

CƠ SỞ LÝ THUYẾT THIẾT KẾ TUYẾN DU LỊCH, CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

NGUYỄN VĂN THẮNG

Du lịch là một sản phẩm tất yếu của sự phát triển kinh tế - xã hội của xã hội loài người ở một giai đoạn lịch sử nhất định. Thực chất của du lịch là một hoạt động tiêu dùng xã hội cao, nó nảy sinh theo sự phát triển sức sản xuất xã hội tới trình độ cao. Khi con người có cuộc sống cả về vật chất lẫn tinh thần đầy đủ thì nhu cầu đi du lịch sẽ nảy sinh thường xuyên hơn. Và như vậy các tuyến du lịch, chương trình du lịch sẽ được thiết kế và hoàn thiện hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch. Trong bài viết này chúng tôi trình bày cơ sở lý thuyết về thiết kế tuyến du lịch, chương trình du lịch (hay còn gọi là “tour”).

1. Các khái niệm cơ bản

a. Khái niệm về tuyến du lịch Các điểm du lịch, các khu du lịch được nối với nhau tạo thành tuyến du lịch. Trong từng trường hợp cụ thể, các tuyến du lịch có thể là tuyến nội tỉnh (trong lãnh thổ của một tỉnh, thành phố); tuyến nội vùng (trong phạm vi lãnh thổ của một vùng du lịch); tuyến liên vùng (giữa các vùng du lịch); hoặc tuyến liên quốc gia (giữa các quốc gia và vùng lãnh thổ). Nếu dựa vào loại hình phương tiện vận chuyển, chúng ta có thể phân chia ra tuyến du lịch đường bộ, đường không, đường thủy... Theo mục 9, điều 4 của Luật Du lịch thì “Tuyến du lịch là lộ trình liên kết các khu du lịch, điểm du lịch, cơ sở cung cấp các dịch vụ du lịch, gắn với các tuyến giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy, đường hàng không”. Các tuyến du lịch được xem là những sản phẩm du lịch đặc biệt, việc xác định các tuyến du lịch phải dựa vào một số tiêu chuẩn nhất định để đảm bảo được tính hấp dẫn cao của sản phẩm du lịch đặc biệt này. Để xác định các tuyến du lịch cần căn cứ vào một số tiêu chí chính sau đây: Định hướng tổ chức không gian du lịch chính của toàn lãnh thổ. Tài nguyên du lịch và sự hấp dẫn của các cảnh quan trên toàn tuyến và ở các điểm dừng tham quan du lịch. Các khu, điểm nghỉ ngơi, vui chơi giải trí với khả năng thu hút khách. Các điều kiện về cơ sở hạ tầng, đặc biệt là hệ thống giao thông và các cửa khẩu quốc tế, về cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch. Sự phân bố và xu hướng của các luồng khách du lịch. Sự trong sạch của môi trường tự nhiên và văn hóa xã hội. Các điều kiện về an ninh, trật tự an toàn xã hội. Nhu cầu giao lưu và hội nhập khu vực và quốc tế.

b. Khái niệm về chương trình du lịch

Có nhiều cách nhìn nhận khác nhau về các chương trình du lịch. Tuy nhiên, có một điểm chung thống nhất giữa các chương trình du lịch chính là nội dung của các chương trình du lịch, còn điểm tạo nên sự khác biệt xuất phát từ giới hạn, những đặc điểm và phương thức tổ chức các chương trình du lịch. Chương trình du lịch là sự kết hợp của

hiều thành phần và là yếu tố cần thiết đối với sự hoạt động có hiệu quả của công nghệ du lịch trên toàn thế giới. Chương trình du lịch cũng đóng góp đáng kể đối với nền kinh tế của một đất nước, một vùng nơi mà chương trình đó được thực hiện. Ngoài ra, các chương trình du lịch còn là nguồn thu ngoại tệ quan trọng cho một quốc gia. Chuyến du lịch (tour), theo qui định của Tổng cục Du lịch là chuyến đi được chuẩn bị trước bao gồm tham quan một hay nhiều điểm du lịch và quay trở về nơi khởi hành. Chuyến du lịch thông thường có các dịch vụ về vận chuyển, lưu trú, ăn uống, tham quan và các dịch vụ bổ sung khác. Chương trình du lịch là lịch trình của chuyến du lịch (lịch trình từng buổi, từng ngày), 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. Nhìn chung, tour gồm các dịch vụ trong lịch trình của khách đã được lên kế hoạch đặt trước và được khách du lịch thanh toán đầy đủ. Tour du lịch được chia làm 2 loại cơ bản là: tour trọn gói và tour địa phương. -Tour địa phương (Local tour) là một chương trình được cung cấp cho khách du lịch thường bao gồm: dịch vụ vận chuyển, vé vào cửa và thuyết minh hướng dẫn tại điểm đến thăm quan thường không kéo dài hơn 1 ngày, bị giới hạn về mặt địa lý thường là tại một điểm du lịch, một thành phần và vùng lân cận.

-Tour trọn gói (Package tour) là các dịch vụ được cung cấp trong lịch trình của khách du lịch thường bao gồm việc vận chuyển, lưu trú, đi lại và tham quan ở một hay nhiều nước, không giới hạn đối với khu vực địa lý hay các thành phần và thường kéo dài từ hai ngày trở lên.

2. Đặc điểm và vai trò của chương trình du lịch

a. Đặc điểm của chương trình du lịch

Chương trình du lịch là một sản phẩm đặc biệt, có những đặc điểm cơ bản như sau:

- Chương trình du lịch là một sản phẩm vô hình, du khách không thể nhìn thấy, sờ thấy, hoặc mô tả trước khi họ sử dụng sản phẩm đó.

- Chất lượng của một loại tour du lịch phụ thuộc vào nhiều yếu tố như là: tiêu chuẩn của phòng khách sạn, tính hiệu năng của dịch vụ vận chuyển ở sân bay, thái độ của người hướng dẫn...

-Tour du lịch là một sản phẩm dễ bị hỏng nếu không được sử dụng tại một thời điểm xác định nó sẽ bị mất đi vĩnh viễn.

-Tour du lịch là phương tiện chính nối du khách với địa điểm du lịch.

-Tour là một sản phẩm thay đổi linh hoạt tùy theo ý thích của du khách. Tour du lịch là một phần quan trọng của địa điểm du lịch và nó sẽ hấp dẫn du khách và ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của họ với những trải nghiệm đã đạt được.

b. Tầm quan trọng của chương trình du lịch

Chương trình du lịch đóng vai trò quan trọng đối với các địa điểm du lịch và du khách:

** Đối với địa điểm du lịch*

-Tạo những cơ hội việc làm cho lao động chuyên và không chuyên ngành, tức là lao động trực tiếp và gián tiếp của ngành du lịch

- Mang lại nguồn thu ngoại tệ cho quốc gia

- Khuyến khích việc bảo tồn di sản và truyền thống văn hóa

-Tăng thu nhập cho ngân sách nhà nước và địa phương.

** Đối với du khách*

- Mang đến cho du khách những sự lựa chọn thông qua sự kết hợp chính xác của các tour du lịch địa phương và tour du lịch trọn gói.

-Tạo cơ hội tiếp xúc, học hỏi về văn hóa, di sản, lịch sử, các di tích, thắng cảnh...

-Tạo cơ hội giao lưu, tiếp xúc với những người dân địa phương, mở rộng sự hiểu biết, tăng cường tình đoàn kết, thân ái giữa con người với con người. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, với sự phát triển không ngừng của khoa học kỹ thuật và khả năng ứng dụng công nghệ thông tin vào kinh doanh du lịch, các trang web về du lịch cũng như hoạt động kinh doanh du lịch trực tuyến (e-tourism)... được ứng dụng ngày càng sôi động đã và đang rút ngắn khoảng cách về không gian và thời gian giữa các vùng miền trong một quốc gia với nhau, việc khám phá và tìm hiểu các giá trị đặc trưng, tiêu biểu của một đất nước ngày càng trở nên dễ dàng và thuận lợi.

2. Một số điểm cần lưu ý khi xây dựng một chương trình du lịch

a. Quy trình chung xây dựng một chương trình du lịch

Chương trình du lịch khi được xây dựng phải đảm bảo những yêu cầu chủ yếu như tính khả thi, phù hợp với nhu cầu của thị trường, đáp ứng những mục tiêu của công ty lữ hành, có sức lôi cuốn thúc đẩy khách du lịch ra quyết định mua chương trình du lịch. Để đạt được những yêu cầu đó, các chương trình du lịch được xây dựng theo công đoạn chặt chẽ với các bước cơ bản sau đây: Nghiên cứu nhu cầu thị trường (thị trường khách du lịch, đặc điểm tâm lý khách du lịch, thị trường sản phẩm...) Nghiên cứu khả năng đáp ứng của các nguồn tài nguyên du lịch, các nhà cung cấp du lịch, mức độ cạnh tranh trên thị trường... Xác định khả năng và vị trí của công ti, doanh nghiệp lữ hành. Xây dựng

mục đích, ý tưởng của chương trình du lịch. Xác định mức độ giới hạn cũng như quỹ thời gian và mức giá của chương trình du lịch. Xây dựng lộ trình tuyến tham quan với những điểm du lịch chủ yếu và bắt buộc của chương trình. Lên kế hoạch về phương tiện vận chuyển phù hợp với từng lộ trình tham quan cũng như phương án lưu trú, ăn uống. Chi tiết hóa chương trình với những nội dung, hoạt động tham quan, nghỉ ngơi, giải trí, mua sắm... trên toàn tuyến, hành trình. Xác định giá thành và giá bán của chương trình du lịch. Xây dựng những qui định bắt buộc và cần có của chương trình. Cần lưu ý rằng không phải bất cứ chương trình du lịch nào cũng phải trải qua các bước nêu trên. Nhiều đơn vị kinh doanh lữ hành khi xây dựng một chương trình du lịch trọn gói có thể bỏ qua một số bước trong số những bước nêu trên. Tuy nhiên, khi xây dựng tour, các nhà làm tour chuyên nghiệp cần thu thập đầy đủ những thông tin cơ bản về cung – cầu du lịch, am hiểu về nhu cầu, thị hiếu, sở thích của từng nhóm thị trường khách, bên cạnh đó có khả năng phát hiện ra những liên kết mới để tạo ra những chương trình du lịch độc đáo trên cơ sở những hiểu biết về tài nguyên du lịch và các cơ sở kinh doanh du lịch. Một chương trình du lịch trọn gói có giá trị phụ thuộc rất nhiều vào các điều kiện về tài nguyên du lịch và khả năng sẵn sàng đón tiếp phục vụ khách du lịch tại điểm đến đó. Vì vậy, để có một chương trình du lịch có giá trị, có khả năng bán cho du khách, những nhà làm tour thường lựa chọn các tài nguyên du lịch có những yếu tố sau:

- Giá trị đích thực của tài nguyên, sự nổi tiếng/ độ hấp dẫn của loại tài nguyên đó. Vấn đề cốt lõi của yếu tố này là phải xác định được rằng tài nguyên đó có thể đem lại những giá trị gì cho khách du lịch (giá trị về mặt tinh thần, tri thức, cảm giác...).

- Sự phù hợp của tài nguyên với nội dung, mục đích của chương trình du lịch. Những giá trị của tài nguyên du lịch đem lại có đáp ứng những mong đợi của du khách hay không. Khoảng cách để tiếp cận tài nguyên đó cũng như các yếu tố khác có tương ứng với những giới hạn ràng buộc của khách du lịch hay không?

- Điều kiện về cơ sở hạ tầng, các điều kiện về hạ tầng kỹ thuật du lịch cũng như về sinh môi trường, trật tự an toàn xã hội tại khu vực có tài nguyên có đảm bảo cho việc phục vụ khách hay không?. Các chuyên gia xây dựng tour đôi khi sẽ lên một danh sách các tài nguyên du lịch và tiến hành lựa chọn theo nguyên tắc loại trừ trên cơ sở quỹ thời gian, vấn đề tài chính và ý tưởng của chương trình. Ý tưởng của một chương trình du lịch là sự kết hợp cao nhất giữa nhu cầu của khách du lịch và tài nguyên du lịch. Một ý tưởng hay không chỉ tạo ra một chương trình lôi cuốn mà còn góp phần tạo nên một tên gọi dễ nhớ và gắn bó với chương trình đồng thời chính là phương hướng để có được những hình thức du lịch mới, độc đáo.

b. Một số điểm cần lưu ý khi xây dựng chương trình du lịch

Khi xây dựng chương trình du lịch phải chú ý tới một số điểm cơ bản như sau:

-Chương trình du lịch phải có tiến độ hợp lí, các hoạt động không nên quá nhiều, gây mệt mỏi cho du khách. Trừ những trường hợp bắt buộc, việc di chuyển phải phù hợp với khả năng chịu đựng về mặt tâm – sinh lí của du khách. Bên cạnh đó, thời gian nghỉ ngơi cần được tổ chức xen kẽ giữa các hoạt động một cách thích hợp, đảm bảo yêu cầu thăm quan nhất là đối với các chương trình du lịch dài ngày.

- Đa dạng hóa các loại hình hoạt động, tránh sự đơn điệu tạo cảm giác nhàm chán cho du khách.

-Chú ý tới các hoạt động đón tiếp đầu tiên và các hoạt động đưa tiễn cuối cùng - hai khâu quan trọng nhất nhằm tạo ra và lưu giữ ấn tượng về chuyến đi cho du khách.

- Các hoạt động ‘team building’ hoặc hoạt động tập thể tổ chức vào buổi tối cần thực hiện tốt khâu chuẩn bị và có thời gian hợp lí vì du khách đã có một ngày dài di chuyển và thăm quan, họ muốn được nghỉ ngơi sớm.

-Trong những điều kiện cho phép có thể đưa ra các chương trình tự chọn cho du khách. Có nhiều phương pháp để xây dựng và tạo ra các chương trình tự chọn. Trong một khoảng thời gian nhất định trong ngày hoặc trong chương trình, khách có thể lựa chọn một trong các chương trình được tổ chức như thăm quan di tích có liên quan đến một nội dung nào đó trong chương trình nhưng không nằm trong tour được định sẵn, xem biểu diễn văn hóa nghệ thuật, mua sắm (shopping)... Nói chung, các chương trình tự chọn thường phát sinh do nhu cầu của du khách, vì vậy bên cạnh việc thỏa mãn khách, cần chú ý tránh ảnh hưởng đến lịch trình chung.

- Phải có sự cân đối giữa khả năng về thời hạn, tài chính... của khách với nội dung và chất lượng của chương trình. Đảm bảo sự hài hòa giữa mục đích kinh doanh với yêu cầu du lịch của du khách. Một chương trình du lịch hoàn chỉnh là khi đọc lên du khách đã có thể cảm nhận được sự lôi cuốn và hấp dẫn, thấy có sự yên tâm khi mọi chi tiết dù là nhỏ nhất của chương trình đã được cân nhắc.

4. Nguyên tắc xây dựng chương trình du lịch mới

Khi xây dựng, thiết kế tuyến du lịch, chương trình du lịch mới sẽ tuân theo 6 nguyên tắc cơ bản sau:

Phân tích qui mô môi trường (Môi trường kinh tế, văn hóa – xã hội, chính trị, công nghệ, sinh thái)
Phân tích thị trường
Phân tích tình hình cạnh tranh
Phân tích nguồn lực (Nhận dạng những cơ hội)

Khuyến nghị các chiến lược phát triển (Tur vấn các định hướng chính) Nguyên tắc định giá

a. Nguyên tắc 1: Phân tích qui mô môi trường

Phân tích qui mô môi trường bao gồm việc nghiên cứu môi trường hiện tại và môi trường có thể thấy được trong tương lai gần, các xu hướng liên quan cũng như ảnh hưởng của chúng đến ngành du lịch. Phân tích qui mô môi trường bao gồm: Phân tích môi trường kinh tế: Những yếu tố kinh tế có thể ảnh hưởng tới quyết định đi du lịch là: tỉ giá hối đoái, tình trạng lạm phát, thuế, sự tăng trưởng và phát triển kinh tế, hệ nằm ngoài sự kiểm soát của công ti du lịch. Tuy nhiên những thông tin về tình hình ổn định chính trị, chiến tranh, khủng bố, nội chiến, thủ tục cấp phát visa... tại địa điểm du lịch là rất quan trọng trong chiến lược phân tích môi trường của nhà thiết kế tour và việc ra quyết định đi du lịch của du khách. Phân tích môi trường công nghệ: Một nhà thiết kế tour phải biết nắm bắt và tận dụng những thành tựu khoa học công nghệ trong việc thu hút sự chú ý của khách du lịch và bán sản phẩm tour. Phân tích môi trường sinh thái: Sự gia tăng nhận thức về vấn đề môi trường toàn cầu dẫn đến việc tăng áp lực lên các nhà phát triển du lịch để làm sao du lịch phải có trách nhiệm và phát triển bền vững. Ngày nay bảo vệ môi trường là một nhân tố quan trọng trong việc lựa chọn đi du lịch và các hoạt động trong chuyến tour.

b. Nguyên tắc 2: Phân tích thị trường

Phân tích thị trường bao gồm phân tích thị trường hiện tại, phân tích thị trường tiềm năng và lập kế hoạch cho sản phẩm. Theo các chuyên gia trong ngành du lịch thì phân tích thị trường bao gồm 3 nhiệm vụ chính: Đo lường và dự báo thị trường: Xác định số lượng du khách hiện tại và trong tương lai cho một sản phẩm tour. Xác định khúc đoạn thị trường: Xác định những khúc đoạn chính tạo nên sản phẩm của thị trường tour nhằm lựa chọn được thị trường trọng điểm tốt nhất. Phân tích khách hàng: Xác định đặc điểm của du khách, những nhu cầu, thị hiếu, sự cảm nhận, hành vi của họ nhằm thay đổi sản phẩm tour cho phù hợp.

c. Nguyên tắc 3: Phân tích tình hình cạnh tranh

Phân tích tình hình cạnh tranh phải đạt được các mục tiêu sau:

Xác định được nhóm khách có khả năng sinh lời mà được phục vụ bởi các đối thủ cạnh tranh chứ không phải bởi doanh nghiệp. Xác định được những lợi thế cạnh tranh độc quyền của doanh nghiệp mà các đối thủ cạnh tranh không có. Những yếu điểm trong chiến lược marketing của đối thủ cạnh tranh mà doanh nghiệp có thể khai thác được. Những phân tích về môi trường vĩ mô, thị trường, tình hình cạnh tranh sẽ giúp cho nhà thiết kế tour xác định được xu hướng và những thay đổi của ngành du lịch hiện tại cũng như trong việc ra quyết định đi du lịch của khách. Từ đó tìm ra những cơ hội tốt và định hướng được những hiểm họa trong kinh doanh.

d. Nguyên tắc 4: Phân tích nguồn lực.

Mục tiêu của phân tích nguồn lực là nhằm đánh giá điểm mạnh và điểm yếu của chính doanh nghiệp cũng như của địa điểm du lịch. Từ những kết quả của sự phân tích, nhà điều hành tour phải tận dụng và phát huy được những điểm mạnh và hạn chế những điểm yếu của doanh nghiệp song song với việc khai thác các điểm yếu của các đối thủ cạnh tranh.

e. Nguyên tắc 5: Nguyên tắc định giá.

Một sản phẩm tour du lịch có thể được định giá theo 4 nguyên tắc: Định giá theo chi phí. Định giá theo cạnh tranh. Định giá theo nhu cầu. Định giá cho sản phẩm mới: định giá cao và định giá thấp.

f. Nguyên tắc 6: Khuyến cáo các chiến lược phát triển và tư vấn phát triển.

Một chương trình du lịch có thể được xác định và thiết lập các chiến lược phát triển cụ thể phụ thuộc vào thời điểm tung ra thị trường cũng như tùy thuộc vào địa điểm thực hiện chương trình. Các ý kiến tư vấn phát triển được xác định là giai đoạn điều chỉnh của một chương trình du lịch sau khi đã bán cho khách và nhận các thông tin phản hồi. Các chiến lược phát triển gồm:

Các cơ quan nghiên cứu, các cá nhân doanh nghiệp trong quá trình tìm hiểu, kinh doanh cần đưa ra các khuyến cáo với các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp hay cộng đồng dân cư về chiến lược phát triển du lịch của địa phương hay tư vấn chiến lược phát triển kinh doanh của các doanh nghiệp để khai thác và phát huy tối ưu tiềm năng của các địa phương, các doanh nghiệp.

NVT

Tài liệu tham khảo

1. Tổng cục Du lịch Việt Nam – Ngân hàng phát triển châu Á. *Dự án phát triển du lịch Mê Kông. Các tour du lịch mới tiểu vùng Mê Kông* (Báo cáo tổng hợp). Hà Nội, 2008.
2. Tổng cục Du lịch Việt Nam. *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến 2010 và định hướng đến 2020*.
3. Ủy ban Thường vụ Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam. *Luật Du lịch*. Hà Nội, 2005.