

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA VĂN HÓA DU LỊCH

=====*****=====



**PHÁT TRIỂN KHẢ NĂNG THANH TOÁN
DỊCH VỤ DU LỊCH CỦA KHÁCH QUỐC TẾ
KHI ĐẾN VIỆT NAM**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn: *Th.s. Phan Bích Thảo*

Sinh viên thực hiện : *Trương Thị Tú*

Lớp : *VHDL-13C*

Niên khóa : *2005-2009*

HÀ NỘI, 06/2009

MỤC LỤC

Phần mở đầu	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Tình hình nghiên cứu vấn đề	2
3. Mục đích nghiên cứu	3
4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu	3
5. Phương pháp nghiên cứu	3
6. Bố cục đề tài	3
<u>Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, đề tài gồm 3 chương:</u>	
CHƯƠNG 1: DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ ĐIỀU KIỆN ĐỂ TĂNG KHẢ NẢNH THANH TOÁN CỦA DU KHÁCH KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ DU LỊCH	5
1.1. Dịch vụ du lịch	5
1.1.1. Khái niệm dịch vụ du lịch	5
a. Du lịch	5
b. Dịch vụ	6
c. Dịch vụ du lịch	7
1.1.2. Phân loại dịch vụ du lịch	8
1.1.3. Đặc điểm của dịch vụ du lịch	11
1.2. Điều kiện phát triển khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của du khách	13
1.2.1. Nhóm tác nhân kích thích trong “hộp đen” ý thức của người tiêu dùng..	16
1.2.1.1. Những yếu tố thuộc về văn hóa	17
1.2.1.2. Những yếu tố mang tính chất xã hội	18
1.2.1.3. Các yếu tố thuộc về bản thân	20
1.2.1.4. Những yếu tố thuộc về tâm lý	21
1.2.2. Nhóm tác nhân từ phía nhà cung ứng	23
1.2.2.1. Chất lượng dịch vụ	24
1.2.2.2. Giá cả dịch vụ	25

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KHẢ NĂNG THANH TOÁN DỊCH VỤ DU LỊCH CỦA KHÁCH QUỐC TẾ TẠI VIỆT NAM	28
2.1. Chi tiêu của du khách quốc tế tại Việt Nam	28
2.1.1. Số lượng khách	29
2.1.2. Các loại dịch vụ du lịch du khách sử dụng	30
2.1.3. Cơ cấu chi tiêu	41
2.2. Nguyên nhân làm giảm khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách du lịch quốc tế tại Việt Nam	48
2.2.1. Nguyên nhân khách quan	49
2.2.2. Nguyên nhân chủ quan	49
2.2.2.1. Sự thiếu nhất quán về giá tour và tour Việt Nam giá quá cao.....	50
2.2.2.2. Dịch vụ du lịch nghèo nàn, đơn điệu	55
2.2.2.3. Chất lượng dịch vụ du lịch kém	61
2.2.2.4. Sự phối hợp thiếu đồng bộ và cơ chế quản lý còn nhiều yếu kém...	66
2.2.2.5. Môi trường xã hội nhân văn	69
2.2.2.6. Hoạt động quảng bá chưa đạt hiệu quả cao	71
CHƯƠNG 3: PHÁT TRIỂN KHẢ NĂNG THANH TOÁN DỊCH VỤ DU LỊCH CỦA DU KHÁCH QUỐC TẾ KHI ĐẾN VIỆT NAM	75
3.1. Bài học quốc tế về phát triển khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách nước ngoài	75
3.1.1. Du lịch Trung Quốc	75
3.1.2. Du lịch Singapore	77
3.1.3. Du lịch Thái Lan	78
3.1.4. Du lịch Malaysia	80
3.2. Một số ý kiến đề xuất nhằm phát triển khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của du khách Quốc tế khi đến Việt Nam	84
3.2.1. Tìm hiểu tâm lý, nhu cầu sử dụng dịch vụ du lịch của các thị trường khách nói chung và các thị trường khách chủ yếu của Việt Nam nói riêng.....	85
3.2.2. Nâng cao chất lượng sản phẩm/dịch vụ du lịch	86

3.2.2.1. Đẩy mạnh hiệu quả công tác quy hoạch du lịch	87
3.2.2.2. Phát triển cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật ngành Du lịch...	88
3.2.2.3. Nâng cao trình độ nguồn nhân lực du lịch	89
3.2.3. Đa dạng hóa sản phẩm/dịch vụ du lịch	91
3.2.4. Liên kết sức mạnh, phối hợp liên ngành để nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm/dịch vụ du lịch nói chung và giá cả của sản phẩm/dịch vụ du lịch nói riêng.....	92
3.2.5. Đẩy mạnh công tác xúc tiến quảng bá, phát triển thị trường	94
3.2.6. Đảm bảo chính sách thông thoáng, tạo điều kiện thuận lợi cho du khách trong quá trình du lịch	95
3.2.7. Tuyên truyền, nâng cao nhận thức của các ban ngành và nhân dân về vai trò, vị trí của ngành du lịch	96
3.2.8. Bảo vệ môi trường và phát triển du lịch bền vững	97
Kết luận	98
Tài liệu tham khảo	100
Phụ lục	102

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Thực tế là Adam Smith và sau đó là Ricardo đã chứng minh: Các nước đều có lợi khi tham gia vào thương mại quốc tế do mọi nước đều có “lợi thế so sánh”. Trong xu hướng kinh tế toàn cầu hóa, học thuyết này đã được Lý Quang Diệu (cựu thủ tướng Singapore) ứng dụng rất hiệu quả trong mảng cung ứng dịch vụ du lịch, biến đảo quốc Singapore từ một dải đất hẹp, không có khoáng sản, không có đất phát triển nông nghiệp, trở thành một trong những trung tâm thương mại lớn nhất khu vực Đông Nam Á, một “con hổ” lớn của kinh tế Châu Á. Hay như Thái Lan, sự kết hợp đồng bộ giữa chính phủ và nhân dân trong việc phát triển du lịch và dịch vụ du lịch đã mang lại ảnh hưởng tích cực rất lớn đối với nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng GNP hàng năm.

Không cần phải nói bởi hầu như ai cũng biết: “Việt Nam là đất nước có rất nhiều tiềm năng để phát triển ngành công nghiệp không khói”. Nhận thức sâu sắc điều đó, chương trình hành động quốc gia về du lịch 2006-2010 đã mạnh dạn khẳng định: “Du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn trong nền kinh tế quốc dân”.

Nhìn chung trong hơn một thập kỷ qua, ngành du lịch Việt Nam đã có những nét khởi sắc: Lượng khách trong nước và quốc tế tăng mạnh, nhiều khu du lịch mới được xây dựng song song với việc nâng cấp, tôn tạo những danh thắng thiên nhiên cũng như bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc.

Tuy nhiên, sự khởi sắc ấy vẫn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có. Chỉ so sánh với các quốc gia trong khu vực cũng dễ nhận thấy rằng, khi “con tàu du lịch” của họ liên tục tăng tốc trên biển thì “con thuyền du lịch” Việt Nam vẫn ì ạch trên sông. Theo cách đánh giá về tâm lý du lịch, khách quốc tế khi đến Trung Quốc-Thái Lan-Singapore hay Nhật Bản đều có cảm giác “ân hận vì mang theo quá ít tiền”. Ngược lại, khi đi du lịch tại Việt Nam thì họ “chẳng biết tiêu tiền vào việc gì”. Đây không đơn thuần là cách nói hài hước. Bản chất du lịch của ta hiện nay chẳng khác nào việc “xuất khẩu thô” nguyên-nhiên liệu của ngành khoáng sản nên hiệu quả kinh tế chưa cao.

Thêm vào đó, trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế toàn cầu, du lịch là ngành chịu tác động nặng nề nhất. Chi tiêu cho du lịch bị thu hẹp và những lựa chọn của du khách cũng khắt khe hơn đồng nghĩa với việc cạnh tranh về thị phần càng trở nên gay gắt. Do đó, nếu tiếp tục phương thức khai thác và cung ứng sản phẩm/dịch vụ du lịch như hiện nay, không chỉ tài nguyên du lịch của đất nước bị xuống cấp nghiêm trọng trong khi sức mua thấp, hiệu quả kinh tế không cao, thậm chí sẽ tới lúc, du lịch Việt Nam mất đi vị thế của mình trên thị trường du lịch và trong lòng du khách.

Vậy tại sao chúng ta không bắt tay vào việc nghiên cứu những giải pháp khai thác mảng dịch vụ du lịch, chuyển đổi từ thực tế khai thác tài nguyên như “xuất khẩu thô” nguyên-nhiên liệu, sang “xuất khẩu hàng tinh” sản phẩm công nghệ cao, nhằm mang lại hiệu quả lớn cho ngành “công nghiệp không khói” vốn có rất nhiều lợi thế của Việt Nam.

Xuất phát từ những do trên, tôi đã lựa chọn “phát triển khả năng thanh dịch vụ du lịch của khách quốc tế khi đến Việt Nam” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Tình hình nghiên cứu vấn đề

Trên thực tế, phát triển khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách quốc tế khi đến Việt Nam là một vấn đề đã không mới. Nhiều giải pháp đã được đưa ra trong các hội nghị, hội thảo, trong các bài nghiên cứu trên báo, trên internet. Tuy nhiên, kinh tế toàn cầu đang biến động phức tạp, ảnh hưởng tới mọi ngành trong đó có Du lịch - ngành đóng góp rất lớn cho đất nước hàng năm. Do đó, việc nghiên cứu giải pháp phát triển dịch vụ du lịch nhằm thu hút du khách, đẩy mạnh sức mua của họ, nâng cao hiệu quả kinh doanh, không bao giờ là vấn đề cũ và càng đóng vai trò quan trọng trong tình hình hiện nay.

Vì vậy, tôi đã tiếp tục lựa chọn vấn đề này làm đề tài cho khóa luận tốt nghiệp của mình với mong muốn vừa kế thừa những kết quả nghiên cứu trước đây đồng thời đề ra được những giải pháp thiết thực, khả thi, để cải thiện tình hình phát triển du lịch hiện nay.

3. Mục đích nghiên cứu

Đề tài “Phát triển khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách nước ngoài khi đến Việt Nam” nhằm hướng tới một số mục đích:

Thứ nhất: Nắm được một số vấn đề cơ bản về dịch vụ du lịch và điều kiện để phát triển khả năng thanh toán của du khách khi sử dụng dịch vụ du lịch

Thứ hai: Trong tình hình hiện nay, thực trạng sử dụng dịch vụ du lịch của khách quốc tế khi tại Việt Nam như thế nào ?

Thứ ba: Đề xuất một số giải pháp nhằm tăng khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách quốc tế khi đến Việt Nam.

4. Đối tượng, phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục đích như trên, tác giả đề tài lựa chọn nghiên cứu cơ cấu sử dụng dịch vụ du lịch của du khách quốc tế, xoay quanh những số liệu đã được các tổ chức có uy tín về du lịch công bố trong những năm gần đây, đặc biệt từ 2006 đến nay.

5. Phương pháp, phạm vi nghiên cứu

Để hoàn thành bài nghiên cứu này, tác giả khóa luận đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu như sau:

- Phương pháp phân tích tổng hợp
- Phương pháp thu thập, xử lý số liệu.
- Phương pháp điền dã.

6. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục, đề tài được chia thành 3 chương:

Chương 1: ***Dịch vụ du lịch và điều kiện để phát triển khả năng thanh toán của du khách khi sử dụng dịch vụ du lịch***

Chương 2: ***Thực trạng khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách quốc tế tại Việt Nam***

Chương 3: ***Phát triển khả năng thanh toán dịch vụ du lịch của khách quốc tế khi đến Việt Nam***

❖ *Sách tham khảo*

1. Trần Minh Đạo, Marketing. NXB Thống kê-1998.
2. Đặng Đình Hào, Kinh tế thương mại dịch vụ. NXB Thống kê-1996.
3. Lê Như Hoa, Phát huy bản sắc văn hóa Việt Nam trong bối cảnh công nghiệp hóa-hiện đại hóa. NXB VHTT-1999.
4. Trần Văn Mậu, Tổ chức phục vụ các dịch vụ du lịch. NXB ĐHQGHN-2001
5. Trần Nhạn, Du lịch và kinh doanh du lịch. NXB VHTT-1995.
6. T.S.Trần Nhoãn, Tổng quan du lịch. NXB ĐHVHHN-2005.
7. Robert Lanquar, Marketing du lịch. NXB Thế giới-2002.
8. Th.s. Bùi Thanh Thủy, Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch. NXB ĐHVHHN-2005.
9. PGS.TS. Nguyễn Minh Tuệ, Địa lý du lịch. NXB TPHCM.
10. Nguyễn Quang Uẩn, Tâm lý đại cương. NXB ĐHQGHN-2000.
11. Nguyễn Đình Xuân, Tâm lý đại cương. NXB ĐHTH-1999.

❖ *Báo, tạp chí, website.*

1. Tạp chí du lịch.
2. Tạp chí Heritage
3. <http://www.vnexpress.net>.
4. <http://www.tuoiitre.com.vn>
5. <http://www.gso.gov.vn>
6. <http://www.binhthuan.gov.vn>
7. <http://www.Vietnamtourism.gov.vn>
8. <http://www.cpv.org.vn>
9. <http://www.dulichvn.org.vn>
10. <http://www.cinet.gov.vn>
11. <http://www.vovnews.vn>