

TỔNG CÔNG TY DU LỊCH SÀI GÒN TNHH MỘT THÀNH VIÊN



TRƯỜNG TRUNG CẤP DU LỊCH VÀ KHÁCH SẠN

GIÁO TRÌNH

MÔ ĐUN: NGHIỆP VỤ LỮ HÀNH
NGÀNH: HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

TP. Hồ Chí Minh, năm 2020

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Giáo trình “Nghệ thuật Lữ hành” do chúng tôi, nhóm giảng viên thuộc Bộ môn Hướng dẫn Trường Trung Cấp Du lịch và Khách sạn 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.

TM Nhóm biên soạn

Bộ môn Hướng dẫn

Tailieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Để kinh doanh lữ hành có hiệu quả, thể hiện đúng vị trí và vai trò của ngành nghề kinh doanh này thì các nhà kinh doanh lữ hành phải có kiến thức du lịch nói chung và kiến thức về Nghiệp vụ lữ 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 lữ 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 Du lịch và Khách sạn Saigontourist cho ra đời Giáo trình Nghiệp vụ Lữ 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..

Trân trọng cảm ơn!

TM Nhóm biên soạn

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: MD18

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 cồng 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 trống 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 Phanxipang (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 cán 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 kinh 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 ẩm 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 Phanxiphan, 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: gốm 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.