện dưới dạng thù lao lao động. Nếu cung lớn hơn cầu sức lao động thì tiền lương sẽ giảm xuống. Ngược lại, nếu cung nhỏ hơn cầu, tiền công, tiền lương sẽ được nâng cao. Đối với khu vực sản xuất kinh doanh nói chung, lĩnh vực kinh doanh du lịch nói riêng, Nhà nước không thể định ra tiền lương cho các doanh nghiệp, cũng không trực tiếp trả lương cho người lao động mà giao trách nhiệm cho người sử dụng lao động. “Ai sử dụng lao động người đó phải trả công cho người lao động”. Trong kinh doanh du lịch, trả công cho người lao động chính là các đơn vị, tổ chức cá nhân kinh doanh du lịch. Tuy nhiên, trên góc độ quản lý vĩ mô, Nhà nước cũng không thể để cho tiền công và tiền lương mặc sức biến động, nhất là khi Nhà nước phải bảo vệ lợi ích của đông đảo người lao động và nhằm khuyến khích thu hút người lao động hăng say làm việc với hiệu quả kinh tế thực sự. Ở đây, Nhà nước quản lý tiền lương bằng cách quy định mức tiền lương tối thiểu trong từng thời kỳ. Mức tiền lương tối thiểu đó cần phải căn cứ vào giá cả tư liệu sinh hoạt; quan hệ cung cầu sức lao động trên thị trường và khả năng phát triển của nền kinh tế. Tiền lương tối thiểu được quy định cho lao động ở trình độ đơn giản nhất và trong điều kiện lao động bình thường. Mức tiền lương tối thiểu phải được luật định thông qua bằng các văn bản pháp quy của Nhà nước. Đó là căn cứ xác định mức tiền lương tối thiểu trong các hợp đồng lao động giữa người lao động và người sử dụng lao động. Chẳng hạn, kinh doanh du lịch mang một đặc điểm rất lớn đó là tính thời vụ. Do tính thời vụ như vậy, lao động tham gia trong các hoạt động kinh doanh cũng có sự biến đổi tương ứng, biến thiên theo mùa du lịch. Khi hết thời vụ du lịch, nhu cầu lao động trong các doanh nghiệp tất yếu sẽ giảm đi và dẫn đến một số lượng lớn lao động sẽ không có việc làm. Do mục tiêu của các doanh nghiệp du lịch là tối đa hóa lợi nhuận, mà chi phí tiền lương cho lao động là một trong những chi phí rất lớn, nên xét trên góc độ kinh tế đương nhiên doanh nghiệp giảm tiền lương, hoặc sa thải lao động dẫn đến lao động thất nghiệp, gây ảnh hưởng tiêu cực về mặt xã hội. Vì vậy, khi xây dựng chính sách về tiền lương, phải khống chế mức lương tối thiểu sao cho người lao động đảm bảo được điều kiện sống trong điều kiện kinh doanh du lịch bình thường nhất. Hoặc do kinh doanh du lịch mang tính quốc tế sâu sắc, nên trong thực tế sẽ có khá nhiều doanh nghiệp, hãng du lịch nước ngoài vào đầu tư kinh doanh tại nước sở tại. Để đảm bảo điều kiện kinh doanh, các doanh nghiệp sẽ tuyển dụng và thu hút một

số lượng khá lớn lao động tham gia làm việc cho mình, và ở đây họ cũng có quyền quyết định các chính sách về đãi ngộ vật chất cho người lao động. Tuy nhiên, để đảm bảo điều kiện vật chất và tinh thần cho người lao động, Nhà nước cần phải có những chính sách quy định về mức tiền lương tối thiểu cho người lao động cũng như chế độ thời gian làm việc, nghỉ ngơi của người lao động làm việc trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các cơ quan tổ chức nước ngoài hoặc quốc tế tại nước sở tại. Các hãng phải tuân thủ pháp luật lao động nước sở tại.

Ngoài việc quy định mức lương tối thiểu, Nhà nước cũng công bố thang bảng lương để doanh nghiệp làm cơ sở tính lương, cũng như các chế độ khác cho người lao động... Hệ thống thang bảng lương biểu hiện mối quan hệ tiền lương giữa các loại lao động ở các ngạch, bậc, các công việc ở các ngành nghề khác nhau. Để phản ánh tiền lương cho các loại lao động khác nhau, các ngành đều xây dựng nhiều thang bảng lương khác nhau. Mỗi bảng lương có nhiều ngạch, có thang lương có nhiều nhóm. Trong từng ngạch và thang lương lại đó lại chia nhiều bậc lương và có các bội số khác nhau, ứng với mỗi bậc là một hệ số lương. Du lịch do sự tập hợp của nhiều ngành nghề khác nhau, do đó hệ thống tiền lương, tiền thưởng phải được xây dựng trên cơ sở: phân loại lao động lành nghề theo chuyên môn; tính đối lao động, lao động phức tạp ra lao động giản đơn. Tuy nhiên, để có được hệ thống tiền lương hợp lý, có hiệu quả, cần phải quán triệt nguyên tắc: không nên xây dựng quá nhiều thang, bảng lương để tránh sự trùng lặp về số bậc, hệ số mức lương; số bậc trong mỗi ngạch không nên quá nhiều, đặc biệt là đối với ngạch thấp, nếu không hệ số chênh lệch giữa các bậc quá thấp, làm tăng tính bình quân trong việc trả lương và không khuyến khích người lao động nâng cao trình độ chuyên môn; nếu cũng yêu cầu về trình độ đào tạo thì hệ số mức lương bậc một của cùng một ngành không nên có sự khác nhau...

Ngày nay, các lý thuyết hiện đại trên khắp thế giới đều khẳng định rằng, mặc dù bằng cách kích thích vật chất có thể đạt tới những tiến bộ đáng kể trong việc nâng cao hiệu quả sử dụng lao động, nâng cao nhiệt tình của người lao động, nhưng nếu chỉ có sử dụng đòn bẩy bằng yếu tố vật chất không thôi thì vẫn chưa đủ sức mạnh để chạy đua trên vòng đua mới, đứng ở vị trí hàng đầu trong sản xuất kinh doanh. Đặc biệt, với ngành du lịch hiệu quả sử dụng lao động trong kinh doanh du lịch, không chỉ có ý nghĩa phục vụ được nhiều khách du lịch mà còn là chất lượng của dịch vụ đó như thế nào (chất lượng phục vụ ngày hôm nay có như ngày mai hay không, năm nay có như năm tới không?) Vì vậy, dưới góc độ quản lý vĩ mô đối với lao động trong kinh doanh du lịch, phải kết hợp hài hòa linh hoạt giữa chính sách về đãi ngộ vật chất và yếu tố động viên tinh thần. Cụ thể là những yếu tố tâm lý dân tộc, truyền thống dân tộc và các chính sách tạo mới nhiều công việc làm, đảm bảo hỗ trợ các đối tượng trong xã hội, các vùng, các ngành cần thiết cho sự phát triển chung của toàn xã hội như:

Cần phải có chính sách quy hoạch lao động nữ. Kinh doanh du lịch sử dụng một lực lượng lao động nữ tương đối đông, chịu nhiều ảnh hưởng của môi trường làm việc phức tạp, một số bộ phận đòi hỏi lao động phải ở độ tuổi nhất định. Vì vậy, cần phải có chính sách quy hoạch đội ngũ này, cần có những chính sách thỏa đáng như quy định về độ tuổi, chính sách về giới, khuyến khích động

viên vật chất và tinh thần và cần phải có những chính sách riêng đảm bảo quyền lợi cho phụ nữ.

Kinh doanh du lịch có nhiều ngành, nhiều nghề trong đó đòi hỏi lao động phải có nghệ thuật phục vụ, như nghề bàn, nghề bếp, hướng dẫn viên du lịch... Vì vậy, để khuyến khích động viên tinh thần cho người lao động, có thể hàng năm tổ chức các cuộc thi tay nghề nhằm động viên khuyến khích tinh thần cho lao động như hội thi “lễ tân giỏi”, “hướng dẫn viên du lịch giỏi”, hoặc có thể phong tặng danh hiệu “nghệ sĩ nấu ăn”... như các ngành khác.

Ngành du lịch do các hoạt động kinh doanh thường gắn liền với các khu, điểm du lịch nơi có tài nguyên du lịch phong phú. Trong đó, đặc biệt là các khu du lịch biển, du lịch núi... thường nằm xa khu dân cư và gia đình. Do đó, đời sống vật chất và tinh thần của người lao động làm việc ở cơ sở này thường gặp khó khăn như thiếu cập nhật thông tin, sách báo tham khảo, chuyên đề về du lịch, xa gia đình... vì vậy có thể làm ảnh hưởng tới chất lượng phục vụ du khách. Cho nên ở đây cần phải có chính sách đãi ngộ thỏa đáng cho người lao động như chế độ bảo hiểm, nhà cửa... từ đó người lao động mới gắn bó với cơ sở, làm việc với năng suất cao và tự giác.

Trên phạm vi quốc gia, du lịch là một hoạt động có ý nghĩa quan trọng về nhiều mặt chính trị, xã hội, kinh tế, văn hóa... Du lịch được coi là lĩnh vực sử dụng lao động nhiều nhất, đồng thời cũng là ngành tạo ra nhiều công ăn việc làm nhất cho xã hội, trong đó mỗi bộ phận lao động có những đặc điểm riêng biệt, đòi hỏi có kỹ thuật chuyên môn cao tỷ mỹ. Để có được những lợi ích nhiều mặt từ các hoạt động kinh doanh du lịch, nước ta cũng như nhiều nước trên thế giới đều có những chính sách, biện pháp quản lý hữu hiệu nhằm khuyến khích phát triển du lịch, trong đó đặc biệt quan tâm đến vấn đề quản lý lao động trong lĩnh vực kinh doanh du lịch.

Câu hỏi ôn tập chương 5

1. Hãy phân tích những đặc trưng của lao động ngành du lịch và các lĩnh vực kinh doanh du lịch?
2. Căn cứ phân chia lao động trong du lịch thành các nhóm khác nhau? Vai trò và đặc điểm của từng nhóm đó là gì? Ý nghĩa của việc phân chia như vậy?
3. Phân tích nội dung quản lý nhà nước về nguồn nhân lực trong lĩnh vực du lịch?
4. Phân tích đặc điểm của nhóm lao động trực tiếp phục vụ trong du lịch?
5. Hãy phân tích yêu cầu đối với một nhà quản trị kinh doanh trong lĩnh vực du lịch?

Chương 6

HIỆU QUẢ KINH TẾ DU LỊCH

Mục tiêu:

- Về kiến thức:

+ Trình bày được thế nào là hiệu quả nói chung và hiệu quả xét ở các góc độ khác nhau.

+ Nêu khái niệm về hiệu quả kinh tế du lịch.

+ Phân tích được khái niệm hiệu quả kinh tế du lịch, các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế du lịch, yêu cầu và phạm vi phản ánh hiệu quả kinh tế, các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế du lịch.

- Về kỹ năng:

+ Vận dụng các giải pháp tổng quát nâng cao hiệu quả kinh tế du lịch.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Có khả năng tư duy độc lập

+ Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu vấn đề

+ Tăng cường kỹ năng làm việc nhóm

Nội dung cụ thể:

- Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế du lịch.

- Sự cần thiết phải đánh giá hiệu quả kinh tế.

- Yêu cầu đối với hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế.

- Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế du lịch.

- Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh tế du lịch.

- Nâng cao kết quả kinh doanh.

- Tiết kiệm chi phí.

1. Hiệu quả kinh tế

Từ xa xưa, trong quá trình lao động, con người đã có nhiều cố gắng trong mọi công việc để đạt được những kết quả ngày càng tốt hơn. Điều đó thể hiện từ quá trình hình thành và lịch sử phát triển của loài người. Có thể nói rằng, ai cũng muốn làm việc đạt hiệu quả, vì không hành động nào của con người lại không hướng tới một hiệu quả cao hơn. Điều đó cho thấy rằng phạm trù hiệu quả đó có từ rất lâu và có thể nói hiệu quả là rất quan trọng, là mối quan tâm hàng đầu của mỗi hành động cụ thể, nhất là trong lĩnh vực kinh tế.

1.1. Khái niệm hiệu quả

1.1.1. Khái niệm

Hiểu một cách chung nhất, hiệu quả là phạm trù kinh tế xã hội, là một chỉ tiêu phản ánh trình độ của con người sử dụng các yếu tố cần thiết tham gia trong các hoạt động để đạt được kết quả với mục đích của mình.

Đây là một khái niệm rộng, bao gồm tất cả lĩnh vực đời sống xã hội (từ sản xuất kinh doanh đến y tế, giáo dục, quốc phòng...), nó không chỉ đề cập đến hiệu quả kinh tế mà còn có hiệu quả xã hội.

Chúng ta có thể hiểu khái niệm về hiệu quả dưới các phạm vi và góc độ khác nhau, như hiệu quả nói chung, hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội; hiệu quả ngắn hạn và hiệu quả dài hạn; hiệu quả bộ phận và hiệu quả tổng thể; hiệu quả tương đối và hiệu quả tuyệt đối...

1.1.2. Phân loại

* Hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội:

- Hiệu quả kinh tế: Hiệu quả kinh tế là một phạm trù kinh tế đặc biệt quan trọng phản ánh yêu cầu tiết kiệm thời gian, trình độ sử dụng lực lượng sản xuất và mức độ hoàn thiện quan hệ sản xuất trong nền sản xuất xã hội. Hiệu quả kinh tế là chỉ tiêu kinh tế - xã hội tổng hợp được dùng để xem xét, lựa chọn các phương án hoặc các quyết định trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của con người ở mỗi lĩnh vực và những thời điểm khác nhau. Hiệu quả kinh tế là một khái niệm biểu thị mối tương quan giữa kết quả sản xuất kinh doanh và chi phí sản xuất. Nếu gọi kết quả sản xuất là D, chi phí là C và hiệu quả là H thì: H là sự so sánh giữa D và C. Nó có thể là $D - C$ hoặc D/C .

- Hiệu quả xã hội: Mặc dù phạm vi nghiên cứu của chương này chỉ chủ yếu đề cập đến hiệu quả kinh tế của các doanh nghiệp du lịch, song chúng ta nên xem xét sơ qua về khái niệm hiệu quả xã hội. Hiệu quả xã hội phản ánh mức độ ảnh hưởng của các kết quả đạt được đến xã hội và môi trường, là sự tác động tích cực hoặc tiêu cực của các hoạt động của con người, trong đó có hoạt động kinh tế đối với xã hội và môi trường. Ảnh hưởng tích cực: về mặt xã hội, du lịch làm cho con người được nghỉ ngơi thoải mái, phục hồi sức khỏe, nâng cao hiểu biết về văn hóa, xã hội, tạo công ăn việc làm... và làm cho các dân tộc trên thế giới hiểu biết, xích lại gần nhau hơn, góp phần củng cố tình hữu nghị giữa nhân dân các nước trên thế giới. Ảnh hưởng tiêu cực: du lịch phát triển thì khả năng hủy hoại môi trường tăng. Về mặt xã hội có thể dẫn đến băng hoại thuần phong mỹ tục, nền văn hóa dân tộc và làm tăng các tệ nạn xã hội.

Hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội là hai mặt vừa đối lập vừa thông nhất, chúng có mối quan hệ mật thiết hữu cơ với nhau. Tuy nhiên, hiệu quả xã hội là đại lượng mang tính trừu tượng, còn hiệu quả kinh tế thì có thể đo lường bằng một hệ thống chỉ tiêu cụ thể. Vì vậy, việc xác định, đánh giá hiệu quả xã hội là rất khó khăn.

* Hiệu quả ngắn hạn và hiệu quả dài hạn:

- Hiệu quả ngắn hạn: Là hiệu quả chỉ xét trong một thời gian ngắn, nghĩa là hao phí và kết quả thu được chỉ tính trong một khoảng thời gian ngắn, có thể là một tháng, một quý, một năm.

- Hiệu quả dài hạn: Là hiệu quả xét trong một quá trình (một khoảng thời gian dài). Hao phí và kết quả đạt được tính trong thời gian khá dài, có thể là 5 năm, 10 năm, thậm chí 20 năm hoặc lâu hơn. Chẳng hạn hiệu quả vốn đầu tư xây dựng cơ bản, vốn cải tạo môi trường...

Việc xác định hiệu quả với thời gian ngắn hạn hay dài hạn thường tương ứng với thời kỳ xây dựng và thực hiện kế hoạch.

Hiệu quả ngắn hạn và hiệu quả dài hạn có mối quan hệ mật thiết, phụ thuộc lẫn nhau. Về nguyên tắc, hiệu quả ngắn hạn phải tuân thủ theo hướng của hiệu quả dài hạn. Song hiệu quả dài hạn lại phụ thuộc vào hiệu quả ngắn hạn. Cũng có những lúc hiệu quả ngắn hạn và hiệu quả dài hạn không phù hợp với nhau nhưng mục tiêu dài hạn cần đạt được phải có ý nghĩa chi phối.

* Hiệu quả bộ phận và hiệu quả tổng thể:

Trong một ngành hay một doanh nghiệp có nhiều bộ phận hoạt động và

kinh doanh khác nhau, do vậy hiệu quả có thể xét ở phạm vi từng bộ phận, từng lĩnh vực hoặc ở phạm vi tổng thể.

- Hiệu quả bộ phận: Là hiệu quả được tính cho từng bộ phận, từng lĩnh vực riêng rẽ của cả hệ thống. Ví dụ: hiệu quả tính riêng cho lĩnh vực kinh doanh khách sạn, kinh doanh lữ hành trong công ty du lịch, hiệu quả tính riêng cho kinh doanh lưu trú, kinh doanh ăn uống, kinh doanh dịch vụ bổ sung cho khách sạn.

- Hiệu quả tổng thể: Là hiệu quả được tính chung cho cả hệ thống. Hiệu quả tổng thể là kết quả tổng hợp của hiệu quả bộ phận. Sự chi phối của hiệu quả bộ phận đối với hiệu quả tổng thể ở mức độ nào là do tỷ trọng của nó trong tổng thể. Trong một số trường hợp phải giảm nhẹ hiệu quả của một bộ phận nào đó để đạt được hiệu quả tổng thể.

* Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả tương đối:

- Hiệu quả tuyệt đối: Là hiệu quả của một hoạt động hay một hành động nào đó, là sự so sánh giữa kết quả đạt được và hao phí đó chi ra. Nó thường được đo lường bằng số tuyệt đối. Ví dụ: lợi nhuận đạt được trong 1 năm kinh doanh của khách sạn, một công ty lữ hành.

- Hiệu quả tương đối: Là hiệu quả so sánh giữa hiệu quả của công việc này với hiệu quả công việc khác, hoặc hiệu quả công việc của cách thực hiện này so với cách thực hiện khác đối với cùng một công việc. Ví dụ: hiệu quả xuất khẩu tại chỗ trong du lịch so với xuất khẩu trong ngoại thương, hiệu quả của việc sản xuất theo phương pháp thủ công so với hiệu quả sản xuất bằng máy móc.

Nghiên cứu hiệu quả tương đối có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc lựa chọn các phương án sản xuất, kinh doanh tối ưu. Bởi vì việc quyết định lựa chọn một phương án sản xuất kinh doanh nào đó cần phải dựa trên tính khả thi và hiệu quả so sánh giữa các phương án.

2. Hiệu quả kinh tế du lịch

Trong cơ chế thị trường hiện nay, ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp du lịch nói riêng luôn phải đương đầu với cạnh tranh khắc nghiệt. Muốn đứng vững, ngành và doanh nghiệp cần phải tính đến hiệu quả ngay từ trong chiến lược và phương án kinh doanh. Đây là điều rất quan trọng vì hiệu quả là mối quan tâm hàng đầu và là yêu cầu số một đối với mỗi doanh nghiệp du lịch nói riêng và toàn xã hội nói chung.

2.1. Khái niệm hiệu quả kinh tế du lịch

Hiệu quả kinh tế du lịch thể hiện mức độ sử dụng các yếu tố sản xuất và tài nguyên du lịch nhằm tạo ra và tiêu thụ một khối lượng lớn nhất các dịch vụ và hàng hóa có chất lượng cao trong một khoảng thời gian nhất định nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch với chi phí nhỏ nhất, đạt doanh thu cao nhất và thu lợi nhuận tối đa. Nói cách khác, hiệu quả kinh tế du lịch phản ánh trình độ sử dụng nguồn nhân lực có sẵn có thể đạt được kết quả sản xuất kinh doanh cao với chi phí thấp nhất.

Hiệu quả kinh tế có thể được xem xét theo những phạm vi khác nhau: trên toàn quốc, toàn khu vực, toàn ngành, một đơn vị, một loại dịch vụ... và có thể xem xét theo thời gian: 1 năm, 5 năm hay một chu kỳ kinh doanh...

Các yếu tố sản xuất, kinh doanh hay các nguồn lực nói trên bao gồm tài nguyên du lịch, vốn sản xuất kinh doanh, cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động trong du lịch.

Các chi phí cho sản xuất, kinh doanh bao gồm các chi phí về tư liệu lao động, đối tượng lao động và các chi phí về lao động.

Doanh thu đó là tiền thu được từ bán hàng hóa và dịch vụ, trong đó doanh thu từ dịch vụ du lịch là chủ yếu.

Hiệu quả kinh tế du lịch đạt được cao hay thấp phụ thuộc vào nhiều yếu tố, cả những yếu tố khách quan và chủ quan.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế du lịch

Vì hiệu quả kinh tế là một phạm trù kinh tế đặc biệt quan trọng phản ánh yêu cầu tiết kiệm thời gian, trình độ sử dụng lực lượng sản xuất và mức độ hoàn thiện quan hệ sản xuất trong nền sản xuất xã hội, do đó có rất nhiều yếu tố tác động đến hiệu quả kinh tế. Các yếu tố tác động tới hiệu quả kinh tế rất đa dạng và phức tạp, chúng có những yếu tố tác động trực tiếp và cả những yếu tố tác động gián tiếp, các yếu tố đó có thể là:

2.2.1. Các yếu tố khách quan

* Điều kiện kinh tế - chính trị - xã hội:

- Cơ sở hạ tầng của địa phương nơi doanh nghiệp kinh doanh (hệ thống đường sá, sự phát triển mạng lưới thông tin liên lạc...), các chủ trương chính sách của chính quyền trung ương và địa phương, tình trạng dân trí...

- Điều kiện về kinh tế - chính trị - xã hội ảnh hưởng gián tiếp tới hiệu quả kinh tế thông qua nguồn khách và chính sách giá cả đối với các dịch vụ hàng hóa.

* Môi trường kinh doanh:

- Môi trường vĩ mô: bao gồm hệ thống pháp luật, các chủ trương chính sách của Nhà nước và của ngành. Các luật lệ, chế độ chính sách kinh tế - xã hội nơi doanh nghiệp du lịch hoạt động ảnh hưởng không ít tới hiệu quả kinh tế của các doanh nghiệp. Nhất là chính sách đối ngoại của Nhà nước có ảnh hưởng trực tiếp đến lượng khách quốc tế.

- Môi trường trực tiếp: Là môi trường cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành. Do sự phát triển nhanh chóng của du lịch trong những năm gần đây; số lượng các doanh nghiệp du lịch mà nhất là số lượng khách sạn tăng lên nhanh chóng, dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp.

- Môi trường bên trong của từng doanh nghiệp.

* Các nguồn lực sẵn có: Tài nguyên và các nguồn lực

Tài nguyên du lịch là một yếu tố quan trọng tác động đến hiệu quả kinh tế của kinh doanh du lịch. Tài nguyên càng phong phú và đa dạng càng thu hút được khách du lịch trong và ngoài nước. Ngoài ra vị trí địa lý còn có tác động không nhỏ tới hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp. Đồng thời các nguồn lực khác như lao động, vốn... là những yếu tố cực kỳ quan trọng.

* Cơ chế quản lý kinh tế:

Là một yếu tố rất quan trọng, nó chi phối, tác động tới hiệu quả kinh tế của cả nền kinh tế nói chung và kinh doanh du lịch nói riêng.

2.2.2. Các yếu tố chủ quan

* Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp du lịch:

Thể hiện về mặt vật chất mà doanh nghiệp dùng để sản xuất kinh doanh. Nó bao gồm tài sản cố định và tài sản lưu động. Về mặt giá trị nó bao gồm vốn cố định và vốn lưu động.

* **Đội ngũ lao động trong doanh nghiệp:**

Đây cũng là một yếu tố tác động trực tiếp đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Chính vì vậy, các doanh nghiệp du lịch phải chú ý đến công tác đào tạo, không ngừng nâng cao đội ngũ lao động, kể cả đội ngũ cán bộ quản lý và công nhân viên.

* **Cơ cấu tổ chức và phương pháp quản lý của doanh nghiệp:**

Cơ cấu tổ chức quản lý của doanh nghiệp phải gọn nhẹ và có hiệu quả. Các nhân tố trên tác động đến hiệu quả kinh tế theo các hướng khác nhau nhưng chúng có một mối liên hệ và tác động qua lại với nhau. Do đó, việc đánh giá một cách đúng đắn và khai thác triệt để những tác động có lợi là điều kiện hết sức quan trọng để nâng cao hiệu quả kinh tế.

3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế

3.1. Yêu cầu đối với hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế

Để đánh giá hiệu quả kinh tế một cách chính xác, rõ ràng và khách quan cần sử dụng đến hệ thống các chỉ tiêu, mỗi chỉ tiêu trong hệ thống nói lên một mặt của vấn đề, cả hệ thống tổng hòa các chỉ tiêu sẽ phản ánh hiệu quả cuối cùng một cách đúng đắn.

Nếu như hiệu quả xã hội là khó lượng hóa được và mang tính trừu tượng thì hiệu quả kinh tế lại hết sức cụ thể. Hiệu quả kinh tế phải phản ánh được mối tương quan giữa thu và chi một cách rõ ràng, đầy đủ.

Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh tế trong du lịch hết sức đa dạng và phức tạp bởi vì bản thân khái niệm hiệu quả cũng phức tạp và phong phú.

Để đánh giá hiệu quả kinh tế trong du lịch có thể dùng các chỉ tiêu gắn với khách (tổng số khách, tổng số ngày khách...) và hệ thống các chỉ tiêu giá trị (tổng doanh thu, tổng chi phí, tổng lợi nhuận...).

Nhóm chỉ tiêu gắn với khách cho phép so sánh kết quả kinh doanh giữa các doanh nghiệp du lịch và thậm chí cho phép so sánh kết quả kinh doanh của hoạt động này giữa các quốc gia. Tuy nhiên, do thiếu tính tổng hợp nên nó chỉ phản ánh được một mặt của hoạt động kinh doanh và không thể sử dụng độc lập, tách biệt với nhóm chỉ tiêu khác trong việc đánh giá hiệu quả kinh tế.

Về phạm vi phản ánh của hiệu quả kinh tế, như đã nói ở trên là phải phản ánh được cả về mặt không gian và về mặt thời gian, có thể phản ánh ở phạm vi toàn ngành hay doanh nghiệp, có thể so sánh được giữa các doanh nghiệp với nhau và so sánh giữa các thời kỳ khác nhau, các bộ phận khác nhau của doanh nghiệp.

Trong du lịch bao gồm một hệ thống chỉ tiêu phức tạp và đa dạng.

Để đảm bảo tính khoa học, hệ thống các chỉ tiêu này phải đảm bảo các yêu cầu sau đây:

- Phải thể hiện được hiệu quả kinh tế chung của bản thân ngành du lịch với các chỉ tiêu đặc trưng nhất.

- Phải đảm bảo sự so sánh được hiệu quả kinh tế giữa ngành du lịch với ngành kinh tế khác, thấy được sự đóng góp của ngành du lịch vào nền kinh tế quốc dân.

- Phải thể hiện được sự khảo sát qua các yếu tố sản xuất, kinh doanh cơ bản trên nhiều bình diện để có thể đánh giá được một cách tổng hợp và cụ thể về hiệu quả kinh tế trong kinh doanh du lịch.

Về phạm vi phản ánh, hệ thống chỉ tiêu có thể phân thành các nhóm cơ bản sau:

* Nhóm chỉ tiêu hiệu quả kinh tế đánh giá sự đóng góp của ngành du lịch vào nền kinh tế quốc dân:

- Tổng doanh thu xã hội từ du lịch.
- Tổng doanh thu thuần túy của bản thân ngành du lịch.
- Tổng lợi nhuận, tổng nộp ngân sách của ngành du lịch.
- Tỷ trọng đóng góp của ngành du lịch trong GDP của nền kinh tế quốc dân.
- Doanh thu bình quân tính trên đầu người của ngành du lịch.

* Nhóm chỉ tiêu hiệu quả kinh tế so sánh giữa ngành du lịch với các ngành khác:

- So sánh hiệu quả xuất khẩu trong ngành du lịch đối với xuất khẩu trong ngành ngoại thương.
- So sánh hiệu quả vốn đầu tư trong du lịch với hiệu quả vốn đầu tư trong các ngành khác.
- So sánh năng suất lao động trong du lịch với năng suất lao động của các ngành khác.

* Nhóm chỉ tiêu hiệu quả kinh tế của các lĩnh vực kinh doanh trong ngành du lịch:

- Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế chung cho mọi loại hình kinh doanh.
- Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cho ngành kinh doanh lữ hành.
- Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cho ngành kinh doanh lưu trú.
- Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cho ngành kinh doanh ăn uống.
- Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cho ngành kinh doanh vận tải du lịch
- Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế cho các ngành dịch vụ du lịch khác.

3.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế du lịch

Để đánh giá hiệu quả kinh tế trong du lịch có thể sử dụng rất nhiều chỉ tiêu. Tuy nhiên ở đây chúng ta sẽ nghiên cứu một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế nói chung cho mọi loại hình, mọi lĩnh vực kinh doanh và một số chỉ tiêu đặc trưng cho dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, lữ hành...

3.2.1. Các chỉ tiêu chung

* Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp:

Đây là chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cơ bản nhất, được đo bằng tỷ số giữa tổng doanh thu du lịch với tổng chi phí cho du lịch. Chỉ tiêu này cho ta biết nếu bỏ ra một đồng chi phí thì sẽ thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

Chỉ tiêu này được tính bởi công thức:

$$H_1 = \frac{D}{C}$$

Trong đó: H_1 : Hiệu quả kinh tế
D: Doanh thu du lịch
C: Chi phí du lịch

Nếu: $H_1 > 1$ thì kinh doanh có lãi
 $H_1 = 1$ thì kinh doanh hòa vốn.
 $H_1 < 1$ thì kinh doanh lỗ

Chỉ tiêu này thường dùng để đo lường hiệu quả kinh tế của từng doanh nghiệp, công ty. Nó cũng có thể dùng để đo lường hiệu quả kinh tế của từng loại hoạt động kinh doanh.

* Chỉ tiêu lợi nhuận, doanh lợi:

Là hai chỉ tiêu thể hiện mức lợi nhuận mà cơ sở kinh doanh thu được trong một thời kỳ nhất định. Đồng thời thể hiện mức độ tận dụng chi phí, vốn sản xuất kinh doanh trong quá trình kinh doanh. Lợi nhuận được tính bằng số tuyệt đối, còn doanh lợi tính bằng tỷ lệ phần trăm giữa tổng số lợi nhuận thu được trong một thời kỳ (thường là một năm) và tổng chi phí hoặc vốn sản xuất trong thời kỳ đó...

$$L = D - C$$

$$H_2 = \frac{L}{C} \times 100$$

$$H'_2 = \frac{L}{V} \times 100$$

Trong đó: H_2, H'_2 : Là doanh lợi
L: Tổng lợi nhuận trong kỳ
C: Tổng chi phí trong kỳ
V: Vốn kinh doanh trong kỳ

Chỉ tiêu này dùng để so sánh hiệu quả kinh doanh giữa các doanh nghiệp, công ty với nhau và cũng có thể dùng để so sánh giữa các mảng kinh doanh trong từng doanh nghiệp. Đôi khi chỉ tiêu doanh lợi còn được dùng để so sánh hiệu quả của các ngành kinh tế với nhau.

* Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn:

Các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn được tính bằng các công thức sau:

$$H_{3A} = \frac{L}{V}$$

$$H_{3B} = \frac{D}{V}$$

Trong đó: H_{3A}, H_{3B} : là hiệu quả sử dụng vốn
L: Tổng lợi nhuận trong kỳ
D: Tổng doanh thu trong kỳ
V: Tổng vốn

H_{3A} cho biết cứ một đồng vốn bỏ ra thì được bao nhiêu đồng lợi nhuận, còn H_{3B} cho biết một đồng vốn đem lại bao nhiêu đồng doanh thu. Các chỉ tiêu H_{3A}, H_{3B} là những chỉ tiêu tổng hợp nhất, phản ánh kết quả chung nhất của hiệu quả sử dụng vốn. Chúng có thể được sử dụng để so sánh hiệu quả đầu tư giữa các đơn vị khác nhau trong cùng một môi trường kinh doanh.

Ngoài hai chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn ở trên ta còn có thể sử dụng thêm một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định hay lưu động sau đây:

- Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn cố định:

$$H_{VCD} = \frac{L}{V_{CD}}$$

$$H'_{VCD} = \frac{D}{V_{CD}}$$

- Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động:

$$H_{VCD} = \frac{L}{V_{LD}}$$

$$H'_{VLD} = \frac{D}{V_{LD}}$$

Trong đó: H_{VCD} : Hiệu quả sử dụng vốn cố định
 H_{VLD} : Hiệu quả sử dụng vốn lưu động
 V_{CD} : Vốn cố định
 V_{LD} : Vốn lưu động

Ngoài ra ta có thể đưa ra một vài chỉ tiêu khác để xem xét hiệu quả sử dụng vốn, đó là:

- Hệ số luân chuyển vốn lưu động:

$$H_{LC} = \frac{D - T}{V_{LD}}$$

Trong đó: H_{LC} : Hệ số luân chuyển vốn lưu động
 D : Tổng doanh thu trong kỳ
 T : Thuế phải nộp trong kỳ
 V_{LD} : Vốn lưu động trong kỳ

- Thời hạn thu hồi vốn: Đây là đại lượng tỷ lệ nghịch với chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn đầu tư cơ bản.

$$T_1 = \frac{V_{ĐT}}{L_{TB}}$$

Trong đó: T_1 : Thời hạn thu hồi vốn
 $V_{ĐT}$: Vốn đầu tư cơ bản
 L_{TB} : Lợi nhuận trung bình hàng năm

- Nếu là vốn vay, ta có thể tính thời hạn thu hồi vốn theo công thức sau:

$$T'_1 = \frac{V_v}{(L_{TB} - L_{TD})}$$

Trong đó: T'_1 : Thời hạn thu hồi vốn vay
 V_v : Vốn vay
 L_{TD} : Lãi vốn vay phải trả

T_1, T'_1 : là thời hạn thu hồi vốn không tính khấu hao, ta có thể tính thời hạn thu hồi vốn khi có khấu hao như sau:

$$T_2 = \frac{V_{ĐT}}{(L_{TB} + K_{TB})}$$

$$T'_2 = \frac{V_{VĐĐ}}{(L_{TB} - L_{TD} + K_{TB})}$$

Trong đó: K_{TB} : Lượng khấu hao trung bình hàng năm
Chỉ tiêu này thường dùng để so sánh với thời hạn thu hồi vốn đầu tư theo định mức.

* Chỉ tiêu hiệu quả lao động:

Để đánh giá hiệu quả lao động, ta có hai chỉ tiêu sau đây:

- Năng suất lao động bình quân:

$$H_4 = \frac{D}{N}$$

Trong đó H_4 : Năng suất lao động bình quân

D: Tổng doanh thu

N: Số lao động bình quân

Chỉ tiêu này cho ta biết doanh thu bình quân trên tổng số lao động của doanh nghiệp (thường tính trong một năm) hay một lao động thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu.

- Hiệu quả lao động bình quân:

$$H'_4 = \frac{L}{N}$$

Trong đó: H'_4 : Hiệu quả lao động bình quân

L: Tổng lợi nhuận

Chỉ tiêu này cho ta biết cứ mỗi người trong đơn vị làm ra bình quân bao nhiêu lợi nhuận.

Các chỉ tiêu H_4 và H'_4 dùng để đánh giá hiệu quả sử dụng lao động của doanh nghiệp và so sánh giữa hai kỳ phân tích. Điều cần chú ý là khi sử dụng các chỉ tiêu này phải loại trừ ảnh hưởng biến động của giá cả.

3.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế đặc trưng cho các ngành kinh doanh du lịch

Ngoài ra các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh tế chung, cần đưa thêm một số chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh tế đặc trưng cho các hoạt động ngành du lịch.

* Các chỉ tiêu của ngành kinh doanh lưu trú:

Nhóm chỉ tiêu phản ánh năng suất sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật gồm hai chỉ tiêu.

- Công suất sử dụng buồng, giường:

$$H_b = \frac{B_{SD}}{B_{TK}} \times 100$$

$$H_G = \frac{G_{SD}}{G_{TK}} \times 100$$

Trong đó: H_b, H_G : Công suất sử dụng buồng, giường

B_{SD} : Số ngày buồng sử dụng thực tế

B_{TK} : Số ngày buồng theo thiết kế

G_{SD} : Số ngày giường sử dụng thực tế

G_{TK} : Số ngày giường theo thiết kế

- Thời gian lưu lại trung bình:

$$T_{LL} = \frac{NK}{K}$$

Trong đó: T_{LL} : Thời gian lưu lại trung bình của một khách du lịch
 NK : Tổng ngày khách
 K : Tổng lượt khách

- Chi phí trung bình cho một ngày khách:

$$C_{TB} = \frac{C}{N}$$

Trong đó: C_{TB} : Chi phí trung bình cho một ngày khách
 C : Tổng chi phí
 N : Tổng ngày khách

Chỉ tiêu này dùng để so sánh chi phí trung bình cho một ngày khách giữa các doanh nghiệp với nhau.

- Lợi nhuận trung bình một ngày khách:

$$L_{TB} = \frac{L}{N}$$

Trong đó: L_{TB} : Lợi nhuận trung bình một ngày khách
 N : Tổng ngày khách
 L : Tổng lợi nhuận của doanh nghiệp

Ngoài các chỉ tiêu trên, ta có thể sử dụng các chỉ tiêu sau để tính thu nhập ngoại tệ của các doanh nghiệp.

- Thu nhập ngoại tệ trung bình từ một khách du lịch quốc tế:

$$NT_K = \frac{D_{NT}}{K_{QT}}$$

Trong đó: NT_K : Thu nhập ngoại tệ trung bình từ một khách du lịch quốc tế
 D_{NT} : Doanh thu ngoại tệ
 K_{QT} : Tổng số khách quốc tế

Chỉ tiêu này cho biết doanh nghiệp thu được bình quân bao nhiêu đồng ngoại tệ trên một khách quốc tế.

- Thu nhập ngoại tệ trung bình của mỗi buồng:

$$NT_B = \frac{D_{NT}}{B_{TK}}$$

Trong đó: NT_B : Thu nhập ngoại tệ trung bình buồng
 B_{TK} : Tổng số buồng sử dụng

- Số ngoại tệ thực hiện được trên một cán bộ nhân viên của doanh nghiệp:

$$NT_{NV} = \frac{D_{NT}}{N}$$

Trong đó: NT_{NV} : Thu nhập ngoại tệ trung bình trên một cán bộ, nhân viên.
 N : Tổng số cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp

Chỉ tiêu này thể hiện mức độ tận dụng lao động của doanh nghiệp du lịch phục vụ khách du lịch quốc tế.

* Các chỉ tiêu đặc trưng cho ngành kinh doanh ăn uống:

Đối với ngành kinh doanh dịch vụ ăn uống, cũng có thể sử dụng các chỉ tiêu thu nhập ngoại tệ như trong mục trên. Ngoài ra còn có thêm một số chỉ tiêu đặc trưng cho dịch vụ ăn uống; đó là hệ số sử dụng chỗ ngồi, doanh thu và lợi nhuận tính trên một chỗ ngồi, doanh thu và lợi nhuận tính cho một nhân viên phục vụ ăn uống.

$$H_{CN} = \frac{CH_{SD}}{CH_{TK}} \times 100$$

Trong đó: H_{CN} : Hệ số sử dụng chỗ ngồi
 CH_{SD} : Tổng số lượt chỗ ngồi thực tế đó sử dụng
 CH_{TK} : Tổng số lượt chỗ ngồi theo thiết kế của nhà hàng

* Các chỉ tiêu đặc trưng cho kinh doanh lữ hành:

Đặc trưng cho kinh doanh lữ hành có thể kể đến hai chỉ tiêu sau đây:

- Số ngày đi tour cũng tương tự như thời gian lưu lại trung bình của một khách du lịch được tính bởi tỷ số giữa tổng ngày khách và tổng lượt khách.

- Chỉ tiêu thứ hai đặc trưng cho kinh doanh lữ hành là chỉ tiêu bình quân một ngày khách đi tour:

$$d_T = \frac{D}{T}$$

Trong đó: d_T : Doanh thu bình quân (chỉ tiêu bình quân của một ngày khách)
D: Tổng doanh thu
K: Tổng ngày khách

4. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh tế du lịch

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hiện nay, để có thể tồn tại, đứng vững và phát triển, các doanh nghiệp không còn con đường nào khác là phải nâng cao hiệu quả kinh tế. Vì có nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh mới có thể tích lũy để tài sản xuất mở rộng, tăng cường ưu thế trong cạnh tranh để từ đó mới có điều kiện giải quyết thỏa đáng lợi ích kinh tế giữa Nhà nước, doanh nghiệp và người lao động.

Nếu kinh doanh thua lỗ kéo dài mà không có biện pháp khắc phục thì tất yếu doanh nghiệp sẽ bị phá sản.

Để nâng cao hiệu quả kinh tế du lịch thì giải pháp tổng quát là: nâng cao kết quả kinh doanh và tiết kiệm chi phí.

4.1. Nâng cao kết quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh nói chung tỷ lệ thuận với kết quả kinh doanh và tỷ lệ nghịch với chi phí nguồn lực cần thiết để đạt được kết quả kinh doanh đó. Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp du lịch được phản ánh thông qua các chỉ tiêu doanh thu, lợi nhuận đạt được trong một thời kỳ nhất định. Kết quả này phụ thuộc vào số lượng khách hàng đến với doanh nghiệp.

Nâng cao doanh thu và lợi nhuận luôn là mục tiêu của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp du lịch nói riêng.

Trong kinh doanh du lịch, khả năng tăng doanh thu của các doanh nghiệp phụ thuộc từ cả phía khách hàng và doanh nghiệp. Lượng khách du lịch đến với một quốc gia, một địa phương hoặc một điểm du lịch, độ dài thời gian lưu lại

của khách và mức độ chi tiêu bình quân của khách là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp du lịch.

Trong khi đó, doanh nghiệp có doanh thu và lợi nhuận cao nếu có cơ cấu sản phẩm, chính sách mặt hàng phù hợp với các nhóm khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp

Đối với các doanh nghiệp du lịch, yếu tố chất lượng sản phẩm dịch vụ, khả năng kết hợp sản phẩm dịch vụ kinh doanh với các tiềm năng về tài nguyên du lịch sẽ là các nhân tố quan trọng nhất để thu hút khách hàng.

4.2. Tiết kiệm chi phí

Chi phí kinh doanh du lịch là biểu hiện bằng tiền của các yếu tố sử dụng trong quá trình kinh doanh để doanh nghiệp tạo ra và cung ứng các sản phẩm dịch vụ du lịch trên thị trường. Chi phí kinh doanh du lịch rất đa dạng và phức tạp vì bao gồm nhiều khoản chi có tính chất, nội dung và mức độ khác nhau.

Có những khoản chi phí có thể định lượng dễ dàng như chi phí khấu hao phòng nghỉ, chi phí vận chuyển, chi phí nguyên vật liệu ăn uống, nhưng cũng có những khoản chi khó có thể xác định chính xác giá trị thực như chi phí sử dụng tài nguyên du lịch, chi phí tiếp cận thị trường khách mới, chi phí mở tour du lịch mới.

Du lịch là ngành lao động sử dụng nhiều lao động trực tiếp nên chi phí nhân lực là một trong những khoản chi chủ yếu của ngành và doanh nghiệp du lịch, đặc biệt ở những nước có tiền công cao (các nước phát triển). Do đó, vấn đề giảm bớt chi phí kinh doanh nói chung và chi phí nhân lực nói riêng là mối quan tâm chính của các doanh nghiệp trong quá trình tìm kiếm các con đường nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Việc giải quyết vấn đề này tùy thuộc vào trình độ phát triển kinh tế của quốc gia mà doanh nghiệp đang tồn tại. Trong nền kinh tế phát triển, các doanh nghiệp du lịch thường có khuynh hướng thay thế chi phí lao động bằng chi phí vốn. Việc sử dụng máy móc tự động trong một số khâu tác nghiệp được các doanh nghiệp hết sức chú ý nhằm giảm bớt chi phí lao động có tiền công cao.

Ví dụ: Hệ thống cửa tự động thay thế các nhân viên mở cửa của khách sạn, trang bị máy rửa đĩa chén để giảm bớt nhân công làm việc này, áp dụng công nghệ thông tin trong nghiệp vụ quản lý khách du lịch...

Trong nền kinh tế kém phát triển và đang phát triển, vấn đề nêu trên được các doanh nghiệp giải quyết theo hướng triệt để tiết kiệm các yếu tố đầu vào, trong đó đáng chú ý nhất là yếu tố nhân lực là cách thức căn bản để nâng cao hiệu quả kinh doanh nói chung và hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực nói riêng.

Tuy nhiên, cách thức này đối với các doanh nghiệp du lịch lại cần phải được xem xét trong điều kiện ràng buộc với yêu cầu đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Việc tiết kiệm chi phí, cắt giảm nhân lực đặc biệt lao động tác nghiệp sẽ có tác động trực tiếp làm giảm chất lượng dịch vụ như tăng thời gian chờ đợi của khách hoặc khách hàng phải tự phục vụ nhiều hơn. Khi đó, mục tiêu nâng cao hiệu quả sẽ không đạt được.

Ngược lại, để duy trì và không ngừng cải thiện chất lượng dịch vụ sẽ làm tăng chi phí vật chất và chi phí nhân lực của doanh nghiệp, đồng thời hiệu quả

kinh doanh trong thời kỳ đầu tư sẽ bị giảm. Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ đảm bảo sẽ là nhân tố thu hút khách hàng, kết quả kinh doanh tăng lên và doanh nghiệp sẽ có hiệu quả kinh doanh, hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực cao trong tương lai.

Vì vậy, việc kết hợp cả hai trường hợp này là yêu cầu đặt ra đối với doanh nghiệp du lịch. Điều đó có nghĩa là doanh nghiệp sử dụng tiết kiệm chi phí nói chung và chi phí nhân lực phải đồng thời với việc đảm bảo và nâng cao chất lượng các dịch vụ tương ứng.

Câu hỏi ôn tập chương 6

1. Thế nào là kết quả và thế nào là hiệu quả? Cho ví dụ?
2. Phân tích tác động của các nhân tố khách quan và chủ quan đến hiệu quả kinh tế du lịch?
3. Cho ví dụ về phương pháp tính toán các chỉ tiêu chung về hiệu quả kinh tế du lịch. Phân tích ý nghĩa?
4. Cho ví dụ về phương pháp tính toán các chỉ tiêu đặc thù về hiệu quả kinh tế của một số lĩnh vực kinh doanh trong du lịch?
5. Phân tích mối quan hệ giữa các chỉ tiêu chung và chỉ tiêu đặc thù về hiệu quả kinh tế du lịch?

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trịnh Xuân Dũng (1999). *Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn*, NXB Đại học quốc gia Hà Nội.
2. Nguyễn Văn Đính - Hoàng Thị Lan Hương (2003). *Giáo trình Công nghệ phục vụ khách sạn nhà hàng*, NXB Thống kê.
3. Nguyễn Văn Đính - Trần Thị Minh Hòa (2008). *Giáo trình Kinh tế Du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
4. Nguyễn Văn Lưu (1998). *Thị trường Du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
5. Nguyễn Văn Mạnh - ThS. Hoàng Thị Lan Hương (2008). *Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
6. (2017). *Luật du lịch*, NXB Chính trị quốc gia.
7. (2009). *Cẩm nang nghiệp vụ dành cho giám đốc và cán bộ doanh nghiệp du lịch, nhà hàng, khách sạn*, NXB Lao động.