



TRẦN ĐỨC THANH - PHẠM HỒNG LONG - VŨ HƯƠNG LAN
(Đồng chủ biên)

TRẦN THÚY ANH - NGUYỄN QUANG VINH - TÔ QUANG LONG
NGUYỄN THU THỦY - TRỊNH LÊ ANH - NGUYỄN NGỌC DUNG
ĐINH NHẬT LÊ - BÙI NHẬT QUỲNH - TRẦN THỊ YẾN ANH
NGUYỄN HOÀNG PHƯƠNG - ĐỖ HẢI YẾN - ĐẶNG THỊ PHƯƠNG ANH



NHẬP MÔN DU LỊCH

INTRODUCTION TO TOURISM



TỦ SÁCH KHOA HỌC
MS: 504-KHXH-2022



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

TRẦN ĐỨC THANH, PHẠM HỒNG LONG, VŨ HƯƠNG LAN (Đồng chủ biên)
TRẦN THÚY ANH, NGUYỄN QUANG VINH, TÔ QUANG LONG, NGUYỄN THU THỦY,
TRINH LÊ ANH, NGUYỄN NGỌC DUNG, ĐINH NHẬT LÊ, BÙI NHẬT QUỲNH, TRẦN THỊ YẾN ANH,
NGUYỄN HOÀNG PHƯƠNG, ĐỖ HẢI YẾN, ĐẶNG THỊ PHƯƠNG ANH

NHẬP MÔN DU LỊCH

INTRODUCTION TO TOURISM

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG.....	9
DANH MỤC HỘP	9
DANH MỤC HÌNH.....	10
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	12
LỜI GIỚI THIỆU	13
LỜI NÓI ĐẦU.....	15
DẪN NHẬP	17

Chương 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG

1.1. Một số khái niệm	20
1.1.1. Tham quan	20
1.1.2. Du lịch.....	21
1.1.3. Tài nguyên du lịch	24
1.1.4. Điểm tài nguyên/điểm tham quan và điểm đến du lịch/điểm du lịch	32
1.2. Quá trình hình thành và phát triển du lịch.....	33
1.2.1. Trên thế giới.....	33
1.2.2. Lịch sử phát triển du lịch ở Việt Nam	49
1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động du lịch	63
1.3.1. Các yếu tố bên ngoài.....	64
1.3.2. Cầu du lịch, yếu tố bên ngoài đặc biệt.....	83
1.3.3. Các nguồn lực phát triển du lịch	89
1.4. Tính thời vụ trong du lịch	99
1.4.1. Khái niệm.....	99

1.4.2.	Đặc điểm	101
1.4.3.	Nguyên nhân gây nên tính thời vụ.....	102
1.4.4.	Ảnh hưởng của tính thời vụ	106
1.4.5.	Các giải pháp khắc phục tính thời vụ	108

Chương 2

CÁC HỢP PHẦN CỦA DU LỊCH

2.1.	Khách du lịch	113
2.1.1.	Các định nghĩa	113
2.1.3.	Các chỉ số liên quan đến thống kê khách du lịch	115
2.1.4.	Nhu cầu và động cơ du lịch.....	117
2.1.5.	Phân loại khách du lịch.....	125
2.1.6.	Khách du lịch có trách nhiệm.....	131
2.2.	Các nhà cung ứng du lịch	133
2.2.1.	Nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển.....	134
2.2.2.	Nhà cung ứng dịch vụ ăn uống và lưu trú	139
2.2.4.	Nhà cung ứng dịch vụ lữ hành và hướng dẫn du lịch.....	161
2.2.5.	Nhà tổ chức sự kiện.....	170
2.2.6.	Lao động trong ngành du lịch	175
2.3.	Cộng đồng địa phương	193
2.3.1.	Khái niệm	193
2.3.2.	Thái độ của cộng đồng đối với khách du lịch - chỉ số bực mình Doxey	196
2.3.3.	Mức độ tham gia của cộng đồng	198
2.3.4.	Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch.....	204
2.4.	Các cơ quan tổ chức du lịch.....	206
2.4.1.	Một số tổ chức quốc tế và khu vực.....	207
2.4.2.	Các tổ chức du lịch ở Việt Nam	217

Chương 3**TÁC ĐỘNG CỦA DU LỊCH**

3.1. Tác động của du lịch đến văn hoá.....	232
3.1.1. Tác động tích cực của du lịch đến văn hoá.....	232
3.1.2. Tác động tiêu cực của du lịch đến văn hoá	235
3.2. Tác động của du lịch đến xã hội.....	236
3.2.1. Tác động tích cực của du lịch đến xã hội	236
3.2.2. Tác động tiêu cực của du lịch đến xã hội	242
3.3. Tác động của du lịch đến kinh tế.....	245
3.3.1. Tác động tích cực của du lịch đến kinh tế.....	245
3.3.2. Tác động tiêu cực của du lịch đến kinh tế	252
3.4. Tác động của du lịch đến môi trường tự nhiên.....	254
3.4.1. Tác động tích cực của du lịch đến môi trường tự nhiên	254
3.4.2. Tác động tiêu cực của du lịch đến môi trường tự nhiên.....	257
3.5. Tác động của du lịch đến đào tạo và nghiên cứu.....	260
3.5.1. Tác động của du lịch đến giáo dục đào tạo	260
3.5.2. Tác động của du lịch đến nghiên cứu	264
3.6. Phát triển du lịch bền vững	266
3.6.1. Khái niệm phát triển du lịch bền vững.....	268
3.6.2. Các nguyên tắc phát triển du lịch bền vững	270
3.6.3. Các tiêu chí toàn cầu phát triển du lịch bền vững	271
3.6.4. Du lịch trong Chương trình nghị sự hướng đến năm 2030	279
3.6.5. Các tiếp cận phát triển du lịch bền vững	283

Chương 4**LOẠI HÌNH VÀ SẢN PHẨM DU LỊCH**

4.1. Loại hình du lịch.....	312
4.1.1. Khái niệm.....	312
4.1.2. Phân loại	313

4.3. Sản phẩm du lịch	356
4.3.1. Khái niệm	356
4.3.2. Đặc điểm của sản phẩm du lịch.....	359
4.3.3. Đánh giá chất lượng sản phẩm du lịch	366

Chương 5

TƯƠNG LAI VÀ TRIỂN VỌNG CỦA DU LỊCH

5.1. Hiện tượng du lịch trong tương lai	369
5.1.1. Số lượng khách du lịch gia tăng	369
5.1.2. Xu hướng du lịch nội địa và kỳ nghỉ tại chỗ	373
5.1.3. Xu hướng du lịch với điện thoại thông minh.....	374
5.1.4. Xu hướng du lịch trải nghiệm, du lịch khám phá	377
5.1.5. Xu hướng du lịch thể thao, du lịch nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe.....	378
5.1.6. Xu hướng gần thiên nhiên hơn, tiện nghi hơn.....	380
5.1.7. Xu hướng du lịch một mình (solo travel) và du lịch không chạm.....	382
5.1.8. Xu hướng tiêu dùng du lịch gói sản phẩm thiết kế sẵn (combo) và du lịch trái mùa vụ	383
5.1.9. Xu hướng đặt dịch vụ muôn.....	384
5.1.10. Ý thức về du lịch có trách nhiệm đang trở thành hành động.....	384
5.2. Tương lai và triển vọng ngành kinh tế du lịch	386
5.2.1. Xu hướng thị trường	388
5.2.2. Sản phẩm du lịch trải nghiệm sẽ ngày càng đa dạng và chiếm ưu thế.....	392
5.2.3. Chuyển đổi số và hướng đến du lịch thông minh.....	394
5.2.4. Hộ chiếu vắc-xin.....	397
5.2.5. Trách nhiệm xã hội là danh tiếng.....	401
5.3. Đào tạo và nghiên cứu du lịch trong tương lai	402
5.3.1. Đào tạo du lịch.....	402
5.3.2. Các xu hướng nghiên cứu du lịch	412
TÀI LIỆU THAM KHẢO	419
VỀ CÁC TÁC GIẢ	443

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1.	Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam giai đoạn 1960-1990	55
Bảng 1.2.	Lượng khách du lịch và tổng thu từ du lịch của Việt Nam giai đoạn 1990-2010.....	58
Bảng 1.3.	Lượng khách du lịch và tổng thu từ du lịch của Việt Nam giai đoạn 2010-2019.....	61
Bảng 2.1.	Số lượng khách sạn ở Việt Nam giai đoạn 2014-2018.....	148
Bảng 5.1.	Khách du lịch trên thế giới giai đoạn 1950-2019.....	371
Bảng 5.2.	Những thuận lợi và thách thức của hộ chiếu vắc-xin.....	398
Bảng 5.3.	Mười trường đại học hàng đầu thế giới theo bảng xếp hạng QS các trường đại học theo ngành năm 2021	405
Bảng 5.4.	Cấu trúc dữ liệu theo chủ đề của JTR và TM.....	417

DANH MỤC HỘP

Hộp 1.1.	Nhiều khách Việt hủy tour đi Ai Cập sau vụ đánh bom....	68
Hộp 1.2.	Hà Nội - Thành phố vì hòa bình, điểm đến hấp dẫn.....	69
Hộp 3.1.	Những điều khách Tây sợ bị lừa khi đến Việt Nam.....	243
Hộp 3.2.	Khi ao làng trở thành địa điểm du lịch nổi tiếng	250

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1.	Sơ đồ các yếu tố tác động đến hoạt động du lịch.....	63
Hình 1.2.	Cơ cấu dân số theo chủng tộc trên thế giới.....	66
Hình 1.3.	Tỷ lệ các hình thức cấp visa cho khách du lịch trên thế giới giai đoạn 1980-2018	71
Hình 1.4.	Cơ cấu dân số thế giới năm 2020 phân theo các thể hệ	79
Hình 1.5.	Tăng trưởng của ngành du lịch thế giới năm 2020-2021	82
Hình 1.6.	Sơ đồ xương cá các nguồn lực phát triển du lịch.....	90
Hình 1.7.	Lượng khách quốc tế trên thế giới theo tháng giai đoạn 2015 - 2019	102
Hình 2.1.	Sơ đồ định nghĩa khách du lịch.....	115
Hình 2.2.	Số lượng khách, số lượt khách và ngày khách	116
Hình 2.3.	Mối quan hệ giữa nhu cầu, mong muốn và động cơ	117
Hình 2.4.	Bậc thang nhu cầu Maslow	118
Hình 2.5.	Sơ đồ các dạng tâm lý khách du lịch theo mô hình của Plog S. (1973)	129
Hình 2.6.	Kênh phân phối chủ yếu các chương trình du lịch của doanh nghiệp lữ hành.....	163
Hình 2.7.	Các kênh phân phối sản phẩm của công ty lữ hành ngày nay theo Paraskevi và cs (2015).....	164
Hình 2.8.	Bảy bước kế hoạch tổ chức sự kiện	175
Hình 2.9.	Thái độ của cộng đồng đối với khách du lịch phỏng theo chỉ số bức mình của Doxey 1975.....	197
Hình 2.10.	Mô hình Pretty (1995) về sự tham gia của cộng đồng	199
Hình 2.11.	Mô hình Tosun (1999) về sự tham gia của cộng đồng trong quá trình phát triển du lịch.....	202
Hình 3.1.	Cơ cấu lao động của ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống trong khu vực kinh tế quốc dân Việt Nam năm 2019.....	242

Hình 3.1.	Cơ cấu lao động của ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống trong khu vực kinh tế quốc dân Việt Nam năm 2019.....	242
Hình 3.2.	Tốc độ tăng trưởng của du lịch và nền kinh tế thế giới giai đoạn 2011-2019	246
Hình 3.3.	Tỷ lệ đóng góp của du lịch vào GDP các nước trên thế giới.....	248
Hình 3.4.	Định nghĩa phát triển du lịch bền vững	269
Hình 3.5.	Các mục tiêu của du lịch bền vững đến năm 2030	279
Hình 3.6.	Sơ đồ phân biệt hoạt động du lịch văn hóa và sinh thái tại các vùng thiên nhiên nhân sinh	279
Hình 4.1.	Các loại hình du lịch phân theo lãnh thổ hoạt động	336
Hình 4.2.	Số dân sống ở khu vực thành thị và nông thôn giai đoạn 1960-2020.....	340
Hình 4.3.	Chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch	357
Hình 4.4.	Bản chất của sản phẩm du lịch là kết quả của sự hợp tác với khách du lịch.....	364
Hình 5.1.	Số lượng khách du lịch đến các khu vực trên thế giới năm 2019	372
Hình 5.2.	Số lượng người dùng điện thoại thông minh trên thế giới.....	375
Hình 5.3.	Sử dụng điện thoại thông minh cho du lịch và những ảnh hưởng tới trải nghiệm du lịch.....	376
Hình 5.4.	Thu nhập từ khách du lịch toàn cầu giai đoạn 1950-2019.....	387
Hình 5.5.	Mười quốc gia có thu nhập từ du lịch cao nhất thế giới năm 2019.....	387
Hình 5.6.	Tổng thu của ngành Du lịch Việt Nam giai đoạn 2008-2019.....	388
Hình 5.7.	Cơ cấu các thể hệ dân số năm 2020	391
Hình 5.8.	Sơ đồ tiến trình giá trị kinh tế của Pine và Gilmore 1998	393
Hình 5.9.	Sơ đồ liên kết đào tạo du lịch.....	412

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Association of Southeast Asian Nations Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
ASEANTA	ASEAN Tourism Association - Hiệp hội Du lịch ASEAN
ĐHQGHN	Đại học Quốc gia Hà Nội
FDI	Foreign Direct Investment - Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTS	Faculty of Tourism Studies - Khoa Du lịch học
GDP	Gross Domestic Product - Tổng sản phẩm quốc nội
KBTTN	Khu Bảo tồn Thiên nhiên
NXB	Nhà xuất bản
PATA	Pacific Asia Travel Association Hiệp hội Du lịch Châu Á-Thái Bình Dương
TCN	Trước công nguyên
TV	Television - Máy thu hình
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization Tổ chức Văn hoá Khoa học Giáo dục thuộc Liên hợp quốc
UNWTO	United Nations World Tourism Organization Tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên hợp quốc
USSH	University of Social Sciences and Humanities Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn
VNU	Vietnam National University, Hanoi - Đại học Quốc gia Hà Nội
VQG	Vườn Quốc gia
WTTC	World Tourism and Travel Council Ủy ban Du lịch và Lữ hành Thế giới