

SỞ LAO ĐỘNG - THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI HÀ NỘI
TRƯỜNG TRUNG CẤP CÔNG NGHỆ VÀ DU LỊCH HÀ NỘI



GIÁO TRÌNH
MÔN ĐƠN: NGHIỆP VỤ LỮ HÀNH
NGHỀ: HƯỚNG DẪN DU LỊCH
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-CNDL ngày 03 tháng 06 năm 2019
của Hiệu trưởng Trường Trung cấp Công nghệ và Du lịch Hà Nội)*

Hà Nội, năm 2019

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Giáo trình “Nghệ thuật Lữ hành” do chúng tôi, nhóm giảng viên thuộc Bộ môn Hướng dẫn Trường Trung cấp Công nghệ và Du lịch Hà Nội biên soạn, là tài liệu 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

Để kinh doanh lễ hành có hiệu quả, thể hiện đúng vị trí và vai trò của ngành nghề kinh doanh này thì các nhà kinh doanh lễ hành phải có kiến thức du lịch nói chung và kiến thức về Nghiệp vụ lễ hành nói riêng. Ở trường học trong hệ thống kiến thức và kỹ năng mà sinh viên ngành Hướng dẫn viên du lịch cần trang bị, kiến thức và kỹ năng về Nghiệp vụ lễ hành để hỗ trợ cho công việc trong tương lai.

Kiến thức trang bị trong môn học này là sự tiếp nối các kiến thức đã được trang bị trước đó cho sinh viên như các môn học cơ bản, cơ sở.

Với những kiến thức thu nhận được từ các khóa học kết hợp với những kinh nghiệm thực tiễn và nghiên cứu các tài liệu viết về ngành du lịch xuất bản trong và ngoài nước, tập thể giảng viên Bộ môn Hướng dẫn, trường Trung cấp Công nghệ và Du lịch Hà Nội cho ra đời Giáo trình Nghiệp vụ Lễ hành nhằm cung cấp cho học viên có mục tiêu theo đuổi ngành này những kiến thức cơ bản nhất về công tác hướng dẫn viên.

Tuy nhiên bộ giáo trình không thể đề cập hết những đòi hỏi của thực tế và chắc chắn có những sai sót nhất định, rất mong sự đóng góp của các học sinh, sinh viên, các cán bộ, nhân viên ngành du lịch và các độc giả khác để bộ giáo trình được hoàn chỉnh hơn..

Hà Nội, ngày tháng.....năm 2019

Biên soạn

Khoa Du lịch – Dịch vụ

MỤC LỤC

BÀI 1: CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG	8
KINH DOANH LỮ HÀNH.....	8
1.1. LỮ HÀNH XÉT DƯỚI GÓC ĐỘ MỘT NGHỀ	8
1.2. CÁC KHÁI NIỆM VỀ LỮ HÀNH.....	9
1.2.1. Thuật ngữ "ngành Lữ hành".....	9
1.2.2. Khái niệm doanh nghiệp lữ hành.....	9
1.2.3. Khái niệm về đại lý lữ hành	12
1.2.4. Sản phẩm du lịch	12
1.3. NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ CÔNG VIỆC LỮ HÀNH.....	21
1.3.1. Các bước thực hiện công việc lữ hành.....	21
1.3.2. Các đối tượng tham gia thực hiện.....	21
1.4. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý VỀ AN NINH, AN TOÀN TRONG LỮ HÀNH.....	24
BÀI 2: THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	25
2.1. KHÁI NIỆM CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH VÀ MỘT SỐ KHÁI NIỆM KHÁC CÓ LIÊN QUAN.....	25
2.2. CÁC LOẠI CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	26
2.3. CÁC THÀNH PHẦN CƠ BẢN VÀ ĐẶC TÍNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRỌN GÓI	28
2.4. QUY TRÌNH CHUNG XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRỌN GÓI	29
2.4.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường	29
2.4.2. Nghiên cứu khả năng đáp ứng	30
2.4.3. Xác định khả năng và vị trí của doanh nghiệp	31
2.4.4. Xây dựng mục đích, ý tưởng của chương trình.....	32
2.4.5. Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa	32
2.4.6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản.....	32

2.4.7. Xây dựng phương án vận chuyển.....	32
2.4.8. Xây dựng phương án lưu trú và ăn uống.....	32
2.4.9. Xác định giá thành và giá bán của chương trình.....	32
2.4.10. Xây dựng những quy định cho chương trình du lịch.....	32
2.4.11. Điều chỉnh, chi tiết hoá, bổ sung hoàn thiện chương trình du lịch.....	33
2.4.12. Viết bảng thuyết minh cho chương trình du lịch.....	33
2.5. XÁC ĐỊNH TUYẾN HÀNH TRÌNH CƠ BẢN.....	35
2.6. XÁC ĐỊNH MỤC ĐÍCH, Ý TƯỞNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ..	36
2.7. CHỌN CHỦ ĐỀ CỦA CHƯƠNG TRÌNH.....	37
2.8. QUY ĐỊNH CỦA MỘT CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH.....	38
2.9. XÂY DỰNG QUY ĐỊNH VỀ MỨC DỊCH VỤ KHÁCH ĐƯỢC HƯỞNG.	38
2.10. XÂY DỰNG QUY ĐỊNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH VỀ CÁC THỦ TỤC CÓ LIÊN QUAN	39
BÀI 3: THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH THEO CHUYÊN ĐỀ	41
3.1. XÂY DỰNG TUYẾN HÀNH TRÌNH CƠ BẢN.....	41
3.2. XÂY DỰNG PHƯƠNG ÁN THAM QUAN	41
BÀI 4: THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH THEO SỰ KIỆN LỄ HỘI.....	44
4.1. XÁC ĐỊNH CÁC TUYẾN ĐIỂM THAM QUAN TRONG CHƯƠNG TRÌNH	44
4.1.1. Nguyên tắc liên hoàn.....	44
4.1.2. Nguyên tắc đại chúng.....	44
4.1.3. Nguyên tắc cập nhật.....	45
4.1.4. Nguyên tắc thuận tiện.....	45
4.2. XÁC ĐỊNH CÁC ĐIỂM DỪNG LƯU TRÚ, ĂN UỐNG.....	45
4.2.1. Lưu trú	45
4.2.2. Ăn uống	46
4.3. XÁC ĐỊNH CÁC ĐIỂM MUA SẮM, VUI CHƠI GIẢI TRÍ.....	46
4.4. XÁC ĐỊNH THỜI GIAN CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	46
4.5. XÂY DỰNG LỊCH TRÌNH CHI TIẾT	46

BÀI 5: XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH GIÁ DỊCH VỤ ĐẦU VÀO TRONG KINH DOANH CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	49
5.1. HỢP ĐỒNG.....	49
5.1.1. <i>Hợp đồng dân sự</i>	49
5.1.2. <i>Hợp đồng kinh tế</i>	49
5.2. SOẠN THẢO HỢP ĐỒNG KINH TẾ	50
5.3. SOẠN THẢO HỢP ĐỒNG DU LỊCH	57
5.3.1. <i>Hợp đồng lữ hành</i>	57
5.3.2. <i>Hợp đồng với nhà cung cấp dịch vụ du lịch</i>	58
5.3.3. <i>Soạn thảo hợp đồng đại lý lữ hành</i>	59
5.4. NHỮNG LƯU Ý KHI SOẠN THẢO HỢP ĐỒNG KINH TẾ.....	60
5.4.1. <i>Ngôn ngữ dùng trong hợp đồng</i>	60
5.4.2. <i>Một số lưu ý khi soạn thảo hợp đồng kinh tế quốc tế</i>	60
BÀI 6: TÍNH GIÁ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	61
6.1. XÂY DỰNG GIÁ THÀNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	61
6.1.1. <i>Khái niệm</i>	61
6.1.2. <i>Phương pháp xác định giá thành chương trình du lịch</i>	62
6.2. XÂY DỰNG GIÁ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH.....	65
6.2.1. <i>Các yếu tố cần phân tích khi xác định giá bán của chương trình du lịch</i>	65
6.2.2. <i>Các phương pháp xác định giá bán</i>	65
6.2.3. <i>Phương pháp xác định điểm hoà vốn</i>	66

GIÁO TRÌNH /MÔ ĐUN: NGHIỆP VỤ LỮ HÀNH

Mã mô đun: MD17

Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của mô đun:

✓ **Vị trí:**

- Nghiệp vụ lữ hành là mô đun thuộc các môn học, mô đun chuyên ngành nghề trong chương trình khung trình độ trung cấp nghề “Hướng dẫn viên du lịch”. Mô đun này nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản và nâng cao cho nghiệp vụ thiết kế chương trình du lịch, sản phẩm du lịch, tính giá và xây dựng giá bán, chính sách giá bán chương trình du lịch và sản phẩm du lịch, điều hành tour du lịch.

- Mô đun này được thực hiện sau môn Tuyển điểm du lịch; Nghiệp vụ hướng dẫn; Tin học căn bản và thực tập, trước môn Marketing du lịch.

✓ **Tính chất:**

- Nghiệp vụ lữ hành là mô đun lý thuyết kết hợp với thực hành, đánh giá kết quả bằng kiểm tra kết thúc môn.

Mục tiêu của mô đun:

✓ **Về kiến thức:**

- Nhận biết, thông hiểu và vận dụng được những kiến thức cơ bản về kỹ thuật thiết kế, xây dựng chương trình và giá bán của một chương trình du lịch cụ thể trong quá trình kinh doanh, phục vụ khách du lịch.

- Có thêm kiến thức về tuyển, điểm và nắm được cách vận dụng thông tin từ môn Tuyển Điểm để hỗ trợ cho công việc Điều hành, Nghiệp vụ bán sản phẩm và Marketing sản phẩm du lịch.

- Có kiến thức về dịch vụ và các đặc điểm của dịch vụ du lịch tại các công ty du lịch và điểm đến du lịch.

✓ **Về kỹ năng:**

- Có kỹ năng, nghiệp vụ thiết kế và tính giá bán sản phẩm du lịch, chương trình du lịch, kinh doanh sản phẩm và chương trình du lịch.

✓ **Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:**

- Sinh viên thiết kế được các chương trình du lịch đối với các tuyến, điểm đã học trong môn Tuyển Điểm và các điểm đến đã đi thực tập.

- Sinh viên tính toán được giá các tour ngắn (1,2,3,4 ngày), tour đơn giản, các chương trình du lịch đã thiết kế.

BÀI 1: CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH LỮ HÀNH

1.1. LỮ HÀNH XÉT DƯỚI GÓC ĐỘ MỘT NGHỀ

Theo số liệu từ Tổng cục Du lịch, hiện nay có khoảng 500.000 lao động trực tiếp và 1 triệu lao động gián tiếp làm việc trong ngành Du lịch, vẫn thiếu để đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành. Dự kiến, đến năm 2015, ngành Du lịch cần số lượng lao động gián tiếp tăng hơn gấp đôi, lao động trực tiếp cũng tăng lên mới có thể phục vụ được 7 □ 7,5 triệu lượt khách quốc tế và khoảng hơn 36 triệu lượt khách nội địa dự kiến sẽ đi du lịch vào thời điểm đó.

Với lượng khách như vậy phải cần khoảng 1,4 triệu lao động, trong đó, lao động trực tiếp khoảng 350 nghìn người; tỷ lệ tăng bình quân mỗi năm là 8,5%, con số tương ứng vào năm 2015 sẽ là hơn 503 nghìn người. Riêng lao động nghiệp vụ lễ tân, hướng dẫn viên, lữ hành, nhân viên phục vụ khách sạn chiếm trên 308.000 người vào năm 2013 và hơn 567 nghìn người vào năm 2015. Trong đó, số lượng lao động qua đào tạo cần tăng thêm khoảng 19.000 người/năm. Đây là cơ hội, nhưng cũng là thách thức khi chất lượng lao động của ngành Du lịch hiện chưa thực sự đáp ứng được đòi hỏi của thị trường.

Trong báo cáo của Tổng cục Du lịch Việt Nam tại Hội thảo hướng dẫn thực hiện thoả thuận thừa nhận lẫn nhau về nghề du lịch trong ASEAN diễn ra tại TP. Hồ Chí Minh có nêu rõ 6 nghiệp vụ du lịch gồm lễ tân, buồng, bếp, dịch vụ ăn uống, đại lý du lịch và điều hành tour với tổng số 32 chức danh nghề đã được ASEAN công nhận.

Với sự thừa nhận này, từ năm 2015, người làm du lịch có chuyên môn, nghiệp vụ được Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch của một trong 10 nước ASEAN chứng nhận sẽ được các nước khác thừa nhận tay nghề và tự do tìm việc làm ở các quốc gia thành viên.

Nước ta hiện có trên 7.000 doanh nghiệp lữ hành đang hoạt động và con số này vẫn không ngừng tăng lên, kéo theo nhu cầu ngày càng cao về nguồn nhân lực. TS. Nguyễn Ngọc Dương, Phó trưởng khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Công nghệ TP. Hồ Chí Minh (HUTECH) một trong những trường đại học có uy tín trong đào tạo ngành Quản trị du lịch cho biết: "Năm 2013, Quản trị du lịch đứng thứ hai trong số các ngành có nhu cầu nhân lực nhiều nhất TP. Hồ Chí Minh. Theo kết quả khảo sát của HUTECH, trên 95% sinh viên ngành Quản trị du lịch có việc làm phù hợp sau một năm tốt nghiệp. Đặc biệt, có rất nhiều sinh viên đã tìm được việc làm bán thời gian tại các công ty du lịch lớn của TP.

Hồ Chí Minh ngay từ năm 2, năm 3".

Theo dự báo của các chuyên gia, nhu cầu nhân lực của ngành này sẽ còn tiếp tục tăng cao cùng với sự phát triển mạnh mẽ và sôi động của hoạt động du lịch trên khắp thế giới. Học ngành Quản trị du lịch, theo đó, không chỉ là một lựa chọn "thời thượng" đón đầu xu thế thế giới mà còn chính là một sự đảm bảo "bằng vàng" cho tương lai tươi sáng và thành công.

1.2. CÁC KHÁI NIỆM VỀ LỮ HÀNH

1.2.1. Thuật ngữ "ngành Lữ hành"

Khái niệm

Thuật ngữ "ngành Lữ hành", "ngành Du lịch" và "ngành Du lịch và Lữ hành" có thể được dùng lẫn nhau để nói đến một ngành được cấu thành từ cơ sở kinh doanh cung cấp những dịch vụ có liên quan tới đi lại. Những cơ sở kinh doanh này được gọi là các hãng kinh doanh lữ hành và các dịch vụ của chúng được gọi là các sản phẩm du lịch. Đối tượng người tiêu dùng cuối cùng có thể được gọi là hành khách, khách trọ hay khách hàng tùy theo từng sản phẩm du lịch mà họ sử dụng.

Cơ sở kinh doanh	Sản phẩm	Người tiêu dùng cuối cùng
Hãng lữ hành	Các dịch vụ sắp xếp lữ hành	Khách hàng
Hãng hàng không	Các dịch vụ vận tải hàng không	Hành khách
Hãng cho thuê ô tô	Các dịch vụ cho thuê ô tô	Khách hàng
Hãng điều hành tour du lịch	Các chuyến đi có sự chuẩn bị trước	Khách hàng
Hãng du lịch tàu biển	Các tiện nghi cho chuyến đi biển	Hành khách
Hãng đường sắt	Dịch vụ vận tải bằng xe lửa	Hành khách

1.2.2. Khái niệm doanh nghiệp lữ hành

Xuất phát từ nội dung cơ bản của hoạt động kinh doanh lữ hành bao gồm: "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 du lịch này trực tiếp hay gián tiếp qua các trung gian hoặc các văn phòng đại diện, tổ chức thực hiện chương trình và hướng dẫn du lịch. Các doanh nghiệp lữ hành đương nhiên được phép tổ chức các hoạt động du lịch lữ hành" (Tổng cục Du lịch – Quy chế quản lý lữ hành ngày 29/04/1995).

Khi nghiên cứu khái niệm về doanh nghiệp lữ hành, có rất nhiều định nghĩa khác nhau về doanh nghiệp lữ hành. Đứng trên các góc độ khác nhau và thời điểm khác nhau

mà mỗi người đều có quan niệm riêng về doanh nghiệp lữ hành:

Quan niệm của Edgar Robger: "Doanh nghiệp lữ hành là doanh nghiệp sản xuất, gián tiếp hay trực tiếp bán các loại dịch vụ, đáp ứng các loại thông tin, làm tư vấn cho du khách khi lựa chọn các loại dịch vụ ấy".

Quan niệm của A. Popliman cho rằng: "Doanh nghiệp lữ hành là một người hoặc một tổ chức có đủ tư cách pháp nhân, được quản lý và tổ chức hoạt động với mục đích sinh lợi nhuận thương mại thông qua việc tổ chức tiêu thụ trực tiếp hoặc gián tiếp các loại dịch vụ, hàng hoá du lịch hoặc bán các hành trình du lịch hưởng hoa hồng cũng như bán các loại dịch vụ khác có liên quan đến hành trình du lịch đó".

Theo quan niệm của F. Gunter W. Eric đưa ra định nghĩa sau: "Doanh nghiệp lữ hành là một doanh nghiệp cung ứng cho du khách các loại dịch vụ có liên quan đến việc tổ chức, chuẩn bị một hành trình du lịch, cung cấp những hiểu biết cần thiết về mặt nghề nghiệp (thông qua hình thức thông tin tư vấn) hoặc làm môi giới tiêu thụ dịch vụ của các khách sạn, doanh nghiệp vận chuyển hoặc các doanh nghiệp khác trong mối quan hệ thực hiện một hành trình du lịch".

Theo quan niệm của Acen Georgiev: "Doanh nghiệp lữ hành là một đơn vị kinh tế, tổ chức và bán cho những dân cư địa phương hoặc không phải là dân cư địa phương (nơi doanh nghiệp đăng ký) những chuyến đi du lịch tập thể hoặc cá nhân có kèm theo những dịch vụ lưu trú cũng như các loại dịch vụ bổ sung khác có liên quan đến chuyến đi du lịch; Làm môi giới bán các hành trình du lịch hoặc các dịch vụ, hàng hoá được sản xuất bởi các doanh nghiệp khác...".

Trong những năm gần đây, một số doanh nghiệp lữ hành thường mở rộng phạm vi hoạt động mang tính chất toàn cầu và trong toàn bộ lĩnh vực du lịch. Ngoài việc làm trung gian bán sản phẩm cho các nhà cung cấp hưởng hoa hồng, xây dựng các chương trình du lịch trọn gói bán cho khách du lịch, các doanh nghiệp lữ hành còn sở hữu một hệ thống các khách sạn, nhà hàng, hàng không, vận chuyển khác... nhằm phục vụ chủ yếu đối tượng khách du lịch của công ty. Vì vậy, ta có thể tổng hợp một số đặc điểm về doanh nghiệp lữ hành như sau:

- ✓ Là doanh nghiệp du lịch kinh doanh chủ yếu trong lĩnh vực tổ chức, xây dựng, bán và thực hiện các chương trình du lịch trọn gói cho khách du lịch.
- ✓ Hoạt động trong việc làm trung gian bán sản phẩm của các nhà cung cấp hàng hoá và dịch vụ du lịch.

✓ Tiến hành các hoạt động kinh doanh tổng hợp nhằm đảm bảo phục vụ các nhu cầu của khách từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng.

Tóm lại, doanh nghiệp lữ hành là một doanh nghiệp hoạt động với mục đích chuẩn bị và tổ chức một chuyến đi du lịch phục vụ du khách. Nó làm cầu nối giữa dân chúng với các đơn vị kinh tế du lịch, đặc biệt với giao thông.

Ở Việt Nam: Doanh nghiệp lữ hành được định nghĩa: "là đơn vị có tư cách pháp nhân, hạch toán độc lập, được thành lập nhằm mục đích sinh lợi bằng việc giao dịch, ký kết các hợp đồng du lịch và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch đã bán cho khách du lịch".

Các loại hình doanh nghiệp

Có nhiều cách phân loại doanh nghiệp khác nhau, mỗi cách phân loại có tác dụng khác nhau phục vụ công tác quản lý và thống kê. Nhưng cách phân loại phổ biến nhất, quan trọng nhất là phân loại theo tính chất sở hữu về tài sản của doanh nghiệp. Nếu phân loại theo tính chất sở hữu về tài sản thì bao gồm một số loại doanh nghiệp sau:

Doanh nghiệp nhà nước: là một tổ chức kinh tế do Nhà nước đầu tư vốn, thành lập và tổ chức quản lý, hoạt động kinh doanh hoặc hoạt động công ích nhằm thực hiện các mục tiêu kinh tế do Nhà nước giao.

Doanh nghiệp tư nhân: là một đơn vị kinh doanh có mức vốn không thấp hơn mức vốn pháp định do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp chung vốn: là một loại hình doanh nghiệp mà các thành viên sẽ cùng góp vốn, cùng chia lợi nhuận, cùng chịu lỗ tương ứng với phần góp vốn và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn của mình góp vào công ty, như vậy trách nhiệm pháp lý của những thành viên trong công ty là trách nhiệm pháp lý hữu hạn trong phần vốn của mình. Hiện nay, chúng ta có hai hình thức công ty: Công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần.

Công ty trách nhiệm hữu hạn: là loại công ty mà vốn góp của các thành viên phải đóng đủ ngay khi thành lập công ty, công ty không được phép phát hành bất kỳ một loại chứng khoán nào, việc chuyển nhượng vốn góp giữa các thành viên tự do, nhưng nếu chuyển nhượng cho người ngoài thì phải cần sự nhất trí của nhóm thành viên đại diện của công ty.

Công ty cổ phần: là một loại công ty có số cổ đông tối thiểu là 3. Cổ phiếu của

công ty có thể có ghi tên hoặc không ghi tên và mỗi cổ đông có thể mua một hoặc nhiều cổ phiếu. Loại cổ phiếu không ghi tên được tự do chuyển nhượng. Trong quá trình hoạt động, nếu cần mở rộng quy mô thì công ty cổ phần có quyền phát hành thêm cổ phiếu hoặc trái phiếu.

1.2.3. Khái niệm về đại lý lữ hành

Khái niệm

Trong các văn bản quy phạm pháp luật quản lý nhà nước về Du lịch ở Việt Nam, thì đại lý lữ hành là việc tổ chức bán chương trình du lịch của các doanh nghiệp lữ hành cho người tiêu dùng cuối cùng để hưởng hoa hồng. "Kinh doanh đại lý lữ hành là việc tổ chức, cá nhân nhận bán chương trình du lịch của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho khách du lịch để hưởng hoa hồng. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành không được tổ chức thực hiện chương trình du lịch"

Phân loại đại lý lữ hành

Căn cứ vào quy mô và khách hàng của đại lý có đại lý bán buôn và đại lý bán lẻ.

Đại lý du lịch bán buôn: các đại lý du lịch lớn còn được gọi là các đại lý bán buôn. Thực chất, các đại lý này mua sản phẩm của các nhà cung cấp với số lượng lớn.

Đại lý du lịch bán lẻ: các đại lý du lịch bán lẻ có thể là những điểm bán của các nhà cung cấp, hoặc một doanh nghiệp độc lập, hoặc đại lý đặc quyền...

Đại lý lữ hành chung: là loại đại lý mà một chủ thể kinh doanh đồng thời giới thiệu và bán sản phẩm cho nhiều nhà cung cấp khác nhau, thậm chí các nhà cung cấp đó là đối thủ cạnh tranh trực tiếp của nhau.

Đại lý lữ hành đặc quyền: là loại đại lý chỉ được phép tiêu thụ sản phẩm cho một nhà cung cấp nhượng quyền cho đại lý. Chiến lược kinh doanh của đại lý phụ thuộc vào nhà cung cấp đó.

1.2.4. Sản phẩm du lịch

Khái niệm sản phẩm du lịch

Theo các tác giả Trần Ngọc Nam và Trần Duy Khang: "Sản phẩm du lịch là một tổng thể bao gồm các thành phần không đồng nhất hữu hình và vô hình".

Theo Michael M. Coltman: "Sản phẩm du lịch có thể là một món hàng cụ thể như thức ăn hoặc một món hàng không cụ thể như chất lượng phục vụ, bầu không khí nơi

ngủ mát".

Các yếu tố để tạo nên sản phẩm du lịch

Những di sản về thiên nhiên như: Biển, vịnh, đầm, phá, sông, núi, suối, ao, hồ...

Những di sản văn hoá vật thể: Đền đài, lăng tẩm, chùa chiền, miếu, những khu phố cổ...

Những di sản văn hoá phi vật thể: Âm nhạc (Nhã nhạc Cung đình Huế, đờn ca tài tử, không gian văn hoá công chiêng Tây Nguyên, ca trù, hát chèo, dân ca quan họ, cải lương, hát bội, những làn điệu dân ca ở ba miền...).

Những di sản mang tính xã hội: Quan hệ giữa các vùng, các địa phương...

Những yếu tố về hành chính: Thủ tục xuất nhập cảnh,...

Cơ sở vật chất phục vụ cho du lịch: Điện, đường, viễn thông, nhà hàng, khách sạn, resorts, sân bay, nhà ga, các phương tiện vận chuyển...

Đặc điểm của sản phẩm, dịch vụ du lịch

Theo tiến sĩ Nguyễn Văn Thanh: Dịch vụ là một loại hàng hoá đặc biệt, nó có những nét đặc trưng riêng mà hàng hoá hiện hữu không có. Dịch vụ du lịch về cơ bản cũng có 04 đặc điểm nổi bật như sau.

Dịch vụ có tính không hiện hữu (vô hình): là đặc điểm cơ bản của dịch vụ. Tuy vậy sản phẩm dịch vụ vẫn mang nặng tính vật chất (như khách du lịch có thể thưởng thức nội dung chương trình văn nghệ, nghe một bài hát... không tồn tại dưới dạng vật chất nào, không cầm được nó, nhưng âm thanh là vật chất). Tính không hiện hữu biểu hiện khác nhau ở từng loại sản phẩm.

Do dịch vụ có đặc tính không hiện hữu nên người mua đứng trước sai số lớn khi mua dịch vụ. Vì thế, để xây dựng niềm tin nơi khách hàng, doanh nghiệp cần cụ thể hoá những yếu tố vô hình đó thông qua các vật liệu như tờ rơi, hình ảnh... minh hoạ trực quan sinh động.

Dịch vụ có tính không đồng nhất: Dịch vụ không tiêu chuẩn hoá được. Việc cung cấp dịch vụ không thể tạo ra được dịch vụ như nhau trong những thời gian làm việc khác nhau. Ví dụ hướng dẫn viên du lịch, lễ tân khách sạn phải luôn mỉm cười với khách. Nhưng nụ cười buổi sáng bao giờ cũng tươi tắn và nhiều thiện cảm hơn buổi trưa và càng về chiều tối vì cơ thể đã mệt mỏi sau nhiều giờ làm việc. Vì thế, ở mỗi thời điểm khác nhau, mỗi đối tượng khách hàng cũng có những cảm nhận về chất lượng khác nhau. Vì vậy, sản phẩm dịch vụ du lịch sẽ có giá trị cao khi thoả mãn nhu cầu riêng biệt của khách hàng.

Dịch vụ có tính không tách rời: Sản phẩm dịch vụ gắn liền với những hoạt động cung cấp dịch vụ. Các sản phẩm cụ thể là không đồng nhất nhưng đều mang tính hệ thống. Quá trình sản xuất gắn liền với việc tiêu dùng dịch vụ. Người tiêu dùng cũng tham gia vào hoạt động sản xuất cung cấp dịch vụ cho chính mình. Có nhu cầu, có khách hàng thì quá trình sản xuất dịch vụ mới có thể thực hiện được.

Dịch vụ có tính không lưu trữ: Dịch vụ không thể tồn kho, không cất trữ và không thể vận chuyển từ khu vực này đến khu vực khác được (Ví dụ: phòng khách sạn và ghế trên những chuyến bay trông không thể để dành cho những ngày khác hay những chuyến bay khác). Dịch vụ có tính mau hỏng nên việc sản xuất, phân phối và tiêu dùng dịch vụ cũng bị giới hạn bởi thời gian. Cũng từ đặc điểm này làm mất cân đối quan hệ cung cầu cục bộ giữa các thời điểm khác nhau.

Các loại hình du lịch

Loại hình du lịch rất phong phú và đa dạng. Có nhiều cách phân biệt các loại hình du lịch. Có thể phân biệt các loại hình du lịch theo các căn cứ sau:

a) Theo mục đích chuyến đi

Ở mỗi du khách, nhu cầu và động cơ đi du lịch có khác nhau. Có thể chia thành các loại hình du lịch phổ biến sau:

Du lịch lữ hành: là loại hình du lịch hấp dẫn các du khách thích tham quan nghỉ dưỡng thông qua một cá nhân hoặc một tổ chức có đủ tư cách pháp nhân, được quản lý và tổ chức hoạt động thương mại trực tiếp hoặc gián tiếp đến các loại dịch vụ, hàng hoá du lịch...

Du lịch văn hoá: là loại hình du lịch hấp dẫn những du khách thích tìm hiểu, nghiên cứu những giá trị nhân văn, những phong tục tập quán, các giá trị về văn hoá nghệ thuật... của một dân tộc hay một bộ tộc nào đó ở những điểm đến. Các di sản văn hoá vật thể (như Phố cổ Hội An, Cố đô Huế...) và các di sản văn hoá phi vật thể (như Nhã nhạc Cung đình Huế, không gian văn hoá cồng chiêng Tây Nguyên, Ca trù, các lễ hội truyền thống, các sinh hoạt văn hoá nghệ thuật dân gian của địa phương như ca Huế, đờn ca tài tử Nam Bộ...) là những yếu tố đặc biệt cơ bản để tạo nên những sản phẩm du lịch văn hoá độc đáo.

Du lịch thiên nhiên: thu hút những du khách thích tìm về với thiên nhiên, say mê phong cảnh đẹp và khám phá thế giới động vật hoang dã. Các di sản thiên nhiên như: Vịnh Hạ Long (Quảng Ninh, di sản thiên nhiên thế giới), Động Phong Nha – Kẻ Bàng

(Quảng Bình, di sản thiên nhiên thế giới), Vườn quốc gia Cúc Phương (Ninh Bình), núi Phanxiphan (Sa Pa, Lào Cai), hệ sinh thái rừng ngập mặn Cần Giờ (TP. Hồ Chí Minh, quỹ dự trữ sinh quyển thế giới), vườn quốc gia Nam Cát Tiên (Đồng Nai, quỹ dự trữ sinh quyển thế giới), vườn chim Tam Nông (Đồng Tháp, khu bảo tồn Sếu đầu đỏ điển hình của thế giới), hệ thống sông ngòi, kênh rạch ở khắp vùng đồng bằng sông Cửu Long... là tài sản vô giá để xây dựng các sản phẩm du lịch hấp dẫn.

Du lịch dân tộc học: là loại hình du lịch thu hút những du khách khao khát tìm về cội nguồn, trở về quê hương, tìm hiểu, tìm kiếm hay khôi phục các giá trị văn hoá truyền thống bản địa của quê cha đất tổ. Thời gian qua có nhiều du khách Nhật Bản, Trung Quốc tìm về Hội An không chỉ đơn thuần tham quan, họ khát khao tìm về mảnh đất mà hơn 300 năm trước các thế hệ tổ tiên họ đã đặt chân, lập nghiệp và góp phần phát triển phồn vinh nơi này.

Du lịch xã hội: là loại hình du lịch mà mục đích chính là được tiếp xúc, giao lưu và hoà nhập với những người khác, những cư dân bản xứ, những bộ tộc nơi họ đến. Có thể xem những tour du lịch đến với các dân tộc ít người ở Tây Bắc (như người H'Mông, Dáy...), ở Tây Nguyên (M'Nông, Ê Đê ở Đắk Lắk; người Bana ở Pleiku, Gia Lai), ở Miền Đông Nam Bộ (như Stiêng ở Bình Phước, Đồng Nai)... hay những khách du lịch kết hợp các hoạt động từ thiện như thăm các nạn nhân chất độc màu da cam ở Làng Hoà Bình (Bệnh viện Từ Dũ) hay làng S.O.S ở TP. Hồ Chí Minh...

Du lịch tôn giáo: là loại hình du lịch nhằm thoả mãn nhu cầu tín ngưỡng đặc biệt của các tín đồ, kể cả những người theo các tôn giáo khác đối với một đáng tối cao nào đó. Đây là loại hình du lịch xuất hiện từ rất lâu và ngày nay thu hút hàng triệu du khách trên thế giới.

Hàng năm, trên thế giới có hàng triệu khách du lịch là tín đồ Đạo Hồi hành hương đến thánh địa Mecca. Nepal là điểm đến của nhiều tín đồ Phật Giáo và những người thích tìm hiểu về Phật Giáo (kể cả nhiều du khách phương Tây). Ở Việt Nam, Chùa Hương (Mỹ Đức – Hà Nội), Yên Tử (Quảng Ninh), Toà Thánh Tây Ninh (đạo Cao Đài), Miếu Bà Chúa Xứ (Châu Đốc □□An Giang)... thu hút hàng triệu người hành hương về đây tham quan và cúng bái... mỗi năm.

Du lịch giải trí: là loại hình du lịch phục vụ cho du khách có nhu cầu nghỉ ngơi, thư giãn, giải trí... để phục hồi thể chất và tinh thần hay tái sản xuất sức lao động. Mục đích của họ là hưởng thụ và tận hưởng những kỳ nghỉ trọn vẹn của mình nên những nơi có các

bờ biển và bãi tắm đẹp, chan hoà ánh nắng mặt trời, có thể tham gia các hoạt động cắm trại, thể thao... Hawaii, Haiti, Phan Thiết, Ninh Thuận, Nha Trang, Đà Nẵng, Hội An, Lăng Cô, Phú Quốc, Vũng Tàu, Long Hải... là những nơi thích hợp và lý tưởng để phát triển loại hình du lịch này.

Du lịch thể thao: hấp dẫn những du khách say mê các hoạt động thể thao nhằm nâng cao sức khoẻ và thể chất. Du lịch thể thao thường gắn liền với những địa phương có biển, có núi... Ở Việt Nam loại hình du lịch này chưa phát triển. Thời gian gần đây, một số địa phương đưa một số loại hình du lịch thể thao nhằm phục vụ khách du lịch như lướt ván, canô kéo dù, đua thuyền, thuyền kayak,... (ở Vũng Tàu, Phan Thiết, Nha Trang, Đà Nẵng...).

Du lịch nghỉ dưỡng □ chăm sóc sức khoẻ: thu hút những du khách có nhu cầu cải thiện và chăm sóc sức khoẻ. Các khu nghỉ mát, an dưỡng ở các vùng núi cao, ở những khu ven biển hay các khu suối nước khoáng, nước nóng (Khu DL suối nước nóng Bình Châu ở Xuyên Mộc – Bà Rịa □ Vũng Tàu, khu Thanh Tân ở Huế, Trung tâm khoáng bùn, khoáng nóng Ponagar ở Nha Trang...) là những địa chỉ thu hút đối tượng khách này...

Du lịch sinh thái: là loại hình du lịch thu hút những du khách thích tìm về với thiên nhiên, thích khám phá, say mê phong cảnh đẹp và tìm hiểu về thế giới động vật hoang dã. Thông qua đó, chính quyền địa phương muốn nâng cao ý thức người dân (đặc biệt là giới trẻ) địa phương và du khách về tầm quan trọng và ý nghĩa to lớn của môi trường sinh thái đối với cuộc sống con người. Loại hình này kết hợp với việc trồng rừng và các hoạt động phục hồi sinh thái tại tuyến điểm du khách đến. Khu du lịch Vàm Sát, khu du lịch Lâm Viên (Cần Giờ □ TP. Hồ Chí Minh) với hệ sinh thái rừng ngập mặn phong phú và đa dạng sinh học, lá phổi xanh của thành phố đông dân nhất nước, là quỹ dự trữ sinh quyển thế giới), vườn quốc gia Nam Cát Tiên (Đồng Nai, quỹ dự trữ sinh quyển thế giới), là những nơi lý tưởng để xây dựng các sản phẩm du lịch sinh thái hấp dẫn.

Du lịch chuyên đề: dành cho một nhóm nhỏ hay một tập thể nào đó đi du lịch với cùng mục đích hay những mối quan tâm chung nào đó chỉ với riêng họ. Ví dụ: những thầy thuốc, trình dược viên tham quan Trung tâm Dược liệu Đồng Tháp Mười (Huyện Mộc Hoá – Long An), trại rắn Đồng Tâm. Những người kinh doanh nông sản tham quan các nhà máy, cơ sở sản xuất nông sản ở trong và ngoài nước (như ở Nông trường Sông Hậu, ở Philippin...). Những chủ nhà hàng Việt Nam trước khi mở nhà hàng dành cho du khách đất nước hoa anh đào sang Nhật du lịch kết hợp học hỏi, nghiên cứu về văn hoá ẩm thực của

họ... Ngoài ra, tiến sĩ Harssel còn bổ sung thêm loại hình "Du lịch hoạt động". Theo ông:

Du lịch hoạt động: là loại hình du lịch thu hút du khách bằng những hoạt động đã được chuẩn bị trước và thách thức phải hoàn thành trong suốt kỳ nghỉ của họ. Đó có thể là những sinh viên muốn nâng cao vốn sống, cải thiện khả năng ngoại ngữ hoặc những người thích chinh phục một ngọn núi, khám phá một vùng đất nào đó... Tuy nhiên, thực tế sản phẩm du lịch là sự kết hợp hài hoà giữa các loại hình du lịch trên.

Ví dụ như: tour *Hà Nội – Hạ Long – Sa Pa – Huế – Đà Nẵng – Hội An – Nha Trang – TP. Hồ Chí Minh – Củ Chi – Tây Ninh – đồng bằng sông Cửu Long...*

Du lịch công vụ: du lịch công vụ còn có thể gọi là lữ hành thương mại, là các hình thức lữ hành được tiến hành để mang lại lợi nhuận. Các đại diện thương mại, các uỷ viên ban quản trị của các hãng kinh doanh và các thành viên trong các hội nghị là các ví dụ cụ thể về khách du lịch công vụ.

Từ khía cạnh này, lữ hành công vụ bao gồm các loại sau:

- Du lịch kinh doanh.
- Du lịch hội họp.
- Du lịch nghiên cứu học tập.

Ngày nay, cùng với sự phát triển ngành Du lịch có thêm nhiều loại hình du lịch khác như: du lịch về nguồn, du lịch thăm thân, du lịch chữa bệnh,...

Để hệ thống hoá và đơn giản hoá người ta phân các loại hình du lịch theo hai nhóm sau căn cứ theo mục đích của chuyến đi:

Nhóm có mục đích du lịch thuần túy: bao gồm các loại hình du lịch: tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, thể thao, khám phá.

Nhóm có mục đích kết hợp du lịch: bao gồm các loại hình du lịch: hội nghị, hành hương (tôn giáo), chữa bệnh, thăm thân, học tập nghiên cứu...

b) Theo phạm vi lãnh thổ

- *Phạm vi quốc tế*:

Theo McIntosh và Goeldner, loại hình du lịch có thể chia như sau:

Du lịch quốc tế (International Tourism): là loại hình du lịch vượt ra ngoài phạm vi lãnh thổ quốc gia của khách du lịch (chính vì điều này nên khách thường gặp khó khăn: do bất đồng ngôn ngữ, thủ tục đi lại và tiền tệ). Cùng với dòng di chuyển của du khách, hình thức du lịch này tạo ra dòng chảy ngoại tệ giữa các quốc gia và gây ảnh hưởng cân thanh toán của quốc gia.

Loại hình du lịch này được chia thành hai loại hình nhỏ sau:

Du lịch quốc tế đến (Inbound Tourism): là những chuyến tham quan viếng thăm của du khách đến từ nhiều nước khác nhau.

Du lịch ra nước ngoài (Outbound Tourism): là những chuyến tham quan của cư dân trong nước ra nước ngoài.

– *Phạm vi trong nước:*

Du lịch trong nước: là chuyến đi của các cư dân chỉ trong phạm vi lãnh thổ của một quốc gia.

c) Theo các cách khác

Tuỳ thuộc vào mục đích, phạm vi lãnh thổ và sự tương tác giữa các loại hình du lịch mà có sự phân loại khác nhau. Vì thế, có rất nhiều cách phân chia các loại hình du lịch. Có thể phân chia như sau:

Căn cứ vào đặc điểm địa lý □ tự nhiên của tuyến điểm du lịch: bao gồm du lịch biển (như du lịch nghỉ dưỡng tại các khu nghỉ mát, resorts, khách sạn ven biển...), du lịch núi (du lịch khám phá, leo núi, vượt thác...), du lịch các thành phố (tham quan các khu du lịch, khu giải trí, các nhà hàng ẩm thực, các trung tâm mua sắm...), du lịch về nông thôn (du lịch miệt vườn, tham quan các trang trại, các làng nghề truyền thống...).

Căn cứ vào đặc điểm điều kiện lưu trú tại tuyến điểm du lịch: bao gồm các khách sạn, nhà nghỉ, resorts, motel, khu du lịch, làng du lịch, bãi cắm trại...

Căn cứ vào các phương tiện vận chuyển du lịch: Ngày nay, du khách được phục vụ nhiều dịch vụ vận chuyển từ các phương tiện bình dân (như xe đạp, xích lô, xe ngựa, voi, lạc đà, ghe, xuồng, tàu hoả, xe gắn máy, ô tô,...) cho đến các phương tiện cao cấp (như máy bay, du lịch bằng tàu biển...) và các phương tiện khác (như kính khí cầu, tàu vũ trụ...).

Căn cứ vào các hình thức tổ chức: bao gồm du lịch theo cơ quan, hội, đoàn thể, du lịch gia đình và cá nhân (Tây ba lô).

Căn cứ vào các hình thức hợp đồng: có thể theo hình thức hợp đồng trọn gói hay từng phần, trực tiếp hay gián tiếp với một hay vài đại lý du lịch.

Ở Việt Nam cũng có nhiều hình thức tổ chức hợp đồng du lịch. Khách mua tour trọn gói hay từng phần tuỳ thuộc vào yêu cầu của du khách dù trong những dịp Lễ hay ngày bình thường thông qua các công ty hoặc các doanh nghiệp, đại lý, trung tâm,... môi giới hay liên kết kinh doanh tour lẻ phục vụ khách du lịch (ở khu vực TP.

Hồ Chí Minh, hình thức kinh doanh du lịch này khá sôi động).

Căn cứ vào độ tuổi: Tùy lứa tuổi sẽ có loại hình du lịch phù hợp.

Du khách lớn tuổi thích hợp với các loại hình du lịch nghỉ dưỡng, chữa bệnh, tham quan, hành hương... như tham quan Suối nước nóng Bình Châu (Bà Rịa □ Vũng Tàu), khách du lịch Châu Âu (đặc biệt là Nga) đến Phan Thiết (nghỉ dưỡng hàng tháng trời) để tắm mình trong những bãi tắm đẹp ở Mũi Né □ Phan Thiết, Nha Trang và Đà Nẵng, hay đến Sa Pa vào mùa nắng đẹp và âm áp.

Giới trẻ, thanh niên thích những tour mang tính hoạt động như dã ngoại, khám phá, một chút mạo hiểm... như câu cá dã ngoại trên Quần đảo An Thới (Phú Quốc – Kiên Giang), lặn biển, lặn ngắm san hô ở Hòn Tằm, Hòn Mun, vịnh Vân Phong (Nha Trang), Chinh phục đỉnh Phanxippan, ngủ đêm trên vịnh Hạ Long...

Căn cứ vào thời gian du lịch: Du lịch ngắn ngày, du lịch dài ngày.

d) Một số loại hình du lịch phổ biến tại Việt Nam và trên thế giới

Vài năm trở lại đây, cùng với xu thế hội nhập nền của nền kinh tế, ngành công nghiệp không "khói" của Việt Nam đã có nhiều bước tiếp cận mới. Cơ hội để quảng bá thương hiệu Việt Nam ra nước ngoài rộng hơn. Sự đa dạng các loại hình du lịch kết hợp với các yếu tố du lịch sẵn có là tiền đề cho sự phát triển du lịch của Việt Nam. Có thể là những bước đi dài nhưng là những bước đi cần thiết.

Đa dạng hóa các loại hình du lịch không chỉ là nhiệm vụ mà còn là yếu tố tiên quyết cho sự tồn tại của ngành Du lịch một quốc gia. Trên thực tế, du lịch Việt Nam vẫn đang ở dạng tiềm năng, những lợi thế du lịch chỉ được khai thác ở mức độ cơ bản. Tuy vậy, với những bước thử nghiệm về các loại hình du lịch mới, du lịch Việt Nam bước đầu đã gặt hái được những thành công.

Du khách Việt Nam cũng như du khách quốc tế đến Việt Nam hiện nay có điều kiện được thử sức với các loại hình du lịch như:

Du lịch tham quan: Tham quan di tích □ thắng cảnh: Đây là hình thức du lịch truyền thống ở Việt Nam. Việt Nam có được sự đa dạng và phong phú của yếu tố tự nhiên. Danh lam thắng cảnh trải đều ở 63 tỉnh, thành trong cả nước. Những điểm du lịch nổi tiếng được nhắc đến như vịnh Hạ Long, động Phong Nha, Đà Lạt, Sa Pa, Nha Trang... vẫn thu hút đông đảo du khách.

Du lịch văn hóa: Du lịch lễ hội: Festival Huế, Festival hoa Đà Lạt, hội chùa Hương, hội Lim, tết cổ truyền... Với loại hình du lịch này du khách có thể vừa tham quan,

vừa kết hợp du lịch văn hóa. Đặc biệt là với du khách quốc tế. Những tour du lịch tìm hiểu văn hóa, lịch sử có thể thực hiện rất đa dạng ở Việt Nam. Loại hình này được tổ chức theo mùa ở các thời điểm khác nhau trong năm.

Du lịch phố cổ: Hội An, Hà Nội, phố Hiến (Hưng Yên)... loại hình này có tính chất thường xuyên, diễn ra đều đặn hơn.

Du lịch làng nghề: gồm Bát Tràng, tơ lụa Vạn Phúc □ Hà Đông...

Du lịch ẩm thực: tiệc cung đình Huế hay ẩm thực Bắc Trung Nam... Nét tinh tế của ẩm thực Việt Nam chịu sự ảnh hưởng rất lớn của yếu tố lịch sử, khí hậu, điều kiện tự nhiên...

Du lịch "xanh": Gần đây du lịch hướng về thiên nhiên trở thành một xu hướng chung không chỉ ở Việt Nam mà còn cả trên thế giới. Hình thức du lịch này gần gũi, đồng thời có thể phát huy hết vai trò của yếu tố thiên nhiên, lợi thế tự nhiên của một quốc gia. Ở Việt Nam, du lịch "xanh" cũng là một hình thức "giữ chân" du khách nội địa. Lượng khách du lịch nội địa tăng dần những năm gần đây một phần nhờ loại hình du lịch này.

Du lịch sinh thái: các khu du lịch sinh thái nổi tiếng của Việt Nam có thể kể đến như Nhà vườn Huế, bãi biển Lăng Cô, rừng Cúc Phương, hồ Ba Bể, vườn quốc gia Cát Tiên, U Minh Thượng, U Minh Hạ...

Du lịch nghỉ dưỡng và chữa bệnh: tắm nước khoáng Kim Bôi □ Hoà Bình, tắm bùn khoáng ở Phan Thiết, Nha Trang, châm cứu ở Hà Nội...

Du lịch MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition): là loại hình du lịch theo dạng gặp gỡ xúc tiến, hội nghị, hội thảo, du lịch chuyên đề ở Vũng Tàu, Đà Nẵng... Loại hình du lịch này thường ở dạng tập thể của các doanh nghiệp, công ty. Hiện nay các đơn vị du lịch đã thiết kế các tour du lịch phục vụ cho giới công nhân viên, doanh nhân dưới hình thức kết hợp du lịch hội thảo này. Đây cũng là một hướng phát triển của du lịch Việt Nam.

Du lịch Teambuilding: Một xu hướng mới của du lịch Việt Nam hiện nay là du lịch Teambuilding. Với việc xây dựng các tour kết hợp du lịch tham quan, nghỉ dưỡng với các chương trình Team nhằm xây dựng, tăng cường tinh thần đoàn kết, tập thể, loại hình du lịch này đang được nhiều doanh nghiệp, công ty "đặt hàng" nhằm nâng cao vai trò đoàn kết giữa các nhân viên với nhau. Du lịch teambuilding là một loại hình phổ biến ở nước ngoài nhưng còn khá mới ở Việt Nam. Tuy nhiên theo nhìn nhận chung, du lịch "xanh" và du lịch Teambuilding trong tương lai sẽ là những loại hình du lịch chủ đạo ở nước ta.

Ngoài ra còn có các loại hình du lịch như Du lịch tuần trăng mật ở Đà Lạt, Sa Pa, Tam Đảo... Du lịch mua sắm bắt đầu phát triển ở TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Huế... Du lịch thể thao ở Nha Trang, Tuần Châu, Phan Thiết... Du lịch miệt vườn sông nước Cửu Long (An Giang, Cần Thơ, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Tiền Giang, Đồng Tháp, Long An...).

Bên cạnh các loại hình du lịch trên, hiện nay ở Việt Nam và trên thế giới đang phát triển các loại hình: Du lịch hành hương, du lịch thăm thân, du lịch khám phá, du lịch mạo hiểm.

1.3. NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ CÔNG VIỆC LỮ HÀNH

Công việc lữ hành là công việc của một nhân viên trực tiếp tổ chức thực hiện và quản lý điều phối các hoạt động nghiệp vụ lữ hành, bao gồm: lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, giám sát và đánh giá việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch nhằm đạt hiệu quả kinh tế cao.

Nói cách khác, lữ hành là việc xây dựng, tiếp thị, quảng bá, bán và thực hiện các chương trình du lịch (đã bán) mà trong nghề thường gọi là các tour.

Trong lĩnh vực lữ hành, người quản trị là người biết kết hợp hoàn hảo các dịch vụ du lịch để thiết kế chương trình tour, bán tour và quản lý tổ chức thực hiện chương trình.

1.3.1. Các bước thực hiện công việc lữ hành

Khảo sát nghiên cứu thị trường khách du lịch.

- Thiết kế các chương trình du lịch, tổ chức xúc tiến và bán sản phẩm du lịch.
- Điều hành tổ chức và giải quyết vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện các chương trình du lịch.
- Thiết lập và duy trì các mối quan hệ với đối tác, phối hợp xử lý tình huống, chăm sóc khách hàng...

1.3.2. Các đối tượng tham gia thực hiện

Giám đốc điều hành

Là người trực tiếp điều hành thực hiện chương trình du lịch; tổ chức triển khai toàn bộ những công việc từ chuẩn bị, bố trí, điều phối, theo dõi, kiểm tra... điều hành tổ chức thực hiện chương trình du lịch.

Bộ phận lữ hành du lịch

Phòng điều hành đóng vai trò tổ chức sản xuất của doanh nghiệp. Tiến hành các

công việc để đảm bảo thực hiện các sản phẩm của doanh nghiệp. Phòng điều hành như là cầu nối giữa doanh nghiệp với thị trường cung cấp dịch vụ và hàng hoá du lịch. Phòng điều hành có các nhiệm vụ sau:

- Là đầu mối triển khai toàn bộ công việc điều hành các chương trình, cung cấp các dịch vụ du lịch trên cơ sở các kế hoạch, thông báo về khách do phòng thị trường gửi tới.

- Lập kế hoạch và triển khai các công việc liên quan đến việc thực hiện các chương trình du lịch như đăng ký chỗ trong khách sạn, làm visa, mua vé vận chuyển... đảm bảo các yêu cầu về thời gian và chất lượng.

- Thiết lập và duy trì mối liên hệ mật thiết với các cơ quan hữu quan (ngoại giao, nội vụ, hải quan). Ký hợp đồng với các nhà cung cấp dịch vụ (khách sạn, nhà hàng...). Lựa chọn những nhà cung cấp có những sản phẩm đảm bảo uy tín chất lượng và giá cả hợp lý.

- Theo dõi quá trình thực hiện các chương trình du lịch. Phối hợp với bộ phận kế toán thực hiện các công việc thanh toán với các doanh nghiệp gửi khách và các nhà cung cấp dịch vụ. Nhanh chóng xử lý các trường hợp bất thường xảy ra trong quá trình thực hiện các chương trình du lịch.

Phòng hướng dẫn đóng vai trò sản xuất trực tiếp, làm gia tăng giá trị của tài nguyên du lịch và các dịch vụ du lịch. Phòng hướng dẫn có các nhiệm vụ sau:

- Căn cứ vào kế hoạch khách, tổ chức điều động, bố trí hướng dẫn viên cho các chương trình du lịch. Thực hiện việc đón, tiễn khách. Tổ chức lưu trú, ăn uống, tổ chức hoạt động tham quan, vui chơi giải trí. Thông tin về tuyến điểm thông qua bài thuyết minh. Xử lý các tình huống, kiểm tra chất lượng hàng hoá dịch vụ...

- Phối hợp chặt chẽ với các bộ phận trong doanh nghiệp để tiến hành công việc một cách hiệu quả nhất. Hướng dẫn viên phải thực hiện đầy đủ các chức năng, nhiệm vụ theo đúng các quy định của doanh nghiệp.

- Là đại diện trực tiếp của doanh nghiệp trong quá trình tiếp xúc với khách du lịch và các bạn hàng, các nhà cung cấp. Tiến hành các hoạt động quảng cáo, tiếp thị thông qua hướng dẫn viên.

Phòng kinh doanh – tiếp thị là chiếc cầu nối và hợp nhất giữa mong muốn của người tiêu dùng trên thị trường mục tiêu với các nguồn lực bên trong doanh nghiệp. Phòng kinh doanh – tiếp thị có các nhiệm vụ chủ yếu:

- Tổ chức và tiến hành các hoạt động nghiên cứu thị trường trong nước và quốc tế, tiến hành các hoạt động xúc tiến, thu hút các nguồn khách du lịch đến với doanh nghiệp.
- Phối hợp với phòng điều hành, tiến hành xây dựng các chương trình du lịch từ nội dung đến mức giá, phù hợp với nhu cầu của khách, chủ động trong việc đưa ra những ý đồ về sản phẩm lữ hành mới của doanh nghiệp.
- Ký kết hợp đồng giữa doanh nghiệp với các hãng, các công ty du lịch, các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước để khai thác các nguồn khách quốc tế, khách nội địa.
- Thiết lập và duy trì mối quan hệ của doanh nghiệp với các nguồn khách, đề xuất và xây dựng phương án mở các chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp ở trong và ngoài nước.
- Đảm bảo hoạt động thông tin thông suốt giữa doanh nghiệp với các nguồn khách, thông tin thường xuyên, kịp thời, đầy đủ và chính xác cho các bộ phận có liên quan trong doanh nghiệp và kế hoạch các đoàn khách, nội dung hợp đồng cần thiết cho việc phục vụ khách. Phối hợp với các bộ phận có liên quan theo dõi việc thanh toán và quá trình thực hiện hợp đồng phục vụ khách.

Bộ phận tổng hợp

Phòng hành chính – nhân sự có vai trò quản trị nhân lực và văn phòng của doanh nghiệp lữ hành. Phòng tổ chức hành chính thực thi những công việc chủ yếu sau:

Thực hiện toàn bộ các công việc trong quy trình quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp lữ hành.

Thực hiện những công việc quản trị văn phòng của doanh nghiệp.

Phòng tài chính – kế toán có vai trò quản trị về tài chính và kế toán của doanh nghiệp, hạch toán lỗ, lãi. Phòng tài chính – kế toán có các nhiệm vụ chủ yếu sau:

Tổ chức thực hiện các công việc tài chính và kế toán của công ty như theo dõi, ghi chép chi tiêu của doanh nghiệp theo đúng hệ thống tài khoản và chế độ kế toán của Nhà nước, theo dõi và phản ánh tình hình sử dụng vốn, tài sản của doanh nghiệp.

Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ, kịp thời phản ánh những thay đổi để lãnh đạo có biện pháp xử lý kịp thời.

Theo dõi thị trường, thu thập thông tin, báo cáo và đề xuất kịp thời với lãnh đạo

của doanh nghiệp.

Bộ phận hỗ trợ kinh doanh

Bộ phận này được xác định là tạo ra các nguồn lực để phát triển của doanh nghiệp lữ hành. Bộ phận này vừa đảm bảo các dịch vụ đầu vào, thực hiện các khâu cho bộ phận kinh doanh về lữ hành (khách sạn, vận chuyển, bán, thực hiện chương trình du lịch), vừa đảm bảo mở rộng phạm vi lĩnh vực kinh doanh, đa dạng hoá sản phẩm của doanh nghiệp. Các bộ phận này thể hiện quá trình liên kết dọc của ngành và liên kết ngang của doanh nghiệp.

Chi nhánh, đại diện của doanh nghiệp thường được thành lập tại các điểm du lịch hoặc tại các nguồn khách du lịch chủ yếu. Tính độc lập của các chi nhánh tùy thuộc vào khả năng của chúng. Các chi nhánh thường thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Là đầu mối tổ chức thu hút khách hoặc đầu mối triển khai các hoạt động nhằm thực hiện các yêu cầu của doanh nghiệp tại các điểm du lịch.
- Thực hiện hoạt động xúc tiến cho doanh nghiệp tại địa bàn đặt chi nhánh.
- Thu thập thông tin, báo cáo kịp thời mọi thay đổi cho lãnh đạo doanh nghiệp.
- Trong những điều kiện nhất định, chi nhánh có thể phát triển thành doanh nghiệp con trực thuộc doanh nghiệp mẹ.

1.4. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý VỀ AN NINH, AN TOÀN TRONG LỮ HÀNH

Trong lữ hành du lịch, việc đáp ứng các nhu cầu du khách nhằm mang lại cho họ sự hài lòng sau chuyến đi. Đó là mục đích hướng đến của các đơn vị kinh doanh lữ hành du lịch. Trong các nhu cầu đó, nhu cầu an toàn an ninh đối với du khách là một nhu cầu quan trọng ở vị trí hàng đầu. An toàn, an ninh cho du khách thể hiện ở các điểm sau:

Vấn đề độ dài thời gian của chương trình.

Việc vận chuyển trong quá trình du lịch.

An toàn, an ninh về ăn uống.

An toàn, an ninh trong lưu trú.

An toàn, an ninh trong tham quan, vui chơi và mua sắm...

BÀI 2: THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

2.1. KHÁI NIỆM CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH VÀ MỘT SỐ KHÁI NIỆM KHÁC CÓ LIÊN QUAN

Hiện nay trong các tài liệu khoa học về du lịch chưa có định nghĩa thống nhất về chương trình du lịch. Điểm thống nhất của các định nghĩa là về nội dung chương trình du lịch. Còn điểm khác biệt xuất phát từ giới hạn, cách diễn đạt các đặc điểm và phương thức tổ chức chương trình du lịch. Có thể nêu ra các định nghĩa sau.

Theo tác giả David Wright trong cuốn "Tư vấn nghề nghiệp lữ hành":

Chương trình du lịch là các dịch vụ trong lộ trình du lịch. Thông thường bao gồm các dịch vụ giao thông, nơi ăn ở, di chuyển và tham quan ở một hoặc một số quốc gia, vùng lãnh thổ hay thành phố. Sự phục vụ này phải được đăng ký đầy đủ hoặc ký hợp đồng trước với một doanh nghiệp lữ hành và khách du lịch phải thanh toán đầy đủ trước khi các dịch vụ được thực hiện.

Theo những quy định về du lịch lữ hành trọn gói của các nước Liên minh Châu Âu và Hiệp hội các hãng lữ hành Vương quốc Anh trong cuốn "Kinh doanh du lịch lữ hành":

Chương trình du lịch là sự kết hợp được sắp xếp từ trước của ít nhất hai trong số các dịch vụ: nơi ăn ở, các dịch vụ khác sinh ra từ dịch vụ giao thông và nơi ở và nó được bán với mức giá gộp và thời gian của chương trình phải nhiều hơn 24 giờ.

Theo tác giả Gagnon và Ociepka trong cuốn "Phát triển nghề lữ hành", tái bản lần thứ sáu:

Chương trình du lịch là một sản phẩm lữ hành được xác định mức giá trước, khách có thể mua riêng lẻ hoặc mua theo nhóm và có thể tiêu dùng riêng lẻ hoặc tiêu dùng chung với nhau. Một chương trình du lịch có thể bao gồm và theo các mức độ chất lượng khác nhau của bất kỳ hoặc tất cả các dịch vụ vận chuyển, hàng không, đường bộ, đường sắt hay đường thủy, nơi ăn ở, tham quan và vui chơi giải trí.

Theo cuốn "Từ điển khách sạn, lữ hành và du lịch" của Charles J Wetelka:

Chương trình du lịch là bất kỳ chuyến đi chơi nào có sắp xếp trước (thường được trả tiền trước) đến một hoặc nhiều địa điểm và trở về nơi xuất phát. Thông thường bao gồm sự đi lại, ăn ở, ngắm cảnh và những thành tố khác.

Theo cuốn "Từ điển quản lý du lịch, khách sạn và nhà hàng" thì có hai định nghĩa:

Chương trình du lịch (Inclusive Tour IT) là các chuyến du lịch, giá của chương trình bao gồm vận chuyển, khách sạn, ăn uống... và mức giá này rẻ hơn so với mua riêng lẻ từng dịch vụ.

Chương trình du lịch trọn gói (Package Tour) là các chương trình du lịch mà mức giá bao gồm vận chuyển, khách sạn, ăn uống... và phải trả tiền trước khi đi du lịch.

Theo Nghị định số 27/2001/NĐ-CP về kinh doanh lữ hành và hướng dẫn du lịch ở Việt Nam ban hành ngày 5 tháng 6 năm 2001, định nghĩa:

Chương trình du lịch là lịch trình định trước của chuyến đi du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức, trong đó xác định thời gian chuyến đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển các dịch vụ khác và giá bán chương trình.

Theo Luật Du lịch Việt Nam có hiệu lực từ 01/01/2006, tại Mục 13 Điều 4 giải thích từ ngữ:

Chương trình du lịch là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trình được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi.

Theo nhóm tác giả Bộ môn Du lịch, Đại học Kinh tế quốc dân, trong giáo trình "Quản trị kinh doanh lữ hành" thì định nghĩa chương trình du lịch như sau:

Chương trình du lịch trọn gói là những nguyên mẫu để căn cứ vào đó, người ta tổ chức các chuyến du lịch với mức giá đã được xác định trước. Nội dung của chương trình du lịch thể hiện lịch trình thực hiện chi tiết các hoạt động từ vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, tham quan... Mức giá của chuyến bao gồm giá của hầu hết các dịch vụ và hàng hoá phát sinh trong quá trình thực hiện du lịch.

Trên cơ sở kế thừa các định nghĩa nêu trên, một định nghĩa về chương trình du lịch đã được đưa ra như sau:

Chương trình du lịch là một tập hợp các dịch vụ, hàng hoá được sắp đặt trước, liên kết với nhau, để thoả mãn ít nhất hai nhu cầu khác nhau trong quá trình tiêu dùng du lịch của khách với mức giá gộp xác định trước và bán trước khi tiêu dùng của khách

2.2. CÁC LOẠI CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

➤ Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh

Chương trình du lịch chủ động: Doanh nghiệp lữ hành nghiên cứu thị trường để xây dựng chương trình ấn định ngày thực hiện, tổ chức quảng cáo và bán □ thực hiện.

Chương trình du lịch bị động: Doanh nghiệp lữ hành tiếp nhận yêu cầu của khách – xây dựng chương trình du lịch – khách thoả thuận lại và chương trình được thực hiện.

Chương trình du lịch kết hợp: Doanh nghiệp lữ hành nghiên cứu thị trường: xây dựng chương trình nhưng không ấn định ngày thực hiện – khách đến thoả thuận và chương trình được thực hiện.

➤ *Căn cứ vào mức giá*

Chương trình du lịch trọn gói: được chào bán với mức giá gộp, tổng hợp toàn bộ dịch vụ và hàng hoá phát sinh trong chuyến đi – là loại chương trình du lịch chủ yếu của doanh nghiệp lữ hành.

Chương trình du lịch với các mức giá cơ bản: Có giá của một số dịch vụ cơ bản: giá vận chuyển, lưu trú...

Chương trình du lịch với mức giá tự chọn: dành cho khách lựa chọn các dịch vụ với các cấp độ chất lượng phục vụ khác nhau ở các mức giá khác nhau.

➤ *Căn cứ vào nội dung và mục đích chuyến đi*

Chương trình du lịch nghỉ dưỡng, giải trí, tham quan.

Chương trình du lịch theo chuyên đề: văn hoá, lịch sử...

Chương trình du lịch tôn giáo, tín ngưỡng.

Chương trình du lịch thể thao, khám phá, mạo hiểm.

Chương trình du lịch công vụ MICE (hội họp, khuyến thưởng, hội nghị, triển lãm).

Chương trình du lịch sinh thái.

Chương trình du lịch tổng hợp.

➤ *Căn cứ vào các dịch vụ cấu thành và mức độ phụ thuộc trong tiêu dùng*

Chương trình du lịch trọn gói có người tháp tùng: Gồm có hầu hết các thành phần dịch vụ đã được sắp đặt trước. Giá trọn gói của tất cả các dịch vụ, chi phí thường thấp hơn so với dịch vụ cùng loại của các chương trình du lịch khác. Khách mua chương trình được tổ chức thành đoàn và có hướng dẫn viên chuyên nghiệp đi cùng phục vụ suốt tuyến.

Chương trình du lịch có hướng dẫn viên từng chặng.

Chương trình du lịch độc lập đầy đủ theo yêu cầu của khách:

+ Đáp ứng chính xác mong muốn của khách, mọi chi tiết trong suốt quá trình du lịch đều được lên kế hoạch trước, tiêu dùng độc lập theo sở thích riêng.

+ Giá của chương trình là giá trọn gói của tất cả các dịch vụ. Giá thường đắt hơn

so với các chương trình du lịch khác có các dịch vụ cùng thứ hạng, số lượng và thời gian.

Chương trình du lịch độc lập tối thiểu theo đơn đặt hàng của khách:

+ Gồm hai thành phần dịch vụ cơ bản là vận chuyển và lưu trú.

+ Giá trọn gói gồm chi phí vé máy bay, buồng ngủ khách sạn, chi phí vận chuyển từ sân bay đến khách sạn và ngược lại.

+ Chi phí cho các dịch vụ thường đắt hơn so với chi phí của các dịch vụ cùng loại trong chương trình du lịch có người tháp tùng.

+ Khách tự đi và tự định liệu các hoạt động theo sở thích của mình.

Chương trình du lịch tham quan:

+ Phục vụ cho một tuyến tham quan ngắn ở một điểm hay khu du lịch nào đó.

+ Độ dài của chương trình có thể là từ vài giờ đến vài ngày trong phạm vi hẹp.

+ Phần lớn có hướng dẫn viên của doanh nghiệp đi kèm hoặc có dịch vụ hướng dẫn tham quan tại chỗ.

+ Giá của chương trình là giá trọn gói của các dịch vụ phục vụ cho quá trình tham quan.

+ Có thể được bán tách rời và có thể được bán kèm theo với các sản phẩm của hãng vận chuyển hoặc các cơ sở kinh doanh lưu trú.

2.3. CÁC THÀNH PHẦN CƠ BẢN VÀ ĐẶC TÍNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRỌN GÓI

➤ *Các thành phần cơ bản của một chương trình du lịch*

Một chương trình du lịch bao giờ cũng là một tập hợp các dịch vụ, hàng hoá đã được sắp đặt trước và liên kết với nhau để thoả mãn nhu cầu khách trong chuyến đi, bao gồm:

Vận chuyển.

Lưu trú.

Ăn uống.

Vui chơi tham quan...

Các dịch vụ bổ trợ khác...

➤ *Đặc tính của chương trình du lịch trọn gói*

Tính vô hình của sản phẩm.

Tính không đồng nhất.

Tính phụ thuộc vào uy tín của nhà cung cấp.

Tính dễ bị sao chép và bắt chước.

Tính thời vụ cao.

Tính khó bán do kết quả của những đặc tính trên.

2.4. QUY TRÌNH CHUNG XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH TRỌN GÓI

2.4.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường

➤ *Nghiên cứu thị trường khách du lịch nhằm mục đích*

Thiết lập được mối quan hệ giữa nội dung của chương trình du lịch và nhu cầu của khách.

Thị trường tổng thể luôn bao gồm một số lượng rất lớn khách du lịch với những nhu cầu, đặc tính mua và sức mua khác nhau.

Để đáp ứng hết nhu cầu của tất cả khách hàng là điều rất khó. Do đó cần phải phân đoạn thị trường để lựa chọn các thị trường mục tiêu và tiến hành điều tra khảo sát nghiên cứu thị trường.

Nghiên cứu tài liệu:

– Sử dụng các dữ liệu sẵn có (dữ liệu thứ cấp) từ các công trình nghiên cứu, sách, báo, tạp chí, ý kiến của chuyên gia... để tổng hợp, phân tích, đánh giá và rút ra kết luận.

Tuy phương pháp này đơn giản, ít tốn kém nhưng mức độ tin cậy và phù hợp không cao.

– Lấy thông tin từ thị trường gửi khách và các chuyến du lịch làm quen (Famtrip):

Famtrip là hình thức du lịch tìm hiểu, làm quen, tiếp thị. Đây là một chương trình du lịch miễn phí dành cho các hãng lữ hành, các nhà báo tới một hay nhiều điểm du lịch của một quốc gia, hoặc một hay nhiều địa phương để làm quen với các sản phẩm du lịch tại các điểm du lịch của quốc gia hay địa phương đó để các hãng lữ hành khảo sát, lựa chọn, xây dựng chương trình du lịch có hiệu quả thiết thực để chào bán cho khách, các nhà báo viết bài tuyên truyền nhằm thu hút khách du lịch.

Khảo sát trực tiếp:

Phương pháp phỏng vấn:

Là phương pháp dùng một hệ thống các câu hỏi miệng để người được phỏng vấn

trả lời bằng miệng nhằm thu được những thông tin về đối tượng nghiên cứu.

Phương pháp này có nhiều ưu điểm như thu được thông tin trực tiếp, chính xác, bổ ích, thu được thông tin nhiều mặt.

Tuy nhiên cách này lại rất tốn thời gian, công sức, kinh phí (xử lý tốn kém, phức tạp).

Phương pháp điều tra Anket (bảng hỏi, phiếu trưng cầu ý kiến):

Là phương pháp dùng một hệ thống câu hỏi đã được chuẩn bị sẵn trên giấy theo những nội dung xác định, người được hỏi sẽ trả lời bằng cách viết trong một thời gian nhất định.

Phương pháp này cho phép điều tra, thăm dò ý kiến đồng loạt nhiều người.

Hiệu quả của phương pháp phụ thuộc rất lớn vào việc xây dựng một bảng anket chuẩn, có khả năng đem lại cho người nghiên cứu những thông tin đầy đủ, chính xác về đối tượng nghiên cứu.

Phương pháp này tiết kiệm được kinh phí hơn so với phương pháp phỏng vấn. Tuy nhiên, phải đầu tư nhiều thời gian và công sức để soạn thảo một bảng hỏi chuẩn.

Thường nhiều câu hỏi không nhận được sự trả lời cho nên sẽ hạn chế sự đầy đủ của thông tin.

Nội dung chính của anket thường tập trung chính vào tiêu dùng du lịch:

Động cơ, mục đích của chuyến đi.

Khả năng thanh toán.

Thói quen sử dụng, thị hiếu thẩm mỹ và yêu cầu về chất lượng các dịch vụ.

Các chỉ tiêu về thời gian dành cho du lịch.

Các tiêu thức khác như tần số đi du lịch, thời gian trung bình cho một chuyến du lịch, các tuyến điểm du lịch ưa thích...

2.4.2. Nghiên cứu khả năng đáp ứng

➤ Điểm du lịch

Giá trị đích thực của tài nguyên du lịch.

Sự phù hợp của giá trị tài nguyên với mục đích của chương trình du lịch.

Cơ sở vật chất hạ tầng, điều kiện an ninh, chính trị, văn hóa – xã hội của điểm đến.

➤ Khả năng của công ty lữ hành

Cơ sở vật chất kỹ thuật.

Đội ngũ nhân viên.

Khả năng tổ chức.

Lợi thế so sánh.

➤ *Khả năng cung ứng dịch vụ vận chuyển*

Khoảng cách các điểm đến.

Thời gian di chuyển, trung chuyển, trạm dừng.

Hệ thống phương tiện vận chuyển, chất lượng dịch vụ.

➤ *Khả năng cung ứng dịch vụ lưu trú*

Thứ hạng khách sạn.

Chất lượng phục vụ, mức giá.

Mối quan hệ với công ty lữ hành.

Khả năng sẵn sàng đón khách.

➤ *Khả năng cung ứng dịch vụ ăn uống*

Vị trí, phong cách nhà hàng.

Chất lượng món ăn.

Chất lượng phục vụ.

➤ *Khả năng cung ứng dịch vụ mua sắm, giải trí*

Địa điểm mua sắm, chủng loại.

Các loại hình giải trí.

Quy thời gian của chương trình; thời điểm diễn ra các hoạt động mua sắm, giải trí có sức hút...

2.4.3. Xác định khả năng và vị trí của doanh nghiệp

- Chương trình du lịch phải phù hợp với nguồn lực (nhân lực và vật lực) cũng như khả năng của doanh nghiệp.

- Nhân viên thiết kế phải căn cứ vào năng lực phục vụ của doanh nghiệp, nghĩa là:

+ Năng lực doanh nghiệp tới đâu thì lựa chọn quy mô, cấp độ, nội dung của chương trình du lịch phải phù hợp đến đó.

+ Tránh hai tình huống thiết kế quá cao hay quá thấp so với năng lực doanh nghiệp, sẽ dẫn đến kinh doanh không hiệu quả.

Năng lực phục vụ của doanh nghiệp phụ thuộc vào các yếu tố sau:

+ Tiềm lực tài chính: (vốn) doanh nghiệp có tiềm lực tài chính mạnh sẽ thực

hiện những dịch vụ tốt hơn.

+ Những kinh nghiệm trong kinh doanh du lịch.

2.4.4. Xây dựng mục đích, ý tưởng của chương trình

Thể hiện ở tên gọi của chương trình sao cho lôi cuốn được sự chú ý, và nhất thiết trong nội dung phải thể hiện một số điều mới lạ.

2.4.5. Giới hạn quỹ thời gian và mức giá tối đa

Tính toán đến sự cân đối giữa khả năng về thời gian và tài chính của khách với nội dung và chất lượng của chương trình du lịch, phải đảm bảo sự hài hoà giữa mục đích kinh doanh của công ty với yêu cầu du lịch của du khách.

2.4.6. Xây dựng tuyến hành trình cơ bản

Xây dựng lịch trình, lộ trình trong một không gian và thời gian cụ thể, chúng kết nối với nhau theo một tuyến hành trình nhất định.

Để xây dựng được các tuyến hành trình cần phải xác định được hệ thống các điểm du lịch và hệ thống đường giao thông.

2.4.7. Xây dựng phương án vận chuyển

Phương án vận chuyển: Xác định khoảng cách di chuyển, xác định địa hình để lựa chọn phương tiện vận chuyển thích hợp, xác định điểm dừng chân trên tuyến hành trình, chú ý độ dốc, tính tiện lợi, độ an toàn, mức giá của phương tiện vận chuyển.

2.4.8. Xây dựng phương án lưu trú và ăn uống

Lưu trú và ăn uống: Căn cứ vào vị trí thứ hạng, mức giá, chất lượng, số lượng, sự tiện lợi và mối quan hệ giữa nhà cung ứng và doanh nghiệp.

2.4.9. Xác định giá thành và giá bán của chương trình

Vấn đề xác định giá thành và giá bán rất quan trọng trong kinh doanh lữ hành, bởi vì nó sẽ ảnh hưởng đến mục tiêu và chiến lược kinh doanh của đơn vị, ảnh hưởng chính sách thời giá của thời vụ du lịch và tính cạnh tranh với các đơn vị kinh doanh lữ hành khác.

2.4.10. Xây dựng những quy định cho chương trình du lịch

Những thông tin cần thiết thể hiện trong chương trình du lịch.

Passport.

Visa.

Giá bán tour, giá bao gồm, giá không bao gồm.

Thuế phi trường, bảo hiểm du lịch...

Phụ thu xăng dầu, bồi dưỡng hướng dẫn viên...

2.4.11. Điều chỉnh, chi tiết hoá, bổ sung hoàn thiện chương trình

du lịch

Quá trình thực hiện một chương trình du lịch mang tính tổng hợp, đồng bộ cao và kéo dài về mặt thời gian. Vì vậy, công việc hoàn thiện chương trình du lịch mang yếu tố quan trọng giúp cho người điều hành đáp ứng tốt nhất nhu cầu vui chơi, đi lại, ăn uống của du khách để mang lại giá trị kinh tế cũng như uy tín cho doanh nghiệp. Việc chi tiết hoá, hoàn thiện chương trình thể hiện ở các mặt như: thời gian, điểm tham quan, điểm đến lưu trú, khoảng cách vận chuyển...

2.4.12. Viết bản thuyết minh cho chương trình du lịch

Bản thuyết minh cho chương trình du lịch là bước cuối cùng để có thể xác định rằng chương trình du lịch đã thiết kế có tính khả thi hay không để chào bán trên thị trường. Tính khả thi thể hiện ở một số điểm như: có đáp ứng yêu cầu cho du khách hay có đảm bảo được lợi nhuận trong kinh doanh...

Một số lưu ý khi xây dựng chương trình:

Chương trình du lịch phải có tốc độ thực hiện hợp lý, các hoạt động không nên quá nhiều, việc di chuyển phải phù hợp với khả năng chịu đựng về tâm, sinh lý của từng loại du khách.

Cần đa dạng hoá các loại hình hoạt động, tăng cường các trải nghiệm trong tiêu dùng dịch vụ cho du khách, tránh sự đơn điệu, tạo cảm giác nhàm chán cho du khách.

Phải có sự cân đối giữa khả năng về thời gian, tài chính của khách với nội dung và chất lượng của chương trình.

Tạo ấn tượng: Đón tiếp đầu tiên; tiễn khách cuối cùng.

Đáp ứng nhu cầu: Tham quan, mua sắm, vui chơi, giải trí; mục đích chuyến du lịch; chương trình tự chọn của du khách.

Mẫu chương trình du lịch chi tiết:

PHAN THIẾT – NHỮNG SẮC MÀU CỦA CÁT
(TP. HCM – PHAN THIẾT – CẦN THO)

Thời gian: 3 ngày – 2 đêm

Phương tiện: Ô tô

Ngày 01	TP.HCM - TAKOU – HÒN RỖM	Bữa ăn
---------	--------------------------	--------

04:30	Xe và Hướng dẫn viên đón đoàn tại điểm hẹn.	
06:30	Dùng điểm tâm tại Giàu Dây.	Ăn sáng
11:30	Tham quan khu du lịch Tà Kóu.	
12:30	Dùng cơm trưa tại KDL	Ăn trưa
14:30	Tham quan tháp chàm Poshanuh, phế tích Lầu Ông Hoàng, Bãi đá Ông Địa, Rặng dừa Hàm Tiến.	
16:30	Về Mũi Né nhận phòng, tắm biển Hòn Rơm, hoạt động thi đua vui chơi trên biển.	
18:30	Dùng cơm tối. Sinh hoạt tự do, nghỉ đêm tại Hòn Rơm.	Ăn tối
Ngày 02	HÒN RƠM – TP.HCM	
07:00	Đoàn làm thủ tục trả phòng, dùng điểm tâm.	Ăn sáng
08:30	Tham quan Di tích lịch sử Vạn Thủy Tú – nơi trưng bày bộ xương cá Voi lớn nhất Đông Nam Á.	
09:00	Tìm hiểu ngôi trường Dục Thanh – nơi dùng chân giảng dạy của thầy giáo Nguyễn Tất Thành.	
10:00	Mua sắm đặc sản Phan Thiết.	
11:30	Dùng cơm trưa tại Phan Thiết. Sau đó khởi hành về lại Cần Thơ.	Ăn trưa
18:00	Dùng cơm chiều tại Tiền Giang.	
21:00	Đến Cần Thơ chia tay và kết thúc chương trình tham quan.	Ăn tối

GIÁ TRỌN GÓI CHO 01 KHÁCH

Đơn vị tính: VNĐ

Số lượng khách	10 khách	15 khách	20 khách	25 khách
Mức giá 1	1.245.000	1.190.000	1.135.000	1.080.000
Mức giá 2	1.290.000	1.145.000	1.090.000	1.035.000

Giá tour bao gồm:

Ăn theo chương trình: 04 bữa chính, 02 bữa phụ.

Ô tô đưa đón theo chương trình.

Phí tham quan theo lịch trình.

Hướng dẫn viên kinh nghiệm, nhiệt tình, vui vẻ.

Khách sạn: phòng điều hoà, tivi, tủ lạnh, điện thoại, bình tắm nóng lạnh.

Mức giá 1: Resort Hòn Rơm 1.

Mức giá 2: Resort Thiên Ý.

Giá tour không bao gồm:

Đồ uống, giặt là, điện thoại.

Các chi phí cá nhân khác ngoài chương trình.

2.5. XÁC ĐỊNH TUYẾN HÀNH TRÌNH CƠ BẢN

Tuyến hành trình cơ bản là lộ trình xuất phát từ nơi đón khách, liên kết với các điểm du lịch chính trong chương trình và trở về nơi khởi hành theo một trình tự khoa học.

Để xác định được tuyến hành trình cơ bản cho chương trình du lịch, trước tiên, người thiết kế phải xây dựng được hệ thống các tuyến điểm, điểm cơ bản của chương trình du lịch trên cơ sở xác định được quỹ thời gian, thời gian khởi hành và mức giá tối đa của chương trình.

Tuyến, điểm của chương trình du lịch thể hiện ngay trong tên của chương trình du lịch, bao gồm một số điểm tài nguyên du lịch có trong chương trình. Thông thường, tuyến du lịch được lập ra căn cứ vào nhiều yếu tố như các điểm, các trung tâm du lịch khác nhau, độ dài thời gian, chặng đường, địa hình, cảnh quan liên quan, điều kiện dịch vụ du lịch.

Tuyến hành trình cần phải đảm bảo tốc độ và khoảng cách di chuyển hợp lý giữa nơi khởi hành và nơi đến.

Tránh các trường hợp hành trình quá dài hay quá ngắn giữa các ngày.

Ví dụ: Xác định tuyến hành trình cơ bản cho chương trình tham quan:

Cần Thơ – Vũng Tàu – Phan Thiết (3 ngày – 2 đêm).

➤ *Điểm tham quan trong chương trình*

Các điểm tham quan trong chương trình này sẽ là: Cần Thơ (điểm khởi hành), Vũng Tàu (điểm đến trong ngày 01) và các điểm tham quan trong ngày: Núi Tao Phùng, Niết Bàn Tịnh Xá, Bạch Dinh.

➤ *Tuyến hành trình cơ bản*

Tuyến hành trình cơ bản cho chương trình này bao gồm 03 nội dung chính:

Hành trình ngày 01: Từ Cần Thơ đi Vũng Tàu: Lộ trình sẽ theo quốc lộ 1A Cần Thơ – Mỹ Tho (100km) – TP. Hồ Chí Minh (70km) - Ngã tư Vũng Tàu (30km). Theo quốc lộ 51 từ Ngã tư Vũng Tàu – Long Thành (26km) – Bà Rịa (43km) □ Vũng Tàu (21km) hoặc nếu không đến Ngã tư Vũng Tàu, thì có thể đi cao tốc Sài Gòn – Long Thành – Ngã ba Tân Phong (70km).

Hành trình ngày 02: Từ Vũng Tàu đi Phan Thiết: Lộ trình theo quốc lộ 51 từ

Vũng Tàu – Bà Rịa (21km) – theo quốc lộ 55 đi Bình Châu (43km) – Lagi (25km) – Ngã ba 46 trên quốc lộ 1A (18km) – Phan Thiết (46km).

Hành trình ngày 03: Từ Phan Thiết đi Cần Thơ: Lộ trình theo quốc lộ 1A từ Phan Thiết – núi Tà Cú (35km) – Dầu Giây (105km) – TP. Hồ Chí Minh (64km) – Mỹ Tho (70km) – Cần Thơ (100km).

BẢNG XÂY DỰNG TUYẾN HÀNH TRÌNH CƠ BẢN

Ngày	Tuyến hành trình cơ bản	Khoảng cách km	Điểm tham quan trong chương trình
Ngày 1	Cần Thơ – Vũng Tàu	290km (QL1A, Cao tốc Sài Gòn – Trung Lương – Đại lộ Võ Văn Kiệt □ Cao tốc Sài Gòn – Long Thành)	Núi Tao Phùng, Niết Bàn Tịnh Xá, Bạch Dinh.
Ngày 2	Vũng Tàu – Phan Thiết	155km (QL55, QL1A)	Dinh Thầy Thím, Tháp chàm Poshanur – phế tích Lầu Ông Hoàng, đồi cát bay, Biển Hòn Rom.
Ngày 3	Phan Thiết – Cần Thơ	374km (QL1A)	Trường Dục Thanh, Dinh Vạn Thủy Tú, Chùa núi Tà Cú.

2.6. XÁC ĐỊNH MỤC ĐÍCH, Ý TƯỞNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

Ý tưởng của chương trình là sự kết hợp cao nhất, sáng tạo nhất giữa nhu cầu của khách du lịch và tài nguyên. Ý tưởng của chương trình du lịch thể hiện ở tên gọi của chương trình sao cho lôi cuốn được sự chú ý, và nhất thiết trong nội dung phải thể hiện một số điều mới lạ. Ý tưởng mới sẽ tạo ra một tên gọi lôi cuốn và trong một chừng mực nào đó sẽ tạo ra loại hình du lịch mới.

Ví dụ: Xác định mục đích, ý tưởng cho chương trình du lịch: Xẻo Quýt – Sa Đéc (thời gian 01 ngày), đối tượng đoàn khách là sinh viên độ tuổi 18 - 25.

Mục đích, ý tưởng của chương trình:

Thiết kế một tour kết hợp: tham quan khu căn cứ Xẻo Quýt – Vườn hoa kiểng

Tân Quy Đông – Nhà cổ Người tình.

Tại điểm tham quan khu căn cứ này có thể kết hợp phương tiện tàu du lịch hành trình băng qua sông Tiên để đến với cảnh sắc đủ các loài hoa, kiểng tại làng Tân Quy Đông, chiêm nghiệm cách trồng, ghép hoa kiểng bằng xe đạp vào các ngã đường làng.

Rời khỏi Làng hoa kiểng, cũng tiếp tục hành trình bằng xe đạp để đến với ngôi nhà cổ Người tình. Một huyền thoại tình yêu say đắm nhưng đầy trái ngang giữa Marguerite Duras và Huỳnh Thuỷ Lê.

2.7. CHỌN CHỦ ĐỀ CỦA CHƯƠNG TRÌNH

Chủ đề của chương trình du lịch là tên gọi bao hàm nội dung đã được thiết kế trong chương trình du lịch và các giá trị tài nguyên.

Chủ đề của chương trình thể hiện những nội dung sau:

Gắn với nhu cầu du khách và nội dung chương trình.

Hàm chứa nội dung giá trị tài nguyên.

Ngắn gọn, súc tích, nổi bật và dễ nhớ.

Một số chủ đề trong các chương trình du lịch:

"Hành trình đất Phương Nam": Phương Nam – một vùng đất mới khai phá cách nay hơn 310 năm trên bước đường khẩn hoang của ông cha ta từ hai miền Bắc và Trung vào những năm đầu thế kỷ 17. Diện mạo vùng đất Phương Nam đã được vun đắp theo thời gian bởi bàn tay và khối óc của các bậc tiền nhân, của những lưu dân xa xứ. Ẩn bên trong vùng đất này có biết bao công lao, mồ hôi lẫn nước mắt từ những ngày đầu lập nghiệp đến trường kỳ trong hai cuộc kháng chiến chống Pháp và chống Mỹ để ngày nay cho Phương Nam một cái vẻ đẹp hoàn mỹ và đầy những điều bí ẩn. Hành trình đất Phương Nam là chương trình du lịch không chỉ cho mỗi du khách cơ hội tìm về lịch sử cũng như những cái mới hình thành trong đời sống con người qua văn hoá sông nước Nam Bộ, qua lối sống, qua nét ẩm thực mà còn tìm về những điều tâm linh và huyền bí. Tất cả được khắc hoạ theo dòng không gian và thời gian khắp mọi nẻo đường Phương Nam từ Long An đến vùng đất tận chân trời Cà Mau.

"Sắc hoa Đà Lạt hay Thành phố Ngàn Hoa...": khi nhắc đến Đà Lạt, mỗi du khách sẽ nghĩ ngay về một vùng đất với đầy những rừng thông xanh bạt ngàn hay những toà nhà đầy nét cổ kính và xen lẫn nét đương đại, những con người dân tộc chân chất và hồn nhiên. Những dòng suối ẩn hiện ngày đêm rì rào chảy mãi như ca tụng vùng đất cao nguyên đầy những huyền thoại. Bên cạnh đó, nói đến Đà Lạt, chúng ta còn nghĩ đến đó là

thiên đường của hàng ngàn loại hoa đủ các sắc hương lan toả trên những ngã đường Đà Lạt. Mỗi loại hoa không chỉ mang một vẻ đẹp riêng mà còn thể hiện những ý nghĩa biểu trưng cho từng loại. Nhưng điều mà tạo nên cho Đà Lạt một thảm hoa đầy đủ các sắc màu này còn thể hiện qua con đường thân chinh vào Nam của cư dân Nam, Ngãi, Bình, Phú...

"Con đường Di sản Miền Trung": trong tâm tưởng nhiều người dải đất miền Trung là dải đất xa xôi đầy nắng gió, thiên nhiên khắc nghiệt, nghèo khó. Một vùng đất "nghèo", nhưng cũng là vùng đất "giàu có" về tình người, đặc sắc về văn hoá... Không phải ngẫu nhiên mà đây là khu vực tập trung nhiều di sản thế giới nhất của cả nước. Một hành trình lịch sử văn hoá sẽ đưa bạn về với các di sản thế giới ở Trung Bộ nước ta: Phong Nha, Cố đô Huế, Nhã nhạc Cung đình Huế, phố cổ Hội An, thánh địa Mỹ Sơn, công chiêng Tây Nguyên.

2.8. QUY ĐỊNH CỦA MỘT CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

Các quy định của một chương trình du lịch có mục đích hướng dẫn, giúp đỡ du khách hiểu biết thêm về hình thức tổ chức, cách thức đăng ký tại chỗ cũng như nội dung của chương trình. Đồng thời những quy định này mang ý nghĩa pháp lý như những điều khoản về trách nhiệm của doanh nghiệp lữ hành cũng như của khách du lịch.

Nội dung của các quy định của chương trình du lịch mang tính chất truyền thống, mặc dù các điều khoản cụ thể phụ thuộc vào mức giá (giá trị), thời gian, tính chất của từng chương trình du lịch.

2.9. XÂY DỰNG QUY ĐỊNH VỀ MỨC DỊCH VỤ KHÁCH ĐƯỢC HƯỞNG

Quy định mức giá dịch vụ khách được hưởng là những quy định được xây dựng dựa trên giá trị đã ký kết giữa khách với công ty lữ hành hoặc mức giá tùy chọn trong các tùy chọn giá.

Việc xây dựng quy định về mức dịch vụ khách được hưởng thông thường bao gồm: quy định về giá bao gồm, quy định về giá không bao gồm và quy định về giá trẻ em.

➤ *Quy định về giá bao gồm*

Xe vận chuyển (loại xe, chất lượng xe...).

Các bữa ăn (số lượng các bữa ăn chính, ăn phụ...).

Khách sạn (tên khách sạn theo tiêu chuẩn ký kết hoặc khách sạn tương đương đã ký kết với khách theo hợp đồng, số lượng người mỗi phòng, các trang thiết bị trong phòng...).

Phí tham quan, sinh hoạt khác (vé cổng, vé các loại dịch vụ vui chơi, lửa trại,

dịch vụ tắm biển...).

Hướng dẫn viên (trong các chương trình du lịch ra nước ngoài có phần hướng dẫn viên nói ngôn ngữ của du khách hay có người phiên dịch, hay tiền Tip cho hướng dẫn viên và tài xế địa phương đối với chương trình tham quan ra nước ngoài).

Quà tặng, quà đồ vui...

Trách nhiệm của doanh nghiệp lữ hành (bảo hiểm giá trị tối đa khách được giải quyết khi rơi vào trường hợp xấu nhất, hay quy định trong những trường hợp bất khả kháng do ảnh hưởng của thiên nhiên đến quá trình thực hiện chương trình tham quan...).

Quy định về nước uống, khăn ướt cho khách sử dụng...

Thuế VAT.

➤ *Quy định về giá tour không bao gồm*

Đồ uống, giặt là, điện thoại (tại khách sạn, nhà hàng...).

Các chi phí cá nhân khác ngoài chương trình.

Một số quy định về giá tour bao gồm đôi khi cũng thuộc về phần quy định về giá tour không bao gồm.

➤ *Quy định về giá trẻ em*

Quy định về trường hợp trẻ em sẽ phải được tính giá hay quy định trẻ em được đi kèm.

Ví dụ: Quy định về độ tuổi hoặc chiều cao.

2.10. XÂY DỰNG QUY ĐỊNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH VỀ CÁC THỦ TỤC CÓ LIÊN QUAN

Việc xây dựng các quy định trong chương trình du lịch có thể hiện một số quy định về giá bao gồm, giá không bao gồm và quy định về giá trẻ em. Bên cạnh đó, trong các chương trình du lịch còn có thêm quy định về tiền đặt cọc, hình thức và thời hạn thanh toán, quy định về đăng ký đặt chỗ, quy định về việc hủy tour... hay chương trình du lịch ra nước ngoài còn có thêm những quy định khác: Quy định về giấy tờ (passport, visa...).

CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ BÀI TẬP

Câu hỏi

Câu hỏi 1. Trình bày các khái niệm về chương trình du lịch.

Câu hỏi 2. Trình bày cách thức phân loại chương trình du lịch. Tại sao

chúng

ta

phải phân loại các chương trình du lịch?

Câu hỏi 3. Nêu quy trình xây dựng chương trình du lịch.

Câu hỏi 4. Chương trình du lịch trọn gói bao gồm các thành phần cơ bản nào?

Câu hỏi 5. Việc xây dựng giá thành và giá bán của chương trình du lịch có ảnh hưởng thế nào trong kinh doanh lữ hành?

Câu hỏi 6. Tại sao khi thiết kế chương trình du lịch phải xây dựng quy định cho chương trình du lịch?

Câu hỏi 7. Khi xây dựng quy định cho chương trình du lịch, người thiết kế chương trình xây dựng những nội dung quy định gì?

Bài tập

Bài tập 1. Xây dựng chương trình tham quan Cần Thơ (01 ngày).

Bài tập 2. Xây dựng chương trình tham quan Cần Thơ – TP. Hồ Chí Minh – Củ Chi (02 ngày – 01 đêm).

Bài tập 3. Xây dựng chương trình tham quan Cần Thơ – Tây Ninh (01 ngày).

Bài tập 4. Xây dựng chương trình tham quan Huế – Đà Nẵng – Hội An (04 ngày – 03 đêm).

Bài tập 5. Xây dựng chương trình tham quan Hà Nội – Hạ Long – Ninh Bình – Hà Nội (04 ngày – 03 đêm).

Bài tập 6. Thực hành xây dựng quy định chung của chương trình du lịch cụ thể cho khách du lịch nội địa.

Bài tập 7. Thực hành xây dựng quy định chung của chương trình du lịch cụ thể cho khách đi du lịch nước ngoài.

BÀI 3: THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH THEO CHUYÊN ĐỀ

3.1. XÂY DỰNG TUYẾN HÀNH TRÌNH CƠ BẢN

Tuyến hành trình cơ bản là lộ trình kết nối với nhau giữa các điểm và đầu mối giao thông.

Xây dựng tuyến hành trình cơ bản là xây dựng lịch trình, lộ trình trong một không gian và thời gian cụ thể, chúng kết nối với nhau theo một tuyến hành trình nhất định.

Để xây dựng được các tuyến hành trình cần phải xác định được hệ thống các điểm du lịch và hệ thống đường giao thông.

Tuyến được lập ra căn cứ vào:

- Động cơ, mục đích đi du lịch.
- Giá trị điểm đến.
- Các điểm, trung tâm du lịch, đầu mối giao thông.
- Độ dài thời gian.
- Chặng đường, địa hình.
- Điều kiện dịch vụ du lịch.

Những yêu cầu khi xây dựng tuyến hành trình cơ bản:

- Xác định và gắn kết được các điểm, các giá trị tài nguyên trên tuyến theo chủ đề của chương trình.
- Tránh trùng lặp lại tuyến hành trình.
- Nhịp độ di chuyển hợp lý.
- Kết nối chặt chẽ hệ thống dịch vụ lưu trú và ăn uống.

3.2. XÂY DỰNG PHƯƠNG ÁN THAM QUAN

Trong quá trình thực hiện chương trình du lịch, tham quan được xem là một hình thức hoạt động mang tính văn hoá – giáo dục, tiến hành nghiên cứu tìm hiểu về một hay nhiều sự vật, sự việc nhằm mục đích bồi dưỡng kiến thức chung, mục đích khoa học hay vui chơi giải trí. Chính vì vậy, để đạt được ý nghĩa trong suốt chuyến đi đến các điểm tham quan đòi hỏi phải có một quá trình sắp xếp để thực hiện.

Xây dựng phương án tham quan là việc xem xét chọn lọc các điểm tham quan thể hiện ở các yếu tố:

Giá trị đích thực của tài nguyên du lịch trên đường cũng như tại điểm đến sao cho phù hợp với mục đích và chủ đề của chương trình du lịch.

Sự đa dạng hoạt động tham quan vui chơi, điều kiện an ninh, chính trị, văn hóa – xã hội của điểm đến.

Các điểm tham quan trên đường cũng như tại điểm đến phải có thời gian và mức độ di chuyển hợp lý.

Lựa chọn phương tiện cho loại hình tham quan phù hợp và mang lại ý nghĩa cho chương trình cũng như cho du khách.

Những yêu cầu khi xây dựng phương án tham quan:

Đa dạng hoá các giá trị tài nguyên tham quan.

Không trùng lặp các giá trị tài nguyên.

Phù hợp với từng đối tượng du khách và từng chủ đề chương trình.

Đa dạng hoá các phương tiện vận chuyển tham quan phụ trợ trong tham quan.

Cân đối thời gian tham quan.

Ví dụ: Xây dựng tuyến hành trình cơ bản và phương án tham quan cho chương trình tham quan: Cần Thơ – Vũng Tàu – Phan Thiết (3 ngày – 2 đêm).

Phương án tham quan:

Hoạt động tham quan chính trong chương trình này là tìm hiểu về các điểm di tích tôn giáo, lịch sử và về con người. Ở đây có sự đan xen giữa Phật giáo, Thiên chúa giáo và Hồi giáo, bên cạnh còn tìm hiểu về hành trình khai mở vịnh chài Phan Thiết, tìm lại thời gian dừng chân giảng dạy của Bác Hồ tại ngôi trường Dục Thanh cũng như những khoảnh khắc của nhà thơ Hàn Mặc Tử đã từng đến vùng đất Phan Thiết.

Tuyến hành trình cơ bản:

Hành trình bắt đầu khởi hành từ Cần Thơ lúc 04h00 sáng, đoàn sẽ mất khoảng thời gian 6 giờ để đến Vũng Tàu. Buổi chiều sẽ tham quan Núi Tao Phùng, Niết Bàn Tịnh Xá, Bạch Dinh cùng toạ lạc trên đường Hạ Long, TP. Vũng Tàu. Ngày thứ hai, khởi hành đi vào buổi sáng đến Dinh Thầy Thím mất khoảng thời gian 2 giờ, tham quan Dinh Thầy Thím 45 phút, tiếp tục về đến Phan Thiết 12h00. Buổi chiều ngày 02 tham quan tháp Chàm, phế tích Lầu Ông Hoàng, đồi Cát bay, tắm biển Hòn Rơm và lưu trú đêm tại Hòn Rơm. Buổi tối chương trình lửa trại. Ngày thứ 03, từ Hòn Rơm về Phan Thiết 20 phút, tham quan trường Dục Thanh 45 phút và Dinh Vạn Thủy Tú 30 phút, khởi hành đến núi Tà Cú vận chuyển cáp treo viếng chùa Linh Sơn Trường Thọ (2 giờ). Kết thúc điểm tham quan Tà Cú, đoàn khởi hành về lại Cần Thơ.

Bảng xây dựng tuyến hành trình cơ bản và phương án tham quan:

Ngày	Tuyến hành trình cơ bản	Khoảng cách km	Điểm tham quan trong chương trình
Ngày 1	Cần Thơ – Vũng Tàu	290km (QL1A, Cao tốc Sài Gòn – Long Thành)	Núi Tao Phùng, Niết Bàn Tịnh Xá, Bạch Dinh.
Ngày 2	Vũng Tàu – Phan Thiết	155km (QL55, QL1A)	Dinh Thầy Thím, Tháp Chàm Poshanur □ phế tích Lầu Ông Hoàng, Đồi cát bay, Biển Hòn Rơm.
Ngày 3	Phan Thiết – Cần Thơ	374km (QL1A)	Trường Dục Thanh, Dinh Vạn Thủy Tú, Chùa núi Tà Cú.

CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ BÀI TẬP

Câu hỏi 1. Tuyến hành trình cơ bản là gì?

Câu hỏi 2. Tuyến hành trình cơ bản được lập ra dựa trên những căn cứ nào?

Câu hỏi 3. Trình bày những yêu cầu trong việc xây dựng tuyến hành trình cơ bản.

Câu hỏi 4. Trình bày những yêu cầu trong việc xây dựng phương án tham quan.

Bài tập

Xây dựng tuyến hành trình cơ bản và phương án tham quan cho các chương trình du lịch sau:

1. Cần Thơ – Mỹ Tho – Cao Lãnh – Châu Đốc – Hà Tiên – Cần Thơ (4 ngày – 3 đêm).
2. Cần Thơ – Nha Trang – Đà Lạt – Cần Thơ (5 ngày – 4 đêm).
3. Cần Thơ – Đà Nẵng – Huế – Cần Thơ (7 ngày – 6 đêm).
4. Cần Thơ – Tây Nguyên – Cần Thơ (4 ngày – 3 đêm).
5. Huế □ Đà Nẵng – Hội An – Mỹ Sơn (03 ngày – 02 đêm).
6. Huế □ Quảng Trị □ Vinh (03 ngày – 03 đêm).
7. Hà Nội – Ninh Bình – Nam Định – Thái Bình – Quảng Ninh (04 ngày – 03 đêm).

BÀI 4: THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH THEO SỰ KIẾN LÃ HỘI

4.1. XÁC ĐỊNH CÁC TUYẾN ĐIỂM THAM QUAN TRONG CHƯƠNG TRÌNH

Trong mỗi chương trình, nhà thiết kế chỉ lựa chọn một số điểm tham quan du lịch nhất định. Các điểm tham quan trong chương trình được xác định trên cơ sở điều kiện thực tế về tài nguyên du lịch trên tuyến điểm, những yêu cầu của khách du lịch và điều kiện về thời gian, chi phí của chương trình.

Các nguyên tắc khi xây dựng tuyến điểm:

- Nguyên tắc liên hoàn.
- Nguyên tắc đại chúng.
- Nguyên tắc cập nhật.
- Nguyên tắc thuận tiện.

4.1.1. Nguyên tắc liên hoàn

➤ *Nội dung*

Vẽ ra được một lộ trình:

- Không bỏ sót điểm, dịch vụ du lịch nào.
- Phải là lộ trình ngắn nhất, hợp lý nhất: lộ trình qua các điểm, dịch vụ phải khép kín.

➤ *Ý nghĩa*

- Không bị lặp lại lộ trình nên khách cảm thấy thoải mái.
- Về mặt thiết kế: lộ trình ngắn, hợp lý nên khách đỡ tốn thời gian, tiền bạc, sức khoẻ, các công ty thì có thể hạ giá thành tour, tăng tính cạnh tranh.
- Nhà tổ chức: chuẩn bị trước được kế hoạch đón tiếp khách hợp lý.
- Khách du lịch: được chuẩn bị trước tâm lý, vật chất cho chuyến đi.

4.1.2. Nguyên tắc đại chúng

➤ *Nội dung*

- Quy mô dịch vụ rộng rãi.
- Tiêu chuẩn phục vụ không quá cứng nhắc và khắt khe.
- Giá cả cạnh tranh.
- Cấp độ rộng rãi.
- Đối tượng phục vụ phong phú và đa dạng...

➤ *Ý nghĩa*

- Về mặt chương trình xã hội: tạo nên sự bình đẳng của con người trước sản phẩm du lịch, thể hiện tính ưu việt của chế độ.

- Về mặt kinh tế: các công ty du lịch có thể mở rộng đối tượng phục vụ, thị trường kinh doanh, mở rộng khả năng tìm kiếm lợi nhuận.

4.1.3. Nguyên tắc cập nhật

➤ Nội dung

- Tính mới mẻ của dịch vụ.
- Những thông tin sử dụng phải là những thông tin đầy đủ, chính xác, khoa học, mới mẻ và sử dụng được ngay.

- Thông tin về dịch vụ, môi trường, xã hội, hiện tượng tự nhiên trên tuyên, các loại giá cả có liên quan.

➤ Ý nghĩa

- Về mặt kinh tế: Các công ty du lịch có thể hạch toán giá thành tour một cách chính xác, tránh được 2 trường hợp bất lợi: Không lấy giá quá cao □ giảm sức cạnh tranh; Không lấy giá quá cũ, thấp hơn thực tế □ thua lỗ.

- Về mặt tổ chức: Các đơn vị tổ chức đã tiên liệu trước những tình huống xấu có thể xảy ra để có kế hoạch chuẩn bị đối phó.

- Về mặt khách du lịch: Họ chuẩn bị trước về mặt tâm lý, sẵn sàng đối diện với những khó khăn, phức tạp.

4.1.4. Nguyên tắc thuận tiện

➤ Nội dung

Sự thuận tiện phải được áp dụng trong mọi lĩnh vực của đời sống du lịch từ cơ sở vật chất kỹ thuật đến cơ sở hạ tầng, nhà thiết kế phải chú ý:

- Phải tạo cho tuyến của mình thuận tiện về thời gian.

- Phải tạo cho tuyến của mình thuận tiện cả về thời điểm, lộ trình, kiến trúc, vị trí, dịch vụ...

➤ Ý nghĩa

Giúp du khách tiếp cận với dịch vụ một cách nhanh chóng nhất, thoải mái nhất. Điều này có ý nghĩa tăng sự cạnh tranh, tăng sức thu hút, tạo cảm giác thoải mái cho du khách.

4.2. XÁC ĐỊNH CÁC ĐIỂM DỪNG LƯU TRÚ, ĂN UỐNG

4.2.1. Lưu trú

Khi nói tới hoạt động lưu trú người ta hay quan tâm tới 3 chỉ tiêu sau:

Chất lượng lưu trú.

Cung cách điều hành □ phục vụ.

Mức độ sẵn sàng phục vụ.

4.2.2. Ăn uống

Khi nói tới nghệ thuật ăn uống người ta quan tâm tới 1 nguyên tắc quan trọng hàng đầu là: "vệ sinh, an toàn thực phẩm".

Ngoài ra cũng cần chú ý đến:

- Đối tượng, thành phần khách du lịch.
- Cảnh quan, âm thanh, ánh sáng.

4.3. XÁC ĐỊNH CÁC ĐIỂM MUA SẮM, VUI CHƠI GIẢI TRÍ

Địa điểm tham quan vui chơi được xem là cốt lõi trong chương trình tham quan. Sự hấp dẫn, mới lạ, độc đáo của điểm tham quan sẽ tạo cho du khách có ấn tượng đẹp và ý nghĩa về chuyến đi cũng như tạo nên được giá trị chất lượng và tính cạnh tranh cao. Ngoài ra, khi xác định điểm tham quan phải bám sát theo chủ đề của chương trình du lịch đã thiết kế. Tuy nhiên cũng cần có sự linh hoạt và đa dạng hoá trong việc xác định điểm tham quan vui chơi giải trí nhằm tránh sự nhàm chán hay đơn điệu đối với du khách trong chuyến đi. Bên cạnh đó, việc xác định các điểm mua sắm cũng góp phần nâng cao giá trị cho chương trình tham quan bởi vì mua sắm không chỉ giúp cho du khách sử dụng được các sản phẩm độc đáo chỉ có ở địa phương mà còn tạo cho du khách một sự chiêm nghiệm thực tế tại điểm đến.

4.4. XÁC ĐỊNH THỜI GIAN CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

- Thời gian của chương trình: là khoảng thời gian từ lúc khởi hành và kết thúc chương trình du lịch được xây dựng dựa trên khảo sát về nhu cầu khách du lịch, thời gian rỗi của khách cũng như khả năng thanh toán.

- Thời gian giữa các ngày tham quan: sao cho phù hợp với tình hình chung của đoàn, khoảng thời gian di chuyển giữa các điểm và độ dài thời gian lưu trú.

4.5. XÂY DỰNG LỊCH TRÌNH CHI TIẾT

Lịch trình chi tiết của chương trình được xây dựng trên cơ sở lộ trình và các phương án tham quan, vận chuyển, lưu trú, ăn uống... Lịch trình chi tiết thể hiện một cách cụ thể về thời gian, địa điểm, nội dung các hoạt động tham quan du lịch, các dịch vụ trong chương trình...

- Việc xây dựng lịch trình chương trình du lịch cần đảm bảo các yêu cầu sau:
 - + Tốc độ thực hiện hợp lý: cân đối giữa các hoạt động trong chương trình: vận chuyển, tham quan, mua sắm, ăn uống và nghỉ ngơi.
 - + Đảm bảo tính khả thi của chương trình.
 - + Đảm bảo sự phù hợp giữa nội dung và các đặc tính của chương trình với đặc điểm và nhu cầu của đối tượng khách du lịch.

- Lịch trình chi tiết của một chương trình du lịch là thể hiện tất cả nội dung trong lịch trình từ ngày khởi hành bắt đầu chương trình du lịch đến ngày kết thúc, bao gồm các nội dung như sau:

- + Ngày (ngày khởi hành và các ngày tiếp theo).
- + Buổi (thể hiện các hoạt động trong các buổi sáng, buổi trưa và buổi tối).
- + Tuyến (hành trình từ một điểm đi đến điểm dừng).
- + Số lượng khách.
- + Hoạt động, bao gồm:

- Điểm dừng:

Địa điểm dừng trên đường như ăn uống, tham quan, ăn trưa và điểm dừng kết thúc một ngày trong lịch trình.

Thời gian: khoảng thời gian dự kiến sẽ đến điểm dừng kế tiếp.

Điểm tham quan: Những điểm tham quan trên đường, thời gian sẽ đến.

Ăn uống: Địa điểm nhà hàng, quán ăn trong các buổi và thời gian sẽ đến điểm dừng ăn uống.

Lưu trú: Khách sạn nơi lưu đêm của đoàn và thời gian lưu đêm tại khách sạn.

CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ BÀI TẬP

Câu hỏi

Câu hỏi 1. Nêu các nguyên tắc xác định các tuyến điểm tham quan trong chương trình.

Câu hỏi 2. Tại sao lịch trình chi tiết phải được xây dựng?

Bài tập

Xây dựng lịch trình chi tiết cho các CTDL sau:

Cần Thơ – Phan Thiết – Cần Thơ (3 ngày – 2 đêm).

Cần Thơ – Phú Quốc – Cần Thơ (3 ngày – 2 đêm).

Cần Thơ – Đà Lạt – Cần Thơ (4 ngày – 3 đêm).

Cần Thơ – Nha Trang – Đà Lạt – Cần Thơ (5 ngày – 4 đêm).

Cần Thơ – Đắk Lắk – Kon Tum – Cần Thơ (4 ngày – 3 đêm).

BÀI 5: XÂY DỰNG CHÍNH SÁCH GIÁ DỊCH VỤ ĐẦU VÀO TRONG KINH DOANH CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

5.1. HỢP ĐỒNG

Hợp đồng là một cam kết thoả thuận giữa hai hay nhiều bên (pháp nhân) để làm hoặc không làm một việc nào đó trong khuôn khổ pháp luật. Hợp đồng được thể hiện bằng văn bản hay bằng lời nói (có người làm chứng), nếu vi phạm hợp đồng, hay không theo cam kết thì 2 bên sẽ cùng nhau ra toà và bên thua sẽ chịu mọi phí tổn.

CÁC LOẠI HỢP ĐỒNG:

5.1.1. Hợp đồng dân sự

Hợp đồng dân sự: là sự thoả thuận giữa các bên về việc xác lập, thay đổi hoặc chấm dứt quyền và nghĩa vụ của các bên trong mua bán, thuê, vay, mượn, tặng, cho tài sản; làm hoặc không làm một việc, dịch vụ hoặc các thoả thuận khác nhằm đáp ứng nhu cầu sinh hoạt, tiêu dùng.

5.1.2. Hợp đồng kinh tế

Hợp đồng kinh tế (HĐKT) là sự thoả thuận bằng văn bản, tài liệu giao dịch giữa các bên ký kết về việc thực hiện công việc sản xuất, trao đổi hàng hoá, dịch vụ, nghiên cứu ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và các thoả thuận khác có mục đích kinh doanh, với sự quy định rõ ràng về quyền và nghĩa vụ mỗi bên để xây dựng và thực hiện kế hoạch của mình.

Phân loại hợp đồng kinh tế

➤ *Theo thời hạn hợp đồng*, có thể chia HĐKT thành 2 loại:

HĐKT ngắn hạn.

HĐKT dài hạn.

➤ *Theo tính kế hoạch của HĐKT*, có thể chia HĐKT thành 2 loại:

HĐKT theo chỉ tiêu pháp lệnh.

HĐKT không theo chỉ tiêu pháp lệnh.

➤ *Căn cứ vào tính chất của mối quan hệ*, có thể chia HĐKT thành 2 loại:

HĐKT mang tính chất đền bù.

HĐKT mang tính tổ chức.

➤ *Căn cứ vào nội dung cụ thể của các quan hệ kinh tế*, có thể chia HĐKT thành

các loại sau:

Hợp đồng mua bán hàng hoá.

Hợp đồng bảo hiểm.
Hợp đồng phân phối, đại lý và trung gian.
Hợp đồng sở hữu trí tuệ.
Hợp đồng liên doanh.
Hợp đồng hàng hải.
Hợp đồng lao động.
Các loại hợp đồng dự án xây dựng.

Tác dụng cơ bản của hợp đồng kinh tế

Hợp đồng kinh tế thể hiện quyền và nghĩa vụ ràng buộc giữa các bên.
Tham gia ký kết hợp đồng, nghĩa là các chủ thể đã bị ràng buộc về mặt pháp lý.

Từ đó, quyền lợi của các chủ thể sẽ được bảo đảm.

Việc tham gia ký kết và tuân thủ nghiêm chỉnh các điều khoản trong HĐKT sẽ tạo uy tín cho doanh nghiệp trên thị trường.

Người soạn thảo hợp đồng phải dự tính được những rủi ro có thể xảy đến trong tương lai để điều chỉnh các điều khoản cho phù hợp.

Hình thức và nội dung chủ yếu của hợp đồng kinh tế

Nội dung chủ yếu của hợp đồng

Địa điểm và thời gian soạn thảo hợp đồng.
Tên và địa chỉ của khách (hoặc công ty gửi khách).
Tên và địa chỉ công ty lữ hành.
Hình thức hợp tác (điều khoản chung).
Trách nhiệm của công ty gửi khách.
Trách nhiệm của công ty nhận khách.
Phương thức thanh toán.
Điều kiện huỷ bỏ, chế độ phạt.
Cam kết chung.
Phần Phụ lục: gồm các chương trình sẽ được thực hiện.

Hình thức (xem mẫu phần Phụ lục).

5.2. SOẠN THẢO HỢP ĐỒNG KINH TẾ

Nội dung của hợp đồng kinh tế là toàn bộ những gì mà hai bên thoả thuận, thể hiện quyền và nghĩa vụ của các bên trong quan hệ hợp đồng.

Về mặt pháp lý, nội dung của hợp đồng kinh tế được thể hiện ở ba loại điều

khoản. Nội dung của hợp đồng kinh tế thể hiện ý chí tự nguyện của các bên nhưng không được trái với quy định của pháp luật. Những hợp đồng kinh tế ở vào các trường hợp sau đây là hợp đồng trái pháp luật và bị coi là vô hiệu toàn bộ:

- Nội dung của hợp đồng kinh tế vi phạm điều cấm của pháp luật.
- Một trong các bên ký kết hợp đồng kinh tế không có đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật để thực hiện công việc và thoả thuận trong hợp đồng.
- Người ký hợp đồng kinh tế không đúng thẩm quyền hoặc có hành vi lừa đảo.

Hợp đồng kinh tế có thể bị coi là vô hiệu từng phần trong trường hợp có một phần nội dung vi phạm điều cấm của pháp luật nhưng không ảnh hưởng đến nội dung các phần còn lại của hợp đồng. Hợp đồng vô hiệu sẽ bị xử lý theo pháp luật.

Điều khoản thường lệ

Điều khoản thường lệ là những điều khoản mà nội dung đã được pháp luật quy định mà nếu các bên không ghi vào hợp đồng thì coi như mặc nhiên thừa nhận; nếu ghi vào hợp đồng thì không được thoả thuận trái với quy định đó. Ví dụ: điều khoản về khung phạt vi phạm hợp đồng kinh tế, về bồi thường thiệt hại...

Điều khoản chủ yếu

Điều khoản chủ yếu là những điều khoản cơ bản, quan trọng nhất của hợp đồng mà bắt buộc các bên phải ghi vào hợp đồng, nếu không thì hợp đồng sẽ không có giá trị pháp lý. Theo Điều 12 Pháp lệnh hợp đồng kinh tế, điều khoản chủ yếu bao gồm:

- Ngày, tháng, năm ký hợp đồng kinh tế; tên, địa chỉ, số tài khoản và ngân hàng giao dịch của các bên; họ, tên người đại diện, người đứng tên đăng ký kinh doanh.
- Đối tượng của hợp đồng kinh tế tính bằng số lượng, khối lượng hoặc giá trị quy ước đã thoả thuận.
- Chất lượng, chủng loại, quy cách, tính đồng bộ của sản phẩm, hàng hoá hoặc yêu cầu kỹ thuật của công việc.
- Giá cả.

Ngoài ra, các điều khoản khác liên quan trực tiếp đến đặc điểm của từng loại hợp đồng kinh tế cũng là điều khoản chủ yếu của loại hợp đồng kinh tế đó.

Điều khoản về số lượng

Thực hiện đúng điều khoản về số lượng là bên có nghĩa vụ giao đầy đủ số lượng, trọng lượng, khối lượng hàng hoá hoặc khối lượng công việc cho bên có quyền theo thoả

thuận trong hợp đồng kinh tế.

Nếu sản phẩm, hàng hoá giao không đúng số lượng, công việc không thực hiện đúng khối lượng thì bên nhận chỉ nhận và thanh toán theo số lượng thực nhận, số còn lại sẽ giao tiếp sau đó. Đối với số sản phẩm được giao không đồng bộ và không sử dụng được thì bên nhận có quyền từ chối nhận và từ chối thanh toán cho đến khi hoàn thành đồng bộ. Trong trường hợp giao hàng hoá không đồng bộ, bên nhận có quyền lựa chọn một trong hai cách xử lý sau đây:

- Yêu cầu bên vi phạm phải hoàn thành đồng bộ rồi mới nhận. Nếu phải chờ hoàn thành đồng bộ mà hợp đồng không được thực hiện đúng thì bên vi phạm phải chịu phạt vi phạm và bồi dưỡng thiệt hại.

- Nhận sản phẩm, hàng hoá chưa hoàn thành đồng bộ với điều kiện bên vi phạm phải chịu phạt vi phạm hợp đồng vì không hoàn thành đồng bộ và trả các chi phí cần thiết để hoàn thành đồng bộ. Các trường hợp giao hàng thiếu cũng bị coi là vi phạm hợp đồng ở điều khoản số lượng và phải chịu trách nhiệm tài sản.

Ví dụ: Điều khoản về hàng hoá, dịch vụ trong chương trình du lịch

1. Phương tiện vận chuyển: 01 xe ô tô Hyundai County 29 chỗ đời mới (karaoke, máy lạnh, ghế bật hoạt động được) đưa đón theo chương trình tham quan.

2. Các bữa ăn theo chương trình bao gồm:

02 bữa ăn sáng chọn món.

02 bữa ăn trưa ☐ 120.000đ/suất + 01 bữa ăn chiều ☐ 120.000đ/suất.

3. Vé thắng cảnh các điểm tham quan theo chương trình (trong phụ lục kèm theo).

4. Khách sạn tiêu chuẩn 3 sao, 2 khách/phòng.

5. Hướng dẫn viên nhiệt tình, kinh nghiệm theo suốt chương trình tham quan.

6. Bảo hiểm du lịch 20.000.000 (Hai mươi triệu đồng) đồng/người/ vụ.

7. Nước uống 02 chai 0,5l/ khách/ ngày, khăn lạnh 2 cái /khách/ ngày.

Báo giá trên không bao gồm:

+ Chi phí cá nhân, đồ uống, phụ thu khách sạn quá giờ, phòng đơn.

+ VAT.

Điều khoản về chất lượng

Điều khoản về chất lượng được hai bên thoả thuận trên cơ sở các quy định về chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật của Nhà nước, hoặc tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, hàng

hoá của các đơn vị đã đăng ký tại cơ quan tiêu chuẩn đo lường chất lượng Nhà nước có thẩm quyền.

Giao hàng hoá đúng chất lượng, có nghĩa là hàng hoá được giao phải đảm bảo khả năng sử dụng (theo tiêu chuẩn chất lượng), bảo đảm đúng phẩm chất, bao bì, đóng gói, quy cách, chủng loại của sản phẩm theo quy định của Nhà nước, của ngành, của đơn vị cơ sở hoặc theo sự thoả thuận của hai bên.

Trong trường hợp hàng hoá, công việc được giao không đúng chất lượng, bên bị vi phạm có quyền:

- Không nhận hàng hoá, công việc được giao không đúng chất lượng, đòi tiền phạt vi phạm và bồi thường thiệt hại.

- Nhận hàng hoá, công việc nhưng yêu cầu giảm giá hoặc sửa chữa sai sót trước khi nhận và đòi bồi thường thiệt hại.

Trường hợp hợp đồng có điều khoản bảo hành thì trong thời hạn bảo hành, nếu bên nhận hàng hoá phát hiện có sai sót về chất lượng thì phải thông báo kịp thời bằng văn bản cho bên kia biết để cùng nhau xác minh. Nếu do lỗi bên bảo hành thì phải sửa chữa sai sót về chất lượng hoặc các bên có thể thoả thuận thay thế việc sửa chữa sai sót bằng cách giảm giá hoặc đổi lấy hàng hoá khác.

Ví dụ: Điều khoản chất lượng dịch vụ cho thuê xe

- Đảm bảo cung cấp xe đúng chủng loại, chất lượng tốt, sạch sẽ, đầy đủ giấy tờ pháp lý hoạt động trên đường.

- Lái xe có tư cách đạo đức tốt, phong cách phục vụ lịch sự, nhã nhặn, tận tình, chu đáo.

- Mua bảo hiểm hành khách đầy đủ.

- Trường hợp xe gặp sự cố, bên cho thuê xe có trách nhiệm thay thế cùng chủng loại và tương đương chất lượng ngay tức thời để đảm bảo chương trình của khách hàng.

Điều khoản về thời hạn

Giao nhận hàng hoá hoặc công việc đúng thời gian là yếu tố quan trọng để các bên thực hiện kế hoạch sản xuất, kinh doanh của mình. Thời gian giao nhận hàng hoá có thể là thời hạn, hoặc thời điểm nhất định do hai bên thoả thuận trong hợp đồng.

Trường hợp một bên giao hàng hoá, hoặc thực hiện công việc không đúng thời gian thì bên kia có quyền nhận hoặc không nhận hàng hoá, công việc nhưng buộc bên vi phạm phải chịu trách nhiệm tài sản (nếu giao hàng hoá hoặc thực hiện công việc chậm trễ

so với thời gian thoả thuận); hoặc chưa tiếp nhận hay tiếp nhận với điều kiện bên giao phải chịu các chi phí bảo quản trong thời gian chưa đến thời điểm giao nhận theo thoả thuận (nếu giao hàng hoặc thực hiện công việc trước thời hạn).

Trường hợp bên tiếp nhận sản phẩm, hàng hoá, công việc vi phạm điều khoản thời hạn tiếp nhận thì bên giao có quyền đòi bên tiếp nhận phải chịu trách nhiệm tài sản về vi phạm nghĩa vụ tiếp nhận, hoặc đòi bên vi phạm phải trả các khoản chi phí về chuyên chở, bảo quản... do vi phạm nghĩa vụ tiếp nhận.

Điều khoản về địa điểm, phương thức

Địa điểm giao nhận hàng hoá, dịch vụ là nơi mà tại đó bên giao thực hiện nghĩa vụ giao hàng hoá, dịch vụ cho bên đặt hàng. Phương thức giao nhận là cách thức mà các bên tiến hành giao nhận hàng hoá. Địa điểm và phương thức giao nhận có thể do hai bên thoả thuận hoặc theo quy định của pháp luật đối với từng loại hợp đồng kinh tế. Nếu hợp đồng kinh tế không có thoả thuận và pháp luật cũng không có quy định cho loại hợp đồng kinh tế đó thì địa điểm giao nhận là kho chính của bên giao hàng (bán hàng) và giao trên phương tiện vận chuyển của bên đặt hàng, mua hàng.

Ví dụ: Điều khoản thời gian, địa điểm đón khách.

+ Giờ đón khách: 03 giờ ngày 28 tháng 4 năm 2014.

+ Địa điểm đón hoặc trả khách: Bưu điện Cần Thơ, số 02 Đại lộ Hoà Bình.

+ Thời gian sử dụng xe: từ ngày 28 tháng 4 đến ngày 01 tháng 5 năm 2014.

Ví dụ: Điều khoản hoãn, huỷ các đoàn khách

Nếu bên thuê dịch vụ báo huỷ trong phạm vi trước 7 ngày thì sẽ phải chịu phạt ...% số tiền phòng ngủ đêm đầu tiên. Mức phạt khi thông báo huỷ sau 7 ngày là ...%

Điều khoản về giá cả, thanh toán

Giá cả hàng hoá, dịch vụ do hai bên thoả thuận và ghi vào hợp đồng. Đối với những sản phẩm, hàng hoá do cơ quan nhà nước có thẩm quyền quy định giá thì giá thoả thuận trong hợp đồng kinh tế phải phù hợp với quy định của pháp luật. Các bên có nghĩa vụ thực hiện đúng điều khoản về giá cả trong hợp đồng.

Nghĩa vụ trả tiền được thực hiện theo phương thức và thời hạn thanh toán đã thoả thuận trong hợp đồng kinh tế. Nếu trong hợp đồng không ghi thời hạn trả tiền thì thời hạn đó là 15 ngày kể từ ngày nhận được hoá đơn, giấy đòi tiền (hoá đơn, giấy đòi tiền được lập phù hợp với việc thực hiện từng phần hoặc toàn bộ hợp đồng kinh tế).

Nghĩa vụ trả tiền được coi là hoàn thành từ khi chuyển đủ tiền trên tài khoản của

minh tại ngân hàng cho bên đòi, hoặc khi bên đòi trực tiếp nhận đủ số tiền mặt theo hoá đơn.

Nghĩa vụ trả tiền cũng được coi là đã hoàn thành nếu bên trả tiền đề nghị và bên đòi tiền chấp nhận trả bằng hiện vật hoặc tài sản thế chấp, cầm cố, bảo lãnh có giá trị tương đương với số tiền phải trả và việc trả hiện vật hoặc các tài sản đó đã được thực hiện xong.

Các điều khoản chủ yếu của hợp đồng kinh tế, đặc biệt là điều khoản về chất lượng sản phẩm, hàng hoá, công việc và về giá cả phải được ghi rõ ràng, cụ thể theo quy định của pháp luật.

Ví dụ: Mức giá và thanh toán.

Mức giá:

Mức giá của các loại phòng nghỉ bên B áp dụng đối với khách của bên A như sau:

Loại 1:

Loại 2:

Loại 3:

Những mức giá này có hiệu lực từ ngày ... đến ngày ...

Bên B sẽ thông báo trước cho bên A về các thay đổi trong mức giá, thời hạn thông báo là ... tháng (ngày) trước thời điểm thay đổi.

Thanh toán:

Bên A sẽ phải thanh toán trước cho bên B...% tổng số tiền phòng vào thời điểm ... phần còn lại sẽ được thanh toán chậm nhất là...

Các khoản thanh toán có thể bằng USD hay VNĐ theo tỷ giá hối đoái do Ngân hàng Ngoại thương công bố vào thời điểm thanh toán.

Hình thức thanh toán là chuyển khoản vào tài khoản bên B.

Số ... tại ngân hàng ... hoặc tiền mặt.

Điều khoản khác

Điều khoản khác là những điều khoản hai bên thoả thuận đưa vào hợp đồng căn cứ vào khả năng và nhu cầu của mỗi bên. Chẳng hạn, điều khoản về bảo hành đối với những sản phẩm, hàng hoá, công việc chưa có quy định của Nhà nước về bảo hành: điều khoản về điều kiện nghiệm thu, giao nhận sản phẩm, hàng hoá, công việc...

Sửa đổi, đình chỉ thực hiện hợp đồng kinh tế

Trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh tế, do sự biến động của thị trường, của

kinh tế xã hội, sự thoả thuận trước đó trong hợp đồng có thể không còn phù hợp nữa, các bên có quyền thoả thuận để sửa đổi, huỷ bỏ hoặc đình chỉ thực hiện hợp đồng kinh tế. Sự thoả thuận đó phải được làm thành văn bản có ghi rõ hậu quả pháp lý của việc sửa đổi, huỷ bỏ, đình chỉ thực hiện hợp đồng gây ra. Hậu quả pháp lý đó có thể bao gồm:

- Phí tổn đã thực hiện công việc của hợp đồng kinh tế mà bên thực hiện hợp đồng không thu hồi lại được (bao gồm cả phí tổn vận chuyển, bảo quản).

- Phí tổn về nguyên vật liệu chuẩn bị cho việc thực hiện công việc của hợp đồng kinh tế sau khi tạm dừng, thanh lý chưa bù đắp đủ giá trị ban đầu của nó.

- Tiền phạt vi phạm hợp đồng và tiền bồi thường thiệt hại đã phải trả do phải thay đổi, huỷ bỏ hoặc đình chỉ thực hiện hợp đồng kinh tế.

Ngoài việc sửa đổi nội dung, hợp đồng kinh tế còn có thể thay đổi chủ thể. Trong trường hợp một bên chủ thể của hành chính chuyển giao toàn bộ hay một phần nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh cho một pháp nhân, hoặc một cá nhân khác thì phải chuyển giao cả việc tiếp tục thực hiện nghĩa vụ hợp đồng kinh tế có liên quan đến nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh đó. Người nhận chuyển giao phải thực hiện nghĩa vụ hợp đồng kinh tế được chuyển giao. Nếu người nhận chuyển giao không đủ điều kiện thực hiện hợp đồng kinh tế chuyển giao thì yêu cầu bên chuyển giao thanh lý hợp đồng trước khi nhận chuyển giao.

Một bên có quyền đơn phương đình chỉ thực hiện hợp đồng kinh tế khi có đủ điều kiện sau đây:

- Có sự vi phạm hợp đồng kinh tế của bên cùng ký kết và bên đó đã thừa nhận thông qua chứng từ, văn bản hoặc đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền kết luận bằng văn bản.

- Việc tiếp tục thực hiện hợp đồng kinh tế đó không đem lại lợi ích cho bên bị vi phạm như mục đích ký kết hợp đồng kinh tế.

Thanh lý hợp đồng kinh tế

- Thanh lý hợp đồng kinh tế là hành vi pháp lý của các bên để chấm dứt một quan hệ hợp đồng kinh tế. Các bên phải cùng nhau thanh lý hợp đồng kinh tế trong các trường hợp sau đây:

- Hợp đồng kinh tế được thể hiện xong, nhưng còn có những hậu quả chưa giải quyết.

- Thời hạn có hiệu lực của hợp đồng kinh tế đã hết và không có thoả thuận kéo dài thời gian đó.

+ Hợp đồng kinh tế bị đình chỉ thực hiện hoặc huỷ bỏ.

Hợp đồng kinh tế không được tiếp tục thực hiện khi thay đổi chủ thể mà không chuyển giao được nghĩa vụ hợp đồng cho chủ thể mới; khi một bên ký kinh doanh là pháp nhân phải giải thể, cá nhân có đăng ký kinh doanh phải ngừng hợp đồng kinh doanh hoặc bị kết án tù, bị chết hoặc mất tích.

Như vậy, trong trường hợp hợp đồng kinh tế đã được thực hiện và các bên đã hoàn thành đầy đủ nghĩa vụ của mình theo thoả thuận trong hợp đồng thì hợp đồng kinh tế đó coi như đã được thanh lý.

– Thời hạn quy định để các bên thanh lý hợp đồng kinh tế là 10 ngày kể từ ngày phát sinh các sự kiện bắt buộc phải thanh lý hợp đồng kinh tế.

– Việc thanh lý hợp đồng phải làm thành văn bản riêng, trong đó có những nội dung chính sau đây:

Xác nhận mức độ thực hiện nội dung công việc đã thoả thuận trong hợp đồng của các bên, từ đó xác định nghĩa vụ của các bên sau khi thanh lý hợp đồng.

Xác định các khoản thuộc trách nhiệm tài sản, hậu quả pháp lý của các bên trong quan hệ hợp đồng (nếu có) do phải thanh lý trước khi hợp đồng kinh tế hết hiệu lực.

Từ thời gian các bên đã ký vào biên bản thanh lý, quan hệ hợp đồng kinh tế đó coi như đã được chấm dứt. Riêng quyền và nghĩa vụ của mỗi bên được xác nhận trong biên bản thanh lý vẫn có hiệu lực pháp luật cho đến khi các bên hoàn thành nghĩa vụ của mình.

5.3. SOẠN THẢO HỢP ĐỒNG DU LỊCH

5.3.1. Hợp đồng lữ hành

Hợp đồng lữ hành là sự thoả thuận giữa doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và khách du lịch hoặc đại diện khách du lịch về thực hiện chương trình du lịch. Hợp đồng lữ hành phải được lập thành văn bản. Ngoài nội dung của hợp đồng theo quy định của pháp Luật Dân sự, hợp đồng lữ hành còn có những nội dung sau đây:

Mô tả rõ ràng số lượng, chất lượng, thời gian, cách thức cung cấp dịch vụ du lịch trong chương trình du lịch.

Điều khoản loại trừ trách nhiệm trong trường hợp bất khả kháng.

Điều kiện và trách nhiệm tài chính liên quan đến việc thay đổi, bổ sung, huỷ bỏ hợp đồng.

Điều khoản về bảo hiểm cho khách du lịch.

Khách du lịch mua chương trình du lịch thông qua đại lý lữ hành thì hợp đồng giữa khách du lịch và doanh nghiệp kinh doanh lữ hành giao đại lý, đồng thời có ghi tên và địa chỉ của đại lý lữ hành.

5.3.2. Hợp đồng với nhà cung cấp dịch vụ du lịch

Thông thường giữa doanh nghiệp lữ hành và các nhà cung cấp một số bản hợp đồng hoặc thoả thuận về việc cung cấp các hàng hoá và dịch vụ du lịch. Bản hợp đồng này có những nội dung chủ yếu sau đây:

Nguyên tắc chung: Thể hiện tinh thần hợp tác trên cơ sở bình đẳng và cùng có lợi cho cả hai bên.

Trách nhiệm của doanh nghiệp lữ hành: Phần này bao gồm những điều khoản về thời hạn thông báo yêu cầu phục vụ của doanh nghiệp lữ hành, phương thức thông báo, phương thức đặt tiền trước, cũng như phương thức thanh toán. Chế độ phạt tài chính trong trường hợp các doanh nghiệp lữ hành huỷ bỏ các yêu cầu phục vụ đối với các nhà cung cấp. Theo thông lệ kinh doanh phổ biến trên thế giới thì các doanh nghiệp lữ hành có thể phải chịu phạt từ mức thấp nhất (0%) tới mức cao nhất (100%) giá trị của các thông báo, yêu cầu phụ thuộc vào thời hạn thông báo huỷ bỏ. Trong những hợp đồng chi tiết, người ta còn quy định cả việc thay đổi số lượng khách trong đoàn.

Trách nhiệm của các nhà cung cấp: Phần này bao gồm những quy định đối với các nhà cung cấp trong việc đảm bảo cung cấp hàng hoá và dịch vụ theo đúng các yêu cầu của doanh nghiệp lữ hành về số lượng cũng như chất lượng. Ví dụ như trong hợp đồng giữa doanh nghiệp lữ hành với khách sạn. Phần này sẽ đề cập tới trách nhiệm của khách sạn phải đảm bảo chất lượng phục vụ: từ trang thiết bị phòng ngủ, chất lượng vệ sinh tới hệ thống các dịch vụ trong khách sạn. Trong một số trường hợp, người ta có thể mô tả chi tiết phòng ngủ của khách sạn hay chế độ ăn uống theo sự thoả thuận giữa hai bên. Khách sạn còn phải đảm bảo các điều kiện an toàn, phòng cháy, chữa cháy... Ngoài ra theo yêu cầu của doanh nghiệp lữ hành, trong hợp đồng có thể ghi chế độ phạt đối với khách sạn khi khách sạn không thực hiện được thoả thuận.

Điều này có thể xảy ra như trong trường hợp khách sạn có chế độ nhận đặt chỗ vượt quá công suất của khách sạn.

- Mức giá hoặc tiền hoa hồng.
- Các trường hợp bất thường, rủi ro, các trường hợp bất khả kháng.
- Các điều khoản về việc thực hiện hợp đồng.

Nội dung chi tiết của các điều khoản trong hợp đồng phụ thuộc chủ yếu vào mối quan hệ giữa các nhà cung cấp với doanh nghiệp lữ hành.

Một điều đáng lưu ý là khác với hợp đồng kinh doanh của một số ngành khác. Hợp đồng giữa doanh nghiệp lữ hành với các nhà cung cấp cũng như hầu hết các hợp đồng khác trong lữ hành, du lịch có một số điểm đặc biệt. Trước hết, đối tượng điều chỉnh là con người (khách du lịch) vì vậy, trong hợp đồng bao giờ cũng có những điều khoản liên quan đến khách du lịch. Mặt khác hợp đồng giữa hai bên có thể được ký kết, nhưng các doanh nghiệp lữ hành không chủ động thực hiện, thì hầu như không có một hậu quả gì có thể xảy ra. Đó cũng là điều đặc biệt trong mối quan hệ giữa doanh nghiệp lữ hành với các nhà cung cấp. Hợp đồng chi tiết giữa doanh nghiệp lữ hành với một số nhà cung cấp dịch vụ du lịch cơ bản được trình bày trong phần Phụ lục.

Ví dụ: Mẫu hợp đồng cung cấp dịch vụ lưu trú, vận chuyển (xem phần Phụ lục).

5.3.3. Soạn thảo hợp đồng đại lý lữ hành

Kinh doanh đại lý lữ hành là việc tổ chức, cá nhân nhận bán chương trình du lịch của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho khách du lịch đó hưởng hoa hồng. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành không được tổ chức thực hiện chương trình du lịch. Tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành phải đáp ứng các điều kiện là:

- Đăng ký kinh doanh đại lý lữ hành tại cơ quan đăng ký kinh doanh có thẩm quyền.

- Có hợp đồng đại lý với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành.

- Hợp đồng đại lý lữ hành phải được lập thành văn bản giữa bên giao đại lý là doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và bên nhận đại lý là tổ chức, cá nhân có đủ điều kiện quy định. Nội dung chủ yếu của hợp đồng đại lý lữ hành bao gồm:

- Tên, địa chỉ của bên giao đại lý và bên nhận đại lý.

- Chương trình du lịch, giá bán chương trình du lịch được giao cho đại lý.

- Mức hoa hồng đại lý; thời điểm thanh toán giữa bên giao đại lý và bên nhận đại lý.

- Thời hạn hiệu lực của hợp đồng đại lý.

- Trách nhiệm của bên giao đại lý lữ hành.

- Trách nhiệm của bên nhận đại lý lữ hành.

(Xem mẫu phần Phụ lục).

5.4. NHỮNG LƯU Ý KHI SOẠN THẢO HỢP ĐỒNG KINH TẾ

5.4.1. Ngôn ngữ dùng trong hợp đồng

Từ ngữ sử dụng trong hợp đồng phải chính xác, cụ thể và đơn nghĩa.

Sử dụng từ phổ thông, không dùng từ địa phương, từ lóng.

Trong văn bản hợp đồng không được tùy tiện ghép chữ, ghép tiếng, không tùy tiện thay đổi từ ngữ pháp lý.

Trong văn bản hợp đồng không được dùng từ thừa, không tùy tiện dùng "... hoặc đầu...".

5.4.2. Một số lưu ý khi soạn thảo hợp đồng kinh tế quốc tế

Chủ thể của hợp đồng là những người có quốc tịch khác nhau.

Đối tượng của hợp đồng được chuyển từ nước này đến nước khác, tức là di chuyển từ khu vực pháp lý này đến khu vực pháp lý khác.

Tiền tệ để tính giá và thanh toán là ngoại tệ.

Nguồn luật để điều chỉnh hợp đồng mang tính quốc tế, nó còn bị chi phối bởi nhiều điều ước quốc tế và tập quán quốc tế.

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu hỏi 1. Trình bày nội dung chủ yếu của việc soạn thảo hợp đồng vận chuyển khách du lịch giữa công ty lữ hành và một doanh nghiệp khác.

Câu hỏi 2. Trình bày nội dung chủ yếu của việc soạn thảo hợp đồng cung cấp dịch vụ vận chuyển giữa doanh nghiệp lữ hành và nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển.

Câu hỏi 3. Trình bày nội dung chủ yếu của việc soạn thảo hợp đồng cung cấp dịch vụ lưu trú giữa doanh nghiệp lữ hành và khách sạn.

Câu hỏi 4. Trình bày nội dung chủ yếu của việc soạn thảo hợp đồng cung cấp dịch vụ ăn uống giữa doanh nghiệp lữ hành và nhà hàng.

Câu hỏi 5. Trình bày nội dung chủ yếu của việc soạn thảo hợp đồng đại lý giữa doanh nghiệp lữ hành và đại lý lữ hành.

BÀI 6: TÍNH GIÁ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

6.1. XÂY DỰNG GIÁ THÀNH CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

6.1.1. Khái niệm

Giá thành của một chương trình du lịch là tất cả những chi phí trực tiếp mà doanh nghiệp lữ hành phải chi trả để thực hiện chương trình. Chi phí cho một khách gọi là giá thành, chi phí cho cả đoàn gọi là tổng chi phí.

Nếu các chi phí này tính cho một khách thì gọi là giá thành cho một lần thực hiện chương trình du lịch.

Nếu các chi phí này tính cho cả đoàn khách thì gọi là tổng chi phí cho một lần thực hiện chương trình du lịch.

Trước hết, cần nhận thấy rằng, giá thành cho một lần thực hiện chương trình du lịch dù là xác định cho một khách cũng phụ thuộc vào số lượng khách trong đoàn. Vì vậy người ta nhóm toàn bộ các chi phí vào hai loại cơ bản: chi phí cố định và chi phí biến đổi.

Nhóm chi phí cố định cho cả đoàn khách (Fixed Cost □□FC):

Chi phí cố định là chi phí của tất cả các loại hàng hoá và dịch vụ mà đơn giá của chúng được xác định cho cả đoàn khách (mọi thành viên trong đoàn đều tiêu dùng chung). Loại chi phí này thường tính cho cả đoàn khách

Ví dụ: vận chuyển, phí hướng dẫn viên, các hoạt động khác: lửa trại, sân khấu...

Nhóm chi phí biến đổi xác định cho một khách (Variable Cost □□VC):

Chi phí biến đổi là chi phí của tất cả các loại hàng hoá và dịch vụ mà đơn giá của chúng được quy định cho từng khách, chúng gắn liền trực tiếp với sự tiêu dùng riêng biệt của từng khách. Các chi phí biến đổi tính cho một khách.

Ví dụ: lưu trú, ăn uống, bảo hiểm du lịch cá nhân, vé tham quan, khăn, nón, nước, lệ phí sân bay...

Công thức tính giá thành:

Giá thành cho một khách:

$$z = VC + \frac{FC}{Q}$$

Tổng chi phí cho cả đoàn khách:

$$Z = z.Q = VC.Q + FC$$

Trong đó: z: Giá thành cho một khách;

Z: Tổng chi phí cho cả đoàn khách;

Q: Số thành viên trong đoàn;

FC: Tổng chi phí cố định;

VC: Tổng chi phí biến đổi.

6.1.2. Phương pháp xác định giá thành chương trình du lịch

Trên cơ sở hai loại chi phí cố định và biến đổi, tồn tại một số phương pháp xác định giá thành của các chương trình du lịch. Có hai phương pháp tính giá thành.

Phương pháp 1: Xác định giá thành theo khoản mục chi phí

Phương pháp này xác định bằng cách:

- Liệt kê các khoản chi phí.
- Phân ra các khoản mục chi phí (FC và VC).
- Nhóm toàn bộ các chi phí vào một số khoản xác định.
- Lập bảng tính giá thành.

BẢNG XÁC ĐỊNH GIÁ THÀNH THEO KHOẢN MỤC PHÍ

TT	Nội dung chi phí	Chi phí biến đổi VC	Chi phí cố định FC
1	Vận chuyển		<input type="checkbox"/>
2	Lưu trú	<input type="checkbox"/>	
3	Ăn uống	<input type="checkbox"/>	
4	Vé tham quan	<input type="checkbox"/>	
5	Tàu tham quan		<input type="checkbox"/>
6	Bảo hiểm	<input type="checkbox"/>	
7	Hướng dẫn viên		<input type="checkbox"/>
8	Nước uống, khăn lạnh	<input type="checkbox"/>	
9	Visa <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> hộ chiếu	<input type="checkbox"/>	
10	Chi phí khác	<input type="checkbox"/>	
	Tổng cộng		

Phương pháp này có những ưu điểm sau đây:

Đơn giản, gọn nhẹ, thuận tiện cho việc kiểm tra.

Linh hoạt, khi có sự thay đổi của dịch vụ nào đó trong chương trình vẫn có thể xác định giá thành một cách dễ dàng.

Có thể xác định mức giá thành khi số lượng khách thay đổi. Tuy nhiên cần chú ý đến giới hạn thay đổi. Khi số khách vượt quá mức nào đó thì bản thân các chi phí cố định sẽ không còn giữ nguyên. Ví dụ từ 1 □□2 khách có thể đi xe 4 chỗ, 3 □□10 khách có thể đi xe 16 chỗ, hơn 10 khách sẽ dùng xe 24 hoặc lớn hơn. Điều này tương tự với việc sử dụng các loại thuyền...

Tuy nhiên, phương pháp này cũng có nhược điểm là dễ bỏ sót khi tính gộp các khoản mục phí. Để khắc phục tồn tại này, người ta có một phương pháp khác.

Phương pháp 2: Xác định giá thành theo lịch trình

Các khoản mục phí được liệt kê cụ thể, chi tiết theo lịch trình từng ngày.

BẢNG KÊ CHI PHÍ THEO NGÀY

Thời gian	Nội dung chi phí	Chi phí biến đổi VC	Chi phí cố định FC
Ngày 01	Vận chuyển		□
	Lưu trú	□	
	Ăn uống	□	
	Vé tham quan	□	
	Tàu tham quan		□
	Bảo hiểm	□	
	Hướng dẫn viên		□
	Nước uống, khăn lạnh	□	
	Chi phí khác	□	
Ngày 02	Vận chuyển		□
	Lưu trú	□	
	Ăn uống	□	
	Vé tham quan	□	
	Tàu tham quan		□
	Tổng cộng		

Ví dụ 1: Tính giá thành chương trình du lịch: Cần Thơ □ Nha Trang (4 ngày 3 đêm), phương tiện đi và về là ô tô.

Số lượng khách: 40 người

Nội dung chi phí: *Giá các dịch vụ vào thời điểm năm 2014*

+ Khách sạn: 150.000đ/đêm/1 người

- + Xe vận chuyển: 19.000.000đ
- + Tàu tham quan và ăn trưa: 150.000đ/người
- + Ăn: 40.000đ/sáng, 80.000đ/trưa, 80.000đ/tối
- + Tham quan các điểm: 100.000đ/người
- + Phí hướng dẫn: 300.000đ/ ngày
- + Nước uống + khăn lạnh: 11.000đ/ngày/người
- + Bảo hiểm: 1.500đ/ngày/người

TÍNH TOÁN:

BẢNG XÁC ĐỊNH GIÁ THEO CÁC KHOẢN MỤC PHÍ

TT	Nội dung chi phí	Chi phí biến đổi VC	Chi phí cố định FC
1	Vận chuyển		19.000.000
2	Lưu trú	450.000	
3	Ăn uống	720.000	
4	Vé tham quan	100.000	
5	Tàu tham quan	150.000	
6	Bảo hiểm	6.000	
7	Hướng dẫn viên		1.200.000
8	Nước uống, khăn lạnh	44.000	
10	Chi phí khác		
	Tổng cộng	1.470.000	20.200.000

Chi phí biến đổi được tính cho 1 khách: 1.470.000đ.

Ăn theo chương trình: 4 bữa sáng, 3 bữa trưa + 1 bữa trưa trên tàu (bao gồm trong giá thuê tàu), 4 bữa tối.

Tiền ăn: $4 \times 40.000đ + 3 \times 80.000đ + 4 \times 80.000đ = 720.000đ$

Khách sạn: $3 \text{ đêm} \times 150.000đ/\text{đêm}/1 \text{ người} = 450.000đ$

Phí tham quan: = 100.000đ

Nước uống + khăn lạnh: $11.000đ \times 4 \text{ ngày} = 44.000đ$

Bảo hiểm: $1.500đ \times 4 \text{ ngày} = 6.000đ$

Tàu tham quan đảo: = 150.000đ

Chi phí cố định tính cho đoàn khách 20.200.000đ

Xe vận chuyển: = 19.000.000đ

Phí hướng dẫn: $300.000\text{đ}/\text{ngày} \times 4\text{ngày} = 1.200.000\text{đ}$

KẾT QUẢ

Giá thành tính cho 1 khách

$$z = VC + (FC/Q) = 1.470.000\text{đ} + (20.200.000\text{đ}/40) = 1.975.000\text{đ}$$

Giá thành tính cho cả đoàn 40 du khách

$$Z = z \cdot Q = 1.975.000\text{đ} \cdot 40 = 79.000.000\text{đ}$$

6.2. XÂY DỰNG GIÁ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

6.2.1. Các yếu tố cần phân tích khi xác định giá bán của chương trình du lịch

Để xác định giá bán của chương trình du lịch, cần chú ý tới các yếu tố sau:

Mức giá phổ biến trên thị trường.

Vai trò, vị thế, thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường.

Mục tiêu của doanh nghiệp.

Giá thành của chương trình.

Thời vụ du lịch.

6.2.2. Các phương pháp xác định giá bán

Trên cơ sở tính giá thành, ta có thể xác định giá bán của một chương trình du lịch dựa vào công thức sau:

$$G = z + C_b + C_k + P + T$$

Trong đó: z: Giá thành tính cho một khách;

P: Khoản lợi nhuận dành cho doanh nghiệp lữ hành;

C_b: Chi phí bán bao gồm: hoa hồng cho các đại lý, chi phí khuyến trương, quảng cáo...

C_k: Các chi phí khác: quản lý, thiết kế chương trình...

T: Các khoản thuế (chưa tính thuế giá trị gia tăng)

Ví dụ 2: Sử dụng số liệu của ví dụ 1, tính giá bán cho chương trình du lịch.

- Lãi định mức (P): 15% z
- Chi phí bán hàng (C_b): 7% z
- Chi phí khác (C_k): 5% z
- Thuế VAT (T): 10% của giá bán chưa thuế.

$$G = z + 15\% z + 7\% z + 5\% z + 10\%$$

$$= (1.470.000\text{đ} + 220.500\text{đ} + 102.900\text{đ} + 73.500\text{đ}) + 10\%$$

$$= 1.668.900đ + 10\% = 1.668.900 + 166.890đ = 1.835.790đ$$

Làm tròn số: 1.836.000đ

Giá bán cho chương trình: Cần Thơ – Nha Trang (4 ngày – 3 đêm): 1.836.000đ.

6.2.3. Phương pháp xác định điểm hoà vốn

Khái niệm điểm hoà vốn:

Là một số khách tham gia nhất định, với mức giá bán dự kiến.

Doanh thu từ việc bán chương trình du lịch đúng bằng toàn bộ chi phí tổ chức chương trình.

Điểm hoà vốn là doanh nghiệp không có lãi và cũng không bị lỗ.

Công thức tính điểm hoà vốn:

$$Q_{hv} = D / (G_b - b)$$

Trong đó: Q_{hv} : Điểm hoà vốn;

D : Chi phí cố định cho cả đoàn khách;

G_b : Giá bán cho 1 khách (có thuế hoặc không thuế);

b : Chi phí biến đổi cho 1 khách.

Ví dụ: Sử dụng số liệu trên, tính điểm hoà vốn cho chương trình du lịch.

Xác định điểm hoà vốn theo công thức:

$$Q_{hv} = D / (G_b - b)$$

$$Q_{hv} = 20.200.000 / (1.836.000 - 1.470.000)$$

$$Q_{hv} = 20.200.000 / 366.000$$

$$Q_{hv} = 55,1$$

Vậy để đạt được mức hoà vốn cho chương trình tham quan trên, số suất cần phải bán là 56 (56 khách tham gia).

CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ BÀI TẬP

Câu hỏi

Câu hỏi 1. Trình bày khái niệm giá thành và giá bán.

Câu hỏi 2. Nêu ưu điểm và khuyết điểm của việc xác định giá thành cho chương trình du lịch.

Câu hỏi 3. Điểm hoà vốn là gì? Nêu cách xác định điểm hoà vốn.

Bài tập

Hãy tính giá bán (20% lợi nhuận) của chương trình du lịch (4 ngày – 3 đêm) cho đoàn theo từng nhóm khách: (5 khách, 10 khách,

11 khách, 19 khách, 20 khách, 30 khách, 31 khách □ 40 khách) với các số liệu sau (Giá các dịch vụ vào thời điểm năm 2021):

Bảng giá xe trung bình vào những ngày thường (không vào dịp lễ, tết...):

Xe 16 chỗ: 1.800.000đ/ngày.

- Xe 25 - 29 chỗ: 2.500.000đ/ngày.

Xe 35 chỗ: 3.000.000đ/ngày.

- Xe 45 chỗ: 4.800.000đ/ngày.

Bảng giá dịch vụ:

- Ăn sáng: 40.000đ/suất; ăn trưa, chiều: 80.000đ/suất.

- Khách sạn: 300.000đ/phòng 2 người/01 đêm.

- HDV: 300.000đ/ngày.

- Bảo hiểm: 1.500đ/người/ngày.

- Vé máy bay TP. Hồ Chí Minh – Đà Nẵng – TP. Hồ Chí Minh: 1.600.000đ/1

lượt.

- Ngũ Hành Sơn: 15.000đ.

- Phò cổ Hội An: 80.000đ.

- Đại Nội Huế: 75.000đ.

- Lăng Tự Đức: 75.000đ.

- Du thuyền Sông Hương: 10 □ 15 khách, giá 1.400.000đ; trên 15 khách, giá

1.800.00 đ.

- Khăn + nón + nước: 11.000đ/người/ngày.

- Chi phí khác (đoàn): 200.000đ/ngày.